

Vízia mesta ako centra cestovného ruchu, kultúry a športu

Mgr. Peter Gogola, primátor



Banská Bystrica

21. 6. 2011

**SWOT analýza
aktuálnej situácie Banskej Bystrice
ako turistickej destinácie**



Banská Bystrica

21. 6. 2011

Silné stránky (Strenghts)

- Vhodné prírodné, klimatické a kultúrne podmienky pre rozvoj cestovného ruchu
- Množstvo minerálnych, termálnych a liečivých prameňov v okolí
- Výhodná geografická poloha v centre Slovenska
- Po vstupe do Schengenu križovatka kraja pre tok tovarov a služieb medzi novými členskými štátmi EÚ



Silné stránky (Strenghts)

- Dostatok voľnej pracovnej sily (kvantita)
- Vzdelanostná úroveň, vzhľadom na existenciu stredného a vysokého školstva v oblasti cestovného ruchu
- Významný potenciál pre väzby zahraničný investor – subdodávateľ z regiónu (prázdny trh)
- Hustota regionálnej cestnej a železničnej siete



Slabé stránky (Weaknesses)

- Nedostatočná (takmer absentujúca) komunikácia BB ako turistickej destinácie
- Chýbajúce imidžotvorné podujatie celoslovenského významu, ktoré by výskytom v médiách zabezpečovalo publicitu samotného mesta
- Chýbajúce konkrétne produkty turistického ruchu v samotnom meste



Slabé stránky (Weaknesses)

- Rezervy v proklientskom prístupe u pracovníkov v službách
- Malá podpora rozvoja živnostníctva a remeselných výrob zo strany štátu všeobecne
- Nedostatočné využitie informačných technológií v sektore cestovného ruchu
- Nedostatočné nadregionálne prepojenie v dopravnej infraštruktúre
- Nevyhovujúci dopravno - technický a stavebný stav časti regionálnej dopravnej infraštruktúry (cesty, mosty, trate)



Príležitosti (Opportunities)

- Využitie historického, kultúrneho a prírodného potenciálu pre rozvoj cestovného ruchu
- Možnosť dobudovania základných dopravných systémov a ich napojenie na medzinárodné dopravné koridory
- Využitie kapacít letiska Sliač pre pravidelnú leteckú dopravu
- Tvorba dominantného podujatia a rôznych atrakcií, ktoré by sa naviazali na značku



Príležitosti (Opportunities)

- Vytváranie priaznivejších podmienok pre podnikanie v cestovnom ruchu
- Vstup nových investorov
- Podpora živnostenského, remeselného podnikania a samozamestnávania v regióne
- Rozvoj podnikateľských aktivít s vysokým stupňom pridanej hodnoty
- Zvyšujúci všeobecný záujem o vidiecky turizmus a agroturizmus, čo môže byť zdrojom fakultatívnych programov do okolia pri pobyte v BB



Ohrozenia (Threats)

- Chýbajúca stratégia a koncepcia, živelnosť rozvoja turizmu, neprofesionalita pri koncepcii riadenia
- Chýbajúce financie vyhradené pre rozvoj tohto odvetvia
- Chýbajúce vytvorenie inštitúcie, ktorá bude dlhodobo koncepčne marketingovo podporovať predaj produktov cestovného ruchu



Ohrozenia (Threats)

- Odliv kvalifikovaných pracovníkov z regiónu
- Pokračujúci rast podielu sociálne marginalizovaných skupín obyvateľstva a mládeže (skupiny na okraji spoločnosti) s negatívnymi dopadmi na vývoj kriminality a tým znižovanie príťažlivosti destinácie
- Technologické a poznatkové zaostávanie



DEFINOVANIE CIEĽOV CR v meste

- Vytvorenie a zdefinovanie značky mesta
- Vytvorenie sloganu mesta
- Vytvorenie systému na sledovanie a hodnotenie indexu imidžu značky, indexu ochoty návštevy, spokojnosti a návratnosti



DEFINOVANIE CIEĽOV CR v meste

- Určiť kľúčové trhy
- Definovať cieľové a produktové skupiny
- Osloviť a získať investorov v oblasti CR a s ním súvisiaceho priemyslu



DEFINOVANIE CIEĽOV CR v meste

- Zvýšiť počet návštevníkov mesta a regiónu
- Predĺžiť dĺžku pobytu
- Nárast priemerného výdavku na osobu a deň



ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA

- tri možnosti organizačného zabezpečenia výkonov samosprávy pre komunikáciu, rozvoj turizmu, kultúru a šport:

a) samostatný útvar

– v rámci úradu (napr. oddelenie rozvoja cestovného ruchu)

- personálne nezvládnuteľné
- pracovníci nemajú manažérsky prístup



ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA

b) zmluvné spojenie

– napr. so súkromným sektorom, inou organizáciou

- zmluvné spojenie je ohraničené konkrétnym projektom a časom
- orientácia na CR sa musí napláňovať na dlhšie obdobie a neobmedzený počet projektov
- samostatný subjekt nie je adekvátnym a akceptovaným partnerom pri vyjednávaní jednotlivých projektov, kde partnermi sú samospráva, VÚC, štátna správa, rôzne združenia, zväzy, súkromný sektor, armáda, cirkev a pod.



ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA

c) osobitný podnik

- zriadený s podstatným vplyvom samosprávy
- Komunikačná agentúra mesta so zameraním na komunikáciu a rozvoj cestovného ruchu, kultúry a športu
- záruka - ekonomické výsledky agentúry budú hnacím motorom tohto projektu



Mestská komunikačná agentúra - POSLANIE

- bude napojená na mestský, štátny a súkromný rozpočet
- poslanie komunikačnej agentúry je:
 - vytvorenie značky mesta
 - zvýšenie poznanosti značky mesta
 - vytvorenie jednotného vizuálu a komunikačnej línie mesta



Mestská komunikačná agentúra - POSLANIE

- identifikácia miestnych turistických atrakcií
- kompletný informačný servis pre návštevníkov, lokálne značenie
- vydávanie propagačných materiálov a vedenie centrálnej www stránky



Mestská komunikačná agentúra - POSLANIE

- evidencia a certifikácia lokálnych prevádzok (ubytovanie, gastronómia, zariadenia, podujatia, rarity)
- podpora výroby a výkonu predaja a distribúcia suvenírov
- (spolu)organizácia ťažiskových a tradičných podujatí



Mestská komunikačná agentúra - POSLANIE

- vedenie databázy osobností, rodákov, zaujímavostí, rarít, archívu fotografií a ostatných materiálov
- organizácia spoločných prezentácií mesta a regiónu na veľtrhoch cestovného ruchu
- spoločné semináre pre miestnych podnikateľov, živnostníkov a ostatných aktivistov v lokálnom cestovnom ruchu
- zapojenie mesta do regionálnych štruktúr typu klaster a spolupráca s ním



Banskobystrická Grilliáda



Grilliáda
nám. SNP 8. 10. 2011

**Pôda v meste
bude žeravá!!!**

www.grilliada.sk

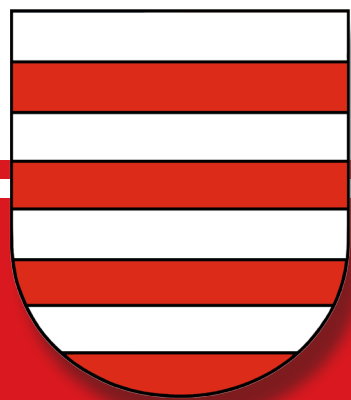
Banská
Bystrica 
Moja srdcová
záležitosť



Banská Bystrica

21. 6. 2011

Ďakujem za pozornosť



Banská Bystrica

21. 6. 2011