



ZAŁĄCZNIK 04.1. PODSUMOWANIE Z PROCESU PARTYCYPACJI PRÍLOHA 04.1. ZHRNUTIE PROCESU ÚČASTI

Tytuł projektu:

Názov projektu:

„Pogranicze w turystycznej podróży. Od Sniny do Karpackiej Troi”

„Pohraničie na turistickej ceste. Zo Sniny do Karpatskej Tróje”

Partner wiodący projektu (PW):

Vedúci partner projektu (VP):

Muzeum Podkarpackie w Krośnie

Podkarpatské múzeum v Krosne

Partnerzy projektu (PP):

Partneri projektu (PP):

Miejski Ośrodek Kultury i Oświaty w Sninie

Mestské kultúrne a osvetové stredisko Snina

I. INTERNETOWA PREZENTACJA PROJEKTU I KONSULTACJE ON-LINE:

1. Czas trwania konsultacji on-line:

a) od 11.09. do 25.09.2023 roku

2. Zakres konsultacji on-line:

- a) uwagi;
- b) pytania;
- c) sugestie.

II. INNE DODATKOWE FORMY PARTYCYPACJI (należy wypełnić, jeśli zostały przeprowadzone):

1. Forma i czas trwania:

a) od 11.09. do 25.09.2023 roku w formie ankiet, rozmów telefonicznych lub osobiście.

2. Zakres dodatkowych form partycypacji:

- a) uwagi;
- b) pytania;
- c) sugestie.

III. Zestawienie zgłoszonych uwag/pytań/sugestii do projektu wraz z odpowiedziami:

Lp.	Podmiot/osoba zgłaszająca uwagę/pytanie/sugestię (nazwa	Treść zgłoszonej uwagi/pytania/sugestii	Stanowisko PW/PP na zgłoszoną
-----	---	---	-------------------------------

	instytucji/społeczność lokalna) Subjekt/osoba predkladajúca komentár/otázku/návrh (názov inštitúcie/miestnej komunity)	Obsah predloženej pripomienky/otázky/návrhu	uwagę/pytanie/sugestię wraz z uzasadnieniem Stanovisko PW/PP k predloženej pripomienke/otázke/návrhu u spolu s odôvodnením
I. 2 a)	Jakie znaczenie dla rozwoju turystyki w regionie ma Karpacka Troja? Jaki jest potencjał tego miejsca? Aký význam má Karpatská Trója pre rozvoj cestovného ruchu v regióne? Aký je potenciál tohto miesta?		
1.	Adam Pawluś - Starosta Jasielski Adam Pawluś - Starosta obce Jasiel	Skansen Archeologiczny Karpacka Troja to jedna z największych atrakcji powiatu jasielskiego. Posiada bardzo duże znaczenie dla rozwoju turystyki w regionie i ogromny potencjał, który wymaga większej promocji. Archeologický skanzen Karpatská Trója je jednou z najväčších atrakcií okresu Jasło. Je veľmi dôležitá pre rozvoj cestovného ruchu v regióne a má obrovský potenciál, ktorý si vyžaduje väčšiu propagáciu.	Uwzględniono w projekcie. Zahrnuté v projekte.
2.	Piotr Babinetz – poseł na sejm Rzeczypospolitej Polskiej, Klub Parlamentarny Prawo i Sprawiedliwość	Skansen Archeologiczny Karpacka Troja jest jedynym tego typu miejscem w regionie. Miejsce to posiada duży i wielowymiarowy	Uwzględniono w projekcie. Zahrnuté v projekte.

	Piotr Babinetz – člen Sejmu Poľskej republiky, parlamentného klubu Právo a spravodlivosť	<p>potencjał, na który składają się rozliczne możliwości w zakresie edukacji, badań naukowych czy historii.</p> <p>Archeologiczny skansen Karpatská Trója je jediným miastom tohto typu v regióne. Toto miasto má veľký a mnohorozmerný potenciál, ktorý zahŕňa početné možnosti v oblasti vzdelávania, vedeckého výskumu a histórie.</p>	
3.	<p>Wojciech Piękoś – Wójt Gminy Jasło</p> <p>Wojciech Piękoś - predseda obce Jasło</p>	<p>Skansen Archeologiczny Karpacka Troja jest jedynym tego typu miejscem w regionie. Miejsce to posiada duży i wielowymiarowy potencjał, na który składają się rozliczne możliwości w zakresie turystyki, zagospodarowania wolnego czasu, rozwoju pasji i zainteresowań czy promocji regionu.</p> <p>Archeologiczny skansen Karpatská Trója je jediným miastom tohto typu v regióne. Toto miasto má veľký a mnohorozmerný potenciál, ktorý zahŕňa množstvo príležitostí v oblasti cestovného ruchu, manažmentu voľného času, rozvoja</p>	<p>Uwzględniono w projekcie.</p> <p>Zahrnuté v projekte.</p>

		vášní a záujmov a propagácie regiónu.	
1. 2 b)	W jakim kierunku powinien zmierzać proces uatrakcyjnienia i rozbudowy oferty skansenu archeologicznego w Trzcinicy? Akým smerom by sa mal zatraktívniť a rozšíriť proces zatraktívnenia a rozšírenia ponuky archeologického skanzenu v Trzcinicy?		
1.	Adam Pawluś - Starosta Jasielski Adam Pawluś - Starosta obce Jasiel	Budowa parkingu wraz z serwisem dla kamperów, co pozwoli stworzyć spójną ofertę wraz z polem carawaningowym w Foluszu i w Ożennej. Výstavba parkoviska s obslužnou zónou pre karavany s cieľom vytvoriť ucelenú ponuku spolu s poľom pre karavany v obciach Folusz a Ożenna.	Uwzględniono w projekcie. Zahrnuté v projekte.
2.	Piotr Babinetz – poseł na sejm Rzeczypospolitej Polskiej, Klub Parlamentarny Prawo i Sprawiedliwość Piotr Babinetz – člen Sejmu Polskiej republiki, parlamentného klubu Právo a Spravodlivosť	Dostosowanie obiektu do osób z poszczególnych grup wiekowych m.in. przez łatwiejszą mobilność po muzeum. Prispôsobenie zariadenia pre ľudí rôznych vekových skupín, okrem iného aj uľahčením pohybu po múzeu.	Uwzględniono w projekcie. Zahrnuté v projekte.
3.	Wojciech Piękoś – Wójt Gminy Jasło Wojciech Piękoś - predseda obce Jaslo	Ciągłe dostosowywanie oferty skansenu do odbiorców z różnych grup wiekowych.	Uwzględniono w projekcie. Zahrnuté v projekte.

		Neustále prispôsobovanie ponuky skanzenu divákovi rôznych vekových skupín.	
I. 2 c)	<p>Jak promovať i komercjalizovať regionalne zasoby dedičstva kultúrneho i historického, jak podnosiť ich význam na ruku rozvoju turistického regiónu?</p> <p>Ako propagovať a komercializovať regionálne zdroje kultúrneho a historického dedičstva, ako zvýšiť ich význam pre turistický rozvoj regiónu?</p>		
1.	<p>Adam Pawluś - Starosta Jasielski</p> <p>Adam Pawluś - Starosta obce Jasiel</p>	<p>Efektívna promócia skanzenu počas udalostí kultúrnych, konferencií napr. Forum v Karpaczu.</p> <p>Účinná propagácia skanzenu počas kultúrnych podujatí, konferencií, napr. Forum v Karpaczu.</p>	<p>Uwzględniono w projekcie.</p> <p>Załączony w projekcie.</p>
2.	<p>Piotr Babinetz – poseł na sejm Rzeczypospolitej Polskiej, Klub Parlamentarny Prawo i Sprawiedliwość</p> <p>Piotr Babinetz – člen Sejmu Polskiej republiki, parlamentného klubu Právo a Spravodlivosť</p>	<p>Promócia i komercializácia regiónu v podobe atrakčných i presvedčujúcich spotov reklamových v televízii, v mediach spoločnostných, na platformách internetových i v prostriedkoch komunikácie zbiorovej.</p> <p>Propagácia a komercializácia regiónu formou atrakčných a</p>	<p>Uwzględniono w projekcie.</p> <p>Załączony w projekcie.</p>

		presvedčivých reklamných spotov v televízii, na sociálnych sieťach, na online platformách a vo verejnej doprave.	
3.	Wojciech Piękoś – Wójt Gminy Jasło Wojciech Piękoś - predseda obce Jasło	<p>Korzystnie wpływającym rozwiązaniem jest także tzw. bilet łączony wprowadzony już wcześniej, jako efekt współpracy Gminy Jasło i Skansenu Archeologicznego Karpacka Troja. Bilet taki mógłby zostać „rozszerzony” o inne atrakcje zlokalizowane w regionie.</p> <p>Ďalším výhodným riešením je tzv kombinovaná vstupenka bola zavedená už skôr, ako výsledok spolupráce medzi Gminou Jasło a Archeologickým skanzenom Karpatská Trója. Takýto lístok by sa dal „predĺžiť” o ďalšie atrakcie nachádzajúce sa v regióne.</p>	<p>Uwzględniono w projekcie.</p> <p>Zahrnuté v projekte.</p>
I. 2 d)	<p>Czy polsko-słowacka oferta turystyczna ma szansę powodzenia? Co powinno ją charakteryzować? Jak ją rozwijać?</p> <p>Má poľsko-slovenská turistická ponuka šancu na úspech? Čo by ho malo charakterizovať? Ako ho rozvíjať?</p>		

1.	<p>Adam Pawluś - Starosta Jasielski</p> <p>Adam Pawluś - Starosta obce Jasiel</p>	<p>Rozwój i promocja więzi kulturowych, gospodarczych i historycznych Powiatu Jasielskiego z Republiką Słowacką.</p> <p>Rozvoj a podpora kultúrnych, hospodárskych a historických väzieb Jasielskeho okresu so Slovenskou republikou.</p>	<p>Uwzględniono w projekcie.</p> <p>Zahrnuté v projekte.</p>
2.	<p>Piotr Babinetz – poseł na sejm Rzeczypospolitej Polskiej, Klub Parlamentarny Prawo i Sprawiedliwość</p> <p>Piotr Babinetz – člen Sejmu Polskiej republiki, parlamentného klubu Právo a Spravodlivosť</p>	<p>Możliwość atrakcji turystycznych dla obywateli Słowacji poprzez budowę bardziej dogodnych połączeń drogowych i kolejowych pomiędzy Słowacją i regionem jasielskim, promocję miejsca w mediach słowackich.</p> <p>Možnosť turistických atrakcií pre občanov SR vybudovaním pohodlnejšieho cestného a železničného spojenia medzi Slovenskom a regiónom Jasło, propagácia miesta v slovenských médiách.</p>	<p>Uwzględniono w projekcie.</p> <p>Zahrnuté v projekte.</p>
3.	<p>Wojciech Piękoś – Wójt Gminy Jasło</p> <p>Wojciech Piękoś - predseda obce Jaslo</p>	<p>Poszerzenie oferty skansenu o produkty oferowane w języku słowackim oraz ciągle</p>	<p>Uwzględniono w projekcie.</p> <p>Zahrnuté v projekte.</p>

		<p>wzbogacanie bazy hotelowo-gastronomicznej w regionie.</p> <p>Rozširovanie ponuky skanzenu o produkty ponúkané v slovenskom jazyku a neustále rozširovanie hotelovej a stravovacej základne v regióne.</p>	
i. 2 e)	<p>Czy Snina ma potencjał w zakresie dziedzictwa kulturowego i historycznego, który mógłby być korzystny dla budowania wspólnej polsko-słowackiej oferty turystycznej?</p> <p>Má Snina potenciál z hľadiska kultúrneho a historického dedičstva, ktorý by mohol byť prínosom pre budovanie spoločnej polsko-slovenskej turistickej ponuky?</p>		
1.	<p>Zuzana Burdová, marka docelowa Incredibly Real, Fundacja Aevis na rzecz Dzikiej Przyrody</p> <p>Zuzana Burdová, destinačná značka Neskutočné skutočné, Aevis nadácia pre divokú prírod</p>	<p>Snina ma ogromny potencjał w zakresie rozwoju dziedzictwa kulturowego i ochrony bioróżnorodności, ze względu na doskonałą lokalizację na granicy trzech krajów. Może przyczynić się do budowania możliwości turystycznych na obszarze przygranicznym.</p> <p>Snina má veľký potenciál pre rozvoj kultúrneho dedičstva a ochranu biodiverzity vďaka svojej výbornej polohe na hranici troch krajín. Môže prispieť k</p>	<p>Uwzględniono w projekcie.</p> <p>Zahrnuté v projekte.</p>

		budowaniu kapacić cestowného ruchu v pohraničnej oblasti.	
2.	Iveta Buraľová, PN Poľoniny Iveta Buraľová, NP Poloniny	<p>Snina ma ogromne bogactwo naturalne i wysokiej jakości środowisko, ma ogromny potencjał dla rozwoju kultury i turystyki. Dla odwiedzających miasto i jego mieszkańców tworzy bramę do Obszaru Chronionego Krajobrazu Vihorlat, który jest wejściem do Parku Narodowego Poľoniny, a tym samym uprzyjemnia pobyt odwiedzających obszar przygraniczny.</p> <p>Snina má veľké prírodné bohatstvo a kvalitné životné prostredie, oplýva veľkým potenciálom pre rozvoj kultúry a cestovného ruchu. Návštevníkom mesta a jeho obyvateľom vytvára vstupnú bránu do chránenej krajinnej oblasti Vihorlat, ktorá je vstupom do národného parku Poloniny, a tak spríjemňuje pobyt návštevníkom pohraničnej oblasti.</p>	<p>Uwzględniono w projekcie. Zahrnuté v projekte.</p>

I. 2 f)	W jakim kierunku można rozwijać ofertę turystyczną regionu przygranicznego? Akým smerom by sa mohla rozvíjať turistická ponuka prihraničného regiónu?		
1.	<p>Zuzana Burdová, marka docelowa Incredibly Real, Fundacja Aevis na rzecz Dzikiej Przyrody</p> <p>Zuzana Burdová, destinačná značka Neskutočne skutočné, Aevis nadácia pre divokú prírod</p>	<p>Nieodkryty północny wschód Słowacji to wyjątkowe miejsce do odkrywania bogactwa turystycznego i kulturowego przygranicznego regionu. Organizacja wysokiej jakości wydarzeń w połączeniu z piękną przyrodą pogranicza polsko-słowackiego zapewni rozwój oferty turystycznej.</p> <p>Neobjavený severovýchod Slovenska je jedinečným miestom na objavovanie turistického a kultúrneho bohatstva pohraničia. Organizácia kvalitných podujatí v spojení s krásnou prírodou poľsko-slovenského pohraničia zabezpečí rozvoj turistickej ponuky.</p>	<p>Uwzględniono w projekcie. Zahrnuté v projekte.</p>
2.	<p>Iveta Buraľová, PN Poľoniny</p> <p>Iveta Buraľová, NP Poloniny</p>	<p>Oferta turystyczna powinna być rozwijana z korzyścią dla mieszkańców miasta i odwiedzających i</p>	<p>Uwzględniono w projekcie. Zahrnuté v projekte.</p>

		<p>powinna być atrakcyjna dla wszystkich.</p> <p>Turistická ponuka by sa mala rozvíjať v prospech občanov mesta, návštevníkov mesta a mala by byť atraktívna pre všetkých.</p>	
l. 2 g)	<p>Czy upowszechnianie i promocja zasobów dziedzictwa kulturowego i historycznego może być filarem oferty turystycznej pogranicza polsko-słowackiego?</p> <p>Môže byť šírenie a propagácia zdrojov kultúrneho a historického dedičstva pilierom turistickej ponuky poľsko-slovenského pohraničia?</p>		
1.	<p>Zuzana Burdová, marka docelowa Incredibly Real, Fundacja Aevis na rzecz Dzikiej Przyrody</p> <p>Zuzana Burdová, destinačná značka Neskutočne skutočné, Aevis nadácia pre divokú prírod</p>	<p>Upowszechnianie i promocja zasobów dziedzictwa kulturowego i historycznego jest jednym z najważniejszych filarów oferty turystycznej, ponieważ bogactwo kulturowe i przyrodnicze jest jednym z najważniejszych atutów jako takich.</p> <p>Šírenie a propagácia zdrojov kultúrneho a historického dedičstva je jedným z najdôležitejších pilierov turistickej ponuky, keďže kultúrne a prírodné bohatstvo je</p>	<p>Uwzględniono w projekcie.</p> <p>Zahrnuté v projekte.</p>

		<p>jedným z najdôležitejších bohatstiev ako takých.</p>	
2.	<p>Iveta Buraľová, PN Poľoniny Iveta Buraľová, NP Poloniny</p>	<p>Ten region ma bogate dziedzictwo kulturowe i historyczne i z pewnością ma wiele do zaoferowania wszystkim przyjeżdżającym turystom, nie tylko z okolicy, dlatego jego upowszechnianie powinno być priorytetem.</p> <p>Tento región má bohaté kultúrne a historické dedičstvo a určite má čo ponúknuť všetkým prichádzajúcim turistom nielen z okolia, preto by malo byť jeho šírenie prioritou.</p>	<p>Uwzględniono w projekcie. Zahrnuté v projekte.</p>
1. 2 h)	<p>Jak promować i komercjalizować ofertę turystyczną i kulturalną pogranicza polsko-słowackiego? Jak wzbudzić zainteresowanie i przyciągnąć turystów po obu stronach granicy?</p> <p>Ako propagovať a komercializovať turistickú a kultúrnu ponuku polsko-slovenského pohraničia? Ako ním wzbudiť záujem a prilákať turistov na oboch stranách hranice?</p>		
1.	<p>Zuzana Burdová, marka docelowa Incredibly Real, Fundacja Aevis na rzecz Dzikiej Przyrody Zuzana Burdová, destinačná značka Neskutočne skutočné,</p>	<p>Polsko-słowackie pogranicze może być promowane poprzez łączenie powiązań kulturowych i turystycznych,</p>	<p>Uwzględniono w projekcie. Zahrnuté v projekte.</p>

	Aevis nadácia pre divokú prírod	<p>podnoszenie świadomości o lokalnych tradycjach nie tylko mieszkańców pogranicza, w celu zmiany stereotypowego myślenia o dziedzictwie kulturowym.</p> <p>Poľsko-slovenské pohraničie možno propagovať prepojením kultúrno-turistických väzieb, zvyšovaním povedomia o miestnych tradíciách nielen pre obyvateľov pohraničia s cieľom zmeniť stereotypné uvažovanie o kultúrnom dedičstve.</p>	
2.	<p>Iveta Buraľová, PN Poľoniny</p> <p>Iveta Buraľová, NP Poloniny</p>	<p>Oferta turystyczna i kulturalna pogranicza musi być promowana adekwatnie do potrzeb przyjeżdżających turystów, ponieważ nawet zbyt duża promocja i komercjalizacja oferty turystycznej może nie wywrzeć dobrego wrażenia na turystach, zwłaszcza na tych, którzy chcą cieszyć się nietkniętą przyrodą.</p> <p>Turistickú a kultúrnu ponuku pohraničia je</p>	<p>Uwzględniono w projekcie.</p> <p>Zahrnuté v projekte.</p>

		potrebné propagovať adekvátne k potrebám prichádzajúcich turistov, nakoľko aj príliš silená propagácia a komercializácia turistickej ponuky nemusí zanechať na turistoch dobrý dojem, zvlášť pri návštevníkoch, ktorí si chcú užiť nedotknutosť prírody.	
--	--	--	--

W badaniu ankietowym pt.: „Pogranicze w turystycznej podróży. Od Sniny do Karpackiej Troi.” Wzięło udział 109 osób (z czego 70 kobiet, czyli 64% badanych). Najwięcej badanych osób miało wykształcenie wyższe i średnie (po 46 odpowiedzi, czyli po 42% badanych), było w wieku 27-45 lat (68 odpowiedzi, czyli 62% badanych) i oraz byli osobami zatrudnionymi (80 odpowiedzi, czyli 73% badanych).

Na pierwsze pytanie brzmiące: „Czy uważa Pan/Pani, że wspólna oferta turystyczna i kulturalna łącząca obszary Beskidu Niskiego po obu stronach granicy (w tym miasta Krosna i Bardejova) jest ciekawym pomysłem, który mógłby mieć wpływ na rozwój turystyki w tym regionie?”. najczęściej odpowiadano następująco: „regionalną atrakcją turystyczną o dużym potencjale” (54 odpowiedzi, czyli 50% badanych), „dobrze rozwiniętym i znanym obiektem historycznym” (30 odpowiedzi, czyli 28% badanych), „miejscem spędzania czasu i rekreacji” (23 odpowiedzi, czyli 21% badanych) oraz „centrum dziedzictwa kulturowego, które wymaga ożywienia, promocji i komercjalizacji” (14 odpowiedzi, czyli 36% badanych).

W drugim pytaniu brzmiącym: „Aktualna oferta turystyczna Karpackiej Troi wymaga:” najczęściej ankietowanych wskazało odpowiedź: „powiększenia obszaru skansenu, stworzenia większej skali prezentacji dziedzictwa historycznego” (45 odpowiedzi, czyli 41% badanych). Kolejno ankietowani wskazywali na: „rozbudowy obiektów turystycznych, np. teatr leśny, ścieżki rowerowe, gastronomia” (37 odpowiedzi, czyli 34% badanych), „doposażenia infrastruktury w celu barwnej ilustracji życia cywilizacji pradziejowych i starożytnych” (26 odpowiedzi, czyli 24% badanych). Najmniej wskazań ankietowanych uzyskała odpowiedź: „wykorzystania nowoczesnych technologii

cyfrowych do organizacji epickich podróży w przeszłość" (15 odpowiedzi, czyli 14% badanych).

Na trzecie pytanie brzmiące: „Czy Karpacka Troja stanowi część oferty turystycznej regionu polsko-słowackiego pogranicza?” najczęściej ankietowanych wskazało: „raczej tak, ale wymaga jeszcze większej rozpoznawalności oraz rozbudowy” (52 odpowiedzi, czyli 48% badanych). Drugim wyborem była odpowiedź: „zdecydowanie tak, jest jednym z kół zamachowych turystyki całego regionu” (37 odpowiedzi, czyli 34% badanych). Kolejnym wyborem była odpowiedź: „trudno powiedzieć, jest jeszcze na wczesnym etapie rozwoju” (16 odpowiedzi, czyli 15% badanych). Najmniej odpowiedzi uzyskała odpowiedź: „raczej nie, ma charakter lokalny i jest zbyt mało rozpoznawalna za granicą” (7 odpowiedzi, czyli 6% badanych).

W czwartym pytaniu brzmiącym: „Jak promować i komercjalizować ofertę Karpackiej Troi?” największa liczba ankietowanych odpowiedziała: „zwiększać nakłady na promocje na Podkarpaciu, w Polsce i na arenie międzynarodowej” (44 odpowiedzi, czyli 40% badanych). Kolejnymi najczęściej wybieranymi opcjami były odpowiedzi: „zwiększać poziom współpracy z instytucjami krajowymi i zagranicznymi oraz firmami” oraz „rozwijać infrastrukturę towarzyszącą - sportową, rekreacyjną, kulturalną i gastronomiczną w okolicy”. Każda z tych dwóch opcji uzyskała po 28 odpowiedzi, czyli po 26% badanych. Najmniej wybierana odpowiedź: „zwiększać liczbę wydarzeń kulturalnych, podnosić ich poziom i atrakcyjność” uzyskała 25 głosów, czyli 23% badanych.

Na ostatnie pytanie brzmiące: „Jak współtworzyć polsko-słowacką ofertę turystyczną?” najczęściej ankietowani wskazywali na odpowiedzi: „zaangażować do współpracy wiele podmiotów po obu stronach granicy” (59 odpowiedzi, czyli 54% badanych) oraz „organizować wydarzenia ze szczególnym uwzględnieniem zagranicznego turysty” i „przyciągać różne grupy odbiorców dopasowanymi i atrakcyjnymi działaniami” (po 29 odpowiedzi, czyli 27% badanych).

Na podstawie przeprowadzonej ankiety można stwierdzić, że dla większości badanych Karpacka Troja jest regionalną atrakcją turystyczną, który posiada duży potencjał i należy go rozwijać. Mieszkańcy uważają, że należy powiększyć obszar skansenu, dzięki czemu więcej osób mogłoby skorzystać z jego oferty. Większość ankietowanych uważa, że Karpacka Troja stanowi część oferty turystycznej regionu polsko-słowackiego pogranicza, jednak zaznaczają oni, że wymaga to rozbudowy i większej rozpoznawalności obiektu. Należy promować Karpacką Troję poprzez zwiększenie nakładów na promocje w województwie podkarpackim, w Polsce oraz na arenie

międzynarodowej. Wskazują na zaangażowanie do współpracy partnerów po obu stronach granicy aby rozwijać wspólną polsko-słowacką ofertę turystyczną.

Takie samo badanie ankietowe wypełnili obywatele Słowacji. W badaniu wzięło udział 110 osób, (z czego 81 kobiet, czyli 74% wszystkich badanych). Najwięcej badanych osób miało wykształcenie wyższe (70 odpowiedzi, czyli 64% badanych), było w wieku 27-45 lat (61 odpowiedzi, czyli 62% badanych) oraz byli osobami zatrudnionymi (97 odpowiedzi, czyli 88% badanych).

W pierwszym pytaniu najczęściej ankietowanych wskazało odpowiedź: „zdecydowanie tak, biorąc pod uwagę potencjał i wyjątkowość dziedzictwa kulturowego” (87 odpowiedzi, czyli 79% badanych. Kolejnymi odpowiedziami były: „tak, bo jest charakterystyczny dla tego obszaru na tle innych regionów Europy Środkowej” (21 odpowiedzi, czyli 19% badanych) oraz: „raczej nie, biorąc pod uwagę większy potencjał regionu dla rozwoju turystyki aktywnej i rekreacyjnej” (5 odpowiedzi, czyli 5% badanych). Tylko jeden ankietowany wskazał odpowiedź: „Nie mam zdania”.

Na drugie pytanie najczęściej osób odpowiedziało: „identyfikacja cech charakterystycznych dla tego obszaru pod względem kulturowo-historycznym” (86 odpowiedzi, czyli 78 badanych) oraz: „rozwój tylko najważniejszych i najbardziej znanych ośrodków turystycznych”. Pozostałe opcje dotyczące: „rozwoju i uzupełniania infrastruktury, bazy noclegowej (współpraca z mieszkańcami regionu), usługi gastronomiczne, stacji ładowania. Dotarcie do mądrych ludzi w regionie, którzy wiedzą, jak przyczynić się do rozwoju (rzemiosło itp.). Utworzenie grup roboczych, które na bieżąco zajmują się sugestiami osób odwiedzających region i jego mieszkańców – sami będą zgłaszać nowe pomysły”, „budowa podstawowych obiektów użyteczności publicznej – wodociągów, kanalizacji „ oraz „więcej szlaków turystycznych” wskazało po 1 osobie.

Najwięcej ankietowanych w kolejnym pytaniu odpowiedziało: „zdecydowanie tak, jest to ważny element dla osób identyfikujących się z regionem” (78 odpowiedzi, czyli 68% badanych). Kolejnymi odpowiedziami były kolejno: „tak, ale wymaga dodatkowej i powszechnej potrzeby” (32 odpowiedzi, czyli 29% badanych) oraz: „trudno powiedzieć, dla turystów spoza regionu może to nie być zbyt dużo” (7 odpowiedzi, czyli 6% badanych).

Na ostatnie pytanie najczęściej osób odpowiedziało: „rozwój infrastruktury towarzyszącej w zakresie sportu, rekreacji, kultury i gastronomii” (69 odpowiedzi, czyli 63% badanych) oraz: „zwiększyć inwestycje w promocję regionalną i międzynarodową”

(58 odpovedí, czyli 53% badanych). Najmniej osób wskazało na: „konieczny remont dworca PKP i PKS” oraz „bezpieczne ścieżki rowerowe” po 1 osobie.

V ankete s názvom: „Pohraničie v turistickom cestovaní. Zo Sniny do Karpatskej Tróje.” Zúčastnilo sa 109 ľudí (z toho 70 žien, t.j. 64 % opýtaných). Najviac respondentov malo vyššie a stredoškolské vzdelanie (po 46 odpovedí, t. j. 42 % opýtaných), bolo vo veku 27-45 rokov (68 odpovedí, t. j. 62 % opýtaných) a boli zamestnaní (80 odpovedí, t. j. 73 % opýtaných).

Na prvú otázku: „Myslíte si, že spoločná turistická a kultúrna ponuka spájajúca oblasti Nízkych Beskýd na oboch stranách hranice (vrátane miest Krosno a Bardejov) je zaujímavý nápad, ktorý by mohol ovplyvniť rozvoj cestovného ruchu v r. tento región?” najčastejšie odpovede boli nasledovné: „regionálna turistická atrakcia s veľkým potenciálom” (54 odpovedí, t. j. 50 % opýtaných), „dobre rozvinutá a známa historická lokalita” (30 odpovedí, t. j. 28 % opýtaných), „miesto na trávenie času a rekreáciu” (23 odpovedí, t. j. 21 % opýtaných) a „centrum kultúrneho dedičstva, ktoré si vyžaduje oživenie, propagáciu a komercializáciu” (14 odpovedí, t. j. 36 % opýtaných).

V druhej otázke: „Súčasná turistická ponuka Karpatskej Tróje si vyžaduje:” väčšina respondentov uviedla odpoveď: „rozšírenie areálu skanzenu, vytvorenie väčšej škály prezentácie historického dedičstva” (45 odpovedí, teda 41 % opýtaných). Následne respondenti uviedli: „rozširovanie turistických zariadení, napr. lesné divadlo, cyklistické chodníky, gastronómia” (37 odpovedí, t. j. 34 % opýtaných), „dovybavenie infraštruktúry s cieľom farebne ilustrovať život pravekých a starovekých civilizácií” (26 odpovedí, t. j. 24 % respondentov) subjektov). Najmenej respondentov odpovedalo: „pomocou moderných digitálnych technológií organizovať epické cesty do minulosti” (15 odpovedí, t.j. 14 % opýtaných).

Na tretiu otázku: "Je Karpatská Trója súčasťou turistickej ponuky poľsko-slovenského pohraničia?" väčšina respondentov uviedla: „asi áno, ale vyžaduje si to ešte väčšie uznanie a rozšírenie” (52 odpovedí, t. j. 48 % respondentov). Druhou voľbou bola odpoveď: „určite áno, je to jeden z ťahúňov cestovného ruchu v celom regióne” (37 odpovedí, t. j. 34 % opýtaných). Ďalšou voľbou bola odpoveď: „ťažko povedať, je to ešte len v ranom štádiu vývoja” (16 odpovedí, t. j. 15 % opýtaných). Najmenej odpovedí bola odpoveď: „pravdepodobne nie, je lokálneho charakteru a nie je dobre známa v zahraničí” (7 odpovedí, t. j. 6 % opýtaných).

Vo štvrtej otázke: "Ako propagovať a komercializovať ponuku Karpatskej Tróje?" najväčší počet respondentov odpovedal: „zvýšiť výdavky na propagáciu na Podkarpátí,

v Poľsku a v zahraničí“ (44 odpovedí, t.j. 40 % respondentov). Ďalšími najčastejšie volenými možnosťami boli: „zvýšiť úroveň spolupráce s domácimi a zahraničnými inštitúciami a firmami“ a „rozvoj sprievodnej infraštruktúry – športovej, rekreačnej, kultúrnej a gastronomickej v okolí“. Každá z týchto dvoch možností získala 28 odpovedí, teda 26 % opýtaných. Najmenej zvolená odpoveď: „zvýšenie počtu kultúrnych podujatí, zlepšenie ich úrovne a atraktivity“ získala 25 hlasov, čiže 23 % opýtaných.

Na poslednú otázku: "Ako spoluvytvárať poľsko-slovenskú turistickú ponuku?" respondenti najčastejšie uvádzali odpovede: „zapojiť do spolupráce veľa subjektov na oboch stranách hranice“ (59 odpovedí, t. j. 54 % opýtaných) a „organizovať podujatia s osobitným dôrazom na zahraničných turistov“ a „prilákať rôzne skupiny príjemcovia s na mieru šitými a atraktívnymi aktivitami“ (po 29 odpovedí, t. j. 27 % respondentov).

Na základe prieskumu možno konštatovať, že pre väčšinu respondentov je Karpatská Trója regionálnou turistickou atrakciou, ktorá má veľký potenciál a mala by sa rozvíjať. Obyvatelia veria, že areál skanzenu by sa mal zväčšiť, aby jeho ponuku mohlo využiť viac ľudí. Väčšina respondentov sa domnieva, že Karpatská Trója je súčasťou turistickej ponuky poľsko-slovenského pohraničia, zdôrazňujú však, že si vyžaduje rozšírenie a väčšie uznanie zariadenia. Karpatská Trója by sa mala podporovať zvýšením výdavkov na propagáciu v Podkarpatskom vojvodstve, v Poľsku a na medzinárodnej úrovni. Poukazujú na záväzok partnerov na oboch stranách hranice rozvíjať spoločnú poľsko-slovenskú turistickú ponuku.

Rovnaký prieskum sa uskutočnil aj u občanov Slovenska. Štúdie sa zúčastnilo 110 ľudí (z toho 81 žien, t. j. 74 % všetkých respondentov). Väčšina respondentov mala vyššie vzdelanie (70 odpovedí, t. j. 64 % opýtaných), bola vo veku 27-45 rokov (61 odpovedí, t. j. 62 % opýtaných) a bola tehotná (97 odpovedí, t. j. 88 % opýtaných).

V prvej otázke väčšina respondentov označila odpoveď: „určite áno, najmä áno, s prihliadnutím na význam kultúrneho dedičstva“ (87 odpovedí, t. j. 79 % opýtaných). Medzi odpovede patrili: „áno, pretože je charakteristické tohto územia na pozadí ostatných regiónov strednej Európy“ (21 odpovedí, t. j. 19 % opýtaných) a: „pravdepodobne nie, úzko zužovať potenciál regiónu pre rozvoj aktívneho a rekreačného cestovného ruchu“ (5 odpovedí, t. j. 5 % respondentov).

Na druhú otázku odpovedalo najviac respondentov: „identifikácia kultúrno-historických črt charakteristických pre túto oblasť“ (86 odpovedí, t.j. 78 údajov) a: „rozvoj len najdôležitejších a najdôležitejších služieb“. Zostávajúcou možnosťou je

Žežyce: „rozvoj a rozširovanie infraštruktúry, ubytovacích zariadení (spolupráca so zamestnávateľmi regiónu), stravovacích služieb a staníc łaąža.“ Oslovenie šikovných ľudí v konkrétnych oblastiach, ktorí vedia robiť veci (remesla a pod.). Vytvorenie skupín otvorenosti, ktoré aktuálne zaujímajú podnety od ľudí navštevujúcich región a jeho obyvateľov – budú predkladať nové nápady, „výstavba jadra verejnoprospešného zariadenia – vodovod, kanalizácia“ a „viac informačných trás“ naznačili. po 1 osobe.

V ďalšej otázke najviac opýtaných odpovedalo: „určite áno, je to dôležitý prvok pre ľudí identifikujúcich sa s regiónom“ (78 odpovedí, t. j. 68 % opýtaných). Ďalšie odpovede zneli: „áno, ale vyžaduje si to dodatočnú a spoločnú potrebu“ (32 odpovedí, t. j. 29 % opýtaných) a: „ťažko povedať, pre turistov mimo regiónu to nemusí byť priveľa“ (7 odpovedí, t.j. 6 % opýtaných).

Na poslednú otázku odpovedalo najviac ľudí: „rozvoj podpornej infraštruktúry v oblasti športu, rekreácie, kultúry a gastronómie“ (69 odpovedí, t.j. 63 % opýtaných) a: „zvýšenie investícií do regionálnych a interpolačných aktivít“ (58 odpovedí, t. j. 53 % opýtaných) . Najmenej ľudí uviedlo: „nutná rekonštrukcia železničných a autobusových staníc“ alebo „bezpečné cyklistické priechody“ – po 1 osobe.