



***Marketingová štúdiá na rozvoj cestovného
ruchu v regióne
MESTO FIĽAKOVO A JEHO OKOLIE***



2007



MAGYARORSZÁG
SLOVENSKO
УКРАЇНА
Neighbourhood Programme



**Projekt
„Novohradské turisticko-informačné centrum vo Filákově“
/HUSKUA 0502/072, 14410100119/**

**je podporený Iniciatívou Interreg III A - Program Susedstva Maďarská
Republika – Slovenská Republika – Ukrajina
2004-2006**

Dĺžka trvania projektu: 07. 11. 2006 – 30. 04. 2008

**Na tvorbe Marketingovej stratégie na rozvoj cestovného ruchu v regióne mesta
Filáková spolupracovali:**

Autor: Ing. Michaela Hrnčiarová, ZRJS -RRA Lučenec

Spolupracujúce subjekty: predstavitelia neziskového sektora v meste Filákově
predstavitelia podnikateľského sektora
predstavitelia MsÚ Filákově

**PROJEKT JE SPOLUFINANCOVANÝ Z PROSTRIEDKOV EURÓPSKÝCH
SPOLOČENSTIEV**

Názory v ňom vyjadrené sú výlučne názormi Mesta Filákově a nevyjadujú žiadnym
spôsobom oficiálny názor Európskej únie.

OBSAH

Úvod	5
1. Predstavenie regiónu Fil'akovo a jeho okolia	
A. Audit zdrojov	
A.1 Prírodné podmienky	6
A.2 Ľudské zdroje, sociálna politika	7
A.3 Miestna ekonomika	13
A.4 Životné prostredie	14
A.5 Školstvo, kultúra a šport	15
A.6 Cestovný ruch	18
B. Ponuka služieb – produkty CR	
B.1 Infraštruktúra cestovného ruchu	19
B.2 Supraštruktúra cestovného ruchu.....	19
B.3 Všeobecná infraštruktúra	20
C. Inštitucionálne zabezpečenie služieb.....	21
D. SWOT analýza	24
2. Prognózy do budúcnosti	
A. Trendy v oblasti ponuky a dopytu vo svete do roku 2010.....	29
B. Nadregionálna koncepcia rozvoja CR	30
C. Regionálna koncepcia rozvoja CR	33
3. Stratégia územia v oblasti CR	
A. Vízia regiónu	35
B. Dlhodobé ciele	35
C. Krátkodobé ciele	35
4. Marketing územia	
A. Vytvorenie značky.....	37
B. Segment trhu	37
C. Dostupnosť	37
D. Produkt	38

<i>E. Cenová politika</i>	<i>55</i>
<i>F. Propagácia, práca s verejnosťou</i>	<i>56</i>
<i>G. Distribúcia</i>	<i>57</i>
<i>H. Inštitucionálne zabezpečenie – organizácia rozvoja cestovného ruchu v regióne</i>	<i>57</i>
<i>5. Implementačný plán</i>	<i>59</i>

Úvod

Cestovný ruch sa v transformujúcej ekonomike stal perspektívnym odvetvím na Slovensku. Odkedy Slovenská republika existuje ako samostatný štát, prezentácia krajiny ako cieľového miesta cestovného ruchu nadobúda stále väčší význam. Je to spôsobené tým, že Slovensko ako nový štát na mape Európy je na medzinárodnom trhu cestovného ruchu pomerne neznáma krajina.

Krajina ako cestovný cieľ sa dostane do povedomia vtedy, ak sa potencionálnemu účastníkovi cestovného ruchu sprostredkujú dostatočné informácie. Účastník cestovného ruchu si na základe dostupných informácií vytvára predstavu o cieľovom mieste a v konečnom dôsledku sa pre cestovný cieľ aj rozhoduje. Zabezpečiť pravidelný prísun informácií o cestovných cieľoch na trh cestovného ruchu je úlohou ich prezentácie.

Zámerom projektu „Novohradské turisticko-informačné centrum vo Filakove“ je zlepšiť všeobecnú ekonomickú situáciu v programovom území a konkurencieschopnosť v sektore cestovného ruchu s cezhraničným dopadom, zapojiť sa do fungujúcich cezhraničných štruktúr a tým zvýšiť možnosti pre efektívne využitie existujúceho potenciálu pre rozvoj cestovného ruchu v cezhraničnej oblasti BBSK.

S cieľom zabezpečenia jednotného rozvoja cestovného ruchu regiónu a jeho prezentácie navonok sa počas realizácie projektu vypracuje Marketingová stratégia na rozvoj cestovného ruchu v regióne mesta Filakovo a jeho okolia. Tým sa dosiahne vytvorenie strategického manažmentu a marketingu v oblasti cestovného ruchu pre mesto Filakovo a jeho okolie do roku 2013.

Tento dokument bude slúžiť ako nástroj pre čerpanie prostriedkov z národných zdrojov a zo štrukturálnych fondov EÚ na rozvoj infraštruktúry a supraštruktúry cestovného ruchu v regióne.

Metodika spracovania

Pri príprave relevantného dokumentu sme vychádzali z východiskovej situácie v regióne (z hľadiska priestorových, urbanistických, ekonomických, sociálnych, spoločenských, demografických, politických a iných vplyvov). Zvážili sme, aké sú záujmy predstaviteľov samosprávy, neziskového sektora a podnikateľského sektora, ktoré existujú v území v oblasti rozvoja cestovného ruchu a v spolupráci s nimi sme vypracovali SWOT analýzu. Ďalej sme sa zamerali na celosvetové a národné prognózy a stratégie do budúcnosti v oblasti cestovného ruchu, ktoré je nutné rešpektovať pri príprave relevantného dokumentu. S ohľadom na dispozície a schopnosti územia sme navrhli stratégiu a marketing územia, rešpektujúc dnešné možnosti a potreby v budúcnosti. Súčasťou dokumentu je implementačný plán, ktorý stanovuje mieru zodpovednosti za realizáciu jednotlivých aktivít uvedených v stratégii, zdroje finančného zabezpečenia a časový harmonogram realizácie aktivít.

Pri tvorbe dokumentu sme použili štatistické údaje, údaje od MsÚ Filakovo a výstupy zo stretnutí s občanmi, podnikateľmi, neziskovým sektorom pôsobiacim v meste Filakovo.

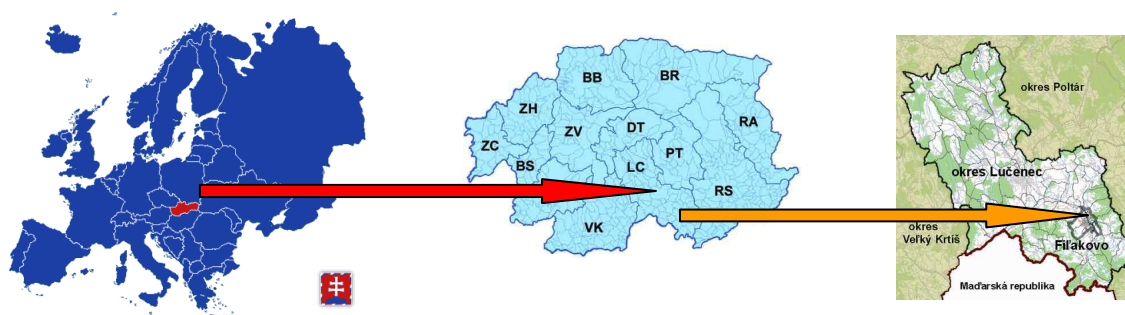
1. **Predstavenie regiónu Filákovu a jeho okolia**

A. Audit zdrojov

A.1 Prírodné podmienky

Poloha mesta a jeho okolia

Filákov sa nachádza v Banskobystrickom samosprávnom kraji v južnej časti okresu Lučenec, 15 km od hraničného priechodu Šiatorská Bukovinka – Somoskőújfalu. Filákov má rozlohu 16,2 km². Tvorí 2,03 % celkovej rozlohy okresu Lučenec. Intravilán mesta má rozlohu 3,5 km² a extravilán 12,7 km².



Geomorfológia

Z geomorfologického členenia leží Filákov v Matransko-slanskej oblasti v celku Cerová vrchovina v krajnom podcelku - Filákovská brázda. Brázdu tvorí niva riečky Beliny a príľahlá sprašová pahorkatina a má ráz kotlinovej malolesnej krajiny.

Zemepisná poloha: 48st 16min severnej zemepisnej šírky a 19st 50min východnej zemepisnej dĺžky. Stred mesta má nadmorskú výšku 193m, výškové rozpätie v chotári je 185 - 350 metrov. Rovinatý až vrchovitý povrch tvoria prevažne stredotretohorné pieskovce a ílovce, z ktorých vystupujú na juhovýchode mladotretohorné bazalty. Územie mesta budujú spodnomiocénne sedimenty dosahujúce mocnosť až 80 - 130 metrov. Západne od mesta sa v smere SZ - JV tiahne súvislý hrebeň tvorený produktmi finálneho vulkanizmu (čadiče a bazanity). Z nerastných surovín sa pri Filákovke vyskytujú: lejárske piesky, troskové lávy, andezit, čadič, tehliarska hlina a hnedé uhlie.

Geologický vývoj Filákova a okolia bol veľmi zložitý, prebiehal vo viacerých etapách a niekoľkokrát sa na jeho území vystriedali obdobia morskej i sladkovodnej sedimentácie s obdobiami horotvornými, sopečnými a obdobiami suchej zeme.

Fauna a flóra

Živočíšstvo nášho regiónu patrí do palearktiskej oblasti lesnej zóny, z hľadiska zoogeografického členenia do panonského pásma stepí. Emil Malesevich /1856-1911/, profesor gymnázia v Lučenci skúmal faunu okolia Lučenca /od roku 1876-1891/, zistil 898 rokov s 1723 druhmi živočíchov. RNDr. Zoltán Molnár /1909-1987/ profesor gymnázií v Lučenci a vo Filákovke, ornitológ /autor článkov

z avifauny Filakova a okolia/ so spolupracovníkmi sústredil exponáty aj fauny v mestskom múzeu vo Filakove.

V sledovanom regióne sú bohato zastúpené motýle – evidovaných okolo 80 druhov, v Cerovej vrchovine žije 73 druhov vtákov. Druhové zastúpenie živočíchov ilustrujeme zo SPR Šomoška napr. mäkkýše /53 druhov/, vtáky /54 /, cicavce /18/, plazy /6 druhov - napr. chránené sú Salamandra škvrnitá, Užovka stromová a d./, obojživelníky /8/, bohato je zastúpená entomofauna /hmyz/.

Filakovský hrad – zistili sa tu 2 druhy obojživelníkov: Bombida bombida /Kunka obyčajná/, Bufo bufo /Ropucha obyčajná/, 3 druhy plazov: Lacerta viridus /Jašterica zelená/, Lacerta muralis /Jašterica múrová/, Coronella austriaca /Užovka hladká/ a ďalšie živočichy /data banka fauny Filakovský hrad – 7784/. Z poľovnej zveri v okolí Filakova žijú: jelenia, srnčia a danielia zver, bažanty, zajace, divé kačky, líška, divá macka, kuna, muflón, diviaky. V minulom storočí tu bol odstrelený aj medveď.

Z fytografického hľadiska územie regiónu patrí do pannónskej oblasti /Pannonicum/ Matranskej suchomilnej kveteny. Flóra /kvetenstvo/ Novohradu je veľmi bohatá, len v Cerovej vrchovine sa vyskytuje viac ako 1200 druhov vyšších rastlín. K typickým predstaviteľom panónskej vegetácie, ktoré nachádzame na stanovištiach stepného a lesostepného charakteru, alebo v podrastoch teplomilných dubových a dubovo-hrabových lesov patria: poniklec lúčny ceský, kosatec nízky, mechúrník stromovitý, kostrava valeská, kostrava padalmátska, nátržník piesočný, zalofúz južný, zlatovlások obyčajný, kavyľ vlásokový, ruža galská, čerešňa mahalebková, kocúrník panónsky, hlaváčik jarný, hadinec červený, kotúč poľný, asparagus lekársky ...

Klíma

Klimatické podmienky v mikroregióne Obručná a vo Filakove sú – vzhľadom na kopcovitý terén – vyrovnané. Ročná priemerná teplota sa pohybuje okolo 7-8 C°. Vo vyšších regiónoch priemerná januárová teplota je od –2,5 C° do –6 C°, v júli je 17-19,5 C°. Ročný priemer zrážok sa pohybuje medzi 600-850 mm. Územie mikroregiónu je poveternostne chránené (vdaka okolitých hôr - Karpaty a Matra). Priemerná ročná rýchlosť vetra je mierna. Charakteristický smer vetra je severozápadný. Pokrytie územia snehom v ročnom priemere je 40 – 50 dní.

A.2 Ľudské zdroje, sociálna politika

Demografický vývoj

Údaje z dvoch nasledujúcich tabuliek ukazujú vývoj počtu obyvateľov od r. 1964 do r. 2004. Kým v rokoch 1994 až 2004 bol zaznamenaný len veľmi nepatrný nárast resp. pokles počtu obyvateľstva, v 60-tych, 70-tych a 80-tych rokoch bol tento nárast veľmi výrazný a to z dôvodu rozmachu veľkých podnikov na území mesta (napr. KOVOSMALT národný podnik a MIER národný podnik) a tiež prudko rozvíjajúceho sa poľnohospodárstva (Štátny majetok Filakovo). Stagnácia počtu obyvateľov od roku 1994 je dôsledkom nedostatku pracovných príležitostí po zániku uvedených hospodárskych subjektov.

Tab. 1 - Vývoj počtu obyvateľov podľa rokov

Mesto	Rok 1964	Rok 1974	Rok 1984	Rok 1994	Rok 2004
Filakovo	6842	8349	8956	10205	10401

Zdroj: ŠÚ SR, MsÚ

Tab. 2- Počet obyvateľov podľa pohlavia k 30.6.2004

Mesto	Rok 2000		Rok 2001		Rok 2002		Rok 2003		Rok 2004	
	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž
Filakovo	4918	5399	4877	5321	4853	5476	4860	5406	4929	5472
	Spolu		Spolu		Spolu		Spolu		Spolu	
	10317		10198		10329		10266		10401	

Zdroj: ŠÚ SR, MsÚ – muži, Ž – ženy

Tab. 3 - Trvalo bývajúce obyvateľstvo podľa údajov ŠÚ - rok 2004

Mesto	Počet obyvateľov spolu	Trvalo bývajúce obyvateľstvo podľa ŠÚ					Poznámka
		vo veku					
		Deti 0-14	Muži 15-59	Ženy 15-54	Muži 60+	Ženy 55+	
Filakovo	10401	1488	3544	3415	628	1326	

Zdroj: ŠÚ SR, MsÚ

Tab. 4 - Prírodný pohyb obyvateľstva podľa pohlavia

Mesto Filakovo	Rok 1998	Rok 1999	Rok 2000	Rok 2001	Rok 2002	Rok 2003
<i>Narodení spolu:</i>	138	115	124	133	114	130
muži	68	66	70	72	63	64
ženy	70	49	54	61	51	66
<i>Zomrelí spolu:</i>	117	112	134	100	90	111
muži	58	69	77	50	44	60
ženy	59	43	57	50	46	51
<i>Prírodný prír. (-úbyt.)</i>	20	3	-10	33	24	19
muži	10	-3	-7	22	19	4
ženy	10	6	-3	11	5	15

Zdroj: Štatistický úrad SR – Krajská správa v Banskej Bystrici

Tab. 5 - Pohyb obyvateľstva (2003-2004).

Mesto	Živonarodení	Zomrelí	Prírodný prírastok	Prisťahovaní	Vystáňovaní	Saldo imigrácie	Celkový prírastok úbytok	Poznámky
Filakovo	225	190	35	361	261	100	135	

Zdroj: MsÚ

Aj keď dochádza k miernemu nárastu počtu obyvateľov, väčší prírastok v dôsledku narodení a prisťahovania je v sociálne najslabšej a najmenej vzdelanej vrstve obyvateľstva. Naopak väčšinu vystáňovaných tvoria vzdelaní mladí ľudia, ktorí odchádzajú za účelom lepších možností získania zamestnania. V konečnom dôsledku to spôsobuje odliv mladej, vzdelanej pracovnej sily, nízku vzdelanostnú úroveň v radoch nezamestnaných s následnou vzrastajúcou mierou spoločenskej deviácie.

Tab. 6 - Veková štruktúra obyvateľstva (2003-2004).

Mesto	Predproduktívni	Produktívni	Poproduktívni	Index starnutia	Priemerný vek
Filakovo	1488	6959	1954		37

Zdroj: ŠÚ SR, MsÚ

Z tabuľky č.7 je možné zistiť, že 66,9 % obyvateľov Filakova je v produktívnom veku, zatiaľ čo obyvateľstvo v predproduktívnom veku predstavuje len 14,3 %. Priemerný vek je 37 rokov.

Nasledujúca tabuľka uvádza, že v roku 2001 sa k slovenskej národnosti hlásilo 30% obyvateľstva, k maďarskej národnosti sa hlásilo 64% obyvateľstva, k rómskej národnosti sa hlásilo 4% obyvateľstva a ostatné 2% tvorili obyvatelia českej, rusínskej, ukrajinskej a inej národnosti. Skresľujúci je 4%-ný podiel obyvateľov rómskej národnosti, v skutočnosti ich počet prevyšuje 25%.

Tab. 7 - Bývajúce obyvateľstvo podľa pohlavia a podľa národnosti - 2001

Mesto Filakovo	Počet obyvateľov	národnosť						
		Slovenská	Maďarská	Rómska	Česká	Rusínska	Ukrajinská	Iná
muži	4877	1466	3115	220	11	0	1	64
ženy	5321	1613	3453	191	26	1	7	30
Spolu	10198	3079	6568	411	37	1	8	94

Zdroj: Štatistický úrad SR – Krajská správa v Banskej Bystrici

Trh práce (zamestnanosť a nezamestnanosť)

Filakovo do začiatku 90-tych rokov bolo významným priemyselným centrom nielen okresu Lučenec ale aj Stredoslovenského kraja, nakoľko KOVOSMALT n.p. Filakovo zamestnával približne 3500 zamestnancov, MIER n.p. (neskôr NOVONA) približne 1000 zamestnancov a v poľnohospodárstve v Štátnom majetku Filakovo pracovalo ďalších približne 1000 zamestnancov. Značný počet obyvateľov bol zamestnaný v službách (obchody, reštaurácie, miestny priemysel ...) a v doprave (železničná, autobusová doprava). V súčasnosti najviac ekonomicky aktívneho obyvateľstva pracuje v priemysle a vo verejnej správe.

Po zrušení veľkých priemyselných podnikov je vo Filakove evidovaných 1610 nezamestnaných (23,16% miera nezamestnanosti), ktorých zloženie je uvedené v tabuľkách na nasledujúcich stranách. Do roku 2002 mal počet nezamestnaných rastúcu tendenciu, od roku 2004 mierne klesá. Je to dôsledok rozvoja nových podnikateľských subjektov ako napr. THORMA-VÝROBA, FESTAP, EKOLTECH, CRAMER-SLOVAKIA, KONAS, ZÓNA a rôznych menších firiem na spracovanie dreva.

Tab. 8 - Bývajúce obyvateľstvo ekonomicky aktívne podľa pohlavia, dochádzky do zamestnania -2001

Mesto Filakovo Odvetvie hospodárstva	Ekonomicky aktívne osoby			
	Muži	Ženy	Spolu	z toho odchádza do zamestnania
Poľnohospodárstvo, poľovníctvo a súvisiace služby	132	52	184	33
Lesníctvo, ťažba dreva a pridružené služby	18	4	22	5
Rybolov, chov rýb	-	-	-	-
Ťažba nerastných surovín	20	2	22	17
Priemyselná výroba	799	670	1469	114
Výroba a rozvod elektriny, plynu a vody	37	10	47	3
Stavebníctvo	126	10	136	57
Veľkoobchod a maloobchod, oprava motorových vozidiel, motocyklov a spotrebného tovaru	138	274	412	84
Hotely a reštaurácie	57	95	152	24
Doprava skladovanie a spoje	238	94	332	73
Peňažníctvo a poisťovníctvo	8	32	40	17
Nehnuteľnosti, prenajímanie a obchodné služby, výskum a vývoj	63	33	96	30
Verejná správa a obrana, povinné sociálne zabezpečenie	333	235	568	111
Školstvo	82	250	332	84
Zdravotníctvo a sociálna starostlivosť	30	138	168	58
Ostatné verejné, sociálne a osobné služby	54	73	127	25
Súkromné domácnosti s domácim personálom	0	1	1	1
Exteritoriálne organizácie a združenia	-	-	-	-
EA bez udania odvetví	581	527	1108	66
Spolu	2716	2500	5216	802

Zdroj: Štatistický úrad SR – Krajská správa v Banskej Bystrici

Vývoj miery nezamestnanosti vykazuje síce klesajúci trend, ktorý však bez zvýšenia vzdelanostnej úrovne nezamestnaných a výraznejších investičných tokov bude mať časom klesajúcu tendenciu, až môže prerásť do vytvorenia širokej vrstvy takmer nezamestnateľných skupín obyvateľstva.

Tab. 9 -Počet evidovaných nezamestnaných v roku 2004

Mesto	Celkom	-16	17-20	21-25	26-35	36-45	46-55	56-60
Filakovo	1610	8	156	239	388	384	375	60

Zdroj:ÚPSVaR

Tab. 10 -Počet evidovaných nezamestnaných podľa rokov

Mesto	Rok 2000	Rok 2001	Rok 2002	Rok 2003	Rok 2004
Filakovo	1535	1944	1970	1767	1610

Zdroj: ÚPSVaR

Tab. 11 -Počet evidovaných nezamestnaných podľa pohlavia (2000-2004)

Mesto	Rok 2000		Rok 2001		Rok 2002		Rok 2003		Rok 2004	
Filakovo	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž
	784	751	1028	916	1044	926	927	840	812	798
	Spolu		Spolu		Spolu		Spolu		Spolu	
	1535		1944		1970		1767		1610	

Zdroj: ÚPSVaR

Tab. 12 -Absolventi pred prvým zamestnaním 2004 (najvyššie ukončené vzdelanie)

Mesto	Celkom	Základné školy		Stredné učňovské školy		Stredné odborné školy		Stredné priemys. školy		Gymnázium		Vysoké školy	
		počet	%	počet	%	počet	%	počet	%	počet	%	počet	%
Filakovo	69	0	0	19	28	18	26	25	36	4	6	3	4

Zdroj: ÚPSVaR

Sociálna politika

Sociálne zariadenia

V meste Filakovo funguje len Klub dôchodcov organizačne patriaci pod MsÚ. Stretávajú sa v ňom pravidelne dve dôchodcovské organizácie:

1. Klub dôchodcov pri MsÚ s členskou základňou okolo 120 ľudí využíva priestory na stretnutia – posedenia svojich členov 3x týždenne – v pondelok, stredu a piatok od 13.00 do 18.00 hod.,
2. Jednota dôchodcov na Slovensku – MO má vyše 600 členov z Filakova i z okolitých dedín, v priestoroch majú služby pre svojich členov každý utorok od 9.00 do 10.30 a uskutočňujú tu niektoré menšie akcie, pri väčších podujatiach sú nútení usporiadať ich podľa plánovanej účasti v iných kultúrnych alebo pohostinných podnikoch, čo im značne zvyšuje výdavky na činnosť.

Priestory Klubu dôchodcov sú v starom rodinnom dome, patriacom cirkvi, v užívaní mesta, sú tu tri menšie miestnosti, kapacita maximálne 40 osôb, čo na rozšírenie služieb v tejto oblasti nepostačuje.

Deficit sociálnych zariadení

Mesto a ani iná právnická osoba neprevádzkuje domov dôchodcov, občania sú umiestnení zväčša v domovoch dôchodcov (DD) v Lučenci, v Čiži, a v iných DD mimo regiónu. Pritom záujem o DD je veľký, v meste je viac ako 2000 dôchodcov.

Chýba útulok, prípadne nocľaháreň, i keď kapacitne nie je ich vybudovanie bezpodmienečne nutné, sporadicky sa objavujú 2-3 bezdomovci, avšak väčšinou umiestnenia v takýchto zariadeniach odmietajú.

Chýba aj kuchyňa – vývarovňa a práčovňa pre dôchodcov, ale tieto služby zabezpečujú iné subjekty a prostredníctvom opatrovateliek čiastočne aj mesto.

Sociálne služby

Mesto poskytuje v súčasnosti 60 občanom opatrovanie a zabezpečenie nevyhnutných úkonov prostredníctvom 26 opatrovateliek a opatrovateľov, ktorí sú zamestnancami mesta. Na výkon opatrovateľskej služby mesto dostáva finančné prostriedky z výnosu dane z príjmov poukazovanej prostredníctvom Daňového úradu vo Filakove zo štátneho rozpočtu. Počet žiadateľov mierne rastie a v priebehu roka bude potrebné zvýšiť úväzok v rámci opatrovateľských služieb. Opatrovateľská služba zabezpečuje okrem základných životných úkonov (hygiena, podávanie stravy, liekov...) aj ďalšie úkony – nákupy, donášku obedov, výpis a donášku liekov, vybavovanie úradných záležitostí, pranie, upratovanie a pod.

Stav opatrovateliek z povolaní sa za 2 roky zvýšil z 5 na 11, a preto je potrebné nájsť vyhovujúce sídlo Opatrovateľskej služby (OS).

V službách je najväčší deficit v poskytovaní OS aj vo večerných hodinách a cez víkendy, nakoľko OS poskytovaná mestom je len v pracovných dňoch od 7.00 do 15.00.

Dôchodcovia tiež veľmi žiadajú poskytovanie pedikúry, ale túto službu nechce poskytovať žiadny subjekt.

Zdravotnícke služby

V meste sa nachádza poliklinika, ktorá poskytuje zdravotnícke služby v dvoch sídlach. Okrem 2-3 štátnych lekárov tam poskytujú služby aj súkromní lekári. Zdravotnícke služby sú poskytované aj v rámci podnikov.

Celkovo sa v meste nachádza 7 ordinácií pre dospelých, 4 ordinácie pre deti a dorast, 5 zubných ordinácií, interná ambulancia, chirurgická ambulancia, kožná, očná, ortopedická, rehabilitačná, dve gynekologické ordinácie, ale z týchto odborných väčšina neordinuje denne, ale len 2-3 dni v týždni. K dispozícii je tiež RTG a RAFO laboratórium. Zrušené bolo zubné RTG laboratórium, biologické laboratórium, sanitková doprava a detská pohotovostná služba.

Všetky uvedené odborné ordinácie by bolo potrebné skôr rozšíriť a vytvoriť aj ďalšie, napr. neurologickú, reumatologickú, urologickú, alergologickú ordináciu a obnoviť činnosť laboratória i zubného RTG.

Zdravotnícke služby ordinácií vo Filakove okrem cca 10 300 Filakovčanov využíva aj zhruba 4 000 občanov okolitých obcí.

Tab. 13 - Počet ambulancií polikliník a lekární /stav: rok 2002

Názov územia	Polikliniky samostatné	Lekárne a výdajne liekov	Samostatné ambulancie praktického lekára pre dospelých	Samostatné ambulancie praktického lekára pre deti	Samostatné ambulancie praktického lekára stomatóloga	Samostatné ambulancie praktického lekára gynekológa
Kraj BB spolu	7	117	299	153	303	80
Okres - Lučenec	1	9	31	18	34	11
Mesto - Filakovo	1	2	6	5	4	2

Zdroj: Štatistický úrad SR – Krajská správa v Banskej Bystrici

Tab. 14 - Zdravotníctvo

Mesto	Nemocnica	Ambulancia	Poliklinika	Zdravotné stredisko	Stomatológ	Lekárneň	Iné
Filakovo	0	1	1	0	5	2	

Zdroj: ŠÚ SR, MsÚ

A.3 Miestna ekonomika

Priemysel

Mesto aj napriek zániku veľkých priemyselných podnikov je stále priemyselným mestom. Na pôde bývalých veľkých podnikov vznikali viaceré menšie subjekty, ktoré prakticky zabezpečujú ten istý sortiment výroby len s menším počtom zamestnancov. S príchodom zahraničných investorov (THORMA-VÝROBA, CRAMER-SLOVAKIA) sa miera nezamestnanosti mierne znížila.

Tab. 15 – Priemyselné podniky

Priemyselné podniky nad 15 pracovníkov podľa odvetví	
Podniky	Produkcia
THORMA-VÝROBA	Vykurovací technika Súčiastky pre aut. priemysel Záhradný nábytok
FESTAP	Výroba smaltovaných vaní
CRAMER- SLOVAKIA	Vybavenie obytných príviesov
EKOLTECH	Nábytok
KONAS	Výroba lisovacích nástrojov
FIREZ	Spracovanie dreva
O.K. TREND	Stavebné práce, zemné práce, izolácie
COOPSTAV	Stavebné práce, zemné práce, izolácie

Služby

V oblasti služieb sa meste v súčasnosti nachádzajú súkromné firmy na zabezpečenie nasledovných služieb: oprava automobilov, pneuservis, sklenárstvo, krajčírstvo, kaderníctvo, holičstvo, šitie športových dresov, solárium, autoškola. Verejnoprospešné služby mesta Filakovo zabezpečujú okrem odvozu komunálneho odpadu aj údržbu verejnej zelene, správu mestského cintorína, čistenie miestnych komunikácií, verejné osvetlenie a záhradníctvo.

Obchod

Obchodná sieť v meste je zabezpečená prostredníctvom malých podnikateľov. Jediný veľký obchodný subjekt je CBA otvorený od roku 2001 a BILLA otvorená v roku 2006. Vzhľadom na veľkú nezamestnanosť v meste sú rozšírené predajne s tzv. čínskym tovarom, nakoľko mesačný príjem väčšiny obyvateľstva je nízky. Kvalitné, značkové predajne s cenovo náročnejším tovarom sú len málo zastúpené.

Malé a stredné podnikanie

Filakovo ako mesto bolo najväčším hospodárskym centrom okresu na prelome 90-tich rokov. Pri prechode na trhové hospodárstvo však najväčšie firmy ako KOVOSMALT š.p., MIER š.p. čakala reštrukturalizácia a likvidácia. Na ulicu sa dostalo zo dňa na deň niekoľko tisíc nezamestnaných ľudí. Po privatizácii časť z nich sa zamestnala v bývalých podnikoch, avšak väčšina bola nútená hľadať si prácu inde. Zamestnali sa v okolitých regiónoch, ale boli aj takí, ktorí sa za prácou museli sťahovať. Začala sa vytvárať vrstva malých a stredných podnikateľov a nútených živnostníkov. Ich počet sa na začiatku deväťdesiatich rokov rapídne zvyšoval. V súčasnosti je vo Filakove registrovaných 220 podnikateľských subjektov. Väčšina malých a stredných podnikateľských subjektov pracuje v oblasti služieb a obchodu (až 60%). Vo výrobnnej sfére podniká 13 subjektov, rozšírenou podnikateľskou činnosťou je drevársky priemysel (až 40 subjektov).

Podmienky pre podnikanie v meste sú ovplyvňované miestnymi danosťami a zvyklosťami. Vysoké percento nezamestnanosti (23,16%) síce hovorí o dostatočnom počte voľnej pracovnej sily, avšak nízka vzdelanostná úroveň a flexibilita, spojená s nízkou kúpyschopnosťou oklieštuje miestny rozvoj v podnikaní. Podnikateľské subjekty nie sú organizované, neexistuje inštitucionálne pozadie, profesionálna organizácia, ktorá by ich zastrešovala a hájila ich záujmy, starala sa o ich rozvoj a integráciu do európskych hospodárskych štruktúr. Pre podporu začínajúcich podnikateľských subjektov slúži novozriadený Podnikateľský inkubátor Filakovo.

V súčasnosti je v meste spracovaná Štúdia realizácie miestnej organizácie na hospodárky rozvoj, ako aj Strategický plán rozvoja mesta Filakovo. Tieto základné dokumenty, ako aj pripravovaný stavebný projekt podnikateľského inkubátora, spolu s podporou mestského zastupiteľstva dáva predpoklad úspešného napredovania rozvoja miestneho hospodárstva

A.4 Životné prostredie

Mesto je zásobované pitnou vodou z verejného vodovodu. Zdrojom pitnej vody je filakovská vetva skupinového vodovodu, ukončená vo vodojeme Filakovo s objemom 2 x 400 m³. Na jestvujúcu vodovodnú sieť je napojených 96,5% obyvateľstva t.j. 9 939 osôb s počtom vodovodných prípojok 1 199 (a 193 prípojok pre podnikanie a výrobu). Jestvujúci verejný vodovod nezabezpečuje bezproblémové zásobovanie pitnou vodou. Zásobné potrubie profilu DN 300 kapacitne nevyhovuje a vodojem s objemom 800 m³ zabezpečuje iba 14 % max. dennej potreby, keď normovaná potreba akumulácie má byť min.60 %.

V meste je vybudovaná verejná kanalizácia a ČOV, ktorá je v správe Stredoslovenskej vodárenskej spoločnosti a.s. Splašky sú odvádzané jednotnou kanalizáciou, základom kanalizačnej siete je kmeňová stoka, ktorá ústí do mestskej ČOV. Odvádzanie a zneškodňovanie odpadových vôd je nevyhovujúce, kanalizačná sieť je kapacitne preťažená, mestská ČOV je hydraulicky a látkovo preťažená. Odvádzané odpadové vody z mestských častí sa majú čistiť v zrekonštruovanej ČOV, pre výhľadový stav 12 350 obyvateľov. Neodkanalizovanú mestskú časť za potokom Belina je nutné riešiť novou, menšou ČOV.

V dôsledku celoplošnej plynofikácie ako kladný jav môžeme konštatovať zlepšenie čistoty ovzdušia v meste, čo je výsledkom využívania zemného plynu ako vykurovacieho média bytového fondu, výrobných prevádzok a objektov organizácii sídliačich na území mesta. Rastom ceny zemného plynu, ako aj elektrickej energie však tento priaznivý vývoj môže byť pozastavený a sú tu obavy, že nastúpi trend, hlavne u obyvateľstva, vrátiť sa k využívaniu tradičných palív na vykurovanie, tým môže nastať mierne zhoršenie kvality ovzdušia. Takýto vývoj však mesto nie je schopné eliminovať, je to dôsledok zhoršenia ekonomickej situácie u väčšiny občanov.

Mestská zeleň má rozlohu 44,13 ha, z čoho 16,3 ha tvorí udržiavaná zeleň (Mestský park, verejná zeleň). Zeleň je s porovnateľnými mestami v rámci celej SR uspokojujúca, ale Mestský park si vyžaduje nevyhnutnú celkovú revitalizáciu, nakoľko vysoká zeleň je značne zastaralá, miestami nebezpečná.

Prípustné limity hlučnosti sú prekročené len v čase dopravnej špičky a to v blízkosti železničnej trate a štátnych ciest.

Zásobovanie mesta teplom je decentralizované. Priemyselné závody sú vykurované zo samostatných kotolní, hromadná bytová výstavba a sídlisková vybavenosť z okrskových kotolní na báze zemného plynu.

Napájanie mesta na elektrickú energiu je vyhovujúca, ale 90% elektrických rozvodov je riešených vzdušnými vedeniami, čo ruší celkový vzhľad najmä centrálnej mestskej časti okolo hradu.

Mesto je celoplošne plynofikované, čo znamená približne 99% katastrálneho územia.

Zber a odvoz odpadu zabezpečuje mestský podnik, skládka je však na 16 km od mesta a z tohto dôvodu je nutné zaviesť separovaný zber odpadu na zníženie nákladov na likvidáciu.

A.5 Školstvo, kultúra a šport

Školstvo

Vzdelanostná štruktúra podľa nasledujúcej tabuľky poukazuje na najväčší problém mesta, ktorou je nízka vzdelanostná úroveň obyvateľstva. Tretina obyvateľstva má iba základné vzdelanie bez špecializácie, z tohto dôvodu je veľmi ťažko zamestnateľná, nehovoriac o vrstve bez základného vzdelania, ku ktorej patria najmä obyvatelia rómskeho pôvodu.

Tab. 16 - Bývajúce obyvateľstvo podľa pohlavia a podľa najvyššieho skončeného stupňa -2001

Mesto Fiľakovo Najvyšší skončený stupeň školského vzdelania	Muži	Ženy	Spolu
Základné	1157	2079	3236
Učňovské (bez maturity)	1214	602	1816
Stredné odborné (bez maturity)	45	55	100
Úplné stredné učňovské (s maturitou)	349	128	477
Úplné stredné odborné (s maturitou)	579	771	1350
Úplné stredné všeobecné	201	413	614
Vyššie	28	21	49
Vysokoškolské bakalárske	20	12	32
Vysokoškolské magisterské, inžinierske, doktorské	202	181	383
Vysokoškolské doktorandské	9	1	10
Vysokoškolské spolu	231	194	425
Vysokoškolské podľa zamerania:			
- univerzitné	107	148	255
- technické	68	17	85
- ekonomické	16	16	32
- poľnohospodárske	25	7	32
- ostatné	15	6	21
Ostatní bez udania školského vzdelania	30	23	53
Ostatní bez školského vzdelania	17	25	42
Deti do 16 rokov	1026	1010	2036
Úhrn	4877	5321	10198

Zdroj: Štatistický úrad SR – Krajská správa v Banskej Bystrici

Vybavenosť mesta školskými zariadeniami je uvedená v nasledujúcich tabuľkách. V meste sú zastúpené takmer všetky druhy školských zariadení, okrem vysokoškolských. V súčasnosti školy, po dokončení rozostavanej základnej školy, a predškolské zariadenia sú schopné zabezpečiť potreby obyvateľstva. Horšie je to s technickým stavom a vybavenosťou týchto zariadení (stavebno-technický stav objektov, športoviská, telocvične, počítačová vybavenosť...).

Tab. 17 - Počet škôl (2004-2005)

Mesto	Materské školy	Základné školy	Stredné učňov. školy	Stredné odborné školy	Stredné priemys. školy	Cirkevné školy	Gymnázium	Vysoké školy	Umelec. školy	Špeciál. školy
Fíľakovo	2	4	1	0	1	0	1	0	1	1

Zdroj: ŠÚ

Od roku 2000 klesá počet žiakov základných škôl a postupne rastie počet študentov na strednej učňovskej škole a na gymnázium. Záujem o štúdium na strednej priemyselnej škole má klesajúcu tendenciu.

Školské zariadenia na území mesta:

- Základná umelecká škola Fíľakovo - 345 žiakov
- Centrum voľného času Fíľakovo
- Materská škola, Daxnerova ul. Fíľakovo – 125 detí
- Materská škola, Štúrova ul. Fíľakovo – 160 detí
- 4 základné školy:
 - Základná škola s vyučovacím jazykom maďarským , Mládežnícka 7– 611 žiakov
 - Základná škola s vyučovacím jazykom slovenským, Školská 1 – 493 žiakov
 - Základná škola s vyučovacím jazykom slovenským, Farská lúka 64/A – 198 žiakov
 - Základná škola s vyučovacím jazykom maďarským, Farská lúka 64/B – 275 žiakov
- 2 stredné školy:
 - Gymnázium Fíľakovo – 282 študentov
 - Združená SOŠ – 429 študentov

Kultúra

Najvýznamnejšie kultúrne zariadenie v meste Fíľakovo je Mestské kultúrne stredisko (MsKS). Základným predmetom činnosti MsKS je zabezpečenie kultúrno-výchovnej činnosti a organizovanie kultúrno-spoločenských podujatí, ako aj prevádzkovanie Mestského múzea, galérie a Mestskej knižnice. Činnosť Mestského múzea sa sústreďuje na starostlivosť o kultúrne pamiatky, zabezpečuje muzeálnu a galerijnú činnosť. Má vlastivedný charakter. Mestská knižnica je verejnou knižnicou a prístup k fondu knižnice je voľný. Poslaním služieb verejnej knižnice je vytvárať čitateľské návyky detí, podpora individuálneho vzdelávania a samovzdelávania, prehlbovanie poznania kultúrneho dedičstva, posilňovanie medzikultúrneho dialógu a podporovanie rozmanitosti kultúry a zabezpečenie prístupu občanov ku všetkým druhom informácií.

Okrem uvedených kultúrnych inštitúcií sú v meste vytvorené aj ďalšie kultúrne zariadenia ako Dom kultúry (bývalý Závodný klub Kovosmalt), Kino klub, Matica slovenská, Csemadok, Maďarský spoločenský dom a občianske združenia.

Tab. 18 - Infraštruktúra – podpora kultúry a cestovného ruchu

Mesto	Kultúrny dom	Pamätné miesta	Múzeum	Knižnica	Klub dôchodcov	Klub mládeže	Kostol	Hrad	Kaštieľ	Kaplnka	Božie múky	Galéria kino	Farský úrad	Sochy	Kúrie	Parky	Chrán. územia	Chránený strom	Archeol. náleziská	Techn. pamiatky	Významné hroby
Fíľakovo	2		1	1	2	1	2	1	4	1	0	1	1		2	1					

Významnú kultúrnu činnosť v meste vyvíjajú tiež mužský spevácky súbor Pro kultúra, ženský spevácky súbor Melódia, divadelný súbor Zsákszínház, folklórne súbory Rakonca, Jánošík, Saját -Tánc -Műhely, Centrum voľného času Iuvenes, historický klub OZ Koháry, mládežnícky divadelný súbor Apropó a tanečná skupina Spirit. Pozoruhodnú aktivitu vyvíjajú kultúrne krúžky a občianske združenia pôsobiace pri základných školách a materských školách, ako aj samotná Základná umelecká škola.

Z hľadiska rozvoja kultúrneho života v meste má tiež významnú úlohu organizácia rôznych kultúrnych podujatí. Medzi významné podujatia patria: Medzinárodný novohradský folklórny festival, Historické hradné hry, premiéra divadelného súboru Zsákszínház, divadelné predstavenia divadiel Thália z Košíc a Jókaiho divadla z Komárna, slávnostný koncert speváckych súborov, Palócke dni (Mestské kultúrne dni), Oberačková slávnosť, Festival vína, Celoštátny festival detských folklórnych súborov - Eszterlánc, Miss Fíľakovo, Spomienky k 15. marcu, Gulášový festival, Jarný kultúrny festival, Jesenné kultúrne dni, Radujme sa - vianočný program, a iné.

Šport

V súčasnosti pôsobí v meste futbalový oddiel FTC Fíľakovo, ktorý sa sústreďuje na výchovu mladých talentov (5 mládežníckych mužstiev), dospelí hrajú IV. stredoslovenskú ligu. Kolkári sú účastníkmi I. kolkárskej ligy a od roku 2004 majú aj mládežnícke mužstvo. Veľmi úspešná je Mestská liga v malom futbale, zúčastňuje sa jej 12 mužstiev týždenne. Rekreačný šport je zastúpený aerobikom a turistickým oddielom.

V športovej oblasti Fíľakovo v minulosti mal zastúpenie v zápasení v I. Československej lige, vo futbale v II. SNL a v kolkoch v I. lige. Fíľakovský olympionik Pavel Szikora sa zúčastnil dvoch olympijských hier a viacerých majstrovstiev sveta v chôdzi na 50 km.

Materiálno-technické zabezpečenie športu v meste je na nízkej úrovni, chýbajú športové zariadenia ako plaváreň, umelá ľadová plocha, mini-ihriská, tribúna na štadióne FTC, športová hala, tenisové kurty, otvorené resp. kryté. Mestské kúpalisko bolo predané súkromnému podnikateľovi, ktorý celé zariadenie zruinoval a v súčasnosti celý areál chátra. Tribúna na futbalovom štadióne vyhorela pred 10 rokmi. Novú tribúnu Mesto Fíľakovo vybudovalo z vlastných prostriedkov v roku 2004.

Tab. 19 - Možnosť športových aktivít

Mesto	Futbal. ihrisko	Telocvičňa	Krytá plaváreň	Tenisový kurt	Strelnica	Squash. hala	Fitness centrum	Kolkáreň
Fíľakovo	3	5	0	4	1	0	3	1

Zdroj: MsÚ

A.6 Cestovný ruch

Služby v oblasti cestovného ruchu sú sústredené okolo Fíľakovského hradu v centre mesta. Najväčším lákadlom pre turistov je samotný hrad, ktorý v minulom roku navštívilo 9 tisíc návštevníkov. V meste a mikroregióne však chýbajú komplexné služby v oblasti cestovného ruchu, nie je dostatok zariadení cestovného ruchu (penzióny, hotely, reštaurácie, informačné centrá...). Ubytovacie kapacity sú nízke (2 penzióny - lôžková kapacita 75 osôb. Absentuje tiež príslušná organizácia zaoberajúca sa rozvíjaním cestovného ruchu a informačný systém.

Revitalizácia historického jadra je podmienená s nemalou investíciou. Po komplexnej rekonštrukcii vytypovaných priestorov sa mesto Fíľakovo plánuje zapojiť do aktívneho cestovného ruchu na profesionálnej úrovni s vytvorením informačného centra a vybudovaním kultúrno-spoločenského a športovo-rekreačného centra pre celý región.

Najvýznamnejšie stavebno-historické pamiatky mesta

Hrad Fíľakovo, ktorý je národnou kultúrnou pamiatkou, patrí medzi turisticky najnavštevovanejšie pamiatky v regióne Novohradu. Správu hradu vykonáva Podnik verejnoprospešných služieb mesta Fíľakovo, ktorý okrem prevádzkovania hradu a zabezpečenia sprievodcovskej služby udržiava aj náučný chodník v hrade a zabezpečuje menšie udržiavacie práce. Od roku 2008 správcom hradu a hradného areálu bude Hradné múzeum.

V súčasnosti je hrad čiastočne zrekonštruovaný. Po predbežných historických a archeologických výskumoch sa priebežne realizujú konzervačné, rekonštrukčné a zabezpečovacie práce.

Významnými stavebno-historickými pamiatkami mesta sú tiež **Rímsko-katolícky kostol s františkánskym kláštorom**, baroková kúria a klasicistický kaštieľ na Lučeneckej ulici a sídlo Mestského úradu. Zvláštnosťou budovy Mestského úradu je pozorovacia veža, z ktorej bolo vidieť celé mesto. Technický stav kostola a Mestského úradu, predovšetkým čo sa týka strešnej časti je nevyhovujúci a je potrebné uskutočniť opravy.

Dominantou Hlavnej ulice mesta je tzv. **Vigadó**, v ktorom sídli Mestské kultúrne stredisko a Mestské múzeum. Budova bola postavená na začiatku 20. storočia. Zámerom je prepojením Vigada a hradného nádvorja vytvoriť kultúrno-spoločenské centrum, komplex vhodný na organizovanie kultúrnych a spoločenských aktivít pre obyvateľov mesta a celého regiónu.

Najkrajšou barokovou budovou mesta je **Berchtoldov kaštieľ**. Postavili ho v r. 1826, neskorú barokovú podobu dostal v r. 1830. V súčasnosti je v ňom gymnázium. Za kaštieľom sa nachádza takmer 7 hektárový anglický park, ktorý bol založený tiež v 19.storočí. Bol vypracovaný zámer na záchranu a revitalizáciu parku.

B. Ponuka služieb – produkty CR

B.1 Infraštruktúra CR

Z hľadiska infraštruktúry cestovného ruchu v meste Filákov a jeho okolí sa nenachádza žiadna cestovná kancelária ani turistická informačná kancelária. Najbližšie kancelárie sú v meste Lučenec, ktoré sa prevažne orientujú na poskytovanie služieb pasívneho cestovného ruchu.

B.2 Supraštruktúra CR

K zásadným podnikom cestovného ruchu patria ubytovacie a stravovacie zariadenia. Ubytovacie zariadenia poskytujú v prevažnej miere aj stravovacie služby a ďalšie doplnkové služby v závislosti od kategórie a triedy ubytovacieho zariadenia. V meste Filákov a jeho okolí poskytujú ubytovacie, stravovacie a doplnkové služby nasledujúce subjekty:

Ubytovanie

1. Penzión PEPITA FILÁKOVO

Kpt. Nálepku 5
98601 Filákov
Tel.: 047/4381691, 0905 822 600
Fax: 047/4383810

Orientačné ceny:

jednolôžková izba: 200 - 300 SKK
dvojlôžková izba: 600 - 600 SKK

Kapacita:

Reštaurácia: 50
Salónik: 10
Otvorené: celoročne
Lôžková kapacita: 15

2. Penzión BEBEK

Podhradská 12
986 01 Filákov
Tel.: 047/4382005, 0905 412207
e-mail: penzionbebek@mail.t-com.sk
www.penzionbebek.sk

Orientačné ceny:

Dvojlôžková izba: 500 – 800 SKK
Trojlôžková izba: 750 – SKK

Kapacita:

Reštaurácia: 50 – 60
Caffeteria: 38 – 40
Lôžková kapacita: 16

Stravovanie

- **REŠTAURÁCIA FONTÁNA** Daxnerova - tel. 0905-582026
- **Nostalgia**, Biskupická - tel. 0905-892678
- **Staničná**, Hlavná stanica - tel. 4382877

- **Penzión BEBEK**, Podhradská 12 – tel.:4382005
- **VIKTORY**, Biskupická 46 – tel.: 0915 899098
- **ANNA villa**, Lučenecká 1– tel.: 0905 781694
- **Pizzeria Dolce vita**, Nám. slobody - tel. 4381897
- **Pizzeria Angelo**, Koháryho nám. - tel. 0907-147120
- **Šalátový bar**, Rázusova 4 - tel. 4382444

Doplnkové služby CR

Banky: VÚB, Slovenská sporiteľňa, OTP Banka

Poisťovne: Allianz, Kooperatíva, ČSOB, Wüstenrot

Mestská polícia (počet zamestnancov 9)

Farské úrady: Rímsko-katolícky farský úrad - Rehoľa menších bratov – Františkánov

Sporiteľne: Slovenská sporiteľňa, ČSOB stavebná sporiteľňa, Wüstenrot stav. sporiteľňa

Mestské organizácie: FILBYT, s.r.o., Verejnoprospešné služby mesta, Mestské kultúrne stredisko,

Spoločný obecný úrad, Hradné múzeum

Ostatné inštitúcie: Slovenská pošta, Dom kultúry

Štátne inštitúcie: Daňový úrad, Úrad práce, soc. vecí a rodiny, Hasičský záchranný zbor

Ďalšie organizácie:

- v meste pôsobí 30 občianskych združení, predovšetkým v oblasti kultúry, vzdelávania, využívania IKT, práce s mládežou, pomoci zdravotne postihnutým osobám, psychohygieny, športu, cestnej záchrannej služby a jedno je zamerané na podporu rómskej komunity,
- jedna nezisková organizácia v oblasti poskytovania sociálnej pomoci, humanitárnej starostlivosti, sociálneho poradenstva a doplnkových rehabilitačných služieb dôchodcom a ťažko zdravotne postihnutým osobám,
- veľmi aktívne pracujú miestne organizácie celoslovenských zväzov – drobnochovatelia, záhradkári, rybári, dobrovoľní hasiči a záchranári.

Mesto Filákov je zakladajúcim členom Regiónu Neogradiensis a tiež je členom nasledovných združení : ZMOS, Združenie miest a obcí Novohradu, Mikroregión Obručná.

B.3 Všeobecná infraštruktúra

Tab.20 - Mesto Filákov - Miestne komunikácie, chodníky, mosty /r. 2002

Mesto Filákov	Dĺžka miestnych komunikácií (km)		Dĺžka vybudovaných chodníkov (km)	Počet mostov
	Spolu	z toho bezprašné		
Filákov	46	38	40	9

Zdroj: Štatistický úrad SR – Krajská správa v Banskej Bystrici

Ako z tabuľky štatistického úradu môžeme vidieť ešte približne 8% miestnych komunikácií nemá spevnený povrch a to najmä v centrálnej mestskej zóne. Dôležitou úlohou budúcich rokov je riešenie tohto problému, lebo práve v týchto lokalitách sa nachádzajú atraktivity cestovného ruchu.

Mesto Filákov a jeho okolie leží pri medzinárodnej ceste č I/71 na ťahu Lučenec – Salgótarján. Cestné komunikácie na území sú značne poškodené, je potrebná rekonštrukcia povrch, ale z dôvodu rozvoja je veľmi dôležité vybudovať nové obchvatové komunikácie (Filákov, Biskupice, Radzovce).

Železničná trať č. 164 je pre územie veľmi dôležitá, lebo spája mesto a mikroregión s obcami v župe Nógrád na druhej strane štátnej hranice.

Na území mesta sú dve železničné stanice (Malá – len pre osobnú dopravu, Veľká - pre osobnú aj nákladnú dopravu, opravovňa rušňov). Filakovo sa nachádza na železničných trasách Košice - Filakovo, Zvolen – Filakovo a Salgótarján – Filakovo. Z hľadiska rozvoja je dôležitá plánovaná elektrifikácia železnice na južnom ťahu. Týka sa to obce Šíd, Čamovce a Filakovo.

Diaľkové autobusové linky premávajúce na ťahu Rimavská Sobota – Lučenec – Banská Bystrica premávajú z Lučenca, sú vzdialené od regiónu na 14 km. Ich dostupnosť zabezpečujú miestne linky, ktoré premávajú pravidelne každý deň v týždni. Cez región už roky pravidelne premáva linka Lučenec – Eger raz za deň. Do roku 2004 Filakovo malo vlastné stredisko SAD na zabezpečenie autobusovej dopravy, ale z dôvodu racionalizácie autobusovej dopravy stredisko bolo zrušené a premiestnené do Lučenca.

Z hľadiska leteckej dopravy je dôležitá blízkosť Boľkovského letiska pri Lučenci, ktoré po dostatočných investičných aktivitách môže slúžiť na pristátie rôznych typov lietadiel. Letisko v Budapešti je vzdialené od mikroregiónu na 120 km, a Košické letisko na 160 km. Tieto medzinárodné letiská prevádzkujú tak osobnú ako aj nákladnú leteckú prepravu. Najbližšie k územiu sa nachádza letisko na Sliachi pri Zvolene, ale momentálne neslúži na pravidelnú prepravu osôb.

C. Inštitucionálne zabezpečenie služieb

Neziskový sektor

Vo Filakove pôsobí 39, v okolitých obciach ďalších 5 mimovládnych organizácií. Veľký počet z nich svojou činnosťou prispieva k rozvoju cestovného ruchu, alebo má naň pozitívny vplyv (OZ KOHÁRY, OZ Oppidum Fileck, Csemadok, OZ PRO KULTÚRA, OZ MELÓDIA, SZARVASŰZŐK HAGYOMÁNYÁPOLÓ BARÁTI TÁRSASÁG, MOTOLLA MŰHELY, PRO GAUDIO, PRO FUTURO, SOL LUCULENTUS, folklórne skupiny Rakonca, Saját Tánc Műhely, Jánošík, Miestna organizácia Slovenského zväzu drobnochovateľov, Skautský zbor, OZ INFO ROM, TB ŠPORT PARK. Organizuje sa veľké množstvo turisticky príťažlivých akcií v spolupráci s inštitúciami samosprávy a veľkého počtu mimovládnych organizácií (medzinárodný folklórny festival, celoštátny detský folklórny festival, medzinárodné letné tábory pre deti a študentov zameraných na záchranu hradu, historické hradné hry, koncerty, Palócke dni, slávnosť vinobrania, predvianočné trhy, výstava vtáctva, športové podujatia, festivaly vo varení guľáša).

Mimovládne organizácie zabezpečujú prostriedky na realizáciu jednotlivých podujatí z rôznych neštátnych, štátnych ako aj samosprávnych zdrojov. Vo veľkej miere využívajú prácu svojich členov – dobrovoľníkov.

Združenia nadregionálneho významu

- Euroregión Neogradiensis – združenie právnických osôb
- Združenie pre rozvoj južného Slovenska – Regionálna rozvojová agentúra Lučenec – združenie právnických osôb

Tieto združenia majú na starosti regionálny rozvoj a rozvoj cestovného ruchu aj na území mesta Filakovo a jeho okolia.

Občianske združenia miestneho významu

- CSEMADOK
Szvorák Zsuzsa, ul. Madáča č. 5, 986 01 Fiľakovo
0904/302670, szvorak@profuturo.sk
- Skauti
Kovács František, Rúbanisko II/18, 984 01 Lučenec
0903/039567, kovacs.f@post.sk
- Genius
Fehér Ladislav Ing., ul. Jánošíkova 12/A, 986 01 Fiľakovo
45 11 461, feher@geniusnet.sk, tomolya@geniusnet.sk
- KIK
Kelemen Ľudovít, ČSA 36, 986 01 Fiľakovo
0908/348334, kikfulek@naex.sk
- KOHÁRY
Estefán Ladislav Ing., Farská 70, 986 01 Fiľakovo
kohary@profuturo.sk, kohary@icgenius.sk
- Rakonca
Varga Norbert, Farská č. 2, 986 01 Fiľakovo
43/82374, 0905/171203, binor@stonline.sk
- Regio Nostra
Simon Ján, Mojzesova 12, 986 01 Fiľakovo
047/4511970, simonjani@stonline.sk
- Regio Philek
Tomolya Róbert RNDr., Farská č. 8, 986 01 Fiľakovo
4383037, 0907/322975, tomolya@stonline.sk
- SMK
Farkas Ladislav, ČSA 24, Páň Jozef, Farská č. 2, 986 01 Fiľakovo,
szm@stonline.sk
- Sol Luculentus
Vankó Attila, 4380337, 0908/931178
attis@post.sk
- Spoločnosť Sub Sole
Judita Vargová, ČSA 54, 986 01 Fiľakovo, 047/4382665
Csúz Lídia, 1. mája 80, 986 01 Fiľakovo, 047/4384035
- SZÖG Diákklub
Nagy Gabriella, Gorkého 29, 986 01 Fiľakovo,
047/4381834, szog@pobox.sk
- Szülőföld PT
Bolla Károly, 1. mája G/2, 986 01 Fiľakovo

- TB PARK SK
Szakó Ladislav, ul. Biskupická, 986 01 Filákov
047/4382923, 0905/256175, tbparksk@turulline.sk, www.turul.sk
- Zsákszínház PT
Mázik István, MsKS Filákov, Hlavná 12
047/4381665, zsakszinhaz@icgenius.sk
- FTC Filákov
Ing. Esztergomi Štefan, ul. Biskupická 986 01 Filákov
047/4381001, 0905/258367,
- KVAPKY ROSY
Farská lúka 64, 986 01 Filákov
047/4381808
- MLADÝ UMELEC
Koháryho nám. 8, 986 01 Filákov
047/4381926
- PRO KULTÚRA – MUŽSKÝ SPEVÁCKY ZBOR FILÁKOVO
J. Kráľa 3, 986 01 Filákov
047/4384035
 - MELÓDIA – ŽENSKÝ SPEVÁCKY ZBOR
Agócsová Mária, Ružová 46, 986 01 Filákov
047/4381513
 - OPPIDUM FILECK
Anderková Erika, Ing.arch., Mlynská 33, 986 01 Filákov
0903/634917, 047/4382992, anderkova@filakovo.sk

Podnikateľský sektor

V okolí mesta Filákov absentuje podnikanie väčšieho charakteru v oblasti cestovného ruchu – počet zamestnaných nad 10 osôb. Je charakteristické najmä rodinné podnikanie. Počet prevádzkovaných jednotiek v oblasti cestovného ruchu v 10 obciach v regióne nedosiahne celkovo 30 jednotiek.

Tab. 20 - Zoznam podnikateľov v oblasti CR

Mesto	Ubytovacie zariadenia	Stravovacie zariadenia	Pizzéria	Solárium	Kozmetika	Masáž	Fitness centrum	Kolkáreň
Filákov	2	7	2	3	3	1	1	2
Mesto	Preprava osôb	Krajčírstvo	Holičstvo, kaderníctvo	Oprava obuvi	Sklenárstvo			
Filákov	1	3	6	1	1			

Zdroj: MsÚ

Samospráva

Inštitucionálne zabezpečenie mesta je na dostačujúcej úrovni. V meste chýba informačná kancelária pre cestovný ruch a organizácia zaoberajúca sa regionálnym rozvojom a hospodárskym rozvojom priamo mesta Fiľakovo.

Mesto má 3 príspevkové organizácie a to Verejnoprospešné služby mesta, FILBYT, s.r.o. a Mestské kultúrne stredisko. VPS Fiľakovo zabezpečuje služby ako: zber a odvoz komunálneho odpadu, čistenie mesta, údržba verejného osvetlenia, správa mestského cintorína, starostlivosť o verejnú zeleň, správa mestských športovísk. FILBYT, s.r.o. spravuje všetky byty v bytových domoch, ktoré sú v majetku mesta a je hlavným dodávateľom tepla a teplej úžitkovej vody. MsKS má na starosti kultúrny život v meste, spravuje mestskú knižnicu, mestské múzeum a samotné mestské kultúrne stredisko. Koordinuje činnosť rôznych kultúrnych súborov.

D. SWOT analýzy všetkých zainteresovaných subjektov

Pri tvorbe relevantnej analýzy sme vychádzali z predpokladu, že pri rozvoji cestovného ruchu v meste Fiľakovo a jeho okolí je potrebná tzv. „3 P“ spolupráca – spolupráca miestnej samosprávy, subjektov neziskového sektora a miestnych podnikateľov, čo je bežným štandardom v krajinách EÚ.

SWOT analýza – miestna samospráva

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">➤ Situovanie územia na križovatkách európskeho dopravného koridoru➤ Výhodná poloha v blízkosti hranice s Maďarskom, na dopravnej osi juh – sever, ktorá je dopravnou trasou veľkého množstva maďarských občanov za zimnou aj letnou turistikou a poľských turistov pri ceste k moru➤ Časť mesta aj mikroregiónu je súčasťou CHKO Cerová vrchovina➤ Bohaté historické, stavebné a kultúrne pamiatky (hrady, kostoly, kaplnky, kláštor, múzeum, kaštiele, kúrie, ďalšie historické budovy, mestský park so zástupcami vzácných drevín, archeologické lokality)➤ V okolí na obidvoch stranách hranice známe geologické a turistické zaujímavosti➤ Bohatý kultúrny život s množstvom	<ul style="list-style-type: none">➤ Nevyužívajú sa turistické danosti regiónu➤ Chýbajúca komplexná ponuka turistických atrakcií a služieb➤ Chýbajúce zariadenie poskytujúce relevantné informácie pre turistov➤ Chýbajúci systém odborného riadenia CR na celoštátnej úrovni➤ Slabá propagácia, chýbajúce propagačné a reklamné materiály, neexistujúci marketing➤ Nedostatok odborníkov na oblasť turizmu➤ Nízky počet a nevyhovujúca kvalita a úroveň ubytovacích a stravovacích kapacít pre turistov, zanedbateľný počet nocovaní, krátke pobytové doby➤ Nízka kvalita v oblasti ponúkaných

<p>atraktívnych podujatí</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bohaté skúsenosti z medzinárodnej spolupráce ➤ Vhodné podmienky pre vidiecky turizmus ➤ Vhodné podmienky pre rekreáciu a zimné športy v stredisku Obručná ➤ Vedúca pozícia mesta ako regionálneho správneho centra ➤ Rozvoj turizmu považuje mesto aj sídla mikroregiónu za svoju strategickú úlohu ➤ Dvojazyčnosť (slovenčina – maďarčina) väčšiny obyvateľov ➤ Fungujúca železničná a autobusová dopravná sieť 	<p>služieb</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nedostatok systemizovaných informačných tabúl ➤ Chýbajúce cyklotrasy ➤ Slabá ponuka gastronomických špecialít a suvenírov ➤ Nedostatočná údržba a rozvoj turistických atrakcií ➤ V časti centra mesta pod hradom veľmi zlý, až amortizovaný stav budov, ktoré významne znižujú turistickú atraktivitu hradu a mesta, ➤ Chýbajúce kúpalisko, príp. aquapark ➤ Nedostatočný marketing mesta a okolia ➤ Nevyhovujúci stav parku v centre mesta ➤ Zlý technický stav a nízka priepustnosť dopravných sietí ➤ Časť komunikácie ani v centre mesta nemá pevnú vozovku ➤ Málo športovísk (športová hala, krytá plaváreň, tenisové kurty, umelá ľadová plocha, telocvične) ➤ Neprimerané ceny ponúkaných služieb vo vzťahu k ich kvalite
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Propagácia mesta ➤ Vybudovanie južnej vetvy diaľnice do Košíc ➤ Turistické informačné centrum ➤ Geopark ➤ Zastrešujúca organizácia CR ➤ Vytvorenie hradného múzea ➤ Nárast zamestnanosti a pracovných miest ➤ Vylepšovanie infraštruktúry ➤ Vzdelávanie a zvýšenie informovanosti ľudí o dôležitosti cestovného ruchu 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apatia ľudí ➤ Odliv mladých ľudí do väčších miest a do zahraničia ➤ Starnutie obyvateľstva ➤ Zhoršujúca sa sociálna situácia obyvateľov ➤ Zvýšenie počtu ľudí so základným vzdelaním ➤ Kriminalita, krádeže ➤ Nedostatočné investície do regiónu (politická situácia)

SWOT analýza – mimovládne organizácie

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aktívne občianske združenia v oblasti kultúry ➤ Existencia hradu ➤ Významné lokality ➤ Poloha mesta, blízkosť hraníc s MR ➤ Dvojazyčnosť ľudí ➤ Propagácia mesta ➤ Existencia významných umelcov v meste a jeho okolí ➤ Lokálpatriotizmus ➤ Cezhraničná spolupráca ➤ Centrum mikroregiónu Obručná ➤ Organizácia tradičných kultúrnych podujatí ➤ Informačný systém 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Málo ubytovacích kapacít ➤ Nepriaznivý demografický vývoj ➤ Vysoká miera nezamestnanosti ➤ Absencia kúpaliska a vodných plôch ➤ Slabá možnosť predaja suvenírov ➤ Predaj umeleckých predmetov (len 2 živnostníci ostatní pedagógovia vo voľnom čase) ➤ Neorganizovanosť ➤ Absencia finančných prostriedkov ➤ Absencia ľudských zdrojov v oblasti CR ➤ Nepružnosť podnikateľov sa prispôbiť dopytu ➤ Slabá znalosť cudzích jazykov (AJ, NJ) ➤ Zlá spolupráca s podnikateľmi v oblasti CR ➤ Absencia miestnych produktov pre predĺženie pobytu návštevníkov
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Propagácia mesta ➤ Vybudovanie južnej vetvy diaľnice do Košíc ➤ Turistické informačné centrum ➤ Geopark ➤ Zastrešujúca organizácia CR ➤ Vytvorenie hradného múzea ➤ Nárast zamestnanosti a pracovných miest ➤ Vylepšovanie infraštruktúry ➤ Vzdelávanie a zvýšenie informovanosti ľudí o dôležitosti cestovného ruchu 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apatia ľudí ➤ Odliv mladých ľudí do väčších miest a do zahraničia ➤ Starnutie obyvateľstva ➤ Zhoršujúca sa sociálna situácia obyvateľov ➤ Zvýšenie počtu ľudí so základným vzdelaním ➤ Kriminalita, krádeže ➤ Nedostatočné investície do regiónu (politická situácia)

SWOT analýza – podnikateľské subjekty v oblasti CR

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Historické pamiatky ➤ Blízkosť štátnej hranice s Maďarskom ➤ Dvojazyčnosť obyvateľstva – znalosť aj maďarského a slovenského jazyka ➤ Rozvinutá technická infraštruktúra ➤ Blízkosť obce Filakovské Kláčany – možnosť autokrosu, jazdy na koni ➤ Výborné klimatické podmienky ➤ Blízkosť letiska miestneho významu, organizovanie rôznych programov v jeho areáli ➤ Možnosti pre poľovníctvo, rybolov 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Rómska menšina ➤ Vysoká miera nezamestnanosti ➤ Nedostatok kvalifikovaných pracovníkov ➤ Zlý stav miestnych komunikácií a železníc ➤ Zlé medziľudské vzťahy – závisť ➤ Konkurencia ➤ Nedostatočná databáza firiem v oblasti CR ➤ Slabý informačný systém ➤ Zlá komunikácia – tvorba partnerstva na rozvoji CR ➤ Absencia zákona o CR ➤ Nerozvinutá infraštruktúra CR ➤ Slabá podpora podnikateľov zo strany štátu
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dobudovanie potrebnej infraštruktúry ➤ Výučba jazykov pre obyvateľov ➤ Skvalitnenie služieb v oblasti CR ➤ Spolupráca 3P – súkromný sektor, verejný sektor a tretí sektor ➤ Vybudovanie atrakcií pre deti od 8-12 rokov ➤ Realizácia širokého rozsahu programov pre miestnych obyvateľov a návštevníkov 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Rómska menšina – ➤ Nepriaznivá politická situácia ➤ Kriminalita, ohrozená bezpečnosť na ulici ➤ Striktné predpisy pre podnikateľov



Na základe SWOT analýz jednotlivých subjektov pri rozvoji cestovného ruchu môžeme vytvoriť nasledujúcu SWOT analýzu, ktorá bude rešpektovať záujmy všetkých troch partnerov.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bohaté prírodné, kultúrne a historické atraktivity v regióne 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nedostatočná infraštruktúra a supraštruktúra cestovného ruchu

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Vhodné klimatické podmienky na rozvoj cestovného ruchu ➤ Dostupnosť regiónu prostredníctvom všetkých európskych dopravných koridorov ➤ Blízkosť hranice s Maďarskou republikou a prílev ich návštevníkov ➤ Dvojazyčnosť obyvateľov v území ➤ Dobrá cezhraničná spolupráca ➤ Vhodné podmienky pre rozvoj cestovného ruchu ➤ Rozvinutý kultúrny život v regióne ➤ Existencia významných umelcov v regióne 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Vysoká miera nezamestnanosti ➤ Slabý marketing regiónu ➤ Nízka kvalita poskytovaných služieb ➤ Nedostatočný informačný systém ➤ Slabé riadenie cestovného ruchu v regióne, neorganizovanosť ➤ Absencia ľudského potenciálu pre oblasť cestovného ruchu ➤ Slabá znalosť cudzích jazykov ➤ Absencia zákona o cestovnom ruchu ➤ Slabá podpora podnikateľov zo strany štátu
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dobudovanie potrebnej infraštruktúry na rozvoj cestovného ruchu ➤ Skvalitnenie služieb v oblasti cestovného ruchu ➤ Spolupráca 3 P – podnikateľský sektor, verejný sektor a tretí sektor ➤ Vytvorenie organizácie zastrešujúcu rozvoj cestovného ruchu v meste Filákov a jeho okolí ➤ Vzdelávanie v oblasti cestovného ruchu ➤ Tvorba zaujímavých produktov cestovného ruchu ➤ Nárast zamestnanosti v oblasti cestovného ruchu ➤ Národné zdroje a štrukturálne fondy EÚ ➤ Spolupráca so slovenskými a zahraničnými regiónmi 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apatia ľudí ➤ Zlá demografická štatistika ➤ Odliv kvalifikovaných ľudí z regiónu ➤ Kriminalita obyvateľov ➤ Zhoršujúca sa sociálna situácia v regióne ➤ Zlé podnikateľské prostredie ➤ Rómska menšina, ktorá nie je prispôsobivá

2. Prognózy do budúcnosti

A. Trendy v oblasti ponuky a dopytu vo svete do roku 2010

Trendy v oblasti cestovného ruchu do roku 2020:

Vízia cestovného ruchu do roku 2020 sa zameriava len na medzinárodný cestovný ruch, pritom domáci cestovný ruch má naďalej z hľadiska aktivity a výdavkov oveľa väčší význam. Do Európy bude naďalej smerovať najviac zahraničných ciest, pričom najväčší ročný nárast zaznamená stredná a východná Európa.

Zmenené správanie zákazníkov kladie nové požiadavky na tvorbu produktov cestovného ruchu. Len analýza zmien v hodnotovej orientácii zákazníkov a z toho vyplývajúce správanie sa vo voľnom čase, umožní tvoriť produkty orientované na konkrétny dopyt a ponúkať ich na trhu. Z toho hľadiska je nevyhnutné rešpektovať dopyt po zážitkovej ponuke. Tradičné postavenie v ponuke si zachová príroda, zdravie, oddych, turistika, prechádzky, kultúra a gastronómia.

Trendy vo vývoji ponuky cestovného ruchu do roku 2010:

- životné prostredie sa stáva ťažiskovým bodom rozvoja cestovného ruchu, na ktorý sa sústreďuje pozornosť vo všetkých projektoch v tejto oblasti
- stále väčší dôraz sa bude kladť na zakomponovanie stavieb do prírodného a kultúrneho prostredia
- historické atraktivity medzinárodného významu zaznamenajú vysokú prosperitu
- dopyt ovplyvňuje snaha o udržanie zdravia a vysokej kvality života, väčšina rekreačných zariadení bude preto ponúkať kompletnú starostlivosť a program pobytu, nevyhnutnou súčasťou balíkov služieb bude športový a rekreačný program počas celého pobytu
- vzrastie záujem o medzinárodné športové podujatia
- koncepcia činnosti stredísk cestovného ruchu budú stále častejšie zamerané tematicky
- podstatne sa rozšíria národnej kuchyne, autentická hudba a zábava budú mať hlavnú úlohu aj v tých zariadeniach, v ktorých sa to dosiaľ zanedbávalo
- kvalita, čerstvosť a zážitok budú stáť v popredí pri kúpnych rozhodnutiach zákazníkov

Trendy vo vývoji dopytu po cestovnom ruchu do roku 2010:

- obyvateľstvo vyspelých krajín sveta bude mať k dispozícii stále väčší fond voľného času a prostriedkov na cestovanie
- použitím áut, prestávajú byť vzdialenosti problémom pri preprave do cieľového miesta
- bude trend polarizácie medzi aktívnym využitím voľného času a správaním orientovaným na klud a oddych
- zdravie a telesná zdatnosť ako aj nenarušené životné prostredie budú dominovať v rebríčku hodnôt
- bude stúpať dopyt po kultúrnej ponuke, lebo obyvateľstvo je vzdelanejšie, rozhladenejšie a chce poznať aj iné kultúry a ich históriu
- voľný čas počas dňa a počas víkendov
- slobodní a samostatne žijúci ľudia majú stále väčší záujem o nadviazovanie kontaktov, chcú sa zúčastňovať spoločenských podujatí
- základnými motívmi dovolenky zostanú aj v budúcnosti slnko, klud, príroda, kontakt, kultúra

Hlavné faktory rozvoja medzinárodného cestovného ruchu budú primárne: zvyšovanie životnej úrovne obyvateľstva, zväčšovanie voľného času, rozvoj dopravy a sústreďovanie obyvateľstva do miest.

Rozvoj cestovného ruchu v jednotlivých teritóriách budú výrazne ovplyvňovať negatívne najmä vojny, občianske nepokoje, nebezpečie terorizmu, vysoká kriminalita, nedostatočná hygiena, výskyt epidémií a pod.

Pozitívne budú pôsobiť faktory ako: odstránenie hraničných formalít, zrušenie vízovej povinnosti, zavedenie spoločnej meny "euro", rozvoj informačných systémov - internet atď.

B. Nadregionálna koncepcia rozvoja CR

Stratégia SR v oblasti cestovného ruchu

Z vízie Svetovej organizácie cestovného ruchu do r. 2020 o ďalšom dynamickom rozvoji cestovného ruchu dá sa reálne predpokladať aj nárast zahraničnej návštevnosti a tým aj devízových príjmov Slovenska. Treba však brať do úvahy aj skutočnosť, že na medzinárodnom trhu cestovného ruchu už dnes aktívne pôsobí vyše 100 štátov, ich počet sústavne narastá a všetky sa snažia získať čo najviac zahraničných návštevníkov. Nemožno preto očakávať, že návštevnosť Slovenska bude rásť automaticky, ale predpokladá to aj systematickú, intenzívnu a rozsiahlu propagáciu Slovenska a marketing v zahraničí.

Stratégia propagácie bude zahrňovať predovšetkým súhrn rozhodujúcich produktov cestovného ruchu Slovenska ako cieľovej krajiny, diferencovaných podľa potrieb, požiadaviek a očakávaní účastníkov zahraničného aktívneho cestovného ruchu, pričom sa bude opierať o analýzu preferencií u zahraničných návštevníkov.

Stratégia zahrňuje propagáciu celého územia Slovenska, najmä regiónov vhodných na ponuku a využitie v aktívnom zahraničnom cestovnom ruchu všade tam, kde Slovensko ako cieľová krajina cestovného ruchu je už známe a súčasne v teritóriách, v ktorých je možné dosiahnuť úspech pri ovplyvňovaní rozhodovania sa pre návštevu Slovenska.

Výber nosných programových ponúk by nemal byť globálny, ale mal by byť zostavený v nadväznosti na špecifiká cieľových krajín. Na štátnu propagáciu Slovenskej agentúry pre cestovný ruch by mala nadväzovať propagácia regiónov a následne subjektov cestovného ruchu.

Úspech pôsobenia na konkrétnom trhu samozrejme predpokladá systematické sledovanie daného trhu a jeho marketing a na základe nových poznatkov aj upresňovanie nášho pôsobenia na danom trhu.

Predovšetkým s ohľadom na vysokú nezamestnanosť mali by územné samosprávne orgány, ale aj štátne orgány výrazne podporovať rozvoj služieb cestovného ruchu v regiónoch a tým vytvárať pracovné príležitosti. Slovenská agentúra pre cestovný ruch bude pri tom v rámci svojich možností a kompetencií nápomocná.

Podstatne viac by malo aj Slovensko prostredníctvom Slovenskej agentúry pre cestovný ruch spolupracovať s krajinami Strednej Európy pri propagácii spoločných programov a celej oblasti Stredná Európa na vzdialených teritóriách, v Amerike, Japonsku a Číne.

Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike

Význam a rozvojové priority Ipeľského regiónu:

Hoci potenciál ani súčasný stav turizmu neradia tento región medzi prioritné, aj na tomto území možno uvažovať s rozvojom turizmu a jeho prínosmi pre miestnu a regionálnu ekonomiku. Súčasnosť je

pomerne málo priaznivá. Neveľké kapacity sú až na kúpele Dudince málo využívané. Táto lokalita s menej ako 40 % podielom kapacít realizuje viac ako 80 % výkonov regiónu.

Rozvoj turizmu v regióne sa môže popri kúpeľoch a termálnych areáloch zakladať na vidieckom turizme, ponuke tichých lokalít, miestnych tradíciách, zachovanom kolorite, vinárstve a gastronómii. Perspektívny trh je najmä susedné Maďarsko na víkendové a krátkodobé pobyty.

Diverzifikovaná regionálna politika BBSK

Vízia rozvoja

V roku 2013 je Banskobystrický kraj jedným z najznámejších regiónov Slovenska. Hospodársky rozvoj v kraji rešpektuje prioritu prírodných a kultúrnych hodnôt územia. Žijú tu občania s veľmi rozvinutým environmentálnym povedomím a aktívnejšie ako v iných regiónoch sa zapájajú do rozhodovania vo veciach verejných. Banskobystrický kraj je miestom, kde ľudia žijú pre jeho jedinečnosť a vyššiu kvalitu životného prostredia, kde je dobrá ponuka pracovných príležitostí, služieb a hospodárskych aktivít.

- Je to kraj s veľmi dobrou úrovňou povedomia obyvateľstva v cestovnom ruchu.
- Takmer 72 % plochy územia predstavujú hodnotné prírodné územia a zachovaná pôvodná krajina, čím sa ekonomika regiónu prednostne rozvíja pôsobením rozvoja cestovného ruchu, rekreácie, kúpeľnej liečby a extenzívnych foriem poľnohospodárstva.
- Postupné zvyšovanie príjmov z cestovného ruchu.
- Optimálne nastavený rozvoj cestovného ruchu v kraji prejavujúci sa v oblasti ekonomiky sa stáva stabilným odvetvím, výhodným pre podnikanie.
- Fungujú vybudované inštitúcie, koordinujúce aktivity cestovného ruchu na princípoch korektnej komunikácie, jasných pravidiel, vymedzených kompetencií a otvorenej spolupráce.
- Poskytovanie služieb v cestovnom ruchu sa stáva spoločenskou prestížou.
- V technickej infraštruktúry vo sfére záujmov cestovného ruchu sa nevyskytujú zásadné problémy.
- Supraštruktúra cestovného ruchu sa sústreďuje okolo vznikajúcich centier – komplexných stredísk cestovného ruchu, stredísk cestovného ruchu a stredísk voľného času.
- Ponuka doplnkových služieb je rozvinutá na dobrej úrovni, kde významné miesto zohráva široké spektrum aktivít služieb, najmä však wellness, športové zariadenia a aktívna animácia voľného času.
- Mikroagroturistické destinácie majú rozpracované plány rozvoja a vzdelávania.
- Kraj má vytvorený systém podporných programov pre rozvoj supraštruktúry a infraštruktúry cestovného ruchu.
- Región má prepracovaný systém na podnecovanie jedinečných nápadov, na vyhľadávanie a animovanie nových foriem atrakcií. Animované atrakcie sa postupne stávajú rozhodujúcim tromfom pri tvorbe produktových balíkov, ale tiež rozhodujúcim faktorom pri budovaní pozície na trhu cestovného ruchu.
- Ochrana národných parkov a rozvoj funkčných aktivít v parkoch sú v centre pozornosti kraja, pričom kvalita a prosperita parkov je zdrojom jeho ziskov.
- Dobre sa rozvíjajúce cezhraničná spolupráca s Maďarskom zvyšuje návštevnosť v južnej časti kraja a intenzitu spolupráce na základe budovania spoločných aktivít návštevníckych atrakcií.

Koncepcia rozvoja cestovného ruchu BBSK pre roky 2007-2013

Strategický cieľ na roky 2007-2013

Do roku 2013 presadiť Banskobystrický kraj ako destináciu s významným postavením na trhu cestovného ruchu Slovenska a v rámci stredo európskeho regiónu.

Špecifické ciele:

- zlepšenie systému koordinácie a marketingu cestovného ruchu v Banskobystrickom kraji
- vybudovanie jednotného, integrovaného informačného systému cestovného ruchu kraja s prepojením na národný informačný systém
- zlepšenie infraštruktúry pre rozvoj cestovného ruchu v kraji
- zlepšenie legislatívneho a plánovacieho rámca pre podporu rozvoja cestovného ruchu

Navrhnutá stratégia rozvoja cestovného ruchu navrhuje systémové opatrenia pre riešenie ďalšieho rozvoja cestovného ruchu v Banskobystrickom kraji.

PHSR Banskobystrického kraja

V roku 2013 je Banskobystrický kraj jedným z najznámejších regiónov Slovenska. Hospodársky rozvoj v kraji rešpektuje prioritu prírodných, historických a kultúrnych hodnôt územia. Žijú tu občania s veľmi dobre rozvinutým environmentálnym povedomím a aktívnejšie ako v iných regiónoch sa zapájajú do rozhodovania vo veciach verejných. Banskobystrický kraj je miestom, kde ľudia žijú pre jeho jedinečnosť a vyššiu kvalitu životného prostredia, kde je dobrá ponuka pracovných príležitostí, služieb a hospodárskych aktivít.

- Je to kraj s veľmi dobrou úrovňou povedomia obyvateľstva v cestovnom ruchu.
- Takmer 72 % plochy územia predstavujú hodnotné prírodné územia a zachovaná pôvodná krajina, čím sa ekonomika regiónu prednostne rozvíja pôsobením rozvoja cestovného ruchu, rekreácie, kúpeľnej liečby a extenzívnych foriem poľnohospodárstva.
- Postupné zvyšovanie príjmov z cestovného ruchu nie je výlučne následkom skvalitňovania služieb a motiváciou vyšších príjmových skupín, na dobrej úrovni sa rozvíja cestovanie i nižších príjmových skupín na základe dobre sa rozvíjajúcich podmienok pre účasť na aktivitách v cestovnom ruchu.
- Optimálne nastavený rozvoj cestovného ruchu v kraji prejavujúci sa v oblasti ekonomiky sa stáva stabilným odvetvím, výhodným pre podnikanie.
- Fungujú vybudované inštitúcie, koordinujúce aktivity cestovného ruchu na princípoch korektnej komunikácie, jasných pravidiel, vymedzených kompetencií a otvorenej spolupráce. Každá organizácia v systéme služieb cestovného ruchu pozná svoje postavenie, uvedomuje si význam a je správne motivovaná pre poskytovanie služieb cestovného ruchu.
- Poskytovanie služieb v cestovnom ruchu sa stáva spoločenskou prestížou.
- V technickej infraštruktúre vo sfére záujmov cestovného ruchu sa nevyskytujú zásadné problémy.
- Supraštruktúra cestovného ruchu sa sústreďuje okolo vznikajúcich centier – komplexných stredísk cestovného ruchu, stredísk cestovného ruchu a stredísk voľného času. Neustále pribúdajú špecializované zariadenia propagujúce krajskú gastronómiu so špecialitami domácej produkcie a propagujúce regionálnu architektúru, previazanú animáciami a ukázkami ľudových remesiel a zábavy.
- Ponuka doplnkových služieb je rozvinutá na dobrej úrovni, kde významné miesto zohráva široké spektrum aktivít služieb, najmä však wellness, športové zariadenia a aktívna animácia voľného času. Rozhodujúce miesto v aktivitách rozvoja vidieckych oblastí a prezentácie pôvodného spôsobu života Stredoslovákov zaujala agroturistika. S rozvojom agroturistiky sa

posilnila úloha zachovania urbanistickej identity v kolorite vidieka. Banskobystrický kraj zohráva kľúčovú úlohu v rozvoji metód a foriem inštitúcií a vzdelávania vo sfére vidieckeho cestovného ruchu.

- Mikroagroturistické destinácie majú rozpracované plány rozvoja a vzdelávania.
- Kraj má vytvorený systém podporných programov pre rozvoj supraštruktúry a infraštruktúry cestovného ruchu. Princíp subsidiarity uplatňovaný v Európskej únii má v kraji jasné limitujúce pravidlá pre sféru služieb.
- Empirizmus a dôkladné štatistické zisťovanie na vedeckom prístupe je základom aktivít v cestovnom ruchu, kde náš kraj zaujal kľúčovú úlohu pri skúmaní a určovaní trendov. Paneurópske trendy v cestovnom ruchu sa stali predmetom výskumu s cieľom heterogénneho prístupu na elimináciu konvergencií v stredoeurópskom priestore.
- Región má prepracovaný systém na podnecovanie jedinečných nápadov, na vyhľadávanie a animovanie nových foriem atrakcií. Animované atrakcie sa postupne stávajú rozhodujúcim tromfom pri tvorbe produktových balíkov, ale tiež rozhodujúcim faktorom pri budovaní pozície na trhu cestovného ruchu. Princíp Génus Loci sa stáva rozhodujúcim.
- Ochrana národných parkov a rozvoj funkčných aktivít v parkoch sú v centre pozornosti kraja, pričom kvalita a prosperita parkov je zdrojom jeho ziskov.
- Dobre sa rozvíjajúca cezhraničná spolupráca s Maďarskom zvyšuje návštevnosť v južnej časti kraja a intenzitu spolupráce na základe budovania spoločných aktivít návštevníckych atrakcií.
- Vedenie kraja venuje vytváraniu podmienok, územnému plánovaniu, výchove ľudských zdrojov a orientácii štátnej pomoci v cestovnom ruchu najvyššiu pozornosť. Všeobecne záväznými normami vytvára operatívne nástroje a predpoklady pre zavádzanie pravidiel v rozvoji sféry.

C. Regionálna koncepcia rozvoja CR

Rozvojový plán regiónu Novohrad v spojení so župou Nógrád

Hoci potenciál ani súčasný stav cestovného ruchu neradia región Novohrad medzi prioritné, aj na tomto území možno uvažovať s rozvojom cestovného ruchu a jeho prínosmi pre miestnu a regionálnu ekonomiku.

Rozvoj cestovného ruchu v regióne môže popri rekreačných oblastiach, kúpeľoch a termálnych areáloch zakladať na vidieckom cestovnom ruchu, ponuke tichých lokalít, miestnych tradíciách, zachovanom kolorite, vinárstve a gastronómii. Perspektívny trh je najmä susedné Maďarsko na víkendové a krátkodobé pobyty, neskôr sa predpokladá zvýšenie návštevnosti z ostatných krajín EÚ.

Na základe analýzy súčasného stavu a problémov rozvoja cestovného ruchu v regióne Novohrad možno stratégiu formulovať nasledovne:

- zvýšiť kvalitu poskytovaných služieb účastníkom cestovného ruchu v regióne, vrátane komplexnosti poskytovaných služieb,
- zabezpečiť zvýšenie návštevnosti regiónu a tým dosiahnuť aj lepšie ekonomické zhodnocovanie rekreačného potenciálu regiónu prostredníctvom cestovného ruchu,
- vytvoriť efektívnu regionálnu organizačnú štruktúru cestovného ruchu a dôsledne koordinovať činnosť subjektov zainteresovaných na rozvoji cestovného ruchu.

Plán hospodárskeho a sociálneho rozvoja mikroregiónu Obručná

Príťažlivosť územia a kultúrno-historické hodnoty územia sú dôležitým faktorom pre rozvoj cestovného ruchu v mikroregióne Obručná. V záujme prilákania návštevníkov a turistov je potrebné systematicky obnovovať a udržiavať hlavné produkty cestovného ruchu t.j. významné kultúrno-historické objekty, lokality mikroregiónu (hrad Šomoška, Filákov, kostoly, kaštiele a pod.). Nie menej dôležitou oblasťou zabezpečenia celkovej pripravenosti územia je aj sprístupnenie spomínaných hodnôt obcí a mikroregiónu - vybudovanie podporných a orientačných malých stavieb zapadajúcich do celkového prostredia. (návestidlá, parkovacie plochy, chodníky, orientačné tabule, altánky atď.). Sprístupnenie kultúrno-historického bohatstva, ale aj prírodných hodnôt územia vyžaduje komplexný prístup (s ohľadom na primárne a sekundárne faktory rozvoja cestovného ruchu) v súlade so stanoveným všeobecným a špecifickým cieľom so zreteľom aj na ochranu prírody a životného prostredia.

Harmonizácia chránených území, produktov cestovného ruchu a sekundárnych turistických služieb a udržanie rovnováhy medzi prírodnými hodnotami a aktivitami v prospech rozvoja cestovného ruchu je nevyhnutnosťou z hľadiska rozvoja celého mikroregiónu. Zatraktívnenie územia z hľadiska trhu cestovného ruchu si vyžaduje zvýšené vstupy a udržanie sa na tomto trhu ďalšie náklady na cielený marketing územia. Aj preto je nevyhnutná koncentrácia ponuky a finančných zdrojov mikroregiónu pod silnou značkou, ktorá sa dokáže presadiť na konkurenčnom trhu. Samostatne zakladatelia mikroregiónu t.j. obce by to bolo veľmi náročné, preto silnú značku cestovného ruchu tvorí samotný mikroregión. Samosprávy musia spoločne tvoriť jedinečnosť značky Mikroregiónu Obručná. Z tohto hľadiska pri marketingu územia je partnerstvo základom úspechu na trhu cestovného ruchu. Zapojenie obyvateľov, malých a stredných podnikateľov do rozvoja služieb v oblasti cestovného ruchu je taktiež dôležitou súčasťou naplnenia tohto špecifického cieľa.

Plán hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta Filákov

Mesto Filákov rozmachom hospodárstva, cestovného ruchu a vzdelávania dosiahne zníženie nezamestnanosti a zvýšenie životnej úrovne obyvateľov, ktorí budú spokojní a hrdí na svoje kultúrno-historické dedičstvo.

Strategický cieľ (plánovacie obdobie 2005 – 2013):

Zlepšiť ekonomické a sociálne podmienky života občanov, zabezpečiť atraktivitu a príťažlivosť mesta Filákov, tak aby sa zachovalo kvalitné životné prostredie.

3. Stratégia územia v oblasti CR

A. Vízia regiónu

„Mesto Filakovo ako centrum rozvoja cestovného ruchu s celoročným využitím ponúkajúce širokú paletu služieb v krásnej symbióze s prírodnými, kultúrnymi a historickými atraktivitami.“

Táto destinácia sa bude vyznačovať dobrou dostupnosťou, vysokou životnou úrovňou obyvateľov a rozvinutým cestovným ruchom s kvalitnými službami poskytujúcim voľné pracovné príležitosti. Obyvatelia budú hrdí na svoje kultúrno-historické dedičstvo.

B. Dlhodobé ciele

Dlhodobým cieľom územia do roku 2013 je zlepšiť ekonomické a sociálne podmienky života občanov, zabezpečiť atraktivitu a príťažlivosť mesta Filakovo rozvojom cestovného ruchu a zvýšiť návštevnosť domácich a zahraničných turistov, tak aby sa zachovalo kvalitné životné prostredie a prírodné, kultúrne a historické atraktivity.

C. Krátkodobé ciele

Na základe analýzy potenciálu územia sme definovali nasledovné krátkodobé ciele v oblasti cestovného ruchu:

1. Budovanie a prispôsobenie infraštruktúry a supraštruktúry cestovného ruchu potrebám národného a vzdelaného účastníka cestovného ruchu

Opatrenia:

- výstavba a modernizácia zariadení cestovného ruchu (ubytovacie a stravovacie zariadenia, rekonštrukcia a modernizácia kultúrnych, historických a prírodných objektov)
- vybudovanie parkovísk, prístupových ciest a inžinierskych sietí
- zriadenie a obnova turistických a informačných kancelárií
- inštalácia medzinárodne uznávaných turistických značení atraktivít cestovného ruchu (kultúrne, technické, historické pamiatky a prírodné atraktivity)
- výstavba hygienických zariadení
- výstavba športovo - rekreačných zariadení a areálov
- podpora doplnkových služieb v cestovnom ruchu
- výstavba športovo - relaxačných zariadení a ich vybavenia (kúpele, sauny, fitness centrá, obchody športových potrieb), vybudovanie oddychových zón
- budovanie a údržba turistických chodníkov a cyklotrás
- investície do služieb pre turistov

2. Budovanie produktovej ponuky cestovného ruchu v súlade s vývojom trendov 21. storočia

Opatrenia:

- obnova kultúrneho dedičstva a prírodného potenciálu
- investície do prezentácie kultúrnych aktivít (kultúrne podujatia, festivaly, prezentácia národného folklóru, zvykov a tradícií, kongresov a sympózií)
- prevádzkovanie malých predajných miest pre návštevníkov mesta, s cieľom predaja tradičných výrobkov (ľudovo-umelecké výrobky a i.)
- tvorba celoročných balíkov služieb pre návštevníka mesta a jeho okolia

3. Prepracovanie systému kvality služieb vrátane asertivity a empatie poskytovateľa služby

Opatrenia:

- vytvorenie programu hodnotenia podniku služieb na základe piatich základných merateľných znakov kvality podniku (spoľahlivosť, serióznosť, dojem, orientácia na zákazníka, zodpovednosť) zavedenie systému celoročného hodnotenia
- štandarizácia kvality poskytovaných služieb v zariadeniach cestovného ruchu
- štandarizácia kvality doplnkových služieb

4. Marketing a marketingová komunikácia v cestovnom ruchu

Opatrenia:

- tvorba značky regiónu a strediska cestovného ruchu
- vylepšenie propagácie mesta a budovanie marketingových štúdií
- tvorba marketingových materiálov
- účasť samosprávy, podnikateľov na výstavách a veľtrhoch doma a v zahraničí
- budovanie vzťahov s ostatnými regiónmi na Slovensku a v zahraničí

5. Rozvoj ľudských zdrojov pre cestovný ruch

Opatrenia:

- vzdelávanie obyvateľov pre rozvoj cestovného ruchu
- vzdelávanie pracovníkov zariadení cestovného ruchu a zvyšovanie ich profesionálnej úrovne

6. Systém riadenia v cestovnom ruchu

Opatrenia:

- príprava štúdií cestovného ruchu
- spolupráca mestami mikroregiónu v rámci Euroregiónu Neogradiensis
- spolupráca s neziskovým sektorom, samosprávami a podnikateľským sektorom pri rozvoji cestovného ruchu
- strategický manažment cieľové miesta
- tvorba informačného a rezervačného systému v regióne

2. Marketing územia

A. Vytvorenie značky

Tvorba značky dáva možnosť odlišenia sa od ostatnej ponuky. Produkt, ktorý ponúkajú obce získava na identite a utvára si cenový priestor, v ktorom je konkurenčný. Značka vedie k posilneniu konkurenčnej schopnosti, vytvára konkurenčný a cenový tlak.

V globálnom svete jednotlivé obce nemajú šancu presadiť sa na slovenskom a medzinárodnom trhu samostatne, lebo nemajú dostatočné finančné zdroje potrebné na ich osobitnú propagáciu. Samospráva nemá finančné zdroje na rozvoj cestovného ruchu v danej obci.

Každý trh vyžaduje zvýšené náklady na vstup a udržanie sa na ňom. Aj preto je nevyhnutná koncentrácia ponuky a finančných zdrojov pod silnou značkou, ktorá sa dokáže presadiť na konkurenčnom trhu. Pre obce by to bola príležitosť v podobe silnej značky mikroregiónu.

Samosprávy musia rešpektovať zmysel a účel značky. Z tohto hľadiska sa od nich očakáva väčšia ochota spolupracovať pri tvorbe produktov a spolufinancovaní propagácie cestovného ruchu.

B. Segment na trhu

Ďalším krokom pri vytváraní marketingovej stratégie je identifikácia cieľových skupín. Toto zahŕňa jasnejšie a detailnejšie zameranie sa na kľúčové trhy a takisto identifikáciu skupín a jednotlivcov, ktorí nie sú zahrnutí pod žiadnym trhom, ale sú v takej pozícii, že môžu ovplyvniť tých, ktorí sú našim trhom.

Medzi naše cieľové skupiny budú patriť:

- mladá a stredná generácia, ktorá má záujem o alternatívny spôsob transportu cez hranice,
- mladá a stredná generácia, ktorá má voľný čas počas hlavnej letnej sezóny,
- športovci,
- rodiny s deťmi, ktoré majú záujem o vidiecku turistiku a agroturistiku
- mládež, ktorá chce spoznávať kultúru v susednej krajine a má záujem o cykloturistické trasy,
- dôchodcovia z SR a MR, ktorí majú záujem o turistiku
- záujemci o geoturizmus, hradný turizmus a alternatívne produkty cestovného ruchu
- účastníci folklórnych a športových podujatí.

Naše cieľové skupiny budú prevažne zo Slovenska a krajín V4, v menšej miere z krajín EÚ. Tento stav však chceme zmeniť a prilákať návštevníkov aj z ostatných krajín EÚ prostredníctvom poskytovania kvalitných služieb.

C. Dostupnosť

Dobrá dostupnosť je z hľadiska rozvoja regiónu mimoriadne dôležitá. Mesto Fiľakovo a jeho okolie patrí k prihraničnému regiónu, kde sa rozvíja domáci a aktívny cestovný ruch. V danom regióne nie je dostatočne rozvinutá dopravná infraštruktúra, ktorú treba dobudovať.

Dostupnosť z hľadiska regiónu obvykle tvorí:

- dostupnosť z hľadiska polohy a geografického umiestnenia
- prístup do iných regiónov
- dopravná dostupnosť územia, rýchlosť a kvalita dopravnej infraštruktúry

- dostupnosť samosprávy z hľadiska lokalizácie v regióne, stránkových hodín, koncentrácie jednotlivých oddelení a pod.
- flexibilita
- dostupnosť informácií o území
- časová dostupnosť

Dobrá dostupnosť sama o sebe nestačí, ak o nej nedáme cieľovým skupinám – zákazníkom vedieť prostriedkami marketingovej komunikácie.

D. Produkt

Pre vývoj a spracovanie produktov je dôležité disponovať komplexnou ponukou - „mapou“ všetkých atraktivít a služieb a kalendárom podujatí. Tá umožní vytvárať produkty pre rôzne segmenty trhu a v rôznom časovom období.

Na základe analýzy potenciálu v regióne mesta Filakovo a jeho okolia sme špecifikovali nasledovné balíky produktov.

ROZVOJ GEOTURIZMU

1. Odôvodnenie

V Európe vznikla v r. 2000 so 4 zakladateľmi Sieť Európskych Geoparkov, ktorá do r. 2005 prešla obrovským vývojom, počet členov sa vyšplhal na 25 a očakáva sa ešte viac kandidátov.

Z drastickej premeny pojmu geopark vyvolali jeden druh koncepcie územného rozvoja, definujúc také vhodné veľké, hospodársky životaschopné územia za geoparky, kde je možné uskutočniť taký EKO cestovný ruch – založený na príťažlivostiach geologických hodnôt – ktorý môže vyvolať oživenie hospodárskeho rastu regiónu.

V rámci jedného geoparku môže byť prítomných aj viacero geologických hodnôt „geosite“, ale popri ktorých je nutné vyzdvihnúť aj existujúce archeologické, biologické, historické a kultúrne, atď. hodnoty v záujme realizácie bohatej ponuky komplexného geoturizmu za účasti miestneho obyvateľstva.

Myšlienka vzniku „Novohradského geoparku“ sa už viac rokov pohybuje vo vedomí zástupcov prihraničných samospráv. Koncom r. 1990 medzi odborníkmi Riaditeľstva Národného Parku Bükk (BNPI) a Cerovej vrchoviny CHKO (Slovensko) sa vyskytla myšlienka spoločne vytvoriteľného nápadu točivo pospájajúceho geologické náleziská.

Základné faktory opodstatnenosti programu:

1. v r. 2004 CHKO Cerova vrchovina spolu so SAŽP a Mikroregiónom Obručná v koordinácii mesta Filakovo oživilo pôvodné predstavy a začali projektové prípravy geoparku. Pretože sa jedná o cezhraničnú spoluprácu treba spomenúť aj maďarských partnerov: Riaditeľstvo Národného Parku Bükk a Mikroregión Salgótarján.
2. Ohraničenie plánovaného Novohradského geoparku jednoznačne poukazuje na centrálnu úlohu mesta Filakovo, pretože sa nachádza v geografickom centre územia ohraničeného Mikroregiónmi Velické jazerá, Obručná a Medveš, a na rozvojovej osi sever-juh, v blízkosti mesta Salgótarján. Doteraz vypracované štúdie podopierajú nevyťaženosť existujúcich potenciálov regiónu, ich nedostatočnú prezentáciu a zároveň nevyhnutnosť programu.

Inštitucionálne pozadie a komplexné turistické služby sú nedostatočné, nevytvorili sa základné línie poskytnutia informácií a praktického marketingu. Na regionálnej úrovni sa nastali kroky /rozvoj infraštruktúry, v oblasti rozšírenia informačnej siete/, o ktoré sa však účastníci rozvojovej oblasti neopierajú.

2. Ciele programu

Všeobecné ciele:

- Implementácia nového produktu cestovného ruchu na európskej úrovni
- Rozvoj turizmu mesta Fiľakovo a jeho okolia, zhrnutie rozvojových cieľov
- Vytvorenie jednotného, konkurencieschopného systému ponúk

Priame ciele:

- Využitie geologických daností, ako potenciálu
- Rozvoj infraštruktúry, budovanie informačných sietí
- Zvýšenie resp. vytvorenie príjmov z turizmu
- Rozvoj kooperácie medzi mikroregiónmi a samosprávami, rozšírenie cezhraničnej spolupráce

3. Okruh zainteresovaných

Všeobecný okruh zainteresovanosti:

Organizácie zamerané na ochranu prírody na štátnej a regionálnej úrovni, organizácie zainteresované do turizmu, samosprávy, podnikatelia, ako i obyvateľstvo.

Priamo zainteresovaní:

- Projektový tím Mesta Fiľakovo a Mikroregión Obručná, existujúce ľudské zdroje
- Hostince a podnikatelia poskytujúce služby
- Neziskové organizácie, partneri

4. Územná pôsobnosť

Mesto Fiľakovo, Mikroregióny Obručná, Velické jazerá a Medveš.

5. Popis programu

Počas kvalitatívneho a kvantitatívneho rozvoja ponuky geoturizmu je značne rozšíriteľný systém ponúk mikroregiónu a jeho širšieho okolia. Strednodobo sa mikroregión môže stať jedným geoturistickým cieľovým bodom župy. Kvôli v značnej miere sa narastajúcej ponuky, tak zo strany Maďarska ako aj z Poľska sa môže zvýšiť záujem.

V záujme dosiahnutia vyššie uvedeného sú potrebné nasledovné úlohy:

- Objavenie príťažlivostí, metodika prezentácie, strategické plánovanie
- Označenie a predstavenie zvýšene chránených území
- Zachovanie a rozvoj atrakcií
- Vybudovanie informačnej siete
- Rozvoj podnikateľov zaoberajúcich sa poskytovaním turistických služieb
- Rozvoj infraštruktúry
- Rozvoj metód vstupu na trh a jeho organizačného systému na miestnej úrovni
- Odborná spolupráca so SAŽP.

Prostriedky potrebné k realizácii:

1. prevádzkovanie systému kvality, zabezpečenie projektových dokumentácií
2. podpora služieb rozširujúcich kvalitu, zlepšujúcich investície pomocou organizovanej práce skúsených osôb pripravených na rozvoj s cieľom získania zdrojov
3. príprava ponúk organizovaných programov na úrovni mikroregiónu
4. zosúladenie cezhraničných marketingových prác geoturizmu
5. vytvorenie a prevádzkovanie poradenského a vzdelávacieho systému pre osôb vykonávajúcich aktivity.

6. Očakávané vplyvy a výsledky

- ◆ Objavenie geoturizmu na strane turistických ponúk južnej časti regiónu Banskobystrického samosprávneho kraja.
- ◆ Príspevok k zvýšeniu životnej úrovne obyvateľov žijúcich v mikroregióne na európsku úroveň.
- ◆ Tvorba a prehĺbenie vzťahov medzi turizmom a ochranou prírody.
- ◆ Kvalitatívne a kvantitatívne zlepšenie dopytu a ponuky, rozšírenie okruhu služieb.

Indikátory výsledkov:

- Počet obcí zapojených do geoturizmu
- Počet dokumentov použiteľných k názvu UNESCO Geopark
- Rozšírenie ponuky ubytovacích kapacít, programov a služieb
- Rozšírenie počtu a účinnosti použitých marketingových prostriedkov

7. Organizácia zodpovedná za realizáciu

- Samospráva mesta Filákov, obecné samosprávy
- Novovzniknutá nezisková organizácia cestovného ruchu

KULTÚRNY TURIZMUS, HRADNÝ TURIZMUS

1. Odôvodnenie

Tento operatívny program sa opiera o historickú minulosť a existujúce multi-kulturálne prostredie. Prostredníctvom neziskových organizácií fungujúcich v meste generujúci sa pestrofarebný, kultúrny

život, zachovanie a predstavenie historických a ľudových zvyklostí a dlhoročné skúsenosti odôvodňujú rozvoj tohto operačného programu a vytvorenie marketingovej praxe.

Vybudované kultúrne dedičstvo a historické centrum mesta po rehabilitácii, môžu zabezpečiť vhodné pozadie pre organizovaný kultúrny a hradný turizmus rozvíjajúci sa v regióne.

2. Ciele programu

Všeobecný cieľ:

- Vytvorenie príťažlivého centra mesta pre turistov
- Vytvorenie kultúrneho, zábavného centra na úrovni mikroregiónu
- Spojenie rozvojových snáh a zlepšenie ich účinnosti
- Zvýšenie príjmov z turizmu

Priame ciele:

- Vypracovanie projektových dokumentácií potrebných pre investície
- Zmena vzhľadu centra mesta, zachovanie stavu hradu, jeho čiastočná reštaurácia – realizácia potrebných investícií
- Rozvoj úrovne a zosúladenie existujúcich produktov
- Vytvorenie nových produktov a ponúk programov

3. Okruh zainteresovaných

Všeobecný okruh zainteresovanosti:

Zainteresované neziskové organizácie Mikroregiónov Obručná, Medveš a Velické jazerá, majitelia, prevádzkovatelia, hradov Novohradskej župy, samosprávy, organizátori programov, podnikatelia.

Priamo zainteresovaní:

- Neziskové organizácie vykonávajúce kultúrne aktivity
- Neziskové organizácie zaoberajúce sa zachovávaním tradícií
- Neziskové organizácie zaoberajúce sa s kráľovaním a rozvojom prostredia
- Remeselníci, živnostníci
- Podnikatelia poskytujúci služby spojené s cestovným ruchom
- Samosprávne inštitúcie

4. Územná pôsobnosť

Rozvojové územie: Mesto Filakovo a Mikroregión Obručná.

5. Popis programu

Historické centrum mesta Filakovo nachádzajúce sa v strede lokality v súčasnosti nie je ani trošku prítiažlivé. Preto je prioritným cieľom rehabilitácia centra a hradu.

Súbežne je potrebné vytvoriť vonkajšie a vnútorné priestory na úrovni, rozvinúť pohotovosť a ochotu prijímať hostí, kvalitatívne a kvantitatívne zvýšiť prijímacie kapacity.

Nevyhnutné je rozšírenie a zosúladenie spojených ponúk programov.

Budovanie a rozšírenie odborných vzťahov.

Rozvoj organizačnej štruktúry a metód vstupu na trh na miestnej úrovni.

Organizovanie súvisiacej siete kultúrneho a hradného turizmu v rámci Euroregiónu Neogradensis na predmetných územiach Maďarska a Slovenska.

6. Očakávané vplyvy a výsledky

- ◆ Objavenie kultúrneho a hradného turizmu na území historickej župy Novohradu.
- ◆ Prehĺbenie vzťahov medzi kultúrou a turizmom.
- ◆ Komplexná ponuka programov.
- ◆ Posilnenie kvality ponúk mesta Filakovo a obcí mikroregiónu, zlepšujúci image a šíriace sa dobré meno.
- ◆ Rozšírenie okruhu kvalitných služieb, zvyšujúca sa spokojnosť v kruhu hostí, narastajúci príjem.

Indikátory výsledkov:

- Vyhovujúci stav budovaného dedičstva a jeho prostredia – dbať o zachovanie stavu, rehabilitáciu
- Nové priestory a možnosti
- Rozšírenie programu, ubytovacích a dodávateľských ponúk
- Nárast počtu prenocovaní a predĺženie dĺžky pobytov
- Nárast množstva produktov predaných na mieste
- Rozšírenie počtu a účinnosti použitých marketingových prostriedkov.

7. Organizácia zodpovedná za realizáciu

- Novovzniknutá nezisková organizácia cestovného ruchu
- Obecné samosprávy

ROZVOJ AGROTURIZMU

1. Odôvodnenie

Tento smer programov zameraný na rozvoj turizmu obvykle patrí do okruhu alternatívnych turistických produktov. V systéme cieľov územnoplánovacej koncepcie Banskobystrického samosprávneho kraja zameraných na turizmus patrí medzi preferované rozvojové smery.

V južnej, prihraničnej časti župy hrajú dôležitú rolu tie turistické atrakcie, ktoré odzrkadľujú vidiecky život. Príťažlivosťou sú: nenarušenosť prírody, vidiecky štýl života, tradície, chov zvierat, prirodzenosť, čo však samo o sebe je nepostačujúce pre progresívny rozvoj.

2. Ciele programu

Celkový cieľ:

Rozvoj turizmu v území, tvorba konkurencieschopných ponúk, spojenie a zlepšenie účinnosti rozvojových snáh.

Priame ciele:

- Využitie turistickej príťažlivosti obcí ako zdroja silných stránok, v záujme zlepšenia životných podmienok a rozvoja schopnosti obcí udržať si svojich obyvateľov.
- Rozšírenie vzťahov medzi agrárnou výrobou a turizmom, posilnenie hospodárstva obcí.
- Posilnenie spoločenstiev obcí, zvyšovanie vnútornej kohézie v záujme vytvorenia miestnej spolupráce a zachovania tradícií.
- Rozvoj kooperácie medzi obcami a mikroregiónmi vytvorením spoločných turistických ponúk a ich umiestnením na trhu.
- Vytvorenie spolupráce v rámci mikroregiónu medzi inštitúciami, organizáciami a územiaми zainteresovanými do vidieckeho turizmu.

3. Okruh zainteresovaných

Všeobecný okruh zainteresovanosti:

Inštitúcie, organizácie, samosprávy, podniky zainteresované do turizmu v Mikroregióne Obručná, ako i obyvateľstvo.

Priamo zainteresovaní:

- Aktivizovateľné obyvateľstvo obcí
- Podnikatelia zameriavajúci sa na služby vidieckeho pohostenia
- Organizátori programov, remeselníci, živnostníci
- Určené skupiny miestnych agrárnych výrobcov
- Neziskové organizácie
- Samosprávy a ich inštitúcie

4. Územná pôsobnosť

Cieľovou oblasťou rozvoja je Mikroregión Obručná.

5. Popis programu

Ponukový systém mikroregiónu je značne rozšíriteľný prostredníctvom kvantitatívneho a kvalitatívneho rozvoja ponúk vidieckeho turizmu. Strednodobo sa mikroregión môže stať centrom vidieckeho turizmu župy. Kvôli značne narastúcej ponuke sa z vidieka môže stať obľúbené rekreačné pásmo.

Aktivity potrebné v záujme vyššie uvedených:

- objavenie príťažlivosti, rozvoj a zachovanie atrakcií
- rozvoj podnikateľských aktivít v kruhu zapojených do programu
- kvalitatívny a kvantitatívny rozvoj hostinských kapacít,
- rozšírenie súvisiacich programových ponúk, posilnenie kvalitatívneho charakteru turistických ponúk
- organizovanie vidieckeho turizmu do súvisiacej siete v rámci mikroregiónu, adaptáciou úspešných obecných a mikroregionálnych vzorov
- rozvoj systémov organizácií a metód vstupu na trh na miestnej úrovni

Prostriedky potrebné k výkonu:

- podpora investícií zlepšujúcich kvalitu ubytovacích kapacít a rozšírenia služieb - pomocou sprostredkovania možností získania zdrojov pre osoby pripravené na rozvoj;
- prevádzkovanie systému kvality;
- podpora aktivít vytvárajúcich ponuky programov a tradície uchovávané podujatia;
- vytvorenie a prevádzkovanie vzdelávacích a poradenských systémov pre osoby vykonávajúce aktivity;
- zosúladenie marketingových prác vidieckeho turizmu na mikroregionálnej úrovni.

6. Očakávané dopady, výsledky

Objavenie rozširujúceho okruhu ponuky vidieckeho turizmu na strane turistickej ponuky mikroregiónu.

Posilnenie miestnych hospodárstiev a rodín, a prehĺbenie vzťahov medzi turizmom a agrárnou výrobou.

Posilnenie kvalitatívnej ponuky obcí, zlepšujúci image a šíriace sa dobré meno.

Rozšírenie okruhu kvalitných služieb, zvyšujúca spokojnosť medzi hosťami, zvyšujúci sa príjem.

Indikátory výsledkov:

- zvýšenie počtu penziónov zapojených do vidieckeho turizmu;
- rozšírenie ponúk ubytovacích možností, programov a služieb;
- nárast počtu prenocovaní, predĺženie dĺžky pobytu, rozšírenie rekreačného obdobia;
- zvýšenie množstva produktov predaných na mieste, zlepšenie ich pomeru;
- rozšírenie počtu a účinnosti použitých marketingových prostriedkov.

7. Organizácia zodpovedná za výkon

- novovzniknutá nezisková organizácia cestovného ruchu;
- obecné samosprávy.

ROZVOJ CYKLOTURISTIKY

1. Odôvodnenie

Definícia: cieľom programu v prvom rade je vytvorenie vhodných podmienok pre cyklistiku na úrovni hobby s cieľom turistiky. Priamo k predmetu nepatrí súťaž v cyklistike ani cyklistika z povolania.

Za súčasť cykloturistiky pokladáme nasledovné formy cyklistiky:

- ◆ Organizované alebo individuálne cyklotúry;
- ◆ Mládežnícke, školské skupinové cyklotrasy;
- ◆ Terénna cyklistika, horská cyklistika;
- ◆ Športová cyklistika.

Vypracovanie operatívneho programu cykloturistiky odôvodňujú nižšie uvedené faktory:

Dobré predpoklady na cyklistiku v rámci mikroregiónu, ktoré vedú turistu popri mnohotvárnej peknej krajine s relatívne nízkym výškovým rozdielom hladiny.

Vnútorňa doprava mikroregiónu, výnimkou hlavnej cesty č. 2 nízkoobratová, preto aj bez zvláštnych rekonštrukcií je spôsobilá na obsluhu cykloturistiky.

Vypracovala sa rozvojová koncepcia „Cyklistická os popri Iplí“, ktorá je v súlade s turistickou víziou mikroregiónu.

V zahraničí i v tuzemsku sa zvyšuje dopyt po aktívnej, EKO doprave.

Napomáha k prekonaniu sezónnosti. Namiesto letnej horúčavy zaťažujúcej organizmus – hlavne cyklisti prichádzajúci z chladnejších podnebí – si radosťou vyberú miernejšie obdobia. Podľa skúseností cyklistická sezóna trvá od apríla do konca septembra až októbra.

Vykonáva značný multiplikačný efekt, v prvom rade vďaka zahraničným turistom.

Svoj vplyv vykonáva na pomerne veľkom území. Napomáha k spoznaniu vnútorných území ktoré sú vzdialenejšie od hlavných ťahov.

Môže vytvárať doplnujúce príležitosti pre vidiecky turizmus.

Napomáha k rozvoju udržateľného turizmu.

Ohľadom jeho významu sú menej potrebné vybudované infraštruktúry a služby potrebné k prijímaniu hostí.

2. Územná pôsobnosť

Celé územie regiónu.

3. Cieľ programu

Všeobecné ciele:

Rozšírenie turistických ponúk regiónu, objavenie nových segmentov trhu.

Priame ciele:

- Vytvorenie prijímajúcej bázy cykloturistiky, rozvoj jej základnej infraštruktúry
- Zvýšenie úrovne ponuky cykloturistiky
- Nárast počtu hostí
- Zníženie sezónnosti
- Nárast príjmov
- Vznik pracovných miest
- Udržateľný rozvoj turizmu

4. Okruh zainteresovaných

- samosprávy
- organizácia cestovného ruchu mikroregiónu
- podnikatelia
- neziskové organizácie
- cyklisti mikroregiónu

5. Popis programov

Vypracovanie koncepcie rozvoja cykloturistiky mikroregiónu.

Plánovaným rozvojom cykloturizmu sa zainteresovaní do turizmu v mikroregióne doteraz nezaoberali. V súlade s koncepciou rozvoja dopravy župy by bolo účelné vytvoriť koncepciu rozvoja cykloturistiky mikroregiónu.

Koncepcnú, tvorivú prácu sťažuje že skúmanie cyklistickej dopravy – sčasti ako pododvetvia dopravy, sčasti ako typu turistického produktu – si vyžaduje vážne, osobné a materiálne základy. V súčasnosti v mikroregióne nie sú k dispozícii ani finančné zdroje, ani organizačné pozadie, ktoré by zabezpečilo takúto komplexnú prácu, preto väčšinu týchto prieskumov vykonáva KHVM a pobočky štátnej správy ciest, sústreďujúc sa v prvom rade na cyklotrasy.

Ciele koncepcie rozvoja cykloturistiky:

- Zmapovanie cyklotrás regiónu, trasy cyklotúr, resp. nimi súvisiace služobno-dodávateľské pozadie;
- Vyznačenie použiteľných a rozvíjateľných trás a služieb;
- Stanovenie potrebných zásahov;
- Pomenovanie zodpovedných za uskutočnenie rozvoja;
- Vytvorenie cykloturistických balíkov.

Rozvoj infraštruktúry

Charakteristickým znakom cykloturistiky je, že naraz znamená typ turistického produktu ako aj určitý spôsob dopravy. Cyklista teda je „na ceste“, preto si vyžaduje tie základné služby, ktoré pomôžu jeho doprave: v prvom rade trasu, informácie a pozadie s vyhovujúcimi službami.

Rozvoj infraštruktúry je zložitý pojem, ktorý sa rozdeľuje na nasledovné hlavné skupiny:

Technická infraštruktúra:

- Nízkonákladové cesty;
- Cyklotrasa vybudovaná vyslovene pre cyklistov;
- Cyklistické pásmo používané spoločne s chodcami alebo oddelené s označením na vozovke alebo iným spôsobom;
- Trasy vhodné pre terénnu cyklistiku vo viacerých prípadoch sú zhodné s terénnymi trasami pre pešiu turistiku, bez pevnej vozovky.

Informácie:

- Komunikačné a promočné pozadie;
- Systém informačných a smerodajných tabúľ, označenie dobre viditeľných ciest,
- Tlačené letáky pre cyklistov;

Pozadie služieb:

- Preprava turistov a bicyklov na miesto inými dopravnými prostriedkami;
- Možnosti uskladnenia, uloženia bicyklov;
- Požičovne bicyklov;
- Servis bicyklov;
- Ubytovacie a pohostinské možnosti vyhovujúce cyklistom;
- Vytvorenie balíkov cyklotúr;
- Turistický sprievodca;

„Prostredie priateľské cyklistom“:

- Mikroregión má byť otvorený pre prijatie cyklistov;
- Od detstva pohľad a výchova k priateľskej cyklistike;

Organizovanie cyklistov mikroregiónu, ich zhromaždenie do organizácie, aktivizácia, žiadosť o ich účasť.

Obmedzené finančné možnosti väčšiny samospráv neumožnia budovanie cyklotrás, hlavne preto, že budovanie cyklotrás nepokladajú za prioritné. K tomu sa pridáva, že príjmy z cykloturistiky nepokladajú za významné v porovnaní s investíciami do nej. Toto ponímanie spolu s nedostatkom financií neumožňuje jednotné, ucelené strednodobé programovanie cyklotrás.

Samosprávy mikroregiónu by si mali vyjasniť svoje ciele v tejto oblasti v spoločnej strednodobej koncepcii.

6. Organizácia zodpovedná za výkon

Vytvorená nezisková organizácia cestovného ruchu mikroregiónu.

7. Očakávané vplyvy

Možnosť cykloturistiky v mikroregióne sa stáva spoznatelnou a plánovateľnou.

Dlhodobo bezpečná cyklistická doprava, dobre vytvorená služobno – obslužné pozadie, informácie.

KLASICKÁ TURISTIKA („TURISTIKA V PRÍRODE“)

Klasická turistika na Slovensku sa pokladá za tradičný turistický produkt. Nízkopolohový kraj, zahalený s listnatými lesmi jeho bohatými živočíšnymi, historickými a kultúrnymi hodnotami reprezentuje vynikajúco dobré turistické danosti.

Pre mikroregión znamená veľké možnosti hlavne Cerová vrchovina.

1. Odôvodnenie

Klasická turistika ako voľnočasová aktivita, napr. šport, mobilizuje u nás veľké masy. Zmena pohľadu prebiehajúca na celom svete prehodnotí čistú prírodu, resp. intenzívne trávenie voľného času v prírode. Populárnosť klasickej turistiky ďalej zvyšuje aj to, že patrí medzi najjednoduchšie realizovateľné a najlacnejšie voľnočasové aktivity. Napomáha k tvorbe takých turistických produktov, ktoré sú prístupné pre širokú verejnosť. Význam klasickej turistiky postupne narastá so zvyšovaním životnej úrovne, a zhodnotením blízkosti prírody. Historická župa Nógrád spolu so svojimi prírodnými krásami a postupne sa meniacim systémom turistických ponúk je ideálnym turistickým cieľovým územím tak pre tuzemských, ako i zahraničných hostí.

Dopyt vyskytujúci sa v mikroregióne a nárast z toho vyplývajúcich príjmov je možné uskutočniť iba podľa odborne podložených a podrobne rozpracovaných programov. Súčasná ponuka v tejto oblasti sa vyvinula spontánne. V mikroregióne nájdeme hlavne turistov, ktorí majú namierené do Cerova.

Produkty klasickej turistiky sa dajú vytvoriť a prevádzkovať s najnižšími nákladmi, preto v prípade zodpovedajúceho dopytu sú prevádzkovateľné s dobrým výnosom. Veľkou jej výhodou je, že všetky infraštruktúry mikroregiónu sú priamo využiteľné a použiteľné.

Klasickú turistiku je možné viacnásobne zvýšiť vytvorením a uvedením nových produktov a vhodnou marketingovou prácou. Potrebu rozvoja produktov pociťujú všetci zainteresovaní v mikroregióne. Rozvoj ponukového systému klasickej turistiky je typickým územím, ďalší kvalitatívny rozvoj ktorého vyžaduje širokú praktickú spoluprácu. V tejto oblasti jednotliví účastníci nie sú schopní účinne vystupovať. Avšak mikroregión disponuje s takou skupinou príťažlivostí – z dôvodu blízkosti Budapešti –, čo nie je možné nechať nevyťažené.

2. Okruh zainteresovaných

- Podnikatelia v cestovnom ruchu;
- Obchodní dodávatelia;
- Samosprávy;
- Neziskové organizácie;
- Inštitúcie,
- Turistické (združenia) zväzy, hnutia;
- CHKO Cerova vrchovina

3. Cieľ programu

Všeobecné ciele:

- Rozšírenie ponuky klasickej turistiky;
- Zvýšenie kvalitatívnej úrovne súčasných ponúk;
- Rozvoj nových produktov;
- Lepšie využitie už existujúcich dodávateľských kapacít
- Oživenie tuzemského dopytu;
- Tvorba a rozvoj turistického marketingu klasickej turistiky;
- Tvorba pracovných miest;
- Zvýšenie turistických príjmov.

Priame ciele:

- Vypracovanie ponúk do turistických balíkov;
- Vybudovanie turistickej siete (tvorba sústavy tabúl, organizácia údržby) ;
- Rozvoj infraštruktúry, investičné stimuly;
- Organizácia podujatí klasickej turistiky;
- Rozvoj projektov zameraných na rozšírenie sezóny;
- Tuzemské PR;
- Vyhľadávanie a naštartovanie marketingovo komunikačných kanálov;
- Odborné workshopy a fóra.

4. Popis programu

V súlade s priamymi cieľmi hlavné oblasti programu sú nasledovné:

- ◆ Rozvoj infraštruktúry;

- ◆ Rozvoj produktov: vypracovanie a prevádzkovanie „programových balíkov“;
- ◆ Rozvoj služieb;
- ◆ Marketingová komunikácia.

Rozvoj infraštruktúry

K rozvoju klasickej turistiky sú priamo využiteľné a aplikovateľné všetky infraštruktúry mikroregiónu. Doplnkové investície by sa v prvých krokoch mali sústrediť na informovanosť turistov. Systém informačných tabúl mikroregiónu je nutné formovať širokospektrálne na vyššiu úroveň.

Je nutné dosiahnuť plynulé zlepšenie v oblasti budovania a prevádzkovania turistických trás.

Rozvoj produktov: „programové balíky“

Pre klasickú turistiku ponúka nové možnosti územie plánovaného Novohradského geoparku. Živočíšny svet okolia Cerovej vrchoviny je bohatý na pozoruhodnosti.

Hlavné motívy možného rozvoja produktov:

- Rozšírenie turistických trás Cerovej vrchoviny do mikroregiónu k jeho kultúrnym a historickým hodnotám.
- Vytvorenie túr do Cerovej, východiskových a cieľových bodov pre turistov, integrácia služieb do turistických programov;
- Vytvorenie viacdňových programových balíkov;
- Organizovanie programov „study tour“ so sprievodcami (odborníkmi)
- Kombinácia výletov s rôznymi službami (napr. konské záprahy, na bicykloch, v zime lyžiarsky beh atď.).

Rozvoj služieb

Privítanie turistov prichádzajúcich do mikroregiónu v súčasnosti prichádza do úvahy buď na ubytovacích miestach alebo v rôznych reštauráciách. V prípade hostí prichádzajúcich v skupinách prichádza do úvahy už iba zopár penziónov. Iné možnosti by mohli poskytnúť len iné inštitúcie, ktoré však nie sú vybavené pre privítanie hostí.

Strednodobo je účelné založenie hostinca (host'ovský dom). Možné funkcie host'ovského domu:

- Host'ovská miestnosť (s kapacitou na sedenie pre 60 osôb, premietacie zariadenia, ozvučenie);
- Výstavná miestnosť (fauna a flóra Cerovej vrchoviny, krátka miestna história, samosprávy mikroregiónu);
- Bufet (studená kuchyňa);
- Darčekový obchod;
- WC, hygienické bloky(kúpeľňa resp.sprcha).
- Vytvorenie podmienok pre ponuku pohľadníc, prospektov.
- Vytvorenie ponuky darčekových predmetov.

Marketingová komunikácia

Prostriedky uvedenia produktov klasickej turistiky na trh sú takmer nevyčerpatel'ne. Niektoré jeho prvky už fungujú aj dnes, ako napríklad rôzne publikácie, účasť na turistických trhoch, sieť turistických informačných kancelárií. V prípade klasickej turistiky by bolo zvlášť účelné posilnenie spoločného marketingu, lebo komunikačný efekt by bol silnejší, keby ho vykonávali jednotlivé inštitúcie samostatne. V prípade zhromaždenia klasických turistov do združení, organizácií, zväzov je možná ich priama dosiahnuteľnosť.

Doteraz málo používané marketingové prostriedky:

- Internet
- Ponuky turistických balíkov
- Spolupráca s domácimi a zahraničnými turistickými kancelárkami, združeniami
- Spoločné akcie, zľavy
- Organizácie Study tour
- Lobbying

5. Očakávané vplyvy

Realizáciou programu sa očakáva zvýšenie príjmov, čo popri zainteresovaných podnikateľoch zabezpečí isté živobytie aj pre ich zamestnancov. Oživenie dopytu môže mať pozitívny vplyv aj na dopyt po ostatných turistických produktoch – hlavne na oddychový turizmus.

6. Organizácia zodpovedná za výkon

Koordinátorom programu sa môže stať novovzniknutá nezisková organizácia zameriavajúca sa na mikroregionálnu turistiku, ktorá zavŕši resp. systematizuje prácu odborníkov v jednotlivých podprogramoch. Počas svojej práce sa opiera o spoluprácu vedúcich podnikateľských subjektov, samospráv a odborných organizácií.

7. Finančné nároky, zdroje a stimuly

Organizácia klasickej turistiky, oproti ostatným ponukovým produktom nie je náročná na financie. Možné zdroje financovania:

- Podiel na financovaní zainteresovaných podnikateľov
- Použitie vonkajších zdrojov podpory, úrokové úľavy, úvery)
- Zdroje nenávratných finančných prostriedkov (župné, regionálne zdroje)
- Výhody samospráv, nevyužitú objekty

GASTRONOMICKÉ TÚRY

1. Odôvodnenie

V posledných dvoch desaťročiach sa značne zvýšila miera záujmu o gastronómiu spoločností, ale hlavne cestovateľov a výletníkov. Narastajúci voľný čas, dynamicky sa rozvíjajúci turizmus, túžba

človeka žijúceho v masových spoločnostiach po originalite a spoločným vplyvom masovej komunikácie sa javí výnimočný záujem o gastronómické zvyky rôznych kultúr. Vydavateľstvá kníh referujú o objavení a predaji kuchárskych kníh, publikácií s gastronómickou tematikou v rekordnom množstve, sledovanosť televíznych programov zaoberajúcich sa prípravou jedál, resp. znalosťami súvisiacimi s ich prípravou súperí so sledovanosťou úspešných filmov zábavného priemyslu.

Turisti vyhľadávajú miestne špeciality v ponukách reštaurácií a hostincov, úprimným záujmom, alebo vyhovujúc očakávaní trendu.

V súčasnosti gastronómická ponuka vychádzajúca z miestnej kultúry už nie je jednoducho len činiteľom ponuky, ale zároveň zdôrazneným prostriedkom marketingu. Jedinečné (neznáme, málo známe) jedlo, nápoj alebo kraj objavujúci sa v marketingu je oprávnené potvrdiť a hlavne overiť jedinečnosť ponuky.

Prezentácia tohto spoločenského javu je nevyhnutná pre mikroregión.

Názorová revolúcia prebiehajúca vo svete ktorá postavila do centra pozornosti a života čistú prírodu, spoľahlivo čisté potraviny, zdravú výživu, resp. využitie voľného času v intenzívnom vzťahu s prírodou dobre korešponduje so sústavou daností mikroregiónu. Danosti sú:

- Čistá príroda;
- Bohatá flóra a fauna;
- Miestne zhotoviteľné potraviny (mlieko, vajce, hydina, ošípané, ovocie, džem, pálenka atď.);
- Existencia jedál vyvinutých v miestnej kultúre a tradičnom spôsobe života;
- Nevyvinul sa remeselný turizmus /s charakterom klasického priemyslu/
- Otvorená turistická vízia;
- Možnosť tvorby jedinečnej ponuky overiteľnej s krajom a miestnymi obyvateľmi;
- Možnosť formovania jednoduchej, zaplatiteľne jedinečnej gastronómckej ponuky.

Vychádzajúc z problematiky vyššie uvedených okruhov sústava gastronómckých ponúk sa ešte v mikroregióne nevytvorila.

Ide o taký prvok ponuky ktorý je dobre predajný aj pre turistov návštevníkov a jeho vplyv na nárast výnosu je nespochybniteľný.

Zvýšenie dopytu vyskytujúceho sa v mikroregióne a z neho vyplývajúcich príjmov aj v tejto oblasti je realizovateľné len na základe odborných a podrobne rozpracovaných programov.

Produkty jedinečných gastronómckých ponúk sú zhotoviteľné a prevádzkovateľné s nízkymi nákladmi. Nad rámec financovania počiatočných odborných prác sústava ponúk nevyžaduje investície navyše.

Dobre rozpracovanými a vybudovanými marketingovými aktivitami umiestnenie ponuky môže mať značný synergický vplyv prispievajúc tým k predaju aj iným produktom. Nevyhnutnosť rozvoja produktov preferuje čoraz väčší počet zainteresovaných osôb mikroregiónu.

Jedinečné úspechy v odbornej sfére je možné dosiahnuť len s veľkými finančnými záväzkami, preto je nevyhnutná koordinovaná spolupráca.

2. Okruh zainteresovaných

- podnikatelia podnikajúci v oblasti turizmu;

- obchodní dodávateľia;
- samosprávy;
- neziskové organizácie;
- inštitúcie;
- turistické združenia, zväzy, hnutia

3. Cieľ programu

Všeobecné ciele:

- Sformovanie gastronomickej turistickej ponuky;
- Rozvoj nových produktov;
- Lepšie využitie už existujúcich dodávateľských kapacít;
- Oživenie tuzemského a zahraničného dopytu;
- Spojenie problematiky s marketingom mikroregiónu;
- Vytvorenie pracovných miest;
- Zvýšenie príjmov z cestovného ruchu.

Priame ciele:

- Vypracovanie sústavy gastronomických ponúk;
- Organizovanie gastronomických podujatí;
- Rozvoj projektov zameraných na rozšírenie sezónu;
- Tuzemský PR;
- Účinnnejšie využitie marketingovo komunikačných kanálov.

4. Popis programu

Hlavné oblasti programu v súlade s priamymi cieľmi sú nasledovné:

- ◆ Rozvoj produktov;
- ◆ Rozvoj služieb;
- ◆ Marketingová komunikácia.

Rozvoj produktov

Značnú časť gastronomickeho územia Severné – Maďarsko, ktoré sa rozprestiera od Ipl'a až po Bodrog vytvárajú Palócke oblasti. Tradičné stravovanie tu žijúcich vidieckych ľudí bolo veľmi úbohé. Mäso jedlí málo, skôr rôzne polievky: „šťavu” a „hustú”, čiže prívarky. Častým jedlom bol chlieb so slaninou. Antal Reguly v polovici 20. str. píše vo svojich poznámkach o stravovaní na tomto území nasledovne:

„Hlavným jedlom je chlieb ražný a všetky druhy „máčaných“ ingredientov, hlavne fazuľa, ďalej šošovica, málo hrachu, prosová a jačmeňová kaša, zemiaky, kukurica, z ktorej pripraví rôzne druhy nekysnutých zákuskov, aj kaše.“ Rôzne jedlá predstavené autorom ako napr. „korpa kizzi“, alebo „magalevi“, „csóré“, palócka polievka „lebbencsleves“, halušky, „opekané lokše“ ako cestoviny do polievok, „kukoricabukta“, alebo hubová „szepés kapusta“, v ich pôvodnej forme sa nedajú ponúknuť hosťom. Síce dnes už zabudnuté jedlá môže poskytnúť dobrý základ pre tvorbu štruktúr miestnych gastronomických ponúk. Výkon práce v každom prípade si vyžaduje spoluúčasť odborníkov pretože rekonštrukcie vytvorených jedál (alebo skôr dekonštrukcie) v každom prípade musia byť v súlade so súčasnými požiadavkami doby a očakávaniami širokej verejnosti voči moderným jedlám. Novovytvorené konštrukcie pokrmov majú obohatiť nielen gastronomickú ponuku mikroregiónu, ale môžu mať aj funkciu vytvorenia kultu. Vytvorené gastronomické jedinečnosti zo spoločného financovania mikroregiónu môžu dostať aj ďalšie funkcie:

Publikovateľné vo forme kníh, ktoré zároveň môžu mať funkciu miestnych darčiekov.

O spôsobe prípravy pokrmov sa môžu natočiť filmy, ktoré vo forme videa, CD, DVD by boli predajné, s uvedením miestnych hodnôt a území.

Na propagačných materiáloch predajných miest (na letákoch hotelov, reštaurácií, výstavných miest atď.) sa môžu propagovať recepty niektorých jedál predajných na mieste.

Prostriedky palóckej kuchyne (resp. ich obmeny suvenírov) sa môžu objaviť vo forme darčkových predmetov.

V očiach širokej verejnosti Mikszáth Kálmán a charakteristické palócke stravovanie sa stali príbuznými pojmami, ako aj zo vzťahu spisovateľa k mikroregiónu je koncipovateľná nová ponuková hodnota (Mikszáth – Horpács – palócovia – palócke jedlá).

V ponuke turistických podujatí mikroregiónu (zároveň v sústave marketingových prostriedkov) môže dostať významnú rolu kuchárska súťaž o palóckych pokrmoch.

Rozširujúci chov ošípaných sa tiež spája s problematikou, ako možnosť sformovania zimných prvkov ponúk (zabíjačka ako produkt atď.).

Kurzy kuchárov ako podujatia „study tour“.

Rozvoj služieb

- V oblasti reštauračných ponúk;
- V oblasti ponúk darčkových predmetov;
- V oblasti ponúk programov.

Marketingová komunikácia

- Ponuka publikácií;
- Elektronická komunikácia (Internet) ;
- Sieť Turistických informačných kancelárií;
- Direct marketing;
- Gastronomické túry.

5. Očakávané vplyvy

Program predpokladá viacročnú implementačnú dobu. Síce ponúka bohaté, takmer nevyčerpatelne možnosti na rozšírenie turistických ponúk mikroregiónu. Sústava gastronomických ponúk môže mať funkciu cieľov ako aj prostriedkov naraz v kruhu turistických účastníkov mikroregiónu.

Vybudovanie sústavy ponúk je schopné vyvolať postupne sa zvyšujúce príjmy v podnikateľskom a neziskovom sektore. Z dôvodu jej vplyvu generujúceho dopyt sa očakáva silný synergický vplyv.

6. Organizácia zodpovedná za výkon

Navrhujeme za koordinátora programu novovzniknutú turistickú neziskovú organizáciu mikroregiónu. Jej úlohou musí byť koordinácia prác všetkých podnikateľov a iných neziskových organizácií zainteresovaných v jednotlivých projektoch. Počas svojich aktivít sa opiera o spoluprácu vedúcich podnikateľov, samosprávy a odborných organizácií.

7. Rozpočtové náklady, zdroje a stimuly

Vypracovanie sústavy gastronomických ponúk je realizovateľné s nižšími nákladmi ako v prípade tvorby ostatných sústav ponúk. Počas prác sú využiteľné existujúce miestne kapacity, miestna znalosť a iniciatívna práca obyvateľov.

Významnejší náklad predstavuje rekonštrukcia jedál (dekonštrukcia). Početný prvok rozpočtu sa objavuje v podnikateľskom sektore pomocou mobilizácie existujúcich prostriedkov. Pretože je formovateľný okruh dobre využiteľných produktov, je možné kalkulovať s rýchlou návratnosťou investovaných prostriedkov. Na mnohé prvky je možné získať podpory prostredníctvom projektov (publikácie, podujatia).

E. Cenová politika

Cenová politika znamená vedomé stanovenie cien za výkony, a síce tak, aby aj cena prispela k dosiahnutiu cieľov marketingu. Ak chceme byť v cenovej politike úspešní musíme najprv poznať vlastné náklady, potom zistiť či hosť môže alebo je ochotný túto cenu zaplatiť a napokon zistiť, čo žiada konkurencia za rovnaký alebo podobný produkt.

Cena v marketingu územia obvykle zahŕňa ceny pozemkov, budov a nehnuteľností, nájomov, cenu pracovnej sily, niektorých služieb a pod. Cena môže mať tiež charakter miestnej dane, poplatku, odvodu alebo účelovej podpory a dotácie z rozpočtu obce. Aj keď mnohé zo služieb, ktoré sú poskytované obcami sú zo zákona bezplatné, nejde o bezplatnosť v pravom zmysle slova, pretože náklady pokrýva štát prostredníctvom rozpočtov. Základným problémom pri určovaní cien je dôkladná znalosť nákladov a to ekonomických, ako aj spoločenských.

Prijatá cenová stratégia určuje, či je vhodnejšie pracovať s vyššími cenami - ak chceme stimulovať dopyt alebo naopak s nižšími - ak ho chceme utlmiť. V prípade mesta Filákov by sme navrhovali diferencovať v závislosti od cieľovej skupiny a od časového hľadiska. Cenové zľavy v závislosti od dĺžky pobytu (7-dňový pobyt zaplatiť ako 6-dňový, 14-dňový pobyt zaplatiť ako 12-dňový), zníženie ceny vstupného na Filákovský hrad po 15.00 hod o 50 %, deti do 5 rokov pobyt zdarma a do 12 rokov platiť iba polovičnú cenu ubytovania, vyhlásením dňa prípadne roka úcty k starším, vstup pre dôchodcov zdarma, invalidi

s preukazom ZŤP vstup zdarma a cenové zľavy z ubytovania pre skupinové zájazdy (1 osoba zadarmo nad 20 osôb) v závislosti od počtu prenocovaní a času.

F. Propagácia, práca s verejnosťou

Politika komunikácie je dôležitá na vytváranie, upevňovanie a rozvíjanie vzťahov medzi všetkými zainteresovanými subjektmi v obci. K nástrojom komunikačnej politiky patrí práca s verejnosťou, reklama, podpora predaja a osobný predaj.

Vzťahy s médiami by sa mali využívať ako marketingový nástroj na lepšie informovanie miestnej komunity a taktiež na zverejnenie konkrétnych aktivít uskutočnených regiónom v oblasti cestovného ruchu a podnikania. Práca s verejnosťou sa zameriava na pracovníkov v stredisku, miestne obyvateľstvo, existujúcich a potenciálnych návštevníkov.

Propagácia je ďalším z komunikačných nástrojov, pomocou ktorého môže obec (samospráva) presadzovať svoje územie. Pod propagáciou rozumieme vydávanie letákov, brožúr, kníh a iných materiálov, ktoré zoznámia verejnosť s charakteristikou územia. Patrí sem aj inzercia, ktorá sa v tomto prípade používa menej. Obce vydávajú knihy len pri okrúhlych výročiach obcí.

Účinným propagačným nástrojom sú v súčasnosti multimedialne prostriedky. Najnázornejšie je možné predstaviť ponuku pomocou videofilmov a CD ROMov. Stále väčšie nároky sa kladú na prezentáciu na internete. Je preto nevyhnutné venovať pozornosť koncepcii tvorby a aktualizácie www stránok. Odporúčame vytvoriť novú webstránku NTIC v 3 jazykových mutáciách samostatne alebo pod www stránkou mesta Filakovo. Tam by sa poskytovali základné informácie o činnosti NTIC a možnostiach rekreácie v okolí.

Navrhujeme zaviesť do praxe nasledovné prvky propagácie:

- vytvoriť farebný prospekt o NTIC a atraktivitách v meste a jeho okolí, na ktorého financovaní by sa zúčastnili všetky podnikateľské subjekty v meste a okolitých obci,
- prospekt vytlačiť v slovenskom, anglickom a maďarskom jazyku a propagovať ho v turistických strediskách v Maďarsku,
- vytlačiť ponukové listy, ktoré by obsahovali balíky služieb pre jednotlivé cieľové skupiny návštevníkov,
- vyrobiť spomienkové predmety s logom mesta Filakovo,
- umiestniť ponuku služieb na česko-slovenský server turistických trás na Slovensku, do databázy atraktivít južných okresov na internet,
- prezentovať ponuku služieb v meste Filakovo a jeho okolia (balík služieb v regióne) v odbornej tlači (Cestovateľ, Panoráma...),
- v rámci regiónu mesta Filakovo prezentovať na výstavách a veľtrhoch cestovného ruchu na Slovensku a v zahraničí,
- organizované podujatia propagovať v regióne pomocou plagátov.

Prostredníctvom propagácie sa umelo vytvorí a formuje imidž a ovplyvňuje sa tak dôvera v produkt. V propagácii by nemalo chýbať aj miestne obyvateľstvo, pretože inak sa to môže považovať za popretie existencie a dôležitosti v imidži cieľového miesta.

G. Distribúcia

Distribúcia predstavuje spôsob, akým sa produkt dostáva k cieľovej skupine. Obec musí ponúkať svoje služby priamo návštevníkom alebo nepriamo prostredníctvom sprostredkovateľov.

Priamy predaj vykonáva producent služieb. Uskutočňuje sa to písomne, telefónom, faxom alebo osobne. Ponuku tvoria jednotlivé služby (ubytovacie, stravovacie, dopravné, animačné), balíky služieb a predaj doplnkového tovaru (knihy, pohľadnice, mapy, suveníry).

Nepriamy predaj prostredníctvom sprostredkovateľov by mali tvoriť turistické informačné kancelárie, cestovné kancelárie.

Podľa analýzy územia mesta Fiľakovo a jeho okolia absentuje turistická informačná kancelária. Novohradská turisticko-informačná kancelária (NTIC) by mala sídliť v meste Fiľakovo v novovybudovaných priestoroch. NTIC by mala spolupracovať so samosprávami v jej blízkom okolí a turistickými kancelárkami v rámci siete TIK v okresných mestách. Jej prevádzka by mala byť počas celého roka. Ťažiskom činnosti turistickej informačnej kancelárie by bolo:

- poskytovanie informácií,
- tvorba a predaj balíkov služieb, doplnkových služieb a doplnkového tovaru,
- spravovanie ubytovacích zariadení, rezervovanie ubytovania a starostlivosť o využívanie kapacít,
- uskutočňovanie výskumu trhu, spoločného marketingu, vrátane propagácie,
- spolupráca prípadne tvorba marketingovej koncepcie strediska.

Pri výbere spolupracujúcej cestovnej kancelárie musíme prihliadať na jej doterajšie pôsobenie na trhu, skúsenosti s aktívnym cestovným ruchom, spoľahlivosť a podmienky spolupráce. Odporúčame spoluprácu s cestovnými kancelárkami Tatratur, Satur, Hydrotour a Globtour. Na rozvinutie spolupráce s informačnými a cestovnými kancelárkami je však potrebné najprv skompletizovať produkt, zostaviť ponuku balíkov služieb a vypracovať informačné materiály o stredisku. Vytvoril by sa marketingový materiál, ktorému predchádza vytvorenie „spoločnej identity“ a loga regiónu. Tento bude distribuovaný priamo do obcí, turistických informačných kancelárií v okresných mestách, ubytovacích zariadení, CK. Informačné systémy v stredisku a okolitých obciach sprostredkujú informácie o ponuke, cenách, obsadenosti jednotlivých ubytovacích zariadení a animačných programoch. Pomáhajú prevádzkovateľom zariadení pri spolupráci, umožňujú lepšie využívanie lôžkovej kapacity a väčšiu účasť na animačných programoch v stredisku. V informačnom systéme by si návštevník mohol vyhľadať informácie o animačných programoch, čase konania, cene a počte voľných miest. V prijímacej kancelárii by už potom vyplnil len prihlášku a zaplatil. Podobne by sa malo stredisko prezentovať aj na internete. Veľmi dôležité je stránky aktualizovať a dopĺňať o nové informácie.

H. Inštitucionálne zabezpečenie – organizácia rozvoja CR v regióne

Jedným z hlavných problémov rozvoja cestovného ruchu na Slovensku je nedostatočná spolupráca subjektov podieľajúcich sa na rozvoji cestovného ruchu a to na miestnej, regionálnej a celoštátnej úrovni. Bez aktívnej spolupráce všetkých subjektov, ktoré sa podieľajú na rozvoji cestovného ruchu nemožno dosiahnuť požadované ciele.

V cestovnom ruchu sú možné štyri úrovne spolupráce – miestna, regionálna, národná a nadnárodná. Na každej z nich existuje množstvo subjektov, ktoré sa môžu stať partnermi. K jednotlivým skupinám patria účastníci cestovného ruchu, domáce obyvateľstvo, štátna správa a samospráva, ubytovanie a stravovacie zariadenia, cestovné kancelárie, obchod, doprava, remeselníci, poľnohospodári, ktorí sú priamo alebo nepriamo zapojení do poskytovania služieb účastníkom cestovného ruchu.

Súčasná organizácia cestovného ruchu v meste Fiľakovo nezodpovedá možnostiam jeho rozvoja. V záujme lepšej spolupráce odporúčame preto iniciovať založenie združenia pre rozvoj regiónu. Riadnymi členmi združenia cestovného ruchu by boli zástupcovia miestnej samosprávy a podnikatelia v cestovnom ruchu. Pridruženými členmi sa môžu stať fyzické a právnické osoby, ktoré majú záujem o spoluprácu so združením. Súčasťou združenia cestovného ruchu je Novohradská turisticko-informačná kancelária.

Miestne združenie cestovného ruchu vytvára predpoklady pre koordináciu záujmov zainteresovaných subjektov a rozvoj podnikateľských aktivít. Cieľom združenia je spolupráca v záujme väčšej spokojnosti návštevníkov a miestneho obyvateľstva.

Združenie cestovného ruchu by malo plniť nasledovné úlohy:

- ovplyvňovanie tvorby produktu cestovného ruchu,
- spolupráca pri tvorbe nariadení týkajúcich sa cestovného ruchu,
- zastupovanie a presadzovanie záujmov členov združenia,
- starostlivosť o infraštruktúru cestovného ruchu,
- výchova obyvateľstva k rozvoju cestovného ruchu,
- organizovanie spoločenských, kultúrnych a športových podujatí,
- získavanie finančných prostriedkov pre rozvojové aktivity cestovného ruchu,
- podpora činnosti turistickej informačnej kancelárie.

V rámci tohto združenia by pracoval projektový manažér, ktorý by koordinoval aktivity v meste Fiľakovo a jeho okolí.

6. Implementačný plán

Implementačný plán územia by mal definovať, akými spôsobmi bude vykonávaná kontrola plnenia cieľov a monitorovanie plnenia jednotlivých činností určených v pláne. Je nevyhnutné definovať kľúčové termíny, v ktorých je potrebné kontrolovať úspešnosť postupu realizácie jednotlivých etáp implementačného plánu územia. Treba jasne stanoviť ako bude meraná úspešnosť plnenia plánu.

Aktivita	Miesto realizácie	Investor/zdroj financovania	Časový plán	Finančný plán	Indikátory
Vybudovanie kanalizácie + ČOV	Mesto	mesto, ŠF,EU	2006-2010	35 mil. Sk	500 napojených obyvateľov
Rekonštrukcia existujúcej kanalizácie a intenzifikácia ČOV	Mesto	mesto, SVS, ŠF, EU	2006-2013	90 mil. Sk	skvalitnenie služieb, ochrana ŽP
Konzervácia a rekonštrukcia hradu, zariadenie hradného múzea	Mesto /s regionálnym charakterom/	mesto, BBSK, ŠF, EU	2007-2009	14,5 mil.Sk	Odstránenie havarijného stavu, sprístupnenie doteraz neprístupných objektov
Rekonštrukcia náučného chodníka v areáli hradu - vytvorenie informačného systému	Mesto /s regionálnym charakterom/	mesto, BBSK, ŠF, EU	2007-2010	2,5 mil.Sk	Prístupové komunikácie, poskytované informácie
Terénne a sadové úpravy podhradia a nádvorja MsKS, amfiteáter	Mesto /s regionálnym charakterom/	mesto, BBSK, INTERREG	2007 - 2010	6,5 mil. Sk	skvalitnenie ŽP, vhodné prostredie pre obyvateľov a návštevníkov
Vytvorenie kultúrno-spoločenského centra pod Fiľakovským hradom	Mesto /s regionálnym charakterom/	Mesto, BBSK, ŠF, EU	2008 - 2011	6 mil. Sk	Obnovený komplex objektov MsKS, vznikne dvor remesiel
Revitalizácia mestského parku a verejných priestranstiev v historickom jadre	Mesto /s regionálnym charakterom/	Mesto, BBSK, ŠF, EU	2008 - 2011	42,5 mil. Sk	Oživený a obnovený mestský park, 3 námestia /Nám padl.hrdinov, Koháryho a pred MsÚ/
Rekonštrukcia budovy MsÚ, využitie podkrovných priestorov	Mesto /s regionálnym charakterom/	Mesto, BBSK, ŠF, EU	2007-2009	6,5 mil. Sk	vznik adekvátnych priestorov pre účely spoločného obecného úradu
Rekonštrukcia miestnych komunikácií a verejného osvetlenia	Mesto	Mesto, BBSK, ŠF, EU	2007 - 2013	17,5 mil. Sk	upravené vozovky
Rozvoj turizmu -	3 mikroregióny	Mikroregióny,	2007-	25,5 mil. Sk	28 zapojených obcí do

"Novohradský geopark"	/Obručná, Medvešpri Velických jazerách, /	BBSK, ŠF, EÚ,	2013	na 1 obec	geoparku, vybudovanie turistických a cyklo trás, oddychových zón, propagácia
Obchodná zóna	Mesto /s regionálnym charakterom/	Súkromný sektor, EU	2007-2013	45–50 mil. Sk	30 obnovených objektov v historickom jadre
Tržnica, vidiecke jarmoky – rekonštrukcia Trhovej u., vybudovanie trhoviska	Mesto /s regionálnym charakterom/	Mesto, ŠF, EÚ, súkromný sektor, remeselníci	Rok 2007-2013	19 mil. Sk	Obnovená komunikácia a vybudované trhovisko
Využitie vodných zdrojov - rekonštrukcia kúpaliska, vybudovanie plavárne	Mesto /s regionálnym charakterom/	Zdroje ŠF, EU podnikatelia	2007-2013	55 mil. Sk	Obnovený areál kúpaliska, vznik plavárne
Dobudovanie a zatraktívnenie športovo-rekreačného centra	Mesto /s regionálnym charakterom/	Mesto, podnikateľské subjekty, BBSK, ŠF, EU	2007-2013	35 mil. Sk	Rozloha športovísk v m2, počet užívateľov, počet akcií
Prezentácia a propagácia mesta a regiónu v rámci Euroregiónu Neogradiensis	Mesto /s regionálnym charakterom/	Mesto, INTERREG IIIA, BBSK	2007-2013	rok 2007 300 tis. Sk	nárast kvality spol. života, cezhraničná spolupráca
Organizovanie rekvalifikačných kurzov /IKT, jazyky/	Mesto /s regionálnym charakterom/	Mesto, ŠF, EU	2005-2013	rok 2007 300 tis. Sk	vzdelaná pracovná sila
Organizovanie študijných ciest - inšpirácia modelovými akciami	Novohrad-Nógrád	Mesto, ŠF, EU		rok 2007 600 tis. Sk	nové projekty v záujme rozvoja mesta a regiónu
Konferencie, semináre	Mesto /v rámci cezhraničnej spolupráce/	Mesto, civilný sektor, ŠF, EU	2007-2013	rok 2007 300 tis. Sk	Kvalitné výstupy, nové kontakty a skúsenosti
Zabezpečenie fungovania informačného centra	Mesto /v rámci cezhraničnej spolupráce/	Mesto, mikroregióny, BBSK, ŠF, EU	2007-2013	rok 2008 500 tis. Sk	Kvalifikovaný zamestnanec + technické zariadenie

Ukazovatele merania musia byť presne, najlepšie číselne a termínovo vymedzené. Postupy na sledovanie úspešnosti plnenia plánu, monitoring a kontrola musia byť zaznamenané ako súčasť časových harmonogramov v plánoch činnosti.

Hodnotenie a meranie úspešnosti realizácie marketingovej stratégie:

- a. Vyhodnotenia splnenia cieľov 1. roku
- b. Vyhodnotenie stanovených kritérií úspechu a neúspechu
- c. Požiadavky na úspešnosť – výkaz dosiahnutých kvalitatívnych štandardov
- d. Zbieranie ďalších objektívnych a subjektívnych dát (štatistiky, výkaz ziskov a strát, pomer návštevníkov podľa cieľových skupín, pozorovanie atď).
- e. Porovnanie cieľov a pomerov na ďalšie roky, hodnotenie a prehodnotenie

Návrhy projektov v oblasti cestovného ruchu v meste Filákov a jeho okolí do roku 2013:

- f. produkt cestovného ruchu „Geopark“
- g. produkt cestovného ruchu „Filákovský hrad a jeho história“
- h. projekt na vybudovanie značky mesta Filákov a jeho okolia ako cieľového miesta
- i. projekt na dobudovanie múzea na Filákovskom hrade
- j. centrum Európskeho geoparku vo Filákovke – inštitucionalizácia
- k. projekt obnovy mestského kúpaliska
- l. projekt turistického informačného systému v regióne – označenie atraktivít v meste okolí, pamätná a informačné tabule, informačný kiosk a panel pred NTIC
- m. projekt výstavby športovo-rekreačných zariadení v meste Filákov
- n. projekt vzdelávania podnikateľov a obyvateľov v oblasti cestovného ruchu