



TURISTICKÝ
**NOVOHRAD A
PODPOĽANIE**

**Koncepcia rozvoja cestovného ruchu
v destinácii Novohrad a Podpoľanie**

Obsah

I. Úvod	2
II. Analýza súčasnej situácie	3
A. Východiskový stav - popis situácie	3
B. SWOT analýza	5
III. Tvorba turistickej destinácie v Novohrade a Podpoľaní	8
A. Tvorba destinačnej organizácie Novohrad a Podpoľanie .	9
B. Infraštruktúra destinácie TNP	11
C. Propagácia - reklama - marketing	13
IV. Ekonomická vízia destinácie TNP (namiesto záveru)	19

I. Úvod

Vznik tohto dokumentu vyvolala potreba postupného vytvárania teoretických podkladov pre budovanie turistickej destinácie v regióne Novohrad a Podpoľanie. Je to pracovný materiál, ktorý upresňuje predstavu, ako dosiahnuť náš rozhodujúci strategický cieľ: **„Umožniť ľuďom z juhu Stredného Slovenska získať trvalé zamestnanie - trvaloudržateľný spôsob obživy - prostredníctvom rozvoja cestovného ruchu.“**

Za tým účelom obce, občianske združenia a podnikateľské subjekty z tohto regiónu založili v marci 2012 destinačnú organizáciu s oficiálnym názvom „Oblasťná organizácia cestovného ruchu - OOCR Turistický Novohrad a Podpoľanie“.

OOCR založilo tridsať obcí a pätnásť občianskych združení a firiem. S iniciatívou na budovanie regionálneho cestovného ruchu ako priemyselného odvetvia prišla ešte v roku 2007 regionálna Turistická informačná agentúra Karpaty Slovakia z Lučenca a Združenie na podporu turizmu v Novohrade.

Iniciatívu v roku 2011 podporil prednosta ObÚ v Lučenci a predseda Združenia miest a obcí Novohradu. Myšlienka na zníženie nezamestnanosti rozvojom turizmu získala aj podporu vedenia sekcie cestovného ruchu na Ministerstve dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja.

S podporou ministerstva vznikol koncom roku 2011 prvý strategický dokument so spomínaným zámerom. Keďže sa realizoval na základe konkrétneho cezhraničného projektu spájajúceho dve lokálne destinácie, „Park praveku“ v Maďarsku a hrad Šomoška, má názov „Cestičky do praveku.“ V ňom sme zadefinovali i potrebu založenia organizácie, ktorá by v regióne s dlhodobou vysokou nezamestnanosťou proces tvorby turistickej destinácie naštartovala.

Vznikajúca destinačná organizácia „Turistický Novohrad a Podpoľanie“ sa ideovo orientovala východiskami tohto dokumentu. Organizačne a legislatívne „Zákonom o podpore cestovného ruchu č. 91/2010 Z z., ktorý nadobudol účinnosť 1.12.2011. Pre potreby rozbiehajúcej sa „Oblasťnej organizácie cestovného ruchu Turistický Novohrad a Podpoľanie“ spracovávame i tento materiál.

Návrh koncepcie rozvoja cestovného ruchu v regióne Novohrad a Podpoľanie je predkladaný členom OOCR a odbornej verejnosti na diskusiu i doplnenie. Navrhujeme v ňom viaceré krátkodobé a strednodobé ciele ale i opatrenia, ako dosiahnuť ich plnenie. Vychádza z databázy turistickej informačnej agentúry Karpaty Slovakia, zo spomínaného strategického dokumentu,

stanov OOCR a zákona 91/2010 Z z. Po diskusii bude predložený na rokovanie Valnému zhromaždeniu „OOCR Turistický Novohrad a Podpoľanie“./ Ďalej len OOCR TNP./

Schválením návrhu vo valnom zhromaždení, najvyššom orgáne „OOCR TNP“, sa stane oficiálnym koncepčným dokumentom našej destinačnej organizácie. Na základe predkladaného dokumentu by mali byť spracovávané rozvojové programy a vykonávacie plány Oblastnej organizácie cestovného ruchu Novohrad a Podpoľanie.

Úlohy, ktoré v koncepcii navrhujeme ako nutné pre vytvorenie úspešnej destinácie, vychádzajú z konkrétnych ekonomických a legislatívnych podmienok našej OOCR. Organizácia zatiaľ nemá dostatok prostriedkov na to, aby vytvorila profesionálny manažment a informačnú kanceláriu, prípadne realizovala nákladnejšie projekty. Väčšina činností sa musí realizovať za pomoci členov OOCR, v takmer dobrovoľníckom režime.

PhDr. Pavol Rapco

II. Analýza súčasnej situácie

A. Východiskový stav - popis situácie

Z hľadiska systematického organizovaného rozvoja cestovného ruchu je krajina pôsobenia našej destinačnej organizácie takmer nepoznačená. Geograficky je ohraničená biosférickou rezerváciou Poľana na severe a našim najmladším sopečným pohorím Cerová Vrchovina na juhu. Na západe Krupinskou Planinou a na východe siaha až ku Drienčanskému Krasu. Fungujú tu len niektoré lokálne destinácie. Príležitosť, ktorú poskytuje okolitá príroda a bohatá, vyše tritisícročná história osídlenia, je ešte nevyužitá.

Letná turistika

Termálne kúpaliská v Dolnej Strehovej a Rapovciach, prírodné kúpalisko na Ružinskej priehrade - pláž Divín.

Pred dvadsiatimi rokmi najnavštevovanejšia lokálna destinácia - pláž Kotva pri obci Ružiná v podstate nefunguje vôbec. Za socializmu boli často navštevované aj pomerne hojné rybníky a malé priehrady, pretože množstvo slnečných dní umožňovalo dlhé letné kúpanie a slnenie. No aj keď ľudia prišli na celú letnú

dovolenku, bol z toho mizivý ekonomický prínos, lebo nemali k dispozícii vhodné ubytovacie a stravovacie zariadenia.

Zimná turistika

V sedemdesiatych rokoch sa začali budovať zariadenia pre zimnú lyžiarsku turistiku: Napríklad Poľana, Látky, Kokava Háj, Budiná. Okolo niektorých vznikli súkromné chatové a chalupárske osady, ale aj komerčné ubytovacie kapacity. V tomto období však už zväčša nefungujú, lebo nedosahujú požiadavky súčasného štandardu.

Pri upravených lyžiarskych svahoch niekde vznikli nové zimné strediská. Napríklad na Bielych vodách a na Košútke v Hriňovej. Niektoré zo starých stredísk sa aspoň čiastočne zrekonštruovali. No ani oni, ani nové lyžiarske strediská, to nemajú ľahké. Oteplenie skracaje lyžiarsku sezónu len na niekoľko týždňov, a tak sa aj v horách hľadá program na využitie ubytovacích a stravovacích kapacít aj na letnú prázdninovú sezónu. Záchranou by mohol byť rozvoj horskej cykloturistiky a „randonérskych“ pobytov.

Mestský cestovný ruch

Väčšie mestá regiónu sú vybavené na slovenské pomery štandardnou turistickou infraštruktúrou. Sú v nich hotely, penzióny, reštaurácie, plavárne, kúpaliská, múzeá i galérie a informačné strediská. Všade však chýbajú bezpečné „výpadovky“ do okolia pre cykloturistov a peších turistov. To znemožňuje, aby sa stali regionálnymi turistickými centrami, aj keď by ubytovacie a stravovacie kapacity umožňovali.

Vidiecky cestovný ruch

Na dedinách zase niet možností ubytovať sa, a väčšinou ani stravovať. Preto najväčšiu turistickú príležitosť regiónu – prírodné, geologické, paleontologické a archeologické atraktivity, zatiaľ nedokážeme využiť na pritiahnutie „ekonomicky efektívnych“ turistov. Teda turistov na dlhší ako jednodňový pobyt.

Kultúrna, športová, kongresová a obchodná kolektívna turistika

Do miest a obcí Novohradu a Podpoľania sa doteraz na dovolenky veľmi nechodí. Hotely a penzióny využívajú väčšinou príležitostní cestujúci a účastníci kultúrnych, spoločenských a športových podujatí. Ubytovacie a stravovacie kapacity sú nastavené tak, ako vyžaduje priemerný celoročný dopyt. Ak je niekde väčšie podujatie, nestačia!

Ak sú napríklad na letisku v Boľkovciach pri Lučenci Majstrovstvá sveta v parašutizme, účastníci bývajú ubytovaní aj v päťdesiatkilometrovej vzdialenosti. Stačí, ak ich je päťsto. Podobne i pri medzinárodnom Novohradskom folklórnom festivale.

V Lučenci sa po otvorení Reduty začala sľubne rozbiehať kongresová turistika. Teraz stagnuje, podobne ako turistika výstavnícka. Tá sa koncom deväťdesiatych rokov začala rozvíjať na novopostavenom výstavisku v centre Lučenca. Majiteľ s výstavníctvom skončil a teraz výstavisko chátra.

Zdá sa, že dobrú perspektívu majú netradičné podujatia so špecifickým tematickým obsahom. Napríklad Hrušov, možno Hriňová, ale aj tradičné folklórne slávnosti v Detve. Podobne i menšie podujatia v rôznych obciach regiónu, ako sú slávnosti heligonkárov, alebo rôzne preteky v zručnostiach založené na tradičných a už väčšinou zaniknutých remeslách.

Kúpeľný, zdravotný a dobrodružný cestovný ruch u nás rozvinutý nie je, aj keď sa už ojedinelé snahy objavili.

Za zmienku stojí, že nedávno pri Rapovciach vzniklo nové termálne kúpalisko, pri Ratke golfové ihrisko a areál zámku v Haliči sa rekonštruuje na luxusný hotelový komplex.

Dobre sa rozbiehajú aktivity okolo Filakovského hradu a hradu Šomoška. Príležitosťou je zaradenie územia pri hranici s Maďarskom, zväčša spadajúceho pod správu Chránenej krajinej oblasti Cerová Vrchovina, do siete európskych geoparkov UNESCO. Medzinárodný geopark má názov Novohrad – Nógrád.

B. SWOT analýza

Silné stránky

- nízka urbanizácia územia so špecifickým vidieckym osídlením
- zachovalé životné prostredie s vysokým percentom lesov
- čisté horské toky, hojné minerálne a termálne pramene
- bohatá pôvodná flóra a fauna s množstvom endemitov
- množstvo geologických, paleontologických a archeologických unikátov
- geopark Novohrad – Nógrád zaradený do siete geoparkov UNESCO

- krajina najmladších sopiek s množstvom geologických unikátov
- stovky kilometrov potenciálnych cykloturistických trás
- výhodná geografická poloha a dobrá prístupnosť z hlavných trhov
- dostupnosť husto osídlených aglomerácií - Budapešť, Zvolen - Banská Bystrica
- rieka Ipeľ atraktívna pre splavy i cykloturistiku až po Dunaj
- disponibilná pracovná sila
- hospodárske zručnosti obyvateľstva - bio a ekoprodukty
- špecifický vidiecky spôsob života, folklór, gastronómia
- vyše tritisícročná história civilizovaného osídlenia s bohatstvom málo známych autentických kultúrnych pamiatok
- nízke ceny služieb

Slabé stránky

- vyludňovanie niektorých vidieckych oblastí
- rýchla devastácia lesov výrubom bez dostatočného zhodnotenia
- nízka kvalita cestnej dopravnej siete
- vysoká nezamestnanosť - emigrácia za prácou
- nerozvinutá turistická infraštruktúra
- nedostatok investičných prostriedkov
- nedostatok turistických produktov
- nevyznačené trasy k turistickým atraktivitám
- nevybudované inštitucionálne zázemie
- nerozvinutý marketing a propagácia
- nedostatočná intelektuálna, profesijná a jazyková pripravenosť

- nedostatok podnikateľov v turistickom priemysle
- nedostatok cestovných kancelárií zameraných na regionálny turizmus
- neprofesionalizovaný manažment OOCR TNP

Príležitosti

- Šengenská hranica
- využitie podporných programov Európskej únie
- podpora zo strany štátu - zákon 91/2010
- rozbiehanie destinačnej organizácie TNP
- pripravujúci sa manažment, schopný získať prostriedky z eurofondov
- strata imidžu tradičných prímorských destinácií
- exotickosť regiónu z nového štátu EU
- množstvo pripravovaných cykloturistických a turistických trás
- orientácia destinačnej organizácie na marketing
- rastúci záujem samospráv, podnikateľov i obyvateľov
- záujem mladej generácie o návrat k vidieckemu spôsobu života
- dobrá spolupráca s ministerstvom a so SACR
- systematická tvorba destinácie a značky Turistický novohrad a Podpoľanie

Ohrozenia

- svetová hospodárska kríza
- ukončenie podporných programov EU
- nedocenenie významu turistického priemyslu zo strany štátu
- nedostatok investičných prostriedkov na budovanie infraštruktúry

- nedostatočná pripravenosť subjektov cestovného ruchu
- nízka kúpyschopnosť domácich obyvateľov
- komplikovaná legislatíva a vysoký stupeň administratívnej zaťaženia subjektov podnikajúcich v cestovnom ruchu
- zle nastavená podpora zo strany štátu pre oblasť organizácie - Veľa dáva tým čo majú a málo tým čo potrebujú!
- nedostatočná propagácia turistickej značky Slovensko
- málo grantových výziev vhodných pre regionálny cestovný ruch

III. Tvorba turistickej destinácie v Novohrade a Podpoľaní

Základný strategický cieľ - vytvorenie pracovných príležitostí rozvojom cestovného ruchu - chceme dosiahnuť vytvorením turistickej destinácie. Tá musí byť dostatočne veľká rozlohou a ponúkať množstvo rozmanitých a špecifických turistických atraktivít.

Turistická destinácia je v odbornej literatúre definovaná väčšinou ako „cieľová oblasť v danom regióne, pre ktorú je typická významná ponuka turistických atraktivít a infraštruktúry cestovného ruchu.

Ak chce byť destinácia úspešnou, teda pritiahnúť čo najviac návštevníkov, musí mať jedinečné vlastnosti. Musí sa niečím odlišovať od iných destinácií. Napríklad širokou ponukou kultúrnych pamiatok, prírodných zaujímavostí, hustou sieťou cykloturistických trás, osobitou vinárskou alebo gurmánskou ponukou, ľudovými tradíciami, remeslami a podobne.“

Ako teda vytvoriť úspešnú destináciu cestovného ruchu u nás? Čo môžeme turistom ponúknuť sme stručne napísali v predchádzajúcej kapitole tohto dokumentu. Teraz sa budeme venovať tomu, ako dať nášmu regiónu imidž atraktívnej turistickej destinácie a čo je preto nevyhnutné v najbližších rokoch podľa nášho názoru urobiť.

A. Tvorba destinačnej organizácie Novohrad a Podpoľanie

System tvorby OOCR Turistický Novohrad a Podpoľanie

Založenie destinačnej organizácie

Zrealizované - v marci 2012 sme založili Oblastnú organizáciu cestovného ruchu Turistický Novohrad a Podpoľanie. K 31.12.2012 je v nej 33 obcí a miest a 15 podnikateľských subjektov a občianskych združení. Sú v nej tri okresné mestá a obce z takmer všetkých turisticky atraktívnych oblastí regiónu. V decembri schválilo vstup do našej OOCR zastupiteľstvo ďalšieho okresného a turisticky zaujímavého mesta Detva.

Budovanie systému destinácie TNP

Aby naša pripravovaná destinácia bola turisticky atraktívna a ponúkla možnosti na niekoľkodenné pobyty, mala by mať územné pôsobisko s priemerom okolo sto kilometrov. Región, v ktorom plánuje realizovať svoje zámery OOCR Turistický Novohrad a Podpoľanie, je historicky a kultúrne pomernene homogénny krajinný a sociálny celok. Aj v rámci relatívne malého Slovenska s veľmi špecifickými geografickými a geologickými podmienkami. Ideálny je pre rozvoj poznávacej a rekreačnej turistiky založenej na pohybe v prírode.

Ak chceme dostatočne využiť možnosti ktoré poskytuje, mali by sme:

- Rozšíriť organizáciu o ďalšie obce v pôsobnosti organizácie
- Naďalej komunikovať s mestom Rimavská Sobota o jeho vstupe
- Snažiť sa rozšíriť organizáciu o ďalšie obce južného i severného Gemeru, prípadne spolupracovať so Združením miest a obcí Gemeru pri vytváraní ich vlastnej OOCR tak, aby sa zabezpečila kompatibilita aktivít v cestovnom ruchu dosahujúca po južné výbežky Slovenského raja.
- Získať do OOCR ďalšie podnikateľské subjekty a občianske združenia
- Spracovať projekt na štátnu dotáciu pre OOCR na rok 2013
- V rámci OOCR vytvoriť odborné sekcie pre cykloturistiku a pešiu i vodácku turistiku, prípadne aj mikroregionálne

sekcie a sekcie so špecializáciou na pomoc pri realizácii jednotlivých projektov

- V spolupráci s Mestom Lučenec a ŽSR vytvoriť podmienky, aby na nedostatočne vyžívanom námestí medzi autobusovou a železničnou stanicou v Lučenci vzniklo centrálné miesto pre nástupy na turistiku a informácie o možnostiach turistiky v našej destinácii
- Podporiť aktivity informačného centra vo Filakove tak, aby sa Filakovo stalo nástupným miestom na turistiku v geoparku a v CHKO Cerová Vrchovina
- V centre Veľkého Krtíša postupne vytvárať nástupné miesto na turistiku v oblasti Krupinskej Planiny. Turistické programy koncipovať tak, aby mohli byť využité ideálne danosti okolitého regiónu pre špecializovanú vinársku a ovocinársku turistiku
- Ako centrum nástupov na horskú, no najmä zimnú lyžiarsku turistiku, preferovať Hriňovú v oblasti Podpoľania a Látky v oblasti Veporských Vrchov
- Ako centrum nástupov na turistické trasy v hornom Novohrade podporovať tvorbu infraštruktúry v lokalite tradičnej destinácie okolo Ružinskej priehrady
- V meste Poltár postupne pripravovať centrum nástupov na turistiku v Hornohrade, presnejšie v juhozápadnom Malohonte
- Spolupracovať s Ministerstvom dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja - Sekciou cestovného ruchu, Slovenskou agentúrou pre cestovný ruch a VÚC v Banskej Bystrici pri tvorbe rozvojových zámerov našej OOCR i zámeroch na prípravu projektov
- Postupne stabilizovať orgány OOCR a vytvárať podmienky pre profesionalizáciu manažmentu s cieľom vytvoriť centrálnu turistickú a informačnú kanceláriu destinácie a zabezpečiť stály priestor pre rokovania orgánov OOCR a tvorbu projektov i produktov
- Zabezpečiť rokovania s cieľom dosiahnuť dohodu o výmene informácií, propagačných materiálov a informácií, o ponuke produktov i celkovej spolupráci turistických informačných kancelárií pôsobiacich na území OOCR
- Dohodnúť medzi členmi OOCR systém predpredaja vstupeniek na podujatia organizované v rámci OOCR, vrátane možnosti využívania zliav a produktových poukazov

- Organizačné činnosti koordinovať tak, aby sa v destinácii budovali základy budúceho turistického klastra

B. Infraštruktúra destinácie TNP

To, že naša turistická destinácia môže mať vzhľadom na špecifické krajinárske a kultúrne i historické podmienky v rámci Slovenska, ale aj celej Európskej únie osobitné postavenie, sme už v dokumente hovorili. Nevyhnutnou podmienkou je však celoplošné vybudovanie modernej turistickej infraštruktúry.

Nutné pre budovanie úspešnej turistickej destinácie je dobré dopravné napojenie cieľového regiónu na husto obývané centrá, z ktorých očakávame návštevníkov. Postavenie regiónu Novohrad a Podpoľanie z hľadiska napojenia na slovenské a európske dopravné koridory je relatívne dobré, až na kvalitu cestnej siete. To by sa malo zásadne zlepšiť vybudovaním rýchlostnej cesty R 2 v úseku Zvolen - Košice.

Novohrad, ako historický región, disponuje hustou sieťou tradičných lokálnych ciest, ktoré na seba napájajú aj podhorské a horské oblasti Podpoľania. To poskytuje mimoriadnu príležitosť pre rozvoj poznávacej a rekreačnej cykloturistiky. Z Lučenca do Budapešti je len jeden a pol hodiny autom.

Letisko v Sliači je od Lučenca necelých šesťdesiat kilometrov. Pre vyhliadkové lety a športové lietanie sú ideálne podmienky na letisku v Boľkovciach pri Lučenci. Po dobudovaní R 2 v úseku Lučenec - Zvolen to bude do Bratislavy autom len niečo cez dve hodiny.

Dobre zabehnutá je železničná doprava s vyše stotridsať ročnou históriou prevádzky tunajších tranzitných železničných tratí. Najmä potenciál siete regionálnych železničných tratí je pre turizmus obrovský. Spolupráca je mimoriadnou príležitosťou pre OOCR TNP aj pre prevádzkovateľa osobnej železničnej dopravy. Prepravovaný turisti by mohli zásadne zvýšiť rentabilitu prevádzky. OOCR TNP by zase získala výborný potenciál pre dovoz a distribúciu turistov, najmä cykloturistov, na nástupné miesta atraktívnych turistických trás.

Našu mimoriadnu pozornosť si zaslúži vytvorenie dobrej infraštruktúry pre cykloturistiku. V koncepcii sa zámerom na tvorbu cyklotrás venujeme len okrajovo. Spracovali sme na tento účel samostatný dokument - „Štúdiu uskutočniteľnosti cykloturistických a turistických trás v destinácii Turistický Novohrad a Podpoľanie“.

Plánované turistické a cykloturistické trasy sme ako odporúčané zaradili aj do turistickej a cykloturistickej mapy Novohrad a Podpoľanie, ktorá vyšla v náklade 4000 kusov.

Je však nevyhnutné nielen trasy naplánovať a vyznačiť, ale aj zriadiť požičovne bicyklov. Vytvoriť pre cykloturistov servisný a informačný systém a najmä vypracovať balíky ucelených produktov s možnosťou ubytovania a stravovania priamo v turistickom teréne.

Zabezpečenie ubytovacích kapacít pre turistov v celom regióne TNP je alfou a omegou úspešnosti vznikajúcej turistickej destinácie. Rovnako to platí aj pre tvorbu nových pracovných príležitostí vo vyludňovaných vidieckych oblastiach.

Pri budovaní infraštruktúry nie je úplne jasná pozícia destinačnej organizácie. Doteraz sú oblastné organizácie cestovného ruchu legislatívne nastavená skôr ako subjekt, ktorý by v cestovnom ruchu nemal priamo podnikáť, ale pôsobiť viac ako iniciatívna regionálna autorita zložená z obcí, firiem a občianskych združení. Hovorí sa o zmenách v zákone o podpore cestovného ruchu. V tomto dokumente musíme rešpektovať súčasný právny stav a podľa neho sme koncipovali aj zámery našej OOCR.

Podľa platnej legislatívy by OOCR okrem informačných kancelárií nemala vytvárať vlastné turistické zariadenia. Mala by však iniciovať a podporovať ich vznik. Pomáhať svojim členom pri hľadaní spôsobu zabezpečovania investičných prostriedkov a tvorbe projektov na realizáciu infraštruktúry potrebnej pre rozvoj spoločnej turistickej destinácie.

V destinácii Turistický Novohrad a Podpoľanie navrhujeme pre vytváranie turistickej infraštruktúry nasledujúce kroky:

- Naplánovať atraktívne cykloturistické a iné turistické trasy, ktoré navzájom pospájajú turistické atraktivity na území celej destinácie
- Postupne vytypovať turistické atraktivity za účelom ich transformácie a úpravy na lokálne turistické destinácie
- Podnietiť záujem o výstavbu penziónov. Na tento zámer využiť aktuálnu výzvu z programu rozvoja vidieka na rekonštrukciu existujúcich objektov pre účely ubytovania v súkromí
- Pre záujemcov z radov členov OOR TNP organizovať inštruktážne stretnutia s cieľom podporiť prípravu projektov v rámci spomínanej výzvy

- Pomôcť zorganizovať stretnutia o možnostiach zabezpečenia investičných prostriedkov na tento typ tvorby ubytovacích kapacít
- Vyhľadávať možnosti získavania prostriedkov na výstavbu infraštruktúry v destinácii TNP zo štrukturálnych fondov EÚ
- Za tým účelom podporiť vznik centrálnej turistickej a informačnej kancelárie a personálne i technicky ju vybaviť tak, aby mohla zvládnuť aj túto funkciu pre celú OOCR.
- **Prostredníctvom ZMON a odborných a profesijných združení pripomienkovať zákon o podpore cestovného ruchu s cieľom zmeny spôsobu finančnej podpory pre OOCR. Zatiaľ je systém dotácií nastavený tak, že viac dostávajú tie organizácie, ktoré už majú turistické destinácie zabehnuté. Tam, kde by sa rozvojom turizmu mohla naštartovať regionálna ekonomika a tvorba pracovných príležitostí, sa zo štátu prispieva minimálne.**
- Podľa plánu uskutočniteľnosti a možností legalizácie postupne zabezpečiť značenie siete cyklotrás
- Nájsť spôsob starostlivosti o vyznačené cykloturistické a turistické trasy s cieľom zabezpečiť ich dlhodobú funkčnosť.
- V Lučenci, vo Filakove, v Poltári, vo Veľkom Krtíši, v Hriňovej a na Ružinskej priehrade podporiť vznik požičovní bicyklov
- Vypracovať štúdiu na realizáciu centrálneho nástupného a informačného miesta OOCR TNP na námestí medzi železničnou a autobusovou stanicou v Lučenci. Postupne k tomuto účelu budovať informačný systém
- Podporiť zabezpečenie centrálneho odvozu turistov z juhu destinácie na sever (lyžiarska turistika) a naopak (rekreačné kúpanie)

C. Propagácia - reklama - marketing

Budovanie značky OOCR Turistický Novohrad a Podpoľanie

„Brand, alebo značka je pre turistickú destináciu rozhodujúcim atribútom úspechu“ - uvádza to takmer každá príručka pre cestovný ruch.

My začíname. Začnime s dobrou značkou! Značka nie je len logo. Značka je imidž a znak kvality i osobitosti destinácie. Je nevyhnutné, aby všetci členovia OOCR TNP šírili dobré meno

našej značky. Značka bude úspešná vtedy, keď bude úspešná aj destinácia.

- Na každom tlačnom či písanom propagačnom a reklamnom materiály OOCR TNP je nevyhnutné umiestniť logo destinácie
- Logom musí byť vybavený každý produkt OOCR TNP
- Všetci členovia OOCR budú môcť oficiálne logo použiť v materiáloch, ktoré sa budú týkať rozvoja, propagácie či ich vlastnej tvorby produktov alebo zariadení pre cestovný ruch
- Obce - členovia OOCR TNP budú môcť použiť značku na vstupoch do intravilánu obce, či vo svojich turistických zariadeniach
- Podnikatelia a občianske združenia a iní členovia OOCR TNP budú môcť značku OOCR TNP použiť na vstupoch do svojich zariadení slúžiacich pre cestovný ruch
- Značku OOCR TNP sme umiestnili na uvítací propagačný panel pri frekventovanej medzinárodnej ceste. Jej umiestnenie sme zabezpečili na roky 2013 - 2014

Propagácia OOCR TNP v médiách

- Zabezpečiť dlhodobú propagáciu OOCR TNP v regionálnom týždenníku vstupom MY - Novohradské Noviny do OOCR TNP
- Vytvoriť ekonomické podmienky pre prípravu pravidelných príspevkov do regionálnych a mestských novín v Lučenci, prípadne do reklamných novín
- V prípade zlepšenia economickej situácie OOCR TNP uvažovať o vydávaní destinačného dvoj- alebo trojmesačníka pre propagáciu destinácie a objektívnu informovanosť členov OOCR TNP i verejnosti
- Snažiť sa získať priestor pre priame mediálne vstupy v regionálnom, ale aj centrálnom vysielaní rozhlasu a televízie

Propagácia OOCR TNP organizovaním podujatí a propagácia podujatí

Kultúrne, spoločenské, športové, ale aj výstavné a obchodné podujatia sú veľmi dobrou možnosťou na propagáciu lokalít či atraktivít turistickej destinácie. Ak sú dobre nastavené, sú zároveň aj uceleným produktom cestovného ruchu.

V regióne OOCR TNP máme pomerne veľa športových a kultúrnych i spoločenských podujatí. Niektoré sú hojne navštevované. Pre organizátora i OOCR, aj keby sa priamo na organizácii podujatia nepodieľala, bude obojstranne výhodné spolupracovať na propagácii.

Začali sme už v prvom roku založenia OOCR. V lete 2012 sme v trojtisícovom náklade vydali plagát významnejších podujatí v rámci celej destinácie. Odozva verejnosti bola dobrá. Podobným štýlom by sme mali propagovať významnejšie podujatia naďalej a zároveň na propagáciu destinácie využiť organizovanie významnejších podujatí v celej OOCR TNP.

Za tým účelom:

- Pripraviť a vydať spoločný plagát podujatí organizovaných v rámci celej OOCR TNP „Leto 2013 v Novohrade a Podpoľaní“
- Podľa ekonomických možností zvážiť vydanie brožúrky s celoročným plánom podujatí v OOCR a rozmiestniť ju na všetkých informačných miestach destinácie
- Spoluprácou s organizátormi väčších podujatí dosiahnuť, aby do ponuky pre účinkujúcich a najmä návštevníkov zaraďovali ponuky destinácie OOCR TNP

Propagácia a reklama vydávaním a distribúciou informačných a propagačných materiálov OOCR TNP

Od konca júla 2012, kedy sme dostali štátnu dotáciu 18 720 eur, a teda sme s istotou vedeli s čím budeme v roku 2012 hospodáriť, sme vydali v náklade 4000 kusov turistickú a cykloturistickú mapu „Turistický Novohrad a Podpoľanie“. Spomínaný plagát podujatí v náklade 3200 kusov, 64 kusov propagačných panelov - vývesnej mapy „Turistický Novohrad a Podpoľanie“ s rozmerom 100x150 cm, vývesnú mapu pre účely výstav a propagácie na podujatiach, 1600 kusov cykloturistických značkárskych tabuliek aj s logom OOCR TNP a billboard s uvítaním a logom destinácie TNP s rozmerom 10x4 m. V tomto trende aj napriek nízkemu rozpočtu chceme pokračovať.

- Pravidelne každoročne vydávať spoločný plagát podujatí na území destinácie TNP
- Vydať mapy najmenej dvoch atraktívnych lokalít destinácie TNP v mierke 1 : 25 000
- Novelizovať turistickú a cykloturistickú mapu destinácie TNP

- Podnietiť a spolupracovať pri vydávaní propagačných brožúrok a katalógov služieb a produktov v destinácii TNP
- Vydať magnetky s propagáciou atraktívnych lokalít destinácie TNP
- Vydať pohľadnice a plagáty s atraktívnymi lokalitami destinácie TNP
- Vyrobiť a spropagovať pečiатku a iné pamätné materiály pre návštevníkov destinácie TNP
- Dohodami s členskými obcami a prevádzkovateľmi turistických zariadení dosiahnuť vytvorenie dostatočného počtu kvalitných propagačných plôch i priestorov na umiestňovanie reklamných a informačných materiálov OOCR TNP
- Zabezpečiť vhodné umiestnenie vývesnej mapy Turistický Novohrad u členov OOCR TNP, ale i na ďalších vhodných miestach s výskytom väčšieho množstva potenciálnych návštevníkov destinácie TNP
- Na propagáciu i reklamu OOCR TNP maximálne využiť značenie cykloturistických trás a prístupov k turistickým atraktivitám i výrobu a grafickú úpravu značkárskych prvkov
- Spolupracovať s obcami, členmi OOCR TNP, na označení vstupov do obcí logom destinácie TNP

Marketingová stratégia a propagácia produktov TNP

Podľa väčšiny slovníkov pre cestovný ruch je marketing vlastne orientáciou na potreby a záujmy zákazníka. Ak chceme našu destináciu získať solventného zákazníka, musíme pre neho ponúknuť vhodný produkt, za ktorý bude ochotný zaplatiť.

Vzhľadom k nášmu rozhodujúcemu strategickému cieľu: vytvoreniu trvaloudržateľných pracovných príležitostí na území celej OOCR TNP, náš produkt musí byť rozložený plošne, v celej destinácii. Z toho, ale i z celkového postavenia oblastnej organizácie cestovného ruchu vyplýva, že ako turistický produkt by sme mali ponúkať celé územie Novohradu a Podpoľania. To vieme urobiť iba tak, že lokálne turistické atraktivity i produkty navzájom pospájame či zosieťujeme do funkčného systému.

Náš zámer je, ako sme v tomto dokumente už niekoľkokrát uvádzali, pospájať atraktivity celej pripravovanej destinácie navzájom cykloturistickými a turistickými trasami, a takýto „makro produkt“ ponúknuť na trh cestovného ruchu.

Nevýhodou, ale zároveň aj výhodou našej OOCR je, že nemáme zabehnutú turistickú destináciu a že náš komplexný turistický produkt tvoríme v podstate na „zelenej lúke“.

Na novej mape destinácie Turistický Novohrad a Podpolanie sme vyznačili približne 700 km odporúčaných cykloturistických i turistických trás. Ich vzájomnou kombináciou možno vytvoriť viac ako 1600 km výletných trás vedúcich k turistickým atraktivitám rôzneho druhu: k zaujímavým prírodným útvarom, archeologickým a paleontologickým náleziskám, historickým pamiatkam, prírodným a termálnym kúpaliskám, pozoruhodným dedinkám, kostolom, dreveným zvoniciam, európskym unikátom flóry i fauny a mnohým iným zaujímavostiam. Väčšina odporúčaných trás, vedie veľmi pôsobivou prírodnou scenériou a ak sa k tomu pripojí adekvátne ponuka služieb, môžu vzniknúť nezabudnuteľné turistické produkty, či balíky produktov.

Očakávame, že takáto ponuka osloví zákazníkov najmä z Česka, Nemecka, Belgicka a Holandska. Peších vyznávačov takejto pohybovo - poznávacej turistiky budeme hľadať najmä vo Francúzsku (Federácia randonérov Paríži). Z väčšiny týchto krajín už turisti za touto ponukou do nášho regiónu prichádzajú. Ekonomický prínos z dlhších pobytov by mala priniesť práve táto klientela.

Predpokladáme, že ponuka osloví aj domácich turistov, Maďarov i Poliakov. Pre túto klientelu sa produkty budú musieť pripravovať inak. No pre Maďarov je u nás geograficky veľmi blízka a pomerne lacná lyžovačka. Po mnohých rokoch sa začínajú pri našich prírodných kúpaliskách objavovať aj autá z Maďarska. Poliáci zas majú radi poznávaciu turistiku a tiež sa tu už objavujú dosť často. Prílev turistov očakávame aj z cyklotrás vedúcich od Dunaja. Ten je aj doteraz dosť významný, ale kvôli neexistujúcim službám neprináša regiónu ekonomický efekt.

Musíme však upozorniť, že OOCR by nemala na trhu cestovného ruchu operovať priamo. Nemá licenciu cestovnej kancelárie, nie je podnikateľským subjektom, a ak by aj tieto bariéry prekonala, nebolo by to vhodné. Nutne by sa dostávala do konkurenčného vzťahu so subjektmi podnikajúcimi v tejto oblasti a nemohla by si zachovávať objektívny prístup.

Pre bližšie poznanie potrieb vytypovaného potenciálneho zákazníka a pre jeho získanie na niekoľkodenný pobyt potrebujeme:

- Podnietiť vznik regionálnych cestovných kancelárií a snažiť sa ich činnosť zosúladiť so zámermi OOCR TNP

- V spolupráci so Slovenskou agentúrou pre cestovný ruch dostať ponuku OOCR na výstavy cestovného ruchu - Štuttgart, Praha, Brno, Budapešť, Londýn, Passau, Paríž i inde
- Pripraviť vhodnú prezentáciu ponuky destinácie TNP na niektorom z prezentačných dní akcie „ Košice - Európske hlavné mesto kultúry“
- Pripraviť vhodné prezentačné, propagačné a reklamné materiály pre účely prezentácie na výstavách
- Spolupracovať pri tvorbe turistických produktov a ich propagácii
- Reagovať na želania zákazníkov a ich požiadavkám prispôbiť orientáciu aktivít OOCR TNP
- Požiadavkám zákazníkov prispôbiť aj tvorbu propagačných materiálov OOCR TNP
- Zamerať sa na zážitkovú turistiku, teda podnecovať organizovanie akcií rôzneho druhu - turistické pochody, výstupy, preteky, festivaly, športové podujatia, súťaže pre deti, súťaže pre školy, hipoturistické podujatia, po stopách medveďa a pod.

Ako ťažiskové turistické atraktivity pre destináciu Turistický Novohrad a Podpoľanie, ktoré sú ideovo pripravované na realizáciu, zatiaľ považujeme:

- Geologicky a paleontologicky orientovaný turistický a cykloturistický chodník od parku praveku po hrad Šomoška
- Ipeľská turistická magistrála - vybudovanie cykloturistickej a turistickej i vodáckej trasy po a popri rieke Ipeľ až po ústie v Dunaji
- Areál adrenalínových motoristických, cyklistických a vodných športov v bývalej, teraz už zaplavenej, magnezitovej bani v Podrečanoch
- Putovanie krajinou najlepších slovenských vín - cykloturistická, turistická i mototuristická trasa spájajúca katastre obcí Krupinskej Planiny s tradíciou výroby vína a pestovania ovocia s centrom vo Veľkom Krtíši
- Cestička do doby bronzovej - turistické trasy spájajúce doliny a vrchy v ktorých názve sa objavuje slovo „pohanský“, čo charakterizuje existenciu obývania týchto lokalít pohanmi -

prevažne ľuďmi patriacimi ku Kyjatickej kultúre. Tí sa približne v období cca 1500 až 600 rokov pred našim letopočtom živilí spracovaním bronzových predmetov. Výskyt osád týchto ľudí je v našom regióne mimoriadne hustý. Zámer je podporiť vybudovanie „archeoparku“ v štýle doby bronzovej. Zároveň chceme pospájať atraktívnymi trasami lokality osád Kyjatickej kultúry od Lysca, cez Ružinskú priehradu, Cinobaňu a Málinec až po Obručnú a Šomošku.

- Putovanie krajinou medveďov - značenie a budovanie siete horských turistických a cykloturistických i lyžiarskych trás v horskej oblasti destinácie TNP s centrom pre Poľanu v Hriňovej a pre Veporské vrchy na Látkach a v Dobroči

- Praha pre Pražanov - podpora budovania rekreačnej turistickej destinácie v okolí Novohradskej Prahy, Lupoče a Polichna, s cieľom organizovania letných pobytov detí a rodín s deťmi z českého hlavného mesta

- Lučenec - mesto trhov a remesiel - podporiť orientáciu mesta na tento typ obchodnej turistiky

- Novohrad a Podpoľanie - raj cykloturistov - dominantný zámer značenia a budovania hustej siete cyklotrás vedúcich atraktívnou krajinou destinácie TNP, ktorý umožní tvorbu turistických produktov v každej členskej obci OOCR TNP v duchu známeho hesla „Cieľ je cesta a cesta je cieľ!“ Stovky kilometrov vyznačených a propagovaných cykloturistických trás by po niekoľkých rokoch, ak bude vývoj optimálny, mali spájať všetky obce i turistické atraktivity OOCR TNP. Klientelu budeme hľadať hlavne v Čechách a v Nemecku.

IV. Ekonomická vízia destinácie TNP (namiesto záveru)

V predkladanom návrhu koncepcie rozvoja destinácie Turistický Novohrad a Podpoľanie na roky 2012 až 2016 vychádzame z predpokladu, že vývoj externých podmienok sa nebude dramaticky meniť. Predpokladáme mierny nárast ekonomickej podpory zo strany štátu a výraznú možnosť podpory z fondov Európskej únie. Zároveň očakávame stabilizáciu pomerov a rozšírenie členskej základne OOCR Turistický Novohrad a Podpoľanie a rast odbornej úrovne jej orgánov. V tom prípade by sme po roku 2015 mohli očakávať postupné napĺňanie stanoveného strategického cieľa, teda vytváranie nových pracovných príležitostí v cestovnom ruchu.

Prednedávnom bola uverejnená grantová výzva v rámci programu podpory rozvoja vidieka na rekonštrukciu objektov pre účely ubytovania „na súkromí“. Naša OOCR sa už od septembra 2012 snaží získať ľudí, čo majú na to podmienky, aby sa uchádzali o podporu z tohto programu. Záujemcovia sú, no väčšina má strach investovať do turizmu. V blízkom okolí totiž chýbajú pozitívne príklady ekonomického úspechu v tomto type podnikania. OOCR má šancu váhajúcich záujemcov presvedčiť. No musí mať zdroje i spoločenský kredit, inak túto funkciu nezvládne.

Z hľadiska dosiahnutia nášho strategického cieľa číslo I. je to pre OOCR TNP tá najdôležitejšia funkcia. Ubytovacie a stravovacie služby totiž prinášajú v turistickom priemysle najviac pracovných príležitostí.

Potenciálni ubytovatelia očakávajú, že OOCR TNP „prinesie“ do regiónu turistov. Až potom uveria, a začnú stavať penzióny. No je to aj naopak. Najprv musíme mať turistu kde ubytovať, až potom ho môžeme pozvať na dovolenku či výlet. Bez stanu či karavanu. Lebo turisti chodia. No neostávajú dlhšie. Nevedia prečo a nevedia kde.

Vzťah destinačnej organizácie a ubytovateľa sa nám vyjasňuje. Ubytovateľ má pre turistu vytvoriť štandardné ubytovacie podmienky a destinačná organizácia má urobiť to, na čo malý ubytovateľ nemá zdroje ani podmienky. Marketing a propagáciu. Teda atraktívnu destináciu, do ktorej sa turistovi bude chcieť ísť.

V tomto dokumente plánujeme ako atraktívnu destináciu v Novohrade a Podpoľaní vybudovať. Ak by všetko fungovalo ako sme naprogramovali, veríme, že vyjde aj hlavný cieľ, teda zvýšenie zamestnanosti a tým aj skvalitnenie života nás, miestnych obyvateľov.

Potom by to mohlo vyzeráť takto:

K doterajším približne 150 000 návštevníkom nocujúcim u nás cez kalendárny rok pribudnú ďalší. Takí, čo doteraz len precestujú a spia v karavanoch či stanoch.

Povedzme, že po ceste Košice - Zvolen a Budapešť - Zvolen prejde ročne okolo dva milióny áut. Ak je z nich len desatina s potenciálnymi turistami, je to 200 000 áut. Ak sú v každom v priemere traja, je to 600 000 potenciálnych turistov. Ak ku ceste vysunieme ponuku našich turistických atraktivít a produktov, ale aj služieb, možno sa tu z nich zastaví na deň - dva aspoň štvrtina. V priemere nám môže takto pribudnúť ročne cca stopäťdesiat tisíc prenocovaní.

Ak sa nám podarí vytvoriť atraktívnu turistickú ponuku, dať regiónu imidž špecifickej a pre zahraničie i exotickej destinácie, dobre ju propagovať a vybudovať v nej aspoň štandardnú turistickú infraštruktúru, môžeme očakávať niekoľkonásobný nárast počtu návštevníkov. Keď ich o tri roky

bude 500 000, budeme spokojní. No odborníci predpokladajú pre Slovensko turistický boom.

Anglický experti na turizmus po dôslednom preskúmaní nášho regiónu tvrdili, že ročne by k nám len z Veľkej Británie mohlo prísť aj niekoľko miliónov turistov. Hovorili o dvadsiatich miliónoch, no to sa takmer bojím napísať.

Opakujem sa, ale ak pritiahneme čo len 500 000 dovolenkárov ročne, budeme môcť hovoriť o začiatkoch turistického priemyslu v našej destinácii.

Ak tých 500 tisíc turistov u nás pobudne na dovolenke v priemere 6 dní, k našim 500 tisícom prenocovaní pribudnú ďalšie 3 milióny nocľahov. To je spolu 3 500 000 prenocovaní.

Keď budeme počítat, že jeden dovolenkár minie u nás denne približne 30 eur, v regióne sa bude točiť nových 105 miliónov. To sú peniaze, ktoré by poskytli 10 tisíc eur na ročný plat pre 10 500 zamestnancov. Vtedy by sa už začal plniť náš sen o tvorbe nových pracovných príležitostí.

Ale aby sme nekončili príliš optimisticky, i keď je táto časť koncepcie iba víziou. V našom kraji totiž optimizmus nebýva zvykom.

Ak chceme slušne uložiť do postele ľudí na 3,5 milióna nocí, potrebujeme v destinácii TNP okolo 20 000 tisíc slušných lôžok a približne toľko stoličiek pri jedálenských stoloch. A to by sme ešte príchody turistov museli časovo rozplánovať rovnomerne na šesť mesiacov v kalendárnom roku. V praxi je to takmer vylúčené, pretože väčšina turistov aj tak príde cez prázdniny. To znamená, že keď mienime predpokladané ekonomické ciele dosiahnuť, musí byť ubytovacia a stravovacia kapacita v destinácii výrazne vyššia. Približne dvojnásobná. No dosiahnuť sa to dá!

Turistická destinácia je špecifický a nesmierne zložitý systém. V tomto dokumente ho nepopisujeme, no úlohami sa snažíme ozrejmiť jeho podstatné prvky a ich funkčné väzby. Určite sme ich nepostihli všetky a ani to nebol náš cieľ. Ďakujeme všetkým, čo pri tvorbe koncepcie prispeli návrhmi a radami, i tým čo budú tento návrh dopĺňať v schvaľovacom procese.

V Lučenci 20.12.2012

PhDr. Pavol Rapco