

Mesto Bardejov



Koncepcia rozvoja cestovného ruchu Mesta Bardejov na obdobie 2007 – 2013

MUDr. Boris Hanuščak
primátor mesta

Schválené:

KONCEPCIA ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU MESTA BARDEJOV NA OBDOBIE 2007 – 2013

1. ÚVOD

Cestovný ruch vo svete predstavuje jedno z najdynamickejších sa rozvíjajúcich národohospodárskych odvetví. V roku 2005 bolo na svete zaznamenaných 800 miliónov turistov (nárast o 100 mil. od roku 2002). Turizmus ovplyvňuje priamo i nepriamo mnoho odvetví ľudskej činnosti.

V poslednom období sa stal cestovný ruch dôležitým prvkom rozvoja životnej úrovne obyvateľstva v modernej spoločnosti z dôvodu nepopierateľného významu pre človeka z pohľadu regenerácie fyzických a duševných síl, ale zároveň aj z pohľadu získavania jazykových zručností, poznávania nových kultúr a národov .

V súčasnosti nastávajú na trhu cestovného ruchu viaceré zmeny . Klesá záujem o masové formy cestovného ruchu a do popredia sa dostávajú skôr individuálne formy, pri uprednostňovaní tichých a pokojných miest s novými zážitkami spojenými s bližším kontaktom s prírodou, ale aj miestnym obyvateľstvom.

Slovensko je v súčasnom období v zaostávajúcej pozícii v rámci európskeho i svetového cestovného ruchu, pričom tento je v mnohých prípadoch značne podceňovaný, chaotický, nekoordinovaný a roztrieštený. Stále absentuje legislatívna norma o cestovnom ruchu, ktorá by jasne stanovila pravidlá a podmienky v danej oblasti a určila aj stratégiu jeho smerovania a rozvoja.

Prednosti cestovného ruchu ako ekonomického odvetvia a možnosti rozvíjania cestovného ruchu na Slovensku sú všeobecne známe. Existujúci dostatočný a atraktívny potenciál na strane primárnej i sekundárnej ponuky, ako aj priaznivé prognózy rozvoja cestovného ruchu do budúcnosti, vytvárajú reálne šance úspešne sa presadiť aj na medzinárodnom trhu cestovného ruchu .Toto je však podmienené zjednotením úsilia všetkých subjektov a inštitúcií pôsobiacich v oblasti cestovného ruchu.

Rozvoj cestovného ruchu doma i všade vo svete silne ovplyvňuje verejný sektor – orgány štátnej správy a samosprávy, ktoré sú rozhodujúcimi inštitúciami pri riadení, usmerňovaní a financovaní cestovného ruchu na Slovensku, ako tzv. **priemyslu voľného času**.

Vďaka dosiahnutým medzinárodným oceneniam na čele s najhodnotnejším zápisom do Listiny svetového kultúrneho a prírodného dedičstva UNESCO, Zlatá medaila ICOMOS za záchranu historických objektov, známe a rozvinuté Bardejovské Kúpele, drevené kostolíky v okrese, ďalšie zaujímavosti a atraktivity v blízkom okolí i v susediacom Poľsku, predurčujú Bardejov pre zaujímavú destináciu a významným spôsobom podporujú ambície mesta intenzifikovať snahy mesta vo sfére cestovného ruchu , ktoré v súčasnej dobe nie sú plne využívané a majú rezervy.

Základným predpokladom preto, aby cestovný ruch sa naďalej presadzoval a rástol ako odvetvie ovplyvňujúce hospodárstvo mesta, je existencia turisticky príťažlivých a atraktívnych lokalít, kvalitná a dostupná infraštruktúra, kvalita, rozsah služieb a ponuka kvalitných produktov podnecujúca spokojnosť klientov, ktorá je zárukou zvyšovania návštevnosti mesta a teda aj zvyšovania tržieb z cestovného ruchu.

Mesto Bardejov vďaka svojim prirodzeným predpokladom má na svojom území a v blízkom regióne celý rad turisticky hodnotných atraktivít a súčasne vybudovanú základnú infraštruktúru.

Práve pre tieto danosti pre rozvoj cestovného ruchu bol vypracovaný dokument "Konceptia rozvoja cestovného ruchu v Bardejove na obdobie 2001 - 2005" ako jediný dokument pre budovanie a rozvoj cestovného ruchu ako industriálneho odvetvia. Tento dokument definoval hlavné zámery, ciele a úlohy pre súčasnosť, blízku budúcnosť a povinnosti verejného sektora, súkromného sektora a jednotlivých subjektov, ktoré v cestovnom ruchu pôsobia.

Pokračovaním tohto dokumentu je vypracovanie tejto koncepcie na obdobie rokov 2007 – 2013 s nadviazaním na Stratégiu rozvoja cestovného ruchu Slovenskej republiky do roku 2013 a Národný program rozvoja cestovného ruchu v SR..

1. 1. CIELE VYPRACOVANIA STRATÉGIE:

- a) navrhnuť riešenia základných a nosných otázok postavenia a rozvoja cestovného ruchu v Bardejove a jeho okolí
- b) vymedziť víziu postavenia a významu cestovného ruchu v hospodárstve a samospráve mesta Bardejov, s časovým horizontom siahajúcim na koniec komunálneho volebného obdobia
- c) stanoviť ciele, ktoré chceme dosiahnuť a prijať konkrétne úlohy a opatrenia, ktoré nás k týmto cieľom priblížia
- d) hodnotiť ich plnenie - vyzdvihnúť dosiahnutý pokrok, prijímať a aktualizovať nové úlohy na zabezpečenie splnenia stanovených cieľov
- e) zabezpečiť koordináciu činností medzi samosprávou a subjektami pôsobiacimi v oblasti cestovného ruchu v meste Bardejov a jeho okolí

2. ANALÝZA STAVU PO ROKU 2006

2.1. ZÁKLADNÁ CHARAKTERISTIKA MESTA

2.2. INFRAŠTRUKTÚRA

2.3. IDENTIFIKÁCIA VÝCHODÍSK ROZVOJA

2.1. ZÁKLADNÁ CHARAKTERISTIKA MESTA

Mesto Bardejov je mestom, ktoré je sídlom okresu s počtom 33374 trvale žijúcich obyvateľov (stav k 31.12. 2005, 16471 mužov, 16903 žien).

Leží v severovýchodnej časti Slovenska v Prešovskom kraji. Na západe susedí s okresom Stará Ľubovňa, na východe susedí s okresom Svidník, z južnej strany s okresom Prešov a na severe s Poľskom. Samotné mesto Bardejov má výhodnú geografickú polohu. Leží v údolí rieky Topľa a je obkolesené pohorím Nízke Beskydy.

- Zemepisná šírka : 49° 17' 36'' N / severnej šírky /
- Zemepisná dĺžka : 21° 16' 45'' E / východne od Greenwicha /
- Nadmorská výška : 276 m/nm

S Poľskom ho spája spoločná cca 60 km severná hranica s 3 hraničnými priechodmi:

- **cestný hraničný priechod Becherov - Konieczna**
- **hraničný priechod pre malý pohraničný styk Kurov - Muszynka (aj osobné automobily)**
- **hraničný priechod pre malý pohraničný styk Nižná Polianka - Ozenna**

Klimatické podmienky mesta sú v mierne chladnej klimatickej oblasti s teplým letom a mierne vlhkou a chladnou zimou. Vzhľadom na klimatické zmeny prebiehajúce na zemi táto charakteristika o pár rokov nemusí platiť.

Mesto Bardejov, ako aj územie okresu je v celoslovenskom meradle hodnotené ako **región s nízkou mierou poškodenia životného prostredia** a v množstve znečisťujúcich látok nachádzajúcich sa v ovzduší s najmenšou koncentráciou. Mesto a jeho okolie sa nachádza v oblasti bohatej na minerálne pramene, najvýznamnejšie sa nachádzajú v **Bardejovských Kúpeľoch a Cigeľke**.

Mesto Bardejov a okres, ktorého je sídlom, je charakterizovaný dopravným napojením na hlavné komunikačné trasy (diaľnice a medzinárodné železničné trate), prostredníctvom medzinárodného cestného ťahu E 50, štátnymi cestami č. I/77 v smere Poprad – Svidník a č. II/545 v smere Prešov a napojením na štátnu cestu I/68 smer Košice. Celková dĺžka cestnej siete v okrese predstavuje 352,8 km z toho:

- cesty I. triedy : 43,8 km
- cesty II. triedy : 33,1 km
- cesty III. triedy : 275,9 km

Autobusovou dopravou je spojené s najvýznamnejšími časťami Slovenska, vrátane hlavného mesta Bratislava. V súčasnosti sú aj autobusové spojenia s mestami v Poľsku (Krosno) a Českej republike (Praha, Brno). Cez Prešov je mesto napojené na vybrané mestá v Európskej únii.

Vzdialenosti niektorých miest od Bardejova

Bardejov – Prešov	42 km
Bardejov – Košice	90 km
Bardejov – Poprad	102 km
Bardejov – Žilina	255 km
Bardejov – Banská Bystrica	278 km
Bardejov – Bratislava	457 km

Dopravne je Bardejov napojený na železničnú sieť Slovenskej republiky traťou č. 446 Bardejov – Kapušany pri Prešove – Prešov, ktorou sa cez trať č. 447 Muszina – Plaveč – Prešov – Kysak ďalej napája na hlavný železničný ťah Slovenska a medzinárodné železničné trate E 834, E833, E802, E 838 a E 839.

Dĺžka železničnej trate v okrese: 22 km.

Letiská – cestné vzdialenosti od Bardejova :

Košice	95 km
Poprad	110 km
Bratislava	455 km
Swechat - Viedeň	520 km

2.2. INFRAŠTRUKTÚRA

Nevyhnutnou súčasťou a jedným z faktorov sekundárnej ponuky cestovného ruchu v Bardejove je infraštruktúra cestovného ruchu, ktorá predstavuje súbor zariadení a ich služieb potrebných na to, aby sa účastník cestovného ruchu mohol ubytovať, stravovať a vykonávať rôzne iné aktivity.

V súčasnosti mesto Bardejov poskytuje celý rozsah **supraštruktúrnych** / ubytovacích a stravovacích / služieb ovplyvňujúcich úroveň služieb cestovného ruchu.

V oblasti stravovacích služieb sú poskytované služby v 26 strediskách, z toho 8 na Radničnom námestí, 5 v Mestskej pamiatkovej rezervácii a ďalších 13 v Bardejove a Bardejovských Kúpeľoch.

Ubytovacie služby sa podstatne zlepšili, došlo k rozšíreniu z 12-tich ubytovacích zariadení s celkovou kapacitou 711 miest na 21 ubytovacích zariadení s celkovou ubytovacou kapacitou 1241 miest a 1950 miest stoličkovej kapacity vrátane letných a sezónnych miest.

V rámci **všeobecnej infraštruktúry** je potrebné konštatovať, že vzrástol počet a skvalitnili sa servisné služby pre motoristov, zmenárenské služby, služby cestovných kancelárií, parkovacie služby, dopravné služby, poštové služby, telekomunikačné služby a najmä sa zvýšil počet športovo – rekreačných zariadení.

V oblasti zariadení **sprostredkovateľských služieb** bola v roku 2006 zriadená nová Turisticko – informačná kancelária mesta Bardejov so sídlom v Bardejovských Kúpeľoch, s cieľom zlepšenia informačných služieb pre domácich i zahraničných návštevníkov Bardejovských Kúpeľov a zvýšil sa počet cestovných kancelárií, najmä v Bardejovských Kúpeľoch.

2.3. IDENTIFIKÁCIA VÝCHODÍSK ROZVOJA

Pre úspešný rozvoj a riadenie sféry cestovného ruchu zohráva významnú úlohu nepretržitý proces sledovania a vyhodnocovania vývoja návštevnosti a ostatných údajov v CR. V súčasnosti na území SR sú dostupné len štatistické údaje Slovenského štatistického úradu, čiastočne

exaktne upravené údaje Ústavu turizmu, s.r.o. Bratislava. Na území mesta Bardejov funkciu sledovania a spracovania štatistických údajov návštevnosti turistami sa zaoberá Turistická informačná kancelária mesta, podrobnejšie až od 1. 4. 2000 v nových prevádzkovo-organizačných podmienkach.

Vychádzajúc z údajov, získaných od uvedených zdrojov, je v analýze návštevnosti zo zahraničia, napr. v r.1992 okres Bardejov zaradený do podpriemerných okresov s počtom prenocovaní na hranici 10.000, čo v súčasnej dobe už neplatí s celkovým počtom prenocovaní 301.772 z toho cudzinci 93.127 v roku 2004.

Postupné " **otváranie sa Slovenska vonkajšiemu svetu**", vrátane vstupu Slovenska do EU, prispelo k otvoreniu hraníc a realizácia niektorých opatrení podporujúcich aktívny cestovný ruch, napr. :

- **otvorenie hraničného prechodu Becherov - Koniecna,**
- **zmena klasifikácie hraničného prechodu Kurov - Muszinka a Ruská Voľa - Leluchov,**
- **rozsiahla informačná a propagačná kampaň mesta od roku 1992 na výstavách CR:**
 - Holiday World Praha (CZ),
 - VTM Londýn (GB),
 - Ferien Wien (AT),
 - Tour Košice,
 - Turistické trhy Krosno (PL),
 - Slovakia Tour Bratislava,
 - EXPOTOUR Žilina

Mesto Bardejov tieto formy propagácie nepodceňuje a naďalej v rámci svojich finančných možností a marketingovej stratégie podporuje, čoho dôkazom je, že len v roku 2005 sa zúčastnilo na výstavách v Poznani, Kyjeve, Brne (Regióntour 2005), Košiciach a Waršawe. Všetky tieto aktivity prispievajú k zvýšenému záujmu o naše mesto.

Vzhľadom na to, že mesto sa na výstavách cestovného ruchu začalo aktívnejšie zúčastňovať od roku 2005 a v roku 2006 sa zúčastnilo na 15 výstavách, je predčasné hodnotiť úspešnosť tejto stratégie propagácie cestovného ruchu v meste a jeho okolí. Ďalšie výstavy, ktorých sa mesto zúčastnilo alebo zúčastní v rokoch 2007 – 2008 sú uvedené v tabuľke propagačných akcií „Rozdelenie foriem propagácie“.

Výstavy cestovného ruchu a iné prezentácie, ktorých sa mesto Bardejov zúčastnilo v roku 2006:

P.Č.	VÝSTAVA	TERMÍN
1	REGIÓN TOUR BRNO	12.1. - 15.1.2006
2	ITF BRATISLAVA	25.1. - 29.1.2006
3	BALTTOUR RIGA	10.2. - 12.2.2006
4	HOLIDAY WORLD PRAHA	23.2. - 26.2.2006
5	MITT MOSKVA	22.3. - 25.3.2006
6	UITT KIJEV	29.3. - 1.4.2006
7	LATO WARŠAWA	22.4. - 24.4.2006
8	SPIŠSKÉ SLÁVNOSTI SP. PODHRADIE	24.6. - 25.6.2006
9	NEDEĽA VO VLKOLÍNCI, RUŽOMBEROK	6.8. - 8.8.2006
10	SEMINÁR BARDKONTAKT, BARDEJOV	25. 8. - 27.8.2006
11	KORUNOVAČNÉ SLÁVNOSTI BRATISLAVA	1.9. - 3. 9.2006
12	TOUR SALON POZNAŇ	25.10. - 28.10.2006
13	HÓ SHOW BUDAPEST	9.11. - 12.11.2006
14	HERBSTSENIORENMESSE WIEN	16.11. - 19.11.2006
15	TC LEIPZIG	22.11. - 26.11.2006

Zo získaných štatistických výsledkov niektorých základných vývojových charakteristík, ktorými sa vyznačuje CR aj v okrese a meste Bardejov je zrejmé, že :

- V celospoločenskom meradle mierne klesá celkový počet prenocovaní, ale rastie počet prenocovaných zahraničných turistov. Z hľadiska druhu ubytovacieho zariadenia je vyšší trend využívať penzióny, chatové osady, hotely u zahraničných návštevníkov
- V okrese Bardejov najvýznamnejšími vysielateľmi boli Poľsko a Česká republika. Turisti z týchto krajín sa podieľajú najvyššou mierou na prenocovaní zahraničných turistov:

2001 : PL - 45%, CZ - 22%

2002 : PL - 44%, CZ - 29%

2003 : PL - 37%, CZ - 30%

2004 : PL - 27%, CZ - 37%

2005 : PL - 9%, CZ - 11%

Ďalšími veľkými prispievateľmi sú Nemecko a Maďarsko s 10% spolu.

- V celoročnom priemere prichádza na Slovensko najviac jednodňových turistov, typický trend pre mesto Bardejov.
- Cestovná aktivita domácej populácie má klesajúci trend Rastie preferencia pobytov v zahraničí.
- Klesajú príjmy z aktívneho zahraničného CR, rastú devízové výdavky na pasívny CR.
- Klesá celkový počet prenocovaní, ale rastie počet prenocovaní v prospech zahraničných návštevníkov.

Prehľad výkonov ubytovacích zariadení – konfrontácia s inými mestami PSK

OKRES	ROK	VÝKONY UBYTOVACÍCH ZARIADENÍ				PRIEMERNÝ POČET PRENOCOVANÍ	
		POČET HOSTÍ		POČET PRENOCOVANÍ		SPOLU	CUDZINCI
		SPOLU	Z TOHO CUDZINCI	SPOLU	Z TOHO CUDZINCI		
A	B	C	D	E	F	G	H
BARDEJOV	1997	36232	6748	405815	22409	11,1	3,4
	1998	39290	8058	418554	34772	10,6	4,3
	1999	40031	9873	409003	53170	10,2	4,5
	2000	39390	11861	383828	65552	9,7	5,5
	2001	41076	14146	385824	87456	9,4	6,2
	2002	45103	16511	384215	107055	8,5	6,5
	2003	45918	16850	379846	110186	8,3	6,5
	2004	41242	15188	301772	93127	7,3	6,1
	2005	45620	21958	277575	122965	6,1	5,6
LEVOČA	1997	10409	5192	18872	11180	1,8	2,2
	1998	14535	6974	25903	14115	1,8	2,0
	1999	14305	7506	31384	15012	2,2	2,0
	2000	13949	7654	33345	16454	2,7	2,1
	2001	17904	9663	42895	20083	2,4	2,1
	2002	15117	9611	31973	20033	2,1	2,1
	2003	15957	9364	32109	20688	2,0	2,2
	2004	14352	8965	27146	18378	1,9	2,0
	2005	15100	6689	31265	13850	2,1	2,1

A	B	C	D	E	F	G	H
POPRAD	1997	239242	101488	1054535	428126	4,4	4,2
	1998	339202	144981	1356013	576827	4,0	4,0
	1999	377039	160618	1574232	635989	4,2	4,1
	2000	376787	167619	1612439	674371	4,3	4,0
	2001	447053	208709	1839199	829702	4,1	4,0
	2002	493462	240380	1995042	955816	4,0	4,0
	2003	448084	226023	1808431	910274	4,0	4,0
	2004	397224	197854	1503224	756457	3,8	3,8
	2005	416589	184548	1398017	645921	3,4	3,5
KEŽMAROK	1997	12563	5408	47431	20152	3,8	4,5
	1998	49726	19952	187175	80754	3,8	4,5
	1999	52619	13326	201119	55531	3,8	4,5
	2000	52989	16094	202578	67619	3,8	4,2
	2001	60210	21124	213108	84073	3,5	4,0
	2002	63381	22658	201797	80881	3,2	3,6
	2003	55734	20522	185472	77588	3,3	3,8
	2004	44762	17895	148262	66102	3,3	3,7
	2005	44932	19905	138610	71658	3,1	3,6
STARÁ LUBOVŇA	1997	29346	7252	213313	34400	7,3	4,7
	1998	30850	6617	230585	28512	7,5	4,3
	1999	27247	6076	219102	27606	8,0	4,6
	2000	30035	8916	222003	44784	7,4	5,0
	2001	33122	11369	207417	56055	6,3	4,9
	2002	31912	11734	201884	59371	6,3	5,1
	2003	30684	10777	203066	52300	6,6	4,9
	2004	25953	8341	167046	40652	6,4	4,9
	2005	36693	16255	185951	81275	5,1	5,0

Zdroj : - Krajský štatistický úrad Prešov – prehľad z ročeníek a Ústav turizmu, s.r.o. Bratislava - Cestovný ruch na Slovensku - prehľad štatistických údajov

Najčastejšie navštevované krajiny v zahraničí – jednoduchové cesty (údaje v %, 100% je v stĺpci podľa odpovedí respondentov, údaje z roku 2004)

Krajina	% odpovedí	% respondentov
ČR	30,9	50,0
Poľsko	26,6	43,0
Maďarsko	22,7	36,7
Rakúsko	14,3	23,1
Nemecko	1,9	3,0
Taliansko	0,8	1,3
Španielsko	0,6	1,0
Ostatné	2,2	3,7
SPOLU	100,0	

Najviac pobytov alebo ciest uskutočnili obyvatelia Slovenska do ČR - až 31 % z objemu všetkých ciest. Na druhom mieste je Poľsko s objemom 27 % a na ďalšom Maďarsko s 23%-ným podielom zo všetkých uskutočnených ciest v zahraničí. Nasleduje Rakúsko, Nemecko, Taliansko.

3. VÍZIE ĎALŠIEHO ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU.

Snahy a úsilia vyvíjané v cestovnom ruchu musia smerovať k tomu, aby mesto Bardejov so svojou ojedinelosťou a historickou bohatosťou sa stalo známym centrom cestovného ruchu s vysokým štandardom poskytovaných služieb, ktoré je porovnateľné s inými mestami podobného charakteru nielen na severe Slovenska alebo v priľahlom Poľsku a Ukrajine, ale v celej strednej Európe.

3.1. GLOBÁLNY CIEĽ

Ďalej rozvíjať stratégiu mesta pre využitie obrovského potenciálu, ktorý poskytuje mesto a jeho okolie pre všetky formy CR v súlade s princípmi urbanistického plánu, zachovania kultúrneho dedičstva a environmentálnej udržateľnosti s ohľadom na rýchle rozvíjajúcu sa ekonomiku s ohľadom na predĺženie turistickej sezóny. Dosiahnutie globálneho cieľa - kvalitatívny a kvantitatívny rast CR v meste si vyžaduje základný produkt analyzovať z hľadiska možnosti zvyšovania príťažlivosti pre návštevníka. Výraznejšiu aplikáciu marketingových postupov je možné definovať ako ďalšie smerovanie základných turistických produktov v závislosti na geografickom, demografickom, psychografickom kritériu štruktúry turistického ruchu.

Výsledkom marketingovo orientovaného postupu by malo byť:

- **zvýšenie atraktívnosti a imidžu mesta Bardejov**
- **zameranie a zvýšenie účinnosti plánu propagácie o meste a jeho blízkom okolí**
- **skvalitnenie a rozšírenie poskytovania kvalifikovaných sprievodcovských služieb**
- **tvorba doplnkových produktov pre voľný čas turistov, doplnkových služieb**
- **dosiahnuť trvaloudržateľný rozvoj CR**
- **optimálne využitie zdrojov predstavujúcich hlavnú časť rozvoja turizmu**
- **udržať hlavné ekologické procesy a ochraňovať kultúrne dedičstvo, sprísniť kontrolu ochrany prírody a biologickú rovnováhu.**
- **zvyšovanie zamestnanosti obyvateľstva mesta a regiónu**

3.2. STRATEGICKÉ CIELE ROZVOJA CR V BARDEJOVE

- 3.2.1. POSILNENIE POSTAVENIA ODVETVIA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE BARDEJOV**
- 3.2.2. RAST KONKURENCIESCHOPNOSTI ODVETVIA CESTOVNÉHO RUCHU V BARDEJOVE A V PRIHRANIČNOM REGIÓNE S POĽSKOM**
- 3.2.3. VYTVORENIE (ZABEZPEČENIE) NOVÝCH VOĽNOČASOVÝCH ATRAKCIÍ**
- 3.2.4. RAST OBJEMU POBYTOVÉHO CESTOVNÉHO RUCHU**
- 3.2.5. ROZVOJ VZŤAHOV S PARTNERSKÝMI MESTAMI**

3.2.1. POSILNENIE POSTAVENIA ODVETVIA CESTOVNÉHO RUCHU

Nevyhnutnou súčasťou podmienok pre oblasť rozvíjajúcu cestovný ruch je kvalitná infraštruktúra CR. V súčasnosti mesto Bardejov poskytuje celý rad služieb, ktoré priamo či nepriamo ovplyvňujú úroveň služieb cestovného ruchu. Hlavným cieľom trvalo udržateľného rozvoja cestovného ruchu v BardejoVE je stabilizovať jeho postavenie v štruktúre odvetví

národného hospodárstva a vytvárať predpoklady pre jeho efektívny a dlhodobý rozvoj ako faktora hospodárskeho, sociálneho, kultúrneho a environmentálneho rozvoja spoločnosti, ako dôležitého činiteľa ekonomického rastu, zamestnanosť a regionálny rozvoj, s pozitívnym vplyvom na kultúrny a sociálny život spoločnosti.

Možnosti rozvoja cestovného ruchu v Bardejove sú dané jeho miestnymi historickými, kultúrnymi a prírodnými zvláštnosťami. Medzi tieto základné osobitosti potenciálu turizmu mesta a hlavné produkty patria:

- **Historické pamiatky a národné kultúrne pamiatky sústredene v mestskej pamiatkovej rezervácii**
- **Bardejovské Kúpele, minerálne pramene a špeciálne liečebné procedúry**
- **Príroda a podmienky pre prírodný turizmus v meste a okolí**
- **Možnosti športovania, pešia turistika, zimné športy a cykloturistika v okolí Bardejova a do blízkeho Poľska**
- **Možnosti pre poznávací turizmus – drevené kostolíky a pamiatky ľudovej architektúry**

Ďalšie osobitosti umocňujúce turistický potenciál a ktoré sú štandardne v ponuke známych turistických centier Slovenska a iných štátov Európy je ďalej ponuka:

- **Kultúrne a hudobné podujatia (Rolandove hry, Bardejovské hudobné leto, Programové zameranie Kultúrne leto v Bardejove, atď.)**
- **Obchodno – spoločenské akcie (Bardkontakt, Bardejovský jarmok, vianočné trhy)**

3.2.2. RAST KONKURENCIESCHOPNOSTI ODVETVIA CESTOVNÉHO RUCHU V BARDEJOVE A V PRIHRANIČNOM REGIÓNE S POL'SKOM

Hlavnou prednosťou Bardejova oproti susedným štátom ako cieľovým miestam cestovného ruchu je rozmanitosť turistických možností, ktoré je mesto Bardejov spolu s regiónom schopné ponúkať v kombinácii s rôznymi kultúrnymi a prírodnými aktivitami. Bardejov ako cestovný cieľ, turistická destinácia, bude na trhu CR úspešný vtedy, ak bude svoje produkty na trhu ponúkať na základe svojej jedinečnosti a ojedinelosti, silných stránkach a prednostiach. V medzinárodnej konkurencii sa presadí až potom, ak bude mať vybudovaný imidž jedinečnosti, kvalitnú infraštruktúru nielen v meste, ale aj v okolí a bude rešpektovať spoločné záujmy a cieľ – ponuku produktu pod spoločnou značkou.

Z pohľadu zákazníka musia turistické destinácie spĺňať tieto základné podmienky:

- **bezpečnosť**
- **čistota**
- **ľahká dostupnosť**
- **dobré zdravotné štandardy**
- **rozvinutá infraštruktúra**
- **ľahké spojenie s okolitým svetom**
- **zdravé životné prostredie**
- **nenarušená príroda.**
- **rozmanitosť ponuky**

Bardejov sa blíži k splneniu všetkých týchto kritérií. Vychádzajúc z týchto skutočností bude špecifickým cieľom pre cestovného ruchu rozvoj produktov cestovného ruchu s vhodnými podmienkami.

3.2.3. VYTVORENIE (ZABEZPEČENIE) NOVÝCH VOL'NO ČASOVÝCH ATRAKCIÍ :

1. **Aquapark – súčasnosti veľmi žiadaný trend rodinnej rekreácie**
2. **Obchodno – rekreačno – zábavná zóna na mieste starých kasární**

Nové centrum / Business centrum mesta alebo „Au Park“ v malom vydaní / kinosála, kongresová hala pre medzinárodné sympóziá (kultúrne, ekonomické, sociálne, environmentálne, atď), fitness centrum, rodinné rekreačné centrum, podzemné garáže, atď.) Aquapark môže byť súčasťou tohto nového centra mesta.

3. **Letná sánkarská dráha.**
4. **Cyklotrasy medzi Bardejovom, Bardejovskými Kúpeľami a družobným mestom Krynica, pozdĺž rieky Topľa a pripravovanej partnerskej spolupráce s mestom Muszyna – dopĺňujúce cyklotrasy a recipročný Dom kultúry**

Vzhľadom na polohu Bardejova je nemožné odstrániť sezónnosť z ponuky voľnočasových atrakcií.

3.2.4. RAST OBJEMU POBYTOVÉHO CESTOVNÉHO RUCHU

Slovensko má na európskom trhu cestovného ruchu 0,20 % podiel v počte turistov a 0,33 % podiel na príjmoch zo zahraničného cestovného ruchu (údaje za rok 2003). V počte turistov sú všetky susediace krajiny medzi prvými dvadsiatimi krajinami vo svete. Strategickým cieľom cestovného ruchu je preto príprava takej príťažlivej ponuky, ktorá zabezpečí medziročný nárast jeho výkonov (počtu prenocovaní a devízových príjmov), ktorý bude korešpondovať s predpokladaným rastom cestovného ruchu v Európe. Tomuto strategickému cieľu musí zodpovedať propagácia v rámci domáceho cestovného ruchu, rozvoj kvalitných produktov a v neposlednom rade kvalita životného prostredia, prírody a krajiny ako aj kvalita a rozsah služieb cestovného ruchu, ktoré zabezpečia predĺžovanie času pobytu zahraničných návštevníkov v Bardejove, okolitých regiónoch a na Slovensku.

3.2.5. ROZVOJ VZŤAHOV S PARTNERSKÝMI MESTAMI

Partnerské vzťahy sú ideálny priestor pre rozvoj cestovného ruchu na základe výmenných zájazdov, hlbšej spolupráce s partnerskými mestami, spoznávacích návštev partnerských miest.

Hlavným cieľom je rozvoj nielen rôznych aktivít s partnerskými mestami ale aj spolupráca so zastupiteľskými úradmi v partnerských mestách, podpora spolupráce firiem, organizácií, firiem a škôl. Táto spolupráca môže byť ďalej rozvinutá o spoločné projekty medzi rôznymi organizáciami mesta a ďalší rozvoj vzájomne výhodných, vyvážených dvojstranných i viacstranných vzťahov, .

Za tým účelom zabezpečovať a realizovať:

- **Úlohy vyplývajúce zo schválenej Koncepcie rozvoja partnerských vzťahov, s ktorými má mesto Bardejov uzatvorené zmluvy o partnerstve**
- **Hľadať nové zaujímavé možnosti na nadviazanie nových partnerských vzťahov s mestami v zaujímavých krajinách, napr. MONTEMARCIANO, KAPFENBERG a pod.**
- **Vypracovať Akčný program rozvoja partnerských miest a zabezpečiť jeho implementáciu s možnosťou využívania financovania prostredníctvom Grantových projektov.**

4. MARKETING, PROPAGÁCIA A PREZENTÁCIA BARDEJOVA

Odvetvie cestovného ruchu je sektor, ktorý v živote mesta Bardejov dlhodobo zohráva významnú úlohu. Dosiagnuté výsledky svedčia o neustálej potrebe prehodnocovať, sledovať, zlepšovať a cielene pôsobiť na túto oblasť tak, aby prostredníctvom logistiky riadenia sa vytvárali podmienky na eliminovanie starých a novovzniknutých nedostatkov a na dosiahnutie uceleného integrovaného rozvoja (aby negatívny dopad bol minimalizovaný v porovnaní s prínosom). Naše ambície sú pomôcť turistickému priemyslu v Bardejove zmeniť sa z odvetvia s nízkymi platmi, bez novej kariéry

a správneho vzdelania a výsledkom tohto aj nízkej kvality na odvetvie, ktoré dáva kvalitu do všetkého čo robí. Kvalita na vysokej úrovni a jej stálosť je kľúčom k prilákaniu turistov opäť do miesta určenia.

Na úvod tohto plánu je potrebné zdôrazniť základné poslanie plánovania a to v tom zmysle, že je to systematický proces stanovovania cieľov, vykonávania analýz a prieskumov, formulovania plánu a odporúčaní a napokon ich uvedenie do života s následným nepretržitým zlepšovaním a riadením.

V krátkodobom časovom horizonte troch rokov bude nevyhnutné realizovať nasledovné ciele:

- efektívne koordinovať činnosť pri propagácii mesta na turistických výstavách a turistických trhoch doma ale hlavne v zahraničí.
- Zlepšiť internetovú prezentáciu Bardejova v rámci informačného systému európskeho cestovného ruchu aj s možnosťou využívania podstránok na kľúčových partnerov v regiónoch Slovenska, dopracovať a pravidelne aktualizovať domové stránky Bardejova
- Rozšíriť jazykové mutácie propagačných materiálov so zameraním na susediace krajiny pre jednotlivé výstavy, prehliť prácu so zastupiteľstvami v okolitých krajinách s cieľom rozšírenia propagácie.
- Pomocou TIK vykonávať sústavný dlhodobý výskum, prieskum návštevnosti, hostí, ktorí navštívili mesto, motiváciu, spokojnosť a očakávania potenciálnych klientov od návštevy Bardejova,
- spracovať marketingový program cestovného ruchu o prezentácii Bardejova v nasledujúcich rokoch,
- marketingové a propagačné aktivity zamerať na komunity našich krajanov v zahraničí, najmä v zámorí (USA, Kanada, Austrália, Argentína, Izrael, Ázia),

4.1. CIEĽOVÉ TRHY CESTOVNÉHO RUCHU :

1. Domáci návštevník
2. Poľsko
3. Česko
4. Krajiny EU
5. Ukrajina, Rusko a ostatné krajiny bývalého ZSSR
6. USA, Japonsko a ostatný svet

5. FORMY CESTOVNÉHO RUCHU

5.1. ZIMNÝ CESTOVNÝ RUCH

5.2. MESTSKÝ A KULTÚRNY CESTOVNÝ RUCH

5.2.1. PRIMÁRNA PONUKA

5.2.2. SEKUNDÁRNA PONUKA

5.2.2.1. UBYTOVANIE A STRAVOVACIE SLUŽBY

5.2.2.2. AKTIVITY

5.3. KÚPEĽNÝ A ZDRAVOTNÝ CESTOVNÝ RUCH

5.4. TEMATICKÝ CESTOVNÝ RUCH

5.1. ZIMNÝ CESTOVNÝ RUCH

Aj keď okolie Bardejova je prevažne hornaté, prírodné podmienky pre zimné športy vo väčšom rozsahu nie sú najvhodnejšie (nedostatok vhodných zjazdárskych tratí a ich vybavenie) a preto nebudú mať prioritu pri rozvoji cestovného ruchu.

5.2. MESTSKÝ A KULTÚRNY CESTOVNÝ RUCH

5.2.1. PRIMÁRNA PONUKA:

Mestský cestovný ruch predstavuje každú formu pobytu návštevníkov v meste, ktorého hlavným cieľom je zážitok. Sú to poznávacie formy orientované na históriu, kultúru a kongresový cestovný ruch, založený na unikátnom rozsahu pestrosti a koncentracii historických pamiatok a s nimi spojenými kultúrnymi udalosťami. Motivácie pri tejto forme cestovného ruchu sú rôzne ako napr. pracovný t.j. obchodný, veľtržný, kongresový alebo turistický t.j. kultúrny, vzdelávací, nákupný, zdravotný, návšteva príbuzných alebo známych. Perspektívou pre Bardejov je jeho zachovalé historické jadro, vyhlásené za mestskú pamiatkovú rezerváciu. Je to najvhodnejšia forma prezentovania kultúrneho dedičstva, historický turizmus.

Snahy a úsilie vyvíjané v CR musia smerovať k tomu, aby mesto Bardejov so svojou ojedinelosťou a historickou bohatosťou sa stalo známym centrom cestovného ruchu s vysokým štandardom poskytovaných služieb, ktoré je porovnateľné s inými mestami podobného charakteru. Pri naplňovaní tohto cieľa je potrebné zabezpečiť špecifické úlohy samosprávy pre ďalší rozvoj mesta Bardejov a to:

1. dopĺňanie a ďalší rozvoj účinných plánovacích dokumentov a mestskej legislatívy
2. riešenie stimulačných faktorov na podporu CR
3. zlepšiť úroveň informačných služieb a poradenstvo
4. vytváranie územných predpokladov a podmienok pre budovanie sféry CR (vytváranie nových pracovných miest na zabezpečenie potrieb návštevníkov, zabezpečenie potrebných služieb) zabezpečenie procesu sledovania a vyhodnocovania rozvoja CR
5. zabezpečenie prieskumu trhu
6. zlepšiť imidž mesta ako turistickej destinácie, trhovú stratégiu a vzťah s trhom, marketing mesta v CR, globálna propagácia mesta
7. vytváranie novej infraštruktúry pre CR (športové a/alebo koncertné haly, kiosky, nové cesty a spojenia s inými zaujímavými turistickými destináciami)
8. zabezpečiť zvýšenú starostlivosť o mestskú zeleň, lepšie udržiavanie verejných priestranstiev v okolí historických pamiatok (na prilákanie turistov nestačia len historické pamiatky samotné, ale sú potrebné aj podporné akcie ako napr. zvýšená čistota, pocit bezpečnosti)
9. zabezpečenie lepšieho využitia verejných priestranstiev a poskytovanie kvalitných služieb (na zvýšenie atraktívnosti a dobrého pocitu stráveného v turistickej lokalite je niekedy potrebná reorganizácia podľa potrieb turistov – terasy na námestí, pešie a odpočinkové zóny a iné zaujímavosti)
10. znovu objaviť a predviesť tradičné remeslá, špecifické pre danú oblasť (miestne jedlá, výrobky a špeciality)
11. dobudovať zariadenia (pre doplnkové aktivity, aktivity umožňujúce rekreáciu po celý rok)
12. predĺženie sezóny alebo odstránenie sezónnosti
13. nadviazať strategické partnerstvá s podobnými turisticky zaujímavými mestami, resp. destináciami. (SKM, UNESCO)
14. zvyšovať zamestnanosť v zariadeniach CR a v nadväzných službách
15. posilňovanie miestneho hospodárstva z príjmov súvisiacich s CR - vyššie poplatky účastníkov cestovného ruchu, poskytovateľov služieb v CR, parkovné, a pod.
16. zabezpečenie skvalitnenie cestnej infraštruktúry pre uľahčenie dostupnosti

Primárne produkty cestovného ruchu v Bardejove sú tvorené *atraktivitami mesta* ako sú historické budovy a pamiatky, múzeá, zaujímavé stavby mesta, najmä:

- Bazilika minor sv. Egídia - národná kultúrna pamiatka
- mestská radnica - národná kultúrna pamiatka
- najvýznamnejšie meštianske domy na Radničnom námestí

- mestský hradobný systém s baštami
- jednotlivé múzeá
- kostol sv. Jána Krstiteľa a kláštor Františkánov
- grécko-katolícky kostol sv. Petra a Pavla
- kostol sv. Kríža na Kalvárii so zastaveniami Krížovej cesty
- humanistické gymnázium
- evanjelický kostol
- židovské suburbium
- lampový stĺp
- drevené kostolíky v Bardejovských Kúpeľoch a okolí – národné kultúrne pamiatky
- skanzem a historické budovy v Bardejovských Kúpeľoch

5.2.2. SEKUNDÁRNA PONUKA :

Do sekundárnej ponuky patria všetky druhy zariadení cestovného ruchu a ich služby, napr. ubytovacie, stravovacie, pohostinské, zábavné, cestovné kancelárie, regionálna gastronómia, hudobné festivaly, semináre, jarmok, výstavy a športové akcie, turisticko-informačné kancelárie, služby pre návštevníkov športoviská, atď.

5.2.2.1. UBYTOVACIE A STRAVOVACIE SLUŽBY

Pri vytváraní podmienok pre dynamické začleňovanie CR do hospodárskej sféry mesta plnia významnú úlohu infraštrukturálne služby. Ubytovacie a stravovacie služby vytvárajú základné podmienky pobytu turistu.

Pre ďalší rozvoj je potrebné budovať sieť kvalitných, štandardných, neobvyklých, dobre udržiavaných a medzinárodným štandardom zodpovedajúcich ubytovacích a stravovacích zariadení s dostatočnou kapacitou a štruktúrou, s rozsiahlym komplexom doplnkových služieb.

V poskytovaných službách stravovania je nevyhnutné zvýšiť uplatňovanie jednoduchých, ale nápaditých, pre turistov atraktívnych foriem s využitím mestských tradícií a historicky motivovaných ponúkaných služieb. V mnohých zariadeniach sa už nachádzajú viacjazyčné jedálne lístky aj s dobovou grafickou úpravou čo je podstatné zlepšenie oproti minulému obdobiu. Aj vývesné tabule s dennou ponukou sa objavili na prilákanie návštevníkov, ale ešte stále sa nájdu nedostatky v obsluhu a ústretovosti personálu, nebýva úplnou samozrejmosťou uvedenie hosťa k stolu, stále málo personálu je schopné komunikovať vo viacerých jazykoch, ale aj v tejto oblasti už dochádza pomaly k zlepšeniu s cieľom maximálne uspokojiť jeho potreby. Nedostatky sú aj v doplnkových službách, úrovni sociálnych zariadení, najmä ich čistote. Riešenie si vyžaduje aj územná dislokácia stravovacích zariadení a doplnenie ich štruktúry s dôrazom na rozšírenie ponuky stravovacích zariadení popripade aj zredukovanie počtu (kvalita namiesto kvantity). (3 pizzerie, ale ani jedna gazdovská, okrem staničného bufetu nie je možnosť kultúrne sa naraňajkovať!).

Trvaloudržateľný rozvoj cestovného ruchu by mal udržiavať vysokú úroveň turistického uspokojenia a nezabudnuteľné zážitky pre turistov, čím sa zabezpečí návratnosť návštevnosti spolu s bezplatnou reklamou, formou doporučení od uspokojených zákazníkov – turistov. Manažment trvaloudržateľného turizmu je aplikovateľný na všetky formy CR a vo všetkých typoch a druhoch určenia. Pri manažovaní turistických produktov v Bardejove priority rôznych aktérov môžu byť rôznorodé a niekedy aj protichodné. Pre prekonanie týchto možných nedostatkov je potrebné, aby implementácia pravidiel rozvoja CR bola lepšie koordinovaná a cieľovo orientovaná. Infraštruktúra a kvalita životného prostredia by mali byť integrovanou súčasťou týchto pravidiel rozvoja CR.

Je potrebné podporovať snahu (pokiaľ taká je) prevádzkovateľov v CR získať certifikát kvality. Riešenie potrebuje aj územná dislokácia stravovacích zariadení a doplnenie ich štruktúry (opäť kvalita namiesto kvantity).

5.2.2.2 AKTIVITY :

- a. **V nadväznosti na ROZVOJOVÝ PLÁN SLOVENSKO – VÝCHOD, stratégia rozvoja nášho regiónu, časť cestovný ruch vypracovaných Prešovským a Košickým samosprávnym krajom a v súlade s Akčným plánom Programu hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta Bardejov, časť A. Cestovný ruch a kúpeľníctvo - zabezpečovať úlohy najmä v oblasti:**
- nárastu návštevnosti
 - nárastu tržieb z CR
 - kvalite poskytovaných služieb
 - vzniku nových turistických produktov a atraktivít
 - zvýšení účinnosti informačných služieb a pod.

Realizácia : - Mesto Bardejov
 - TIK a iné informačné kancelárie na území mesta
 - Subjekty podnikajúce v oblasti CR na území mesta

- b. **v spolupráci s miestnymi zložkami dobrovoľných záujmových združení podnikateľov pôsobiť na prevádzkovateľov stravovacích služieb s cieľom zlepšiť kvalitatívnu stránku služieb (získať certifikát kvality), najmä úslužnosť personálu, hygienu, vkusnosť stolovania, čistotu prevádzkových zariadení, jazykovú vyspelosť, viacjazyčné jedálne lístky a pod.**

Realizácia : - Mesto Bardejov
 - Slovenská živnostenská komora
 - Regionálny úrad verejného zdravotníctva
 - prevádzkovatelia zariadení v CR

- c. **Snaha o lepšie funkčné využívanie nehnuteľností v CMZ, ale hlavne na námestí tak, aby sa vytvárali podmienky pre zvýšenie hlavne kvality, ale aj kapacity stravovacích a ubytovacích zariadení.**

Realizácia : - Mesto Bardejov

- d. **Vytvárať územno-plánovacie podmienky na výstavbu nových ubytovacích kapacít s osobitným zreteľom na zabezpečenie ubytovacích kapacít penzionálneho typu, najmä v CMZ a MPR.**

Realizácia : - Mesto Bardejov

- e. **Územne dopracovať možnosti pre výstavbu ubytovacích zariadení kempingového typu na území mesta**

Realizácia : - Mesto Bardejov

- f. **Revitalizácia obchodného centra v Bardejovských Kúpeľoch s cieľom zamerania na zvýšenie atraktivity pre úspešný rozvoj cestovného ruchu.**

Realizácia : - Mesto Bardejov

- g. **V oblasti cestnej infraštruktúry mestských komunikácií, chodníkov a parkovísk neustále zabezpečovať jej kvalitatívnu stránku a rozvoj a za tým účelom riešiť vybudovanie nových parkovacích kapacít v blízkosti centra mesta / záchytné parkovisko Krátky rad, Jiráskova ul., prípadne podzemné parkovisko pred Športovou halou na nám., SNP/, ako aj rozširovanie parkovacích priestorov v ostatných častiach mesta.**

Realizácia : - Mesto Bardejov

5.3. KÚPEĽNÝ A ZDRAVOTNÝ CESTOVNÝ RUCH

Kúpeľný a zdravotný CR je založený na využívaní moderných princípov zdravého spôsobu života, miestneho prírodného zdroja liečivej vody, miestneho zdroja iných prírodných liečivých materiálov alebo klímy, ale aj na vysokej kvalite ovzdušia a prírodnej atraktívnosti krajiny.

Vzhľadom na priaznivé prírodné podmienky a liečivé pramene nachádzajúce sa v Bardejovských Kúpeľoch je táto oblasť rozvoja CR jednou z prioritných oblastí rozvoja.

Kúpeľný cestovný ruch má v Európe niekoľko základných produktov, a to:

- akútna kúpeľná rehabilitácia,
- včasná kúpeľná rehabilitácia,
- tradičná kúpeľná liečba,
- kratšie liečebné preventívne pobyty,
- wellness,
- rekondičné pobyty,
- rodinná dovolenka v kúpeľoch,

V súčasnej dobe sa do popredia dostávajú aj nové liečebné postupy ako napr. klimatoterapia pri ochoreniach horných dýchacích ciest v solných jaskyniach, netradičné formy masáže.

5.4. TEMATICKÝ CESTOVNÝ RUCH

Tento segment obsahuje tematické trasy s charakteristickým obsahom (história, architektúra, historické remeslá, vinárstvo, pivovarníctvo, sklárstvo, drevené kostolíky, SKM, lokality UNESCO...). V ponuke tematického cestovného ruchu by nemali chýbať ani východoslovenská gastronómia a folklór.

1. Postupne znovu objavovať alebo oživovať miestne tradície a prezentovať ich ako nové obchodno-spoločenské aktivity podporujúce CR.

Realizácia : - Mestský úrad Bardejov - odd. kultúry, odd. P.Č.
- Šarišské múzeum

2. Rekonštrukcia a dobudovanie chodníka Bardejovské Kúpele - mesto

Realizácia : - Mestský úrad Bardejov

3. Vytvorenie spoločného produktu vo forme výmenných poznávacích zájazdov napr.:

- Po stopách Slovenských kráľovských miest,
- Šperky slovenských miest – mestá UNESCO

Realizácia : - Mestský úrad Bardejov

6. SPOLUPRÁCA VEREJNÉHO A SÚKROMNÉHO SEKTORA

Pre úspešný rozvoj a riadenie CR je potrebná veľmi úzka a permanentná spolupráca združujúca aktivity verejného a súkromného sektora rovnako v oblasti plánovania a realizácie, ako aj v oblasti propagácie a informovanosti. Pretože na Slovensku mal verejný sektor v turistickom priemysle dlhé roky silnú radiacu a koordinačnú funkciu, pretrváva dojem, že verejný sektor má túto úlohu aj v súčasnosti.

Trh cestovného ruchu je zatiaľ charakterizovaný rozdrobenosťou na veľké množstvo malých nezávislých podnikov, ktoré nie vždy vzájomne spolupracujú.

CR a väčšina aktivít točiacich sa okolo neho sú predovšetkým aktivita súkromného sektora, je to business. Aktívna úloha verejného sektora, teda aj samosprávy, zohráva význam v počiatočných fázach rozvoja (aby sa zabránilo živelnosti) a postupne musí aktivitu preberať spomínaný súkromný sektor (na čele so združením CR).

Je potrebné zlepšiť spoluprácu medzi podnikateľmi a navzájom i medzi verejným a súkromným sektorom. Toto je podmienené intenzívnym využívaním kooperácie medzi miestnymi a regionálnymi

združeniami cestovného ruchu, sieťou zariadení cestovného ruchu. Takéto kooperačné systémy majú podstatne väčšie šance na trhu.

V zahraničí je existencia takýchto združení zakotvená v zákonoch, čo sa na Slovensku zatiaľ nepodarilo presadiť. Zákony niektorých krajín stanovujú povinné členstvo v takýchto združeníach pre všetkých podnikateľov profitujúcich z cestovného ruchu a tým určujú aj ich podiel na nákladoch. Tieto zákony priamo stanovujú, ktoré subjekty sa musia byť členom združenia cestovného ruchu. Základom na výpočet príspevku člena je príspevkovo povinný obrat, ktorého položky sú uvedené v zákone.

6.1. ROZVOJ INFRAŠTRUKTÚRY CESTOVNÉHO RUCHU

- budovanie a rozvoj ubytovacích a stravovacích služieb v zodpovedajúcej štruktúre,
- zvýšená starostlivosť o historické a kultúrne dedičstvo,
- rekonštrukcia historických pamiatok, (hradobné opevnenie, bašty)
- výstavba športového a rekreačného centra,
- budovanie, správa a rozvoj turistickej infraštruktúry (náučných chodníkov, cyklotrás, turistických chodníkov,
- sprísnenie kontroly pohybu ATV a iných motorových vozidiel na lesných chodníkoch a turistických steskách
- dobudovanie rozsiahlejšieho spektra voľnočasových aktivít

6.2. ROZVOJ PRODUKTOV ÚZEMIA PRE CESTOVNÝ RUCH

- tvorba a realizácia atraktívnych, konkurencieschopných produktov cestovného ruchu,
- príprava a realizáciu spoločných produktov zahrňujúcich inovované aj nové produkty,
- atraktívna prezentácia histórie,
- spolupráca so združeniami a inštitúciami pri tvorbe spoločnej ponuky pre zahraničných návštevníkov,
- zbieranie informácií, pravidelný prieskum medzi návštevníkmi a ich využitie,

6.3. AKTÍVNA PROPAGÁCIA PRE CESTOVNÝ RUCH

- príprava a realizácia marketingového plánu pre propagáciu územia mesta,
- vytvorenie tímu pre koordináciu a partnerskú spoluprácu v oblasti propagácie,
- zlepšiť propagáciu spoločnou propagačnou politikou s okolitými subjektmi pôsobiacimi v CR

6.4. TURISTICKÝ IMAGE MESTA

Vzhľad mesta je jedným z najvýznamnejších faktorov, ktoré ovplyvňujú dojmy a pocity turistov. Udržiavané fasády obchodov, podnikov, ulice bez odpadkov, čisté chodníky, pocit bezpečnosti, upravené parky vyvolávajú u turistov už pri prvom kontakte s mestom príjemný pocit, ktorý ho môže povzbudiť na predĺženie pobytu oproti pôvodnému plánu, na opakované návštevy mesta. Navyše turista môže odporúčať návštevu svojim príbuzným, priateľom, známym. Toto je najlacnejšia a veľmi účinná reklama, na ktorú sa oplatí vynaložiť úsilie.

Aktivity na realizáciu:

- obnova, ošetrovanie verejnej zelene a budovanie nových parkových plôch, výsadba kvetov a okrasných krovín,
- oprava alebo revitalizácia nevzhľadných a nehodiacich sa objektov, budov, stánkov do historického prostredia,
- starostlivosť o vzhľad a čistotu verejných WC,

- **obnova vybavenosti verejných priestranstiev z hľadiska estetizácie, kvalitnými prvkami mestského mobiliáru / zástavky MHD, lavičky, odpadové koše, informačné tabule .../**
- **pokračovať v obnove historických budov a fasád objektov,**
- **budovanie vonkajšieho vzhľadu a charakteristického imidžu hlavných mestských ulíc,**
- **zvyšovanie bezpečnosti obyvateľov a návštevníkov mesta a minimalizácia vandalizmu, najmä formou doplnenia a rozšírenia bezpečnostného kamerového systému a zvýšenou aktivitou činnosti mestskej polície**
- **snaha o zabránenie likvidácie verejných parkov a zelene v meste na úkor výstavby,**

6.5. AKTIVITY A ATRAKCIE

- a. **malé atrakcie (vybudovanie makety historického jadra mesta v hradobnej priekope - tzv. " Malý Bardejov")**
Realizácia : - Mesto Bardejov
- b. **vypracovanie scenára podujatia na báze historických motívov (napr. Dni opevnených miest s využitím terajších Dní rytiera Rolanda, Rozprávkový víkend v Bardejove, Oslavy sv. Vavrinca)**
Realizácia : - Mesto Bardejov
- c. **vypracovanie scenára možných kultúrno-spoločenských a športových podujatí na zvýšenie prítlačnosti mesta počas letnej turistickej sezóny (predvádzanie historických remesiel, plážový volejbal, podávanie typických jedál, rock festival, rally historických vozidiel a pod.)**
Realizácia : - Mesto Bardejov
- d. **prinavrátanie do života miesta alebo pamiatky, ktorá inak stojí nie v priamom záujme turistov (hradná priekopa, bašty, Kalvária)**
- e. **vypracovanie štúdie návrhu rekreačno-odpočinkovej oblasti pri hradobnom múre - colnica a park pri fontáne**
Realizácia : Mesto Bardejov
- f. **priebežne zabezpečovať zvyšovanie štandardu a rozvoj už jestvujúcich turisticko-oddychových zariadení / kúpaliská, cyklochodníky, oddychové zóny, kyslíkové dráhy a pod.**
Realizácia : - Mesto Bardejov
- Vlastníci a prevádzkovatelia zariadení

7. PLÁN PROPAGÁCIE MESTA NA ĎALŠIE OBDOBIE

7.1. ROZDELENIE FORIEM PROPAGÁCIE

7.2. FINANČNÉ ZABEZPEČENIE

Základným predpokladom rozvoja CR v cieľovom mieste je existencia primárnej ponuky. Mesto Bardejov patrí k takýmto lokalitám a má všetky predpoklady stať sa rozvinutým centrom CR. Ponúka množstvo umeleckých pamiatok a skvosty architektúry. Mestská pamiatková rezervácia je ojedinelým fenoménom z hľadiska historického aj kultúrneho zastúpenia sakrálnymi i svetskými historickými budovami. Táto pamiatková zóna je jedinečný ucelený komplex ohraničený mestským opevnením - fortifikačný systém s baštami, ale aj historické budovy meštianskych domov, kostolov, kláštor a s dvoma dominantami na námestí – historickou radnicou a Bazilikou minor sv. Egídia. Mesto má v okolí nádhernú prírodnú scenériu, v ktorej sa nachádzajú perly úplne iného druhu - drevené kostolíky, zrúcaniny stredovekého hradu i prírodná rezervácia.

Jednou z dôležitých úloh je propagácia, ktorá musí byť premyslená, kvalitne rozpracovaná a adresná. Pripraviť koncepciu propagácie mesta najmenej na 4 roky je potrebné z dôvodu, aby nedochádzalo k živelnému vydávaniu materiálov, aby bolo možné naplánovať prostriedky mesta i systematicky vyhľadávať sponzorov, či objednávateľov reklamy, ktorí by mali záujem podieľať sa na príprave určitého druhu propagácie.

7.1. ROZDELENIE FORIEM PROPAGÁCIE

7.1.1. TLAČOVÁ A ELEKTRONICKÁ PROPAGÁCIA

7.1.2. VÝSTAVY

7.1.3. NEŠPECIFICKÉ FORMY

7.1.1 TLAČOVÁ A ELEKTRONICKÁ PROPAGÁCIA

ROK	DRUH, NÁZOV	POČET VÝTLAČKOV	FINANČNÝ NÁKLAD	TERMÍN PRÍPRAVY	DISTRIBÚCIA
A	B	C	D	E	F
2008	AKTUALIZÁCIA BEDEKERU	1500 - 2000	100.000,- SK		
2008	DVD – SKM	200	150 000,- SK		
SPOLU			250.000,-SK		
ROKY 2007 - 2008 SPOLU			250.000,-SK		

7.1.2. VÝSTAVY

ROK	NÁZOV VÝSTAVY	FINANČNÝ NÁKLAD	POZNÁMKA
A	B	C	D
2007	VÝSTAVA CESTOVNÉHO RUCHU VO WARSZAVE LATO 2007	45.000,-SK	1X
2007	SLOVAKIA TOUR BRATISLAVA	50.000,-SK	1X
2007	EKONOMICKÉ FÓRUM 2007 KRYNICA – PR	20.000,-SK	1X
2007	ADRENALINA WARSZAVA 2007 - PR	50.000,-SK	1X
2007	MADI PRAHA - ČR	60 000,-SK	IX
SPOLU		.000,-SK	
ROKY 2007 – 2008 SPOLU		225.000,-SK	
Z TOHO			
7.1.1 TLAČOVÁ A ELEKTRONICKÁ PROPAGÁCIA		250.000,-SK	
7.1.2. VÝSTAVY		475.000,-SK	

Vzhľadom na nejasnený program zahraničných výstav a veľtrhov CR zo strany SACR pre rok 2007 a najmä ďalšie roky nie je možné uviesť detailnejší návrh účasti mesta na týchto výstavách. Na základe skúseností z predchádzajúcich období sa predpokladá účasť mesta na cca 6 zahraničných výstavách v každom roku počas platnosti koncepcie.

7.1.3. NEŠPECIFICKÉ FORMY :

- publikovanie v odborných časopisoch (Kormorán, Cestovateľ, Inflight atď) aj prostredníctvom kmeňových redaktorov
- ponuka mesta ako produktu pre CK formou pobytovo - poznávacieho pobytu pre majiteľov CK, tour operátorov a profesných inštitúcií
- vytvorenie vlastného propagačného sloganu mesta spolu s logom (erb)
- (slogany: história na 8 písmen, história v srdci Európy, Bardejov – mýtus podporený realitou, Nech si kdekoľvek, navštív Bardejov – historické mesto, Bardejov – siahni si na históriu, Malé historické mesto – plná chuť histórie, Bardejov – ochutnajte históriu, Bardejov – jedno meno – jedna legenda, Mysli, precíť, preži – mesto Bardejov
- ďalšie aktivity v tejto oblasti , ako aj iných foriem propagácie budú realizované operatívne v jednotlivých rokoch na základe potrieb a disponibilných zdrojov financovania podľa schváleného rozpočtu na jednotlivé roky pre oblasť propagácie

7.2. FINANČNÉ ZABEZPEČENIE :

Finančné zabezpečenie rozvoja cestovného ruchu je jednou z najdôležitejších oblastí, ktorá je najobtiažnejšou úlohou finančného plánovania rozpočtu mesta a na ktorú pôsobí mnoho nielen základných, ale aj iných faktorov, ktoré súvisia s prognózovaním vývoja na dlhšie časové obdobie, s výškou príjmov a výdavkov , ako aj iných vplyvov, pričom je potrebné brať v úvahu neustále zmeny. Na zabezpečenie plnenia úloh vyplývajúcich z tejto Koncepcie a súvisiacich potrieb sa podieľa:

- časť príjmov z rozpočtu mesta - príjmy v oblasti miestnych daní za ubytovanie, dane za užívanie verejného priestranstva, správnych poplatkov z prevádzkovania výherných prístrojov a výťažkov z prevádzkovania hazardných hier / stávkové kancelárie, lotérie pod/.
- združené finančné prostriedky subjektov podieľajúcich sa na konkrétnych aktivitách
- získané finančné prostriedky zo štátnych alebo európskych fondov a nadácií, na základe schválených projektov

8. ZÁVER:

Navrhovaná Koncepcia rozvoja cestovného ruchu v meste Bardejov na roky 2007 – 2013 , jej ciele , vízie a aktivity smerujú k vytvoreniu základných predpokladov pre riadenie rozvoja cestovného ruchu na území mesta Bardejov spôsobmi, ktoré sú obvyklé v krajinách s rozvinutým cestovným ruchom a to viac, že Slovensko je súčasťou krajín EÚ, na ktoré sa vzťahujú niektoré spoločné štandardy a ustanovenia.

Ich dôslednou realizáciou sa vytvoria vhodné podmienky pre naplnenie stanovených cieľov a rozvoja ďalšej spolupráce so štátnymi inštitúciami a podnikateľskými subjektami pôsobiacimi v tejto oblasti, čím sa zároveň otvárajú ďalšie možnosti pre trvaloudržateľný rozvoj mesta Bardejov, ako centra cestovného ruchu nášho regiónu.

KONCEPCIA ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU MESTA BARDEJOV NA OBDOBIE 2007 – 2013

OBSAH :

1. ÚVOD

2. ANALÝZA STAVU PO ROKU 2006
 - 2.1. ZÁKLADNÁ CHARAKTERISTIKA MESTA
 - 2.2. INFRAŠTRUKTÚRA
 - 2.3. IDENTIFIKÁCIA VÝCHODÍSK ROZVOJA
 - 2.4. FORMY CESTOVNÉHO RUCHU
3. VÍZIE ĎALŠIEHO ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU
 - 3.1. GLOBÁLNY CIEĽ
 - 3.2. STRATEGICKÉ CIELE ROZVOJA CR V BARDEJOVE
 - 3.2.1. POSILNENIE POSTAVENIA ODVETVIA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE BARDEJOV
 - 3.2.2. RAST KONKURENCIESCHOPNOSTI ODVETVIA CESTOVNÉHO RUCHU V BARDEJOVE A V PRIHRANIČNOM REGIÓNE S POĽSKOM
 - 3.2.3. VYTVORENIE (ZABEZPEČENIE) NOVÝCH VOĽNOČASOVÝCH ATRAKCIÍ
 - 3.2.4. RAST OBJEMU POBYTOVÉHO CESTOVNÉHO RUCHU
4. MARKETING, PROPAGÁCIA A PREZENTÁCIA BARDEJOVA
 - 4.1. CIEĽOVÉ TRHY CESTOVNÉHO RUCHU :
5. FORMY CESTOVNÉHO RUCHU
 - 5.1. ZIMNÝ CESTOVNÝ RUCH
 - 5.2. MESTSKÝ A KULTÚRNY CESTOVNÝ RUCH
 - 5.2.1. PRIMÁRNA PONUKA
 - 5.2.2. SEKUNDÁRNA PONUKA
 - 5.2.2.1. UBYTOVANIE A STRAVOVACIE SLUŽBY
 - 5.2.2.2. AKTIVITY
 - 5.3. KÚPEĽNÝ A ZDRAVOTNÝ CESTOVNÝ RUCH
 - 5.4. TEMATICKÝ CESTOVNÝ RUCH
6. SPOLUPRÁCA VEREJNÉHO A SÚKROMNÉHO SEKTORA
 - 6.1. ROZVOJ INFRAŠTRUKTÚRY CESTOVNÉHO RUCHU
 - 6.2. ROZVOJ PRODUKTOV ÚZEMIA PRE CESTOVNÝ RUCH
 - 6.3. AKTÍVNA PROPAGÁCIA PRE CESTOVNÝ RUCH
 - 6.4. TURISTICKÝ IMAGE MESTA
 - 6.5. AKTIVITY A ATRAKCIE
7. PLÁN PROPAGÁCIE MESTA NA ĎALŠIE OBDOBIE
 - 7.1. ROZDELENIE FORIEM PROPAGÁCIE
 - 7.1.1. TLAČOVÁ A ELEKTRONICKÁ PROPAGÁCIA
 - 7.1.2. VÝSTAVY
 - 7.1.3. NEŠPECIFICKÉ FORMY (LOGO (ERB) + SLOGAN)
 - 7.2. FINANČNÉ ZABEZPEČENIE
8. ZÁVER