

MESTO MYJAVA

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu v Myjave

OBSAH

Úvod	2
1. Analýza potenciálu pre cestovný ruch v Myjave	4
1.1 Primárna ponuka	4
1.2 Sekundárna ponuka	5
1.3 Kultúra a šport	7
2. Definovanie strategických cieľov	11
3. Marketing	25
3.1 Marketingová značka	25
3.2 Marketingový slogan	25
3.3 Imidž	25
3.4 Segmentácia trhu cestovného ruchu	26
3.5 Marketingový mix	29
3.5.1 Produkt	29
3.5.2 Distribúcia	30
3.5.3 Marketingová komunikácia	30
4. Zhrnutie implementačných krokov	32

Úvod

Cestovný ruch ako jedno z prierezových odvetví hospodárstva predstavuje dôležitú súčasť spoločensko-ekonomického života a považujeme ho za dôležitý faktor ekonomického a sociálneho rozvoja regiónov, ktorý ovplyvňuje tvorbu nových pracovných príležitostí, stimuluje rozvoj technickej a sociálnej infraštruktúry, zlepšuje starostlivosť o životné prostredie a občiansku vybavenosť, je zdrojom príjmov obcí a regiónu. V rámci služieb, ktoré ako celok vykazujú vysokú dynamiku, sa radí cestovný ruch k rýchle rastúcim. Významný je aj vplyv cestovného ruchu na vývoj zamestnanosti, pričom veľkú časť zamestnancov predstavuje relatívne málo kvalifikovaná pracovná sila. Práve tá, ktorá tvorí podstatnú časť nezamestnaných. Okrem pracovných miest v zariadeniach cestovného ruchu, vyvoláva tvorbu pracovných miest aj v dodávateľských odvetviach. Vzhľadom na súčasný vývoj a vstup Slovenska do Európskej únie, mesto Myjava vníma odvetvie cestovného ruchu veľmi citlivo a uvedomuje si jeho význam pre ďalší rozvoj mesta a života v ňom. Cestovný ruch je jav veľmi citlivý na imidž krajiny a sám ho napomáha veľmi účinne, nenásilne a efektívne vytvárať. Napriek tomu, že časť cestovného ruchu sa realizuje na území chránenom v citlivom prírodnom prostredí, jeho vplyv na prírodné prostredie je výrazne menej zaťažujúci ako vplyv priemyselných odvetví. Naopak má silný záujem na zachovaní nenarušeného životného prostredia a pôvodných hodnôt krajiny - prírodných aj vytvorených. Aby sme zabránili živelnému rozvoju cestovného ruchu a zaťaženiu životného prostredia, je nutné budovať koordinačné štruktúry na úrovni regiónu a obcí. V tomto zmysle úloha podpory rozvoja cestovného ruchu sa javí ako nevyhnutná a spadá do pôsobnosti samosprávy ako koordinátora rozvoja cestovného ruchu v regióne.

Cieľavedomý rozvoj a plánovanie rozvoja cestovného ruchu sú podmienené vypracovaním a prijatím koncepcie rozvoja cestovného ruchu, ktorá bude formulovať poslanie cestovného ruchu v regióne, ciele rozvoja cestovného ruchu a čiastkové stratégie na dosiahnutie cieľov rozvoja. Koncepcia rozvoja cestovného ruchu bude formulovať hlavné zámery rozvoja, ktoré budú v súlade s Národným programom rozvoja cestovného ruchu, rozvojovými štúdiami Trenčianskeho samosprávneho kraja, Rozvojovou štúdiou Kopaničiarskeho regiónu Veľká Javorina – Bradlo a Územným plánom mesta Myjava. Nositeľom a realizátorom prijatej koncepcie rozvoja cestovného ruchu budú samospráva – Mesto Myjava so svojimi organizačnými zložkami, podnikateľské subjekty, ktoré na rozvoji cestovného ruchu participujú, neziskové organizácie, štátna správa, ktorá vymedzuje a koordinuje legislatívnu rovinu rozvoja, miestne obyvateľstvo, ktoré je súčasťou priestoru, v ktorom sa predpokladaný rozvoj bude realizovať a v neposlednej miere účastník cestovného ruchu – turista, ktorý vystupuje ako konečný konzument produktov cestovného ruchu. Ide o zložitý proces, ktorý bude náročný ako z časového, tak i z finančného hľadiska.

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu v Myjave sa venuje tvorbe produktu cestovného ruchu a podpore jeho predaja, rozvoju verejnej infraštruktúry, štatistike a prieskumu cestovného ruchu, verejnému vzdelávaniu a práci s verejnosťou na budovanie pozitívneho vzťahu obyvateľov k účastníkom cestovného ruchu, budovaniu pozitívneho imidžu regiónu, tvorbe značky cieľového miesta cestovného ruchu, vyhľadávaniu finančných prostriedkov a finančných podpôr na realizáciu cieľov rozvoja regiónu, koordinácii a stimulácii podnikateľských aktivít v regióne. Koncepcia rozvoja cestovného ruchu vymedzuje plánovanie rozvoja cestovného ruchu v časovom horizonte 10 rokov. Aktuálnosť koncepcie bude zabezpečená priebežne počas programovacieho obdobia. Aktualizácia dokumentu

bude stanovovaná každoročne ku koncu kalendárneho roka formou doplnkov koncepcného dokumentu. Implementácia cieľov definovaných v koncepcii bude programovaná v akčnom pláne na príslušný rok. Nositeľom zodpovednosti aktualizácie bude Mesto Myjava – oddelenie regionálneho rozvoja a cestovného ruchu. Koncepcia rozvoja cestovného ruchu identifikuje strategické ciele, ktoré by sme chceli dosiahnuť v horizonte 10 rokov.

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu v Myjave:

- rešpektuje prierezový charakter cestovného ruchu a komplexnosť jeho produktov
- diferencuje ciele rozvoja cestovného ruchu v závislosti od primárnej a sekundárnej ponuky cestovného ruchu
- vytvára predpoklady pre koordináciu záujmov v rozvoji cestovného ruchu
- vytvára predpoklady pre spoluprácu súkromného sektora s verejným sektorom s cieľom poznávania spoločných záujmov pri komplexnom uspokojovaní potrieb účastníkov cestovného ruchu

Pri plánovaní rozvoja cestovného ruchu zohľadňujeme Národný program rozvoja cestovného ruchu v Slovenskej republike, ktorý vychádza z piatich strategických cieľov:

1. posilnenie postavenia odvetvia cestovného ruchu v národnom hospodárstve
2. rast konkurencieschopnosti odvetvia cestovného ruchu SR v európskom priestore
3. zvýšenie atraktívnosti SR ako dovolenkového cieľa
4. rast objemu pobytového cestovného ruchu
5. zlepšenie štruktúry návštevníkov skvalitňovaním poskytovaných služieb

1. Analýza potenciálu pre cestovný ruch v Myjave

Chceme dosiahnuť, aby cestovný ruch ako ekonomicko-sociálny fenomén doby výraznou mierou ovplyvňoval rozvoj Myjavy a regiónu vôbec. Vzhľadom na existujúce trendy rozvoja v cestovnom ruchu chceme rozvoj mesta orientovať na ponuku intenzívnych zážitkov pre návštevníkov, na ponuku priestoru vzájomných sociálnych kontaktov, sebaurčenia a sebarealizácie v kombinácii s existujúcim potenciálom cestovného ruchu a potenciálom ľudských zdrojov. Našu ponuku chceme úzko naviazať na tradície a ľudové prejavy, ktoré sa dochovali z minulosti a predávajú sa z generácie na generáciu.

Charakteristika cestovného ruchu a potenciálu cestovného ruchu v Myjave a jej okolí vychádza z histórie mesta, z prírodných daností, z tradícií, remesiel a dochovaných tradičných ľudových prejavov, z odkazu historických a súčasných osobností a z potenciálu organizovania kultúrnych podujatí. Nutné je spomenúť, že celý ráz mesta a život v ňom je hlboko ovplyvnený históriou, ktorá sa tu vzhľadom na minulé obdobia dochovala v pôvodnej forme. Cestovný ruch budeme orientovať na využívanie kultúrneho, mestského a športového turizmu, možnosti prezentácie mesta ako kopaničiarskeho regiónu, rozvoja ekologických málo záťažových foriem cestovného ruchu v okolí mesta. Dôležitým faktorom, ktorý ovplyvňuje rozvoj mesta v oblasti cestovného ruchu je prihraničnosť regiónu, čo poskytuje priestor spolupráci a nadviazania na už existujúce aktivity cestovného ruchu v širšom regióne aj za hranicami našej krajiny.

1.1. Primárna ponuka

Primárna ponuka mesta Myjava je zastúpená Gazdovským dvorom, múzeom SNR, sakrálnymi stavbami. V okolí mesta je primárna ponuka zastúpená prírodnými a kultúrnymi danosťami kopaničiarskeho kraja.

Pre mesto Myjava je charakteristické zachovanie tradícií, ktoré predstavujú jedinečný fenomén v kultúrnej oblasti. Hlavným nositeľom zachovávanía a prezentácie ľudových tradícií je Gazdovský dvor.

a) Kultúrne pamiatky

Čo sa týka kultúrnych pamiatok v Myjave nie sú zastúpené v hojnom počte. Najstaršou zachovanou stavbou je *rímsko-katolícky kostol* v barokovom slohu. S jeho výstavbou začal Daniel Krman v r. 1697. Na kostole je tabuľa s latinským textom venovaným D. Krmanovi.

Nový *evanjelický tolerančný kostol* sa začal stavať v Myjave v roku 1784. Je postavený v barokovo-klasicistickom slohu.

Rovnako *katolícky i tolerančný kostol* má i Turá Lúka. Kostol, ktorý je dnes vo vlastníctve rímsko-katolíckej cirkvi, bol postavený v roku 1610 na mieste, kde stál pôvodný turoľucký drevený kostol. Na jeho stene z vonkajšej južnej strany je umiestnená pamätná tabuľa, hovoriaca o založení Turej Lúky i o stavbe kostola.

Tolerančný kostol začali stavať v roku 1792, ale vežu pre zle urobené základy museli rozobrať. Kostol bol dostavaný v roku 1793 a zvonica v roku 1874.

Na dolnom konci námestia v Myjave je zachovaná *budova bývalého okresného kráľovského súdu* z roku 1905, pod ktorou je podpísaný významný stavitel' Milan Harmic, ktorý v secesnom slohu v r. 1910 rovnako vytvoril i budovu novej evanjelickej fary.

Ďalej je to dom *pani Koléniovej* zo začiatku 30-tych rokov 19. storočia, ktorý je súčasťou múzea SNR a celý je národnou kultúrnou pamiatkou.

Raritou v Myjave je *pomník generála M. R. Štefánika* v centre mesta, ktorý bol postavený ako prvý v ČSR. Slávnostne odhalený bol už v roku 1921. Jeho jedinečnosť spočíva aj v tom, že sa uchoval na pôvodnom mieste po všetky roky. Po výtvarnej stránke patrí pomník k vrcholom európskeho kubizmu.

Najviac využívaný pre potreby kultúry, turizmu a ukážok tradičnej kultúry je *Gazdovský dvor*, ktorý pochádza z prelomu 19. a 20. storočia a bol plne zrekonštruovaný v roku 2006.

Pre kultúrne podujatia sa využívajú priestory kultúrneho *domu Samka Dudíka* a *Gazdovského dvora*. Priestory evanjelického kostola sa využívajú na organizovanie cirkevných a hudobných podujatí.

b) Turistika a cykloturistika

Oblasť Malých a Bielych Karpát a Myjavskej pahorkatiny má mimoriadne vhodné podmienky pre cykloturistiku. Sú tvorené množstvom asfaltových komunikácií, ktoré vedú popri riekach, naprieč pohoriami alebo hlboko do dolín. Hlavnú kostru cyklotrás tvorí Kopaničiarska cyklomagistrála, ktorá vytvára spojnicu medzi Považím a Záhorím. Okrem toho bolo vyznačených niekoľko doplnkových trás, ktoré sprístupňujú najkrajšie zaujímavosti regiónu. Celkovo je v oblasti vyznačených viac ako 400 kilometrov cykloturistických trás.

V celom kraji sú veľmi dobré podmienky aj na turistiku. Nachádza sa tu viacero turistických chodníkov. Značenie a orientačné tabule sú dobre udržiavané turistickým klubom a sú plne využívané turistami.

Blízkosť týchto turistických trás a oblastí k mestu a ich napojenie na okolité turistické oblasti poskytuje priestor dynamického rozvoja cykloturistiky a turistiky zameranej na environmentálne aktivity.

Chýbajú náučné chodníky, ktoré by zatraktívnilo tento región pre pešiu turistiku a cykloturistiku.

c) Vidiecky turizmus a agroturistika

Hlavným faktorom pre rozvoj tejto formy je vlastné vidiecke prostredie, ktoré môže slúžiť ako východisko do rekreačného prostredia, ako miesto zabezpečenia alebo uskutočnenia pobytu (napr. ubytovanie, služby), ako cieľové miesto rekreácie a poznávania, pri forme agroturistiky dokonca aj zapojenie sa do poľnohospodárskej a lesníckej výroby. Takmer všetky obce v okolí Myjavy majú predpoklady takéhoto turistického využitia, lebo toto závisí v značnej miere aj od iniciatívneho prístupu obecných samospráv, miestnych podnikateľov a obyvateľov.

1.2 Sekundárna ponuka

Sekundárna ponuka cestovného ruchu predstavuje služby, ktoré sa na riešenom území poskytujú a ktoré nadväzujú na primárnu ponuku a vytvárajú komplexný balík cestovného ruchu.

Ubytovacie a stravovacie služby

V súčasnej dobe je veľký problém s ubytovacími službami v meste Myjava. Počet funkčných ubytovacích zariadení je vzhľadom na rozvíjajúci sa trh cestovného ruchu veľmi malý. V blízkom období by sa mal otvoriť aj hotel v centre mesta, ktorý rozšíri možnosti ubytovania. Stravovacie služby takisto neposkytujú dostatočný priestor na bežné stravovanie a vo svojej ponuke neprezentujú tradičnú gastronómiu.

Tabuľka č. 1: Ubytovacie zariadenia v meste Myjava

Názov zariadenia	Kapacita	Poznámka
Spoločenský dom	50 lôžok	
Gazdovský dvor	8 lôžok	
SOUs – internát	50 lôžok - celoročne	100 lôžok – počas letných prázdnin
ZŠŠ poľn. - internát	30 lôžok – celoročne	90 lôžok – počas letných prázdnin
Hotel Štefánik	-	Momentálne vo výstavbe
Penzión RV Bistro Ružička	25 lôžok	Momentálne vo výstavbe
Penzión Vajaš, Trnovce	-	Momentálne vo výstavbe

Tabuľka č. 2: Ubytovacie zariadenia v prímestskej rekreačnej oblasti Stará Myjava

Názov zariadenia	Kapacita	Poznámka
Chatová osada Nevedal, St. Myjava	70 lôžok – 13 chát	

Tabuľka č.3: Reštauračné zariadenia v Myjave

Názov	Kapacita	Typ	Poznámka
Vináreň pod vežou	70	vináreň	
Harmónia	20	kaviareň	v ponuke aj palacinky, zákusky
Snack-gastro-drink Andrea	38	fast food	
Spoločenský dom	70 + 28 terasa 50	kaviareň a jedáleň	možnosť stravovania v oboch
RV Bistro			momentálne rozsiahla prestavba
Pizzeria Cross	64	pizzeria	
Reštaurácia Neptún	100	reštaurácia	
Reštaurácia Trnovce	70 + 40 terasa	reštaurácia	
Blue Bar	50 + 16 terasa	bar	v ponuke aj bagety
Kolkáreň u Freda	33 + 48 terasa	bar	v ponuke jedlá na objednávku
Pizzeria	40	pizzeria	
Bufet železničná stanica	40 + 12 terasa	bufet	

Doplňkové služby:

Na rozvoji cestovného ruchu ako celku a na prezentácii mesta participujú mnohé kultúrne inštitúcie a organizácie - Gazdovský dom v Turej Lúke, Myjavské osvetové stredisko, Múzeum SNR, Mesto Myjava, folklórne súbory Kopaničiari, Kopaničiar, Kopa, Kýčer a podnikatelia. Významné animačné aktivity, ktoré vystupujú ako dôležitý prvok atraktivity pre návštevníka sú kultúrne podujatia. Z pravidelných podujatí sú to:

- Folklórne slávnosti
- Vianočné trhy
- Michalský jarmok
- Podujatia v Gazdovskom dvore (Fašiangy, Kopaničiarska svadba, Dupanie humna, ...)
- Motokros
- Veľká cena Slovenska v basketbale žien

Ďalej sú to mnohé podujatia konajúce sa nepravidelne napr. súťaž kolobežiek, jazda horských bicyklov, ...

Doplňkové služby sa orientujú aj na športové vyžitie a relax. V meste sa nachádzajú športová hala, fitnes štúdio, letné kúpalisko, plaváreň, kolkáreň, bežecká dráha, tenisové kurty, ľadová plocha, plážový volejbal, futbalové ihrisko pri II. ZŠ, bowling, spinning centrum a v neposlednom rade lyžiarsky vleč v Starej Myjave.

Škála doplnkových služieb v Myjave vzhľadom na trendy rozvoja cestovného ruchu je na nižšej úrovni, chýbajú požičovňa bicyklov, volejbalové ihriská, špecializovaná predajňa, v ktorej by sa prezentovalo tradičné umenie Myjavy.

Veľkým nedostatkom v meste Myjava je neprítomnosť Turistickej informačnej kancelárie, ktorá by informovala účastníka cestovného ruchu o atraktivitách mesta a príľahlého regiónu.

Rekreačná oblasť Stará Myjava

Rekreačná oblasť Stará Myjava sa nachádza 6 km od Myjavy na úpätí CHKO Biele Karpaty. Táto lokalita sa vo výraznej miere využíva na prímestskú rekreáciu motivovanú cyklistikou, turistikou a vodnou nádržou. Nachádza sa tam množstvo súkromných chat, rekreačnou oblasťou vedie sieť značených turistických chodníkov.

Výhodou Starej Myjavy je aj možnosť využívania v zimnom období, pretože sa tu nachádza lyžiarsky vleč. Vybavenie strediska je dobré, v prípade nedostatku snehu je možnosť umelého zasnežovania a takisto nočného lyžovania.

1.3 Kultúra a šport

Kultúru v meste reprezentuje škála kultúrnych inštitúcií, združení a mimovládnych organizácií. V Myjave pôsobia významné kultúrno-vzdelávacie zariadenia ako je Múzeum SNR, Myjavské osvetové stredisko, Dom kultúra Samka Dudíka, Gazdovský dvor, Mestská knižnica, kino Primáš.

Myjava je známa ligovým basketbalovým, futbalovým a volejbalovým klubom, populárne sú aj hádzaná, karate, plávanie a iné. Je nutné venovať pozornosť k vybudovaniu nových športovísk, ktoré vychádzajú z potreby nových trendov v oblasti športov (napr. squash, ...).

Kultúrne zariadenia

a) Múzeum SNR

Predstavuje významnú kultúrnu inštitúciu. Bolo otvorené v roku 1968. Založené pri príležitosti 120. výročia prvej Slovenskej národnej rady, ktorá v revolučných rokoch 1848 – 1849 po prvý raz zasadala v Myjave. Má trvalú expozíciu, ktorá sa zaoberá 1. SNR, časťou objektu je aj dom pani Koléniovej, v ktorom 1. SNR zasadala. Okrem múzejných zbierok vytvára priestor na organizovanie vernisáží a prezentovanie umenia.

b) Mestská knižnica

Významným verejným zariadením v meste je knižnica. Vo väčšej miere ja využívaná hlavne deťmi a mládežou. V tomto roku sa dočkala knižnica internetizácie, keď v rámci projektu dostala nové PC, ktoré môžu využívať všetci čitatelia knižnice zdarma. Mestská knižnica takisto poskytuje možnosť použitia kopírky v prípade záujmu.

c) Kultúrny dom Samka Dudíka

Dom kultúry disponuje reprezentatívnymi priestormi určenými na organizovanie divadelných a hudobných predstavení, koncertov, výstav a iných kultúrnych podujatí. Plní aj významnú spoločenskú funkciu, pretože práve v týchto priestoroch sa poriadajú aj rôzne plesy a iné spoločenské stretnutia. V priestoroch kultúrneho domu sa zastrešuje činnosť folklórnych súborov, je domovom Základnej umeleckej školy, mestskej knižnice, Myjavského osvetového strediska, či BLUE Baru.

d) Gazdovský dvor

Prezentuje tradičné formy života, bývania, tradícií a zvyklostí poľnohospodárskej usadlosti z rokov 1900 -1950 v myjavskom regióne. Okrem bežnej dennej prevádzky Gazdovský dvor ponúka pravidelné podujatia pre verejnosť. Každý návštevník sa tu môže pridať, napríklad medzi svadobčanov na kopaničiarskej svadbe, zúčastniť sa zabíjačky, fašiangov, veľkonočnej šibačky, majálesu, dožinkov, dupania humna, drápačiek peria, varenia lekváru, či vyskúšať si viazanie myjavských dievčenských ručníkov alebo si obliecť myjavský kroj. Pri tom si môže zatancovať pri muzike a samozrejme, okoštovať dobré myjavské pálené a iné regionálne špeciality. Myjavské osvetové stredisko, príspevková organizácia TSK, programovo zabezpečuje aktivity v Gazdovskom dvore v Myjave - Turej Lúke, ktorý prezentuje tradičné formy života a bývania v myjavskom regióne zač. 20.storočia

e) PKO Trnovce

PKO Trnovce je situovaný na okraji mesta Myjava smer Stará Myjava. Oblasť už spadá do chránenej krajinnej oblasti Biele Karpaty. Nachádza sa tam reštaurácia a vo výstavbe je aj penzión. Miestu dominuje amfiteáter, ktorý je zasadený do prirodzeného svahu. Každoročne sa tu konajú folklórne slávnosti a množstvo iných podujatí, ktorým vyhovuje danosť prostredia. Celý PKO je obkolesený krásnym lesíkom.

Kultúrny život v meste

Kultúrny život v meste sa predovšetkým deje vďaka spolupráci mnohých inštitúcií (Mesto Myjava, Myjavské osvetové stredisko, Múzeum SNR, neziskové organizácie podporujúce propagáciu cestovného ruchu), ktoré sa snažia prezentovať nielen tradičný ľudový prejav a tunajšie zvyky, ale tiež ľudovo–umelecký prejav súčasnosti. V meste aktívne pôsobia hudobné a tanečné telesá orientované na prezentáciu tradičných prejavov ako sú folklórne súbory (Kopaničiarik, Kopaničiar, Kopa, Kýčer), fotografický klub Lumen, ktorý pravidelne organizuje výstavu fotografií. V meste pôsobí aj spolok výtvarníkov, ktorý sa prezentuje výstavami inštalovanými v múzeu SNR. Dôležitou časťou kultúrneho života v meste je amatérsky divadelný súbor Korbáč, ktorý pripravuje divadelné predstavenia a takisto poriada v období Vianoc divadelný festival „Vianoce v divadle“.

Atmosféru v meste vytvárajú kultúrne podujatia, ktoré sú súčasťou spoločenského života mesta. Kalendár kultúrnych podujatí je každoročne napĺňaný folklórnym festivalom, tradičnými jarmokmi a množstvom iných kultúrnych podujatí (stretnutie heligonkárov, vianočný program Od Adventu do Troch Kráľov, ...)

Neoddeliteľnou súčasťou kultúry mesta sú aktivity základnej umeleckej školy, ktorá prezentuje a rozvíja kultúrny prejav mládeže a ich učiteľov.

Veľmi významnou organizáciou zastrešujúcu kultúrny život v meste je **Centrum tradičnej kultúry** (bývalé Myjavské osvetové stredisko). Základným poslaním Centra tradičnej kultúry je v zmysle Osvetového zákona napomáhať cieľavedomému rozvoju kultúry a osvetu, na základe záujmov a potrieb občanov v podmienkach miest a obcí. Prioritou v jeho prezentačnej činnosti je Myjava - Medzinárodný folklórny festival - najväčšie podujatie s najdlhšou tradíciou, ktoré je venované tradičnej kultúre na západnom Slovensku. Centrum tradičnej kultúry zároveň poskytuje metodickú a odbornú starostlivosť všetkým folklórnym kolektívom a popri tom ich zapájania do svojich aktivít. Nadregionálnu metodickú pomoc poskytuje v oblasti rozvoja tanečnosti vo folklórnych skupinách západného Slovenska. CTK podporuje publikačnú činnosť folkloristov, ktorí sa venujú výskumu nášho regiónu. Pripravuje prezentácie a vysiela kolektívy z regiónu na rôzne typy postupových súťaží. Metodicky nepôsobí len v kolektívoch zaoberajúcich sa uchovávaním a rozvojom živej tradičnej kultúry regiónu, ale aj širokej verejnosti. V rámci prezentačných aktivít strediska organizuje tanečné školy a tanečné domy regionálneho tanečného folklóru a tak tieto regionálne tanečné tradície vracia tam odkiaľ vzišli – verejnosti.

Športové zariadenia a areály

Veľmi významným športovým prvkom je areál športovej haly, kde sa nachádza krytá plaváreň, letné kúpalisko, futbalový štadión, zimný štadión, fitnes štúdio, sauna, spinning. Ďalšie športové areály sú súčasťou infraštruktúry základných a stredných škôl. Počas roka sa v meste koná mnoho športových podujatí, z nich najvýznamnejší je motocross, ďalej sú to futbalové a basketbalové stretnutia, Myjavská 50-tka, Šárka Slivková a mnoho iných športových udalostí. Terajšie športové zariadenia potrebujú modernizáciu a kompletizáciu o nové prvky.

Nedostatočné a značne opotrebené sú detské ihriská v priestoroch obytných zón, ktoré sa plánujú rekonštruovať.

SWOT analýza potenciálu CR v meste Myjava

Tabuľka č.3

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - prírodný potenciál - tradície a zachovaný myjavský folklór, folklórny festival - potenciál významných osobností a umeleckých skupín - množstvo mestskej zelene - kopaničiarsky spôsob osídlenia vhodný na rozvoj agroturistiky - jedinečnosť Gazdovského dvora ako typickej kopaničiarskej usadlosti - blízkosť kúpeľných stredísk – Piešťany, Smrdáky - výhodná geografická poloha – blízkosť hraníc s ČR a Rakúskom – možnosť spolupráce - široké možnosti pre športovanie – športový mestský areál, cyklotrasy, turistické chodníky, vodné plochy, lyžiarske stredisko v Starej Myjave - blízkosť Veľkej Javoriny a Bradla 	<ul style="list-style-type: none"> - nedostatočná kapacita a kvalita ubytovania a služieb CR - nedostatočná ponuka tradičných gastronomických špecialít - chýbajúca oddychová zóna v centre mesta - stagnácia prímestskej rekreačnej oblasti - neexistujúce agroturistické zariadenie v Myjave a Turej Lúke a nízke prepojenie na vzdialenejšie strediská - žiadny ucelený marketing cestovného ruchu, nedostatok propagačných materiálov - nekompletnosť ponuky pre turistov - slabé možnosti fakultatívnych podujatí - nedostatok zábavy – neexistujú zábavné centrá - nedostatočná dopravná infraštruktúra na kopaniciach - nedostatok finančných prostriedkov u miestnych podnikateľov v cestovnom ruchu, nedostatok úverových zdrojov - slabá propagácia mesta a regiónu na Slovensku a v zahraničí - absencia turistickej informačnej kancelárie - zastarané služby kúpaliska
Príležitosti	Riziká
<ul style="list-style-type: none"> - napojenie na existujúce destinácie cestovného ruchu - implementácia marketingu CR - zdôraznenie tradícií 	<ul style="list-style-type: none"> - nedostatočný záujem obyvateľstva o rozvoj CR - vývoj a zmeny v samospráve - zmeny v ekonomickom a legislatívnom

<ul style="list-style-type: none"> - rozvoj vzťahov a podpora podnikateľskej sféry - rozvoj mestského, konferenčného a športového CR - cestovným ruchom prispieť k stabilizácii ekonomiky a zvýšeniu zamestnanosti - vypracovanie kvalitných projektov a možnosť získania finančných prostriedkov zo štrukturálnych fondov a dotácií - združovanie sa podnikateľov v CR - rozvoj spolupráce prihraničných regiónov - možnosti agroturistiky v myjavskom regióne - vybudovanie informačného a koordinačného centra ako aj informačného systému mesta - prezentácia regiónu na výstavách a iných podujatiach - vstup zahraničných investorov v oblasti CR 	<p>prostredí</p> <ul style="list-style-type: none"> - konkurenčné mestá a obce, regióny - nevysporiadané majetkovo-právne vzťahy - pokračovanie neriadeného rozvoja turizmu - stroskotanie spolupráce medzi samosprávou, podnikateľmi, záujmovými skupinami - nedostatočné využívanie silných stránok
---	--

2. Definovanie strategických cieľov

Strategická vízia:

Mesto Myjava – centrum zachovania a prezentácie ľudových tradícií

Celková vízia predstavuje očakávaný stav rozvoja cestovného ruchu v meste Myjava v časovom horizonte 10 rokov.

Strategickú víziu sme pretransformovali do sústavy strategických cieľov, ktoré je potrebné realizovať k naplneniu vízie. Za východiskové ciele považujeme:

- *vybudovanie nového imidžu cieľového miesta cestovného ruchu mesta Myjava, založeného na širokej ponuke atrakcií, vychádzajúc z existujúceho potenciálu cestovného ruchu*
- *vypracovanie komplexného atraktívneho produktu cestovného ruchu pre Myjavu a kopaničiarsky región*

Vychádzajúc zo silných a slabých stránok a definovaných príležitostí a ohrození si mesto Myjava stanovuje dosiahnutie žiadanej úrovne cieľov v období rokov 2007 – 2017. Tieto strategické ciele boli schválené Mestským zastupiteľstvom dňa 25. januára 2007 v Návrhu rozvoja cestovného ruchu v meste Myjava.

Strategické ciele investičného charakteru

- 1) Mesto Myjava ako stredisko mestského a konferenčného cestovného ruchu v kontexte historických pamiatok, kultúrnych možností a ponúkaných služieb.
- 2) Budovanie infraštruktúry cestovného ruchu - vybudovanie cykloturistických trás a cyklochodníkov spojených s opravou a rekonštrukciou komunikácií s vytvorením oddychových miest (dôraz na cyklochodník Myjava - Stará Myjava), rozšírenie turistických chodníkov a značení.
- 3) Vytvorenie hlavnej turistickej atrakcie - Gazdovský dvor – jeho dobudovanie, vytvorenie turisticko-informačnej kancelárie, rekonštrukcia rodinných domov na zabezpečenie ubytovania v súkromí, vybudovanie navigačného systému mesta.
- 4) Využitie PKO Trnovce ako miesta pre aktívny oddych v regióne s prepojením na rekreačnú oblasť Stará Myjava, dobudovanie rekreačnej oblasti s využitím jej potenciálu v oblasti prírodných podmienok
- 5) Dobudovanie Športhotela ako centra cieľovej skupiny športového turizmu a profesionálnych športovcov, dobudovanie športového areálu s vytvorením zázemia pre športový turizmus.
- 6) Vytvorenie turisticko-informačnej kancelárie ako akcelerátora rozvoja cestovného ruchu s komplexnou ponukou služieb a produktov.
- 7) Revitalizácia rieky Myjava s vybudovaním oddychových miest s prepojením na vybudovanie centrálnej mestskej zóny.

*Cieľ 1***Mesto Myjava ako stredisko mestského a konferenčného cestovného ruchu v kontexte historických pamiatok, kultúrnych možností a ponúkaných služieb.****Východiská**

Mesto Myjava má nevyužitý potenciál v oblasti mestského a konferenčného cestovného ruchu. Limitujúcim faktorom v tomto prípade je malý kultúrno-pamiatkový fond. Mesto nemá zachované historické jadro, v centre mesta je málo historických budov, zväčša sú to sakrálne stavby.

Na strane druhej stojí sekundárna ponuka, ktorá predstavuje balík služieb ponúkaných pre účastníka cestovného ruchu (reštauračné, ubytovacie, doplnkové služby a pod.). Výhodná poloha Myjavy (blízkosť hraníc) dáva priestor pre rozvoj formy cestovného ruchu, ktorá je na Slovensku v začiatkoch – konferenčný cestovný ruch.

Problémom však zostáva fakt, že ani sekundárna ponuka nedokáže splniť očakávania účastníka cestovného ruchu, pretože v prípade konferenčného cestovného ruchu je treba poskytovať kvalitné ubytovanie so štandardom aký si vyžaduje obchodný cestujúci resp. účastník konferencie. Predpokladáme, že novovznikajúce penzióny budú spĺňať túto požiadavku.

Zodpovedajúce priestory pre konanie konferencií by mohli spĺňať priestory v kultúrnom dome Samka Dudíka. Takisto by bolo vhodné, ak by takýmito priestormi disponovali penzióny, ktoré sú momentálne vo výstavbe.

SWOT analýza mestského a konferenčného cestovného ruchu

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - strategicky výhodná poloha mesta v blízkosti štátnych hraníc - veľký historicko-kultúrny potenciál a zachované tradície - dostavanie priemyselného parku - vhodné prostredie pre rodinnú turistiku 	<ul style="list-style-type: none"> - slabé prepojenie na hlavné cestné a železničné siete a uzly - málo historických budov a zlý stav existujúcich - úzka spolupráca inštitúcií v CR
Príležitosti	Riziká
<ul style="list-style-type: none"> - využitie existujúceho kultúrno-historického a prírodného potenciálu v rozvoji aktívneho cestovného ruchu - rozvoj služieb a podnikateľských aktivít v oblasti 	<ul style="list-style-type: none"> - získanie potrebných finančných zdrojov - celková zmena prístupu obyvateľov k tráveniu voľného času - zmena vedenia samosprávy

Cieľ 2

Budovanie infraštruktúry cestovného ruchu - vybudovanie cykloturistických trás a cyklochodníkov spojených s opravou a rekonštrukciou komunikácií s vytvorením oddychových miest, rozšírenie turistických chodníkov a značení

Priorita: cyklochodník Myjava – Stará Myjava

Východiská

Okolie Myjavy má mimoriadne vhodné podmienky pre cykloturistiku. Regiónom prechádza množstvo cyklotrás. Najfrekventovanejšia cesta je z Myjavy do rekreačnej oblasti Stará Myjava, kde je v letnom období veľké množstvo cyklistov a takisto množstvo áut, takže jediným východiskom ako doceliť bezpečnosť pre cyklistov je vytvorenie cyklochodníka.

V súčasnosti je v realizácii vytváranie doplnkov v podobe odpočívadiel pre cyklistov, panelov s mapami územia s vyznačením cyklotrás a pamätihodností v regióne v spolupráci s okolitými obcami.

V regióne existuje pomerne slušná ponuka turistických chodníkov, ktoré majú udržiavané značenie. Rozšírenie ich siete by pomohlo k ich väčšej atraktivite ako aj vybudovanie rozhľadní a informačných tabúľ, ktoré by podávali informácie o okolí, miestnych atrakciách a podujatiach v regióne. Ďalším riešením ako pritiahnúť ľudí do nášho regiónu v rámci turistiky (cykloturistiky) je vytvorenie turistických náučných chodníkov resp. chodníkov s tematickým zameraním. Turistický chodník by mohol viesť tak, aby turista (cykloturista) prechádzal miestami, ktoré spolu súvisia napr. miesta, ktoré spájajú udalosti z r. 1848, udalosti z druhej sv. vojny alebo miesta, ktoré súvisia s pálením slivovice.

Čo sa týka oddychových miest, tých v našom meste nie je veľa, takže cieľom je ich vybudovanie, tak aby účastník cestovného ruchu mal možnosť sa pri prechádzkach mestom, zastaviť, posediť a vďaka informačným panelom dozvedieť sa viac o meste, podujatiach a pod.

SWOT analýza budovania cykloturistických trás a cyklochodníkov

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - dostupnosť rekreačnej lokality - prírodný potenciál a zachované životné prostredie - existujúca spolupráca medzi obcami - atraktivnosť lokality Stará Myjava - komunikácie vhodné pre cykloturistov - existujúca sieť turistických chodníkov - oblasť s peknými výhľadmi - rôzna náročnosť chodníkov 	<ul style="list-style-type: none"> - nedostatočné využívanie potenciálu lokality - neexistujúce doplnkové služby - napojenie sa na existujúce atraktivity - nesystematické udržiavanie a skvalitňovanie cyklotrás - neprepojenie cykloturistiky a turistiky - potreba pravidelnej údržby turistických trás
Príležitosti	Riziká
<ul style="list-style-type: none"> - tvorba náučných cyklochodníkov - rozvoj vzťahov s obcami (komplexné riešenie cykloturistiky v rámci regiónu) 	<ul style="list-style-type: none"> - nedostatok finančných prostriedkov - neprijatie miestnym obyvateľstvom - legislatíva a postoj štátu k cykloturistike

<ul style="list-style-type: none">- rozvoj foriem cestovného ruchu s dôrazom na zachovanie životného- vybudovanie rozhľadní- vybudovanie organizovaných ohnísk- osadenie informačných tabúl- vybudovanie náučných chodníkov- výchova k ochrane životného prostredia- prostredia- možnosť využitia územia na rôznu náročnosť cykloturistiky + rodinnej turistiky	
--	--

Ciel' 3

Vytvorenie hlavnej turistickej atrakcie - Gazdovský dvor – jeho dobudovanie a vybudovanie prícestného hostinca, rekonštrukcia rodinných domov na zabezpečenie ubytovania v súkromí, vybudovanie navigačného systému mesta

Východiská

Hlavným turistickým lákadlom, aký Myjava ponúka je Gazdovský dvor. Je ukážkou života a tradícií v myjavskom regióne. Konajú sa v ňom podujatia, ktoré prezentujú zvyky nášho kraja a do ktorých sa môžu účastníci cestovného ruchu zapájať. Gazdovský dvor ponúka možnosti prehliadky usadlosti, usporadúvajú sa v ňom rôzne reprezentatívne akcie mesta a takisto tu existuje možnosť objednania si miestnosti s možnosťou prenocovania, stravovania a pod. Jeho ponuka sa dá rozšíriť o výstavu krojov s možnosťou ich zapožičania.

Tento rok sa rozšírila ponuka programu o Dožinky, pri ktorých sa využilo aj pole v časti Padelky, kde boli ukážky prác vykonávaných na poliach.

Ďalej sa plánuje vystavenie peci na pečenie chleba ako atrakcie pre účastníkov cestovného ruchu, kde uvidia tradičný spôsob pečenia a samozrejme ho môžu aj ochutnať resp. kúpiť si ho.

Vybudovanie prícestného hostinca s ponukou ubytovania a stravovania je výbornou príležitosťou pre Gazdovský dvor ako aj pre mesto Myjava. Rozšírila by sa ponuka ubytovania a samozrejme zvýšil by sa tým aj počet prenocovaní v meste. Je dobré, ak účastník cestovného ruchu má možnosť ubytovania v mieste podujatia. Zvyšuje sa tým jeho pohodlie, má väčší priestor na relaxáciu a hlavne sa tým zvyšuje atraktivita miesta.

Spôsob ubytovania na súkromí momentálne nie je v našom regióne bežný, ale je to jedna z najlepších foriem rozšírenia ponuky ubytovania v oblasti Myjavskej pahorkatiny a rozvoja vidieka. Dôležitá je aj osвета a informovanosť obyvateľov o možnosti ponúkajú ubytovania na súkromí.

Vzhľadom k tomu, že informovanosť o turistických atrakciách je v našej oblasti veľmi nízka, je potrebné vybudovať informačný systém, ktorý bude navigovať účastníkov cestovného ruchu k všetkým miestam a podujatiam, ktoré zahŕňa primárna a sekundárna ponuka a tým zvýšiť návštevnosť regiónu. Navigačné tabule by mali byť umiestnené pri hlavných cestných ťahoch.

Veľkým problémom Gazdovského dvora je, že nemá stanovené ciele, ktoré chce v nasledujúcom období dosiahnuť. Riešením by bol človek, ktorý by sa staral o chod Gazdovského domu z hľadiska marketingu a komunikoval s cestovnými kanceláriami, vyhľadával by aktívne návštevníkov a riešil by s kompetentnými osobami jeho rozšírenie o už spomínanú usadlosť a jej ďalšie využitie. Môže to byť v budúcnosti osoba, ktorá bude mať na starosti chod TIK.

SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - výhodná poloha v Turej Lúke - zachované životné prostredie - doplnkové služby - autentické prostredie - existujúca sieť turistických chodníkov - prírodný potenciál, pamiatky - oblasť s peknými výhľadmi - možnosť ponuky v ktorejkoľvek obci - široká sieť cyklo a turistických trás - množstvo kultúrnych a spoločenských aktivít - vysoká preferencia územia víkendovými turistami z hlavného mesta 	<ul style="list-style-type: none"> - navigačné značenie - vzdialenosť od ubytovacích zariadení - slabý marketing a propagácia zariadenia - technická nepripravenosť - povedomie obyvateľov - odkúpenie budovy na prístrešný hostinec – vysporiadanie vlastníckych vzťahov - finančná náročnosť - technické riešenie rekonštrukcie
Príležitosti	Riziká
<ul style="list-style-type: none"> - tvorba nových služieb - propagácia orientovaná na región - podpora obyvateľstva v záujme o uchovanie tradícií - vybudovanie krojovej dielne - požičovňa krojov - možnosť prepojenia s cezhraničnými zariadeniami - vybudovanie rozhľadní - vybudovanie organizovaných ohnísk - osadenie informačných tabúl - vybudovanie náučných chodníkov - spoločná propagácia v TIK 	<ul style="list-style-type: none"> - získanie potrebných finančných zdrojov - zmena legislatívy - posilnenie konkurenčného prostredia v regióne - neprijatie miestnym obyvateľstvom - finančné zabezpečenie

Cieľ 4

Využitie PKO Trnovce ako miesto pre aktívny oddych v regióne s prepojením na rekreačnú oblasť Stará Myjava, dobudovanie rekreačnej oblasti s využitím jej potenciálu v oblasti prírodných podmienok.

Východiská

V momentálnej situácii je PKO Trnovce využívaná hlavne počas folklórnych slávností a iných podujatí poriadaných mestom Myjava. Mimo týchto podujatí je PKO navštevovaný domácimi obyvateľmi s cieľom oddychu. V areály sa nachádza aj penzión, ktorý je momentálne vo fáze výstavby. Cieľom je využiť plochy v PKO tak, aby ponúkali návštevníkom využitie svojho voľného času. Upraviť prostredie tak, aby ponúkalo viac možností obyvateľom mesta i prilahlých obcí na aktívny odpočinok všetkých skupín obyvateľstva (matky s deťmi, turisti, mládež, ...) Dôležité je sa zamerať na zachovanie prírodného charakteru miesta a lesného porastu. Zaujímavé by bolo využiť ho napr. na spoznávanie drevín tak, že by sa k drevinám umiestnili tabuľky s popisom a vhodné by bolo aj vysadiť iné dreviny. V takomto prípade by bolo miesto zaujímavé aj pre školy a samozrejme pre všetkých, ktorí navštívia PKO.

Lokalita Stará Myjava má veľký potenciál v cestovnom ruchu. Ponúka podmienky využitia takmer počas celého roka. V letných mesiacoch sem patria turistika, cykloturistika, oddych pri vode, vodné športy, loptové hry. V zimných mesiacoch rozvíja svoje aktivity prevádzkovateľ lyžiarskeho vleku a účastníci cestovného ruchu sa tiež môžu venovať behu na lyžiach. Čo sa týka ubytovacích zariadení, hotel Eurolandia je využívaný deťmi tábormi a školami v prírode, chaty sú v prenajímané alebo využívané majiteľmi. V čase, keď bude mať aj mesto Myjava svoje ubytovacie zariadenia, tie môžu ponúkať dopravné služby pre svojich hostí, aby im mohli ponúknuť atraktivitu rekreačnej oblasti Stará Myjava v spolupráci s obcou.

Prepojenie mesta prostredníctvom cyklo i pešej turistiky s rekreačnou oblasťou.

Ďalšou možnosťou ako zlepšiť ponuku v prímestských zónach je využívanie vodnej nádrže Brestovec na požívanie člnkov alebo na usporadúvanie súťaží v rybolove.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - dostupnosť z centra mesta - areál v prírode - využíva sa ako prírodné kino - prírodný potenciál Starej Myjavy - vodná nádrž - les - turistické chodníky 	<ul style="list-style-type: none"> - dá sa využívať len v dobrom počasí - nízky záujem spolupráce obcí v rámci katastrálneho úradu - nedostatok resp. absencia toaliet a iného sociálneho zázemia - nedostatok celoročných aktivít - slabá organizácia a údržba celého areálu - malé možnosti obce Stará Myjava na rozvíjanie oblasti

	- nedostatok parkovísk
Príležitosti	Riziká
<ul style="list-style-type: none"> - možnosť vytvorenia náučných chodníkov, náučných tabúl - zastrešenie pódia - vytvorenie organizovaných ohnísk a tým využitie širšej verejnosti - podpora osvedy životného prostredia - dobudovanie stravovacích zariadení - dobudovanie športovísk - vybudovanie náučných chodníkov - usporadúvanie podujatí (športových, kultúrnych) 	<ul style="list-style-type: none"> - vlastníci pozemkov - nedostatok finančných prostriedkov - neprijatie miestnym obyvateľstvom - legislatívne problémy - rôzne záujmy individuálnosť subjektov CR

Cieľ 5

**Dobudovanie Športhotela ako centra cieľovej skupiny športového turizmu
a profesionálnych športovcov, dobudovanie športového areálu s vytvorením zázemia pre
športový turizmus**

Východiská

Dobudovanie Športhotela by mestu pomohlo vo zvýšení ubytovacej kapacity, nakoľko v Myjave je v súčasnosti problém s ubytovaním. Vzhľadom k tomu, že hotel je momentálne vo fáze hrubej stavby, je treba na dostavanie a spustenie jeho prevádzky veľa finančných prostriedkov a dlhý časový horizont.

Vzhľadom k umiestneniu hotela v športovom areály, zámerom mesta je jeho využívanie pre športovcov na sústreďenia, tréningy, turnaje.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - komplexnosť športového areálu - poloha na okraji mesta - blízkosť PKO Trnovce - 	<ul style="list-style-type: none"> - hotel je vo fáze hrubej stavby - zhoršujúci sa stav stavby vplyvom poveternostných podmienok - nutné úpravy interiéru a exteriéru oproti pôvodnému projektu
Príležitosti	Riziká
<ul style="list-style-type: none"> - možnosť zamerať cestovný ruch na športový turizmus - dobudovanie ďalších športovísk - modernizácia existujúcich - zastrešenie zimného štadiónu - vybudovanie squashového ihriska - rekonštrukcia letného kúpaliska a krytej plavárne - požičovňa športových potrieb - rozšírenie cezhraničnej spolupráce v oblasti športu 	<ul style="list-style-type: none"> - získanie potrebných finančných zdrojov - vandalizmus - legislatívne zmeny - technické normy

*Cieľ 6***Vytvorenie turisticko–informačnej kancelárie ako akcelerátora rozvoja cestovného ruchu s komplexnou ponukou služieb a produktov****Východiská**

Absencia turisticko-informačnej kancelárie v Myjave je problémom, pretože návštevník, ktorý príde do mesta, nemá žiadne informácie o meste, podujatiach a možnostiach. Keďže na prevádzkovanie TIK je najvýhodnejší priestor, ktorý je umiestnený na prízemí budovy v centre, najvhodnejším miestom bude polyfunkčná budova na novovybudovanej autobusovej stanici, pretože tam bude najvyššia koncentrácia návštevníkov. Hlavnou úlohou Tik bude poskytovanie informácií o meste, propagácia mesta, regiónu, pamiatok, kultúrnych a spoločenských akciách.

Úlohy Turistickej informačnej kancelárie vo vzťahu k zákazníkovi➤ ***poskytovanie informácií***

/poskytovanie bezplatných informácií o možnostiach ubytovania, stravovania, doplnkových služieb, o možných atrakciách, o regióne a pod.; poradenstvo pre hostí /

➤ ***rezervovanie ubytovania***

/možnosť poskytnúť rezervovanie vo všetkých kategóriách ubytovacích zariadení, hlavne však ubytovanie na súkromí a v penziónoch/

➤ ***itineráre, dopravné služby, sprievodcovské služby***

/vytváranie a plánovanie itinerárov, možnosť zostavenia návštevníkovi plán jeho cesty, poskytnúť informácie o doprave, napomôcť zaobstarať cestovné lístky, príp. zabezpečiť prenájom auta alebo taxi, zabezpečiť sprievodcovské služby v rôznych jazykoch/

➤ ***vstupenky na podujatia***

/predaj vstupeniek na kultúrne podujatia miestnemu obyvateľstvu i návštevníkom, na špeciálne podujatia, na výlety a prehliadky so sprievodcom, predaj povolení na rybolov a pod./

➤ ***predaj***

/mapy, knižný sprievodcovia, suveníry, pohľadnice a pod./

➤ ***zmenárenské služby***

➤ **manažérske aktivity**

/iniciácia kooperácie medzi subjektami CR v meste na podporu tvorby zážitkových balíkov služieb; hodnotenie zariadení poskytujúcich služby pre hostí a ich propagácia v rámci propagačných aktivít mesta/

➤ **celková starostlivosť o host'a**

/iniciovanie, organizovanie a sprostredkovanie animačných programov pre hostí a tvorba náhradných programov/

➤ **doplnkové služby**

/služby spojov, kopírovanie, internet, úschovňa batožín, propagačný výlep a pod./

Úlohy Turistickej informačnej kancelárie vo vzťahu k cestovnému ruchu

➤ **propagácia strediska cestovného ruchu**

Jedna z najdôležitejších úloh. Patrí sem spolupráca pri zabezpečovaní a zabezpečenie propagácie strediska cestovného ruchu v úzkej spolupráci s podnikateľskými subjektami, s verejnosťou, so zriaďovateľskou samosprávou a so štátnou správou, účasť na veľtrhoch, workshopoch a pod.

➤ **manažment strediska cestovného ruchu**

Táto úloha súvisí s koordináciou všetkých činností týkajúcich sa cestovného ruchu, spolupráca pri tvorbe koncepcií rozvoja, prieskum cestovného ruchu, spracovávanie stanovísk a vyjadrení k ďalšiemu rozvoju cestovného ruchu a pod.

➤ **práca s verejnosťou**

TIK sa veľkou mierou podieľa na vytváraní vzťahov s verejnosťou, s miestnym podnikateľským sektorom, so samosprávami a inštitúciami štátnej správy, s organizáciami tretieho sektora. Dôležitá úloha je v podpore a tvorbe partnerstiev a v tvorbe pozitívnej publicity strediska ako atraktívnej destinácie cestovného ruchu. Dôležitou úlohou je výchova obyvateľstva k cestovnému ruchu. TIK by mala byť aj sprostredkovateľom pre podniky cestovného ruchu v meste.

➤ **zabezpečenie distribúcie**

Distribúcia produktov cestovného ruchu je jednou z najdôležitejších aktivít turistickej informačnej kancelárie, ktorá má za úlohu aj zabezpečenie marketingových aktivít.

➤ **administratíva TIK**

Táto úloha nepriamo súvisí s podporou rozvoja cestovného ruchu. Týka

sa zberu informácií a tvorby databáz, prípravy správ o činnosti, odporúčania ďalšieho rozvoja, peňažné operácie súvisiace s činnosťou a aktivitami TIK-u, vedenie účtovníctva, sledovanie efektívnosti aktivít, zber štatistických údajov o návštevnosti regiónu, strediska, jednotlivých atrakcií a pod., vyhľadávanie a štruktúrovane suvenírov, spomienkových predmetov, ich následné obstarávanie, vyhľadávanie partnerov na spoluprácu a pod.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - TIK zriadený mestom - Technické vybavenie - propagácia - bezbariérový prístup - prepojenosť na sieť TIK - umiestenie TIK 	<ul style="list-style-type: none"> - otváracia doba - personálne obsadenie -
Príležitosti	Riziká
<ul style="list-style-type: none"> - rozvoj doplnkových služieb - vytváranie a podpora partnerstiev nadregionálneho charakteru - komunikácia s verejnosťou - tvorba informačného systému - ponuka komplexných ponukových balíkov 	<ul style="list-style-type: none"> - neprijatie miestnym obyvateľstvom - nedostatok financií na prevádzku - zmena legislatívy - nezáujem spolupráce podnikateľského a tretieho sektoru - skomercializovanie TIK

Cieľ 7

**Revitalizácia rieky Myjava s vybudovaním oddychových miest s prepojením na
vybudovanie centrálnej mestskej zóny**

Východiská

V súčasnosti je schválený projekt na revitalizáciu rieky Myjava, ktorý sa zaoberá úpravou mestského toku rieky Myjava, ktorá bude zabezpečovať protipovodňovú ochranu a zároveň bude vhodnou súčasťou oddychovej zóny centra mesta.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - projekt je schválený - financovanie z Nórskeho finančného mechanizmu - 	<ul style="list-style-type: none"> - spolufinancovanie mesta - udržateľnosť projektu
Príležitosti	Riziká
<ul style="list-style-type: none"> - zvýšenie návštevnosti - možnosť rozšíriť ponuku doplnkovými službami - vytvorenie atraktívneho územia pre obyvateľov a návštevníkov - pozitívnym spôsobom ovplyvňuje životné prostredie so záujmovými skupinami v meste 	<ul style="list-style-type: none"> - legislatívne problémy - neprijatie od miestneho obyvateľstva - tlak (BVS, Povodie) na samotný spôsob realizácie projektu

3. Marketing

Celá tvorba marketingového plánu a jeho jednotlivých nástrojov vychádza z koncepcie rozvoja cestovného ruchu a odráža podstatu marketingového mixu. Jednotlivé prvky marketingového mixu sú nižšie rozpracované.

Marketingová značka, budovanie imidžu

3.1 Marketingová značka:

Marketingová značka sa používa pri určení destinácie cestovného ruchu tak, aby sa odlišovala od ostatných destinácií.

Budovanie značky je vytváranie „pozadia“ značky tak, že sa účastníkovi cestovného ruchu pod pojmom MYJAVA vynára určitý obraz o kvalite produktu, jeho atraktivitách a službách.

Najvhodnejšou marketingovou značkou prezentujúcou cestovný ruch mikroregiónu Myjava vo vzťahu k vnútornému a vonkajšiemu prostrediu, ktorá zastupuje všetky lokality, atraktivity, služby a podáva ucelenú charakteristiku je samotný názov mesta.

MYJAVA

Názov MYJAVA obsahuje v sebe odkaz na históriu i súčasnosť. Existuje tu určitý stupeň poznania tejto značky hlavne v spojení s folklórnymi slávnosťami. Treba docieľiť, aby názov mesta v ľuďoch evokoval aj spojenie s Gazdovským dvorom, strediskom s vhodnými podmienkami na cykloturistiku, ...

3.2 Marketingový slogan

Marketingový slogan sa používa ako rozšírená alternatíva marketingovej značky, ktorá navodzuje atmosféru momentu, je doplnujúcim znakom.

„Myjava – mesto s folklórnym srdcom“

je to odkaz na to, s čím je naše mesto späté a akou cestou by sa malo uberať. Cestou uchovávaní a prezentácie ľudových tradícií.

3.3 Imidž

Imidž mesta je celkový obraz o meste, ktorý vytvárajú marketingová značka, marketingové slogan a ostatné vizuálne nosiče. Imidž je dlhodobý efekt, ktorý vytvára pocit, dojem a zanecháva stopu v podobe všeobecnej predstavy a charakteristiky o destinácii cestovného ruchu a jeho kvalite.

Nosičmi imidžu mesta sú:

- marketingová značka

- marketingové slogany
- propagačné materiály
- lokálna tlač a TV
- kultúrne, športové a iné podporné aktivity
- samospráva, jej predstavitelia
- miestne obyvateľstvo

Vychádzajúc z histórie, kultúrno-pamiatkového fondu a z pomaly sa rodiacej značky a sloganov je najvhodnejšie budovať imidž v oblasti cestovného ruchu ako:

...destináciu mestského cestovného ruchu s orientáciou na kopaničiarsku históriu s odkazom na tradície a ľudovú tvorbu. Mesto, kde sa návštevník stretne s príjemnou atmosférou, môže si posediť v prostredí zelene, zažiť panoramatické výhľady na krásny kopaničiarsky kraj, občerstviť sa, zjesť si. Popri tom môže zažiť rôzne kultúrne podujatia a atraktivity zamerané na cestovný ruch.

V praxi to znamená ujednotiť všetky nosiče imidžu mesta v oblasti grafiky, kvality, formy prezentácie a pod. Tak, aby sa dosiahol želaný výstup v podobe jednotného imidžu.

3.4 Segmentácia trhu cestovného ruchu

Z hľadiska orientácie na zákazníka je potrebné vytýčiť priority, na ktoré sa budú viazať ďalšie aktivity, t. j. segmentovať trh z hľadiska účastníkov cestovného ruchu a na základe ponúkaných produktov vytypovať tie segmenty, ktoré dokáže uspokojiť.

Segmenty trhu	Deti a rodiny s deťmi (rodiny i organizované skupiny, tábory, výlety)	Mladší účastníci cestovného ruchu alebo účastníci zameraní na aktívnu dovolenku	Vekovo starší účastníci cestovného ruchu alebo účastníci zameraní na pasívnu dovolenku	Seniori (jednotlivci i organizované skupiny seniorov)
Miestne regionálne obyvateľstvo (obyvatelia z okolitých miest a obcí, ktorí nemajú trvalé bydlisko na území mesta)	<ul style="list-style-type: none"> - miestne atraktivity CR - kúpaliská, ihriská - kultúrne podujatia pre deti lokálneho významu (aktivity CVČ a pod) 	<ul style="list-style-type: none"> - miestne atraktivity cestovného ruchu - vodné športy, kúpaliská, športové areály - kultúrne podujatia a aktivity lokálneho významu (Vianočné trhy, Folklorne slávnosti a pod.) - gastronómia, posedenie na terasách - parky a oddychové zóny - turistika, cykloturistika 	<ul style="list-style-type: none"> - športovo-relaxačné vyžitie - gastronomické služby - posedenie v centre mesta - oddychové miesta a parky - kultúrne a spoločenské podujatia lokálneho významu 	<ul style="list-style-type: none"> - parky a oddychové miesta - kultúrne podujatia lokálneho významu
Regionálne obyvateľstvo (obyvatelia širšieho regiónu presahujúceho rámeč okresu)	<ul style="list-style-type: none"> - miestne atraktivity CR - kúpaliská, ihriská - kultúrne podujatia regionálneho významu 	<ul style="list-style-type: none"> - športovo-relaxačné aktivity a doplnkové služby - prechádzky mestom - prehliadka kultúrnych pamiatok - turistika a cykloturistika - kultúrne a spoločenské podujatia regionálneho významu - gastronómia 	<ul style="list-style-type: none"> - športovo-relaxačné využitie - gastronomické služby - miestne špeciality - prechádzky mestom - oddychové miesta a parky - kultúrne a spoločenské podujatia regionálneho významu 	<ul style="list-style-type: none"> - kultúrne podujatia pre seniorov regionálneho významu - poznávacie pobyty
Obyvatelia celej SR	<ul style="list-style-type: none"> - dovolenky pri vode, doplnkové služby - táborové, ozdravné pobyty - prehliadky mesta a kultúrnych pamiatok - gastronomické služby 	<ul style="list-style-type: none"> - športovo-relaxačné aktivity a doplnkové služby - prechádzky mestom - turistika a cykloturistika - vodné športy - gastronómia - kultúrne a spoločenské podujatia nadregionálneho významu (Folklorný festival a pod.) 	<ul style="list-style-type: none"> - športovo-relaxačné využitie - gastronomické služby, miestne špeciality - prechádzky mestom - oddychové miesta a parky - kultúrne a spoločenské podujatia nadregionálneho významu - zájazdy 	<ul style="list-style-type: none"> - poznávacie pobyty - gastronomické služby, miestne špeciality - prechádzky mestom - kultúrne a spoločenské podujatia nadregionálneho významu
Zahraniční účastníci CR	<ul style="list-style-type: none"> - medzinárodné tábory študentov 	<ul style="list-style-type: none"> - prechádzky mestom - prehliadky kultúrnych pamiatok - gastronómia, miestne 	<ul style="list-style-type: none"> - gastronómia, miestne špeciality - Gazdovský dvor 	<ul style="list-style-type: none"> - organizované skupiny a poznávacie výlety krátkodobého charakteru - prechádzky mestom

		špeciality - aktívny oddych na Gazdovskom dvore		- gastronómia, miestne špeciality - turistika
--	--	---	--	---

3.5 Marketingový mix

3.5.1 Produkt

Základným predpokladom rozvoja cestovného ruchu v cieľovom mieste je existencia primárnej ponuky. V prípade mesta Myjava ponuka zahŕňa kultúrno-historický a prírodný potenciál a organizované podujatia.

Mesto Myjava je bohaté na zachovávanie tradícií a na kultúrne dedičstvo. Nevýhodou je malá prítomnosť historických budov.

Dôležitou časťou primárnej ponuky sú organizované podujatia. Pre určitý segment trhu bývajú práve organizované podujatia primárnym dôvodom účasti na mestskom, prípadne prímestskom cestovnom ruchu. Ponuka organizovaných podujatí v meste Myjava je bohatá a pestrá, najčastejšie sa organizujú kultúrne a športové podujatia. Medzi tradičné kultúrne podujatia patria Folklórne slávnosti, Vianočné trhy, Fašiangy, Michalský jarmok

Primárnu ponuku, ktorá vyvoláva účasť na cestovnom ruchu ďalej dotvára prírodný potenciál.

Sekundárna ponuka predstavuje všetky druhy zariadení, ktoré sa ponúkajú účastníkom cestovného ruchu. Ide najmä o služby ubytovacích a stravovacích zariadení, ďalej sem patria cestovné kancelárie.

Mesto Myjava môže ponúknuť v rámci CR dva základné typy produktov:

- **mestský cestovný ruch**, ktorý zahŕňa:
 - prehliadky mesta
 - prehliadky kultúrnych, historických a technických pamiatok
 - atmosféru mesta, odpočinok v parku, na terasách reštaurácií
 - gastronómiu, špeciality mesta
 - športovo-relaxačné služby
 - služby konferenčného cestovného ruchu
 - kultúrne podujatia

Mestský cestovný ruch je krátkodobého charakteru pobytu účastníka v destinácií CR. Väčšinou sa týka návštevníkov, ktorí mestom prechádzajú, strávia v ňom jeden deň alebo víkend.

- **rekreačný cestovný ruch** ako produkt zahŕňa:
 - turistiku
 - cykloturistiku
 - vodné športy, kúpaliská
 - rybolov
 - agroturistiku
 - zimné športy
 - aktívny oddych v športových zariadeniach

Tento typ je orientovaný na okolie a prírodné prostredie s dôrazom na dlhší pobyt účastníka cestovného ruchu v destinácií. Poznávacie zájazdy, tábory, rodiny s deťmi, dovolenkári a pod.

3.5.2 *Distribúcia*

Produkty v cestovnom ruchu nepodliehajú tradičným kanálom ako klasické produkty, ale predávajú sa priamo v mieste formou poskytovania služieb. Pri predaji – poskytovaní služieb sa za „miesto“ v marketingovom mixe považuje lokalita alebo konkrétny bod – miesto, kde je služba vykonávaná – kde ju účastník cestovného ruchu využíva, spotrebúva.

Jediným z možných distribučných kanálov cestovného ruchu je v skutočnosti predaj produktu cez cestovnú kanceláriu resp. agentúru.

3.5.3 *Marketingová komunikácia*

Marketingová komunikácia je najdôležitejšou časťou marketingu cestovného ruchu. Vytvára tzv. most medzi zákazníkom – účastníkom cestovného ruchu a destináciou cestovného ruchu vo forme prezentácií, vizualizácie, stimulácie návštevnosti a pod.

Reklama – propagácia

Predstavuje šírenie tlačeného obrazového, textového alebo audiovizuálneho materiálu, ktorý vykresľuje potencionálnemu návštevníkovi obraz o destinácii cestovného ruchu a zodpovedá mu na otázku prečo by mal navštíviť práve túto destináciu. Pri jej nákladnosti má však veľkú mieru dosahu a osloví veľký počet respondentov. Reklama popisuje produkt a jeho vlastnosti a teda zahŕňa:

- tlačené letáky, bulletiny, propagačné materiály o historických, kultúrnych a technických pamiatkach
- kalendáre
- darčkové predmety
- informácie o okolitom prírodnom prostredí
- propagačné materiály o poskytovaných službách v destinácii cestovného ruchu v oblasti gastronómie, ubytovania a doplnkových služieb
- informácie o kultúrnych aktivitách regionálneho a nadregionálneho vplyvu
- informácie o športovo-relaxačných možnostiach
- reportáže a upútavky v médiách (TV, rozhlas, internet)
- platené inzeráty (katalógy, cestovné lexikóny a pod.)
- účasť na veľtrhoch cestovného ruchu

Public relations

Vzťahy s verejnosťou sú jednou s možností ako dosiahnuť pozitívny imidž a podporiť predaj produktu cestovného ruchu. Výsledkom budovania public relations sú pozitívne ohlasy verejnosti na kroky a aktivity samosprávy.

Vzťahy s verejnosťou zahŕňajú:

- vzťahy s miestnym obyvateľstvom
- vzťahy s podnikateľskou obcou
- vzťahy s právnickými osobami

Nástroje budovania public relation:

- komunikácia s obyvateľstvom osobne alebo cez lokálne médiá formou publikovania článkov, diskusií a pod.
- komunikácia s podnikateľskou obcou formou spolupráce, poskytovania informácií, alebo organizovaní rôznych konferencií, seminárov, poradenstva a pod.

Podpora predaja

Je špecifickým nástrojom komunikačného mixu, ktorý dopĺňa celkovú propagáciu. V tomto prípade je vhodné využiť tieto formy podpory predaja:

- zľavy (rodinné, množstevné, ...)
- darčkové predmety
- súťaže (zlosovateľné vstupenky)
- organizovanie pobytov, seminárov pre cestovné kancelárie
- atd.

4. Zhrnutie implementačných krokov

Ekonomické nástroje pre realizáciu koncepcie rozvoja cestovného ruchu

Pre finančné zabezpečenie jednotlivých aktivít na dosiahnutie stanovených cieľov koncepcie je nutné zadefinovať ekonomické nástroje, ktorými sa dosahovanie bude realizovať. Pre tento účel sa budú využívať priame a nepriame ekonomické nástroje.

a) priame ekonomické nástroje:

- fondy
- príspevky z rozpočtu mesta

b) nepriame ekonomické nástroje:

1) nástroje finančnej politiky mesta

- daň z nehnuteľnosti
- miestne dane a poplatky
- vytváranie vhodných finančných podmienok

2) využívanie majetku mesta

3) návratné finančné výpomoci

4) fondy a dotácie štátneho rozpočtu a zdroje z Európskej únie

Aktualizácia dokumentu

Aktuálnosť dokumentu sa bude pravidelne ročne vyhodnocovať a možné aktuálne úpravy sa budú spracovávať v podobe doplnkov.

Ekonomické dopady

Zvyšovanie počtu účastníkov cestovného ruchu povedie k rozvoju podnikateľskej sféry. Predpokladá sa nárast súkromných investícií v oblasti cestovného ruchu, predovšetkým v rozvoji počtu služieb cestovného ruchu v oblasti ubytovania a doplnkových služieb, taktiež nárast investícií do obnovy a zvyšovania úrovne kvality ponúkaných služieb v regióne.

Súkromné investície, ktoré pôjdu do tvorby nových služieb v regióne budú mať priamy vplyv na zamestnanosť a nielen na tvorbu pracovných miest, ale predovšetkým na štruktúru zamestnanosti, ktorá sa bude prelievať do služieb v cestovnom ruchu. Zvyšovanie konkurenčného prostredia bude tlačiť na zvyšovanie kvality.

Vplyv na životné prostredie

Aktivity v oblasti rekonštrukcie primárnej ponuky cestovného ruchu rešpektujú podmienky ochrany životného prostredia v súlade s legislatívou EU a SR. Pri všetkých činnostiach v oblasti rozvoja primárnej ponuky CR sa dbá o zachovanie trvalej udržateľnosti s minimalizáciou vplyvu na životné prostredie.

Vplyvy na životné prostredie sa však odrážajú v samotnom náraste počtu účastníkov cestovného ruchu. Masový nárast cestovného ruchu sa však nepredpokladá.