

KONCEPCIA ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE POPRAD



Mesto
POPRAD



MINISTERSTVO
DOPRAVY A VÝSTAVBY
SLOVENSKEJ REPUBLIKY



Vysoké Tatry
REGIÓN



NÁZOV:

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu v meste Poprad

ZADÁVATEĽ:

Oblasťná organizácia cestovného ruchu Región Vysoké Tatry (OOCR RVT)

PROGRAMOVACIE OBDOBIE:

2017 – 2022 s výhľadom do roku 2027

DÁTUM SPRACOVANIA:

03/2017-05/2017

ZODPOVEDNÝ RIEŠITEĽ:

Oddelenie Strategického rozvojového manažmentu Mestský úrad Poprad

SPRACOVATELIA:

PaedDr. Ivona Fraňová PhD.

PhDr. Roman Zima PhD.

Použité fotografie sú použité so súhlasom vlastníka Mesta Poprad

OBSAH

Úvod | 4

2 VÝCHODISKÁ ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE POPRAD | 5

2.1 STRATEGICKÉ DOKUMENTY PRE TVORBU KONCEPCIE ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU MESTA POPRAD | 5

2.2 ANALÝZA POTENCIÁLU PRE CESTOVNÝ RUCH V MESTE POPRAD | 6

- a) Základná charakteristika | 6
- b) Doprava a dostupnosť | 6
- c) História | 16
- d) Prírodné a klimatické pomery | 16
- e) Základné demografické údaje mesta | 17

2.2.1 PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE | 17

- a) Kultúrny a historický potenciál | 17
- b) Podujatia | 23
- c) Ubytovacie zariadenia | 24
- d) Stravovacie zariadenia | 24
- e) Športové, relaxačné, regeneračné a oddychové zariadenia | 24
- f) Doplnkové služby pre turizmus | 26
- g) Možnosti nákupu | 27

2.2.2 PARTNERSTVO, MEDZINÁRODNÁ A CEZHraniČNÁ SPOLUPRÁCA | 27

- a) Partnerské mestá, oblasti spolupráce | 27
- b) Projekty cezhraničnej a medzinárodnej spolupráce | 29

2.2.3 MANAŽMENT A MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA CR | 31

- a) Súčasný manažment destinácie a jeho kompetencie | 31
- b) Marketingová komunikácia | 32

2.3 SITUAČNÁ ANALÝZA | 32

- a) Situačná analýza, metodológia a faktory rozvoja cestovného ruchu | 32
 - Stimulačné faktory
 - Ponukové lokalizačné faktory
 - Realizačné faktory

2.3.1 SÚČASNÉ TRENDY V CESTOVNOM RUCHU | 33

- a) Zmeny v demografii a sociálnych štruktúrach | 33
- b) Zmeny v trávení voľného času | 34

- c) Zmeny v životnom štýle | 34
- d) Cestovný ruch na Slovensku | 35
- e) Postavenie cestovného ruchu v Poprade | 35
- f) Hodnotenie CR v Poprade | 36
- g) Ekonomický význam CR pre Poprad | 36

2.3.2 PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V POPRADE | 37

- a) Základné piliere ponuky cestovného ruchu v Poprade | 37
- b) Ďalšie perspektívne oblasti ponuky CR | 39
- c) Potenciál ponuky cestovného ruchu | 40

2.3.3 TURISTICKÁ INFRAŠTRUKTÚRA A SLUŽBY | 42

- a) Ubytovacie kapacity a stravovanie | 42
- b) Informačné služby | 42
- c) Doprava a parkovanie | 42
- d) Turistické trasy a cyklotrasy | 43

2.3.4 KONKURENCIA POPRADU

- a) Geografická konkurencia | 43
- b) Produktová konkurencia | 43
- c) Diferenčné výhody turistickej destinácie Poprad | 45

2.3.5 NÁVŠTEVNÍCI POPRADU | 45

2.4. SWOT ANALÝZA | 47

2.4.1 PONUKA | 48

2.4.2 INFRAŠTRUKTÚRA A SLUŽBY | 48

2.4.3 DOPYT | 49

2.4.4 ORGANIZÁCIA A ĽUDSKÉ ZDROJE | 49

2.4.5 MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA | 45

ZÁVER | 51

3 NÁVRHOVÁ ČASŤ | 52

3.1 Odporúčenia pre vybrané oblasti cestovného ruchu | 52

3.2 Infraštruktúra a služby | 54

3.3 Ponuka v cestovnom ruchu pre Mesto Poprad | 55

3.4 Organizácia cestovného ruchu a ľudské zdroje | 55

3.5 Marketingová komunikácia Mesta Poprad | 57

3.6 Tvorba image | 57

3.7 Stimulácia dopytu | 58

3.8 Vízia | 60

ÚVOD

Cestovný ruch sa pokladá za plnohodnotné odvetvie slovenskej ekonomiky a jeho význam neustále narastá. Za uplynulý rok sa podľa informácií Štatistického úradu Slovenskej republiky počet návštevníkov, ktorí strávili na Slovensku aspoň jednu noc, medziročne vzrástol o 18,4 percenta. Dosiahol tak úroveň 3,9 milióna. Dynamickejšie sa vyvíjal aj počet zahraničných návštevníkov, ktorý medziročne stúpol o 18,9 percenta. Cudzincov prišlo na Slovensko takmer o 1,6 milióna. Domáci návštevníci zaznamenali nárast o 18 % v porovnaní s porovnateľným obdobím z predchádzajúceho roku 2015, pričom v sledovanom období sa rozhodlo stráviť dovolenku v domovskej krajine viac ako 2,3 mil. Slovákov. Podobne pozitívne sa vyvíjala počet prenocovaní návštevníkov v slovenských ubytovacích zariadeniach, ktorí zaznamenali rovnaký medziročný prírastok na úrovni 16,6 % v prípade zahraničných a domácich návštevníkov.

Priaznivý vývoj v tomto odvetví sa preto teší podpore vlády SR, ktorá sa snaží podporiť rozvoj jednotlivých regiónov i v tomto roku prostredníctvom dotácií na rozvoj destinačného manažmentu cez oblastné a krajské organizácie cestovného ruchu. Členstvom Mesta Poprad v Oblastnej organizácii cestovného ru-

chu Región Vysoké Tatry sa tak vytvárajú podmienky pre spoluprácu podnikateľov v regiónoch a zároveň vytvárajú projekty, ktoré lákajú návštevníkov do danej lokality. Mesto Poprad vytváraním zaujímavých aktivít a doplnkových programov podporuje život nielen v meste, ale i v regióne a má tak možnosť pritiahnúť návštevníkov s rôznymi preferenciami. Cieľom predkladanej koncepcie je preto navrhnúť jednoduchú a zrozumiteľnú stratégiu rozvoja cestovného ruchu pre mesto Poprad so zvláštnym dôrazom na marketing. Poprad je historické mesto s veľkým potenciálom v oblasti kultúry, tradíciou v oblasti športu a rekreácie, s dobrým zázemím pre rozvoj turistickej ponuky v súlade so súčasnými trendami v cestovnom ruchu. Poprad je prirodzeným trendom Prešovského samosprávneho kraja a súčasne turistického regiónu Vysoké Tatry a je lokalizovaný v zaujímavej a turisticky oceňovanej prírodno-historickej oblasti. Samotná koncepcia je rozdelená do dvoch na seba nadväzujúcich častí, ktoré by mali napomôcť určiť strategické oblasti turistickej ponuky mesta Poprad, výberu vhodných návštevníckych segmentov, SWOT analýzy a odpovedajúcich produktových balíkov.

2

VÝCHODISKÁ ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE POPRAD

2.1 STRATEGICKÉ DOKUMENTY A LEGISLATÍVNY RÁMEC PRE TVORBU KONCEPCIE ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU MESTA POPRAD

Hlavné východiskové dokumenty a podklady pre vypracovanie Koncepce rozvoja cestovného ruchu mesta Poprad:

Zákon č. 91/2010 o podpore cestovného ruchu

Tento zákon upravuje podporu cestovného ruchu v Slovenskej republike, práva a povinnosti fyzických osôb pôsobiach v cestovnom ruchu, tvorbu koncepcných dokumentov a financovanie rozvoja cestovného ruchu.

Novela zákona č. 386/2011 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu, účinná od 1. decembra 2011. Zmeny v podpore cestovného ruchu sa dotknú dvoch oblastí. Prvou je poskytovanie dotácií a druhou oblasťou je zavedenie možnosti obcí združovať sa bez splnenia podmienky spoločného katastrálneho územia. Okrem uvedených zmien novela tiež precíznejšie upravuje zrušenie a zánik organizácií cestovného ruchu a zavádza niektoré štrukturálne zmeny v organizáciách cestovného ruchu.
<http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=88106>

Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja Prešovského samosprávneho kraja (PHSR PSK 2014-2020)

Nový Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja Prešovského samosprávneho kraja (PHSR PSK 2014-2020), spolu s územným plánom kraja, je základným a kľúčovým dokumentom pre riadenie samosprávy,

ktorý vychádza z poznania situácie a konkrétnych potrieb obyvateľov, podnikateľov, záujmových skupín a ďalších subjektov pôsobiach v území, formuluje svoju predstavu o budúcnosti spolu s činnosťami, investičnými projektmi a inými konkrétnymi aktivitami a spolu s návrhom na zdrojové krytie ich zabezpečenia.
<https://www.po-kraj.sk/sk/samosprava/kompetencie-psk/regionalny-rozvoj/phsr-psk-2014-2020/o-programe-phsr/>

Stratégia destinačného marketingu Prešovského samosprávneho kraja

Rozvojová stratégia predstavuje nový integrovaný prístup, ktorý je v súčasnosti zameraný na problém ekonomického zaostávania území identifikovaných v Národnom rozvojovom pláne (NRP). Medzi identifikované zaostávajúce regióny patrí aj územie PSK (Prešovský samosprávny kraj) a teritoriálne prislúchajúce obce. Strategickým cieľom v rámci Prešovského samosprávneho kraja je vybudovať a rozvinúť odvetvie cestovného ruchu v štruktúre regionálneho hospodárstva so zameraním na zvyšovanie konkurencieschopnosti, sociálno-ekonomických príležitostí, rastu životnej úrovne a dosiahnutie kompatibility systému cestovného ruchu s krajinami EÚ.

Vytvoriť podmienky pre rast kvalifikácie ľudských zdrojov v cestovnom ruchu s dôrazom na kvalitu služieb a budovanie imidžu obcí/miest. Vybudovať a rozvíjať infraštruktúru cestovného ruchu s potrebami obce/mesta v súlade s regiónom so zameraním na kvalitatívny a kvantitatívny rozvoj zariadení cestovného ruchu a ich základných a doplnkových služieb.

<https://www.po-kraj.sk/sk/samosprava/kompetencie-psk/regionalny-rozvoj/phsr-psk-2014-2020/o-programe-phsr/>

2.2

ANALÝZA POTENCIÁLU PRE CESTOVNÝ RUCH V MESTE POPRAD

Program rozvoja mesta Poprad pre roky 2016 – 2022, s výhľadom do roku 2040

Základným nástrojom strategického socio-ekonomického plánovania mesta Poprad je Program rozvoja mesta Poprad pre roky 2016 – 2022, s výhľadom do roku 2040 (ďalej len PRM Poprad). Tento dokument definuje rozvojovú stratégiu mesta, vrátane jej dlhodobého výhľadu do roku 2040 zhmotneného do vízie rozvoja mesta Poprad.

https://www.poprad.sk/download_file_f.php?id=685083

2.2 ANALÝZA POTENCIÁLU PRE CESTOVNÝ RUCH V MESTE POPRAD

a) Základná charakteristika mesta

Poprad patrí medzi jedno z najdynamickejšie sa rozvíjajúcich administratívnych, hospodárskych, kultúrnych a spoločenských centier podtatranského regiónu. Mesto ako stredisko cestovného ruchu (CR) má svoje špecifické postavenie, pretože rozvoj cestovného ruchu podmieňuje jeho výhodná zemepisná a strategická poloha. Nachádza sa na úpätí Vysokých Tatier, preto mu právom patrí prirovnanie „Vstupná brána do Vysokých Tatier“. Poprad pozostáva zo šiestich mestských častí. Pre návštevníkov je najzaujímavejšie centrum mesta s historickými pamiatkami, múzeom a galériou a mestská časť Spišská Sobota, ktorá je mestskou pamiatkovou rezerváciou. Veľký potenciál pre rozvoj však majú aj ďalšie mestské časti Veľká, Stráže pod Tatrami, Matejovce a Kvetnica. V blízkosti centra sa nachádza termálny aquapark, ktorý umožňuje celoročne všestranné relaxačné vyžitie vo vodnom svete

spolu s poskytovaním nadštandardných hotelových služieb a kongresových podmienok.

Rozvoj cestovného ruchu v meste je veľmi úzko prepojený s rozvojom CR v Regióne Tatry a nemožno ho ponímať izolovane. Vzhľadom na ojedinelosť prírodných krás a bohatstvo kultúrno-historických pamiatok patrí mesto a Región Tatry k najatraktívnejším oblastiam Slovenska.



b) Doprava a dostupnosť

Socio-ekonomický a geografický význam mesta vyplýva z jeho výhodnej dopravnej polohy na ceste medzinárodného významu E50 a na hlavnom železničnom ťahu Košice-Bratislava s prepojením na Českú republiku a na Ukrajinu. Letecké spojenie mesta zabezpečuje medzinárodné letisko Poprad-Tatry, ktoré patrí medzi najvyššie položené medzinárodné letiská v Európe – 718 m n. m.

2.2

ANALÝZA POTENCIÁLU PRE CESTOVNÝ RUCH V MESTE POPRAD

Letecká doprava

Medzinárodné letisko Poprad – Tatry, nachádzajúce sa na území mesta zabezpečuje pravidelné spojenie s Anglickom a sezónne pravidelné spojenie s Lotyšskom.

Charterové lety poskytuje s destináciami Bulharsko, Albánsko, Turecko, Grécko a Ukrajina.



Tabuľka vzdialeností a časov vybraného leteckého spojenia s Popradom

Slovenská republika			
Kontinent	Štát	Mesto	Čas (hod)
Európa	Anglicko	Londýn/Luton	2,35
Európa	Albánsko	Tirana	1,40
Európa	Bulharsko	Burgas	0,30
Európa	Lotyšsko	Riga	1,30
Európa	Turecko	Antalya	1,40
Európa	Ukrajina	Kyjev	1,30
Ázia	Izrael	Tel Aviv	4

Cestná doprava

Poprad leží na diaľnici D1 a medzinárodnej ceste E50. Na diaľnicu je priamo napojené troma výjazdmi:

1. Poprad – Západ, Letisko
2. Poprad – Vysoké Tatry
3. Poprad – Východ



Zdroj : Národná diaľničná spoločnosť SR

prevádzkované diaľnice a rýchlostné cesty

diaľnice a rýchlostné cesty vo výstavbe

pripravované projekty diaľnic
a rýchlostných ciest

Mapa diaľničnej siete znázorňuje úseky diaľnic a rýchlostných ciest realizované

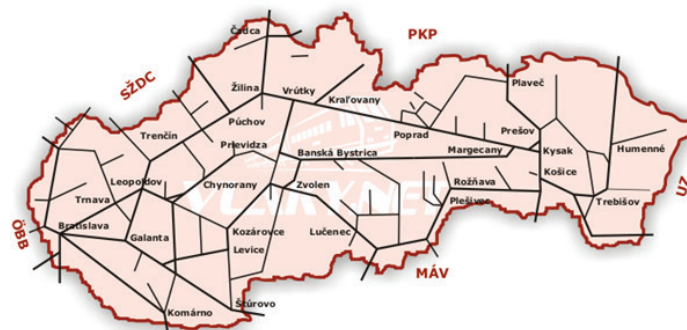
Národnou diaľničnou spoločnosťou a projekty verejno-súkromného partnerstva (projekty PPP).

2.2

ANALÝZA POTENCIÁLU PRE CESTOVNÝ RUCH V MESTE POPRAD

Železničná doprava

Dostupnosť mesta vlakovou prepravou poskytuje veľké možnosti. Hlavná železničná stanica Poprad – Tatry, ktorá sa nachádza neďaleko centra, umožňuje priame vlakové spojenie na hlavnej železničnej trati Bratislava – Košice. Zároveň sú z tejto stanice tatranskou elektrickou železnicou prepojené aj vysokotatranské turistické strediská v smere Štrbské Pleso, Starý Smokovec a Tatranská Lomnica.



Zdroj: www.vlaky.net

Slovenská republika					
Mesto	Automobilová doprava		Železničná doprava		Autobusová doprava
	Km	Čas (hod.)	Km	Čas (hod.)	km Čas (hod.)
Banská Bystrica	118	1 hod. 36 min.	195	3 hod.	144 2 hod. 35 min.
Bratislava	328	3 hod. 33 min.	344	3 hod. 35 min.	368 6 hod. 10 min.
Košice	119	1 hod. 21 min.	101	1 hod. 15 min.	125 2 hod. 10 min.

Slovenská republika					
Mesto	Automobilová doprava		Železničná doprava		Autobusová doprava
	Km	Čas (hod.)	Km	Čas (hod.)	km Čas (hod.)
Liptovský Mikuláš	57,4	38 min.	58	43 min.	60 1 hod.
Nitra	239	2 hod. 40 min.	316	5 hod. 24 min.	277 5 hod. 15 min.
Trenčín	222	3 hod. 16 min.	220	3 hod. 8 min.	214 3 hod. 55 min.
Trnava	283	3 hod. 4 min.	298	4 hod. 7 min.	305 5 hod. 15 min.
Prešov	82	51 min.	102	1 hod. 37 min.	91 1 hod. 30 min.
Rožňava	72,4	1 hod. 16 min.	172	3 hod.	77 2 hod.
Trebišov	154	1 hod. 53 min.	154	2 hod. 31 min.	175 3 hod. 45 min.
Žilina	140	1 hod. 44 min.	141	1 hod. 50 min.	141 2 hod. 40 min.

Mestská a prímestská doprava

Do mestských častí a okolitých turistických stredísk je možné cestovať automobilovou, autobusovou a do niektorých aj železničnou dopravou. Vysokotatranské turistické strediská v smere Štrbské Pleso, Starý Smokovec a Tatranská Lomnica sú prepojené aj tatranskou elektrickou železnicou.

2.2

ANALÝZA POTENCIÁLU PRE CESTOVNÝ RUCH V MESTE POPRAD

Mestská a prímestská doprava						
Mesto	Automobilová doprava		Železničná doprava		Autobusová doprava	
	Km	Čas (hod.)	Km	Čas (hod.)	km	Čas (hod.)
Spišská Sobota	1,2	4 min	x	x	3	7 min
Veľká	2,5	5 min	x	x	6	14 min
Stráže	2,2	5 min	x	x	3	17 min
Matejovce	4,2	9 min	4	7 min	4	9 min
Kvetnica	5,2	7 min	x	x	6	9 min
Štrbské Pleso	28,6	33 min	29	1h 8 min	30	41 min
Starý Smokovec	13	13 min	13	25 min	13	24 min
Tatranská Lomnica	18,7	24 min	19	47 min	19	31 min
Svit	8,2	12 min.	7	5 min.	9	14 min

Cyklodoprava

Na bicykli po Poprade a jeho okolí

Nemotorová doprava cyklodoprava a cykloturistika predstavujú ekologické druhy dopravy, ktoré predovšetkým v rámci Európy zaznamenávajú prudký rozvoj a predstavujú fenomény, ktoré výrazne ovplyvňujú aj rozvoj cestovného ruchu na Slovensku. Podľa údajov uvedených v Stratégii rozvoja cestovného ruchu do roku 2020 je na Slovensku vyznačených 530 cykloturistických trás v celkovej dĺžke 9 630 kilometrov¹. Samotný Poprad a jeho okolie zabezpečuje prostredníctvom viac ako 30 cyklotrás s celkovou dĺžkou 370km prvotriedny zážitok všetkým priaznivcom či už cestnej alebo horskej cyklistiky. V meste Poprad začína okrem iných cyklistických trás i diaľková cyklomagistrála – Popradská cyklomagistrála, 26km dlhá (ev. č. 008, značená červenou farbou), ktorá je jednou zo 41 diaľkových cyklomagistrál na Slovensku a vedie do Bieleho Potoka. Z Popradu vedú cyklistické trasy do troch národných parkov (Tatranský národný park – TANAP, Slovenský raj, Národný park Nízke Tatry)V z ktorých TANAP má cezhraničný charakter a v ktorom Slovensko spolu s Poľskom pozýva všetkých nadšencov cyklistiky na spoznávanie nielen cyklistických trás, prírodných, historických a kultúrnych zaujímavostí, ktorých je v NP neúrekom, ale i na ochutnávku regionálnych špecialít či zoznámenie sa s miestnymi zvyklosťami a tradíciami. Rozsiahla sieť cyklotrás garantuje v regióne veľký výber rôznych možností – od jednoduchých až po extrémne náročné. Je úplne jedno, či dávate prednosť krátkym, pohodlným trasám alebo uprednostňujete náročnejšie cyklotúry, v ponuke mesta si prídu na svoje všetci priaznivci cyklistických výletov, pričom samozrejmosťou sú služby ako požičovňa a oprava bicyklov, ubytovanie a dostupné sú aj mapy regiónu a potrebné informácie.

¹ Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky: „Stratégia rozvoja cestovného ruchu do roku 2020“

2.2

ANALÝZA POTENCIÁLU PRE CESTOVNÝ RUCH V MESTE POPRAD

Sieť diaľkových cyklotrás na Slovensku²

Top – cyklotrasy

1. Trasa č. 008: Popradská cyklomagistrála (Poprad – Svit – Lopusná dolina)

Najznámejšou a pravdepodobne i najobľúbenejšou trasou popradských cyklistov a tiež in-line korčuliarov je Popradská cyklomagistrála. Celková dĺžka trasy je 26 km vedie až do Bieleho potoka, ale Popradčania využívajú najmä úsek vedúci do Svitú resp. Lopusnej doliny. Na pohodlný, v celom profile rovinatý, asfaltový cyklochodník sa priaznivci kolies môžu napojiť priamo v centre mesta Poprad, alebo z parkoviska pri supermarkete Tesco. Trasa v takmer celej dĺžke (10,5 km) vedie popri rieke Poprad a hneď ako cyklisti minú nákupné centrum Tatry, otvorí sa im pohľad na najvyššie štíty Vysokých Tatier. Po pravej strane uvidia pohorie Kozie Chrbty, ktoré hrebeňom oddeľuje Vysoké a Nízke Tatry. Vstup do mesta Svit lemujú viaceré bufety a o niečo ďalej prejdú okolo nástupu na Náučný chodník Baba. Trasa končí



na začiatku Lopusnej doliny, odkiaľ sa dá pokračovať ďalej, až do obce Šuňava, alebo je možné pokračovať po trase č. 5867 cez Lopusnú dolinu späť do Popradu.



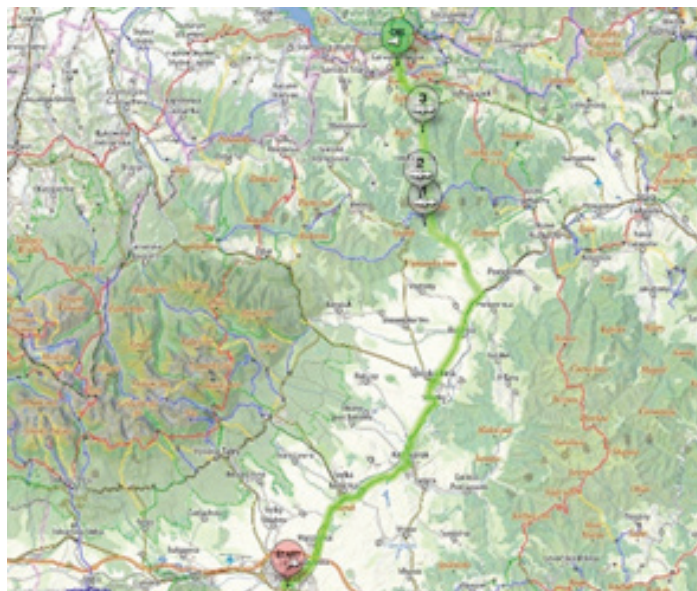
2. Trasa č. 8914: Poprad – Kvetnica

Trasa s dĺžkou 4,3 km vedie z centra mesta, ale napojiť sa dá aj za mestom, priamou asfaltovou komunikáciou k jazdec-kému areálu a následne do lesoparku Kvetnica. V Kvetnici sa nachádza Kostol sv. Heleny, liečebný komplex s takmer 100 ročným liečebným domom a jazierkom. Trasa je vhodná i pre rodiny s deťmi. S uvedenej trasy sa dá napojiť na trasu č. 5868, ktorá cyklistov zavedie do Spišského Štiavniku (kaštieľ) odkiaľ je to už len na skok do Podlesku – centra Slovenského Raja, alebo na trasu č. 2872 vedúcu do Spišského Bystrého.

² Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky: „Národná stratégia rozvoja cyklickej dopravy a cykloturistiky v Slovenskej republike“

2.2

ANALÝZA POTENCIÁLU PRE CESTOVNÝ RUCH V MESTE POPRAD



3. Trasa č. 5866: Poprad – Gerlachov – Tatranská Polianka

Z Popradu smerom do Vysokých Tatier je možné sa dostať aj zelenou trasou, ktorá vedie z centra mesta do časti Veľká po miestnych komunikáciách a následne až ku letisku Poprad – Tatry. Z letiska sa cyklisti popri diaľnici D1 dostanú do obce Batizovce a odtiaľ cez Gerlachov až do Tatranskej Polianky. Trasa má dĺžku 16,6 km je vhodná pre MTB a je zaradená do výkonnostnej kategórie SPORT.

4. Trasa č. 2869: Poprad – Kežmarok – Kežmarské žľaby

Trasa s celkovou dĺžkou 33 km vedie z centra Popradu cez jeho časť Stáže pod Tatrami smerom na Kežmarok viac menej po nespevnených komunikáciách južne od obcí Veľká Lomnica a Huncovce. Z kráľovského mesta Kežmarok, ktoré je bohaté na historické pamiatky (hrad, artikulárny kostol) sú cyklisti smerovaní na sever po komunikáciách s nízkou intenzitou dopravy resp. po účelových komunikáciách až po Kežmarské žľaby. Trasa s prevýšením 460 m je zaradená do kategórie SPORT a je určená pre horské bicykle (MTB).

5. Trasa č. 2872: Poprad – Spišské Bystré

Nenáročná cyklistická trasa vedie z Popradu po novovybudovanom asfaltovom cyklistickom chodníku do časti mesta Kvetnica – strelnica (prímestská rekreačná oblasť) odkiaľ pokračuje po asfaltovej lesnej ceste k miestnej zvernici a následne po menej frekventovanej štátnej ceste až do Spišského Bystrého. Trasa v dĺžke 12 km je určená pre rekreačných MTB cyklistov.

6. Trasa č. 2879: Poprad – Horný Smokovec

Trasa v dĺžke 10,8 km s prevýšením 310 m, ktorá začína v centre mesta je určená najmä pre cestných, ale hlavne zdatnejších cyklistov. Náročný profil trate s prevládajúcim stúpaním je zárukou podania maximálneho výkonu. Cyklotrasa opúšťa mesto vo Veľkej (časti mesta Poprad), kde ponad diaľnicu smeruje popri salaši cez obec Veľký Slávkov do Novej Lesnej, odkiaľ sa cyklisti prudkým stúpaním dostanú až do cieľa, ktorý je na Ceste Slobody. Z Horného Smokovca môžu cyklisti pokračovať či smerom na Starý Smokovec alebo Tatranskú Lomnicu, pričom obe uvedené osady ponúkajú viacero ďalších cyklistických možností.

7. Trasa č. 5868: Poprad – Spišský Štiavnik (kaštieľ)

Slovenský raj je s Popradom spojený práve trasou vedúcou do Spišského Štiavniku odkiaľ cez Hrabušice je možné do-

2.2

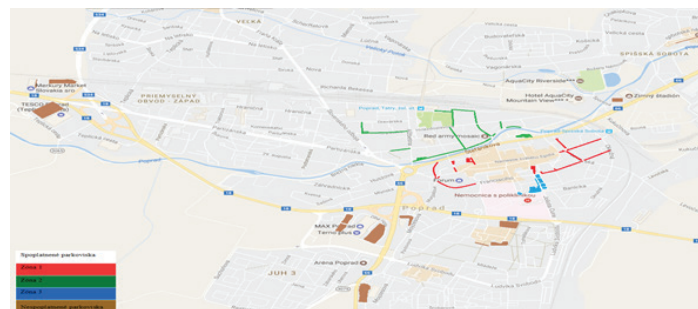
ANALÝZA POTENCIÁLU PRE CESTOVNÝ RUCH V MESTE POPRAD

stať sa priamo do Podleska – srdca Slovenského raja na jeho severnej strane. Trasu v dĺžke 11,3 km zvládne aj rekreačný cyklisti a je určená skôr pre horské bicykle, nakoľko vedie nielen po asfaltových ale i nespevnených komunikáciách. Z Popradu sa cyklisti dostanú po trase č. 8194 k jazdeckému areálu odkiaľ smerujú po poľnej ceste do kúpeľov Gánoviec (tiež archeologické nálezisko neandertálskeho človeka) a ďalej údolím smerom na Švábovce až po Kaštieľ v Spišskom Štiavniku.

Parkovanie

Mesto Poprad má vo svojom centre vybudovaný rozsiahly parkovací systém. Parkovanie je možné uhradiť aj prostredníctvom SMS. Ceny sa pohybujú od 0,20 €/15 min. po 0,80 €/1 h v zóne najbližšie k centru. V centre je celkovo 29 parkovísk z toho 22 platených a 7 neplatených, ktoré sa nachádzajú pred hypermarketmi, obchodnými centrami, zimným štadióne a na historickom námestí v Spišskej Sobote.

Mapa plateného parkovania



obr. – Rozmiestnenie komerčného informačného systému

Zóna 1 – Parkoviská: Dominika Tatarku Okresný súd, Francisciho, Joliot Curieho – OTP, Levočská, Mnoheľova, Murgašova, Námestie sv. Egídia, Popradskej brigády

Platba v bezobslužnom automatizovanom parkovacom systéme so závorami 0,20 € / 15 minút

Platba v predajnom parkovacom automate 0,40 € / 30 minút

Platba mobilným telefónom – SMS službou 0,80 € / 1 hodina

Držitelia preukazu ZŤP na parkoviskách s parkovacími automatmi Bezplatne

V ZÓNE 1 je možný presun vozidla na iné platené parkovisko v ZÓNE 1, 2 a 3 a zotrvanie na ňom po dobu uhradeného parkovného.

Zóna 2 – Parkoviská: 1. mája, Bernolákova, Dominika Tatarku – gymnázium, Halatova, Jiřího Wolkera, Karpatská, Nábřežie Jána Pavla II., Popradské nábřežie, Štefánikova, Tatranská

Platba v bezobslužnom automatizovanom parkovacom systéme so závorami 0,20 € / 30 minút

Platba v predajnom parkovacom automate 0,40 € / 1 hodina

Platba mobilným telefónom – SMS službou 0,40 € / 1 hodina

Držitelia preukazu ZŤP na parkoviskách s parkovacími automatmi Bezplatne

V ZÓNE 2 je možný presun vozidla na iné platené parkovisko v ZÓNE 2 a 3 a zotrvanie na ňom po dobu uhradeného parkovného.

Zóna 3 – Parkoviská: Banická, Joliot Curie – kaskády, Joliot Curie – MK, Tatranské námestie

Platba v bezobslužnom automatizovanom parkovacom systéme so závorami prvé 2 hod. zdarma, každá ďalšia začatá hodina 0,50 € / hod

Platba v predajnom parkovacom automate 0,20 € / 2,5 hodiny, každá ďalšia začatá hodina 0,40 € / hod

Platba mobilným telefónom – SMS službou 0,40 € / 2,5 hodiny, každá ďalšia začatá hodina 0,40 € / hod

Držitelia preukazu ZŤP na parkoviskách s parkovacími automatmi Bezplatne

V ZÓNE 3 je možný presun vozidla na iné platené parkovisko v ZÓNE 3 a zotrvanie na ňom po dobu uhradeného parkovného.

Zdroj: www.smkpp.sk

2.2

ANALÝZA POTENCIÁLU PRE CESTOVNÝ RUCH V MESTE POPRAD

Informačný systém mesta

Poprad má vybudovaný informačný systém pre peších aj motoristov. Informačný systém mesta pozostáva z 3 samostatných systémov :

1.1 Komerčný informačným systém

Nachádza sa v centre mesta a tvorí ho 16 informačných stĺpov, na ktorých sú umiestnené smerové šípky z hliníkového profilu, ktoré ukazujú smer k historickým, k zábavným, k relaxačným alebo k verejným inštitúciám a budovám v centre mesta Poprad. Stojany sa nachádzajú na týchto uliciach:

a) Wolkerova ul. pri hoteli Európa

znázornene smery – 1. AQUACITY, 2. CENTRUM, 3. INFO, 4. MsÚ, 5. TATRANSKÁ GALÉRIA, 6. NEMOCNICA, 7. POLÍCIA, 8. POŠTA, 9. BUS

b) Hviezdoslavova ul.- pri hoteli Gerlach

znázornene smery – 1. TATRANSKÁ GALÉRIA, 2. CENTRUM, 3. INFO, 4. ŽSR- AS, 5. MsÚ, 6. NEMOCNICA, 7. AQUACITY, 8. HOTEL POPRAD, 9. POLÍCIA

c) Mnoheľova ul. – pri mostíku cez rieku

znázornene smery – 1. AQUACITY, 2. INFO, 3. MsÚ, 4. MÚZEUM, 5. TATRANSKÁ GALÉRIA, 6. NEMOCNICA, 7. POLÍCIA, 8. POŠTA, 9. ŽSR – AS

d) Mnoheľova ul. – proti Pošte 1

znázornene smery – 1. AQUACITY, 2. CENTRUM, 3. HOTEL POPRAD, 4. INFO, 5. TATRANSKÁ GALÉRIA, 6. MsÚ, 7. NEMOCNICA, 8. ŽSR – AS

e) Námestie sv. Egídia – pri OD Prior

znázornene smery – 1. AQUACITY, 2. INFO, 3. POŠTA, 4. TATRANSKÁ GALÉRIA, 5. ŽSR – AS

f) Námestie sv. Egídia- oporný múr kostola sv. Egídia

znázornene smery – 1. AQUACITY, 2. INFO, 3. TATRANSKÁ GALÉRIA, 4. MsÚ, 5. NEMOCNICA, 6. POLÍCIA, 7. ŽSR- AS

g) Námestie sv. Egídia – reštaurácia Glóbus

znázornene smery – 1. AQUACITY, 2. INFO, 3. MsÚ, 4. MÚZEUM, 5. NEMOCNICA, 6. POLÍCIA, 7. POŠTA, 8. TATRANSKÁ GALÉRIA, 9. ŽSR – AS

h) Ul. D. Tatarku – pri Okresnom súde

znázornene smery – 1. POŠTA, 2. CENTRUM, 3. INFO, 4. NEMOCNICA, 5. TATRANSKÁ GALÉRIA

i) Alžbetina ul. – pri MsÚ

znázornene smery – 1. AQUACITY, 2. CENTRUM, 3. INFO, 4. MsÚ, 5. MÚZEUM, 6. NEMOCNICA, 7. POLÍCIA, 8. POŠTA, 9. ŽSR – AS, 10. TATRANSKÁ GALÉRIA

j) Ul. 1. mája – pri Slovenskej reštaurácii

znázornene smery – 1. AQUACITY, 2. INFO, 3. TATRANSKÁ GALÉRIA, 4. NEMOCNICA, 5. POŠTA, 6. ŽSR – AS

k) Štefánikova ul. – pri Surprise klube na parkovisku

znázornene smery – 1. AQUACITY, 2. CENTRUM, 3. INFO, 4. TATRANSKÁ GALÉRIA, 5. NEMOCNICA, 6. POŠTA, 7. ŽSR – AS

l) Autobusová stanica

znázornene smery – 1. AQUACITY, 2. CENTRUM, 3. HOTEL POPRAD, 4. INFO, 5. MsÚ, 6. MÚZEUM, 7. NEMOCNICA, 8. POLÍCIA, 9. ŽSR

m) Hviezdoslavova ul.- pri hoteli Gerlach

znázornene smery – 1. INFO, 2. CENTRUM

2.2

ANALÝZA POTENCIÁLU PRE CESTOVNÝ RUCH V MESTE POPRAD

n) Alžbetina ul. – pri budove QUATRO
znázornene smery – 1. CENTRUM, 2. INFO

o) Vajanského ul. – pri múzeu
znázornene smery – 1. CENTRUM, 2. INFO

p) Pri železničnej stanici
znázornene smery – 1. CENTRUM, 2. INFO



obr. – Rozmiestnenie komerčného informačného systému



obr. – Informačný stojan na Štefánikovej ulici

1.2 Sídľiskový orientačný informačný systém

Systém je novovybudovaný na sídlisku Juh V. Pozostáva zo štyroch kovových stojanov na ktorých sú rozmiestnené smerové šípky z hliníkového profilu, ktoré ukazujú smer ulice a názvy blokov s orientačnými číslami. Tento systém je rozmiestnený v parku, ktorý sa nachádza na sídlisku Juh V a to v severnom bode parku, severovýchodnom bode parku, juhovýchodnom bode parku a juhozápadnom bode parku. Mesto Poprad ma takýto systém vybudovaný aj na sídlisku Západ a ten pozostáva s troch kovových stojanov na ktorých sú rozmiestnené smerové šípky hliníkového profilu, ktoré ukazujú smer, ulice a názvy blokov s orientačnými číslami.



obr. – informačný stojan na sídlisku Juh V (juho-západný bod parku)



obr. – informačný stojan na sídlisku Západ (západný bod parku)

Systém je rozmiestnený v parku, nachádzajúcom sa na sídlisku Západ a je rozmiestnený v severovýchodnom bode parku, západnom bode parku a juhovýchodnom bode parku. Na sídlisku Juh III sú zvyšky orientačného informačného systému, ktoré mesto plánuje odstrániť. Taktiež na sídlisku Juh I – II je vybudovaný starý orientačný informačný systém, ktorý nepatrí do vlastníctva Mesta Poprad.

2.2

ANALÝZA POTENCIÁLU PRE CESTOVNÝ RUCH V MESTE POPRAD

1.2 Infokiosky

Sú to interaktívne informačné panely s dotykovou obrazovkou, ktoré prostredníctvom vlastného nainštalovaného operačného systému a sieťového pripojenia informujú na danom mieste v danom meste o historických pamiatkach nachádzajúcich sa v príslušnej oblasti, mestských častiach, kultúrnych podujatiach, informujú o ceste a vzdialenosti k zábavným, k relaxačným alebo k verejným inštitúciám a budovám, k firmám, taktiež informujú o cestovnom poriadku na území mesta Poprad. V Poprade sa nachádza 1 interaktívny informačný panel s dotykovou obrazovkou.



obr. – interaktívny informačný panel s dotykovou obrazovkou (pred mestskou inf. kanceláriou)

2. Dopravný informačný systém (informačný systém pre motoristov)

Pozostáva z informačných tabúľ, ktoré informujú o smere, niektoré aj o vzdialenosti k mestským častiam, sídliskám, k zábavným, k relaxačným a nákupným zariadeniam a tiež ku kultúrnym a turistickým cieľom v meste Poprad. Dopravné značky, ktoré informujú o smere, názve alebo aj vzdialenosti ku kultúrnemu alebo turistickému cieľu (hnedé) eviduje Mesto Poprad 6 kusov. Dopravné značky, ktoré informujú o smere, názve alebo aj vzdialenosti k zábavným, k relaxačným, k nákupným zariadeniam a letisku (biele) eviduje Mesto Poprad 55 kusov a dopravné značky, ktoré informujú o smere, názve alebo aj vzdialenosti mestských častí a sídlisk (biele) eviduje Mesto Poprad 20 kusov.



obr. – Informačné dopravné značky na území Mesta Poprad

2.2

ANALÝZA POTENCIÁLU PRE CESTOVNÝ RUCH V MESTE POPRAD

2.1. Reklamné panely (Billboardy)

Sú to veľkoplošné reklamne panely s kovovou konštrukciou a výlepnou plochou s rozmermi 510 x 240cm. Mesto Poprad zmluvne eviduje spolu 8 reklamných panelov, ktoré sú rozmiestnené v centre mesta a vlastní ich spoločnosti Hakom s.r.o.(7 reklamných panelov) a spoločnosť Akzent a.s. (1 reklamný panel).



obr. – veľkoplošný reklamný panel spoločnosti Hakom s.r.o. v Poprade

2.2. Reklamné pútače na stĺpoch verejného osvetlenia

Sú to reklamné zariadenia hliníkového profilu s rozmermi 90 x 60cm umiestnené na stĺpoch verejného osvetlenia nachádzajúcich sa na území Mesta Poprad. Mesto Poprad zmluvne prenája 89 stĺpov verejného osvetlenia, ktoré sú v jeho vlastníctve. Stĺpy verejného osvetlenia na území Mesta Poprad majú v prenajme spoločnosti : JaPa PP s.r.o. (25 stĺpov), HAKOM s.r.o. (63 stĺpov), BRANTNER POPRAD s.r.o. (1 stĺp).



obr. – reklamný pútač na stĺpe verejného osvetlenia v Poprade

c) História

Poprad, o ktorom sa zachovala prvá písomná zmienka z roku 1256, bol 690 rokov, celý stredovek a novovek (až do roku 1946) len jedným z miest, ktoré tvoria dnešné 53-tisícové mesto. Ďalšími mestecikami boli jeho dnešné časti – Matejovce (1251), Spišská Sobota (1256), Veľká (1268), Stráže pod Tatrami (1276) a rekreačná časť Kvetnica (1880). Najvýznamnejším z uvedených mesteciek bola Spišská Sobota, ktorá si zachovala svoje prvenstvo až do konca 19. storočia. 1. januára 1923 sa na základe Vládneho nariadenia č. 257/1922 stala z mesta so zriadeným magistrátom veľká obec Poprad. Od 1. januára 1991 sa mesto konštituovalo na základe zákona č. 369/1990 Zb. ako samosprávny územný celok. Na rozdiel od totalitného režimu sa mestá stali úplne autonómne, riadené sú svojimi zvolenými orgánmi, ktoré nie sú závislé na štátnych orgánoch.

d) Prírodné a klimatické pomery

Mesto sa nachádza v nadmorskej výške 672 m.n.m v Popradskej kotline, ktorá je súčasťou Podtatranskej kotliny. Zo severu ho obklopuje masív Vysokých Tatier prechádzajúcich do Belianskych Tatier. Na východe sa nachádza pohorie Levočské vrchy. Na juhu zasahuje masív Kozích chrbtov a hrebene Nízkych Tatier, Hornádska kotlina a Slovenský raj. Kotliny patria do mierne teplej, pohoria do chladnej klimatickej oblasti.

Poprad patrí klimaticky do mierne teplej oblasti s priemerným počtom letných dní v roku menej ako 50 (max. teplota 25 ° C a viac). Územie mesta patrí do typu mierne suchej až vlhkej „kotlinovej“ klímy s veľkou inverziou teplôt, kde priemerná teplota v januári je od –3,5 až do 6 ° C, júlová teplota dosahuje 16 až 17 ° C a ročný úhrn zrážok sa pohybuje okolo 600 – 800mm. Klíma Popradu je vo veľkej miere ovplyvnená regiónom Vysokých Tatier, ktorý patrí

2.2.1

PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE

do chladnej klimateckej oblasti. Oblačnosť v Poprade je najväčšia v zime – cca 67 %, ale zvýšená je už v novembri pod vplyvom častej hmly alebo oblačnosti. Najmenšia oblačnosť je koncom leta (v auguste 55 % a začiatkom jesene 51 %). Veterné pomery sú charakterizované prevažnými západnými a juhozápadnými vetrami. Najmenej dujú vetry severné a severo-západné. Najviac dní so silným vetrom je v období december až marec.

Hydrologicky leží väčšina mesta v povodí rieky Poprad, ktorá odvádza vody prostredníctvom Dunajca, prítoku Visly, do Baltského mora. Rieka Poprad má v Matejovciach priemerný ročný prietok 3,31 m³/s.

e) Základné demografické údaje mesta

Ku koncu roku 2016 malo mesto 50 718 obyvateľov. Z toho 37 698 obyvateľov žije priamo v Poprade, ostatní obývajú ďalších 5 mestských častí.

Počet obyvateľov podľa častí obce					
Časť obce	Muži	Ženy	Chlapci	Dievčatá	Spolu
Poprad	15172	17487	2569	2470	37698
Veľká	1880	2159	292	326	4657
Spišská Sobota	1157	1253	230	187	2827
Matejovce	1095	1167	303	269	2834
Stráže	244	273	37	32	586
Kvetnica	75	87	17	19	198
trvalý pobyt Poprad	1013	626	139	140	1918
Spolu za Poprad	20636	23052	3587	3443	50718

2.2.1 PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE

a) Kultúrny a historický potenciál

Historickým centrom Popradu je Námestie sv. Egídia, ktoré ohraničuje zástavba meštianskych domov barokového a klasicistického štýlu. Priamo v centre sa nachádzajú viaceré historické pamiatky. Najcennejšou z nich, je gotický rímskokatolícky Kostol sv. Egídia, v ktorom sa nachádza významná maľba – najstaršie vyobrazenie Vysokých Tatier. Jeho vznik sa datuje do 2. polovice 13. storočia. V rokoch 1994 – 1998



Pri kostole nachádza renesančná zvonica z roku 1658.

bola reštaurovaná loď chrámu a ranogotický portál pri južnom vstupe do kostola. V roku 2008 bol do zrekonštruovanej barokovej skrine z 18. storočia vstavaný organ. Ďalšou pamiatkou je Kostol evanjelickej cirkvi a. v., ktorý bol postavený v rokoch 1829 – 1834 v klasicistickom štýle podľa projektov Jána Fabriciho. Klasicistický oltár bol postavený okolo roku 1838. V kostole sa nachádza náhrobná doska kňa-

2.2.1

PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE



za, náboženského spisovateľa a šľachtica Ondreja Fabriciho (Fabriczyho) z roku 1830, ktorý v Poprade pôsobil 41 rokov. Mestská informačná kancelária organizuje v obidvoch kostoloch pravidelné prehliadky so sprievodcom.

V meste sídli Tatranská galéria, Podtatranská knižnica, Podtatranské osvetové stredisko a Podtatranské múzeum a Štátny archív Prešov – pracovisko Archív Poprad v Spišskej Sobote.

Historicky najvýznamnejšou časťou mesta je Spišská Sobota, ktorá bola pre svoj neporušený, stredoveký urbanistický charakter v roku 1950 vyhlásená za mestskú pamiatkovú rezerváciu. V súčasnosti plní Spišská Sobota úlohu historicko-turistického centra. Najvýznamnejšou pamiatkou je Kostol sv. Juraja postavený v polovici 13. storočia s gotickým interiérom a oltárom z dielne Majstra Pavla z Levoče, ktorý v roku 2011 získal cenu Kultúrna pamiatka roka. Celé námestie lemuje renesančné, barokové a gotické meštiacke domy. Ich prevažná časť pochádza zo 16. a 17. storočia. Mnohé z nich v súčasnosti poskytujú reštauračné a hotelové služby, v niektorých sú umiestnené kultúrne a štátne inštitúcie .

V mestskej časti Popradu Veľká, bolo v roku 1876 založené prvé mestské múzeum, základ dnešného Podtatranského

múzea. Na námestí obstavanom starými meštiackymi domami s nachádza Kostol sv. Jána Evanjelistu.

Historicky najmladšou mestskou časťou sú Stráže, ktoré boli slovenskou strážnou osadou. Dominantami sú Kostol sv. Jána Krstiteľa a renovovaná budova radnice na námestí.

V mestskej časti Matejovce je zaujímavosťou rímskokatolícky Kostol sv. Štefana z prvej polovice 14. storočia, s unikátnym



2.2.1

PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE



gotickým oltárom z polovice 15. storočia, zdobeným tabuľovými obrazmi od „Matejovského majstra“. Významnou umeleckou pamiatkou je procesiový gotický kríž z prvej polovice 14. storočia, najstarší svojho druhu. Námestie zdobí aj socha Immaculaty (1727 – 1728) a evanjelický kostol z roku 1786. Mestská časť Kvetnica má liečebno-rekreačný charakter, je miestom ich regenerácie a oddychu. Návštevníci Kvetnice môžu využiť napr. náučný chodník, ktorý je zameraný hlavne na prezentáciu lesných vegetačných stupňov Slovenska na malom území Mestských lesov Poprad, historickej archeologickej lokality Zámčisko a Národnej prírodnej rezervácie Hranovnická dubina. V severnej časti sa nachádza poľovnícky zverník Kvetnica na výmere 21 ha, s chovom muflonej a diviačej zveri. V Kvetnici sa nachádza aj rímskokatolícky Kostol sv. Heleny (1909 – 1910) a v jeho blízkosti bezbariérová krížová



vá cesta s jaskynkou Panny Márie. Neďalekým masívom kopca Krížová (930 m n. m.) vedie turistický chodník – krížová cestáku Kaplnke Vzkriesenia (2014 -2016), ktorá je zaujímavá svojim architektonickým riešením založeným na unikátnom rozložení približne sto stĺpov z červeného smreku. Kvetnica je známa tiež ako nálezisko minerálov, a to predovšetkým achátov a sekundárnych minerálov medi.

Ponuka cestovného ruchu mesta – historické pamiatky

Názov	Lokalita
Meštianske domy na námestí	Námestie sv. Egídia
Kostol sv. Egídia (1256)	Námestie sv. Egídia
Renesančná zvonica (1658)	Námestie sv. Egídia
Kostol Svätej Trojice evanjelickej cirkvi a. v (1834)	Námestie sv. Egídia
Socha Immaculaty (1728)	Námestie sv. Egídia
Budova starej elektrárne (1912)	Hviezdoslavova ul.
Mestská pamiatková rezervácia (1256)	Spišská Sobota
Kostol sv. Juraja (1273)	Spišská Sobota
Kaplnka sv. Anny (1514)	Spišská Sobota
Renesančná zvonica (1598)	Spišská Sobota
Mariánsky stĺp (1772)	Spišská Sobota
Klasicistický evanjelický kostol (1777)	Spišská Sobota
Kostol sv. Jána Evanjelistu (1260)	Veľká
Kostol sv. Jána Krstiteľa (14. st.)	Stráže
Budova radnice	Stráže
Socha Immaculaty (1730)	Stráže
Kostol sv. Štefana (14. st.)	Matejovce
Procesiový gotický kríž (14. st.)	Matejovce
Socha Immaculaty (1728)	Matejovce
Evanjelický kostol (1787)	Matejovce
Rímskokatolícky Kostol sv. Heleny	Kvetnica

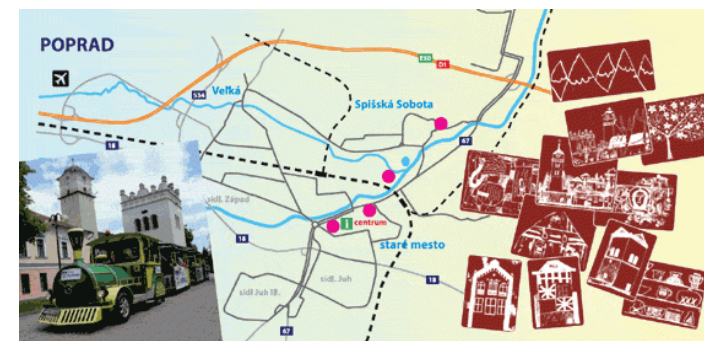
Tieto a ďalšie atraktivity je možné spoznávať aj prostredníctvom produktu, ktorý prevádzkuje mesto od roku 2014 a to „Objav Poprad z autobusu“.



45 minútová jazda mestom a mestskými časťami v štýlovom doubledecker-i s audiosprievodcom, ktorý sprostredkúva históriu a súčasnosť mesta v slovenskom a anglickom jazyku. Linka v súčasnosti jazdí každý pondelok, stredu a piatok o 10.0 z autobusovej stanice v smere Veľká, Spišská Sobota, Matejovce, a späť. Službu je možné využiť v cene bežného cestovného.

Ďalšou atraktivitou, prostredníctvom ktorej je možné objavovať Poprad je Turistický vyhlídkový vláčik, ktorý premáva počas letnej turistickej sezóny na trase Námestie sv.

Egídia – OC Forum – Aquacity – Spišská Sobota a späť a zachádza aj k Tatranskej galérii. Cestovné v turistickom vláči-



Zdroj: www.poprad.sk

ku bolo stanovené jednotne na sumu 1,50.- €/osobu. Vláčik premáva dokola v hodinových intervaloch denne okrem stredy v čase od 10:00 do 13:00 a od 15:00 do 18:00. Umožňuje návštevníkom spoznať mesto nielen prostredníctvom využitia audiosprievodcu, ale umožňuje vystúpiť pri každom zastavení, navštíviť jednotlivé atraktivity a pokračovať k ďalšiemu zastaveniu počas prevádzkovej doby.

2.2.1

PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE

Mesto POPRAD

Objav Poprad

Námestie sv. Egídia – Aquacity Poprad –
Spišská Sobota a späť | St. Egidius Square –
Aquacity Poprad – Spišská Sobota (the town
conservation reserve of Spišská Sobota) and back

Odchody z Námestia sv. Egídia (zastávka
OC Forum Poprad): | Departures from the
St. Egidius Square (Main stop Shopping centre
Forum Poprad): 10:00, 11:00, 12:00, 13:00,
15:00, 16:00, 17:00, 18:00

Odchody z Námestia sv. Egídia (zastávka Ion-
tana): | Departures from the St. Egidius Square
(Main stop Tourists): 10:00, 11:00, 12:00, 13:00,
15:00, 16:00, 17:00, 18:00

Odchody späť Aquacity Poprad: | Departures
from the Aquacity Poprad: 10:15, 11:15, 12:15,
13:15, 15:15, 16:15, 17:15, 18:15

Odchody zo Spišskej Soboty: | Departures from
the Spišská Sobota: 10:30, 11:30, 12:30, 13:30,
15:30, 16:30, 17:30, 18:30

Audiosprievodca histórie a súčasnosti mesta
Poprad | Audiotour about the history and
present of the town of Poprad

Prebieha denne okrem stredy | Runs daily
except Wednesday

Cena/Osoba: | Price/Person: 1,50 €

STAVBY POPLANSKÉHO

Voluntary photo agreement S. S. 4.10.2019 | For signing valid to the 31.08.2019 and 30.09.2019

2.2.1

PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE

Kultúrne zariadenia

Ku kultúrnym zariadeniam patrí Dom kultúry, v ktorom sa konajú divadelné predstavenia, hudobné a folklórne programy, filmové festivaly, študentské predstavenia a rôzne iné kultúrno-spoločenské podujatia. Ďalej kino Tatran, kino Cinemax či divadlo Commedia, ktoré patrí medzi najúspešnejšie na Slovensku. V meste sídli Tatranská galéria, Podtatranská knižnica, Podtatranské osvetové stredisko, expozícia Aurela Viliama Scherfela a galéria – Scherfelov dom vo Veľkej, Podtatranské múzeum a Štátny archív v Spišskej Sobote.

Názov kultúrneho zariadenia	Charakteristika	Počet miest	Lokalita
Kino Tatran	Kino	359	Poprad – centrum
Cinemax	Multikino	559	Poprad – Dlhé Hony
Dom Kultúry	Divadlo	384	Poprad – centrum
Divadlo Commedia	Divadlo	100	Poprad – Spišská Sobota
Tatranská galéria	výstavná sieň	300	Poprad – Železničný park
Scherfelov dom	výstavná sieň	80	Poprad – Veľká
Podtatranské múzeum	Múzeum		Poprad – centrum
Podtatranské múzeum – pobočka Spišská Sobota	Múzeum	20 – 25	Poprad – Spišská Sobota
Podtatranská knižnica	Knižnica, výstavná sieň	80	Poprad – Západ
Podtatranská knižnica – pobočka Spišská Sobota	Knižnica, výstavná sieň	70	Poprad – Spišská Sobota

Ponuka cestovného ruchu mesta – kultúrne zariadenia

Tatranská galéria

Tatranská galéria vznikla rekonštrukciou budovy starej elektrárne a je teda aj významnou technickou pamiatkou. Dnes ponúka komorné výstavy, výstavné projekty, video-prezentácie, konferencie, tvorivé dielne, výtvarné sympóziá, koncerty, divadelné a tanečné predstavenia.

Tatranská galéria vznikla v roku 1960 a jej prvým sídlom bol Starý Smokovec. Po viacerých miestach pôsobenia sa definitívne usídlila v Poprade.



V súčasnosti svoju činnosť prezentuje v bývalej parnej elektrárni na Hviezdoslavovej ulici, ale aj v iných kultúrnych inštitúciách podtatranského regiónu.

Svojou akvizičnou, vedeckovýskumnou a výstavnou činnosťou spracúva a verejnosti približuje tvorbu najmä výtvarných umelcov Spiša a širšieho východoslovenského regiónu, významné osobnosti slovenského výtvarného diania. V poslednom desaťročí TG upútala pozornosť kultúrnej verejnosti viacerými rozsiahlymi výstavnými projektami

2.2.1

PONUKA
CESTOVNÉHO
RUCHU V MESTE

a podujatiami v Elektrárni TG, ktoré sa konali v súlade s najnovšími výtvarnými tendenciami vo svete.

Scherfelov dom – expozícia a galéria vo Veľkej

Aurel Viliam Scherfel (23.4.1835 -23.4.1895) absolvent farmácie na univerzite vo Viedni, patrí medzi najvýznamnejšie osobnosti, ktoré žili a pôsobili na území Veľkej. Bol významným uhorským vedcom, botanikom, lekárnikom a humanistom. Za svoju prácu získal viaceré medzinárodné ocenenia. Aktívne sa zapájal do šírenia vzdelanosti, bádateľskej činnosti a do rozvíjania kultúrneho a spoločenského života nielen vo Veľkej, kde žil, ale aj v Uhorsku. V dome vo Veľkej v ktorom žil a pôsobil je zriadená expozícia dokumentujúca jeho život, vedeckú prácu a rozsiahlu občiansku aktivitu. Dom funguje aj ako galéria, ktorá usporadúva výstavy rôzneho druhu.



Podtatranské Múzeum

Múzeum bolo založené v roku 1876 prvým turistickým spolkom v Uhorsku – Uhorským karpatským spolkom ako výsledok záujmu o prírodné prostredie a kultúrohistorické pamiatky podtatranskej a tatranskej oblasti. Múzeum eviduje viac ako 52 500 kusov zbierkových exponátov. V súčasnosti je múzeum v rekonštrukcii. Po svojom znovuoživení návštevníkom ponúkne nové stále expozície, jednu venovanú unikátnemu archeologickému nálezu – hrobke veľmoža z Popradu – Matejoviec z konca 4. až

začiatku 5. storočia n. l., a druhú, histórii osídlenia podtatranského regiónu od neandertálca po súčasnosť.



Podtatranské Múzeum – expozície v Spišskej Sobote

Prezentuje expozície Cechy a remeslá – ktorá zahŕňa zbierky cechového charakteru, Meštianske bývanie – pracovňa, spálňa, bytové a odevné doplnky meštianskej rodiny, Vznesenosť a pokora – predstavuje sakrálne umelecko – historické pamiatky zo 17-19 st., ktoré tvorili súčasť interiérov niektorých spišských kostolov, Osobnosti Spišskej Soboty – predstavuje významné osobnosti, ktoré pochádzali, žili a tvorili v Spišskej Sobote.



2.2.1

PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE

Štátny archív v Prešove – pracovisko Archív Poprad – Spišská Sobota

Archív Poprad-Spišská Sobota nachádza svoje využitie pre návštevníkov v genealogickom cestovnom ruchu. Znamená to cestovanie a pobyt v cieľových miestach (strediskách, regiónoch, štátoch) cestovného ruchu, kde sa narodili naši predkovia. Návštevníci majú počas úradných hodín po predošlej dohode so zamestnancami archívu možnosť nahliadnuť do archívnych dokumentov, ktoré siahajú až do 13. storočia.



b) Podujatia – TOP podujatia konané v meste

Mesiac	Podujatie	Miesto konania
KULTÚRNE PODUJATIA		
Január	Novoročný koncert	Poprad-centrum
Február	Fašiangy	Poprad-Spišská Sobota
Marec	Popradská hudobná jar	Poprad-centrum
Apríl	Popradská hudobná jar	Poprad-centrum

Mesiac	Podujatie	Miesto konania
KULTÚRNE PODUJATIA		
Máj	Stavanie mája Popradská hudobná jar Rallye Tatry Noc múzeí a galérií	Poprad-centrum Poprad-centrum Poprad-centrum Poprad – Spišská Sobota, Poprad – Železničný park
Jún	MDD Popradské kultúrne leto Otvorenie letnej turistickej sezóny	Poprad-centrum Poprad-centrum Poprad-Spišská Sobota
Júl	Popradské kultúrne leto	Poprad-centrum
August	Popradské kultúrne leto Made in Slovakia	Poprad-centrum Poprad-centrum
September	Záver Popradské kultúrne leto Matejovské Scholtzove dni	Poprad-centrum Poprad – Matejovce
Október	Medzinárodný festival horských filmov Popradská hudobná jeseň	Poprad-centrum Poprad-centrum
November	Popradská hudobná jeseň	Poprad-centrum
December	Vianočný jarmok Vianoce v Poprade	Poprad-centrum Poprad-centrum
ŠPORTOVÉ PODUJATIA		
Máj	Poprad v pohybe	Poprad – Juh I, III, VI
Jún	Poprad v pohybe	Poprad – Juh I, III, VI
Júl	Crazy Colors	Poprad – aquapark
August	Tatranský pohár	Poprad – Zimný štadión
September	Podtatranský polmaratón	Poprad-centrum
SPOLOČENSKÉ PODUJATIA		
Apríl	Výstava Tatra Expo 2016	Poprad – Juh III
Október	Workshop CR	Poprad-centrum

2.2.1

PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE

c) Ubytovacie zariadenia

UZ, kategória, resp. trieda	Počet zariadení	Lôžková kapacita
UZ spolu:	71	2 882
Hotel	13	1 419
Garni hotel	2	62
Penzión 1-3 *	29	442
Ubytovanie v súkromí	22	247
Turistická ubytovňa	3	60

Tabuľka počtu prenocovaní a vybratej dane v období 2012 – 2016

Rok	Sadzba/ prenocovanie	Počet prenocovaní	Vybratá daň
2012	0,70 €	údaje nie sú k dispozícii	114.565,06 €
2013		údaje nie sú k dispozícii	126.607,47 €
2014		189 748	130.289,50 €
2015		207 807	141.266,17 €
2016		207 362	152.565,67 €

d) Stravovacie zariadenia

Stravovacie zariadenia, kategória	Počet zariadení	Počet miest
Stravovacie zariadenia spolu:	92	2845
Reštaurácia	55	2125
Pizzeria	17	340
Koliba	1	90
Rýchle občerstvenie	18	250

e) Športové, relaxačné, regeneračné a oddychové zariadenia

V blízkosti historického centra sa nachádza termálny aquapark AquaCity Poprad s kapacitou 7000 miest. Ponúka viaceré vonkajšie aj vnútorné relaxačné bazény s vodnými atrakciami, ale aj plavecký 50m bazén olympijských rozmerov. Súčasťou areálu je vitálny svet na ploche 1590 m², s rôznymi druhmi sáun a inhalačných miestností, relaxačno-masážne centrum, solárium, gastronomické služby. Športový areál umožňuje hrať plážový volejbal či futbal, súčasťou je aj fitnesscentrum. AquaCity poskytuje aj ubytovanie v 3 hoteloch a najmodernejšie kongresové centrum v regióne Vysokých Tatier.

Vedľa areálu AquaCity má mesto zimný štadión HK Aquacity ŠKP Poprad. Patrí medzi najlepšie hokejové stánky na Slovensku. Okrem hokejových aktivít poskytuje priestor pre verejné korčuľovanie a kultúrne podujatia s kapacitou 4500 miest.

Mesto sa môže pýšiť aj Národným tréningovým centrom futbalového zväzu. V areáli je vybudovaný vyhrievaný trávnik, ktorý vyhrieva voda z neďalekého aquaparku, umelé osvetlenie s úrovňou svietivosti, ktorá prekračuje požadovanú normu pre medžištátne televízne zápasy. V areáli sú vybudované aj ubytovacie kapacity v počte 39 lôžok a reštaurácia





s kapacitu 32 osôb. Národné tréningové centrum slúži reprezentačným mužstvám SR vo všetkých vekových kategóriách. Nachádzajú tu ideálne podmienky počas svojich sústredení, ale aj kvalifikačných či priateľských zápasoch. V rámci balíkov služieb ponúka areál kompletne služby od ubytovania, cez stravovanie, regeneráciu a kompletne zabezpečenie tréningového procesu.

Ďalším významným zariadením v meste je aj viacúčelová športová hala Aréna Poprad, ktorá patrí medzi najmodernejšie športové haly v Európe. Splňa normy pre usporiadanie majstrovských súťaží na svetovej úrovni v basketbale, volejbale, futsale, hádzanej, halovom futbale a ďalších. Tak tiež poskytuje priestor pre usporiadanie kultúrnych podujatí s kapacitou 2000 miest.



2.2.1

PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE

2.2.1

PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE

Ponuka cestovného ruchu mesta – športové, relaxačné, regeneračné a oddychové zariadenia

Športové, relaxačné, regeneračné a oddychové zariadenia, kategória	Počet zariadení	Počet miest
Zariadenia spolu:	6	13950
Relaxačný komplex kúpanie	1	7000
Relaxačný komplex sauny	1	150
Športová hala	2	300
Multifunkčná hala Aréna	1	2000
NTC – futbalový štadión	1	5700
Zimný štadión	1	4500



f) Doplnkové služby pre turizmus

Na území mesta pôsobí Mestská informačná kancelária Poprad, ktorej zriaďovateľom je mesto Poprad a je členom Asociácie informačných centier Slovenska. Mestská informačná kancelária sa podieľa na tvorbe marketingovej a komunikačnej stratégie mesta v oblasti CR. Zabezpečuje informačný servis služieb cestovného ruchu a inštitúcií, podnikov a služieb na území mesta aj mimo oblasti CR smerom k návštevníkom mesta a miestnemu obyvateľstvu.

Zastrešuje časť marketingovej komunikácie mesta v oblasti CR, tvorí a realizuje vlastné produkty a poskytuje komerčné doplnkové služby.

V zákazníckom centre železničnej stanice Poprad-Tatry je v spolupráci so Železničnou spoločnosťou Slovensko zriadený aj Infopoint pre návštevníkov, kde sú poskytované informácie o Poprade, regióne Tatry a Spiš a Slovensku.

Počas letnej turistickej sezóny má Mestská informačná kancelária Poprad vytvorenú svoju pobočku aj v priestoroch Podtatranského múzea v Spišskej Sobote.

Rozsah ďalších poskytovaných doplnkových služieb v meste je uvedený v tabuľke.

Doplnkové služby pre turizmus	
Typ	Počet
Mestská informačná kancelária Poprad	1
Mestská informačná kancelária Poprad – pobočka v Spišskej Sobote v období jún-august	1
Infopoint v Zákazníckom centre železničnej stanice Poprad-Tatry	1
Zmenáreň	3
Autopožičovňa	7
Taxi služba	9
Autoservis	42
Čerpacia stanica	6
Lekáreň	21
Cestovné kancelárie	19

2.2.2

PARTNERSTVO, MEDZINÁRODNÁ A CEZHRANIČNÁ SPOLUPRÁCA

g) Možnosti nákupu

Nákupy je možné zabezpečiť priamo v historickom centre mesta na Námestí sv. Egídia, kde sa nachádza množstvo obchodov rôzneho zamerania. Priamo v centre je k dispozícii aj OC Fórum. Okolie centra ponúka ďalších 5 nákupných stredísk.

Možnosti nákupu	
Nákupná zóna – historické centrum mesta	Námestie sv. Egídia , Poprad
Obchodný dom Prior	ul. 1 mája 220/19, Poprad
OC Forum	Námestie sv. Egídia 3290/124, Poprad
OC Kriváň	Dlhé Hony 9, Poprad
Tatry Shopping Centre	Svitská cesta 5035/5 , Poprad
Z- OC Max	Dlhé Hony 4588/1, Poprad
OC Virma	Suchoňová 4, Poprad
OC Výkrik	Dostojevského 12, Poprad
Hypermarket TESCO	Teplická 2156/3 , Poprad
Supermarket LIDL	Moyzesová 4489/2, Poprad
Hypermarket Kaufland	Moyzesová 4067/3, Poprad

2.2.2 PARTNERSTVO, MEDZINÁRODNÁ A CEZHRANIČNÁ SPOLUPRÁCA

a) Partnerské mestá, oblasti spolupráce

Partnerstvo má za cieľ podporovať spoluprácu medzi mestami a vzájomné porozumenie medzi ich obyvateľmi. Tento trend sa začal rozvíjať po druhej svetovej vojne paralelne s procesom európskej integrácie. Nóvm v tejto oblasti predstavovali partnerské styky miest členských štátov Európskej únie s krajinami strednej a východnej Európy po páde Berlínskeho múru, pričom možno povedať, že tieto styky predchádzali integrácii do Európskej únie, ba aj pripravovali túto integráciu. Mesto Poprad má zadefinované dve formy spolupráce prostredníctvom partnerských miest a cezhraničnej spolupráce.

Partnerské mestá sú také mestá, ktoré sa aj napriek svojej geografickej vzdialenosti spojili, aby udržiavali vzájomné kultúrne putá a kontakty medzi svojimi obyvateľmi. Majú často, hoci nie vždy, podobné demografické a iné charakteristiky, niekedy aj podobnú históriu. Takéto partnerstvá vedú často k výmenným študentským programom a ekonomickej a kultúrnej spolupráci. Prax partnerských miest vznikla v Európe po druhej svetovej vojne ako spôsob priviesť obyvateľov ku vzájomnému bližšiemu porozumeniu a ako spôsob, ako podporiť cezhraničné styky. Najpopulárnejšia je táto koncepcia dodnes v Európe, postupom času sa rozšírila aj na iné svetadiely, čo viedlo niekedy k veľmi zaujímavých partnerstvám.

2.2.2

PARTNERSTVO, MEDZINÁRODNÁ A CEZHRANIČNÁ SPOLUPRÁCA

Cezhraničná spolupráca je formou spolupráce medzi štátmi a regiónmi, ktorú Madridský dohovor špecifikuje ako „každé spoločné konanie zamerané na posilnenie a podporu susedských vzťahov medzi územnými celkami alebo orgánmi podliehajúcimi jurisdikcii dvoch alebo viacerých zmluvných strán a uzatvorenie každej zmluvy alebo dohody potrebnej na tento účel. Cezhraničná spolupráca sa musí realizovať v rámci pôsobnosti územných celkov alebo orgánov definovanej vnútorným právnym poriadkom. Cezhraničná spolupráca umožňuje prekonávať historické predsudky, ktoré sú často zakotvené v miestnej spoločnosti, prispieva k nadobudnutiu nových kontaktov, hospodárskemu rozvoju, spoločným iniciatívam v prospech celého regiónu, ktorý je často umelo rozdelený štátnou hranicou.

<https://sk.plsk.eu/cezhranicna-spolupraca>

ZMLUVNÉ STRANY	ROK NADVIAZANIA SPOLUPRÁCE	OBSAH SPOLUPRÁCE
Ústí nad Orlicí – Poprad	2001	Predmetom dohody je rozvoj, prehĺbenie vzťahov miest Poprad a Ústí nad Orlicí v oblasti hospodárstva, obchodu, kultúry, školstva, turistiky a športu, výmena skúseností v oblasti komunálnej politiky, samosprávy, služieb obyvateľstvu. Jednou z hlavných úloh a poslaním je spojiť mladých ľudí a podporovať vzťahy a kontakty medzi ľuďmi.

ZMLUVNÉ STRANY	ROK NADVIAZANIA SPOLUPRÁCE	OBSAH SPOLUPRÁCE
Szarvas – Poprad	2000	Predmetom deklarácie je podpora vzájomného spoznávania obyvateľov, ich spolupráca, vzájomná solidarita, spoločná orientácia na aktivity v oblasti kultúry, vzdelávania, športu, sociálnych služieb, ekonomiky, obchodu a cestovného ruchu formou výmen, stáží, seminárov, výstav, veľtrhov, festivalov, príspevku k vytvoreniu jednotnej Európy, Európy bez hraníc, Európy s rovnakými príležitosťami pre všetkých jej obyvateľov rešpektujúc kultúrnu a národnú identitu jednotlivých národov.
Zwijndrecht – Poprad	2001	Predmetom dohody je hospodárska, kultúrna a športová spolupráca, riešenie výstavby bytov v meste Poprad v najbližších rokoch, porovnanie teoretických a praktických systémov rozvoja bývania v mestách Poprad a Zwijndrecht
Omiš – Poprad	2000	Predmetom deklarácie je podpora vzájomného spoznávania obyvateľov, ich spolupráca, vzájomná solidarita, spoločná orientácia na aktivity v oblasti kultúry, vzdelávania, športu, sociálnych služieb, ekonomiky, obchodu a cestovného ruchu formou výmen, stáží, seminárov, výstav, veľtrhov, festivalov, príspevku k vytvoreniu jednotnej Európy, Európy bez hraníc, Európy s rovnakými príležitosťami pre všetkých jej obyvateľov rešpektujúc kultúrnu a národnú identitu jednotlivých národov.

2.2.2

PARTNERSTVO, MEDZINÁRODNÁ A CEZHRAŇIČNÁ SPOLUPRÁCA

ZMLUVNÉ STRANY	ROK NADVIAZANIA SPOLUPRÁCE	OBSAH SPOLUPRÁCE
Zakopane – Vysoké Tatry – Poprad	2003	Predmetom dohody je rozvoj cezhraničných, spoločenských, hospodárskych, politických, kultúrno-športových kontaktov na miestnej a regionálnej úrovni, medzi hlavné smery ďalšej spolupráce patrí riešenie problémov v oblasti infraštruktúry, ochrany životného prostredia a ľudských zdrojov. V roku 2016 bola spolupráca potvrdená schválením Deklarácie o vzájomnej spolupráci miest POPRAD – ZAKOPANÉ – VYSOKÉ TATRY. Okrem potvrdenia vyššie uvedených oblastí by sa mestá chceli orientovať aj na spoločné aktivity a výmenu skúseností v oblasti projektov EÚ, vzdelávania, sociálnych služieb či cestovného ruchu formou výmen, stáží, seminárov, výstav, veľtrhov a festivalov.
TATRY – Poprad	2011	Predmetom dohody je podpora priateľských kontaktov ľudí a hospodárskych a obchodných stykov medzi oboma mestami a aktívne uskutočňovania výmen a spoluprác v oblasti hospodárstva, obchodu, vedy a techniky, kultúry, športu, zdravia, vzdelávania, personálnych vecí, atď.
Lublin – Poprad	2015	Predmetom dohody je podpora priateľských kontaktov ľudí a hospodárskych a obchodných stykov medzi oboma mestami a aktívne uskutočňovania výmen a spoluprác v oblasti hospodárstva, obchodu, vedy a techniky, kultúry, športu, zdravia, vzdelávania, personálnych vecí, atď.

ZMLUVNÉ STRANY	ROK NADVIAZANIA SPOLUPRÁCE	OBSAH SPOLUPRÁCE
Oulu – Poprad	2017	Predmetom spolupráce je využiť existujúce kontakty zúčastnených miest a ich vzájomnú výmenu skúseností so zapojením predstaviteľov samosprávy, ďalších územných inštitúcií a občanov do projektov a aktivít cezhraničnej spolupráce v oblastiach: a/ moderných technologických riešení v oblasti Smart City, b/ inovatívnych technológií a ich využitia v praxi, c/ informačno – komunikačných technológií.

b) Projekty cezhraničnej a medzinárodnej spolupráce

Mesto Poprad sa podieľa na projektoch cezhraničnej spolupráce predovšetkým s mestami, s ktorými má uzavreté zmluvné partnerstvá.

Zaefinované oblasti spolupráce s partnerskými mestami indikujú tematiku a ciele projektov, do ktorých sa mesto zapája. V roku 2016 bolo Mesto Poprad úspešné pri podaní žiadosti o finančný príspevok z prostriedkov Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci programu cezhraničnej spolupráce Interreg V-A Poľsko – Slovensko 2014 -2020 na spoločný mikropjekt mesta Poprad a mesta Zakopane s názvom Mesto ľuďom – ľudia mestu (Miasto dla ludzi – ludzie dla miasta). Hlavným cieľom projektu je rozvoj cezhraničnej spolupráce zameranej na propagáciu prírodného a kultúrneho dedičstva oboch miest. Prostredníctvom organizácie spoločných aktivít – tematických workshopov projekt vytvorí priestor na dialóg orientovaný na zvýšenie atraktívnosti a konkurencieschopnosti územia partnerov,

2.2.2

PARTNERSTVO, MEDZINÁRODNÁ A CEZHRANIČNÁ SPOLUPRÁCA

napomôže k posilneniu cezhraničnej spolupráce nielen medzi samosprávami, ale aj medzi poskytovateľmi služieb v CR, kultúrnymi inštitúciami, inštitúciami zameranými na ochranu prírodného a kultúrneho dedičstva či vzdelávacími inštitúciami. Výstupom workshopov bude e-aplikácia, ktorá bude poskytovať komplexné informácie o prírodnom a kultúrnom dedičstve pohraničia. Bude inšpiráciou na výlety, trávenie voľného času a vzájomné spoznávanie kultúr. Ďalším plánovaným cezhraničným projektom, v ktorom Mesto Poprad vystupuje ako projektový partner je iniciatíva mesta Lublin s názvom „European Lublin – cooperation for the culture“ (Európsky Lublin – kultúrna kooperácia) implementovaný prostredníctvom programu Európa pre občanov, opatrenie 2.1 Družobné mestá. Zámerom projektu je výmena informácií, skúseností a príkladov dobrej praxe v oblasti kultúry a kultúrneho dedičstva zúčastnených partnerov. V rokoch 2004 – 2009 bolo Mesto Poprad zapojené do rôznych cezhraničných projektov či už ako hlavný koordinátor alebo projektový partner. Projektové zamerania sa týkali kultúrno-vzdelávacej oblasti, športovej oblasti, aktivizovania mládeže, záujmových krúžkov a klubov, a taktiež rozvoja oblasti cestovného ruchu a samotnej cezhraničnej spolupráce.

Tatranská lyžiarska liga – športové podujatie pre mládež realizované v spolupráci s poľským mestom Zakopane. Prvý ročník projektu bol financovaný prostriedkami z Programu cezhraničnej spolupráce Phare CBC v roku 2004.

Slovensko-poľská cezhraničná spolupráca v kontexte európskej integrácie – medzinárodná konferencia organizovaná s podporou Medzinárodného Višehradského fondu v roku 2006 zameraná na skúsenosti samospráv z cezhraničnej spolupráce, na perspektívy jej ďalšieho rozvoja a taktiež na kultúrnu spoluprácu v prihraničných oblastiach.

Popradská mládež podporuje kultúru a športovú spoluprácu s partnermi z V4 – projekt partnerských miest z V4 (Zakopane, Sarvaš, Ústí nad Orlicí) financovaný z prostriedkov Medzinárodného Višehradského fondu v roku 2007, zameraný na podporu väzieb medzi obyvateľmi partnerských miest prostredníctvom kultúrno-športových podujatí.

Poznaj svoj región – vedomostný kvíz – medzinárodná vedomostná súťaž pre mládež realizovaná v roku 2008 v spolupráci s Mestom Zakopane, ktorá bola podporená z grantových prostriedkov Medzinárodného Višehradského fondu.

M.E.M.A – Stredoeurópska hudobná akadémia – náučná interpretácia európskeho kultúrneho dedičstva (hudba, tanec, výtvarné umenie). Iniciatíva bola realizovaná v roku 2009 s podporou finančnej dotácie z komunitárneho programu Európskej komisie Kultúra. Na projekte spolupracovalo Mesto Poprad s českými a rakúskymi partnermi.

2.2.3

MANAŽMENT A MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA CR

2.2.3 MANAŽMENT A MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA CR

V manažmente mesta a regiónu v oblasti cestovného ruchu v súčasnosti pôsobia viaceré subjekty, ktoré spolupracujú v oblasti tvorby ponuky a marketingovej komunikácie.

Významnú úlohu v popradskom mestskom cestovnom ruchu zohráva samospráva, ktorá v spolupráci s organizáciami vo svojej pôsobnosti stanovuje stratégiu CR, vytvára analýzy a štatistiky, vytvára samostatne, alebo v spolupráci s kultúrnymi a športovými organizáciami produkty CR a zabezpečuje množstvo nosných kultúrnych a športových podujatí. Ďalšiu dôležitú úlohu zohráva mestská príspevková organizácia Mestská informačná kancelária Poprad, ktorá zabezpečuje informačný servis, v spolupráci s mestom marketingovú komunikáciu mesta v oblasti CR, tvorí a realizuje vlastné produkty a zabezpečuje komerčné doplnkové služby pre návštevníkov. Mesto je členom oblastnej organizácie Vysoké Tatry, ktorá zabezpečuje marketingovú stratégiu regiónu, regionálny produktový balík (Tatry Card), marketingovú komunikáciu regiónu a vlastné produkty.

a) Súčasný manažment destinácie a jeho kompetencie

Mesto Poprad – oddelenie Strategického rozvojového manažmentu

- marketingová stratégia mesta CR a marketingová komunikácia CR
- analýzy, štatistiky
- koordinácia ...

Mestská informačná kancelária Poprad

- informačný servis
- marketingová komunikácia mesta CR
- vlastné produkty

Oblastná organizácia cestového ruchu Vysoké Tatry

- marketingová stratégia regiónu
- regionálny produktový balík (TRC)
- marketingová komunikácia región

b) Marketingová komunikácia

V oblasti marketingovej komunikácie v cestovnom ruchu mesto prostredníctvom Oddelenia strategického rozvojového manažmentu spolupracuje predovšetkým s Mestskou informačnou kanceláriou a OOCR Vysoké Tatry a Združením cestovného ruchu Vysoké Tatry.

Spolupráca s Oblastnou organizáciou cestovného ruchu Región Vysoké Tatry ako člena organizácie je na aktívnej úrovni. Každoročne sa do projektu realizácie aktivít plánujú samostatné **členské aktivity** v nasledovných oblastiach pôsobnosti CR:

- eventy
- infraštruktúra
- marketing
- tlač propagačných materiálov

Spoločné aktivity sú zamerané na vydávanie pravidelných regionálnych tlačovín a bedekrov, v ktorom sú rovnocenne propagovaní členovia. Ďalšie spoločné aktivity sú účasti na výstavách a veľtrhoch CR (domáe, medzinárodné), organizovanie infociest pre zahraničných touroperátorov, leteckých a ďalších dopravných spoločností, novinárov a predstaviteľov významných medzinárodných organizácií cestovného ruchu.

Web stránky – mesto prezentuje ponuku cestovného ruchu predovšetkým na oficiálnych web stránkach a to www.visitpoprad.sk, ktorá je plne zameraná na prezentáciu turistických možností a čiastočne je prezentovaná ponuka CR aj na www.poprad.sk.

2.3

SITUAČNÁ ANALÝZA

Sociálne siete – MIK Poprad spravuje facebookový profil pod názvom VsitPoprad.sk, kde prezentuje ponuku a novinky v oblasti CR a pozvánky na podujatia. Mesto má samostatnú facebookovú stránku a spravuje svoj profil aj v sociálnych sieťach Twitter, Youtube a využíva Instagram.

Printové materiály

Mesto má k dispozícii všeobecné informačné materiály o Poprade, v ktorých je prezentovaná história, kultúra, športové možnosti v slovenskom, anglickom a ruskom jazyku.

Mesto vydalo produktové letáky v slovenskom a anglickom jazyku aj k produktom „Objav Poprad z autobusu“ a „Turistický vyhlídkový vláčik“.

2.3 SITUAČNÁ ANALÝZA

a) Situačná analýza, metodológia a faktory rozvoja cestovného ruchu

Situačnú analýzu sme v Poprade realizovali on-line prieskumom potenciálu Popradu, analýzou sekundárnych prameňov a štatistických údajov a expertným zisťovaním.

On-line prieskum sa uskutočnil prostredníctvom on-line dotazníkového rozhrania, pomocou ktorého sme získali názory od 300 návštevníkov a obyvateľov mesta Poprad. **Expertné zisťovanie** bolo prevedené formou poploštruktúrovaného hĺbkového rozhovoru na základe predom pripravených otvorených otázok s 10 osobami, ktoré pôsobia v cestovnom ruchu v meste Poprad a okolí.

Sekundárne dáta sme získali predovšetkým zo strategických a koncepčných dokumentov PROGRAM ROZVOJA MESTA POPRAD NA ROKY 2016 – 2022 S VÝHLADOM DO ROKU 2040 (Poprad, december 2015), Program hospo-

dárskeho a sociálneho rozvoja Prešovského samosprávneho kraja (PHSR PSK 2014-2020) a Stratégia destinačného marketingu Prešovského samosprávneho kraja.

Rozvoj cestovného ruchu v meste Poprad ovplyvňuje súhrn niekoľkých faktorov, ktoré môžeme rozdeliť pre potreby koncepcie rozvoja cestovného ruchu do troch hlavných kategórií.

- 1 kategória stimulačná (objektívna a subjektívna)
- 2 kategória lokalizačná (prírodná a spoločenská)
- 3 kategória realizačná (infraštruktúra, služby)

Stimulačné faktory vytvárajú všeobecné podmienky a spoluurčujú trendy cestovného ruchu. V nasledujúcich analytických častiach (2.3.1) zanalyzujeme podmienky pre rozvoj cestovného ruchu v Poprade, s ohľadom na vplyv objektívnych faktorov (súčasné trendy v cestovnom ruchu, demografické zmeny, rast voľného času a zmeny jeho trávenia).

Ponukové lokalizačné faktory podrobíme analýze v časti o ponuke mesta Poprad v cestovnom ruchu (2.3.2). Pre Poprad sú rozhodujúce faktory spoločenské (pamiatky, kultúra, šport, relax) a v rovnakej miere aj prírodné, ktoré sú nevyhnutnou súčasťou ponuky aj blízkeho okolia mesta.

Realizačné faktory sú základnou podmienkou pre využívanie lokalizačných faktorov a sú súčasťou ponuky cestovného ruchu. Do tejto kategórie patrí predovšetkým infraštruktúra (doprava, komunikácie) a služby (2.3.3).

Celkové zhrnutie analytickej časti ponúka **SWOT analýza** v časti (2.4), ktorá je realizovaná pre 5 hlavných oblastí: 1. ponuka, 2. infraštruktúra a služby, 3. dopyt, 4. organizácia a ľudské zdroje, 5. marketingová komunikácia.

2.3.1

SÚČASNÉ TRENDY V CESTOVNOM RUCHU

2.3.1 SÚČASNÉ TRENDY V CESTOVNOM RUCHU

Valné zhromaždenie Organizácie Spojených národov (OSN) vyhlásilo rok 2017 za Medzinárodný rok trvalo udržateľného turizmu pre rozvoj. Podmienka trvalo udržateľného rozvoja má za cieľ nielen sprístupniť rôzne krajiny a ich lokálne tradície, zvláštnosti, gastronómiu, kultúrne pamiatky a prírodné krásy, ale tieto aktivity vykonávať tak, aby ciele turistického ruchu ostali zachované, nezmenené a nepoškodené aj pre nasledujúce generácie. Verejnosť, návštevníci, ako aj hostiteľské krajiny majú využiť všetky možnosti, aby z cestovného ruchu vytvorili katalyzátor zmien, ktoré povedú k pozitívnym krokom.

<http://www2.unwto.org/en>

V októbri 2016 v rámci predsedníctva SR v Rade EÚ sa uskutočnil v Bratislave 15. ročník Európskeho fóra cestovného ruchu (ETF), ktoré sa sústredilo na najnovšie trendy a výzvy v oblasti cestovného ruchu. Hlavnými témami boli zdieľaná ekonomika, konkurencieschopnosť, digitalizácia v tomto odvetví a v neposlednom rade bezpečnostná situácia v Európe. Úspešný rozvoj konkurencieschopného cestovného ruchu v celej EÚ podporujú aj nové technológie, ktoré v posledných rokoch spôsobili revolúciu v spôsobe cestovania. Zároveň cestovný ruch v Európe ovplyvňuje bezpečnostná situácia aj migračná kríza. Európa má preto naďalej záujem udržať si postavenie najmierumilovnejšieho kontinentu sveta a udržať či zvýšiť prílev turistov do krajín únie. Ešte pred pár rokmi sa pri výbere dovolenky v Európe nikto nezaoberal otázkou bezpečnosti. Dnes je to jeden z kľúčových faktorov, ktorý ľudia pri cestách za oddychom zvažujú. Spoločným krokom vpred má byť aj propagácia Európy ako globálnej turistickej destinácie, smerom k vzdialeným trhom. Konkrétne s ohľadom na rok 2018, ktorý bol vyhlásený za rok cestovného ruchu medzi Európskou úniou a Čínou (Minister

dopravy Arpád Érsek). (Zdroj: <http://www.zcrsr.sk/europske-forum-cestovneho-ruchu-reaguje-na-bezpecnost-aj-fenomen-digitalizacie-v-odvetvi/>)

V celosvetovom meradle sa prejavuje posilnenie Európy ako jednej z najväčšej, najživšej a stále atraktívnej destinácie pre cestovateľov s viac ako 50% podielom na svetovom cestovnom ruchu. Vyhliadky zostávajú pozitívne pre prílív turistov do Európy a v roku 2017 sa očakáva zvýšenie o približne 3%. (zdroj: European Tourism 2016 – Trends & Prospects (Q4/2016)/ [http://www.etc-corporate.org/reports/european-tourism-2016-trends-and-prospects-\(q4-2016\)](http://www.etc-corporate.org/reports/european-tourism-2016-trends-and-prospects-(q4-2016))).

Pôsobením nových trendov môžeme očakávať meniacu sa ponukovú štruktúru, ktorá sa premietne aj do miestnych podmienok. Na dopyt a ponuku najviac vplývajú zmeny v demografii a sociálnych štruktúrach, zmena trávenia voľného času a zmeny v životnom štýle.

a) Zmeny v demografii a sociálnych štruktúrach

- Za posledné roky zmeny v demografii a sociálnych štruktúrach spôsobujú vyššiu mieru účasti žien na trhu práce, zároveň aj vyššiu mieru rozvodovosti.
- Vyšší podiel vzdelaných ľudí a s rastúcou kvalitou života aj rastúci počet starších ľudí.
- V demografických zmenách európskej populácie sa silne prejavuje starnutie obyvateľstva, ktoré je sprevádzané zlepšovaním zdravia populácie, čo sa samozrejme prejavuje na zvýšenom počte turistov generujúci zvýšený obrat.
- V západnej civilizácii sa mení rola ženy v domácnosti a s tým spojená profesná emancipácia a zvýšený podiel na rozhodovacej role v rodine aj pri rozhodovaní výberu miesta a spôsobu trávenia dovolenky.
- Siete voľne prepojených rodinných príslušníkov z rôznych manželstiev, partnerstiev a generácií, rodiny rodičov samoživiteľov, zmiešané rodiny, kde sa podieľajú rodičia

2.3.1

SÚČASNÉ TRENDY V CESTOVNOM RUCHU

rovnakého pohlavia na rozhodovaní ako bude rodina tráviť nielen dovolenku, ale i celkovo voľný čas.

- Vertikalizácia rodiny – intergeneračné vzťahy hrajú ústrednú úlohu v rodinnej sieti, starí rodičia žijú dlhšie, trávajú viac času so svojimi vnúčatami.
- Rodičia sú starší – vek pre pôrod je okolo 30 roku života.
- Veľa mladých ľudí sa rozhodne žiť single a nezaložiť si tradičný model rodiny.
- Všetky tieto zmeny vplyvajú na výber spôsobu trávenia voľného času.
- Absolutný prírastok obyvateľstva v celosvetovom merítku a hospodársky rozmach v niektorých predovšetkým ázijských krajinách a s tým súvisiaci rast životnej úrovne pozitívne prispieva k rastu odvetvia cestovného ruchu

b) Zmeny v trávení voľného času

- 75 percent dovolenkárov plánuje svoju dovolenku pri určitej príležitosti (narodeniny, svadby, výročia...), pribúda dovoleníek, aby sa rodiny spolu stretli.
- Rodičia zisťujú referencie na dovolenky na internete alebo od priateľov a rodiny. Vzhľadom k tomu, že internet je dôležitým zdrojom informácií, je potrebné usporiadať on-line fóra (kde si spotrebitelia môžu vymieňať informácie) a pripraviť kvalitné virtuálne prehliadky.
- Zážitková rodinná dovolenka. Pre rodiny s deťmi znamená dovolenka zážitok, kedy robia zábavné činnosti, ktoré sú odlišné od normálu a ktoré vytvárajú pozitívne spomienky.
- Sklon pre zahraničnú dovolenku sa všeobecne zvyšuje s vekom detí, pretože rodiny so staršími deťmi sa usilujú o exotické alebo ambicióznejšie zážitky.
- Rodiny sú tiež stále viac hľadajú dobrodružstvo v rámci cestovných zážitkov.
- Deti sa stávajú sofistikovanými spotrebitelmi, ktorí sa horlivo snažia napodobniť spotrebitelské návyky tých

starších, dnešné deti sú veľmi odlišné a neváhajú použiť „neodbytnosť“, v prípade potreby.

- Zmiešané rodiny – rodiny sú oddeľované rozvodom, ľudia sa tvoria nové rodiny, pričom často sú prepojené prostredníctvom svojich detí.
- Stále viac a viac mužov a žien vychováva deti, ktoré nie sú biologicky vlastné.
- Pokračujúce zmena rodových rolí a správanie rodičovo môže mať významný vplyv na rodinnú dovolenku.
- V súčasnej spoločnosti, matky i otcovia majú viac rovnakých povinností v starostlivosti o deti.
- Otcovia sa aktívnejšie zapájajú do aktivít so svojimi deťmi v športe, rekreácii a na dovolenke, ako zabávači a pedagógovia.
- Rodičia v súčasnosti uprednostňujú pri výbere dovolenky okrem zábavného a relaxačného aj edukačný aspekt.
- Nový trend je rodiny s babáčkami a domácimi „miláčikmi“.

c) Zmeny v životnom štýle

- Rastúci dôraz na zdravý životný štýl, čo súvisí s aktívnym trávením voľného času.
- Ľudia chcú tráviť voľno v duchu „návratu k prírode“.
- Trend individualizácie dopytu po produktoch cestovného ruchu.
- Požadovanie kvality na všetkých úrovniach (kvalita vody, služieb, stravy...), lebo rastúca mobilita v prípade nespokojnosti znamená okamžitý odliv návštevníkov z destinácie.
- Súčasťou cestovného ruchu bude dôraz na udržateľný rozvoj destinácie, čo súvisí s pozitívnym prístupom k šetrnému rozvoju destinácie v súlade s prírodou a s ohľadom na podporu miestnej populácie, ktorá sa prejaví v pochopení a prívetivom postoji k návštevníkom.

2.3.1

SÚČASNÉ TRENDY V CESTOVNOM RUCHU

d) Cestovný ruch na Slovensku

Cestovný ruch s rastom životnej úrovne, rozvojom dopravy, skracovaním pracovného času, zmenou životného štýlu a rozvojom moderných technológií sa stal jedným z najvýznamnejších a najdynamickejších sa rozvíjajúcich sektorov svetovej ekonomiky a ako dôležitý faktor spotreby obyvateľstva modernej doby nadobúda stále väčší význam. Pozitívny vývoj cestovného ruchu v celosvetovom meradle v nasledujúcich rokoch naznačuje dobré možnosti aj pre zvýšenie návštevnosti Slovenska.

Na jednej strane je potenciál cestovného ruchu Slovenska pomerne rozsiahly, pokrývajúci takmer všetky rozhodujúce formy a druhy cestovného ruchu, čo bude v budúcnosti lákať podstatne viac návštevníkov nielen z európskych krajín, ale i zo zámoria. Na strane druhej sa Slovensko, ako krajina cestovného ruchu, nachádza v silne konkurenčnom prostredí strednej Európy, kde kľúčovú úlohu progresívneho vývoja cestovného ruchu zohrávajú predovšetkým okolité trhy a návštevnosť krajín domácimi obyvateľmi.

Na medzinárodnom trhu cestovného ruchu aktívne pôsobí viac ako sto štátov s porovnateľným potenciálom. Nemožno preto očakávať, že návštevnosť Slovenska bude narastať automaticky, ale predpokladá to systematickú, intenzívnu, rozsiahlu a koordinovanú činnosť všetkých subjektov pôsobiach na trhu cestovného ruchu Slovenska. Nástrojom pre dosiahnutie týchto požiadaviek sú jasne definované dokumenty rozvoja platné na obdobie do roku 2020 a to Stratégia rozvoja cestovného ruchu do roku 2020, **Marketingová stratégia SACR 2014 – 2020** a Zákon o podpore cestovného ruchu. V programovom vyhlásení vlády SR na roky 2016 – 2020 je pre rozvoj cestovného ruchu deklarované zvyšovanie jeho konkurencieschopnosti, spojené s tvorbou pracovných príležitostí. Vláda prehodnotí možnosť prijatia pružnejších foriem pre sezónny charakter cestovného ruchu. Na rozvoji cestovného ruchu vo vybraných turisticky atraktívnych lokalitách bude participovať aj celoštátna a regionálna doprava. Vláda prijme opatrenia s cieľom lepšej koordinácie železničnej a au-

tobusovej dopravy a prevádzkovateľov stredísk cestovného ruchu na celoročnej a sezónnej báze. Jednou z úloh bude nielen zvyšovať počet turistov, ale aj predlžovať čas, ktorý strávia na Slovensku. Prostriedkom k tomuto kroku bude aj podpora destinačného manažmentu cez oblastné organizácie cestovného ruchu a aktívna prezentácia Slovenska prostredníctvom aktivít Slovenskej agentúry pre cestovný ruch. Vzhľadom na potenciál cestovného ruchu je možné vyrovnávať regionálne hospodárske a sociálne rozdiely. Bude potrebné posilniť rozvoj tých produktov cestovného ruchu, ktoré majú vysokú pridanú hodnotu, a prinášajú vyššiu efektivitu vynaložených nákladov. Ide najmä o voľnočasové aktivity ako vidiecka turistika, zimný a zážitkový cestovný ruch. Väčší dôraz sa bude klásť na podporu rozvoja kúpeľníctva. Preto vláda posúdi možnosť zavedenia daňových zvýhodnení a osobitných stimulov pre rozvoj slovenského kúpeľníctva.

Programové vyhlásenie vlády SR, kde kvalitný výstup pre občana je súhrou vecného, časového a zdrojového zabezpečenia čiastkových politík jednotlivých rezortov, predpokladá zapojenie, angažovanosť a motiváciu samospráv, podnikateľského sektora a občianskych združení na rozvoji cestovného ruchu SR.

<http://www.vlada.gov.sk/programove-vyhlasenie-vlady-sr-na-roky-2016-2020/>

<http://www.sacr.sk/analyzy-a-statistiky/marketingova-strategia/>

<http://vedanadosah.cvtisr.sk/rok-2017-medzinarodny-rok-trvalo-udrzatelneho-turizmu-pre-rozvoj>

e) Postavenie cestovného ruchu v Poprade

Poprad je podľa väčšiny respondentov mestom spájaným s najznámejšou turistickou atrakciou Slovenska, Vysokými Tatrami. Medzi respondentmi bol veľký rozdiel v odpovediach v závislosti od toho, či mesto poznajú len z celkovej publicity v médiách, alebo ho priamo navštívili a majú

2.3.1

SÚČASNÉ TRENDY V CESTOVNOM RUCHU

osobnú skúsenosť. Poprad je podľa väčšiny respondentov „vstupnou bránou do Tatier“ a mestom spojeným so „hokejom a futbalom“ a „aquaparkom AquaCity Poprad“. Respondenti, ktorí navštívili Poprad alebo v ňom žili ho považujú za „priateľské mesto“ nielen v prípade cestovného ruchu, ale i v oblasti dostupnosti dopravy, služieb a obchodu. Niektorí zdôraznili jedinečnosť viacvrstvovej výškovej zonácie centra mesta a tak isto ho označujú za centrum kultúry.

Úloha cestovného ruchu v meste Poprad je ťažko definovateľná a musíme ju posudzovať z viacerých uhlov pohľadu. V oblasti ponuky disponuje Poprad niekoľkými významnými historickými objektami, ako napríklad Mestská pamiatková rezervácia Spišská Sobota, Kostol sv. Egídia v centre Popradu, Rímskokatolícky Kostol sv. Juraja s gotickým interiérom a oltárom z dielne Majstra Pavla z Levoče, ale i napriek tomu zaostávajú vo veku za ďalšími pamiatkami prešovského regiónu, ako sú napríklad pamiatky UNESCO – Spišský hrad so Spišským Podhradím, historické centrum Bardejova, drevené chrámy karpatského oblúka a i. Mestu chýba vhodne zadefinovaná značka a jasne komunikovaná ponuka vyplývajúca z veľkého potenciálu mesta a ťaháky, ktoré by dokázali prilákať návštevníkov tráviacich dovolenku v Tatrách, alebo prechádzajúcich cez mesto z rôznych dôvodov (dovolenka, služobná cesta, relax, návšteva príbuzných, štúdium atď.) Napriek tomu mesto disponuje pomerne dobrou štruktúrou ubytovacích kapacít, čo umožňuje mestu stať sa zázemím pre návštevníkov výletných cieľov v regióne Tatry. Aj keď ponuke cestovného ruchu venujeme samostatnú časť koncepcie, môžeme povedať, že jednou z významných oblastí pre rozvoj mesta je oblasť kultúry so zameraním na kultúrne podujatia, ktoré by sa mohli stať ťahákmi pre turistov. S tým súvisia aj aktivity niektorých kultúrnych subjektov, ktoré v spolupráci s mestom pripravujú tradičné celomestské podujatia, ktoré spoločne s kultúrno-zábavnými programami sa môžu stať ideálnym nástrojom incomingového turizmu. Dôležitú úlohu v prípade Popradu začína mať gastroturistika v spojení s ponukou malých súkromných pivovarov.

f) Hodnotenie cestovného ruchu v Poprade

Postavenie mesta v rámci cestovného ruchu na Slovensku môžeme stanoviť na základe realizovaného online prieskumu medzi odborníkmi v tejto oblasti. Podľa viac ako 56% odpovedí ponúka mesto bohatú ponuku pre rozvoj cestovného ruchu, o niečo menší podiel 34% dotazovaných respondentov považuje mesto za málo atraktívne v tieni Tatier a viacej ako polovica 53% považuje dlhodobu nedostatočne využívaný potenciál mesta Poprad pre rozvoj cestovného ruchu. Podľa objemu výdavkov priamo do cestovného ruchu, ktoré sa pohybujú cca. 264.300,- EUR za rok 2016 poukazuje na skutočnosť, že cestovný ruch je pre mesto síce dôležitý, ale nie preferovaný.

g) Ekonomický význam cestovného ruchu pre Poprad

Objektívnym meradlom pre zhodnotenie významu cestovného ruchu pre mesto by bolo presné sledovanie nielen výdavkov mestského rozpočtu, ale i príspevok z celkového výkonu miestneho hospodárstva. Niekoľko respondentov podtrhlo význam cestovného ruchu pre rozvoj podnikateľského sektoru v meste a s tým spojený nárast pracovných príležitostí. Môžeme odhadovať podľa našich prepočtov, že v sektore cestovného ruchu pôsobí v okrese Poprad približne 318 subjektov v podnikateľskom sektore a 520 živnostníkov. Počas roka podľa štatistického úradu navštívilo mesto viac ako 82 000 návštevníkov a priamo Mestské informačné centrum zaznamenalo 51 372 návštevníkov, s počtom prenocovaní 181 139. Návštevnosť mesta zvyšuje organizovanie kultúrnych a spoločenských akcií nadregionálneho významu, kde napríklad počas Festivalu horských filmov, ktorého návštevnosť je cca. 10 000 návštevníkov, prípadne Vianočných trhov, stúpne i nárast tržieb podnikateľov participujúcich na doplnkových aktivitách – samozrejme v závislosti od kvality a atraktívnosti programu daných podujatí.

2.3.2

PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V POPRADE

2.3.2 PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V POPRADE

Ponuka cestovného ruchu v meste Poprad (okrem služieb) je vytváraná na piatich základných pilieroch.

a) Základné piliere ponuky cestovného ruchu v Poprade

1 Historické pamiatky – sú spojené s históriou Spiša a sú známe predovšetkým medzi obyvateľmi Prešovského samosprávneho kraja a ich význam zostáva v tieni iných východoslovenských miest ako Košice, Spišská Nová Ves a Levoča. Medzi respondentami boli najviac cenené sakrálné pamiatky s dôrazom na zachovanú jedinečnú mestskú pamiatkovú rezerváciu Spišská Sobota. Návštevnícky potenciál tu má tiež situovaný rímskokatolícky Kostol sv. Juraja s gotickým interiérom a oltárom z dielne Majstra Pavla z Levoče. Tradičné postavenie má európsky archeologický unikát germánskej kniežacej hrobky zo 4.-5. storočia po narodení Krista i napriek jeho jedinečnosti mu respondenti neprisudzovali zásadný význam pre cestovný ruch. O to väčší a podľa respondentov i zásadný význam zohráva Kostol sv. Egídia v centre Popradu, ktorý je návštevníkmi žiadaný predovšetkým v čase organizovaných prehliadok so sprievodcom. Za pozornosť stojí tiež Podtatranské múzeum a Tatranská galéria. Niektoré zaujímavosti mestských častí ostávajú neobjavené a nerozpracované, rovnako ako barokové mariánske stĺpy Immaculát v centre Matejoviec a Scherfelov dom v mestskej časti Veľká. Podľa respondentov chýbajú v ponuke mesta významnejšie historické objekty, ako má napríklad Levoča, chýba tu značka UNESCO a hrad.

Väčšina respondentov daný stav nepovažuje za tragický

a do popredia kladie nevyhnutnosť prepojenia všetkých mestských častí a ich historických pamiatok s centrom mesta infraštruktúrou pre peších a cyklistov. Významným indikátorom turistickej atraktivity Popradu je štatistika návštevnosti pamiatkových a kultúrnych objektov. K najnavštevovanejším patrí v Poprade Tatranská galéria.

Pokiaľ budeme vnímať Poprad širšie vrátane blízkeho okolia mesta, zásadnú rolu zohráva stredoveký hrad v Starej Ľubovni, ktorý je rovnako výletným cieľom návštevníkov Popradu. Pri analýze návštevnosti môžeme vidieť nadregiónálny význam Ľubovnianskeho hradu, ktorý zaznamenal v minulom roku rekordnú návštevnosť a to vyše 184 tis. platiacich návštevníkov. Z jednej strany ho môžeme vnímať ako silne konkurenčný voči Popradu, ale na druhej strane môže mesto profitovať z jeho existencie.

Tabuľka návštevnosti pamiatkových a kultúrnych objektov

Objekt/inštitúcia	Počet návštevníkov / rok	lokalita
Námestie sv. Egídia (Kostol sv. Egídia, renesančná zvonica, Immaculata – platené prehliadky)	250	Poprad – centrum
Kostol sv. Juraja	> 4 000	Poprad – Spišská Sobota
Podtatranské múzeum – pobočka Spišská Sobota	4 000	Poprad – Spišská Sobota
Tatranská galéria	15 235	Poprad – Železničný park
Scherfelov dom	500	Poprad – Veľká

2 Kultúra – má nadväznosť na pamiatky a históriu v meste. Vyhľadávajú ju v meste rovnako miestni obyvatelia ako i návštevníci, predovšetkým z blízkeho regiónu. K najpopulárnejším podujatiam patria predovšetkým Popradské kultúrne leto

2.3.2

PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V POPRADE

a Popradské Vianoce, ktoré majú veľký potenciál osloviť počas letnej a zimnej sezóny práve dovolenkárov z Regiónu Tatier. Zaujímavý postreh je informácia, že v meste dochádza k nárastu špecifických požiadaviek skupiny „kreatívcov“ na obsah podujatí a to tak, že mesto zabezpečí organizačné a priestorové podmienky a obsah si vytvorí táto skupina sama. Toto je bezpochyby známka rastúceho dopytu z radov obyvateľov, návštevníkov a samozrejme i prítomných študentov.

Kultúrna ponuka sa tak javí ako jeden z hlavných pilierov pre oživenie cestovného ruchu v meste. Poprad má dobrý potenciál, kultúrnu tradíciu a stálu klientelu hlavne zvnútra regiónu. Cestovný ruch je v Poprade silne prepojený s kultúrou, ktorá ponúka široké spektrum, kde si každý vyberie. Niektoré podujatia majú potenciál prilákať návštevníkov i zo vzdialenejších regiónov, eventuálne zo zahraničia, lebo môžu rozvinúť dobre nastavený marketingový mechanizmus. Medzi podujatia spoluorganizované mestom majú zvýšený potenciál predovšetkým u náročnejšej klientely Medzinárodný festival horských filmov a Made in Slovakia, ktoré sa zameriavajú na široké publikum vrátane čiastočnej absencie jazykových prejavov, čo zvyšuje potenciál u zahraničných návštevníkov. Ďalšie kultúrne podujatia majú skôr Regionálny charakter, alebo vytvára doplnkový program pre návštevníkov. Neznižujeme týmto ich význam, len si treba uvedomiť, že špeciálne napríklad na Popradské kultúrne leto nikto len tak zo zahraničia nepríde.

V Poprade sa nachádzajú kultúrne zariadenia, ktoré môžu osloviť návštevníka, prípadne priaznivca poznávacej turistiky a to s podmienkou, že jasne vyšpecifikujú a zjednotia ponuku v tejto oblasti, tak isto prehodnotia otváraciu dobu a vytvoria podmienky pre používanie mestskej návštevníckej karty (City Card).

3 Šport a rekreácia a ich previazanosť na cestovný ruch v Poprade sa nám ponúka v niekoľkých rovinách. Športové vyžitie by malo byť samozrejmosťou súčasťou ponuky pre návštevníkov mesta. Športové udalosti a happeningy sú vý-

bornou príležitosťou pre prilákanie a udržanie návštevníkov v meste, nech už sa jedná o hokejové a futbalové zápasy alebo o celoštátne či medzinárodné športové udalosti a turnaje. Dobré podmienky pre športovo-rekreačné aktivity sa sústreďujú medzi Popradom a Spišskou Sobotou v tzv. Grébparku, kde sa nachádza Národné tréningové centrum SFZ (Slovenský futbalový zväz) s trávnikom s vyhrievanou termálnou vodou, čo má potenciál pre tréningové aktivity v medzinárodnom meradle. Nové trendy zdravého životného štýlu vytvárajú podmienky pre vytvorenie komplexu outdoorového fitness pre verejnosť. Veľký potenciál tu takisto ponúka AquaCity Poprad s vodným svetom rovno pod Tatrami, wellnessom, bazénmi a tobogánmi, ktoré poskytuje bezkonkurenčné vyžitie a zábavu v duchu súčasných trendov (kúpanie, atrakcie, doplnkové služby a zábava). Toto zariadenie dáva všetky dôvody návštevníkom, prečo sa v Poprade zdržať. Určite nie zanedbateľné možnosti ponúka mestská rekreačná časť Kvetnica s jedným z najkrajších výhľadov na Slovenský raj, Nízke a Vysoké Tatry. Účinné klimatické podmienky ju predurčili pre regeneráciu a oddych nielen miestneho obyvateľstva ale i návštevníkov vyhýbajúcim sa preľudneným vysokohorským centráram a vyhľadávajúcich oázu pokoja a kludu.

4 Gastroturistika sa stala fenoménom dnešnej doby a predstavuje strategický turistický produkt a významný image tvorný prvok pre marketingovú komunikáciu mesta. Návštevníci zo zahraničia mávajú ako prvú požiadavku ochutnať miestne slovenské špeciality, ktoré by pri cielenom mestskom cestovnom ruchu, nemali chýbať v jedálnom lístku lokálnych reštaurácií. Počas expertného šetrenia sme sa snažili zdefinovať typické popradské jedlo. Odkazy smerovali skôr na tradičnú slovenskú kuchyňu, ktorú reprezentujú bryndzové halušky, zemiakové pirohy so smotanou, ovčie syry, bryndza, tvaroh a jednoduché jedlá, ktorých základom je múka, zemiaky, strukoviny, mlieko a kapusta. Otázkou teda je, či by nebolo dobré vytvoriť kompletný gastronomick-

2.3.2

PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V POPRADE

ký produkt postavený na kombinácii vybraného miestneho piva a vybraného jedla z lokálnej kuchyne ako symbolu pohostinnosti a gastronomického zážitku. Až na základe ďalšieho skúmania môžeme vytipovať gastronomické špeciality, ktoré by sa objavovali v ponuke mesta pod hlavičkou Popradu. Vytvorenie tradície gastronomického festivalu GastrofestPoprad v spolupráci mesta a miestnych podnikateľov, by mohlo do mesta prilákať niekoľko tisíc návštevníkov mimo letnej a zimnej sezóny. Pre obnovenie gastrotradície je dôležité, aby si podnikatelia v tejto oblasti uvedomovali dôležitosť názvu svojej prevádzky spojeného s regionálnou kuchynou (Koliba, Velická izba, Stodola, reštauračný minipivovar TATRAS, Pivný Dom Dobré Časy a i.) a to z dôvodu, že návštevníka ako prvé upúta názov a až potom referencie.

5 Zaujímavé miesta v okolí Popradu a jeho východisková poloha k trom najväčším slovenským atrakciám (Vysoké a Nízke Tatry, Slovenský Raj) rozdeliť ho podľa niektorých expertov predurčujú stať sa atraktívnym výletným miestom. Dostupnosť k týmto zaujímavým miestam vytvára možnosť pre turistiku v prírode, ale i dobrá dopravná dostupnosť umožňuje navštíviť v krátkom čase ďalšie zaujímavé miesta ako Lubovniansky hrad, Spišský hrad, Liptovský Mikuláš, Levoča a ďalšie. Výhodou je, že návštevníci mesta môžu využiť cyklotrasy, ktoré vedú do okolia mesta, kde sa im otvárajú neopakovateľné výhľady na masív Kráľovej holi, výbežky Nízkych Tatier. Cykloturistike praje aj skutočnosť, že sa na bicykli dostanete z mesta priamo do Vysokých Tatier, kde nájdete niekoľko značených cyklotrás priamo na území TANAP-u, ďalej do Slovenského raja. Táto komparatívna výhoda Popradu oproti iným mestám hrá svoju úlohu už teraz pri rozhodovaní návštevníkov mesta pri výbere výletných cieľov a mala by zostať súčasťou ponuky mesta.

b) Ďalšie perspektívne oblasti ponuky cestovného ruchu

Vedľa spomenutých piatich základných pilieroch tvoriacich ponuku Popradu zohľadníme nové príležitosti, ktoré sa môžu mať potenciál pre jej rozvoj.

1 Zážitková turistika a súvisiaca ponuka. Poprad má svojim významom potenciál pre rozvoj odvetvia zážitkovej turistiky, ktorá patrí k hlavným trendom súčasného cestovného ruchu vo svete. Súčasná ponuka priamo v meste nie je jasne definovaná v porovnaní s inými destináciami, ale pripravujú sa projekty, ktoré by mali túto zložku ponuky výrazne posilniť. Zážitky, ktoré Poprad ponúka, sú spojené s objavovaním charakteristických a jedinečných mestských častí z prehliadkového autobusu (doubledecker č. 8) s audiovizuálnym sprievodcom alebo prehliadky s turistickým vláčikom. Potenciál je v celoročnom využívaní Aquacity Poprad, nielen pre relax a športové vyžitie, ale i ponuka zážitkových programov pre rodiny s deťmi. Potenciál má blízka rekreačná oblasť Kvetnica pre organizovanie zážitkových programov v prírode, spojené s oživením tradície baníctva, ak by sa tu v budúcnosti podaril zrealizovať projekt revitalizácie náleziska minerálov, a to predovšetkým achátov, ktoré predstavujú najstaršie umelecké diela prírody a pretvoriť ich na mini skanzen. Pre zážitkovú turistiku hovorí nielen jej narastajúca obľuba, ale i príjmy inomingových cestovných agentúr. a kancelárií. Napríklad Cestovná kancelária Rajec.

2 Kongresová turistika je ďalšou oblasťou, ktorá má v Poprade dobré zázemie pre rozvoj. Táto oblasť súvisí predovšetkým s dobrou dopravnou dostupnosťou, ubytovacou a stravovacou kapacitou. V súčasnosti nie je tento potenciál rozvinutý a respondenti vyjadrovali obavu, že oproti atraktívnejšiemu regiónu Tatry nemá Poprad šancu mu v tejto oblasti konkurovať. Nezanedbateľná časť respondentov sa

2.3.2

PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V POPRADE

priklonila k názoru, že pokiaľ by sa vyprofilovala ponuka a koordinovalo sa úsilie všetkých zainteresovaných na cestovnom ruchu, kongresová turistika by mala všetky podmienky pre organizovanie menších kongresov a konferencií. Oblasť kongresovej turistiky opäť súvisí s gastronómiou, bohatou ponukou voľnočasových aktivít, kultúry a atraktívnym prostredím. Najväčšie zasadacie kapacity majú MsÚ Poprad cca. 930 osôb, AquaCity Poprad 90 osôb, Hotel Satel 80 osôb, NTC 70 osôb atď. Takisto v ďalších zariadeniach nájdeme ubytovacie kapacity, avšak kapacitne neprekračujú 50 osôb. Pre kongresovú turistiku hovorí aj fakt, že na úrovni národných a regionálnych strategických dokumentov sa kongresová turistika stáva pre Slovensko prioritou.

3 Organizovaná turistika a turistické akcie majú v Poprade, vďaka jeho polohe a tradícií dobré zázemie a predpoklad stať sa základňou pre organizovanie masovejších podujatí pripravovaných turistickými organizáciami ako je Klub slovenských turistov alebo Slovenský cykloklub. Niekoľko respondentov uviedlo, že tradícia organizovania prehliadok vysokohorských filmov a pomerne slušná sieť cyklotrás môže tento trend len podporiť a spájať dobrú reputáciu Popradu s vysokohorskou turistikou a cyklistikou.

c) Potenciál ponuky CR

Pre rozvoj mestského cestovného ruchu je nutné hierarchizovať turistickú ponuku mesta Poprad. Z dôvodu, že sa jedná o selektívne faktory dopytu, ktoré ju priamo stimulujú, bolo by dobré jednotlivé oblasti ponuky rozdeliť do príslušných kategórií a následne s nimi pracovať podľa dopytových segmentov. Sledovali sme len relevantné oblasti ponuky, ktoré majú potenciál pre rozvoj cestovného ruchu v meste.

A.1. Historické

Nosné:

- Mestská pamiatková rezervácia Spišská Sobota
- Kostol sv. Juraja, Zvonica Spišská Sobota
- Prehliadky gotického rímskokatolíckeho Kostola sv. Egídia

Vedľajšie :

- Dom PHMR. Viliama Scherfela – Scherfelov dom
- Prehliadky Evanjelického kostola Svätej Trojice z roku 1817
- Rímskokatolícky Kostol sv. Štefana s unikátnym gotickým oltárom

Poprad ako najväčšie mesto Spiša, tretie najväčšie mesto východného Slovenska a desiate najväčšie mesto Slovenska disponuje radou historických pamiatok s uznávanou kultúrnou – historickou hodnotou. Avšak z pohľadu atraktívnosti turistickej ponuky týchto historických pamiatok musíme zhodnotiť ich potenciál na prilákanie návštevníkov do mesta. Pre stimuláciu dopytu bude nevyhnutné vybrať nosné produkty a oživiť ich v spojení s ďalšími aktivitami, hlavne tam, kde môžeme očakávať záujem zo strany návštevníkov o tieto produkty. Ako napríklad Popradské Vianoce spojiť s adventnými hudobnými slávnosťami v gotickom Kostole sv. Egídia a s oživenými legendami z histórie mesta napr. o sv. Egídiu. Tematické prehliadky so sprievodcom môžu byť doplnené o gastrozážitky lokálnej kuchyne založenej na možnosti ochutnať jedlo spojené s mestskými časťami Popradu, čo umožní zažiť pohostinnosť Popradčanov cez žalúdok.

A.2. Kultúrne spoločenské podujatia

Nosné:

- Medzinárodný festival horských filmov
- Made in Slovakia
- Popradské Vianoce
- Adventné mestečko
- Otvorenie letnej turistickej sezóny

2.3.2

PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V POPRADE

Vedľajšie :

- Popradské kultúrne leto
- Tradičný vianočný jarmok
- Viva Italia
- Popradská hudobná jar
- Popradská hudobná jeseň
- Blší trh
- Medzinárodný festival krojovaných bábik
- BE ACTIVE

Mesto Poprad zjednotilo niektoré svoje kultúrne spoločenské podujatia pre účely efektívnejšej propagácie pod jednu značku Popradské kultúrne leto. Z pohľadu turistickej atraktivity je tu riziko zámeny s podobnými podujatiami iných miest Slovenska. Odporúčujeme preto zamerať sa na nosné podujatia nadregionálneho významu nesúce v sebe originalitu a nezameniteľnosť s inými podujatiami, či už v rámci regiónu alebo Slovenska.

Kultúrne a spoločenské inštitúcie

Nosné:

- Aréna Poprad – viacúčelová hala
- TATRANSKÁ GALÉRIA
- Podtatranské múzeum

Vedľajšie:

- Kino Tatran
- Scherfelov dom
- Podtatranské osvetové stredisko v Poprade

A.3. Športové podujatia

Nosné:

- Podtatranský polmaratón
- Ralley Tatry
- Majstrovstvá sveta v hokeji hráčov do 18 rokov
- Svetová liga FIVB v Poprade
- Poprad v pohybe
- Poprad Tatry Challenger Tour

Vedľajšie :

- Crazy Colors
- Horal weekend
- Ritro Futbal fest

Relax a športoviská

Nosné:

- AquaCity /Poprad
- pripravovaný komplex outdoorového fitness

Vedľajšie :

- Velický futbalový štadión – NTC – FK Poprad
- Zimný štadión – Hokej pod Tatrami – HK Poprad

A.4. Príroda

Nosné:

- Kvetnica s náučným chodníkom, jazierkom a okruhom zdravia (klimatické sanatórium)

Vedľajšie :

- Tatranský národný park
- Národný park Nízke Tatry
- Kráľová hoľa
- Národný park Slovenský raj
- Pieninský národný raj

A.5. Gastroturistika

Nosné:

- Koliba
- Víno & Tapas

Vedľajšie :

- Stodola
- reštauračný minipivovar TATRAS
- Pivný Dom Dobré Časy
- Restart Burger

2.3.3

TURISTICKÁ INFRAŠTRUKTÚRA A SLUŽBY

A.6. Zaujímavé miesta v okolí

Nosné:

- spišské mestá (Levoča, Kežmarok)
- pamiatky UNESCO (Spišský hrad, Spišská kapitula, Žehra)

Vedľajšie :

- kúpele Ružbachy
- pamiatkové rezervácie ľudovej architektúry v Osturni, Žiar
- Staroľubovnianský hrad

2.3.3 TURISTICKÁ INFRAŠTRUKTÚRA A SLUŽBY

a) Ubytovacie kapacity a stravovanie

Mesto Poprad disponuje viac ako 2800 posteľami vo viac ako 60 hromadných ubytovacích zariadeniach. Z tohto počtu je 15 hotelov (9 trojhviezdičkových, 4 štvorhviezdičkové) a 29 penziónov. Ďalšie kapacity pripadajú na školské ubytovacie zariadenia a ubytovanie v súkromí. Dôležité je, aby počet ubytovacích zariadení v strednodobom horizonte bol stabilný. Kapacita štvorhviezdičkových hotelov je celkom 340 postelí a hotely sú situované vo vzdialenosti max. 1 km od centra mesta. V Poprade sa ubytuje 11 % všetkých návštevníkov Prešovského samosprávneho kraja. Podľa oficiálnej štatistiky bola v roku 2016 miera využitia ubytovacích kapacít 32%. Poprad disponuje dostatočným množstvom stravovacích kapacít rôznej úrovne, niektoré ponúkajú aj tradičné slovenské jedlá.

b) Informačné služby

Mestská informačná kancelária (MIK) je situovaná v centre mesta v budove rekonštruovaného Kina Tatran na Nám. sv. Egídia. Jej význam pre mesto a región spočíva v schopnosti poskytnúť domácemu obyvateľstvu, návštevníkom či obchodným cestujúcim komplexnú a stále aktuálnu ponuku cestovného ruchu (CR) v oblasti svojho pôsobenia. Hlavnou náplňou činnosti MIK je bezplatné poskytovanie informácií o meste a regióne, o kultúrnych, spoločenských a športových podujatiach, tvorba ponuky CR a vlastných produktov, tvorba a distribúcia propagačných materiálov, prezentácia formou internetových stránok, a zabezpečovanie prezentácie mesta na výstavách a veľtrhoch CR. Zárukou kvalitne poskytovaných služieb je jej členstvo v Asociácii informačných centier Slovenska.

c) Doprava a parkovanie

Poprad je z dopravného hľadiska významným centrom a uzlom celej oblasti Vysokých Tatier a je letecky prepojené so zázemím regionálneho až medziregionálneho dosahu prostredníctvom letiska Poprad – Tatry. Mesto leží na medzinárodnej ceste E50 a je prepojené diaľnicou D1 tromi výjazdami z diaľnice. Poprad je významnou križovatkou autobusovej a vlakovej dopravy a slúži rovnako dobre ako východisková, tak i cieľová stanica. Mestská hromadná doprava prostredníctvom siedmich bežných a jednej špeciálnej linky uspokojuje v dostatočnej miere potreby obyvateľov. Návštevník môže rovnako využiť služby niektorých z autopožičovní alebo taxislužby. V meste je vybudovaný rozsiahly parkovací systém. Poprad z dopravného hľadiska podmienkami plní všetky predpoklady pre kongresový a stimulačný (incentívny) cestovný ruch.

2.3.4

KONKURENCIA POPRADU

d) Turistické trasy a cyklotrasy

Poloha Popradu je predurčená k tomu, aby ako centrum regiónu malo dobré podmienky na budovanie novej infraštruktúry cyklotrás, ktorá vhodne dopĺňa ponuku mesta v oblasti cestovného ruchu. Cez Poprad vedie sieť cyklotrás s dobrým napojením na turistické trasy. Niekoľko značených cyklotrás, ktoré sa lúčovite rozbiehajú do ostatných častí turistického regiónu Vysokých Tatier, Slovenského raja a umožňujú na dvoch kolesách spoznávať čarokrásne zákutia Spiša. Oblúbeným cyklistickým chodníkom medzi obyvateľmi je cyklistický chodník z Popradu do Svitú a následne do Lopusnej doliny, kde sa otvára pre cyklistov krásne prírodné scenérie Kráľovej holi a výbežkov Nízkyh Tatier.

2.3.4 KONKURENCIA POPRADU

Pozíciu mesta Poprad na trhu cestovného ruchu musíme vymedziť vzhľadom ku konkurenčným destináciám, a to s ohľadom na geografickú polohu, taktiež na ponúkané produkty s ohľadom na ich atraktivitu na trhu cestovného ruchu. Na základe analýzy ponuky môžeme stanoviť konkurenčné výhody destinácie alebo jej originalitu.

a) Geografická konkurencia

Primárne pôsobenie konkurenčných vplyvov je predurčené polohou destinácie. Poprad leží v severo-východnej časti Slovenska a z administratívno-právneho hľadiska spadá pod Prešovský samosprávny kraj. Rozprestiera sa na južnom úpätí pohorí Vysoké Tatry a Nízke Tatry, v Popradskej, Hornádskej a Hornovážskej kotline. Jeho hlavné rozvojové osi vedú v smere východ, západ, keďže je zo severnej a južnej strany obklopený horami. Poprad má dobrú dostupnosť, čo

hrá zásadnú rolu pri rozhodovaní návštevníkov o cieľovej destinácii a alternatívnych možnostiach v danom regióne. Pochopenie rozmeru príslušného regiónu určuje miesto bydliska, resp. zdrojová krajina návštevníka. Prejavuje sa tu tzv. efekt zoomu, kde návštevníci z mimoeurópskych krajín smerujú svoju pozornosť na región Európa, prípadne východoeurópsky blok. Tu je nevyhnutné rešpektovať postupnosť rozhodovacích procesov a úroveň znalosti regiónu.

Geografické konkurenčné vplyvy sa prejavujú predovšetkým v týchto smeroch :

- dostredivosť Regiónu Tatier v prípade zahraničných návštevníkov
- vnútorná konkurencia v rámci prešovského a žilinského regiónu, a to predovšetkým rivalita Tatier, Liptova, Spišský hrad a pod.)
- konkurenčná pozícia Liptovského Mikuláša a regiónu Liptov
- doposiaľ nedostatočne prepracované prepojenie pre peších medzi AquaCity Poprad a centrom mesta (množstvo návštevníkov využije služby aquaparku a už nepríde do centra mesta)

b) Produktová konkurencia

Priamo s ponukou destinácie súvisí produktová konkurencia a zároveň a jej image. Ak sa zameriame na profilové piliere ponuky Popradu a zväžime jej atraktivitu, môžeme identifikovať jej konkurenčné vplyvy v jednotlivých oblastiach ponuky a rovnako aj rozsah ich pôsobenia a možnosti prekonávania.

História a pamiatky predstavujú klasický produkt cestovného ruchu, ktorý je ľahko zameniteľný za alternatívnu ponuku v oblasti celého Spiša bohatého na históriu a pamiatky. Popradu chýbajú atraktívnejšie historické pamiatky nadre-

2.3.4

KONKURENCIA POPRADU

gionálneho významu, ktoré majú dobrú národnú publicitu tak, ako má Spišský hrad a Levoča a vďaka ktorej sa dostali do povedomia predovšetkým zahraničných návštevníkov. Konkurencia pamiatok UNESCO je viditeľná hlavne v prípade zahraničných návštevníkov. Hrozbou pre Poprad sú predovšetkým hrad Stará Ľubovňa, Spišský hrad, Kežmarský hrad a z historických miest Levoča, Kežmarok a Spišská Kapitula (sídlo Spišského biskupstva pokrývajúce územie žúp Spiš, Liptov a Orava) ležiaca pod Spišským hradom. Popradu sa bude ťažko odolávať takejto silnej konkurencii vzhľadom na zahraničných turistov, pokiaľ si nevytvorí zaujímavý komplexný produkt zložený z historických pamiatok prepojených príbehom, spojený so zážitkovou turistikou a doplnený tematickými kultúrnymi podujatiami.

Kultúrna ponuka je v meste Poprad veľmi bohatá a rôznorodá, čo vnáša značný chaos do jej propagácie. Nezainteresovaný návštevník môže mať problém vybrať si kultúrne podujatie s nejasným odkazom o svojej jedinečnosti. Poprad by si mal vybrať jedno, prípadne dve nosné podujatia napríklad Medzinárodný festival horských filmov prípadne Made in Slovakia a podporiť ich masívnou kampaňou spojenú s posilňovaním image destinácie (konkurenčný produkt: Podroháčske folklórne slávnosti, Tatranský ľadový dóm, Liptov Fest a i.)

Relax, welnes a kúpanie v Poprade reprezentuje AquaCity Poprad, ktorého výrazná konkurencia je vo vnútri regiónu (Bardejovské kúpele, wellnes pobyty v Tatrách, kúpele Vyšné Ružbachy) i susedných regiónov (Aquapark Tatralandia, Bešeňová, Thermal Park Vrbov a i.). Konkurenčnými faktormi, ktoré zohľadňuje návštevník pri svojom výbere je kvalita vody, množstvo atrakcií, výška vstupného, prostredie alebo kvalita súvisiacich služieb.

Cykloturistika je v regióne všeobecne obľúbená a zo strany samosprávy je v čoraz väčšej miere venovaná pozornosť aj

z pohľadu budovania novej vhodnej infraštruktúry. Cyklotrasy vedúce cez Poprad majú lokalizačnú výhodu dobrého napojenia sa na atraktívne cyklotrasy na území TANAP-u, Slovenského raja, malebných Pienin. Dôležité je, aby sa Poprad ako mesto jasnejšie zadefinoval pri tvorbe dlhodobého image cyklistického regiónu Spiš – Slovenský raj.

Pešia turistika v prírode je ďalší veľmi typický produkt cestovného ruchu, vďaka zázemiu Tatier môže nadobudnúť nadregionálny význam. Dôležité je, aby Poprad do svojej ponuky cestovného ruchu zaradil Kvetnicu ako miesto s liečebno-rekreačným charakterom, s jedinečnými výhľadmi na Tatry a náleziskom achátov, ako protiklad k preľudneným horským lokalitám ponúkajúcim infraštruktúru pre náročnú vysokohorskú turistiku.

Kongresová turistika v meste Poprad môže v budúcnosti profitovať z domácej firemnej klientely a nadnárodných spoločností, ktoré majú zastúpenie v Slovenskej republike, spoločne s Vysokými Tatrami, a to z dôvodu dobrej dopravnej dostupnosti i vďaka Letisku Poprad – Tatry, na ktorom môžu pristávať medzinárodné linky. Pri dostatočnom lobingu a kvalitných hoteloch s dobrým zázemím pre akcie má mesto Poprad predpoklad stať sa kongresovým centrom pre menšie a stredné akcie.

Miestne produkty a lokálne špeciality typické pre mesto Poprad nie sú v ponuke cestovného ruchu zadefinované. Prvou snahou bola prezentácia gastronomických špecialít organizáciou Slow Food Tatry a občianskeho združenia v Poprade PRE MESTO v Turíne na Medzinárodnom festivale Slow Food Terra Madre Salone del Gusto. Lokálne gastroprodukty predstavovali pirohy, pivo z malých súkromných pivovarov a mäsové špeciality. Návštevníci Popradu majú zvýšené očakávania k miestnym gastronomickým špecialitám a v tomto ohľade je značná konkurencia. Na miestnom trhu cestovného ruchu sa môžeme stretnúť s celou radou zavedených produktov, ako napríklad bryndzové halušky, pirohy s bryndzou, štrúdľa,

2.3.5

NÁVŠTEVNÍCI POPRADU

bryndza, žinčica a rôzne ďalšie výrobky z mlieka a zemiakov.

c) Diferenčné výhody turistickej destinácie Poprad

Na základe predchádzajúcej analýzy a hlavne analýzy ponuky a konkurenčnej pozície destinácie v rámci Slovenska si stanovíme diferenčné výhody destinácie. Jedná sa hlavne o výber vhodných a pokiaľ možno konkrétnych ponukových produktov, ktoré môžeme na trhu cestovného ruchu považovať za unikátne.

V momentálne ponuke mesta Poprad môžeme za diferenčné výhody považovať predovšetkým:

- AquaCity Poprad
- Medzinárodný festival horských filmov
- lokalita mesta v blízkosti najväčších slovenských atrakcií

Z pohľadu blízkeho okolia Popradu sú to :

- Tatry
- Spišský hrad
- Liptov

Za predpokladu, že budú produkty inovované :

- vybrané kultúrne akcie a festivaly (výber hlavných kultúrnych podujatí a propagácia)
- Free time park
- komplex outdoorového fitness s napojením na AquaCity Poprad a cyklotrasy (realizácia projektu a propagácia)
- Mestská pamiatková rezervácia Spišská Sobota (oživenie obchodíkm s lokálnymi produktami a miestnymi gastrošpecialitami s prepojením na kultúrne podujatia)
- Gastrofest (spojiť sa s organizáciami Slow Food a PRE MESTO a spracovať lokálnu ponuku gastronomických špecialít a v spolupráci s miestnymi podnikateľmi vytvoriť

gastroprodukt mesta Poprad a propagácia)

2.3.5 NÁVŠTEVNÍCI POPRADU

Krátky rozbor dopytu, teda budúcich návštevníkov destinácie, odráža atraktivitu Popradu a zároveň hovorí o motivácii a spokojnosti návštevníkov mesta, k čomu využijeme informácie z dokumentov Ubytovacia štatistika CR na Slovensku / Návštevníci 2016 a štatistiky MIK Poprad za rok 2016 a údaje od ubytovacích zariadení v Poprade. Na základe týchto informácií, expertnými zisťovaniami a nastupujúcimi turistickými trendami môžeme čiastočne určiť návštevnícke segmenty Popradu a hlavne naznačiť perspektívne segmenty, na ktoré by mal byť kladený dôraz pri stanovení produktovej línie a stratégie marketingovej komunikácie mesta.

Stúpajúci trend návštevnosti Slovenska pokračoval aj v roku 2016 a dosiahol výšku 5 mil. návštevníkov, čo predstavovalo 16% nárast. Z celkového uvedeného počtu, Prešovský kraj navštívilo 19,5% domácich a 13,3% zahraničných návštevníkov, čo z celkového počtu predstavuje pri domácich návštevníkov 2 miesto a pri zahraničných návštevníkoch 3 miesto v rámci všetkých regiónov Slovenska. Do prvej TOP 10 krajín návštevnosti Slovenska patrí Česká republika, Poľsko, Nemecko, Maďarsko, Rakúsko, Spojené Kráľovstvo, Taliansko, Ukrajina, Spojené Štáty a Francúzsko. Čo sa týkalo údajov o prenocovaniach, tak počet prenocovaní za minulý rok predstavoval 14,1 mil., čo predstavoval nárast 14,5%. Čo sa týka podielu domácich a zahraničných nocľazníkov, tak 64% bolo v prospech domácich a 36% pre zahraničných nocľazníkov.

Tieto stručné údaje naznačujú pozitívny vývoj cestovného ruchu na Slovensku a postavenie Prešovského regiónu v návštevnosti na predných pozíciách, z čoho si môže mesto

2.3.5

NÁVŠTEVNÍCI POPRADU

Poprad zdefinovať svoju výhodu pri určovaní vhodných segmentov návštevníkov. Podľa odpovedí respondentov, ktorí navštívili Poprad, najčastejším dôvodom boli kultúrne a športové podujatia, festivaly, relax, wellnes, služobné cesty, školenia, a návšteva priateľov a rodiny.

Podstatným aspektom je, že Poprad môže postaviť svoju stratégiu budúcich segmentov návštevníkov aj napríklad na meniacich sa trendoch ich správania počas dovolenky v Tatrách (pokles významu tradičnej turistiky, nárast záujmu o podujatia, relax, wellnes, lessuire time aktivity atď.), z dôvodu, že práve pre tento segment návštevníkov musia vedieť vytvoriť konkurenčne schopnú ponuku a dobre ju odkomunikovať. Dôležité je poznať tak isto spôsob ako sa návštevníci dostávajú k informáciám pri výbere destinácie. Do popredia sa ako zdroj informácií dostáva stále viac internet, sociálne siete, ústne podanie (tzv. WoM), pri ktorom je dôležitá spokojnosť s predchádzajúcou návštevou mesta a následné šírenie povedomia o tejto destinácii. Printové materiály strácajú význam a stávajú sa okrajové. Hlavné skupiny návštevníkov sme zdefinovali na základe dotazovania pracovníkov informačnej kancelárie, ktorá si vedie vlastnú štatistiku.

1 Obyvatelia Prešovského regiónu

2 Návštevníci Tatier

3 Tranzitní návštevníci

4 Návštevníci z Poľska

5 Návštevníci iných krajín

Medzi konkrétnymi cieľmi návštevníkov sa dlhodobo drží región Tatry. Pozitívom je zistenie, že značná časť návštevníkov sa opätovne vracia a zvýšený podiel návštevníkov trávi v Poprade viac ako jeden deň, najčastejšie sa jednalo o víkendové pobyty. Je nutné sa zamyslieť nad skutočnosťou, prečo vysoký počet návštevníkov strávi čas v AquaCity Poprad a do mesta už nepríde, alebo či je to spôsobené nedostatkom informácií o tom, čo by mu mohlo mesto po-

skytnúť. Podobné zistenia boli u návštevníkov Tatier, ktorí nevideli dôvod navštíviť Poprad. Najviac uskutočnených návštev Popradu bolo v čase nepriaznivého počasia, keď návštevníci Tatier hľadali alternatívny program hlavne pre svoje deti. Obchvat mesta na jednej strane urýchľuje a zjednodušuje dopravu, ale na druhej strane odvádza návštevníkov do vzdialenejších a atraktívnejších destinácií. Absencia propagácie mesta a pozvánok k jeho návšteve na viditeľných miestach popri ceste a na dopravných uzloch (vlaková, autobusová stanica a letisko), nedá príležitosť potenciálnemu návštevníkovi ani zamyslieť sa nad možnosťou využiť cestu k zastávke a stráveniu určitého času v meste.

Analýza ponuky a dostupné výsledky dopytu v cestovnom ruchu umožňuje čiastočne identifikovať návštevnícke segmenty Popradu a rozdeliť ich pre potreby tejto štúdie do niekoľkých skupín.

A Súčasné segmenty savyskytujú vo zvýšenej miere v tejto destinácii a s ohľadom na ich záujmy im vedia ponúknuť požadované možnosti trávenia voľného času.

- Kultúrne podujatia
- Festivalová turistika
- Tranzitujúca turistika
- Nákupy a služby
- Historické pamiatky
- Športové akcie a podujatia

B Potenciálne segmenty nemajú v súčasnosti v Poprade dostatočne rozvinutú infraštruktúru, ale pri splnení určitých podmienok by mohli výrazne prispieť k rozvoju cestovného ruchu v meste.

- Gastroturistika
- Cykloturistika
- Rodiny s deťmi

C Segmenty s tržným potenciálom sú najviac vhodné

2.4 SWOT ANALÝZA

pre zacielenie marketingových aktivít, lebo môžu byť zárukou návratnosti investície.

- Incentívna turistika
- Turistika pre organizované skupiny zahraničných turistov
- Kongresová turistika
- Zážitková turistika

Vzájomný vzťah návštevníckych segmentov a atraktivity mesta vo vybraných oblastiach závisí od rozvoja a využitia ich potenciálu za predpokladu dobudovania štruktúry a rozšírenia ponuky voľnočasových aktivít.

Za pozornosť stojí napríklad festivalová turistika, v ktorej má Poprad výbornú pozíciu (Festival vysokohorských filmov) pre vytvorenie image mesta ako mesta festivalov, čo síce nemusí pritiahnuť tie najperspektívnejšie cieľové skupiny návštevníkov, ale pomôže to ku zvýšeniu povedomia o destinácii a posilnenie jej pozície na trhu cestovného ruchu. Segment rodiny s deťmi je typickým segmentom prechádzajúcim ostatnými segmentami v závislosti na príslušných aktivitách. Ponuka Popradu je však v súčasnosti atraktívna viac pre jeho obyvateľov a návštevníkov z okolia. Oplatí sa preto podporovať aktivity súkromných subjektov, pripravujúcich programy pre tento segment a to z dôvodu, že sa zvyšuje pozitívna reputácia mesta a rastie jej význam v rámci konkurencie s atraktívnejšími regiónmi. Cykloturistika je v súčasnosti veľmi populárna a servis s cyklistickou infraštruktúrou sa stáva štandardom. Nespornou výhodou je zapojenie ubytovacích zariadení do ponuky mesta pre cyklistov s podmienkou splnenia ich špecifických podmienok a zároveň s Regionom Tatry sa zapojiť do systému cyklobusov. Cyklisti sa tu musia cítiť vítaní. Tradícia Popradu a jeho výborné predpoklady pre športové aktivity a happeningy, vytvárajú predpoklady pre rýchly rozvoj tohto segmentu s podmienkou zapojenia sa Národného tréningového futbalového centra, ako kľúčového hráča v rámci Slovenska.

Ďalšie segmenty sa môžu rozvíjať za predpokladu spolupráce s regiónom Tatry a so zameraním na perspektívne tržné segmenty.

2.4 SWOT ANALÝZA

Skôr ako sa pustíme do vyhodnotenia dielčích oblastí a SWOT analýzy, vytýčme si hlavné rysy sektoru cestovného ruchu v Poprade.

Destinácia Popradu má výhodnú polohu vzhľadom k turistickému Spišskému regiónu a spolu s celým regiónom sa jedná o pomerne dobre zavedenú značku, s výbornou dostupnosťou z východu na západ a je relatívne blízko do Poľska a Ukrajiny, s dostatkom relatívne kvalitných ubytovacích kapacít a oproti Tatrám sú výhodnejšie ceny. Ak sa pozrieme na Poprad bližšie, zistíme tu pomerne dosť nedostatkov (viď. SWOT analýza), ktoré pramenia z nevyjasnenej pozície a nedostatočne vyhodnotených možností v oblasti cestovného ruchu. Vzhľadom k špecifikám ponuky a silnej konkurencii v rámci Spiša a Liptova by mal Poprad zapracovať na budovaní dobre rozpoznateľnej značky na trhu cestovného ruchu a stať sa rovnocenným hráčom s kvalitným zázemím pre turistov a profesionálov zo sektoru turizmu.

Nasledujúca SWOT analýza zhrňa súčasné silné a slabé stránky Popradu, príležitosti a ohrozenia do budúcnosti definované v piatich oblastiach súvisiacich s cestovným ruchom.

2.4.1 PONUKA

silné stránky

- Výhodná poloha v turistickom regióne Spiš
- Výborná dopravná dostupnosť
- Jedinečná mestská pamiatková rezervácia
- Pestrá ponuka kultúrnych podujatí a festivalov
- Jedinečný Festival horských filmov
- Inštitucionálne zázemie pre kultúrne a spoločenské udalosti
- Bohatá ponuka sakrálnych pamiatok
- Prírodné podmienky (termálne zdroje, klimatické podmienky)
- Inštitucionálne zázemie pre šport, relax a rekreáciu
- Kvalitne vybavený komplex AquaCity Poprad aj pre náročnejšiu klientelu
- Tradícia športových klubov
- Dostatok ubytovacích a stravovacích zariadení
- Výhodné ceny najmä pre zahraničných návštevníkov
- Pestrá ponuka nápojov súkromných pivovarov
- Organizované prehliadky mesta (turistický vláčik, vyhladkový autobus Double-Decker sprievodcovské služby)

slabé stránky

- Neexistujúca zavedená „Značka“ mesta na trhu cestovného ruchu
- Nejasne zadefinovaná ponuka mesta, absencia produktovej línie
- Nedostatočná marketingová komunikácia mesta
- Absencia pamiatok UNESCO
- Prevádzkový čas v obchodoch vo večerných hodinách
- Nevyužitie priestory letiska, vlakovej a autobusovej stanice pre propagáciu ponuky mesta

príležitosti

- Tematika miestnej gastronómie a tradícií

- Zadefinovanie dobre rozpoznateľnej značky mesta
- Vytvorenie špecifickej ponuky pre návštevníkov konkurenčných regiónov Tatier a Liptova
- Nastaviť efektívnu marketingovú komunikáciu mesta, zaviesť ciele kampane pre uvádzanie novelizovaných produktov mesta
- Cezhraničné väzby – blízkosť Poľska
- Obnovenie mestských trhov v Spišskej Sobotě
- Rekonštrukcia Kvetnice s prepojením na banícky skanzen

ohrozenia

- Konkurencia okolitých miest a regiónov
- Závislosť na turistickej ponuke Regiónu Tatier
- Sezónnosť cestovného ruchu a skracovanie sezóny v dôsledku nových trendov vo využívaní voľného času
- Priemerná a málo originálna ponuka
- Slabá ochota podnikateľov spolupracovať na vyššej kvalite služieb

2.4.2 INFRAŠTRUKTÚRA A SLUŽBY

silné stránky

- Výborná multifunkčná dopravná dostupnosť
- Dostatok a celkovo dobrá kvalita ubytovacích zariadení
- Dobrá sieť cyklotrás do okolia mesta
- Existencia Letiska Poprad – Tatry
- Mestské informačné centrum s dobrou jazykovou vybavenosťou pracovníkov
- Leadrovstvo v realizácii projektu Smart City (inteligentné mesto) na Slovensku
- Sprievodcovský servis po pamiatkach mesta
- Ústretový prístup obyvateľov k návštevníkom
- Kvalifikovaná pracovná sila

2.4

SWOT ANALÝZA

slabé stránky

- Absencia kvalitného navigačného systému pre turistov
- Infraštruktúra pre peši a cyklopohyb v meste
- Nedostatočné prepojenie pre peších medzi AquaCity Poprad a centrom mesta

príležitosti

- Priestorové kapacity na nové rozvojové plochy
- Vybudovanie fungujúceho Smart City Poprad
- Efektívnejšie využívanie infraštruktúry zabezpečujúcej rozvoj podnikania a investícií v meste
- Možnosti vytvárania projektov cezhraničnej spolupráce

Ohrozenia

- Dostredivosť Vysokých Tatier v prípade zahraničných návštevníkov
- Marginalizované skupiny obyvateľstva

2.4.3 DOPYT

silné stránky

- Východzí bod pre návštevu destinácie vo Vysokých Tatrách
- Tradične vysoká návštevnosť niektorých podujatí (Filmový festival horských filmov, Popradské leto, Vianočné trhy a i.)
- Zázemie pre turistov

slabé stránky

- Nesleduje sa dopyt jednotlivých segmentov návštevníkov a potenciálnych návštevníkov
- Krátka doba pobytu domácich i zahraničných návštevníkov
- Kultúrna ponuka zameraná hlavne na obyvateľov a domácich návštevníkov
- Nejasne zadefinovaná ponuka (atraktivita) mesta voči návštevníkom

príležitosti

- Vzrastajúci počet domácich a zahraničných návštevníkov
- Zvýšená obľúbenosť piva z malých regionálnych pivovarov
- Veľký záujem o lokálne a tradičné produkty (Slow Food)
- Potenciál cezhraničnej turistiky
- Potenciál pre konferenčnú a firemnú turistiku
- Rastúci dopyt po zážitkovej turistike
- Nový trend 3 a 4 dovolenky (predĺžené víkendy)
- Aktivita niektorých formálnych i neformálnych skupín obyvateľstva v organizovaní akcií na rozvoj cestovného ruchu v meste
- Zavedenie prieskumu potrieb trhu cestovného ruchu a sledovanie ponuky konkurencie

Ohrozenia

- Značná časť návštevníkov využíva mesto len pre tranzit
- Slabá konkurencieschopnosť malých podnikateľov
- Absencia mesta v ponuke národnej agentúry pre cestovný ruch (uprednostňované sú Tatry, Spišský hrad)
- Pretrvávajúca tradícia popularity miest a regiónu s lepšie zadefinovanou značkou, alebo lepším marketingom

2.4.4 ORGANIZÁCIA A ĽUDSKÉ ZDROJE

silné stránky

- MsÚ – oddelenie Strategického a rozvojového manažmentu (kompetencie pre tvorbu stratégie a realizácie CR pre mesto Poprad)
- Funkčné Mestská informačná kancelária Poprad (kompetenciu pre marketingovú komunikáciu a tvorbu vlastných produktov CR)
- Existencia Oblastnej organizácie cestového ruchu Vysoké Tatry (kompetencie pre tvorbu stratégie a realizáciu regi-

onálneho CR)

- MsÚ – Komunikačný manažér (kompetenciu ako hovorca za MsÚ Poprad)

slabé stránky

- Poddimenzovanosť ľudských zdrojov v oblasti cestovného ruchu na MsÚ
- Nedostatočná funkčná informačná platforma medzi mestom a podnikateľmi
- Chýbajúci motivačný systém pre podnikateľov a organizácie v oblasti cestovného ruchu v meste
- Netransparentnosť Mesta Poprad v činnosti a prezentácii OOCR VT

príležitosti

- Existencia spolupráce mesta s Poľskom
- Zavedenie efektívnejšieho systému grantov (dotácií)- zladenie finančného zaistenia propagácie a realizácie podujatí,
- Zavedenie motivačného systému pre subjekty participujúce na rozvoji cestovného ruchu v meste
- Vytvorenie inovovanej ponuky mesta a zavedenie stabilnej značky mesta na trhu cestovného ruchu
- Vyššie finančné náklady pri zavádzaní značky mesta na začiatku kampane umožnia postupom času efektívnejšie financovanie propagácie ponuky mesta, na základe sledovania príjmov a výdavkov do cestovného ruchu
- Investície do ľudských zdrojov pre riadenie cestovného ruchu v meste

Ohrozenia

- Tradícia v investíciách do destinačného manažmentu u severných pohraničných susedov
- Netrpezlivosť a nepochopenie predstaviteľov mesta pri zavádzaní značky mesta (dlhšie časové obdobie, pokiaľ sa prejaví výsledky)

2.4.5 MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA

silné stránky

- Členstvo mesta v OOCRVT
- Informačný servis
- Dobrý informačný servis – Informačná kancelária Poprad (informácie a služby pre obyvateľov a návštevníkov mesta)
- Infopoint v centre zákazníkov na železničnej stanici Poprad-Tatry (informácie o meste Poprad, región Tatry a Spiš, ale aj o celom Slovensku)
- Aktuálne informácie o meste na weboch (poprad.sk, visit-poprad.sk v troch jazykových mutáciách)
- Turistické informácie v v angličtine, nemčine
- Vytvorenie novej komunikačnej platformy v oblasti cestovného ruchu (organizovanie 1. ročníka mestskej konferencie cestovného ruchu)

slabé stránky

- Nejasná image mesta voči návštevníkom
- Chaotická, aj keď pestrá ponuka mesta v oblasti cestovného ruchu
- Všeobecný, necielený marketing mesta voči turistom
- Nevyužitý potenciál ponuky mesta v propagácii OOCRVT
- Participácia minimálneho počtu subjektov z Popradu v zľavovej karte Tatry Region Card
- Slabá reciprocita mesta a regiónu v oblasti cestovného ruchu
- Absencia cielených kampaní zameraných na zlepšenie pozitívnej reputácie Popradu na verejnosti
- Chýbajúca produktová línia v ponuke cestovného ruchu mesta
- Slabé priestorové značenie atraktivít a chýbajúce jazykové mutácie

ZÁVER

príležitosti

- Vytvorenie marketingovej komunikačnej stratégie mesta a segmentácia cieľovej skupiny
- Nové formy propagácie (virálny marketing, sociálne siete, súťaže..)

ohrozenia

- Klesajúci rozpočet pre projekty cestovného ruchu
- Silná konkurenčná výhoda Regiónu Tatry
- Rozdelenie kompetencií internej a externej komunikácie a marketingu mesta v rámci úradu
- Spoliehanie sa na marketing OOCRVT a absentovanie vlastného marketingu cestovného ruchu

ZÁVER

Z prvej analytickej časti s dôrazom na uskutočnenú SWOT analýzu tohto dokumentu, budeme vychádzať v druhej návrhovej časti Koncepcie rozvoja cestovného ruchu mesta Poprad jednotlivými odporúčaniami konkretizovanými a rozpracovanými do dielčích súčastí vybratých oblastí cestovného ruchu,

3.1 ODPORUČENIA PRE VYBRATÉ OBLASTI CESTOVNÉHO RUCHU

Odporučenia pre jednotlivé oblasti cestovného ruchu sa týkajú ponuky, infraštruktúry a služieb, dopytu, organizácie a ľudských zdrojov, marketingovej komunikácie vychádzajúcich z analytickej časti štúdie s dôrazom na SWOT analýzu.

PONUKA

Na základe analýzy ponuky a vyhodnotenia potenciálu môžeme stanoviť základné turistické balíčky pre mesto Poprad, na ktorých bude založený ďalší rozvoj destinácie. Pri tvorbe balíčkov sme vychádzali predovšetkým zo súčasnej ponuky mesta, jeho rozvojového potenciálu a z pripravovaných rozvojových projektov.

Rozvoj destinácie cestovného ruchu Popradu odporúčame založiť na nasledujúcich 4 základných balíčkoch, ktoré môžeme považovať za základné piliere rozvoja cestovného ruchu v meste Poprad.

1. Poprad – mesto zážitkov s priateľmi
2. Poprad – mesto tradičných chutí a poznávania
3. Poprad – mesto pohybu a relaxu medzi horami
4. Poprad – kultúrne mesto pod Tatrami

POPRAD – MESTO ZÁŽITKOV S PRIATEĽMI

Slogan a cieľ: Popradčania sú známi svojou priateľskosťou a pohostinnosťou. Mesto je vnímané návštevníkmi ako otvorené, bezpečné a priateľské mesto, kde sú priatelia vítaní s otvorenou náručou. Zapojenie obyvateľov a podnikateľov do cestovného ruchu a vytvorenie atraktívneho priestoru pre stretávanie mladých ľudí, rodín, priateľov, spolužiakov a firemné stretnutia.

Charakteristika: Poprad má výbornú zemepisnú, dopravnú a strategickú polohu. Blízkosť Tatier mu dáva potenciál pre kratšie a dlhšie stretnutia rôznych skupín návštevníkov. Široká ponuka kultúrnych (Medzinárodný festival horských filmov, Made in Slovakia, Popradské Vianoce) a športových podujatí (Podtatranský maratón, Ralley Tatry) s množstvom priestorov pre relax (AquaCity Poprad, pripravovaný komplex outdoorového fitness, Kvetnica), poznávanie histórie regiónu (Prehliadky historických pamiatok so sprievodcom) spojená s kvalitnou gastronómiou (Koliba, reštauračný minipivovar TATRAS) a ubytovacími službami vytvára mix zážitkov v produktovom balíku pre organizované stretnutia zamerané na zlepšenie a upevnenie dobrých medziludských vzťahov rôznych cieľových skupín návštevníkov. Dobrým príkladom môžu byť firemné stretnutia zamerané na teambuildingové aktivity, rodinné stretnutia, stretávky po rokoch zo školy, ktoré umožňujú vytvárať spoločné zážitky spojené s mestom Poprad pripravené na mieru. Popradu sa ako vstupnej brány do Tatier takisto otvára možnosť ľahšej dostupnosti k turistom tráviacim dovolenku v jednej z najatraktívnejších destinácií Slovenska a prilákať ich tak pestrou ponukou zažiť toto jedinečné mesto s priateľmi.

Dopad na cestovný ruch: Výrazné posilnenie imidžu destinácie, zvýšenie atraktivity v rámci celkovej ponuky mesta Poprad a zlepšenie konkurenčnej pozície v oblasti cestovného ruchu v Tatransko-podtatranskom regióne.

POPRAD – MESTO TRADIČNÝCH CHUTÍ A POZNÁVANIA

Slogan a cieľ: Záujem o poznávanie mesta cez jeho históriu a kultúru sa môže zvýšiť kvalitnou ponukou lokálnej gastronómie. Nová ponuka súkromných výrobcov piva v spojení s lokálnymi jedlami v miestnych tradičných reštauráciách s príjemnou obsluhou vytvára zážitok chutí pre každého návštevníka.

Charakteristika: Mesto Poprad ako centrum regiónu spojené s tradíciami svojou pohodovou atmosférou vyvoláva u návštevníka očakávanie pohostinnosti spojené nielen s kultúrnym zážitkom, ale i s jedlom a pitím. Typická ponuka gastronómie v meste by mala vychádzať z tradície slovenskej kuchyne, ktorá je reprezentovaná slovenskými špecialitami, ako napríklad bryndzové halušky, zemiakové pirohy so smotanou, jednoduché jedlá, ktorých základom je múka, zemiaky, strukoviny, mlieko, kapusta a v sezóne zabíjačkové mäsové pochúťky. Podmienkou je vytvorenie kompletného gastronomického produktu postaveného na kombinácii lokálneho piva a vybraného jedla z miestnej kuchyne, ako symbolu pohostinnosti a gastronomického zážitku z mesta Poprad. Táto ponuka môže byť prepojená s kultúrnymi podujatiami, významnými spoločenskými a športovými akciami, prehliadkami mesta so sprievodcom a vyvrcholením by mohol byť „Popradský festival chutí“ s ponukou tradičných gastrošpecialít.

Dopad na cestovný ruch: Kvalitná ponuka lokálnej gastronómie zvyšuje hodnotu produktových balíčkov zameraných na poznávanie, relax a zábavu v meste Poprad. Stabilizuje pozíciu destinácie medzi pravidelnými návštevníkmi a otvára sa možnosť získať nových. Mesto Poprad tak môže rozširovať svoj imidž s určitou „chuťou“ a istotou, že sa návštevník nesklame a dostane jedinečný a časom preverený produkt.

POPRADE – MESTO POHYBU A RELAXU MEDZI HORAMI

Slogan a cieľ: Udržanie a rozvoj športovej tradície a vybudovanie pozície športovej a relaxačnej destinácie pre mladých ľudí.

Charakteristika: Mesto Poprad má potenciál stať sa športovou metropolou nadnárodného významu. Vhodné by bolo

usilovať sa o status „Športového centra mladých“, ktorý by napomohol vytvoriť množstvo ponúk v oblasti prípravy, tréningov, relaxu a súťaží v rôznych druhoch športu (hokej, futbal, cyklistika, turistika...) zameraných prioritne na mladých ľudí. Balíček bude mixom súčasnej ponuky športových aktivít ako Podtatranský maratón, Ralley Tatry, Majstrovstvá sveta v hokeji hráčov do 18 rokov, Svetová liga FIVB v Poprade, prípadne Poprad Tatry Challenger Tour, ale i rozširujúcej sa ponuky športových tréningových sústreďení a relaxačných pobytov spojených s kultúrnymi zážitkami a dobrou gastronómiou. Medzi ďalšie možnosti, ktoré sa ponúkajú v súvislosti so športom, patria adrenalínové zážitky typu vyhlídkové lety lietadlom, zoskok s padákom, lezecká hala.... Dobrá poloha mesta s dobrou cyklistickou infraštruktúrou je východiskom pre cykloturistiku do okolitej prírody.

Dopad na cestovný ruch: Zvýšenie prestíže destinácie, oslovenie športovej klientely, medzinárodný dopad.

POPRADE – KULTÚRNE MESTO POD TATRAMI

Slogan a cieľ: Mesto Poprad je kultúrnym centrom Tatransko-podtatranského regiónu a vytvára priestor pre stretávanie veľkého počtu obyvateľov a návštevníkov kultúrnych podujatí zameraných na zmyslové zážitky v oblasti kultúry a histórie. Reaguje tak na súčasný dopyt v cestovnom ruchu.

Charakteristika: Mesto Poprad je veľmi aktívne v oblasti kultúry. Organizuje veľký počet kultúrnych aktivít a niektoré majú zvýšený potenciál (Medzinárodný festival horských filmov, Made in Slovakia, Popradské Vianoce a i.). V propagácii mesta však chýbajú dve, tri „vlajkové podujatia“, ktoré by spoluvytvárali imidž mesta, oživovali jeho ulice a evokovali v návštevníkovi pocit, že sa nebude nikdy nudiť. Bolo by vhodné využiť napríklad dobré meno Medzinárod-

ného festivalu horských filmov (osloviť radu zahraničných návštevníkov a tak vzbudiť pozornosť v tzv. VIP kruhoch) a dať ho do popredia ponuky kultúrneho života v meste. Tradičné názvy podujatí ako Popradské kultúrne leto, Otvorenie turistickej sezóny sa nemôžu zamieňať s podujatiami iných miest a musia niesť v sebe prvok originality, ktorý ich spája s jedinečnosťou Popradu a návštevník si ich dobre zapamätá. Podujatia by mali sľubovať objavovanie historických a jedinečných zákutí mesta v spojení s kultúrnym zážitkom. **Dopad na cestovný ruch:** Oživenie mesta, rozšírenie kreatívneho potenciálu mesta, zvýšenie jeho atraktivity pre dovolenkárov v Tatrách a v okolitých horách.

3.2 INFRAŠTRUKTÚRA A SLUŽBY

Odporučenie v oblasti služieb je stať sa „otvoreným, pohostinným, priateľským mestom bez bariér...“ Chápaniu mesta ako otvoreného a priateľského napomáha veľa silných stránok v oblasti infraštruktúry. Napríklad funkcia mesta ako zázemia pre ubytovanie a stravovanie v centrálnych častiach mesta, výborná multifunkčná dostupnosť, napojenie sa na významné cyklotrasy a vybudovaná sieť cyklotrás, prepojenie jednotlivých častí mesta s vyhliadkovým doubledeckrom a turistickým vláčikom, ale i výborné služby mestského informačného centra či dobré zastúpenie v ubytovacích a rezervačných portáloch (booking.com...). Mesto Poprad by mal hlavne pracovať na odstraňovaní prekážok, ktoré bránia návštevníkom v dlhšom pobyte v meste, prípadne im neumožňujú prístup k určitým službám. V tomto kontexte navrhujeme vytvoriť ďalší pilier cestovného ruchu destinácie s viacrozmerným konceptom „**Poprad – mesto, ktoré sa opláti navštíviť**“, ktorý bude mať efekt tvorby pozitívneho image a bude sa realizovať v nasledujúcich oblastiach:

Oblasť dopravy – napriek dobrej dostupnosti mesta v rámci Slovenska je nutné viac prepracovať navigačný a orientačný systém do centra a rozšíriť ho k jednotlivým turisticky atraktívnym častiam mesta a nadväznosti na propagačné kampane. Ďalej je nutné prepojiť jednotlivé turistické ciele s autobusovou, vlakovou stanicou a kyvadlovou dopravou z Tatier, prípadne lepšie nastaviť pre vyhliadkový autobus trasu Tatry – Poprad. Z objektívneho dôvodu je centrum mesta dobre dostupné pre peších z jednotlivých parkovísk, ale je žiadúce upraviť a výrazne označiť trasu z AquaCity Poprad do centra mesta pre všetky kategórie návštevníkov, využiť možnosti spolupráce s oblastnou organizáciou Tatry a lepšie využiť kyvadlovú dopravu vo večerných hodinách do mesta, kde sa môžu návštevníci Tatier zabaviť, najesť a stráviť tu určitý čas zo svojej dovolenky.

Cyklodoprava – Poprad má pomerne slušne vybudovanú primárnu infraštruktúru pre cyklistov. Chýbajú tu však nadväzujúce služby. K dispozícii je jedna požičovňa bicyklov, ktorá však nemá zobrazenú ponuku a ceny sa dozviete telefonicky a to len v slovenskom jazyku. Chýba rozsiahlejšia úschovňa bicyklov a bezpečné odstavné stojany. Ponuka možností pre cyklistov v meste je na internete nedostatočná a prezentácia viac ako pasívna.

Informačný systém – IS by mal obsahovať navigačné a orientačné ukazovatele, informačné panely s orientačnými mapkami, ale i pútavo a zrozumiteľne spracované informácie pre cyklistov a informácie o turistickom vláčiku a vyhliadkovom autobuse. Dostupnosť Informácií o atraktivitách a zaujímavých turistických cieľoch v meste by mali byť umiestnené pri jednotlivých vstupoch do mesta, napríklad na Medzinárodnom letisku Poprad – Tatry, autobusovej a vlakovej stanici, pri cyklistických chodníkoch smerujúcich do mesta a pútače popri diaľnici D1 a medzinárodnej ceste E50. Nevyhnutné je, aby informačný systém mesta bol

postupne vyhotovený v slovensko-anglickej mutácii, zrozumiteľný pre zahraničných návštevníkov.

Rezervačný a platobný systém pre návštevníkov – zastúpenie hotelov v medzinárodných ubytovacích portáloch a možnosť platby cez internet zvyšuje komfort potenciálnych návštevníkov si objednať a zaplatiť služby a tak zvyšuje šancu ich reálnej návštevy mesta. Možnosť zapožičania si auta, bicykla, kolobežky prostredníctvom internetového rezervačného systému, by určite pomohla k zvýšenej návštevnosti destinácie.

Sprievodcovská služba – MIK Poprad síce ponúka jednu z najlepších certifikovaných sprievodcovských služieb pre návštevníkov, ale i tá by si vyžadovala finančnú investíciu do technického vybavenia v podobe ozvučenia sprievodcov pre väčšie skupiny a audio sprievodcov s využitím mobilných aplikácií. Zväžiť by sa mala možnosť kvalifikovaného servisu pre privátnu a firemnú klientelu.

Možnosti večerného vyžitia – predĺženie otváracích hodín letných terás reštaurácií v centre mesta, rozšírenie možnosti večerného vyžitia a zábavy s prepojením na posilnenie večerných spojov Poprad – Tatry.

Dostupnosť internetu v centre mesta – pre lepšie využitie bezplatného internetového pripojenia návštevníkmi, vybudovať v centre estetické oddychové zóny umožňujúce spojiť oddych so získavaním informácií cez internet.

Bezbariérový prístup – nakoľko mesto Poprad má vybudovaných pomerne veľa bezbariérových objektov, mohlo by spracovať projekt „Poprad bez bariér“ a spropagovať miesta prístupné pre návštevníkov s pohybovým obmedzením, prípadne dopracovať informačný systém mesta pre slabozrakých a nevidiacich. Takisto existujú jazykové ba-

riéry a komunikačné bariéry ako také, ktoré by sa malo mesto snažiť odbúrať vzdelávaním pracovníkov v cestovnom ruchu, zavádzaním moderných informačných technológií, rozvíjať spoluprácu so súkromnými a zahraničnými subjektami, ale i posilňovať bezpečnosť mesta.

3.3 PONUKA V CESTOVNOM RUCHU PRE MESTO POPRAD

V oblasti ponuky (bod.1) odporúčame sledovať trendy cestovného ruchu doma i v zahraničí a pravidelne realizovať prieskum dopytu zameraný na návštevníkov v rámci regiónu Tatry.

Štruktúru dopytu je možné ovplyvňovať dvoma spôsobmi – buď ponukou alebo marketingovou komunikáciou. Ideálnym riešením je vyprofilovať svoju ponuku (produktové línie) v rámci destinácie mesta a na základe priebežného sledovania trendov v cestovnom ruchu na Slovensku a v Európe a podľa toho nastaviť marketingovú komunikáciu.

3.4 ORGANIZÁCIA CESTOVNÉHO RUCHU A ĽUDSKÉ ZDROJE

Pre oblasť organizácie cestovného ruchu a ľudské zdroje (manažment a riadenie) v meste Poprad vyplynuli pri situácii analýze nasledovné odporúčania.

Vnútrotná komunikačná platforma mestského úradu – téma cestovného ruchu, aj keď sa o nej v rámci úradu veľa hovorí, stojí akoby v pozadí. Aj keď sú zadefinované kompetencie v cestovnom ruchu v rámci oddelenia Strategického

3

NÁVRHOVÁ ČASŤ

rozvojového manažmentu, chýba tu výkonná zložka, ktorá by priamo realizovala marketing a koordinovala marketingovú komunikáciu mesta. Tiež je nevyhnuté, aby v rozpočte mesta boli sledované výdavky a príjmy z cestovného ruchu a adekvátne k vyčlenenej čiastke boli plánované aktivity. Ustálenie komunikačnej platformy prostredníctvom pravidelných stretnutí jednotlivých odborov by pomohla i pri príprave a realizácii projektov týkajúcich sa cestovného ruchu.

Komunikácia s podnikateľmi – určitý priestor na komunikáciu úradu s podnikateľmi dávajú odborné komisie mestského zastupiteľstva, ktoré podľa podnikateľov nie sú postačujúce, čo by mohlo čiastočne zlepšiť zasielanie e-mailových newsletterov a otvorenejšia verejná diskusia.

Rozšírenie kompetencií komunikačného manažéra mesta – zhodnotiť možnosť rozšírenia jeho pôsobnosti v informovaní o cestovnom ruchu a PR aktivitách v tomto smere, prípadne využiť služby externej agentúry.

Školenie a motivácia pracovníkov – pokiaľ to vedenie mesta myslí vážne s cestovným ruchom, potom je nevyhnutné zaviesť pravidelné vzdelávanie pracovníkov v oblasti komunikačných zručností, marketingu, prípadne možností získavania financií na rozvoj cestovného ruchu z grantov. Zavedenie motivačného systému pre zamestnancov prostredníctvom odmien v prípade realizácie projektov zameraných na cestovný ruch môže zefektívniť ich participáciu na rozvoji mesta.

Pozitívna motivácia občanov k cestovnému ruchu – sledovať postoje vlastných občanov k cestovnému ruchu sa musí stať štandardným nástrojom, ktorý pomáha správne nastaviť komunikáciu mesta zameranú na podporu realizácie vlastných zámerov v oblasti cestovného ruchu. Dôležité je zainteresovať občanov do rozvojových aktivít v ces-

tovnom ruchu a neustále zdôrazňovať, že sú prioritou pre Mesto Poprad.

Spolupráca v cestovnom ruchu – vymedziť činnosť mesta v oblasti cestovného ruchu predpokladá dobre fungujúce partnerstvo, ktorého základom je mestský úrad a organizácie v zriaďovateľskej pôsobnosti mesta (MIK Poprad) a súkromné subjekty. Každý z partnerov plní pri vytváraní podmienok a rozvoji cestovného ruchu špecifickú úlohu, aj keď sa niektoré činnosti prelínajú.

Mesto Poprad (Mestský úrad) a organizácie v zriadení pôsobnosti mesta (MIK Poprad)

- Investície do infraštruktúry cestovného ruchu v meste
- Koordinácia aktivít zameraných k naplneniu stratégie a vízie v oblasti cestovného ruchu
- Príprava produktových balíčkov (súčasť ponuky) v cestovnom ruchu
- Marketing a propagácia mesta podľa zadefinovaných pilierov
- Tvorba imidžu (reputácie) destinácie (mesto Poprad)
- Koordinácia komunikácie medzi partnermi v cestovnom ruchu
- Vytváranie a posilnenie bezpečnosti mesta

Súkromné subjekty

- Poskytovanie služieb
- Prevádzkovanie turistických atrakcií
- Realizácia rozsiahlejších investičných projektov v cestovnom ruchu
- Vytváranie čiastočnej ponuky v cestovnom ruchu (aktivity, programy, podujatia...)

Spoločné pôsobenie

- Plánovanie rozvoja cestovného ruchu v meste
- Participácia na príprave celkovej ponuky mesta v cestovnom ruchu
- Spoluúčasť na jednotnej marketingovej komunikácii mesta

Do oblasti cestovného ruchu vstupujú ďalšie partnerské subjekty verejnej sféry, a to sú jednotlivé odbory Vyššieho územného celku, Oblastná organizácia cestovného ruchu Región Vysoké Tatry a Združenie cestovného ruchu Vysoké Tatry. Tieto subjekty sa zameriavajú predovšetkým na rozvoj regiónu a hlavne na širšiu ponuku v regióne Vysokých Tatier a Prešovského samosprávneho kraja. Do fungovania cestovného ruchu v Poprade zasahujú minimálne a úmerne svojmu poslaniu. V celkovej regionálnej ponuke má mesto Poprad pasívnu úlohu. Zviditeľnenie sa mesta Poprad v celkovej ponuke regiónu predpokladá zavedenie kvalitného marketingu a korporátnej marketingovej komunikácie zameranej na vytvorenie imidžu mesta voči verejnosti.

3.5 MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA MESTA POPRAD

Marketingová komunikácia by mala byť rozdelená vertikálne podľa úrovne relevancie pre destináciu. Mesto Poprad musí mať zastúpenie vo vyváženom pomere na každej z daných úrovní.

Nadregionálna úroveň – rieši Ministerstvo dopravy a výstavby SR prostredníctvom Sekcie cestovného ruchu. Úlohou destinačného manažmentu mesta je spoločne so Sekciou

cestovného ruchu odkomunikovať Poprad ako centrum cestovného ruchu v regióne s bránou k ďalším návštevnickým cieľom v Tatrách a celom Prešovskom kraji, s kvalitným zázemím pre ubytovanie, stravovanie a kultúrne využitie.

Regionálna úroveň – destinačný manažment v podobe OOCR RVT, ktorá zabezpečuje marketingové aktivity pre región Tatry, vytvára ponuku regiónu a komunikuje ponuku turistického regiónu na domácich a zahraničných trhoch cestovného ruchu. Mesto Poprad ako destinácia je v tejto ponuke veľmi slabo zastúpená.

Úroveň destinácie – destinačný manažment Mesta Poprad (oddelenie Strategického rozvojového manažmentu, MIK Poprad, OOCR RVT, podnikatelia a i.) je hlavnou výkonnou zložkou marketingovej komunikácie s potenciálnymi a skutočnými návštevníkmi destinácie.

V rámci tejto návrhovej časti sa zameriame na marketingovú komunikáciu destinácie (mesto Poprad). Pri marketingovej komunikácii rozlišujeme dve úrovne marketingových aktivít, a to **Image destinácie** a stimuláciu dopytu.

3.6 TVORBA IMAGE DESTINÁCIE

Vytváranie a posilňovanie imidžu mesta je úlohou destinačného manažmentu. Imidž mesta Poprad by mal vychádzať zo základných pilierov ponuky cestovného ruchu a je odrazom primárnej ponuky destinácie. Budovanie imidžu je zdĺhavý proces a musí byť podporovaný dobre nastavenou dlhodobou komunikačnou kampaňou v celoštátnych médiách. Zároveň by sa nemala podceňovať dôsledná propagácia novovytvorených produktov destinácie, ktoré dávajú imidžu konkrétnejšie črty.

Súčasný imidž mesta Poprad nie je jasne zadefinovaný a verejnosť vníma mesto v troch súvislostiach:

1. Poprad „vstupná brána“ do Tatier
2. AquaCity Poprad
3. Poprad „Festival horských filmov“

Mesto Poprad potrebuje do budúcnosti jasne zadefinovaný status formálneho i neformálneho centra turistického regiónu Tatier a v širšom kontexte Prešovského kraja. Ďalej je nevyhnutné voči verejnosti prezentovať svoje jednotlivé mestské časti (Poprad, Spišská Sobota, Veľká, Matejovce, Stráže pod Tatrami a Kvetnica) ako ucelenú destináciu. V ponuke regiónu Tatier musí vyčnievať a prekonať tak zaužívanú tradíciu byť vnímané len ako súčasť ponuky širšieho regiónu Tatier. Naopak, Poprad musí v rámci ponuky mesta začleniť región Tatry.

Výhodou mesta Poprad je, že sa môže profilovať ako mesto priateľských stretnutí spojených s kultúrou, pohybom, relaxom, dobrou gastronómiou v blízkosti krásnej prírody. Rastúci záujem turistickej verejnosti o Vysoké Tatry musí byť dobrou marketingovou komunikáciou mesta využitý v prospech Popradu. Oblasť kultúry a bohatého spoločenského života mesta je jedna z možností ako konkurovať Tatrám.

Dobre vytvorený imidž mesta by mal vzbudzovať nevšednú atmosféru pohodového mesta, kde sa chceme stretávať s priateľmi, mesta s bohatou ponukou kultúry, dobrého jedla spojeného s históriou a tradíciami. Kampaň zameraná na budovanie imidžu Popradu by mala mať dobre vybraný slogan, napr.: „**Poprad mesto tradičných chutí a poznávania**“, ktorý reprezentuje každodenné možnosti a sľubuje, že sa návštevník nesklame. Do mediálnej kampane by sa malo začleniť logo destinácie, ktoré by malo korešpondovať s obsahom imidžu mesta Poprad, ako po vizuálnej a obsahovej stránke, tak i po emočnej.

Mediálna kampaň zameraná na imidž by sa mala sústrediť na rekreačné miesta v Tatrách a miesta, ktoré sú po trase Bratislava – Prešov, smerom na sever Stará Ľubovňa, Poľsko a samozrejme, že na všetky krajské mestá s dôrazom na Bratislavu. Mesto svojou polohou má veľký potenciál využiť cielené reklamné plochy (billboardy na diaľnici D1, priestory Letiska Poprad – Tatry, autobusovej a vlakovej stanice a cielenú internetovú kampaň s využitím potenciálu Google AdWords a sociálnej siete Facebook.

3.7 STIMULÁCIA DOPYTU

Druhou úrovňou marketingovej aktivity, ktorá by mala byť súčasťou marketingovej komunikácie Mesta Poprad, je stimulácia dopytu. Cieľom je nasmerovať dopyt do destinácie. Komunikácia by tak mala vychádzať z imidžu kampane, ktorú zefektívni, ale zároveň jej umožní zamerať sa na konkrétne vybrané produkty a vyšpecifikované segmenty.

Stimulácia dopytu prostredníctvom komunikačnej kampane musí byť správne načasovaná. Pre domáci trh v rámci Slovenska je dobré, aby kampaň vrcholila mesiac pred začiatkom letnej i zimnej turistickej sezóny, lebo vtedy je fáza rozhodovania o výbere destinácie najvyššie. Marketingová komunikácia by mala byť viac zdrojová. Vybrané témy a cieľové skupiny komunikuje Mesto Poprad a podnikatelia by sa mali zamerať na svoju špecifickú klientelu. Dôležité je však pri spoločnej marketingovej komunikácii zachovať korporátny dizajn, minimálne na úrovni loga destinácie, aby fungoval ako vodiaci znak pre návštevníkov, eventuálne ich naviedol k ďalším informáciám napr. na internetovom portály.

Pre mesto Poprad je dôležitá marketingová komunikácia vo vnútri regiónu. Destinačný manažment môže významne ovplyvňovať dopyt z regiónu Tatier po špecifických službách

(kultúra, kúpanie, nakupovanie, spoločenské akcie, festivaly, podujatia, história, gastronómia). Dôležité je tak pôsobiť na turistov dovolenkujúcich v okolí mesta, ktorí sa musia dozvedieť o možnostiach návštevy Popradu a mať dôvod toto mesto navštíviť.

Marketingová komunikácia orientovaná na zahraničného návštevníka je finančne náročná, preto je dobré zvážiť spoločnú propagáciu v rámci propagácie Slovenska v spolupráci so Sekciou cestovného ruchu Ministerstva dopravy a výstavby SR a Ministerstvom zahraničných vecí a európskych záležitostí SR. Poprad by mal aktívne propagovať mesto prinajmenšom na hraničných prechodoch v Informačno-predajných centrách NDS, v Bratislave a takisto sa zamerať na prihraničné oblasti s Poľskom. Čo sa týka iných krajín v popredí je internetová komunikácia (slovakia.travel a i.). Poprad ako tranzitné mesto má najlepšie podmienky pre billboardy popri cestách, na letisku, vlakovej a autobusovej stanici.

Významnú úlohu v komunikácii v destinácii zohráva informačné centrum. Kvalita služieb, ústretovosť personálu a poskytnuté informácie vo veľkej miere ovplyvňujú spokojnosť a celkový dojem z destinácie, čo vo veľkej miere určuje, ako strávia svoj čas v destinácii a aké služby využijú. Poprad má dobre vybavené mestskú informačnú kanceláriu na strategickom mieste v centre Popradu, Infopint na železničnej stanici a v mestskej časti Spišská Sobota. Dobre vybudovaný informačný a navigačný systém mesta je takisto súčasťou komunikácie v destinácii, rovnako ako dopravná obsluha.

Komunikačné nástroje pre jednotlivé druhy marketingovej komunikácie Mesta Poprad

- Veľkoplošná reklama (billboardy) umiestnená na prístupových strategických miestach do Popradu, hraničných prechodoch, letisku, vlakovej a autobusovej stanici vizualizujú imidž destinácie vo schválenej korporátnej identite.
- Printové médiá podporujú imidž prostredníctvom PR článkov, platenej reklamy v celonárodných periodikách.
- Rozhlas, televízia – platené spoty vyrobené v duchu korporátnej komunikácií (slogany)
- Internet – najsilnejší nástroj s najväčším dosahom na cieľové skupiny (Google WordPress s prepojením na sociálne siete)
- Turisticko-informačný internetový portál – zohráva kľúčovú rolu pri tvorbe imidžu destinácie a umožňuje presné zacielenie na vybrané segmenty trhu (cieľové skupiny návštevníkov) a poskytuje aktuálne informácie o dianí a službách v meste Poprad
- Printové reprezentatívne materiály – vytvorené v korporátnom dizajne a propagujúce mesto prostredníctvom sloganov „**POPRAD – MESTO ZÁŽITKOV S PRIATELMI**“, prípadne „**POPRAD – MESTO TRADIČNÝCH CHUTÍ A POZNÁVANIA**“ a i., s obsahom základných turistických informácií s grafickým znázornením Popradu v rámci Európy.
- Turistické informačné centrum (MIC Poprad) – centrum informačnej siete v destinácii, v rámci ktorej koordinuje obojstranný tok informácií medzi destináciou a jej návštevníkmi.

8. VÍZIA PRE CESTOVNÝ RUCH V POPRADE DO ROKU 2020

Do roku 2020 sa Poprad stane turistickým centrom regiónu Tatier, hlásiac sa k historickému odkazu a tradíciám, ponúkajúc svojim návštevníkom zážitky spojené nielen s kultúrou, športom a gastronómiou, ale je známy ako destinácia festivalov a podujatí. Zároveň je i mestom priateľov a mladých aktívnych ľudí, mestom, ktoré sa správa dobre k svojim občanom i návštevníkom, poskytuje kvalitné služby a vytvára veľa dôvodov, prečo sa sem vrátiť.

Mesto Poprad bude charakterizovať niekoľko sloganov, ktoré sa formovali na základe predchádzajúcej analýzy a vyjadrujú základné turistické piliere, z ktorých vychádza ponuka destinácie

„POPRADE – MESTO ZÁŽITKOV S PRIATEĽMI“

**„POPRADE – MESTO TRADIČNÝCH CHUTÍ
A POZNÁVANIA“**

**„POPRADE – MESTO POHYBU A RELAXU MEDZI
HORAMI“**

„POPRADE – KULTÚRNE MESTO POD TATRAMI“