


Návrh strategického rozvoje města Kysucké Nové Mesto

Bc. Ivana Kocmánková

Diplomová práce
2007

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav managementu
akademický rok: 2006/2007

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Ivana KOČMÁNKOVÁ**
Studijní program: **N 6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management a marketing**

Téma práce: **Návrh strategického rozvoje města Kysucké Nové Mesto**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Zpracujte teoretická východiska využitelná v diplomovém projektu.

II. Praktická část

- Proveďte analýzu současného stavu města Kysucké Nové Mesto.
- Navrhněte strategii rozvoje města.
- Zpracujte vybraný projekt naplňující navrženou strategii.
- Vybraný projekt podrobte rizikové a nákladové analýze.

Závěr

Rozsah práce: 70 stran
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

1. ĎAĎO, Jaroslav, PETROVIČOVÁ, Jana, KOSTKOVÁ, Miroslava. Marketing služieb. Bratislava: 2006. 295 s. ISBN 80-8057-662-9.
2. HORÁKOVÁ, Helena. Strategický marketing. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0447-1.
3. KOTLER, Philip. Marketing. Praha: Grada, 2004. 855 s. ISBN 80-247-0513-3.
4. Mestá a obce Žilinského kraja. Štatistický úrad. Žilina: 2002. 320 s.
5. PAULIČKOVÁ, Renáta. Regionálny a mestský marketing. Bratislava: 2005. 132 s. ISBN 80-88984-72-6.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Jaromír Schneider
Ústav managementu
Datum zadání diplomové práce: 9. března 2007
Termín odevzdání diplomové práce: 4. května 2007

Ve Zlíně dne 9. března 2007


doc. PhDr. Václav Nováček, CSc.
děkan




Ing. Pavla Staňková, Ph.D.
ředitel ústavu

ABSTRAKT

V diplomovej práci sa zaoberám návrhom strategického rozvoja mesta Kysucké Nové Mesto. Práca pozostáva z dvoch základných častí, teoretickej a praktickej. Praktická časť je rozdelená na analytickú a projektovú.

V teoretickej časti sú vymedzené teoretické východiská z oblasti regionálneho a mestského marketingu, regionálneho rozvoja, rozobraté sú základné programové dokumenty regionálneho rozvoja, marketingový mix, marketingové prostredie a strategické marketingové plánovanie. Nasleduje analytická časť, kde som rozobrala aktuálny stav Kysuckého Nového Mesta so zvláštnym prihliadnutím na oblasť cestovného ruchu a poznatky som súhrnne spracovala do SWOT analýzy. V náväznosti na analytickú, sa v projektovej časti zaoberám konkrétnym návrhom strategického rozvoja mesta a vypracovaním projektu z oblasti cestovného ruchu.

Cieľom diplomovej práce je navrhnúť takú stratégiu rozvoja, ktorá obyvateľom Kysuckého Nového Mesta môže zabezpečiť efektívne využitie všetkých možností a trvalý rozvoj mesta. Či sa to skutočne podarí, závisí len na nich.

Kľúčové slová:

Regionálny marketing, mestský marketing, strategický rozvoj, SWOT analýza, cestovný ruch, projekt, riziková analýza, nákladová analýza, časová implementácia.

ABSTRACT

The thesis deals with a proposal for strategic development of Kysucké Nové Mesto town. The thesis consists of two parts – theoretical part and practical part. The practical part is divided into analytical part and project part.

The theoretical part defines theoretical fundamentals in the field of regional and urban marketing, regional development and discusses the basic programming documents for regional development, marketing mix, marketing environment and strategic marketing planning. It is followed by the analytical part discussing the current position of Kysucké Nové Mesto with special focus on tourism. The aggregate results were processed in a SWOT analysis. In relation to the analytical part, the project part deals with a specific proposal for strategic development of the city and elaboration of a project in the field of tourism.

The objective of the thesis is to propose such development strategy that would be able to ensure efficient utilisation of all the capacities and sustainable development of the town for the people living in Kysucké Nové Mesto. The success depends only on these people.

Keywords:

Regional marketing, urban marketing, strategic development, SWOT analysis, tourism, project, risk analysis, cost analysis, time implementation.

Veľmi pekne ďakujem vedúcemu mojej diplomovej práce Ing. Jaromírovi Schneiderovi za odborné vedenie, jeho ochotu a pomoc pri jej spracovaní.

Na tomto mieste sa chcem poďakovať aj všetkým členom mojej rodiny za obrovskú trpezlivosť a podporu, ktorú mi poskytovali počas celého štúdia.

OBSAH

ÚVOD.....	10
I TEORETICKÁ ČASŤ.....	11
1 TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ OBLASTI REGIONÁLNEHO ROZVOJA, REGIONÁLNEJ POLITIKY, REGIONÁLNEHO A MESTSKÉHO MARKETINGU	12
1.1 REGIONÁLNY ROZVOJ A REGIONÁLNA POLITIKA	12
1.1.1 Základné programové dokumenty regionálneho rozvoja	15
1.1.2 Spôsoby financovania podpory regionálneho rozvoja.....	16
1.2 VÝZNAM REGIONÁLNEHO A MESTSKÉHO MARKETINGU	17
1.3 MARKETINGOVÝ MIX MIEST A OBCÍ	19
1.3.1 Produkt	19
1.3.2 Cena	19
1.3.3 Dostupnosť	20
1.3.4 Marketingová komunikácia	20
1.3.4.1 Osobná komunikácia.....	21
1.3.4.2 Propagácia.....	21
1.3.4.3 Public relations.....	21
1.4 MARKETINGOVÉ PROSTREDIE	21
1.4.1 Marketingové makroprostredie.....	22
1.4.2 Marketingové mikroprostredie	24
1.5 STRATEGICKÉ MARKETINGOVÉ PLÁNOVANIE.....	25
1.5.1 Marketingová stratégia	26
1.5.1.1 SWOT analýza územia.....	30
1.5.2 Marketingový plán regionálneho rozvoja	31
1.5.3 Marketingové projekty.....	34
1.5.3.1 Logický rámec projektu	34
1.5.3.2 Časový plán implementácie marketingového projektu	35
1.6 STRUČNÝ ZÁVER TEORETICKEJ ČASŤI.....	35
II PRAKTICKÁ ČASŤ	37
2 VŠEOBECNÉ INFORMÁCIE O MESTE KYSUCKÉ NOVÉ MESTO	38
2.1 HISTÓRIA.....	39
2.2 GEOGRAFICKÁ CHARAKTERISTIKA.....	40
2.2.1 Geomorfológia.....	40
2.2.2 Pôda a poľnohospodárstvo	40
2.2.3 Vody	41
2.2.4 Podnebie	41
2.2.5 Vegetácia	41
2.3 PROSTREDIE MESTA A JEHO OCHRANA.....	42
2.3.1 Stav životného prostredia	42
2.3.2 Ochrana prírody v meste a okolí.....	42
2.3.3 Pamätihodností mesta a ich ochrana.....	44

2.4	ĽUDSKÉ ZDROJE A SOCIÁLNA INFRAŠTRUKTÚRA	45
2.4.1	Stav obyvateľstva a veková štruktúra	45
2.4.2	Trh práce a zamestnanosť v meste.....	47
2.4.3	Predškolské, školské, športové, zdravotnícke a sociálne zariadenia	50
2.4.3.1	Predškolské a školské zariadenia	50
2.4.3.2	Športové zariadenia.....	50
2.4.3.3	Zdravotnícke zariadenia.....	51
2.4.3.4	Sociálne zariadenia	51
2.4.4	Bytová otázka	51
2.4.5	Kultúrny a spoločenský život	52
2.5	TECHNICKÁ A DOPRAVNÁ INFRAŠTRUKTÚRA.....	53
2.5.1	Dopravná infraštruktúra.....	53
2.5.2	Zásobovanie vodou.....	55
2.5.3	Kanalizácia a odpadové hospodárstvo na území mesta.....	55
2.5.3.1	Kanalizácia a čistenie odpadových vôd	55
2.5.3.2	Infraštruktúra odpadového hospodárstva	56
2.6	CESTOVNÝ RUCH.....	56
2.6.1	Pešia turistika.....	58
2.6.2	Cykloturistika	61
2.6.3	Možnosti ubytovania a stravovania	63
2.7	SWOT ANALÝZA MESTA KYSUCKÉ NOVÉ MESTO	66
2.8	STRUČNÝ ZÁVER ANALYTICKEJ ČASTI	76
3	PROJEKTOVÁ ČASŤ	77
3.1	STRATEGICKÝ PLÁN	77
3.1.1	Návrh dokumentu strategického rozvoja Kysuckého Nového Mesta.....	78
3.1.1.1	Základná štruktúra.....	78
3.1.1.2	Strategická vízia a globálny strategický rozvojový cieľ	79
3.1.1.3	Oblasť ľudských zdrojov a sociálnej infraštruktúry.....	79
3.1.1.4	Oblasť ochrany prírody a prostredie mesta	80
3.1.1.5	Oblasť technickej a dopravnej infraštruktúry.....	81
3.1.1.6	Oblasť ekonomického rozvoja	81
3.1.1.7	Oblasť cestovného ruchu	82
3.2	PROJEKT ZALOŽENIA TURISTICKEJ INFORMAČNEJ KANCELÁRIE (TIK).....	83
3.2.1	Obsah projektu.....	83
3.2.2	Spôsob založenia TIK.....	83
3.2.3	Personálne obsadenie a požiadavky na pracovníkov	86
3.2.4	Základné vybavenie TIK	88
3.2.4.1	Informačný systém a propagácia TIK	90
3.2.5	Časová implementácia projektu.....	92
3.2.6	Náklady na projekt.....	93
3.3	PRÍNOSY A RIZIKÁ PROJEKTU.....	94
3.4	STRUČNÝ ZÁVER PROJEKTOVEJ ČASTI	97
	ZÁVER.....	98
	ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	99

ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK	102
ZOZNAM OBRÁZKOV	104
ZOZNAM TABULIEK.....	105
ZOZNAM PRÍLOH	106

ÚVOD

V posledných rokoch sa významne prehĺbili rozdiely nielen medzi jednotlivými regiónmi, ale aj mestami a obcami Slovenska. Museli sme si zvyknúť, že susedné mestá sú považované za konkurentov vo všetkých oblastiach rozvoja. To je dôvod, prečo sa väčšina z nich začala chovať ako firma, ktorá chce prosperovať. Základným predpokladom úspechu je stanoviť si ciele a cestu, ako ich dosiahnuť. Začali vznikať strategické rozvojové dokumenty. Je pravda, že tí, ktorí si dali prácu a stratégiu rozvoja vypracovanú už dávno majú, napredujú rýchlejšie. Ľahšie získavajú finančnú podporu z rôznych externých zdrojov, prosperujú a tak získavajú ďalšiu nespornú výhodu, ktorou je podpora miestneho obyvateľstva. Ostatní majú čo robiť, aby nie že udržali krok, ale aby aspoň príliš nezaostali. Kysucké Nové Mesto patrí práve medzi tých, ktorí doteraz strategickú víziu rozvoja spracovanú nemajú. To je jeden z dôvodov, prečo je témou mojej diplomovej práce „Návrh strategického rozvoja mesta Kysucké Nové Mesto“. Ďalším dôvodom je, že som v tomto meste vyrástla a mám tam rodinné a priateľské väzby.

Práca pozostáva z teoretickej a praktickej časti. Praktická je rozdelená do dvoch na seba nadväzujúcich celkov, analytického a projektového.

Prvá časť poskytuje teoretické východiská pre praktickú časť práce. Vymedzené sú tu základné pojmy, regionálny a mestský marketing, marketingový mix, marketingové prostredie, marketingové strategické plánovanie. V analytickej časti sme podrobne rozobrali súčasný stav mesta. Zaoberala som sa históriou, geografickou charakteristikou, zamestnanosťou a trhom práce, ekonomickým rozvojom, dopravnou a technickou infraštruktúrou, cestovným ruchom. Všetky tieto oblasti poskytujú podklady pri tvorbe stratégie rozvoja a zároveň poukazujú na oblasti, ktoré sú v porovnaní s ostatnými zanedbané. Výsledkom je SWOT analýza, vyjadrená ako sumár silných a slabých stránok, príležitostí a hrozieb. V projektovej časti je navrhnutý dokument strategického rozvoja a konkrétny projekt. Nakoľko analytická časť ukázala, že najzanedbanejšou oblasťou v meste je cestovný ruch, projekt je zameraný na danú oblasť. Ide o založenie Turistického informačného centra.

Cieľom diplomovej práce je posúdenie aktuálnej situácie a navrhnutie takých krokov a opatrení, ktoré súčasné podmienky výrazne zmenia k lepšiemu. To je možné len spoločným úsilím predstaviteľov a obyvateľov mesta.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1 TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ OBLASTI REGIONÁLNEHO ROZVOJA, REGIONÁLNEJ POLITIKY, REGIONÁLNEHO A MESTSKÉHO MARKETINGU

Priestorové štruktúry rôzneho typu sú súčasťou nášho každodenného života. Všetky si vytvárajú vlastné mechanizmy a nástroje, ktorých cieľom je zabezpečiť rozvoj konkrétneho priestoru. Základnou formou priestorovej štruktúry regionálneho rozsahu na Slovensku je samosprávny kraj – región.

Zákon č. 503 / 2001 Z. z. o podpore regionálneho rozvoja chápe región ako územne vymedzený priestor na tvorbu a uskutočňovanie regionálnej a štrukturálnej politiky na úrovni druhého a tretieho stupňa, podľa klasifikácie štatistických územných jednotiek. V legislatívnom vymedzení Slovenskej republiky je región vymedzený územne a jeho územie je totožné so samosprávnym krajom. [28]

1.1 Regionálny rozvoj a regionálna politika na Slovensku

Regionálny rozvoj je pojem, ktorý vychádza z rôznych predstáv, teórií a modelov. V zákone č. 503 / 2001 Z. z. o podpore regionálneho rozvoja, je regionálny rozvoj charakterizovaný ako trvalý rast hospodárskeho a sociálneho potenciálu regiónu, čo zvyšuje jeho hospodársku úroveň, výkonnosť, konkurencieschopnosť a životnú úroveň jeho obyvateľov. Región tak prispieva k hospodárskemu a sociálnemu rozvoju krajiny. [28]

Obdobie radikálnych zmien hospodárskeho systému oživilo diskusie o koncepciách a možnostiach tvorby regionálnej politiky. Stratégia regionálneho rozvoja je veľmi flexibilná a závisí od mnohých faktorov.

Pojem stratégia chápeme ako vymedzenie základných dlhodobých cieľov podniku a prijatie smerov rozvoja, ako aj alokáciu zdrojov nevyhnutných na dosiahnutie týchto cieľov. [8]

Regionálna politika je nástrojom finančnej solidarity a hybnou silou hospodárskej integrácie. Zmierňuje rozdiely medzi regiónmi a usmerňuje spontánne prebiehajúce procesy na základe vopred stanovených cieľov. Jej úlohou je ovplyvňovať lokalizáciu investícií a aktivít, vyvažovať pôsobenie trhových síl, stabilizovať zaostávajúce regióny, zabraňovať vzniku nových priestorových disproporcií, ako aj zabezpečovať všeobecne prijímané požiadavky rozvoja územia – udržateľného rozvoja, ochrany prírodných, kultúrnych a historických

hodnôt. Mala by smerovať k integrovanejším regionálnym stratégiám, ktoré by sa ešte pružnejšie adaptovali na potreby regiónov. Regionálna politika stojí tiež pred požiadavkami globalizácie, regionalizácie politických a hospodárskych štruktúr, s cieľom realizovať trvale udržateľný rozvoj. Zatiaľ sa však neadaptovala na zvládnutie všetkých požiadaviek. Zamerať sa na tvorbu komplexnej regionálnej politiky je zatiaľ veľmi problematické. Ešte stále pretrváva výrazná regionálna diferenciácia, najmä v smere západ - východ. Regionálna politika predstavuje aktívne ovplyvňovanie a koordináciu hospodárskych procesov v územných častiach štátu alebo väčšieho ekonomického priestoru. Jej účastníkmi sú štát, orgány štátu (vláda), ministerstvá a samosprávy územných celkov. Regionálny rozvoj a koordinácia regionálnej politiky spadá do kompetencie Ministerstva výstavby a regionálneho rozvoja SR. Nakoľko však ide o širšiu problematiku, na jej tvorbe a realizácii sa podieľajú tiež ministerstvá: životného prostredia; pôdohospodárstva; dopravy, pôšt a telekomunikácií; financií; hospodárstva; práce, sociálnych vecí a rodiny a školstva. [5]

Regionálna politika v Slovenskej republike sa uskutočňuje na:

- **národnej úrovni**, ktorú zabezpečujú príslušné ústredné orgány štátnej správy a ktorá má predovšetkým selektívny charakter so zameraním na vopred vymedzené regióny
- **regionálnej úrovni**, ktorú by mali zabezpečovať orgány regionálnej samosprávy a ktorá má celoplošný regionálny charakter a zameriava sa na vnútroregionálnu problematiku. [3]

Regionálny rozvoj v zmysle zákona o regionálnom rozvoji, je zameraný najmä na:

- rozvoj hospodárstva a podnikateľského prostredia s cieľom zvýšiť jeho produktivitu, zlepšiť štruktúru hospodárstva, vytvárať nové pracovné miesta a stabilizovať ohrozené pracovné miesta
- rozvoj ľudských zdrojov s cieľom dosiahnuť rovnováhu vo vývoji dopytu a ponuky na regionálnom trhu práce a vytvárať rovnosť pracovných príležitostí pre mužov a ženy
- trvalý rozvoj výskumu a vývoja prispievajúceho k celkovému rozvoju regiónov s dôrazom na podporu zavádzania nových technológií a inovácií
- medzištátnu, cezhraničnú a medziregionálnu spoluprácu v oblasti regionálneho rozvoja v záujme trvalo udržateľného rozvoja regiónu
- rozvoj cestovného ruchu
- zlepšenie sociálnej infraštruktúry regiónu

- zlepšenie technickej infraštruktúry regiónu
- rozvoj kultúry, kultúrnych činností a služieb vrátane rozvoja umeleckých činností, starostlivosti o kultúrne dedičstvo a o obnovu a revitalizáciu pamiatkového fondu
- rozvoj občianskej vybavenosti a rozvoj služieb v regióne
- opatrenia na ochranu a tvorbu životného prostredia a na obmedzenie vplyvov poškodzujúcich životné prostredie
- podporu efektívneho využívania prírodných zdrojov regiónu. [28]

V podmienkach Slovenska sa podpora regionálneho rozvoja orientuje na:

a/ hospodársky slabé regióny, ktoré podľa ukazovateľov hospodárskeho a sociálneho rozvoja vykazujú podstatne nižšiu úroveň rozvoja, ako je priemerná úroveň v Slovenskej republike (ukazovatele charakterizujúce trh práce, úroveň a štruktúru hospodárstva, príjmy samosprávnych krajov, obcí a obyvateľov žijúcich na ich území, hustotu osídlenia)

b/ regióny s nepriaznivou štruktúrou, v ktorých sú sústredené negatívne dôsledky štruktúrnych zmien, dochádza v nich k útlmu odvetví a výrobných podnikov a k rastu nezamestnanosti (ukazovatele charakterizujúce trh práce a rozvoj podnikania) [28]

c/ ďalšie regióny, pokiaľ o tom rozhodne vláda (prihraničné oblasti, mikroregióny s vysokou mierou nezamestnanosti). [3]

Regionálny rozvoj v zmysle politiky EU sa zameriava na tvorbu fondov podpory rozvoja. Pri podpore regionálneho rozvoja z fondov EU sa za hospodársky slabé, považujú regióny na úrovni druhého stupňa klasifikácie štatistických územných jednotiek. Ide o tzv. systém NUTS.

Klasifikácia NUTS v Slovenskej republike.

Pri rozdeľovaní prostriedkov z fondov EU sa musia sledovať a vyhodnocovať údaje o sociálno-ekonomickom rozvoji a postavení jednotlivých regiónov. Systém NUTS je päťstupňový systém s hierarchickým triedením. Prvé tri sa spravidla vzťahujú na regionálnu úroveň, ostatné dve na lokálnu úroveň. Veľkosť administratívnych jednotiek vymedzených a zoskupených podľa počtu obyvateľstva by sa mala nachádzať v intervaloch, ktoré boli stanovené nasledovne:

NUTS 1 – 3-7 miliónov

NUTS 2 – 800 000-3 milióny

NUTS 3 – 150 000-800 000 obyvateľov. [5]

Problémom je veľký rozdiel v zaľudnenosti týchto jednotiek v rámci jednotlivých krajín EU.

V Slovenskej republike sa kategórie NUTS rozdelili nasledovne:

NUTS 1 – Slovenská republika

NUTS 2 – Bratislavský kraj, Západné Slovensko, Stredné Slovensko, Východné Slovensko

NUTS 3 – kraje: Bratislavský, Trnavský, Trenčiansky, Nitriansky, Banskobystrický, Žilinský, Košický a Prešovský

NUTS 4 – okresy, ktorých je 79

NUTS 5 – obce v počte 2883. [5]

Ako vidíme, na úrovni NUTS 2 sa Slovensko delí na štyri oblasti, z ktorých najmenšou je oblasť Bratislavského kraja, zároveň totožná s úrovňou NUTS 3. Ostatné tri sú rozlohou podobné. Situácia v počte obyvateľov a v hustote zaľudnenia je však iná. Bratislavský kraj je počtom obyvateľov najmenší, hustotou však vysoko prevyšuje ostatné oblasti (292,3 obyvateľov na km², oproti Strednému Slovensku s najnižšou hustotou 83,3 obyvateľov na km²). [14]

1.1.1 Základné programové dokumenty regionálneho rozvoja

Základnými programovými dokumentami regionálneho rozvoja sú:

Národný plán regionálneho rozvoja – je základný strednodobý strategicko-plánovací dokument, ktorý obsahuje analýzu hospodárskeho a sociálneho stavu v regiónoch a potenciálu na ich rozvoj, úlohy potrebné na dosiahnutie rozvojových cieľov vrátane stratégie, plánovacích činností, rámcového návrhu finančného a administratívneho zabezpečenie podpory rozvoja regiónov. Vypracúva ho ministerstvo a na schválenie predkladá vláde.

Regionálny operačný program – je vypracovávaný na úrovni druhého stupňa podľa klasifikácie štatistických územných jednotiek, obsahuje analýzu hospodárskej a sociálnej situácie konkrétneho regiónu, ciele a potreby v rozvoji regiónu, opatrenia plánované na dosi-

ahnutie cieľov, rámcový finančný plán a ustanovenia na jeho zabezpečenie. Vypracovávajú ho samosprávne kraje v súlade s cieľmi a prvoradými potrebami ustanovenými v národnom pláne.

Sektorový operačný plán – je dokument vypracovaný pre vopred určené sektory, ktorých počet a zameranie určí vláda. Obsahuje opatrenia na dosiahnutie cieľov a prvoradých potrieb, rámcový finančný plán a ustanovenia na jeho zabezpečenie. Vypracúva ho orgán štátnej správy v súlade s národným plánom, na základe odporúčania Národného monitorovacieho výboru ho schvaľuje vláda.

Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja samosprávneho kraja – obsahuje analýzu hospodárskeho a sociálneho rozvoja na území samosprávneho kraja, hlavné smery jeho vývoja, ciele a potreby, určenie okresov a obcí, ktorých rozvoj je potrebné podporovať, návrh finančného a administratívneho zabezpečenia. Je podkladom na vypracovanie príslušného operačného programu. Podkladom pre vypracovanie programu hospodárskeho a sociálneho rozvoja samosprávneho kraja sú aj programy rozvoja obcí na jeho území. Finančné prostriedky na výdavky súvisiace s vypracovaním programu poskytuje štát.

Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja obce – obsahuje analýzu hospodárskeho a sociálneho rozvoja obce, hlavné smery jej vývoja, ustanovenie cieľov a prvoradých potrieb, úlohy v rozvoji technickej a sociálnej infraštruktúry, vo vzdelávaní, v kultúre a ďalších oblastiach, návrh finančného a administratívneho zabezpečenia. Štát poskytuje finančné prostriedky na výdavky spojené s vypracovaním programu. [28]

Predstavuje dokument strategického rozvoja miest a obcí v jednotlivých oblastiach. V našom prípade zatiaľ nebol návrh PHSR pre Kysucké Nové Mesto dokončený a schválený.

1.1.2 Spôsoby financovania podpory regionálneho rozvoja

Je niekoľko možností, ako financovať regionálny rozvoj. Predovšetkým plne využívame vlastné zdroje financovania (rozpočet mesta / obce), ďalej je možné použiť prostriedky zo štátneho rozpočtu, štátnych fondov, rozpočtu samosprávnych krajov, prostriedky fyzických a právnických osôb, úvery a príspevky medzinárodných organizácií, doplnkovým zdrojom môžu byť prostriedky z fondov EU. [28]

Marketingovo orientované a riadené mesto či región, pracujú aj s mimorozpočtovými formami financovania tzv. účelovými fondami, do ktorých obyvatelia prispievajú podľa vopred stanoveného kľúča. Do úvahy pripadajú ďalšie možnosti, ako organizovanie rôznych akcií (napr. dobročinných), organizovanie čiastkových akcií či predaj propagačných materiálov. Keďže podľa zákona sú mestá podnikateľskými subjektami, je možné, aby svoj majetok použili na podnikateľskú činnosť a tak získali časť prostriedkov na marketingové aktivity. Ak región alebo mesto úspešne hospodária, možno zisk opäť preniesť do mimorozpočtového peňažného fondu. [13]

Príjemcom finančných prostriedkov môže byť v podstate ktokoľvek, kto predloží projekt, podľa ktorého sa majú uskutočniť opatrenia obsiahnuté v jednotlivých programoch hospodárskeho a sociálneho rozvoja regiónov, obcí, samosprávnych krajov. Na hospodárenie s finančnými prostriedkami a kontrolu finančného zabezpečenia podpory regionálneho rozvoja sa vzťahujú príslušné právne predpisy. [28]

1.2 Význam regionálneho a mestského marketingu

V rámci regiónov, vlastnú politiku rozvoja územia, vykonávajú mestá a obce (resp. ich združenia), pričom využívajú princípy regionálneho (územného) marketingu. Regionálny marketing vykonávajú predovšetkým samosprávne kraje alebo inak definované zväzky či združenia (napr. mikroregióny). Dôležitou zložkou regionálneho marketingu je marketing územia – miesta. [9]

Aby aplikácia marketingu miest a obcí v praxi bola skutočne účinná, podstatnou podmienkou je využívanie komplexného prístupu. Mestá a obce majú nezastupiteľnú funkciu pri usmerňovaní rozvoja prílušných regiónov a regióny usmerňujú rozvoj miest a obcí.

Globalizácia spôsobila, že regióny, obce a mestá si vzájomne konkurujú a snažia sa získať určité výhody prostredníctvom miestnych prostriedkov a zdrojov, aj pomocou širokej škály rôznych aktivít. Ide o snahu stimulovať socio-ekonomické činnosti na úrovniach samosprávy, pričom jedným zo stimulátorov sa javí marketing. Faktom sa tak stáva nevyhnutnosť implementácie marketingu do pôsobenia regionálnej prípadne mestskej politiky.

Medzi jednotlivými vymedzeniami marketingu je pozorovateľný významný rozdiel medzi sociálnym a manažérskym prístupom k marketingu. Kým v manažérskom prístupe je marketing chápaný ako „umenie predávať produkty“, pre naše potreby vyhovuje predovšetkým

sociálna definícia: Marketing je sociálny proces, pri ktorom jednotlivci a skupiny získavajú to, čo si prajú a čo potrebujú, prostredníctvom tvorby, ponuky a výmeny hodnotných produktov a služieb s ostatnými. [7]

Možnosti a oblasti využitia marketingu sú široké. Prekračujú hranice podnikateľského sektora a uplatňujú sa aj inde, než pri klasických výrobkoch, službách či organizáciách. Konceptiu marketingu je tak možné uplatniť aj pri riadení a rozvoji miest. [3]

Mestský a regionálny marketing býva rôznymi autormi opisovaný ako trhovo orientovaný typ využitia municipálneho / regionálneho produktu municipalitou v spojení so súkromnými firmami. Na Slovensku sa o marketingu jednotlivých priestorových štruktúr hovorí od začiatku 90-tych rokov. Podľa Viestovej je regionálny marketing chápaný ako aplikácia filozofickej koncepcie marketingu v podmienkach regiónu. Regionálny marketing rieši konkrétny marketingový problém regiónu. Jeho úlohou je poznanie všetkého, čo môže ponúknuť ako svoj produkt, poznanie možností a bariér svojho rozvoja. Najväčším úskalím marketingu regiónov a miest je to, že sú to dynamické organizmy, ktoré nie sú homogénnymi celkami. Kritickým faktorom je aj dialóg a ochota spolupracovať, či už na regionálnej alebo mestskej úrovni, keďže sú založené na dobrovoľnosti angažovania sa. [13]

V rámci zameranie tejto diplomovej práce marketing mesta a obce chápeme nasledovne:

Pod marketingom mesta a obce, ako súčasťou regionálneho marketingu, môžeme rozumieť systém nástrojov, prostriedkov a metód, ktorými si mesto a obec (resp. ich samosprávne orgány) vedia urobiť predstavu o svojej trhovej hodnote v rozličných segmentoch trhu, dokážu ju vyhodnotiť a aplikovať v budúcom období. [4]

Mestský marketing sa zameriava na jednej strane smerom von (exogénne pôsobenie) na cieľové skupiny podnikateľov, obyvateľov a návštevníkov, na druhej strane smerom dovnútra (endogénne pôsobenie) na výkon samosprávy. Hlavným cieľom mestského marketingu je v čo najvyššej miere zosúladiť ciele a potreby jednotlivých aktérov, zvýšiť atraktivnosť mesta, lepšia trhovú pozíciu mesta oproti konkurencii, zlepšenie a rozšírenie imidžu mesta, zvyšovanie spokojnosti zákazníkov mesta, zvyšovanie identifikácie občanov s ich mestom, lepšie využitie mestských zdrojov, prepojenie verejných a súkromných aktérov. Veľmi dôležité je pravdaže financovanie. [13]

Vo všeobecnosti môžeme povedať, že jednou z najdôležitejších úloh regiónov, miest a obcí je ich ďalší rozvoj, ktorý chápeme ako prepojenie na hodnotový systém obyvateľov,

prípadne určitých dominantných záujmových a sociálnych skupín. Preto sa činnosť musí zamerať na uspokojovanie potrieb týchto skupín subjektov, s rešpektovaním ochrany životného prostredia daného územia. Do popredia sa tak dostávajú princípy marketingového mixu pri rozvoji miest a obcí. [4]

1.3 Marketingový mix miest a obcí

Marketingový mix mesta a obce je súbor nástrojov, ktoré využívame na prispôsobenie svojho produktu, na jeho odlíšenie od produktov konkurencie, na jeho ocenenie či zhodnotenie. Využitie nástrojov marketingového mixu v riadení miest a obcí prispieva k napĺňaniu základného cieľa – zabezpečiť a zvýšiť kvalitu života a uspokojovať potreby obyvateľov a záujmových skupín mesta / obce. [4]

1.3.1 Produkt

Produktom mesta alebo obce rozumieme aktivity, ktoré je možné ponúknuť obyvateľom, návštevníkom, podnikateľom, potenciálnym investorom na získanie, prenájom, používanie alebo spotrebu. Produkt mesta / obce môžeme rozdeliť na niekoľko častí:

- verejné služby, ktoré mesto / obec buď ponúka alebo sa im poskytujú
- ponuka investorov vo vlastníctve mesta / obce súkromným vlastníkom alebo na investovanie
- akcie organizované mestom / obcou, ktoré majú za cieľ poskytnúť občanom a návštevníkom zábavu a poučenie a podnikateľom možnosť realizovať a propagovať ich produkty
- mesto / obec sú tvorené prírodným, historickým, ekonomickým a sociálnym prostredím a v tomto zmysle sa stávajú súčasťou produktu všetky faktory v ňom pôsobiace

Produkt mesta a obce musí vychádzať z celkovej stratégie a vízie. [4]

1.3.2 Cena

Podľa Ústavy Slovenskej republiky sú mestá a obce financované z vlastných zdrojov a zo štátnych dotácií. Zákonom je stanovené, ktoré dane a poplatky sú príjmom mesta / obce. Rozpočet sa stanovuje na každý rok, od roku 2006 na tri roky, pričom každý rok sa vždy

aktuálne upresní. Presunom kompetencií na mestá a obce sa objem ich výdavkov značne zvýšil. Medzi základné zdroje financovania patria:

- miestne dane a poplatky
- transfery zo štátneho rozpočtu
- správne poplatky
- príspevky na investičné projekty zo štátneho rozpočtu a štrukturálnych fondov EU
- refundácie nákladov
- úvery.

Veľkým prínosom pri tvorbe cenovej stratégie mesta / obce je vytvorenie cenovej mapy, ktorá, ako určitá forma monitoringu trhu, pomáha vyjadriť vzťahy na trhu s nehnuteľnosťami, zobrazuje úroveň trhových cien rôznych druhov nehnuteľností na konkrétnom mieste, v určitom čase a čiastočne prispieva k podpore urbanistickej a investičnej politiky mesta / obce. [4]

1.3.3 Dostupnosť

Dostupnosť miest a obcí je chápaná ako dopravná infraštruktúra, dopravné spojenie, poloha lokality, či už v centre regiónu alebo v pohraničí, charakter prístupu. [9]

Doprava výrazne ovplyvňuje správanie obyvateľov, existujú obmedzenia pre deti, znižovanie sociálnych kontaktov „cez ulicu“, uzatváranie oblokov pred hlukom a prachom. Mali by sa preto presadzovať druhy dopravy, ktoré minimálne poškodzujú životné prostredie (minimalizácia používania automobilov, hromadná preprava, podmienky pre chodcov, cyklistov), podpora zdravého životného štýlu, rešpektovanie potrieb obyvateľov so zníženou mobilitou, zníženie cestovnej rýchlosti, obmedzovanie exhalátov. Na druhej strane berieme do úvahy, že v rámci udržateľného rozvoja musíme zabezpečiť dobrý prístup k zariadeniam a službám v lokalite. [4]

1.3.4 Marketingová komunikácia

Marketingový proces je založený na komunikácii so zákazníkmi. V súvislosti s decentralizáciou štátnej správy a so vstupom Slovenska do EU vystupuje do popredia nutnosť komunikácie územných celkov s jednotlivými skupinami verejnosti. Základnými

nástrojmi marketingovej komunikácie v rámci regiónu alebo mesta / obce sú osobná komunikácia, propagácia a public relations. [9]

1.3.4.1 Osobná komunikácia

Osobná komunikácia je jedným z najčastejšie používaných nástrojov marketingovej komunikácie. Hlavnými aktérmi sú zamestnanci obcí a miest, reprezentanti regiónov a územných celkov. Táto forma prebieha, keď sa zamestnanci snažia identifikovať potreby obyvateľov, prezentujú ponuku regiónu či mesta investorom, poskytujú poradenstvo podnikateľom alebo priamo realizujú službu zákazníčkovi. [9]

1.3.4.2 Propagácia

Propagácia predstavuje neosobnú formu marketingovej komunikácie. Podporuje informovanosť občanov, investorov, podnikateľov a ostatných cieľových skupín, s cieľom získať ich pre určitú myšlienku, využívanie určitej služby alebo kúpu produktu. Základom je stratégia propagácie, ktorá odpovedá na otázky komu (cieľová skupina), čo (oznam, posolstvo), ako (reklamný štýl), čím (prostriedok a nositeľ reklamy), kedy a kde (časový a priestorový záber reklamy), za koľko (rozpočet) komunikovať? [9]

1.3.4.3 Public relations

Public relations patria k veľmi efektívnym nástrojom marketingovej komunikácie. Ich hlavnou úlohou je prostredníctvom médií budovať pozitívny obraz (imidž) a vzťahy medzi širokou verejnosťou a regiónom / mestom / obcou. Aktivity PR členíme na vnútorné (týkajú sa najmä zamestnancov úradu a volených predstaviteľov samosprávy) a vonkajšie (orientované na občanov, návštevníkov, investorov). Hlavnými nástrojmi vonkajšej komunikácie sú články v tlači, pravidelné spravodajstvo z daného územia, tlačové a odborné konferencie, semináre, charitatívne a iné podujatia. Pri vnútornej komunikácii využívame interné noviny, obežníky, zápisnice, smernice, propagačné tabule, nástenky, etický kódex a pod. Najväčšou výhodou je, že pri nízkych nákladoch vieme osloviť širokú verejnosť. Ak máme PR skutočne dobre zvládnuté, výsledkom je dobrá vôľa, sympatie a porozumenie u všetkých zúčastnených. [9]

1.4 Marketingové prostredie

Každé mesto a obec reagujú na spoločenské, hospodárske aj politické zmeny. Urbanistický rozvoj teda musí byť neustále sledovaný a koordinovaný tak, aby zlé a neodborné zásahy neostali na ťarchu nielen súčasným obyvateľom, ale aj budúcim generáciám. Mesto a obec sú tvorené súborom prvkov, ktoré pôsobia na ich území a preto je určenie marketingového prostredia zložité. Marketingové prostredie pozostáva z makroprostredia (vonkajšieho, externého) a z mikroprostredia (vnútorného, interného). [4]

1.4.1 Marketingové makroprostredie

Vonkajšie prostredie mesta / obce je tvorené: socio-demografickým, technologickým, ekonomickým, ekologickým a politicko právny prostredím. Pojmom makroprostredie označujeme okolie, ktoré obklopuje mesto / obec.

Demografické prostredie – má veľký význam, pretože sa týka obyvateľov a tí tvoria mestá a obce. Za najdôležitejšie demografické trendy považujeme zmeny vo vekovej štruktúre obyvateľstva, najmä rast priemerného veku, ktorý vedie k vyššiemu prírastku podielu starších ľudí a k rastúcej potrebe ich opatery, zmeny v sídelnej štruktúre a geografickom rozložení populácie, rast životných nárokov, presuny obyvateľstva medzi mestom a vidiekom, zmena spôsobu života. [2]

Technologické prostredie – predurčuje rozvoj miestnej ekonomiky. Zaostávanie technológií je jedným z rozhodujúcich faktorov rozvoja územia. Vedecké objavy a technologické aplikácie zasahujú hlavne do oblasti informatizácie spoločnosti a rozvoja dopravy, rôzne technologické inovácie sa prejavujú aj v oblasti produkcie služieb, ktoré sú založené na rozvoji vedy a nových poznatkov. [2]

Významnou oblasťou budovania občianskej spoločnosti, je budovanie e-governmentu (elektronické vládnutie), ktoré zjednodušuje komunikáciu občanov s verejnou správou. Slovensko však značne zaostáva. Informačné technológie sú najrýchlejšie napredujúcou oblasťou vedy a techniky. Ich efektívne využívanie je základným predpokladom napredovania spoločnosti. Využívanie informačných technológií vo verejnej správe by sa malo rozvíjať oveľa progresívnejšie. Fungovanie verejnej správy by sa tak stalo efektívnejšie a oveľa transparentnejšie. [4]

Ekonomické prostredie – samosprávy tvorí ekonomické makroprostredie, kam patrí hospodárska situácia štátu a ekonomické mezoprostredie, tvorené hospodárskou situáciou regiónu. Obe prostredia majú v sebe faktory, ktoré ovplyvňujú kúpnu silu obyvateľstva a štruktúru ich výdavkov, pričom celková kúpna sila závisí od skutočných príjmov, cien, výšky úspor, úverov, inflácie, miery nezamesnanosti. Medzi jednotlivými regiónmi Slovenska existujú výrazné rozdiely. Súvisí to aj s koncentráciou zahraničných investícií. [4]

Do roku 2004 sa zahraničné investície koncentrovali predovšetkým na území západného Slovenska. Až v posledných dvoch rokoch sa vytvorili prijateľné podmienky pre umiestnenie investorov aj na severe, v strede a postupne aj na východe SR. Má to významný dopad na všetky oblasti života občanov daných lokalít, napr. po príchode kórejskej automobilky KIA do Žiliny, sa miera nezamestnanosti v Žilinskom kraji z pôvodných 17,5% v roku 2004, znížila pod 10% do konca roku 2006.

Ekologické prostredie – v súčasnosti je kvalita životného prostredia Slovenska na nie príliš dobrej úrovni. Želateľná kvalita životného prostredia vyžaduje systematický a dôsledný prístup všetkých zainteresovaných skupín a jednotlivcov a samozrejme aj dostatočný objem finančných prostriedkov na uskutočnenie potrebných zmien. Za kľúčový problém môžeme považovať vodu. Vzhľadom na klimatické zmeny, ktoré vplyvajú na zníženie disponibilných zdrojov vody sa dá očakávať rastúci význam území, na ktorých sa nachádzajú zásoby vody. Vízia Slovenskej republiky do roku 2020 je zhrnutá do niekoľkých normatívnych cieľov: zvýšenie priemernej dĺžky života a zníženie chorobnosti na úroveň vyspelých európskych krajín; zníženie znečisťovania životného prostredia na prípustnú mieru a pod vopred stanovenú hranicu únosného zaťaženia v rôznych regiónoch a postupne v celej SR; revitalizácia narušeného prostredia, najmä odstránenie silnej až extrémnej narušenosti prostredia zdravotne nevyhovujúcich a ohrozených oblastí, zabránenie zvyšovaniu stupňa narušenosti v iných oblastiach a vytvorenie optimálnej štruktúry pôdneho fondu a krajiny; vytvorenie právnych, ekonomických, etických a riadiacich bariér a systémov, ktoré budú pôsobiť preventívne a nepripustia nad prípustnú mieru činnosti ohrozujúce a poškodzujúce životné prostredie a ďalšie. [4]

Je nutné venovať zvýšenú pozornosť životnému prostrediu. Na regionálnej úrovni by bolo vhodné vytvoriť poradenské enviromentálne centrá a podporiť aktivity tretieho sektora v tejto oblasti.

Politicko-právne prostredie – v rámci samosprávy určuje správanie predstaviteľov miest a obcí. Zákonmi, vyhláškami a predpismi sú vytýčené ich právomoci a tým aj možnosti uplatnenia marketingovej koncepcie pri riadení mesta alebo obce. K základným politickým a právnym trendom, ktoré ovplyvňujú marketingové rozhodnutia patria: zmeny v zákonoch (legislatíve) a zmeny v posilnení postavenia kontrolných orgánov. Dôležitým prvkom v samostatnom hospodárení samosprávy je posilnenie kontroly využívania zdrojov miest, obcí a VUC. [4]

Časté právne zmeny a prijímanie nových právnych úprav vedie aj k rozvoju právnych, poradenských a poisťných služieb, legislatíva a rozpočtová politika určuje podmienky aj pre poskytovanie napr. sociálnych a zdravotných služieb, finančných služieb, služieb podnikov energetiky. Tieto zmeny sa netýkajú len krajiny ako celku, ale odrážajú sa aj v marketingových aktivitách a stanovovaní stratégií regiónov a miest. [2]

1.4.2 Marketingové mikroprostredie

Mikroprostredie tvoria faktory a subjekty, ktoré majú vplyv na schopnosť uspokojiť potreby zákazníkov. Úlohou predstaviteľov samosprávy je vytvoriť príťažlivú ponuku pre cieľové trhy. Ich úspešnosť je ovplyvnená faktormi, ktoré môžeme rozčleniť na interné mikroprostredie tvorené mestom, obcou a ich organizačnými štruktúrami a externé mikroprostredie vytvárané zákazníkmi, dodávateľmi, marketingovými sprostredkovateľmi, konkurentami a verejnosťou.

Interné mikroprostredie

Samospráva je taká forma spoločenstva, v ktorej majú skupiny ľudí spoločné záujmy, ciele, žijú na jednom území (obec, mesto, región), volia si spomedzi seba zástupcov, aby sa ich prostredníctvom zapájali do rozhodovania o veciach verejných a to prostredníctvom orgánov mesta či obce, hlasovania, verejným zhromažďovaním obyvateľov. Podľa zákona o obecnom zriadení medzi najdôležitejšie funkcie samosprávy mesta a obce patria: hospodárenie s hnutelným a nehnuteľným majetkom mesta a obce; zostavenie a schválenie rozpočtu a záverečného účtu mesta a obce; správa miestnych poplatkov a daní a ďalšie. Aby samospráva obce / mesta mohla zodpovedne plniť svoje úlohy, spolupracuje s orgánmi štátu, ktoré jej poskytujú pomoc v odborných veciach a potrebné údaje z jednotlivých evidencií, ktoré vedú štátne orgány. [4]

Externé mikroprostredie

Hoci externé mikroprostredie tvoria zákazníci, dodávatelia, marketingoví sprostredkovatelia, konkurenti a verejnosť, my sa budeme zaoberať len zákazníkmi-obyvateľmi mesta alebo obce.

Najdôležitejším prvkom samosprávy sú obyvatelia mesta / obce, ktorí volia do miestnych orgánov tých, o ktorých sú presvedčení, že budú presadzovať ich záujmy. Na samospráve sa občan zúčastňuje buď ako verejný činiteľ alebo prostredníctvom zastupiteľstva. Občan má právo zúčastňovať sa na rozvoji mesta / obce, má však zároveň aj určité povinnosti a to: ochraňovať majetok mesta / obce a podieľať sa na nákladoch; podieľať sa na ochrane a zveľad'ovaní životného prostredia v meste / obci; pomáha udržiavať poriadok a bezpečnosť v meste / obci. Predpokladom fungovania samosprávy je občianska aktivita. [4]

1.5 Strategické marketingové plánovanie

Významným nástrojom riadenia je princíp strategického marketingového plánovania, ktoré sa využíva aj pri riadení a tvorbe koncepcií rozvoja miest a obcí. Záujmom mesta / obce je obstať v konkurencii s ostatnými územnými celkami. Preto potrebujú stratégiu, ktorá im povie, ako dosiahnuť požadovaný rozvoj. Strategické plánovanie, ako moderný spôsob definovania koncepcie rozvoja a vízií určitej entity (firmy, štátu, regiónu, mesta apod.), sa po prvý krát objavilo počas druhej svetovej vojny. V 70. rokoch dvadsiateho storočia sa táto metóda aplikovala na podmienky súkromných spoločností a koncom dvadsiateho storočia sa výhody strategického plánovania začali úspešne využívať aj pri riadení a rozvoji regiónov, miest a obcí. Začalo sa hovoriť o strategickom marketingovom plánovaní, zásluhou Philipa Kotlera. [3]

Strategické plánovanie by malo v podstate odpovedať na tri otázky:

Čo a pre koho budeme robiť?

Aké ciele chceme dosiahnuť?

Ako budeme riadiť podnikové aktivity, aby sme dosiahli stanovené ciele? [1]

Strategické marketingové plánovanie územnej, regionálnej či lokálnej povahy sa zásadne orientuje na dlhodobé ciele. Nakoľko povaha týchto cieľov vyvoláva vysokú mieru neistoty a rizika, musí byť strategické plánovanie dostatočne flexibilné a adaptovateľné na potenci-

álne zmeny prostredia a východiskových podmienok. Strategické marketingové plánovanie v kontexte riadenia a rozvoja miest je založené na týchto princípoch:

- zaoberá sa nielen územnými, ale aj ekonomickými, sociálnymi, kultúrnymi a ekologickými aspektami rozvoja miest
- je schopné stanoviť strategické a koncepčné ciele miest a reagovať tak na ich aktuálne potreby a problémy
- potreby a problémy miest identifikuje predovšetkým z hľadiska obyvateľov, podnikateľov, návštevníkov či investorov ako zákazníkov mesta
- je platformou pre rôzne formy partnerstiev rozličných subjektov a skupín s mestom. [3]

Vyššie uvedené princípy odlišujú strategické marketingové plánovanie od klasického nástroja tvorby koncepcie rozvoja mesta – územného plánovania. Výsledkom procesu strategického marketingového plánovania je písomný dokument – marketingový plán. Mal by byť zrozumiteľný, prehľadný, adresný a vecný. Obsah tohto dokumentu ako strategického programu rozvoja mesta nie je stanovený žiadnym záväzným predpisom, preto sa môže lepšie prispôbiť konkrétnym miestnym potrebám, čo zas na druhej strane bráni jeho funkčnej prepojenosti s príslušnými územiami susedných miest a obcí v rámci regiónu. [3]

Proces strategického marketingového plánovania mesta môžeme rozdeliť na tri základné časti:

- časť tvorby celkovej stratégie územia
- časť tvorby marketingovej stratégie územia
- časť tvorby samotného marketingového plánu územia, podľa ktorého sa bude prijatá stratégia realizovať. [9]

1.5.1 Marketingová stratégia

Pod stratégiou rozumieme smerovanie a orientáciu rozvojových aktivít v dlhodobom časovom horizonte. V našom prípade, keďže sa zaoberáme rozvojom určitého územia, hovoríme o stratégii územia. Predstavuje deklarováný, dohodnutý a všetkými zainteresovanými stranami odsúhlasený spôsob, ako dosiahnuť dlhodobé ciele a priority v rozvoji územia. Stratégia by sa mala vyjadriť ku všetkému, čo je dôležité pre budúcnosť regiónu alebo ob-

ce. Stratégia je výsledkom procesu strategického plánovania. Aby sme mohli sformulovať úspešnú stratégiu, či už sa jedná o podnikateľský subjekt alebo samosprávu, je potrebné odpovedať si na niekoľko otázok:

- kde sme teraz
- ako sme sa tam dostali
- kde by sme sa radi ocitli
- ako sa tam dostaneme
- ako zistíme, či sa neodchyľujeme z vytýčenej cesty. [9]

Základné kroky procesu tvorby marketingovej stratégie:

- 1. Konceptná fáza** – definovanie vízie mesta / obce, formulovanie zdieľaných hodnôt, filozofie a poslania, vytýčenie strategických (dlhodobých) rozvojových cieľov.
- 2. Analytická fáza (poznávanie a analýza trendov v prostredí)** – analýza politických, ekonomických, sociálnych, demografických, technologických a ekologických trendov, užšia analýza externého (vonkajšieho) prostredia, užšia analýza interného (vnútorného) prostredia, analýza konkurencie podľa príslušných oblastí resp. trhov (napr. trh investorov, trh nehnuteľností, trh bývania, trh práce apod.).
- 3. Návrhová fáza a výber stratégie** – definovanie konkrétnych rozvojových cieľov pre každú oblasť života regiónu či mesta, tvorba variantov a výber najvhodnejšej stratégie.
- 4. Realizačná fáza (uskutočnenie stratégie)** – formulácia vykonávacích programov (marketingový mix), kontrola realizácie stratégie, monitorovanie prostredia a prehodnotenie realizácie a aktuálnosti stratégie. [9]

Podrobnejší popis jednotlivých fáz a činností.

Vízia – v najvšeobecnejších a konceptných pojmoch načrtáva predstavu o tom, kam bude mesto / obec smerovať, aké má mať v budúcnosti postavenie. Predstavuje celistvý budúci obraz, preto musí byť dostatočne dlhodobá, spravidla koncipovaná na 10 – 15 rokov. Mala by byť chápaná ako najvyšší zámer, ku ktorému by malo smerovať všetko úsilie a zadefinované ciele. [3]

Skoncipovanie vízie a jej tvorba patria k náročným úlohám.

Filozofia – deklaruje zásady správania sa voči verejnosti a zamestnancom samosprávy. Určuje hodnoty a normy správania, ktoré budú členovia samosprávnych orgánov mesta / obce dodržiavať. To môže byť vypracované vo forme napr. etického kódexu.

Poslanie – je chápané ako dohodnutý, publikovaný výrok o tom prečo, pre koho a akým spôsobom mesto / obec existuje. Poslanie má pre prácu orgánu samosprávy zásadný zmysel. Tým, že umožňuje odpovedať na nasledovné otázky, preukazuje špecifické kompetencie predstaviteľov mesta:

- aké sú dôvody na existenciu tohto orgánu a jeho aktivity
- aké sú potreby užívateľov / zákazníkov mesta (obyvateľov, návštevníkov...)
- ako sa budú potreby a želania užívateľov mesta uspokojovať. [3]

Ak je poslanie správne formulované, pôsobí ako prevencia, pretože bráni predkladaniu takých projektov, ktoré nebudú realizované, realizovateľné alebo ich užívatelia mesta neprijmú. Naopak, nesprávne formulované poslanie môže ohroziť smerovanie aktivít a iniciatív radnice. Správne vymedzené poslanie je dobrým východiskom tvorby úspešnej marketingovej stratégie. [3]

Strategické rozvojové ciele – predstavujú konkrétne budúce stavy, ktoré sa realizáciou stratégie dosiahnu napr. počet vytvorených pracovných miest a pod. Musia transformovať víziu do sady konkrétnych úloh, ktoré bude možné naplniť. Strategické marketingové ciele môžu byť naformulované:

Všeobecne (kvalitatívne vyjadrenie) ako verbálne vyjadrenie základného smerovania, orientácie a úsilia v rozvoji územia a podpore trvalo udržateľného rastu.

Konkrétne (podrobne špecifikované z hľadiska vecného, časového aj kvantitatívneho) vyjadrujú konkrétne ciele a záujmy volených predstaviteľov, manažérov regionálneho rozvoja, podnikateľov a zamestnancov samosprávy.

Osvedčenou technikou pri formulácii cieľa je pomôcka SMART. Podľa nej cieľ musí byť:

Specific – špecifický, presne vymedzený

Measurable – merateľný, číselne vyjadrený

Agreed – akceptovateľný pre širšiu skupinu

Realistic – reálny, musí byť dosiahnuteľný

Trackable – musí mať vymedzený časový rámec. [9]

Analýza vonkajšieho prostredia – zahŕňa popis a rozbor súčasnej a očakávanej situácie v skúmanom území, susedných regiónoch, VUC, štáte. Vyhodnocuje zmeny, ktoré pozitívnym spôsobom budú vplývať na vývoj územia. Zahŕňa aj zmeny v politike, legislatíve, ekonomike, sociálnych trendoch, technológiách, ekológii, demografii, kultúre a pod. Výsledkom tejto analýzy je popis príležitostí a hrozieb v rámci SWOT analýzy (viď. kapitola 1.4.1).

Analýza vnútorného prostredia – definuje potenciál a zdroje, ktorými dané územie disponuje. Môže ísť o historické pamiatky, vzdelanostnú úroveň obyvateľov daného územia, kvalitu ubytovacích zariadení, dopravné spojenie a pod. Výsledkom je popis silných a slabých stránok v rámci SWOT analýzy (viď. kapitola 1.4.1).

Návrh variantov stratégie – musí vychádzať z poznania očakávaní a potrieb cieľových skupín. Alternatívne stratégie predstavujú spôsob, ako dosiahneme vytýčené zámery a ciele (alternatívne stratégie znamenajú, že cieľ môžeme dosiahnuť niekoľkými možnými spôsobmi). [9]

Výber stratégie – zahŕňa výber najvhodnejšieho variantu stratégie napĺňajúceho potreby jednotlivých cieľových skupín, ako aj možností územia. Významným kritériom pre výber konkrétneho variantu je schopnosť tvorcu stratégie reálne ju financovať a zrealizovať v plánovanom rozsahu a zaistiť aj jej akceptovateľnosť.

Realizácia stratégie – pozostáva z vykonania aktivít plánovaných v stratégii. Môže ísť o akcie investičného charakteru (napr. vybudovanie infraštruktúry) alebo rozvojového charakteru (napr. komunikačná kampaň na prilákanie investorov). Žiadny strategický plán nemá zmysel, ak nie je starostlivo a úspešne implementovaný. To zistíme kontrolou.

Kontrola a vyhodnotenie – spočívajú v pravidelnom zhodnotení plnenia strategických zámerov a cieľov, podľa prijatého harmonogramu. Závery môžu odporučiť, aby sa pokračovalo v realizácii prijatej stratégie inak (zrýchlenie výstavby, hľadanie ďalších zdrojov financovania a pod.) alebo, ak sa významne zmenili vonkajšie podmienky, aj prehodnotenie celej stratégie a jej zmenu (napr. výrazná zmena priorit vlády v regionálnom rozvoji). [9]

Strategické marketingové plánovanie, tvorba a realizácia marketingových stratégií miest a obcí predstavuje taký prístup, prostredníctvom ktorého sa dá vytvoriť atraktívnejšie a príjemnejšie mesto či obec. V posledných rokoch začali mestá a obce marketingové stratégie využívať ako nástroje riadenia a sú považované za súčasť ich rozvojových aktivít. [9]

1.5.1.1 SWOT analýza územia

V tejto kapitole sa podrobnejšie zaoberám SWOT analýzou. Analýza spočíva v ohodnotení analytických dát na skupiny silných, slabých stránok daného územia a v ohodnotení príležitostí a hrozieb v jeho externom prostredí. SWOT analýza poskytuje prehľad o tom, v akej východiskovej situácii sa dané územie nachádza pred tým, ako sa začne formulovať konkrétne stratégie. [9]

Názov SWOT bol vytvorený z počiatočných písmen anglických slov:

Strengths – silné stránky

Weaknesses – slabé stránky

Opportunities – príležitosti

Threats – hrozby. [9]

Kritériá analýzy vnútorných faktorov – silné a slabé stránky

- analýza fyzických a prírodných podmienok regiónu
- analýza obyvateľstva
- analýza ekonomiky regiónu
- analýz trhu práce
- analýza infraštruktúry regiónu
- analýza podnikateľského prostredia. [16]

Kritériá analýzy vonkajších faktorov – príležitosti a hrozby

- medzinárodné tendencie k vytváraniu väčších regiónov
- rastúci význam služieb cestovného ruchu
- klesajúci význam poľnohospodárstva a ťažkého priemyslu

- klesajúca priemerná veľkosť podnikov
- prepojenie novou sieťou celoštátnych cestovných trás (najmä diaľnicami)
- prepojenie rýchlostnými železnicami
- rastúca mobilita firiem
- vstupy zahraničného kapitálu
- rastúci význam kvalifikácií
- rastúci význam kontaktov medzi firmami, verejnoprávnymi inštitúciami a vzdelávacími inštitúciami
- rastúci význam marketingu a záruk kvality
- rastúci význam čistého životného prostredia
- podpora programov rozvoja. [16]

Marketingovou príležitosťou pre podnikateľský subjekt, je oblasť zákazníckych potrieb, uspokojovaním ktorých môže firma profitovať. [7]

Pre územný celok je príležitosťou taký pozitívny trend vo vývoji externého prostredia, ktorý môže byť potenciálom pre jeho ďalší rozvoj. Príležitosti môžeme posúdiť z hľadiska:

- príťažlivosti (atraktívnosti)
- pravdepodobnosti úspechu (napr. ak máme dost' silných stránok na využitie príležitosti, tak „na to máme“). [9]

Hrozba prostredia je výzva vzniknutá na základe nepriaznivého vývojového trendu vo vonkajšom prostredí, ktorá by mohla v prípade absencie účelných marketingových aktivít viesť k ohrozeniu predaja či zisku. [7]

Nepriaznivá reakcia na hrozbu, môže viesť k neúspechu v rámci regionálneho rozvoja. Hrozby môžeme posudzovať z hľadiska:

- závažnosti (dopad na región / mesto a obyvateľov v nich)
- pravdepodobnosti výskytu (nakoľko je pravdepodobné, že sa hrozba vyskytne a negatívne postihne náš región). [9]

1.5.2 Marketingový plán regionálneho rozvoja

Vytvorenie marketingového plánu vyžaduje systematický prístup. Predovšetkým nesmieme stratiť zo zreteľa strategické zámery územia. Samozrejmosťou pri jeho zostavovaní je spolupráca so všetkými, ktorí sú zainteresovaní na rozvoji územia a tiež s tými, ktorí sa budú podieľať na jeho realizácii. Je pravdepodobné, že zainteresovanosť zúčastnených bude účelne prispievať k tvorbe plánu a ľahšie sa s ním stotožnia. Marketingový plán predkladaný na posúdenie a schválenie mestskému, obecnému zastupiteľstvu, poslancom či predstaviteľom VUC, grantovej komisii a pod. by mal obsahovať len tie informácie, ktoré sú dôležité pre správne pochopenie plánu, musí byť jasný, výstižný a ak sa to dá, aj stručný. [9]

Štruktúra marketingového plánu územia

Z hľadiska štruktúry sa marketingové plány budú veľmi podobáť, či už pôjde o menšiu obec, mesto alebo VUC, obsah však bude rôzny. Uvedená štruktúra je úplná, ale nie je nevyhnutné dodržiavať ju za každú cenu. Určite by však nemali chýbať časti popisujúce cieľové skupiny, ciele, definovanie marketingového mixu, popis stratégie, podporné plány a rozpočty. Marketingový plán môže mať nasledovnú štruktúru:

0. **Úvod** (príhovor predstaviteľa regiónu) (Introduction, Foreword, Background, Local Authority Introduction Speech) – pred tým, než sa popíšu jednotlivé časti marketingového plánu, je nutné uviesť jeho obsah, aby sme sa v ňom ľahko zorientovali. Vymedzíme zmysel dokumentu, prečo vznikol, čo sleduje.
1. **Zhrnutie** (Summary) – v krátkosti načrtáva čo mesto, obec, región plánuje v rámci konkrétneho zámeru uskutočniť, do kedy a aké zdroje si to bude vyžadovať.
2. **Deklarácia poslania regiónu** (Mission Statement, Our Mission) – deklarácia je definovaná jednoducho a krátko (podrobnejšie v kapitole 2.1).
3. **Vyhlásenie vízie regiónu** (Shared Vision) – slovne popisuje predstavu tvorcov marketingového plánu o budúcnosti regiónu či mesta (podrobnejšie v kapitole 2.1).
4. **Deklarácia zdieľaných hodnôt** (Our Values)
5. **Popis východiskovej situácie a výber cieľových skupín** (Analysis, Market Selection) – vychádza predovšetkým z analýzy externého prostredia. Malo by byť jasné, aké je ohodnotenie východiskovej situácie, uvádza sa len prehľad dôležitých

analytických záverov napr. formou zhrnutia záverov zo SWOT analýzy (bližšie v kapitole 2.1.1).

6. **Zámery a ciele rozvoja regiónu** (Aims, Goals, Development Goals) – stačí, keď sú v pláne uvedené len kľúčové súhrnné ciele, ktoré chceme v nasledujúcich obdobiach dosiahnuť (viac v kapitole 2.1).
7. **Vyhlásenie o cieľovej pozícii** (Our positionig Statement)
8. **Popis stratégií na dosiahnutie jednotlivých cieľov** (Proposed Strategies) – z tohto popisu musí byť jasné, akú stratégiu sa rozhodol región vo vybratých oblastiach realizovať. Nesmieme zabudnúť na uvedenie požiadaviek na finančné a ďalšie zdroje, predpokladaný časový harmonogram a očakávaného výsledku.
9. **Definovanie marketingového mixu** (Marketing Mix Definition) – (podrobne v kapitole 1.2).
10. **Popis taktík naplňujúcich jednotlivé stratégie** (Tactics) – taktiky sú postupy pomáhajúce naplniť vybratú marketingovú stratégiu, vymedzujú predstavu o tom, v akom časovom a vecnom rámci bude strategický cieľ naplnený.
11. **Plány aktivít** (Activities) – sú tiež akčné plány, podrobné plány, ktoré sú spracované na základe zvolených stratégií a taktík pre dané cieľové skupiny (oblasti). V základnom marketingovom pláne sa spravidla do detailov členené akčné plány neuvádzajú (len hlavné činnosti), ale bývajú uvedené v prílohách.
12. **Rozpočet a financovanie marketingového plánu** (Marketing plan Budget) – rozpočet by mal byť uvedený vždy v závere každého marketingového plánu. Uvedený býva v rôznom členení, štruktúre a rôzne podrobne.
13. **Kontrola a hodnotenie marketingového plánu územia** (Marketing Plan Monitoring and Evaluation System) – marketingový plán územia by mal jasne definovať, akým spôsobom bude vykonávaná kontrola plnenia cieľov a monitorovanie plnenia jednotlivých činností. Z tohoto dôvodu definujeme tzv. „kritické miesta“, v ktorých je potrebné kontrolovať úspešnosť realizácie jednotlivých etáp marketingového plánu územia. Ukazovatele merania musia byť presné (číselne alebo termínovo).
14. **Prílohy** (Annexes) – by mali obsahovať tie dôležité údaje, ktoré súvisia s riadením aktivít v súlade s predpokladaným marketingovým plánom územia a tiež tie výcho-

diskové informácie, ktoré by narúšali logický sled marketingového plánu alebo by príliš rozširovali niektorú čas plánu. [9]

1.5.3 Marketingové projekty

V obciach a mestách sa často vykonávajú rôzne aktivity, ktoré sú jedinečné a majú svoj presný termín zahájenia, realizácie aj ukončenia. Marketingové plánovanie ani pri najlepšej vôli nemôže byť dostatočne vhodné na ich prípravu, pretože nie je až tak presné a podrobné do detailov či termínov. Tieto problémy rieši marketingový projekt. Kedy je teda efektívnejšie plánovať udalosť vo forme marketingového projektu? To môžeme zhrnúť do nasledovných charakteristík:

- chceme dosiahnuť určité špecifické ciele a ide o jedinečnú udalosť, ktorá sa pravidelne neopakuje
- termíny začiatku, realizácie a ukončenia projektu sú jasne dané
- cieľový stav alebo výsledný produkt sa musí dosiahnuť počas stanoveného obdobia, v rámci stanovených zdrojov
- marketingový projekt je jedinečná aktivita, ktorá nemá vzor v minulosti a nebude sa opakovať ani v budúcnosti
- vzhľadom na jedinečnosť a neopakovateľnosť obsahuje prvky neurčitosti a rizika
- dosiahnutie cieľov projektu vyžaduje úsilie špecialistov z viacerých oblastí a vzájomné väzby medzi čiastkovými činnosťami. [9]

Pri tvorbe marketingového projektu sa využívajú určité metódy, nástroje a techniky. Medzi najdôležitejšie patria logický rámec projektu a časový plán implementácie projektu.

1.5.3.1 Logický rámec projektu

Logický rámec projektu je nástroj pre plánovanie a riadenie projektov. Pokiaľ marketingový projekt popíšeme pomocou logického rámca, môžeme ho lepšie plánovať a riadiť prostredníctvom:

a/ jasného analyzovania problému riešeného v projekte a presného vymedzenia očakávaných cieľov a výstupov projektu

b/ objasňovania stratégie prijatej na dosiahnutie daných cieľov (jasne popísané výstupy)

c/ vypracovania štruktúry projektu (vrátane aktivít a rozpočtov)

d/ kontroly, či projekt naplní ciele a je realizovateľný

e/ určenia spôsobov merania naplnenia cieľov a úspešnosti projektu. [9]

1.5.3.2 Časový plán implementácie marketingového projektu

Časový plán implementácie projektu slúži na naplánovanie reálneho postupu prác a jednotlivých činností, zohľadňujúc pritom zdroje, kapacity, náklady a riziká. Podstatné je identifikovať všetky logické väzby medzi činnosťami, určiť ich pracovnosť, dobu trvania, požiadavky na zdroje a čerpanie zdrojov v čase. [9]

1.6 Stručný záver teoretickej časti

V teoretickej časti som sa zaoberala objasnením základných pojmov, významu a charakteristík oblasti regionálnej politiky, regionálneho rozvoja, regionálneho a mestského marketingu. To všetko sú oblasti, ktoré nám poskytujú teoretické východiská pri tvorbe strategických plánov, programov a projektov. Marketingové plánovanie je pomerne zložitým procesom a zostavenie marketingového plánu si vyžaduje teoretické poznatky aj praktické skúsenosti, preto sa odporúča zapojiť do jeho tvorby odborníkov z agentúr alebo firiem, ktoré sa marketingu venujú profesionálne.

Regionálny a mestský marketing sa stal v komunálnej praxi etiketou pre odlišné koncepty a spôsoby jednania. Mestá často svoje marketingové aktivity neponímajú ako celok, ale ako čiastkové (napr. oblasť cestovného ruchu, komunikácie a pod.). Existuje niekoľko základných odporúčaní, ktorých by sa mali kompetentní pridržiavať: neexistuje jediný model uplatňovania marketingu, nech je uplatňovaný ktorýkoľvek model, dôraz sa kladie na aktérov, úspešnosť marketingu v regiónoch a mestách závisí od akceptácie stratégie a opatrení všetkými aktérmi, dôraz je potrebné kladť na cieľovú orientáciu a podrobné rozpracovanie cieľov v regionálnom a mestskom marketingu, na orientáciu na cieľové skupiny a ich potreby a prispôbenie im konkrétneho produktového mixu, zriaďovanie informačných kancelárií a turistických centier, skvalitnenie prezentácie regiónov a miest na internete, nadviazanie užšej spolupráce s podnikateľskými subjektami a najmä zmena spôsobu myslenia ľudí v správe jednotlivých regiónov a miest. [13]

Na Slovensku neustále pretrvávajú obrovský rozdiel medzi, nielen jednotlivými regiónmi, ale aj medzi jednotlivými mestami a obcami. K zvýšeniu úrovne tých slabších je možné prispieť zo štátneho rozpočtu aj z fondov EÚ. Pred tým je však nutné vypracovať skutočne životaschopné a kvalitné strategické dokumenty a projekty. Bez nich môžeme len ťažko očakávať potrebnú finančnú pomoc. Na to, aby sme tento dôležitý cieľ dosiahli, je potrebný aktívny prístup všetkých aktérov na úrovniach obcí, miest aj regiónov.

V tomto zmysle je spracovaná nasledujúca „Praktická časť“ tejto diplomovej práce.

II. PRAKTICKÁ ČASŤ

2 VŠEOBECNÉ INFORMÁCIE O MESTE KYSUCKÉ NOVÉ MESTO



Obrázok 1. Mapa Žilinského kraja [17]

Kysucké Nové Mesto sa nachádza v severozápadnej časti Slovenska v oblasti Dolných Kysúc, 10 km severovýchodne od Žiliny. Rozkladá sa paralelne s riekou Kysuca, ktorá vytvára akúsi prirodzenú hranicu mesta na jeho ľavej strane, dominantou je kopec Tábor (údajne tu mali tábor husitské vojská).

Je súčasťou Žilinského kraja a zároveň okresným mestom, ktorý susedí s okresmi Čadca a Žilina. Na západe je ohraničené horským pásmom Javorníkov, Slovenských Beskýd, na severe a na juhu Kysuckou bránou, ktorá oddeľuje Kysuckú a Žilinskú kotlinu. Celková výmera okresu je 174 km², samotného mesta cez 26 km². Je prirodzeným spádovým miestom celej oblasti. Jeho súčasťou sú aj tri mestské časti Dubie od roku 1898, Budatínska Lehota od roku 1973, Oškerda od roku 1973.

2.1 História

Kysucké Nové Mesto sa po prvý raz spomína v roku 1246, aj keď úplne prvou písomnou zmienkou je listina podpísaná v roku 1244 panovníkom Belom IV., ktorý zem zvanú Kysuce daroval popri iných majetkoch krajinskému hodnostárovi Bohumírovi. Najstaršou písomne doloženou obcou na Kysuciach je Kysucké Nové Mesto. V roku 1325 bolo z obce povýšené na mesto a v tom období sa zmenil aj názov z Jachatin na Kongesberg. Od roku 1920 sa mesto volá Kysucké Nové Mesto.

Mestské výsady sa spájali s tržným právom a tak mesto získalo právo usporadúvať jarmoky. Začali sa rozvíjať cechy (najmä súkennícky a čižmársky), obchodovalo sa s vínom s blízkym Sliezsikom a Poľskom, obyvatelia sa zaoberali výrobou šindľa, prútených ležadiel, košov, od 18. storočia podomovým predajom a drotárstvom. V 19. storočí začala napredovať drevárska výroba. Architektúra utrpela asi najviac v roku 1904 pri veľkom požiaru, ktorý zničil takmer celé mesto. Ostali však dva rímskokatolícke kostoly, neskororenesenčná budova pivovaru zo 17. storočia a zachované ostalo aj historické námestie (na Kysuciach je takéto námestie jediné). [10]

Cez rieku Kysuca do roku 1875 premávala bezplatne kompa alebo sa chodilo cez brod. V roku 1875 sa postavil most, ktorý však nemecké vojská vyhodili do vzduchu pri svojom ústupe v roku 1945. Na jeho mieste vybudovali provizórny drevený most. V roku 1964 začala prevádzka po novom betónovom moste, ktorý podstatne zjednodušil prechod cez rieku, v ďalších rokoch sa najskôr otvorila lávka do Poviny a ďalšia bola otvorená v roku 1994, ktorá spája mesto, so svojou mestskou časťou, Budatínskou Lehotou (významne skracaie cestu). [15]

V povojnovej histórii sa mesto rozvíjalo najmä vďaka ZVL (výroba valivých a gulôčkových ložísk), vzrástol počet obyvateľov, budovali sa najskôr štvorbytové tehlové domy, neskôr sa vybudovali komplexy s panelovými domami, postupne na hornom konci vyrástlo celé sídlisko, vznikali rôzne školské zariadenia (materské, základné, stredné školy, gymnázium, učilištia, základná umelecká škola).

Do roku 1960 bolo Kysucké Nové Mesto okresným mestom, neskôr pri celkovej zmene územného členenia Slovenska, sa začlenilo do okresu Čadca. Pri ďalšej zmene územnosprávneho usporiadania sa opäť stalo okresným mestom, ktoré je tvorené štrnástimi obcami.

2.2 Geografická charakteristika

2.2.1 Geomorfológia

Na geologickej stavbe územia Kysuckého Nového Mesta a okolia sa zúčastňujú nasledovné geologické jednotky:

1. Flyšové pásmo – tvorí prevažnú časť územia. Je zoskupené v oblasti Javorníkov i Kysuckej vrchoviny. Strategicky patrí toto flyšové súvrstvie k strednému až vrchnému eocénu a jeho hrúbka sa odhaduje na 1600 m. Styk flyšového pásma s bradlovým na juhu je tektonický.
2. Bradlové pásmo – vystupuje v Kysuckej vrchovine v južnej časti územia. Toto pásmo sa od flyšového líši nielen zložením hornín, stavbou, ale aj povrchovým výzorom. Tvrdé útesy viac odolávajú hĺbkovej erózii, kým flyšové, mäkké formy jej podľahli, takže flyšový kraj je viac zaoblený.

Územie patrí do oblasti, kde sa prejavujú vertikálne pohyby zemskej kôry, ročne sa územie mesta dvíha asi o 0,5 mm.

2.2.2 Pôda a poľnohospodárstvo

Na území Kysuckého Nového Mesta je viacero pôdných typov. Pri rieke a jej prítokoch je typ pôdy fluvizen. Rieka často menila svoj tok, čo dokazujú riečne okruhliaky vo vzdialenosti 1 – 2 km od terajšieho toku. Na flyši Javorníkov je aj hnedá pôda. Obsah humusu v pôde tvorí 2 – 5 %. Pôdy sú stredne bohaté na humus, miestami chudobnejšie. Podľa bonity je pôda málo produkčná. V údolí Kysuce sú pôdy stredne hlboké 30 – 100 cm, na svahoch iba do 30 cm. Poľnohospodárskej pôdy je na území mesta 7,7 km², z toho len 2,8 km² ornej pôdy.

Už od stredoveku obyvatelia pestovali obilie, strukoviny, pohánku, proso, jačmeň, zeleninu, chmeľ (na výrobu piva), zemiaky, kapustu, kel, šalát uhorky. Vysievali sa aj viacročné krmoviny. V dnešnej dobe sa pestujú najmä obilniny a zemiaky. Nepriaznivé klimatické podmienky a nerentabilnosť pôdy však nútili a dodnes nútia ľudí hľadať iné zdroje obživy.

[15]

2.2.3 Vody

Územie patrí do povodia Váhu a odvodňuje ho rieka Kysuca. Z nášho územia odvádza viac vody, ako napr. Dudváh, Žitava, Rimava či Topľa z väčších území povodia. Priemerný ročný prietok ďalších vodných tokov v katastri Kysuckého Nového Mesta do Vadičovského potoka, Neslušanky a Snežnice je 1 m^3 za sekundu. Vodné toky sú rozkolísané a vodnosť závisí na zrážkach. [22]

2.2.4 Podnebie

Kysucké Nové Mesto patrí do mierne teplej klimatickej oblasti Slovenska. Iba vrcholy Stien s nadmorskou výškou 800 m a viac patria do chladnej klimatickej oblasti. Samotné mesto sa nachádza v teplej oblasti, pretože minimálne 50 dní v roku je s teplotou denného maxima 25 stupňov a viac. Priemerná ročná teplota je $8,01^{\circ}\text{C}$. Vegetačné obdobie trvá cca 275 dní v roku (denná teplota 5°C a viac), užšie vegetačné obdobie 150 dní (denná teplota 10°C a viac). Priemerná júlová teplota je 17°C , januárová – $4,5^{\circ}\text{C}$. Mesto patrí medzi stredne vlhké oblasti Slovenska, pretože priemer zrážok je 779 mm, z čoho 474 mm pripadá na vegetačné obdobie. Snehová pokrývka v údolí Kysuce je do 50 cm a trvá 80 – 100 dní. Mrazivých dní býva spravidla 120 – 140, zamračených 120 – 150 a jasných 40 – 60 do roka. Dominujúce vetry sú zo severu (cca 25 %), z juhu (cca 21 %) a juhozápadu (cca 14 %). Zvyšok tvoria ostatné vetry a bezvetrie, priemerné ročné rýchlosti vetra sú 2 – 3 m za sekundu. [22]

2.2.5 Vegetácia

V katastrálnom území sú viaceré vegetačné stupne. Z vegetácie prevládajú:

- tvrdý lužný les na riečnej nive a pri väčších prítokoch Kysuce
- bukové a jedľové lesy kvetnaté
- lipovo – javorový les
- bukové lesy kalcifidné na bradlách

Pôvodná vegetácia sa zachovala najmä v juhovýchodnej časti chotára. V severozápadnej prevládli smrekové monokultúry. Údolie Kysuce bolo odlesnené.

Fauna patří do eurosibírskej podoblasti. V intraviláne mesta sa vyskytuje vrabec obecný, hrdlička záhradná, belorítka obyčajná, myš domová, potkan obyčajný, lasica obyčajná a tchor obyčajný. V okolí žije lovná zver, ako zajac poľný, srnec hômy, jeleň obyčajný, sviňa divá, líška obyčajná, bažanty a jarabice. [15]

2.3 Prostredie mesta a jeho ochrana

2.3.1 Stav životného prostredia

Enviromentálna regionalizácia na základe komplexného šetrenia stavu povrchovej a podzemnej vody, ovzdušia, horninového prostredia a ďalších faktorov vymedzila 5 stupňov kvality. Za ohrozené sú považované územia, na ktoré sa viaže 4. a 5. stupeň kvality životného prostredia.

Kysucké Nové Mesto patrí podľa hodnotenia enviromentálenej regionalizácie do pásma prostredia vysokej úrovne so stupňom 1. Je žiaľ faktom, že patrí do regiónu, ktorého viaceré oblasti sú zaradené do stupňov 4 a 5 ako silne narušené (najmä Žilina) a tak chtiac nechtiac môže byť krátkodobo kvalita ovzdušia zhoršená práve blízkosťou najväčších znečisťovateľov ovzdušia v okolí (napr. PCHZ Žilina).

Kvalita povrchových vôd v regióne je v rozmedzí 2. – 5. stupňa. Rieka Kysuca zaznamenala mierne zhoršenie vo vybraných ukazovateľoch a nachádza sa v rozmedzí 2. – 4. stupňa. Na tom sa podieľa opätovný rozvoj priemyslu v danej oblasti. [19]

2.3.2 Ochrana prírody v meste a okolí

Ochranou prírody a krajiny sa rozumie obmedzovanie zásahov, ktoré môžu poškodiť alebo zničiť podmienky a formy života, prírodné dedičstvo, vzhľad krajiny a znížiť jej ekologickú stabilitu, ako i odstraňovanie týchto zásahov, pod týmto pojmom rozumieme aj starostlivosť o ekosystémy. Zákon 287 / 1994 Z. z. o ochrane prírody a krajiny rozlišuje 5 stupňov územnej ochrany. 1. stupeň – územie SR nezaradené do vyššieho stupňa ochrany, 2. stupeň – chránená krajinná oblasť (CHKO), 3. stupeň – národný park (NP), 4. stupeň chránený areál (CHA) a 5. stupeň – národná prírodná rezervácia (NPR), prírodná rezervácia (PR), národná prírodná pamiatka (NPP) a prírodná pamiatka (PP).

Žilinský región je oblasť s najväčším plošným podielom území v rôznom stupni ochrany. Zachovalé prírodné bohatstvo je chránené vo veľkých celkoch aj v menších, maloplošných chránených územiach. V blízkom okolí Kysuckého Nového Mesta je niekoľko chránených území. V pôsobnosti NP Malá Fatra sú:

Kysucká brána (PP) – je chránený prírodný výtvar. Leží medzi obcami Rudinka, Vranie a Brodno. Tvorí najnižšie miesto celého údolia a impozantný vstup do južnej časti Kysúc. Tvorí ju prírodné rezervácie Rochovica a Brodnianka.

Rochovica – nachádza sa v katastri obcí Vranie a Rudinka. Je vysoká 640 m n. m. V lesných spoločenstvách sa vyskytujú vzácne teplomilné druhy drevín a rastlín.

Brodnianka – nachádza sa v katastri obcí Brodno a Snežnica. Meria 720 m n. m. Juhozápadné svahy sú veľmi strmé 25 – 40 stupňov. Územie je pokryté veľmi cenným dubovým porastom, ktorý sa tu vyskytuje najsevernejšie na Slovensku.



Obrázok 2. Pohľad na Brodnianku [26]

V pôsobnosti CHKO Kysuce sa v blízkosti mesta nachádzajú dve PP Veľké Ostré a Ľadonhora (999 m n. m.).

V extraviláne mesta sa nachádza územie s významnými biologickými a estetickými hodnotami. Ide o krajinný priesor Škorča – Tábor, Majtánky. Mesto sa môže pochváliť niekoľkými vzácnymi stromami, ktoré boli vyhlásené za chránené. Lipa malolistá, ktorá sa

nachádza na okraji severnej časti intravilánu mesta, bola vysadená pravdepodobne ako hraničný strom chotára. Predpokladaný vek 500 rokov.



Obrázok 3. Lipka pri Kysuckom Novom Meste [18]

Ďalej dve lipy veľkolisté na Litovelskej ulici a päť líp pri cintoríne. V blízkom okolí je 17 stromov chránených zákonom, pretože majú mimoriadny kultúrny, vedecký, ekologický a krajinotvorný význam.

Kysucké Nové Mesto leží v oblasti, kde sú dve územia, ktoré nie sú kategóriou chráneného územia, ale tvoria významnú základňu pre rozvoj vedy a prezentácie ochrany prírody v zahraničí. Bilaterálne chránené územia Slovenska s Českom sú CHKO Kysuce – CHKO Beskydy a s Poľskom CHKO Kysuce – Zywiwcki Park Krajobrazowy.

Nevyhnutným predpokladom pre adekvátne ochranné zásahy je permanentný prieskum, výskum a monitoring vo vyhlásených aj uvažovaných územiach. [15], [19]

2.3.3 Pamätihodnosti mesta a ich ochrana

Región Žilina má až 88 % zákonom chránených kultúrno-historických hodnôt. Prevažne sú lokalizované v pamiatkových rezerváciách a pamiatkových zónach alebo sú súčasťou historických krajinných štruktúr. Kysucké Nové Mesto má svoju pamiatkovú zónu (celomestská pamiatková zóna pozostáva z centra – námestie a Belanského ulica a z ochranného pásma – ulica 1. mája s okruhom po polikliniku), čo je územie s historickým sídelným usporiadaním, územie kultúrnej krajiny s pamiatkovými hodnotami alebo územie s archeologickými nálezmi a archeologickými náleziskami, ktoré možno topograficky vymedziť.

Medzi kultúrne pamiatky patria aj objekty dotvárajúce prostredie. Medzi pamätihodnosti mesta patria: barokový dom z 2. polovice 18. storočia na Belanského ulici (dnes Mestská knižnica), bývalý pivovar zo 17. storočia na Mlynskej ulici, kostol sv. Jakuba (pôvodne gotický z roku 1284, niekoľkokrát poničený a prestavaný do neorománskeho slohu), Mariánsky kostol z roku 1817 na Belanského ulici, arkády na Námestí slobody, socha sv. Jána Nepomuckého z roku 1761 na Námestí slobody, rodný dom Dlhomíra Poľského (kňaz a básnik A. Majer).

V Radoli (obec tesne pri Kysuckom Novom Meste, kedysi jeho mestská časť, na druhom brehu rieky) sa nachádza renesančný kaštieľ zo 16. storočia



Obrázok 4. Pohľad na renesančný kaštieľ v Radoli [25]

a Koscelisko (strmá terasa nad vyústením Vadičovského potoka do rieky Kysuce vo výške 376 m n. m.). Tu ukladali naši predkovia svojich mŕtvych v mladšej dobe kamennej, v stredoveku a v 2. polovici 19. storočia. Pri archeologickom výskume sa ukázalo, že ľudia v danej oblasti žili už v 2. tisícročí p. n. l. [15], [19]

2.4 Ľudské zdroje a sociálna infraštruktúra

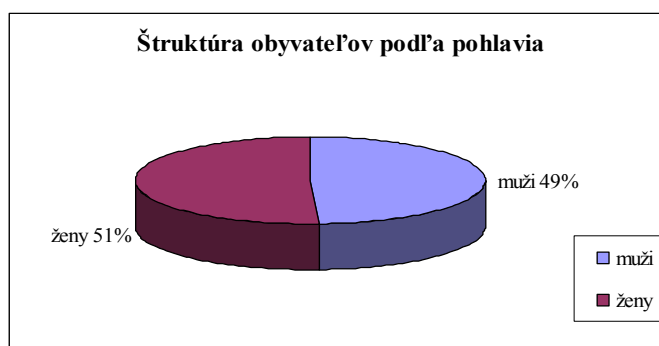
2.4.1 Stav obyvateľstva a veková štruktúra

Napriek klesajúcemu trendu čo sa týka počtu obyvateľov na Slovensku, Kysucké Nové Mesto zaznamenalo určité prírastky. K 31. 12. 2004 bol celkový počet obyvateľov 16 501 (t. j. 2,3 % z celkového počtu obyvateľov Žilinského kraja), čo je o 89 obyvateľov viac,

ako k 31. 12. 2000. Nie je to veľa, no určite je to pozitívny trend. Z celkového počtu je 8 108 mužov a 8 393 žien.

Tabuľka 1. Štruktúra obyvateľstva podľa pohlavia k 31. 12. 2004 [vlastné]

OBYVATEĽSTVO		
Celkom	muži	ženy
16 501	8108	8393

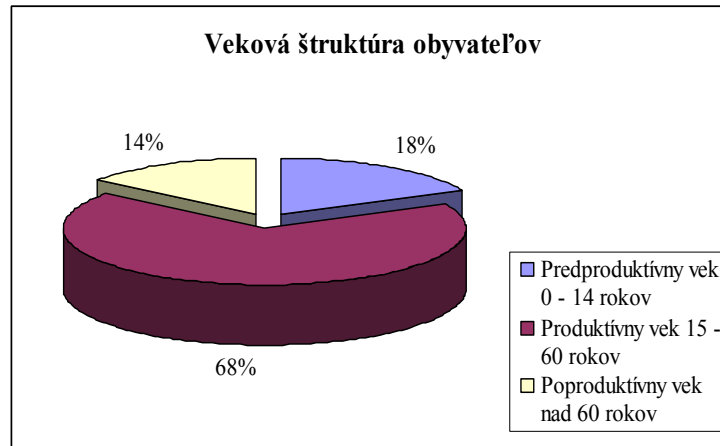


Obrázok 5. Grafické vyjadrenie štruktúry obyvateľstva podľa pohlavia k 31. 12. 2004 [vlastné]

V produktívnom veku je 11 206, v predproduktívnom 2932 a poproduktívnom 2363 občanov. Navyše okres Kysucké Nové Mesto patrí v Žilinskom regióne k najľudnatejším. V samotnom meste je hustota na 1 km² 625 obyvateľov. Pravdaže, aj tu sa prejavuje pokles pôrodnosti, k 31. 12. 2000 sa narodilo 169 detí, kým k 31. 12. 2004 len 156 detí, no zároveň je prírastok väčší, ako úmrtnosť. Kým mortalita k roku 2000 bola 106, k roku 2004 zomrelo 102 obyvateľov. To sú ukazovatele, ktoré nám hovoria, že obyvatelia starnú aj tu. Podiel obyvateľov v poproduktívnom veku je 14,32 % z celkového počtu, kým k 31. 12. 2000 to bolo viac ako o 1 % menej.

Tabuľka 2. Štruktúra obyvateľstva z hľadiska produktívneho veku [vlastné]

VEKOVÁ ŠTRUKTÚRA OBYVATEĽSTVA		
Predproduktívny vek 0 - 14 rokov	Produktívny vek 15 - 60 rokov	Poproduktívny vek nad 60 rokov
2 932	11 206	2 363



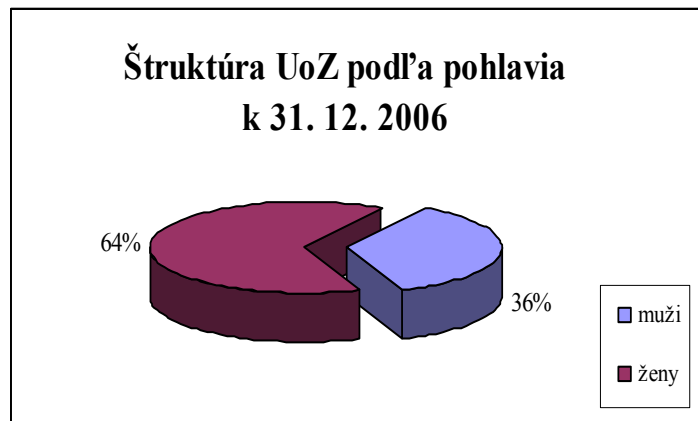
Obrázok 6. Grafické vyjadrenie štruktúry obyvateľstva z hľadiska produktívneho veku k 31. 12. 2004 [vlastné]

2.4.2 Trh práce a zamestnanosť v meste

Po roku 1990 sa katastrofálne zhoršila situácia. Podnik ZVL, ktorý zamestnával cca 7 000 pracovníkov začal hromadne prepúšťať a tak veľmi rýchlo stúpala nezamestnanosť. V období 90-tych rokov patrilo mesto k lokalitám s najvyššou mierou nezamestnanosti na Slovensku, s hodnotami cez 20 %. Obyvatelia začali častejšie odchádzať za prácou, najskôr do blízkych miest (napr. do Žiliny), neskôr za hranice (hlavne do ČR). V ČR pracovali obyvatelia mesta už aj pred tým, no podobný trend prepúšťania sa začal aj tam. Mladí ľudia, ktorí išli študovať mimo mesta, sa prestali vracieť domov. V roku 2000 však začala s výstavbou závodu firma INA, nemecká spoločnosť, zaoberajúca sa výrobou ložísk a tak sa začal opätovný rozmach mesta, klesala nezamestnanosť, vznikali ďalšie pracovné miesta v INA Kysuca, a. s., KLF-ZVL, NN Slovakia, a. s., ArvinMeritor. Konečne sa stav začal zlepšovať. Kým v roku 2001 bola miera nezamestnanosti viac ako 16 %, k 31. 12. 2006 klesla na 9,13 % UoZ, z toho disponibilných 8,18 % UoZ (disponibilný je ten, kto môže okamžite nastúpiť do práce). Celkovo bolo evidovaných 680 UoZ, z toho 243 mužov a 437 žien.

Tabuľka 3. Štruktúra UoZ podľa pohlavia k 31. 12. 2006 [vlastné]

UCHÁDZAČI O ZAMESTNANIE		
Celkom	muži	ženy
680	243	437

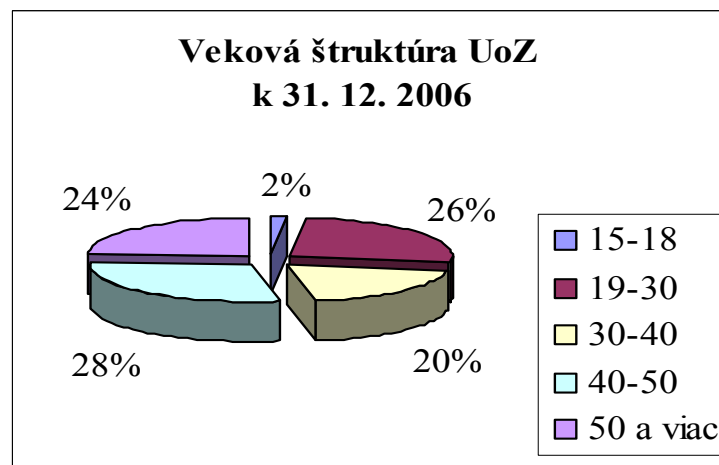


Obrázok 7. Grafické vyjadrenie štruktúry UoZ podľa pohlavia k 31. 12. 2006 [vlastné]

Z údajov je zrejmé, že skoro o polovicu viac nezamestnaných je žien. Väčší podiel nezamestnaných tvoria obyvatelia so základným a učňovským vzdelaním bez maturity, z pohľadu veku je najviac nezamestnaných starších ako 40 rokov. Z analýzy vyplýva potreba dôraznejších opatrení na podporu zamestnávania občanov stredného veku, žien, ďalšieho vzdelávania alebo rekvalifikácie nezamestnaných s nižším vzdelaním.

Tabuľka 4. Veková štruktúra UoZ k 31. 12. 2006 [vlastné]

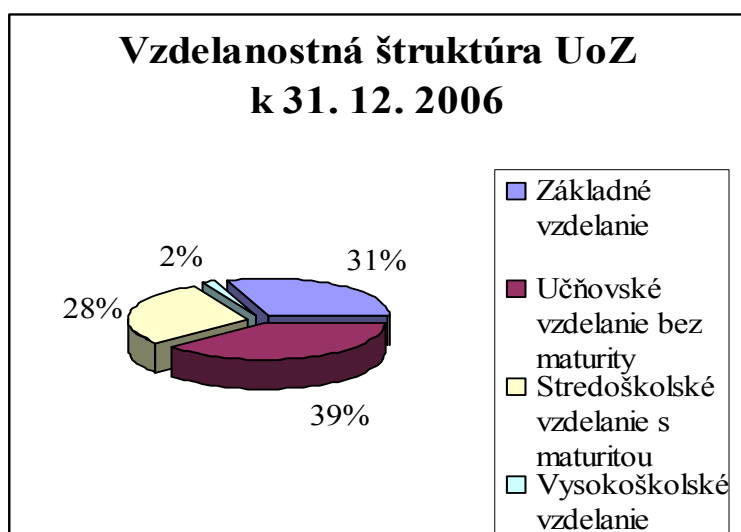
VEKOVÁ ŠTRUKTÚRA UoZ				
15-18	19-30	30-40	40-50	50 a viac
11	176	134	195	164



Obrázok 8. Grafické vyjadrenie vekovej štruktúry UoZ k 31. 12. 2006 [vlastné]

Tabuľka 5. Vzdelanostná štruktúra UoZ k 31. 12. 2006 [vlastné]

VZDELANOSTNÁ ŠTRUKTÚRA UoZ			
Základné vzdelanie	Učňovské vzdelanie bez maturity	Stredoškolské vzdelanie s maturitou	Vysokoškolské vzdelanie
211	262	193	14



Obrázok 9. Grafické vyjadrenie vzdelanostnej štruktúry

UoZ k 31. 12. 2006 [vlastné]

Zamyslieť sa treba nad systémom vzdelávania a prehodnotiť, či by nebolo rozumnejšie sústrediť sa aj na vzdelávanie v nových odboroch, s ktorými by si absolventi ľahšie našli uplatnenie, resp. výrazne zpružniť proces vzdelávania a sústrediť sa najmä v učňovských odboroch na ešte väčšiu praktičnosť, aby absolventi po ukončení školy boli okamžite pripravení do praxe. Problematické je aj to, že v meste a blízkom okolí je trh práce opäť sústredený na oblasť strojárstva, čo môže v budúcnosti opäť vyústiť do obrovských problémov s nezamestnanosťou.

2.4.3 Predškolské, školské, športové, zdravotnícke a sociálne zariadenia

2.4.3.1 *Predškolské a školské zariadenia*

Napriek poklesu pôrodnosti sú štyri predškolské zariadenia v meste plné. Vyplýva to z uzavretia viacerých zariadení v polovici 90. tých rokov, kedy v dôsledku stúpajúcej nezamestnanosti s rodičmi ostávali doma aj deti (nízke príjmy nedovoľovali platenie dochádzky do MŠ). Do MŠ chodili najčastejšie deti predškolského veku tesne pred vstupom do školy. Možno by bolo vhodné podporiť vznik nízkokapacitných súkromných zariadení, ktoré by si mohli otvoriť ženy s pedagogickým vzdelaním, ktoré ostávajú bez práce a majú skúsenosti so starostlivosťou o deti.

System školsťva v meste je dlhodobo stabilizovaný. Tri základné školy postačujú pre momentálny počet školopovinných detí a výhľad do budúcnosti hovorí, že zatiaľ aj postačovať budú. Sú dobre vybavené, každá má svoju školskú jedáleň, telocvičňu a vonkajšie ihrisko. Triedy nie sú preplnené, priemerný počet žiakov v triede je cca 25. Pokiaľ rodičia detí pracujú, deti môžu čas pred alebo po vyučovaní tráviť v školských družinách, ktoré sú pri každej ZŠ a v CVČ, ktoré sa stará o krúžky a rôzne iné voľnočasové aktivity či už cez školský rok alebo cez prázdniny. Viac ako 50 rokov, v meste funguje Základná umelecká škola, v ktorej deti môžu navštevovať hudobný, tanečný výtvarný a literárno-dramatický odbor. Stredné odborné učilište strojárské v posledných rokoch zlepšilo spoluprácu s priemyselnými podnikmi, ktoré v meste vznikli a snaží sa prispôbiť plány výuky potrebám potenciálnych zamestnávateľov. Stredná priemyselná škola strojnícka zas rozšírila množstvo odborov, ktoré je možné na nej študovať, zlepšilo sa vybavenie najmä odborných učební. Mesto má gymnázium a tiež Stredné odborné učilište pre mládež s mentálnym postihnutím. Vysokoškolské vzdelanie je možné získať na Žilinskej univerzite, ktorej výhodou, okrem iného, je blízkosť dochádzania, takže študenti z Kysuckého Nového Mesta nemusia bývať na internáte, čo výrazne znižuje náklady na štúdium.

2.4.3.2 *Športové zariadenia*

Mesto má futbalový štadión s atletickou dráhou, Mestskú športovú halu s posilňovňou, tenisové kurty v areáli Základnej školy na Nábřežnej ulici. Pri miestnych školách sú telocvične a vonkajšie ihriská s asfaltovým popripade štrkovým podkladom, spravidla s ihriskami pre futbal, volejbal, basketbal a s bežeckou dráhou. V obytných častiach sa tiež

nájdu betónové ihriská. Možnosť kúpania v bazéne tu nie je. Najbližšia plaváreň so saunou a s kúpaliskom pre letné kúpanie je v Žiline a ďalšia plaváreň je v Čadci. V súčasnosti je pripravený projekt výstavby plavárne aj v meste, no z rôznych príčin nemohla byť zatiaľ stavba zrealizovaná. Chýba aj zimný štadión, korčuľovať, ak je dostatočný mráz, sa dá na rieke Kysuca, inak sa musí ísť opäť do Žiliny.

2.4.3.3 Zdravotnícke zariadenia

O zdravie občanov je postarané relatívne dobre. V meste je poliklinika, kde je dostatok praktických lekárov pre dospelých aj pre deti. Každý deň je k dispozícii pohotovosť aj rýchla zdravotná pomoc. Má to však niekoľko nedostatkov. Z lekárov špecialistov sú v dostatočnom množstve len oční lekári, zubári (niekoľko je aj súkromných) a gynekológovia. Ostatní špecialisti sú buď v nedostatočnom množstve (napr. chirurg je len jeden) alebo nie sú k dispozícii každý deň (napr. kožný lekár má ordinačné hodiny len jeden deň v týždni). Dôsledkom sú preplnené čakárne alebo nutnosť ísť za lekárom mimo mesto. Nemocnica je v Žiline a v Čadci. Na druhej strane sú veľmi dobre vybavené tri súkromné lekárne, kde schopný personál ochotne zoženie lieky od dodávateľov, aj ak nie sú bežne k dispozícii.

2.4.3.4 Sociálne zariadenia

Sociálnych zariadení je niekoľko. Mesto má dva DSS. Jeden je určený pre deti a mládež s mentálnym postihnutím, druhý pre ženy s mentálnym postihnutím. Ďalším zariadením je DD a penzión pre dôchodcov. Situácia však nie je celkom ideálna z hľadiska kapacity. Postupne sa prejavuje demografický trend zvyšujúceho sa priemerného veku a tak sa na umiestnenie do zariadení pre seniorov čaká pomerne dlho (všetky zariadenia sú plne obsadené, pričom uvoľnenie miesta závisí od prirodzeného úbytku obyvateľov zariadenia). Seniori majú dobre fungujúci klub dôchodcov, ktorý však možno zaradiť skôr do oblasti spoločenského života v meste. Významným pozitívom je zvyšujúca sa kvalifikačná úroveň pracovníkov sociálnych zariadení a celej sociálnej oblasti, v dôsledku čoho sa zlepšuje poskytovanie služieb v danom sektore.

2.4.4 Bytová otázka

Mesto disponuje nájomnými bytmi, ktoré sú momentálne plne obsadené. Na čakacej listine je ďalších 324 záujemcov o byt, najviac z radov mladých rodín a sociálne slabších občanov, ktorí svojimi nízkymi príjmami nedosiahnu na hypotekárne úvery. Aby sa uspokojil dopyt, začal sa vypracovávať projekt nadstavieb na bytových domoch (opäť pôjde o mestské nájomné byty), ktorý bude financovaný mestom, prípadne za príspevnia štátu alebo štrukturálnych fondov. Ďalej sú vo výstavbe byty, ktoré sú financované súkromnými investormi a v podstate od začiatku sú v osobnom vlastníctve tých, ktorí si ich výstavbu platia. Bytový fond sa postupne obnovuje, najviac však ten, ktorý je v osobnom vlastníctve a družstevné byty. V meste sú aj rodinné domy a to v lokalite nad mestom, všetky v súkromných rukách. Celkovo sa ale v danej oblasti ani zďaleka nedá hovoriť o plnej spokojnosti.

2.4.5 Kultúrny a spoločenský život

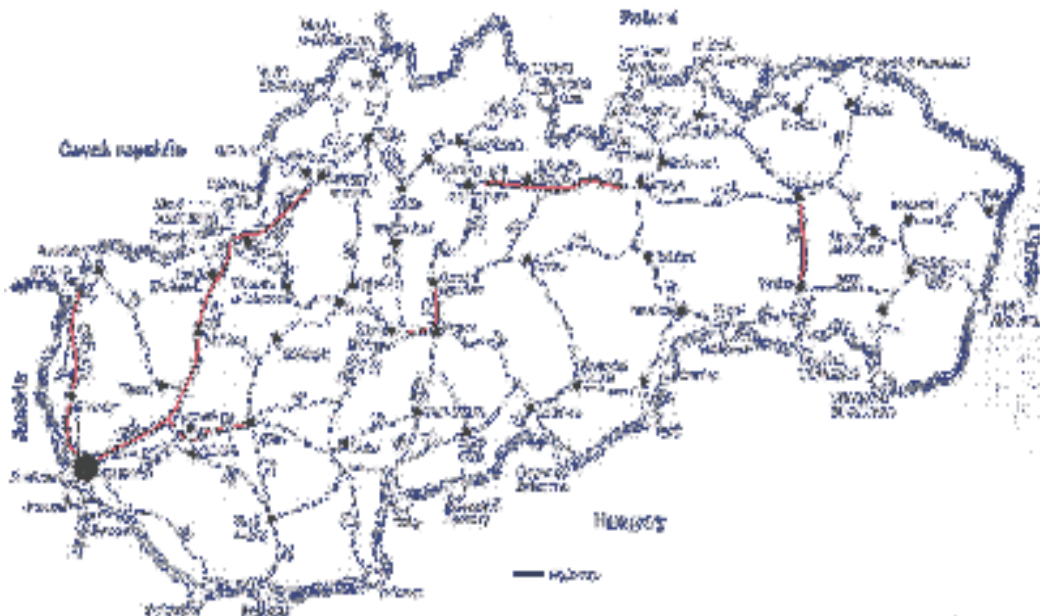
Mesto žije bohatým spoločenským životom, rozvíja a chráni svoje tradície. Pod Mestským kultúrnym a športovým strediskom (je to príspevková organizácia mesta) sú zastrešené športové a kultúrne zariadenia a sú ním organizované rôzne kultúrne a spoločenské podujatia, ktoré sú uvádzané najčastejšie v priestoroch Kultúrneho domu. Existujú tu tri divadelné súbory (detský súbor DIDERO, mládežnícky BABYLON a súbor dospelých), súbor mažoretiek ASANKA, dve dychové kapely Kysučanka a Nová Kysučanka, folklórny súbor Jedľovina, každý rok sa realizuje niekoľko kurzov (v tomto roku ide o kurzy spoločenských tancov, brušných tancov, country tancov, kalanetiky). Medzi pravidelné každoročné podujatia patria: ples, fašiangová zábava, karneval pre deti, kultúrny program ku dňu učiteľov, Veľkonočný koncert chrámovej hudby v Mariánskom kostole, oslava MDD, prehliadka umeleckej činnosti všetkých krúžkov a súborov MKŠS, Kysucké kultúrne leto. Každý rok v júli prebieha tradičný jarmok, nazývaný aj Jakubovské hody s prehliadkou tradičných remesiel a predajom remeselných výrobkov. Súčasťou sú aj mnohé doprovodné akcie a vysúpenia, ako Jakubovský koncert operných umelcov (rodákov z Kysuckého Nového Mesta) v Mariánskom kostole. Medzi ďalšie podujatia patria oslavy Mikuláša určené deťom, predstavenie Živý betlehem, Vianočné trhy a Vianočný koncert v Mariánskom kostole.

Obyvatelia mesta sa realizujú v rôznych občianskych združeníach, organizáciách a kluboch. Medzi najpočetnejšie patria Únia žien Slovenska, Únia nevidiacich a slabozrakých, Klub sklerózy multiplex a iné.

2.5 Technická a dopravná infraštruktúra

2.5.1 Dopravná infraštruktúra

Kysucké Nové Mesto má veľmi dobrú polohu z pohľadu dopravnej dostupnosti. Okolo mesta prechádza cesta I. triedy a tiež navrhovaná trasa diaľnice D3 v smere Žilina – Čadca – Česká republika, resp. Žilina – Skalité – Poľská republika. Táto cesta sa napája pri Žiline (na medzinárodné cesty E75, E50), aj za Čadcou na ďalšiu cestnú sieť I. triedy alebo na diaľnice, takže nie je problém dostať sa kamkoľvek na území Slovenska, resp. do zahraničia.



Obrázok 10. Mapa cestnej siete pre medzinárodnú dopravu SR [21]



Obrázok 11. Výsek na mape diaľnic SR – plánovaná diaľnica D3 [23]

Krajské mesto Žilina je vzdialené len 10 km, čo pre obyvateľov Kysuckého Nového Mesta znamená dobrú dostupnosť určitých inštitúcií, ktoré sú len v krajských mestách, do zamestnania a tiež železnice a letiska, pokiaľ sa potrebujú dostať do vzdialených oblastí, či do zahraničia. Kysucké Nové Mesto leží na železničnom koridore VI, čo je medzinárodný koridor na už spomínanej trase do Česka a Poľska (ako je to zrejme z mapky).



Obrázok 12. Mapa železničných koridorov SR [24]

Do Žiliny sa môžeme dostať buď osobným vlakom, ktorý chodí cca každú hodinu, cesta trvá 10 minút alebo autobusmi hromadnej prepravy, miestnymi či diaľkovými alebo auto-

mobilom po spomínanej ceste I. triedy cca za 20 minút. Ďalšia cesta vedie cez obec Rudina a Vranie po pravom brehu rieky Kysuca.

Do okolitých obcí taktiež premávajú autobusové spoje SAD (pokiaľ ide cez ne železnica, tak aj vlaky), no najviac ich chodí práve do Žiliny (asi 60). Hromadnú prepravu v meste vykonávajú tri linky a do závodu INA Kysuce, a. s. premávajú pravidelné autobusové spojenia zo železničnej stanice, ktoré zvažajú zamestnancov na jednotlivé smeny (na 6.00, 14.00 a 22.00) a naspäť na železničnú stanicu. Železničná stanica je vedľa autobusového nástupišťa, ale v meste sú ešte dve zastávky, kde autobusy stoja aj smerom do Kysuckého Nového Mesta, aj smerom von (pri parku a za mostom). Problematickejšia sa stáva dopravná situácia v meste. Odkedy sa spustila výroba v INA Kysuca a. s., zvýšilo sa množstvo najmä nákladných aut a kamiónov, ktoré chodia priamo cez mesto, kde sa zvyšuje nebezpečenstvo nehody a znečisťovania životného prostredia. Preto je nevyhnutné vybudovať cestný privádzač do priemyselného parku.

Ďalším problémom je zvýšenie individuálnej automobilovej prepravy, čo tiež výrazne prispieva k množstvu automobilov v meste a k nedostatku parkovacích miest. Veľmi vhodné by bolo sústrediť sa na hromadnú prepravu a tiež zlepšovať podmienky pre cyklistov, ktorých bolo v tomto meste vždy dosť. Mesto nie je príliš rozľahlé a tak obyvatelia často využívajú bicykle na pohyb po meste. V súčasnosti je to však nebezpečné. Na chodníku sú ohrození chodci cyklistami, na ceste cyklisti autami a tak je načase uvažovať o vybudovaní chodníkov pre cyklistov. Malo by to viacero výhod. Zníženie množstva osobných automobilov v meste, väčšia bezpečnosť, ochrana životného prostredia a zlepšenie zdravotného stavu samotných občanov.

2.5.2 Zásobovanie vodou

Mesto je zásobované vodou z niekoľkých vodovodných zdrojov. Vrty pod Háj, prameň a studňa Radoľa, vrt KS 3 v lokalite nad sídliskom Kamence (ním sa vykrývajú špičky v prípade nedostatku vody na sídliskách). Mesto je zásobované vodou z Vodárenskej nádrže Nová Bystrica spolu so skupinovým vodovodom Nová Bystrica – Čadca - Žilina. Kapacita vodojemov v meste je 4 150 m³. Dĺžka vodovodnej siete v roku 1996 bola 26,1 km, počet prípojok 1215. V meste sa nenachádza úpravovňa vody, pretože zdroje sú podzemné, kvalita vyhovuje a netreba ju upravovať. Voda z Novej Bystrice prichádza už upravená. Mestská časť Oškerda je zásobovaná vlastným vodným zdrojom. Pozitívnou skutočnosťou

je z enviromentálneho hľadiska pokles spotreby pitnej vody na obyvateľa / deň nielen v samotnom meste, ale aj v celom regióne. Príčinou je pravdepodobne tlak na efektívne využívanie vody (postupná liberalizácia cien vodného a stočného).

2.5.3 Kanalizácia a odpadové hospodárstvo na území mesta

2.5.3.1 Kanalizácia a čistenie odpadových vôd

Mesto má vlastnú čistiacu stanicu odpadových vôd (ČOV), na ktorú je kanalizáciou pripojených cca 90 % obyvateľov. Kanalizácia má dĺžku 23 km a je na ňu pripojených takmer 900 prípojok. Za celý okres Kysucké Nové Mesto je však celkový počet obyvateľov pripojených na verejnú kanalizáciu len cca 46 %, čo nie je priaznivá situácia. V dôsledku nevyhovujúceho zneškodňovania odpadových vôd (v zmysle tzv. vodného zákona 184 / 2002 Z. z., došlo k rozšíreniu požiadaviek na odstránenie dusíka, fosoru, eliminácia anorganických a ťažko rozložiteľných polutantov) tak, ako na väčšine ČOV, prebieha rekonštrukcia ČOV aj v Kysuckom Novom Meste v hodnote 78 miliónov Sk. Navyše sa začalo s výstavbou kanalizačného zberača v mestskej časti Dubie. Konceptne je Kysucké Nové Mesto začlenené do projektu odkanalizovania Dolných Kysúc s predpokladanými termínmi realizácie 2008 – 2010. Plánované je aj polozenie novej kanalizačnej siete v zmysle územno-plánovacej dokumentácie pre novú individuálnu bytovú výstavbu (IBV).

2.5.3.2 Infraštruktúra odpadového hospodárstva

Infraštruktúru odpadového hospodárstva predstavujú zariadenia a objekty na nakladanie s odpadmi. Ročne mesto vyprodukuje okolo 4 440 ton odpadu, z čoho cca 4430 ton je zneškodňované a cca 10 ton sa opätovne využíva. Odpad z mesta sa vyváža na skládku komunálneho odpadu v Kysuckom Lieskovci a do Považského Chlmca. Predpokladaná doba životnosti skládok je do roku 2011. Na území mesta sa nachádza spaľovňa, ktorej prevádzkovateľom je KLF – ZVL, a. s. Kysucké Nové Mesto. Bývalé smetisko o rozlohe 60 tisíc m² predstavuje ekologickú záťaž z minulých období a je potenciálnou hrozbou, pre znečistenie toku Kysuce, nakoľko sa nachádza v jej tesnej blízkosti. Mesto má podaný projekt na MŽP SR na asanáciu celej skládky.

2.6 Cestovný ruch

Cestovný ruch na Slovensku vyžaduje v nových ekonomických podmienkach a silnejúcej konkurencii, aby všetky subjekty podieľajúce sa na jeho rozvoji vytvárali stále lepšie podmienky nielen pre uspokojovanie potrieb účastníkov cestovného ruchu, ale aj pre efektívnejšie podnikanie v tejto oblasti. To vyžaduje zmeniť prístup. Doteraz bolo charakteristické presadzovanie individuálnych záujmov aj na úkor komplexnosti a kvality služieb, nekoordinovanosť aktivít, nerešpektovanie ochrany životného prostredia, osobitne však nedostatočný a neefektívny marketing. Cestovný ruch má výrazný geografický, regionálny aspekt a uskutočňuje sa mimo bežného životného prostredia. Východiskom rozvoja regiónu je jeho primárna ponuka t. j. prírodné a kultúrno-historické podmienky. Aby sa cestovný ruch v danej oblasti mohol rozvíjať a mal očakávaný vplyv na hospodársky a sociálny rozvoj, je potrebné budovať rad ekonomických činností:

- zabezpečujúcich činnosť podnikov cestovného ruchu (napr. stavebná výroba, obchod a pod.)
- nadväzujúcich na rozvoj cestovného ruchu (napr. doprava, telekomunikácie, výroba a predaj spomienkových predmetov a pod.)
- technickú infraštruktúru (napr. zabezpečenie zásobovania vodou, kanalizácia, komunikácie a pod.)
- sociálnu infraštruktúru (napr. bytový fond, školské, zdravotnícke, kultúrne, športové a rekreačné zariadenia). [8]

Cestovný ruch v regióne či stredisku znamená:

a/ tvorbu nových pracovných príležitostí pre miestnych obyvateľov, ktorí by v dôsledku nezamestnanosti odchádzali za prácou do iných miest a regiónov

b/ ovplyvňuje zárobkovú situáciu domácich, vytvára možnosti pre podnikateľské aktivity, rozvíjajú sa remeslá a obchod, zlepšujú sa hospodárske a sociálne pomery domáceho obyvateľstva

c/ stimuluje rozvoj technickej infraštruktúry (budovanie vodovodov, kanalizácie, cestnej siete, telekomunikácií), sociálnej infraštruktúry (výstavba a modernizácia bytového fondu, zdravotníckych, kultúrnych, športových zariadení), zlepšuje sa starostlivosť o životné prostredie, zvyšuje sa sebavedomie a spolupatričnosť miestnych obyvateľov.

Úlohou orgánov štátnej správy, samosprávy, miestnych a regionálnych združení cestovného ruchu je vývoj cestovného ruchu koordinovať. Inak môže vyvolať rast rozličných zariadení cestovného ruchu, viesť k rozpredaju pôdy, poškodzovať prírodu a krajinu, vyvolať sociálne napätie medzi miestnym obyvateľstvom, turistami a návštevníkmi. [8]

Kysucké Nové Mesto by bolo výborným miestom pre rozvoj cestovného ruchu. Jeho najväčším problémom je nevybudovaná infraštruktúra, nepripravenosť miestnych podnikateľských subjektov a nedostatočná úroveň spolupráce so zastupiteľmi okolitých obcí v oblasti rozvoja cestovného ruchu. Mesto a jeho okolie pritom poskytuje mnohé možnosti či už pre pešiu turistiku, cykloturistiku, potulky po meste alebo výlety do blízkeho či vzdialenejšieho okolia, čo by sa dalo, pri lepšej koordinácii činností a vzájomnej spolupráci, využiť na väčšie zatraktívnenie a zviditeľnenie mesta a celej lokality. Výhodou navyše je vynikajúca dostupnosť, pretože návštevník alebo turista môže bez problémov z mesta vyrážať za športovými, kultúrnymi alebo inými aktivitami. Navyše s rozvojom cestovného ruchu by sa rozšírili možnosti zamestnávania a rôznych podnikateľských aktivít občanov v meste aj v okolí.

Mesto, spolu s okolitými obcami je súčasťou EUROREGIÓNU Beskydy, čo je zmluva o Slovensko-Česko-Poľskej spolupráci, pri realizácii cezhraničnej spolupráce v samospráve vyššieho stupňa. Problémom je nízka aktivita všetkých zúčastnených v danej oblasti, pričom je v podstate nevyužitý potenciál, ktorý toto mesto má (možnosť letnej a zimnej pešej turistiky, cykloturistiky, vleky na zjazdové lyžovanie a bežkárске trate, letná dovolenka, v širšom okolí je kúpalisko v Žiline a Rajeckých Tepliciach, potulky po pamätihodnostiach mesta a okolitých obcí). Jednou z priorít je teda vytvoriť takú stratégiu rozvoja cestovného ruchu, ktorá zohľadní všetky dôležité faktory, posilní klady a eliminuje zápory, ktoré to so sebou prinesie.

2.6.1 Pešia turistika

Turistika je formou telesného pohybu, kultúrnopoznávacej činnosti, získavania vedomostí o orientácii, topografii, čítaní máp. Pri turistike poznávame prírodu, chránené rastliny a živočíchov, je to výborný spôsob aktívnej relaxácie a oddychu. Je jedným z prvkov cestovného ruchu, navyše stále vyhľadávaným. Kysucké Nové Mesto má 50 ročnú tradíciu v oblasti turistiky. Má veľmi dobre fungujúci turistický klub – Športklub turistiky Kysucké Nové Mesto. Jeho členovia sú jednak aktívnymi turistami, ale zaoberajú sa aj značkováním

a udržiavaním turistických chodníkov, čistením studničiek, zberom odpadkov z turistických chodníkov.

Je smutné, že sa Kysucká vrchovina dostala trochu do tieňa popri Malej Fatre, no má svoje čaro, je výborným oddychovým miestom s krásnymi výhľadmi na panorámu okolitých hôr (Veľký Rozsutec, Veľký Kriváň, Chleb a iné).



Obrázok 13. Pohľad na Kysuckú vrchovinu [26]

Priamo z mesta môžeme obdivovať výhľad na Steny a Vreť. V snahe priblížiť pohorie širokej verejnosti členovia turistického klubu začali značkovať a mapovať jednotlivé trasy. Počas minulých rokov sa mesto stalo centrom a turistickým uzlom značkovaných chodníkov. V súčasnosti ide o niekoľko desiatok kilometrov vyznačených trás a medzi tie najznámejšie patria:

- na Jakubovský vrch cez Neslušu
- na Straník cez Ostré
- na Ladonhoru cez Steny (stredne náročná trasa: Kysucké Nové Mesto – Budatínska Lehota – Pod Poľanou – Poľana Steny – Holý vrch – Ladonhora, dĺžka 13 km, čas prechodu 5 hodín)
- cez Tábor do Zákopčia (stredne náročná trasa: Kysucké Nové Mesto – Tábor – Majtánky – Šindelná – Petránky – Zákopčie u Rulcov, dĺžka 11 km, čas prechodu 3,5 hodiny)
- na Chotárny kopec

Miestny turistický klub je veľmi aktívny a každý rok poriada množstvo akcií v lete aj v zime, v okolí je navyše množstvo krásnych miest, ktoré stojí za to vidieť. Z analýzy je jasné, že pešia turistika by sa mohla stať hlavným lákadlom, ktoré sa dá využiť na cielený rozvoj cestovného ruchu a prilákanie návštevníkov a turistov zo Slovenska aj zo zahraničia a tým na rozmach mesta a celej oblasti. Nájde sa niečo pre každého. Pre začiatočníkov, ktorí sa radi len trochu prejdú po lese, ale aj pre skúsených a zdatnejších turistov, ktorí si svoje sily a kondíciu môžu vyskúšať na stredne ťažkých aj na veľmi náročných trasách. Okrem pešej, sa v okolí dá realizovať aj cykloturistika.

2.6.2 Cykloturistika

Cykloturistika je nenáročná forma športovej aktivity, vhodná pre všetky vekové kategórie. V posledných rokoch si získala veľa priaznivcov, čo sa prejavilo v budovaní cyklistických turistických ciest, chodníkov a značených trás. Cez Kysucké Nové Mesto vedú hneď dve. Prvou je cyklotrasa s názvom „Dolnokysucká“ druhá je trasa „Terchovsko – Kysucká“.



Obrázok 16. Mapa okolia Kysuckého Nového Mesta, kadiaľ vedú cyklotrasy [26]

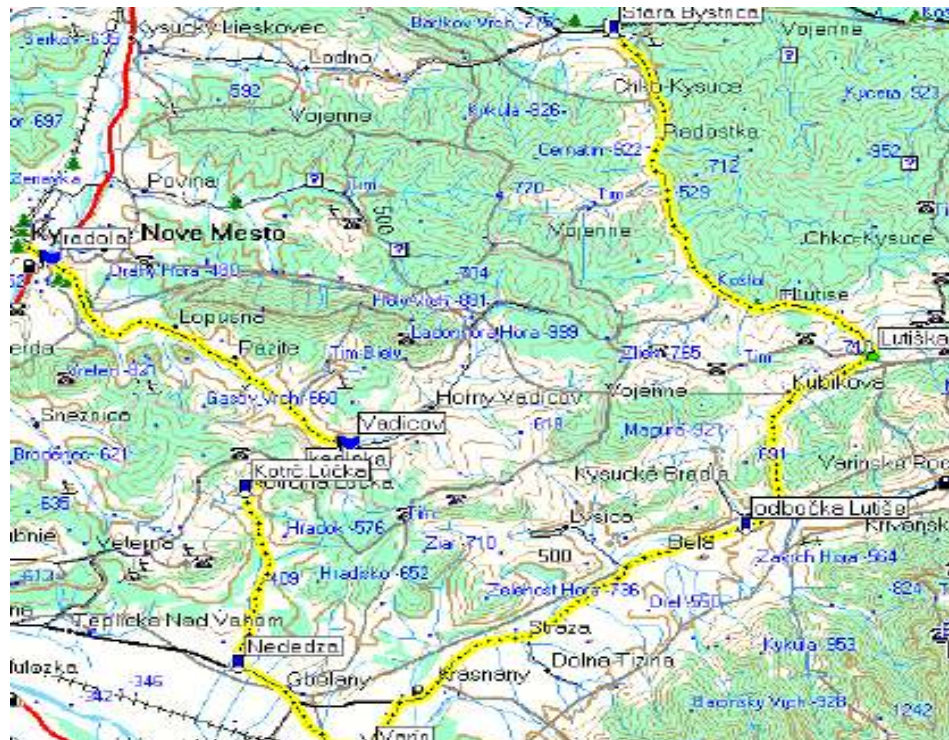
Dolnokysucká je dlhá 22, 6 km s prevýšením 64 m. Začína v Krásne nad Kysucou, vedie cez Dunajov, Ochodnicu, ďalším rázcestníkom je námestie v Kysuckom Novom Meste, pokračuje po ceste do Rudiny, Vrania a celá trasa končí na moste v Považskom Chlmcí pri Žiline.



Obrázok 17. Mapa cyklotrasy Dolnokysuckej [26]

Po celý čas je možné obdivovať nádhernú scenériu okolitej prírody. V Ochoznici sa môžeme osviežiť vodou z minerálneho prameňa, v Kysuckom Novom Meste si prezrieme historické námestie, za Rudinou sa pred nami otvára Kysucká brána. Z Považského Chlmca je to kúsok do Budatínskeho zámku, kde si môžeme prezrieť expozíciu drotárskych výrobkov. Ak sme zdatní, môžeme pokračovať ďalšími trasami, ktoré sa napájajú na Dolnokysuckú a to na trasy Žilina – Piešťany, z Kotešovej do sedla Demänovej a tiež na trasu Terchovsko – Kysuckú.

Terchovsko – Kysucká cyklotrasa je určená s dĺžkou 41,5 km a prevýšením 257 m, pre náročnejších a fyzicky zdatnejších cyklistov. Začína v Starej Bystrici, pokračuje popri obciach Radôstka, Lutiše, Kubíková, Belá, Stráže, Krasňany, stúpaním do sedla pri Kotrčinej Lúčke, ďalej klesá do Dolného Vadičova, Lopušných Pažití, v Radoli je možnosť navštevy v kaštieli s expozíciou Kysuckého múzea a končí na železničnej stanici v Kysuckom Novom Meste. Mapka pomerne podrobne znázorňuje celú trasu.



Obrázok 18. Mapa Terchovsko – Kysuckej cyklotrasy [26]

Aj táto trasa je koncipovaná tak, aby sa bolo možné napojiť na ďalšie a tak si každý individuálne upraví výlet na bicykli podľa svojich potrieb a záujmov, napr. z Terchovej na sedlo Novoľ, Terchovsko – Zázrivský okruh, z Kotešovej do sedla Demänová.

Spomínané cyklotrasy vedú cez Kysucké Nové Mesto, no v jeho okolí sa dajú vybudovať ďalšie trasy, ktoré budú začínať aj končiť v meste. To si bude vyžadovať podrobnejší prieskum okolia, záujem miestnych obyvateľov a samosprávy, vyznačenie jednotlivých trás, prípadne vybudovanie cesty, ktorá bude vhodná pre jazdu na bicykli a tiež bezpečnejšia ako cesty, ktoré sú momentálne k dispozícii. V prípade skutočného záujmu by sa osvedčila požičovňa bicyklov za rozumné poplatky tak pre miestnych, ako aj návštevníkov mesta.

2.6.3 Možnosti ubytovania a stravovania

Z hľadiska rekreácie a turizmu, mesto nemá príliš vhodné ubytovacie kapacity. V centre sa nachádzajú hneď tri hotely „Horák“, „Mýto“ a „Kriváň“, ale ani jeden nie je to, čo si predstavujeme pod pojmom turistické zariadenie. Všetky tri hotely sú relatívne nové, poskytujú kvalitné ubytovanie v jedno a dvojposteľových izbách s TV a vlastným sociálnym zariadením, stravovanie vo vlastnej reštaurácii, bar, parkovisko. Žiaľ vo všetkých troch prípadoch

sa jedná o klasické hotely, ktoré majú pomerne vysoké ceny (od 1200,-Sk vyššie) a sú určené skôr na jednorázové prenocovanie napr. v rámci služobnej cesty, pre rôzne rodinné, pracovné či spoločenské akcie. Ďalšími takto ladenými zariadeniami v meste sú penzión „EURÓPA“ a motel „Skalka“ vzdialený od mesta 1 km, stojaci na kopčeku vedľa cesty I. triedy v smere do Českej republiky. O oboch platí to, čo o spomínaných hoteloch. V blízkosti priemyselnej zóny na Dubskej ceste je ubytovňa „Stavreal“, ktorá je však určená na ubytovanie robotníkov a montérov a nie na rekreačné účely.

Rozvoj cestovného ruchu závisí aj od primeraných možností turistického ubytovania. Cestou by bolo buď v okrajovej časti mesta takéto zariadenie vybudovať, alebo úzko spolupracovať s občanmi, ktorí majú v okolí nevyužívané chaty a chalupy s možnosťou ubytovania, prípadne majú rodinný dom, z ktorého by bolo možné vytvoriť malý rodinný penzión s domácou pohodou a dobrou stravou. To by prinieslo úžitok a prácu samotnému občanovi, osoh mestu aj turistovi. Chce to však prepracovanú koncepciu a koordináciu všetkých činností. Od zavedenia týchto ubytovacích kapacít do informačných portálov, cez zdokonalenie všetkých služieb, ktoré s takýmto typom podnikania súvisia, pomoc mesta a zainteresovaných orgánov so začiatkami podnikania v tejto oblasti občanom, až po cenovú politiku, ktorá bude turistov lákať a nie odrádzať.

Typické rekreačné zariadenia mesto teda nemá. Je možné, že niektorí občania poskytujú ubytovanie v súkromí, ale nikde nie sú uvedení, takže nevieme, aká je situácia v tejto oblasti. Pravdepodobne najvhodnejšie je ubytovanie na „Chate Ostré“ Radol'a, čo je rekreačné zariadenie vzdialené cca 5 km od Kysuckého Nového Mesta.



Obrázok 19. Pohľad na Chatu Ostré [20]

Nachádza sa v prostredí Kysuckej vrchoviny. Cesta je vybudovaná až k zariadeniu, zjazdná celý rok. K dispozícii sú dvoj a trojlôžkové izby aj s možnosťou prístelky, z ktorých polovica má vlastné sociálne zariadenie, samozrejmosťou je možnosť celodennej stravy. Areál poskytuje niekoľko možností športového vyžitia (tenis, futbal, basketbal, volejbal), požičovňu a úschovňu športového náradia, upravený priestor pre otvorený oheň buď na opekanie, grilovanie alebo posedenie pri ňom. Len pár metrov od chaty je lyžiarsky svah s dvoma vlekmi s možnosťou lyžovania v zime, v lete sa dá ísť v podstate na ktorúkoľvek stranu a vždy nájdeme označený turistický chodník. Pozitívna je aj primeraná cena, ktorá sa odvíja od toho, v ktorom období v roku sem turista zavíta, ale v zásade neprekračuje 800,-Sk za noc.

Druhým zariadením v blízkosti mesta, ktoré je vhodné pre rekreačné účely, je penzión „Športhotel Rudina“. Nachádza sa cca 3 km od mesta smerom do Žiliny.



Obrázok 20. Športhotel Rudina [20]

Poskytuje ubytovanie v dvoj, troj a štvorlôžkových izbách s vlastným sociálnym zariadením. V objekte sa nachádza športová hala, posilňovňa, tenisový kurt, sauna, biliardová miestnosť, k dispozícii je záhradné posedenie s grilom. V blízkosti je možnosť ako pešej turistiky, tak aj cykloturistiky. Okolo vedie Dolnokysucká cyklotrasa.

Stravovanie v meste na tom nie je o veľa lepšie. Spomínané hotely a penzión majú vlastné reštauračné zariadenia, v meste sú aj reštaurácie Collon (na Litovelskej ulici) a Slovanská reštaurácia v centre. V nich sa nájde široká ponuka teplej a studenej kuchyne. Chýba tu však možnosť väčšieho výberu podnikov typu malých kaviarní a internetová kaviareň, denný bar s ponukou jednoduchej studenej kuchyne, zariadenie s možnosťou rýchleho občerstvenia.

2.7 SWOT analýza mesta Kysucké Nové Mesto

Vo SWOT analýze som zosumarizovala analytické poznatky, ktoré sú nevyhnutné pri tvorbe strategického návrhu rozvoja mesta. Silné stránky a príležitosti je možné využiť, naopak slabé stránky a ohrozenia je potrebné eliminovať, či im aspoň účinne čeliť a presne z tohto dôvodu sa analýza robí. Musíme zistiť, ktoré stránky sú slabé, ktoré sú silné, v čom sú nevyužitú príležitosti a ako sa môže prejaviť ohrozenie.

A. Silné stránky

A.1 Ľudské zdroje a sociálna infraštruktúra

- Stabilizovaná a dobre vybavená sieť školských zariadení, tradičné stredné školstvo, blízkosť VŠ (v meste Žilina)
- Fungujúci systém sociálnych služieb
- Poliklinika s pohotovostnou službou, dobre vybavené lekárne
- Kvalifikovaná pracovná sila
- Potenciál nových zdrojov zamestnanosti v sektore služieb, malého a stredného podnikania
- Zvyšovanie vzdelanostnej úrovne najmä v sociálnych profesiách
- Udržiavanie a rozvíjanie kultúrnych a ľudových tradícií (Jakubovské hody, tri divadelné súbory, súbor dychovej hudby a ďalšie)

A.2 Ochrana prírody a prostredie mesta

- Nadpriemerná kvalita ovzdušia v meste a blízkom okolí
- Kvalitná pitná voda v dostatočnom množstve
- Vysoký stupeň plynofikácie
- Eliminácia možnosti znečistenia ovzdušia inštaláciou koncových technológií u významných znečisťovateľov a vody pripojením kanalizačného systému mesta k ČOV
- Vybudovaná protipovodňová ochrana mesta

- V celom okolí mesta vysoký podiel územia s veľkoplošnou ochranou krajiny (CHKO Kysuce, Malé Karpaty)
- Významný rozsah zdravých a druhovo bohatších lesných porastov v blízkosti mesta
- Veľký potenciál zásoby drevnej hmoty
- Odborný potenciál v lesnom hospodárstve a dlhodobé skúsenosti s hospodárením v lese

A.3 Cestovný ruch

- Vysoká atraktivita polohy mesta a jeho najbližšieho okolia z hľadiska CR
- Výhodná geografická poloha mesta (bezproblémová dostupnosť zo všetkých oblastí Slovenska, aj zo zahraničia – blízkosť hraníc s Českom a Poľskom)
- Široká a kvalitná sieť značených turistických chodníkov
- Veľký počet kultúrnych a turistických aktivít v priebehu celého roka (letné koncerty v parku, koncert chrámovej hudby v kostole, tradičné hody, vystúpenia divadelných súborov, dychových kapiel, folklórneho súboru, výborne fungujúci Športklub turistiky)
- Dobrý stav pamiatok a historických objektov majúci vplyv na prezentáciu mesta
- Vysoký potenciál pre rozvoj CR (atraktívne prírodné prostredie, predpoklady pre letný aj zimný CR, tradícia turizmu v meste)
- Tesné susedstvo významných regionálnych turistických centier (Terchová, Veľká Rača, Rajecké Teplice)
- Nižšie ceny v porovnaní s inými destináciami v okolí

A.4 Dopravná a technická infraštruktúra

- Veľmi dobre rozvinutá infraštruktúra zásobovania obyvateľstva a hospodárskej sféry kvalitnou pitnou vodou v dostatočnom množstve
- Napojenie kanalizácie mesta na ČOV
- Vyhovujúce pokrytie mesta rozvodovými sieťami elektrickej energie

- Plynofikácia celého mesta
- Dobré pokrytie sledovanej oblasti telekomunikačnými sieťami
- Významná tranzitná a strategická poloha územia mesta v medzinárodnej aj domácej doprave
- Uspokojivý stav cesty I. triedy a hlavných mestských komunikácií
- Dostatočná maloobchodná sieť (Jednota, Lidl, Billa a ďalšie menšie obchody)

A.5 Ekonomický rozvoj - priemysel, malé a stredné podnikanie

- Dlhodobá tradícia v oblasti priemyselného odvetvia – strojárstva
- Konkurencieschopná pracovná sila najmä v oblasti strojárstva
- Príchod významných zahraničných investorov (nezanedbateľné investície do vybudovania závodov aj do pracovníkov firmy)
- Produkčný potenciál lesných pôd
- Rozvoj malého a stredného podnikania
- Dobrá poloha mesta v rámci Slovenska aj z pohľadu dostupnosti zo zahraničia
- Existencia zdrojov, najmä drevnej hmoty

B. Slabé stránky

B.1 Ľudské zdroje a sociálna infraštruktúra

- Nedostatočný počet vysokoškolsky vzdelaných ľudí (častý odchod vysokoškolákov do väčších miest)
- Stredne vysoká nezamestnanosť v meste vyúsťujúca do dlhodobej nezamestnanosti (najmä u občanov bez vzdelania, prípadne s učňovským vzdelaním bez maturity)
- Nedostatočná tvorba nových pracovných príležitostí pre inú, ako strojársku oblasť
- Nižšia pôrodnosť a starnutie obyvateľstva
- Nedostatočná kapacita v zariadeniach sociálnej starostlivosti (DD, penzión pre dôchodcov – dlhé čakacie doby na umiestnenie)
- Nedostatok obecných pozemkov pre bytovú výstavbu

- Nedostatočná úroveň miezd
- Nižšia intenzita bytovej výstavby oproti potrebám občanov mesta
- Neuspokojivá situácia v oblasti špeciálnej zdravotnej starostlivosti (nedostatok niektorých špecialistov alebo sú k dispozícii len raz či dva razy v týždni)

B.2 Ochrana prírody a prostredie mesta

- Nedostatočná úroveň investícií do úspor tepla a elektrickej energie
- Prevažujúce skládkovanie odpadov, nedostatočný rozsah triedenia a spracovania odpadov
- Úroveň ekologickej stability mesta môže byť ohrozená starou skládkou odpadu (je v tesnej blízkosti rieky Kysuca)
- Zhoršený stav znečistenia vodného toku rieky Kysuca (dôsledok zvýšeného rozvoja priemyslu v meste a okolí)
- Zvyšujúca sa ekologická záťaž v oblasti dopravy a parkovania v meste (stúpa počet automobilov v meste)
- Vysoký podiel individuálnej automobilovej dopravy obyvateľov mesta
- Mestu chýba informačný systém životného prostredia

B.3 Cestovný ruch

- Zaošťovanie využitia možností rozvoja CR a rekreácie
- Nedostatočná vybavenosť rozvinutou infraštruktúrou v CR (ubytovanie, rekreačné služby, kúpalisko atď.)
- Nedostatok zariadení vhodných pre rekreáciu a nízka kvalita služieb v CR v porovnaní s inými časťami regiónu
- Slabá prezentácia a propagácia mesta (zaošťáva reklama, predaj, žiadne mapy, spomienkové predmety, pohľadnice, plagáty, brožúry, informačné materiály, samostatná web stránka venovaná CR v meste a okolí, neúčast' na prezentačných výstavách doma a v zahraničí)

- Nízka až žiadna kooperácia mesta s inými turistickými oblasťami regiónu (Terchová, Veľká Rača apod.), nekoordinovanosť činností v tejto oblasti, neexistuje organizačná štruktúra CR a informačná kancelária
- Takmer žiadny podiel zamestnanosti v CR
- Prevala individuálnej rekreácie v chatách a chalupách
- Nefungujúci marketing CR na mestskej úrovni

B.4 Dopravná a technická infraštruktúra

- Lokálne nedostatky v dopravnej obslužnosti (dopravné zápchy)
- Chýbajúce napojenie na diaľnicu D3 (diaľnica je naplánovaná, no zatiaľ sa stavba nerealizovala)
- Nedostatok parkovacích miest
- Chýba samostatný privádzač do priemyselnej zóny (kamióny a nákladné automobily chodia cez mesto)
- Nedostatočná podpora využívania obnoviteľných zdrojov energie (príspevky pri stavbe alebo rekonštrukciách domov a bytov na kúpu a inštaláciu napr. slnečných kolektorov)

B.5 Ekonomický rozvoj, priemysel, malé a stredné podnikanie

- Malá rôznorodosť podnikateľských aktivít
- Nedostatočná finančná podpora aktivít podnikateľov (malé a stredné podnikanie)
- Nedostatok vhodných obecných pozemkov na drobné podnikanie (stavba malých dielní, skladov, priestorov na podnikanie)
- Nedostatočne účinný systém ponúk a výhod pre domácich investorov (spravidla sa ponuky a zvýhodnenia orientujú na investorov zo zahraničia)
- Nedostatky v podnikateľskej infraštruktúre malého a stredného podnikania (chýbajú inkubátory, informačné a poradenské centrum najmä pre malých podnikateľov)

C. Príležitosti

C.1 Ľudské zdroje a sociálna infraštruktúra

- Zlepšovanie demografickej štruktúry zaujímavými ponukami pre mladé rodiny (finančne dostupné bývanie, možnosť zamestnania alebo podnikania, zdravé a bezpečné prostredie vhodné pre život atď.)
- Aktívna príprava na dôsledky zmien v populačnom vývoji
- Blízkosť významných inštitúcií regionálneho významu (krajské mesto Žilina je vzdialené len 10 km)
- Tvorba programov pre rekvalifikáciu a celoživotné vzdelávanie (možnosť znižovania nezamestnanosti zvyšovaním kvalifikácie a získaním vzdelania)
- Zlepšovanie života seniorov v meste (súkromná opatrovateľská služba, zvýšenie kapacity sociálnych zariadení, zapojenie starších občanov do aktivít mesta)
- Podpora vzniku menších neštátnych neziskových organizácií, v rámci ktorých sa budú zabezpečovať zdravotné, sociálne, kultúrne a vzdelávacie služby v meste (tvorba pracovných miest a pomoc potrebným)
- Vytváranie projektov začleňovania marginalizovaných skupín obyvateľstva na trhu práce a do bežného života v meste (predchádzanie sociálno-patologickým javom a zvyšovanie bezpečnosti)
- Podpora programov pomoci občanom pri mimoriadnych udalostiach
- Rozvoj informačnej spoločnosti (bezproblémový prístup k informáciám z inštitúcií mesta – MsÚ, Úrad práce sociálnych vecí a rodiny, Daňový úrad, lacný internet v meste)
- Podpora vyššej previazanosti stredoškolskej prípravy mládeže a potrieb trhu práce

C.2 Ochrana prírody a prostredie mesta

- Zvýšenie dôrazu využívania obnoviteľných zdrojov energie a šetrenia s energiami
- Vytvorenie nového systému nakladania s odpadmi (dôraz na separovanie odpadu)
- Zlepšovanie stavu znečistenia rieky Kysuca (dobudovanie systému čistenia odpadových vôd, rekonštrukcia ČOV, zvyšovanie technologickej úrovne)

- Znižovanie ekologickej záťaže spôsobovanej automobilovou dopravou (budovanie chodníkov pre cyklistov, podpora hromadnej prepravy) a neriešením problémov z minulosti (asanácia starej skládky odpadu pri rieke)
- Podpora udržiavania rovnováhy medzi kvalitou životného prostredia a ekonomickým rozvojom
- Zachovanie, udržiavanie a rozširovanie zelených plôch v meste (projekt revitalizácie mestského parku) dôraz na udržiavanie čistoty celého mesta (viac odpadkových nádob, častejšie čistenie a zametanie ulíc, využívanie verejnoprospešných prác na udržiavanie poriadku)
- Vybudovanie systému sledovania a vyhodnocovania jednotlivých zložiek životného prostredia
- Podpora vhodného zalesňovania

C.3 Cestovný ruch

- Vybudovanie infraštruktúry v CR (športovo-rekreačné služby, ubytovanie, kúpalisko atď.)
- Cielená propagácia a prezentácia mesta a okolia, vytváranie vhodného imidžu (vytvorenie prehľadnej mapy mesta a okolia, pohľadnice, spomienkové predmety, zviditeľnenie mesta a jeho okolia)
- Zavedenie informačného systému (vytvorenie Turistickej informačnej kancelárie s vlastnou web stránkou s prepojením aj z oficiálnej web stránky mesta, rôzne informačné letáky, brožúry v rôznych jazykoch, zaradenie sa na portál Asociácie TIK na Slovensku, účasť na prezentačných akciách a výstavách doma aj v zahraničí)
- Koordinácia podnikateľských činností v CR s predstaviteľmi mesta, okolitých obcí a ostatných regiónov (možnosti cezhraničnej spolupráce v rámci EUROREGIÓNU Beskydy, vytváranie pracovných miest v CR, podpora malého a stredného podnikania v sektore CR, rozvoj spolupráce s neziskovými a podnikateľskými subjektami)
- Vytváranie konkrétnych produktov CR, ktoré sú založené na atraktivite polohy mesta a jeho prostredia

- Podpora rozvoja cykloturistiky v meste a blízkom okolí s naviazanosťou na už existujúce cyklotrasy
- Tvorba projektov na podporu návštevnosti mesta a možnosť dlhodobej rekreácie našich aj zahraničných turistov, s pozitívnym dopadom na rozvoj zamestnanosti (ozdravné pobyty, letné prázdninové programy pre celé rodiny, zimné dovolenky na lyžiach, využitie potenciálu existujúcich športových zariadení, rozšírenie ponuky, vybudovanie rekreačného zariadenia, ktoré bude na úrovni obdobných zariadení u nás aj v zahraničí, rôzne podujatia pre turistov a návštevníkov, spolupráca so susednými rekreačnými destináciami v regióne apod.)

C.4 Dopravná a technická infraštruktúra

- Napojenie na diaľnicu D3 a vybudovanie privádzača do priemyselnej zóny (zlepšenie dopravnej obslužnosti a zníženie počtu automobilov v meste)
- Realizácia projektu odkanalizovania Dolných Kysúc a rekonštrukcie ČOV
- Podpora rozvoja funkčných integrovaných systémov v prímestskej doprave
- Rekonštrukcia chodníkov pre peších a vytvorenie chodníkov pre cyklistov
- Zlepšiť úroveň udržiavania čistoty celého mesta (viac odpadkových nádob, častejšie čistenie a zametanie ulíc, využívanie verejnoprospešných prác na udržiavanie poriadku)
- Podpora hromadnej prepravy, vybudovanie záchytného parkoviska

C.5 Ekonomický rozvoj, priemysel, malé a stredné podnikanie

- Dobudovanie podnikateľskej zóny v priemyselnom parku (inkubátory, rôzne priestory, dielne, kancelárie, sklady apod.)
- Získavanie vyšších zdrojov na podporu malého a stredného podnikania (vypracovanie systému miestnych ponúk)
- Zlepšovanie dopravnej situácie v meste (privádzač do priemyselnej zóny mimo mesta, chodníky pre cyklistov)

- Podpora podnikateľských aktivít aj v iných oblastiach, ako v strojárskom priemysle (podpora rozvoja CR, rôzne služby, vytváranie nových pracovných miest, nové možnosti)
- Zlepšenie komunikácie medzi verejnou správou a podnikateľskými subjektami (podpora, pomoc, poradenstvo, informačný systém, ktorý pomôže prekonávať problémy súvisiace s podnikaním)

D. Hrozby

D.1 Ľudské zdroje a sociálna infraštruktúra

- Rastúca dlhodobá nezamestnanosť s negatívnymi dôsledkami
- Rastúca zraniteľnosť určitých kategórií obyvateľstva (zdravotne postihnutí, veková kategória nad 40 rokov, seniori, ženy, osamelé ženy s deťmi, obyvatelia bez vzdelania)
- Neuspokojivý demografický trend (znížená pôrodnosť, starnutie populácie, znižovanie podielu produktívneho a zvyšovanie podielu poproduktívneho obyvateľstva)
- Nedostatok nájomných a sociálnych bytov, finančná nedostupnosť bytov do osobného vlastníctva

D.2 Ochrana prírody a prostredie mesta

- Nekontrolovateľný rozvoj individuálnej cestnej dopravy (zvyšovanie množstva automobilov prináša zhoršenie životného prostredia)
- Zníženie kvality životného prostredia a zhoršenie ekologickej stability v dôsledku výrazného rozvoja priemyselnej výroby v posledných rokoch a neriešenia ekologickej záťaže z minulosti (skládka odpadov v blízkosti rieky)
- Presadzovanie neúnosnej ťažby drevnej hmoty a nekoordinovanej výstavby „rekreačných“ zariadení v chránenom území v dôsledku ekonomických záujmov
- Výrub stromov a zmenšovanie zelených plôch v meste pri presadzovaní ekonomických záujmov

D.3 Cestovný ruch

- Nedostatočná podpora rozvoja CR v meste

- Nevybudovanie potrebnej infraštruktúry v sektore CR (vhodné ubytovanie, služby, aktivity atď.)
- Zanedbanie starostlivosti o vzhľad a čistotu mesta
- Úpadok kultúrnych a spoločenských aktivít v dôsledku nepriaznivého demografického vývoja
- Znečistenie životného prostredia a tým zníženie atraktivity mesta a jeho okolia, ako turistickej destinácie
- Neodstatočné a nekvalitné služby v CR
- Neochota k spolupráci a ku koordinácii činností, ktoré súvisia s CR (verejná správa a podnikateľské subjekty, mesto s ostatnými turistickými centrami v okolí)
- Zlá alebo žiadna marketingová stratégia, propagácia, prezentácia mesta a okolia v oblasti CR (tzv. neviditeľnosť), nedostatok informácií

D.4 Dopravná a technická infraštruktúra

- Hrozba nedostatku finančných prostriedkov z mestského rozpočtu na budovanie technickej infraštruktúry a zaistenie dostatočnej dopravnej obsluhy
- Neriešenie dopravných problémov mesta (nevybudovaný privádzač do priemyselnej zóny, nedostatok parkovacích miest, zvyšovanie počtu automobilov v meste)
- Malá podpora využívania alternatívnych a obnoviteľných zdrojov energie
- Oneskorenie výstavby diaľnice D3 a napojenie na ňu

D.5 Ekonomický rozvoj, priemysel, malé a stredné podnikanie

- Nedostatočná ochrana domácich podnikateľov pred zvýhodňovaním investorov zo zahraničia (napr. výhodnejší a lacnejší zisk pozemkov na výstavbu závodov)
- Silná a takmer výlučná orientácia na strojársky priemysel
- Hrozba katastrofálnej nezamestnanosti v meste v prípade recesie v strojárenskej oblasti
- Pomalý rozvoj podnikateľskej infraštruktúry (malé a stredné podnikanie)
- Pokračovanie zanedbávania potenciálu v oblasti rozvoja CR

2.8 Stručný záver analytickej časti

V analytickej časti som charakterizovala Kysucké Nové Mesto, ktoré je popísané zo všetkých stránok, ktorých znalosť je nevyhnutná pre vytvorenie dokumentu strategického rozvoja a konkrétneho projektu, ktorý bude navrhnutú stratégiu rozvoja naplňovať. Pri analýze som vychádzala z navrhnutého projektu hospodársko-sociálneho rozvoja, z interných dokumentov MsÚ v Kysuckom Novom Meste, z oficiálnych internetových zdrojov (napr. ŠÚ SR, oficiálne stránky mesta a pod.) a z rozhovorov s pracovníkmi MsÚ. V analýze sú zachytené aj nevyužitú možnosti a potenciál mesta, najmä v oblasti CR.

Vo SWOT analýze sú zosumarizované silné a slabé stránky mesta a príležitosti a ohrozenia, ktoré pôsobia alebo by mohli na mesto pôsobiť. Mierne prevažujú silné stránky, čo je nesporné pozitívum, pretože mesto stále nemá vypracovaný komplexný plán rozvoja. V ďalšej časti práce sa preto budem snažiť vytvoriť taký strategický plán, ktorý načrtne cestu k trvalému a vyváženému rozvoju mesta.

3 PROJEKTOVÁ ČASŤ

Až doteraz som sa v práci zaoberala teoretickými východiskami a analýzou, ktorá poskytuje základný obraz o Kysuckom Novom Meste, o jeho obyvateľoch, ich životnej úrovni, možnostiach vzdelávania, kultúrneho vyžitia, zamestnanosti, doprave, sociálnej a zdravotnej starostlivosti a pod. Analýza slúži ako východisko pre stanovenie vízie, globálneho strategického cieľa a špecifických cieľov jednotlivých kľúčových oblastí rozvoja. Cieľom bude vytvorenie základného strategického dokumentu, umožňujúceho vyvážený sociálny a ekonomický rozvoj mesta, za účasti a kontroly jeho obyvateľov.

3.1 Strategický plán

Strategický plán má niekoľko výhod. Predovšetkým vytvára základ pre dlhodobú a ucelenú stratégiu rozvoja, stanovuje priority, vytvára ucelený prehľad o možnostiach mesta a v neposlednom rade poskytuje možnosti rozpracovania projektov, ktorých financovanie je závislé na žiadostiach o dotácie, či už zo štátneho rozpočtu alebo z fondov EU.

Pri zostavovaní návrhu strategického rozvoja som vychádzala z metodického usmernenia pre tvorbu obdobných dokumentov z dielne Ministerstva regionálneho rozvoja SR. Vzala som do úvahy aj to, že materiál by nemal byť v rozpore so základným rozvojovým dokumentom SR, ktorým je NPRR. Štruktúra je prispôbená potrebám mesta, ale je v súlade s metodickým usmernením.

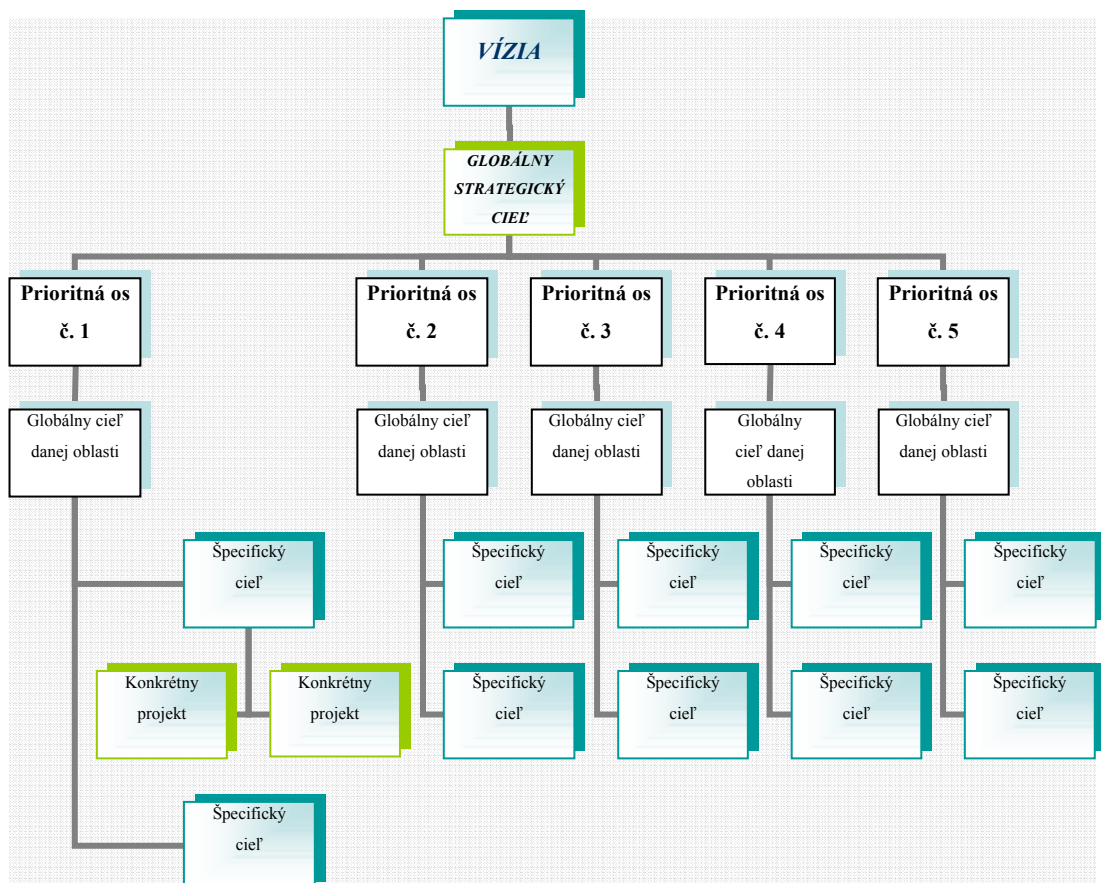
Základom návrhu je vízia mesta a globálny strategický cieľ. Od neho sa odvíja päť hlavných oblastí rozvoja tzv. prioritné osi, každá so svojimi špecifickými cieľmi a konkrétnymi projektami. Poslednou časťou je konkrétny projekt, ktorý napĺňa navrhnuté strategické ciele v jednej z kľúčových oblastí a to v cestovnom ruchu, čo je asi tá najzanedbanejšia oblasť.

Tento dokument bude v podstate prvým návrhom strategického rozvoja mesta. Ako som spomenula v závere analytickej časti, podobný materiál zatiaľ vypracovaný nebol. Doteraz sa spracovávali len samostatné projekty zamerané na riešenie čiastkových problémov. Návrh strategického rozvoja nesmieme však brať, ako niečo statické, podmienky sa menia každý deň a tak si bude vyžadovať ďalšie analýzy a aktualizáciu, možno aj prepracovanie v dôsledku nových, či iných potrieb mesta.

3.1.1 Návrh dokumentu strategického rozvoja Kysuckého Nového Mesta

V úvode tejto kapitoly je vytvorené, kôli lepšiemu prehľadu, grafické vyjadrenie štruktúry základného dokumentu. Z neho bude jasné, ako si predstavujem jednotlivé úrovne a čo by na tej ktorej úrovni malo byť, zatiaľ vo všeobecnej rovine. V ďalšej časti sa zaoberám už konkrétnymi údajmi. Predstavím víziu mesta, globálny strategický cieľ, jednotlivé prioritné osi, ich globálne a špecifické ciele a v závere, v samostatnej kapitole, aj konkrétny projekt.

3.1.1.1 Základná štruktúra



Obrázok 21. Grafické vyjadrenie štruktúry dokumentu pre rozvoj mesta [vlastné]

3.1.1.2 *Strategická vízia a globálny strategický rozvojový cieľ*

STRATEGICKÁ VÍZIA MESTA

Vytvorenie takých podmienok pre rozvoj mesta, aby bolo schopné maximálne efektívne využívať prírodné, kultúrne, finančné a ľudské zdroje.

GLOBÁLNY STRATEGICKÝ CIEĽ ROZVOJA

Spoluprácou, koordináciou aktivít a úsilia všetkých subjektov rozvoja mesta, zabezpečiť vyvážený sociálny a hospodársky rozvoj Kysuckého Nového Mesta, pomocou efektívneho využívania miestnych, regionálnych, národných a európskych štrukturálnych zdrojov.

3.1.1.3 *Oblasť ľudských zdrojov a sociálnej infraštruktúry*

Prioritná os č. 1

ĽUDSKÉ ZDROJE A SOCIÁLNA INFRAŠTRUKTÚRA

Globálny cieľ

Vytvoriť podmienky, ktoré umožnia rast zamestnanosti založený na kvalifikovanej a flexibilnej pracovnej sile. Podpora vzdelávania a jeho zosúladenie s potrebami trhu práce.

Dosiahnutie takého štandardu sociálnej infraštruktúry, ktorá maximálne pokryje potreby obyvateľov mesta.

Špecifické ciele

- budovanie, modernizácia a rekonštrukcia sociálnych, zdravotníckych, školských a kultúrnych zariadení

- rozvoj a modernizácia bytového fondu
- budovanie a rozvoj informačnej spoločnosti pre verejný sektor
- ochrana kultúrneho dedičstva a udržanie tradícií
- podpora aktívnej politiky trhu práce a projektov, ktoré uľahčujú integráciu UoZ
- podpora a rozvoj vzdelávania mládeže a UoZ a zlepšenie ich možností na trhu práce (celoživotné vzdelávanie)
- zlepšenie vzájomnej komunikácie medzi obyvateľmi a predstaviteľmi mesta

3.1.1.4 *Oblasť ochrany prírody a prostredie mesta*

Prioritná os č. 2

OCHRANA PRÍRODY A PROSTREDIE MESTA

Globálny cieľ

Trvalo udržateľný rozvoj mesta s minimálnou ekologickou záťažou. Zabezpečenie ochrany zdravia obyvateľov a zachovanie, ochrana a obnova prírodného prostredia mesta a okolia.

Špecifické ciele

- budovanie a rozvoj systému ekologickej stability
- starostlivosť, výsadba a obnova lesných porastov v okolí mesta a zelených plôch v meste
- zlepšenie a rozvoj rekreačnej funkcie mesta a okolia
- budovanie a rozvoj enviromentálnej infraštruktúry
- zlepšovanie a rozvoj ochrany a racionálneho využívania vody
- podpora využívania zariadení a technológií, ktoré znižujú vypúšťanie emisií do ovzdušia
- podpora využívania obnoviteľných zdrojov energie
- zachovanie a ochrana životného prostredia mesta a okolia

3.1.1.5 *Oblasť technickej a dopravnej infraštruktúry*

Prioritná os č. 3**TECHNICKÁ A DOPRAVNÁ INFRAŠTRUKTÚRA****Globálny cieľ**

Dosiahnutie moderného štandardu a odstránenie neuspokojivých parametrov, vytvorenie podmienok pre zvýšenie kvality a efektivity systému dopravnej a technickej infraštruktúry.

Špecifické ciele

- modernizácia a rozvoj cestnej infraštruktúry
- zabezpečenie a zlepšovanie dopravnej obslužnosti
- udržanie kvality pitnej vody a jej dostatočného množstva
- odstránenie nedostatkov v oblasti odpadového hospodárstva (skládky, ČOV, kanalizácia)

3.1.1.6 *Oblasť ekonomického rozvoja*

Prioritná os č. 4**EKONOMICKÝ ROZVOJ, PRIEMYSEL, MALÉ A STREDNÉ PODNIKANIE****Globálny cieľ**

Vytvorenie prostredia vhodného pre rozvoj výroby a služieb, existujúcich aj nových podnikateľských subjektov, malého a stredného podnikania, s prihliadnutím na potreby obyvateľov a mesta.

Špecifické ciele

- podpora malého a stredného podnikania
- dobudovanie a rozvoj priemyselnej zóny
- vytváranie nových pracovných príležitostí
- využívanie potenciálu mesta pre ďalší rozvoj výroby a služieb (dopravná obslužnosť, geografická poloha, atraktívne okolie)
- podpora využívania domácich zdrojov (pracovná sila, suroviny)

3.1.1.7 Oblasť cestovného ruchu**Prioritná os č. 5****CESTOVNÝ RUCH****Globálny cieľ**

Vytvorenie podmienok pre rozvoj cestovného ruchu, ako jedného z faktorov ekonomického rozvoja a rastu životnej úrovne obyvateľstva, s dôrazom na vysokú kvalitu poskytovaných služieb, napomáhajúci zviditeľneniu, budovaniu aktivít a imidžu mesta.

Špecifické ciele

- podpora rozvoja infraštruktúry CR
- podpora zakladania združení CR na mestskej aj regionálnej úrovni
- podpora spolupráce medzi subjektami CR na všetkých úrovniach
- uspokojovanie potrieb obyvateľov (krátkodobé, koncotyždňové aktivity)
- vytvorenie podmienok pre CR a rekreáciu celoštátneho aj medzinárodného významu
- propagácia, prezentácia, zviditeľnenie mesta

Konkrétny projekt

Založenie Turistickej informačnej kancelárie (TIK)

3.2 Projekt založenia Turistickej informačnej kancelárie

Pri celkovej analýze sa vynorila potreba rozvoja cestovného ruchu. Pravdou je, že táto oblasť je veľmi zanedbaná a tak mesto, už dlhé roky, prichádza o ďalšie možnosti svojho rozvoja, pracovné miesta v inej oblasti, ako strojársky priemysel, ale najmä o zviditeľnenie v celoslovenskom aj medzinárodnom meradle a z toho plynúce výhody. Kysucké Nové Mesto trpí „syndrómom neviditeľnosti“. Mnohí vedia, že existuje región Kysuce, no málokto, že existuje aj toto mesto a už vôbec netušia, čo môže ponúknuť. Potenciál má, treba ho len využiť. Najvhodnejším začiatkom je predstaviť sa širokej verejnosti a do prezentácie a propagácie zainteresovať domáce obyvateľstvo, pričom v tejto oblasti môže v začiatkoch pomôcť založenie TIK.

3.2.1 Obsah projektu

Cieľom projektu je založenie Turistickej informačnej kancelárie. Obsahom projektu je všetko, čo potrebujeme pri založení takejto inštitúcie: podľa akého zákona musíme pri založení postupovať, kto bude zriaďovateľom, aké priestory a vybavenie sú potrebné, čo bude účelom a predmetom činnosti, aké sú nároky na personál, akým spôsobom má byť financovaná a aké sú predpokladané počiatočné náklady pri zriadení, rozoberiem možné riziká a uvediem aj časový plán, v ktorom by kancelária mohla byť otvorená a plne funkčná. Vychádzala som z metodického usmernenia Asociácie informačných centier Slovenska. Hlavným dôvodom je snaha stať sa čo najskôr jej členom a využívanie z toho plynúcich výhod.

3.2.2 Spôsob založenie TIK

Turistická informačná kancelária bude založená ako príspevková organizácia v zmysle zákona č. 523 / 2004 Z. z. o rozpočtových pravidlách verejnej správy, podľa § 21 o zriaďovaní, zrušovaní a zmene rozpočtových a príspevkových organizácií. Zriaďovateľom bude mesto Kysucké Nové Mesto, ktoré vydá podľa odseku 5 písmeno b/ vyššie uvedeného zákona zriaďovaciu listinu, ktorá musí obsahovať zákonom stanovené náležitosti (označenie zriaďovateľa, názov príspevkovej organizácie, charakteristiku, úlohy a predmet činnosti, spôsob financovania, majetok v správe organizácie, dátum vzniku a dobu trvania, štatutárny orgán):

1. Označenie zriaďovateľa

Názov: Mesto Kysucké Nové Mesto

Zriaďovateľ zastúpený primátorom: Ing. Jánom Hartelom

Sídlo: Námestie Slobody č. 94 , PSČ 024 01

Okres: Kysucké Nové Mesto

Kraj: Žilinský samosprávny kraj

2. Názov príspevkovej organizácie, sídlo, IČO, dátum vzniku, doba trvania, štatutárny orgán

Názov: Turistická informačná kancelária (TIK) Kysucké Nové Mesto

Sídlo: Mestské kultúrne a športové stredisko - Dom kultúry, Litovelská ulica č. 871 , 024 01
Kysucké Nové Mesto

Región: Kysuce – mikroregión Dolné Kysuce

IČO: ?

Dátum vzniku: 01. 08. 2007

Doba trvania: na neurčito

Štatutárny orgán: riaditeľ/ka TIK menovaný/á zriaďovateľom (Mestské zastupiteľstvo)

3. Charakteristika, predmet činnosti a úlohy TIK

TIK je v súčasnosti neodmysliteľnou súčasťou vybavenosti regiónov a miest, ktoré chcú rozvíjať oblasť cestovného ruchu. Primárnou funkciou je ovplyvnenie účastníkov turistického ruchu, aby strávili čas najmä v meste, prípadne v jeho blízkom okolí.

Predmet činnosti je možné vymedziť nasledovne:

- nájsť potenciálneho účastníka CR
- poskytnúť účastníkovi CR všetky potrebné informácie
- na spestrenie ponúkať široký sortiment doplnkových služieb
- koordinácia činností rôznych subjektov CR v meste a regióne, vrátane výchovy obyvateľstva k CR
- služby pre verejnosť týkajúce sa miestneho obyvateľstva

Medzi hlavné **úlohy** patria:

- poskytovanie informácií (o meste, jeho okolí, susedných destináciách)
- rezervovanie ubytovania (pred príchodom aj po príchode hostí, v rôznych ubytovacích zariadeniach, tiež v súkromí)
- dopravné služby (pomoc pri zostavení plánu cesty, prenájme auta, zaobstaraní lístkov na železnicu, autobus, zabezpečenie taxi)
- predaj vstupeniek na rôzne podujatia, koncerty, divadelné predstavenia, miestne tradičné atrakcie, realizácia kultúrnych a spoločenských akcií, výletov, prehliadok (ak je to potrebné, aj so sprievodcom)
- predaj máp, pohľadníc, suvenírov, sprievodcov, informačných bulletinov a iného vybraného sortimentu
- koordinácia činností všetkých zainteresovaných subjektov CR, spolupráca na tvorbe marketingovej koncepcie mesta (prípadne vlastná marketingová koncepcia)
- práca s verejnosťou
- administratíva TIK (najmä sledovanie efektívnosti, zber informácií, tvorba a aktualizácia databáz, odporúčania, vyhľadávanie potenciálnych partnerov na spoluprácu, účtovníctvo a pod.). [12]

3. Spôsob financovania a hospodárenia

Hospodárenie TIK sa riadi zákonom č. 523 / 2004 Z. z. o rozpočtových pravidlách verejnej správy. Kancelária hospodári samostatne, podľa svojho rozpočtu nákladov, výnosov a výsledku hospodárenia, pričom v rozpočte je zahrnutý príspevok zriaďovateľa, prostriedky vlastných finančných fondov, prostriedky získané vlastnou činnosťou a prostriedky prijaté od iných subjektov. Zriaďovateľ poskytuje príspevok v takej výške, aby bol rozpočet organizácie vyrovnaný. Finančný vzťah medzi zriaďovateľom a TIK je určený záväznými ukazovateľmi určenými zriaďovateľom (medzi záväzné ukazovatele patrí objem finančných prostriedkov mesta). Za hospodárenie s finančnými prostriedkami zodpovedá vedúci organizácie. Pokiaľ organizácia vykonáva vlastnú podnikateľskú činnosť, oddelí túto činnosť od rozpočtu a sleduje ju na osobitnom účte.

Medzi finančné prostriedky získané vlastnou činnosťou patria:

- tržby za predaj tovaru TIK (mapy, suveníry, bulletiny, pohľadnice a i.)

- príjmy z účasti na rôznych projektoch rozvoja CR (domáce aj zahraničné zdroje)
- provízia za sprostredkované služby pre rôzne súkromné subjekty (ubytovanie a stravovanie, vstupenky, cestovné lístky, požičovne, zabezpečenie propagačných materiálov a akcií a pod.)

Finančné prostriedky od iných subjektov:

- príspevky podnikateľských subjektov na svoju výraznejšiu propagáciu v spoločných materiáloch (fotografie, výraznejší text, väčšia reklamná plocha) alebo pri rôznych prezentačných akciách.

4. Nakladanie s majetkom vo vlastníctve zriaďovateľa, predaného do správy TIK

Zriaďovateľ predá do správy TIK huteľný hmotný a nehmotný majetok, ktorý bude zavedený v inventárnom súpise. TIK je povinná nakladať so zvereným majetkom riadne, udržiavať ho v dobrom stave a zabezpečiť potrebné revízie, prehliadky a údržbu. Kúpa ďalšieho majetku, prípadne jeho obstaranie na splátky, je potrebné vopred odsúhlasiť zriaďovateľom, ktorý zvyčajne určí, do akej sumy bude o kúpe rozhodovať riaditeľ organizácie. Vyradenie a predaj majetku odsúhlasí zriaďovateľ na návrh riaditeľa TIK. Pri zriadení organizácia nespravuje žiadny majetok, po predaní majetku do správy ho bude viesť vo svojej účtovnej a operatívnej evidencii.

5. Záverečné ustanovenie

Zriaďovacia listina je schválená Zastupiteľstvom mesta Kysucké Nové Mesto a nadobúda platnosť a účinnosť dňom podpisu zriaďovateľa, zastúpeného primátorom Ing. Jánom Hartelom.

Primátor v. r.

3.2.3 Personálne obsadenie a požiadavky na pracovníkov

Personálne obsadenie a organizačná štruktúra vždy závisí od rozsahu poskytovaných služieb a od veľkosti TIK. V našom prípade pôjde o menšiu kanceláriu, v ktorej počítame s tromi pracovníkmi, v nasledovnej štruktúre.



Obrázok 22. Organizačná schéma TIK [vlastné]

Riaditeľ TIK má na starosti celý chod kancelárie (bežná prevádzka, účtovníctvo, riešenie problematických situácií, kontakty so zriaďovateľom, úzka spolupráca s mestskými inštitúciami a podnikateľskými subjektami) a v prípade potreby plní aj úlohy pracovníka pri pulte (väčší počet návštevníkov v kancelárii, choroba, či dovolenka pultového pracovníka a pod.). V menších kanceláriách je možné funkciu riaditeľa TIK kumulovať s funkciou pultového pracovníka, ale v našom prípade to tak nebude. Na riaditeľa TIK sú kladené určité kvalifikačné požiadavky. Mal by to byť človek s minimálne stredoškolským vzdelaním, lepšie s vysokoškolským v oblasti CR a určitou praxou v danej oblasti, vybavený svetovým jazykom, optimálne by boli dva. Komunikatívnosť a schopnosť reagovať v neočakávaných situáciách, organizačné schopnosti a systematičnosť by mali byť pri výbere riaditeľa / ky prirodzenými požiadavkami.

Pultový pracovník / čka poskytuje informácie, predáva tovar, vstupenky na kultúrne a športové podujatia, rezervuje ubytovanie, spolupracuje s ostatnými pracovníkmi TIK, zbiera, aktualizuje, uchováva informácie. Požaduje sa stredoškolské vzdelanie s maturitou a ovládanie minimálne jedného cudzieho jazyka, znalosť práce s počítačom, histórie a súčasnosti daného mesta a regiónu. Mal by byť schopný zvládnuť aj určitú psychickú záťaž a časový stres.

Marketingový pracovník zvyčajne pracuje vo veľkých kanceláriách, ale keďže CR v Kysuckom Novom Meste je veľmi zanedbanou oblasťou, od marketingového pracovníka sa bude vyžadovať schopnosť významne podporiť rozvoj CR v meste, predat' produkt mesta a okolia potenciálnym odberateľom (individuálni návštevníci, cestovné kancelárie). Bude zodpovedný za tvorbu propagačných materiálov, marketingový výskum, poradenskú činnosť

pre subjekty pôsobiace v CR, vrátane miestnej samosprávy, tvorbu spoločného produktu CR, marketingovú stratégiu, spolupracuje s médiami, podnikateľskými subjektami aj so samosprávou. Zúčastňuje sa veľtrhov a prezentačných výstav doma aj v zahraničí (ako vystavovateľ alebo odborný návštevník). V prípade potreby pomáha pultovému pracovníkovi. Z vyššie uvedených povinností vyplývajú požiadavky na vzdelanie a osobnostné charakteristiky. Ideálne je vysokoškolské vzdelanie (môže byť aj stredoškolské s maturitou) v oblasti CR, prípadne marketingu, optimálne sú dva cudzie jazyky. Očakáva sa kreativita, komunikačnosť, schopnosť nadväzovať kontakty a pracovať v tíme.

Všetci pracovníci by mali ovládať informačný systém cestovného ruchu a postupne absolvovať špecializované školenia a kurzy zamerané na propagáciu CR, tvorbu marketingových koncepcií a produktu CR, výcvik zameraný na správanie sa k návštevníkom.


Pracovná doba TIK musí byť prispôsobená potrebám návštevníkov a po určitej zábehovej dobe je vhodné ju upraviť podľa skutočnej situácie a potrieb (v bežnom období PO – PA 9.00 – 18.00 s hodinovou prestávkou na obed, ktorá sa však môže riešiť prestriedaním pracovníkov na obede, takže kancelária by bola otvorená súvisle). Počas letnej turistickej sezóny a v období zimných a jarných prázdnin by TIK mala fungovať aj cez víkendy (pracovná doba sa dá upraviť podľa toho, kedy je najväčšia frekvencia návštevníkov v meste).

3.2.4 Základné vybavenie TIK

Pokiaľ chceme zabezpečiť kvalitné služby, musíme kanceláriu zodpovedajúcim spôsobom vybaviť a umiestniť ju do patričných priestorov, čo sa týka plochy kancelárie aj polohy v meste.

TIK Kysucké Nové Mesto bude umiestnená v Dome kultúry na Litovelskej ulici. Poloha je veľmi výhodná, čím odpadá zložité hľadanie kancelárie turistami, ktorí do mesta prídu po prvý krát (autom alebo hromadnou dopravou), pretože je len pár desiatok metrov od vstupu do mesta, kúsok od zastávky autobusov v meste a aj zo železničnej stanice sa dá do nej dostať bez veľkých komplikácií. Navyše, cesta k nej bude označená dvoma smerovkami pozdĺž cesty Dlhomíra Poľského (vstup do mesta) a ďalšími tromi zo železničnej stanice. Samotná kancelária bude označená aj na budove kovovou tabuľou, na ktorej bude logo, názov, adresa, telefónne číslo, mail adresa, web stránka, pracovná doba, meno riaditeľa kancelárie a zriaďovateľa. Rozmery, farebnosť tabule, veľkosť a typ písma sa prispôbia tak, aby informácie na nej boli dobre čitateľné (podľa nižšie uvedeného návrhu). Pred budovou aj

v blízkom okolí je možné parkovanie bez poplatkov.

	
TURISTICKÁ INFORMAČNÁ KANCELÁRIA KYSUCKÉ NOVÉ MESTO	
ADRESA:	Dom kultúry, Litovelská ulica č. 871, 024 01 Kysucké Nové Mesto
Telefónne čísla:	Pevná linka 00421041 / xxxxxxxx, xxxxxxxx Mobil 09XX xxxxxxxx
Mail adresa:	tikknm@kysuckenovemesto.sk
Web stránka:	www.tikknm.sk
Otváracie hodiny:	Po – Pa 9⁰⁰ – 18⁰⁰ hod. V období letnej turistickej sezóny a v dobe prázdnin Po – Pa 9⁰⁰ – 18⁰⁰ hod. So, Ne 10⁰⁰ – 15⁰⁰ hod.
Riaditeľ TIK:	Mgr. XZ
Zriaďovateľ:	Mestský úrad Kysucké Nové Mesto

Obrázok 23. Návrh informačnej tabule na budove sídla TIK [vlastné]

Kancelária bude disponovať dvoma miestnosťami na prvom poschodí o rozlohe 2x18m² (36m² spolu) vzájomne prepojenými dverami. Miestnosti je potrebné opraviť po predchádzajúcom nájomcovi. Na poschodí je aj niekoľko ďalších súkromných firiem. Sociálne zariadenie je spoločné pre celé poschodie.

Kancelária bude vybavená pultom oddeľujúcim pracovisko zamestnancov od časti pre návštevníkov. Pult bude taký rozmerný, aby sa na ňom dali poukladať mapy, prospekty a pod. Pri a na stenách budú poličky, stojany a skrinky, v ktorých sa bude nachádzať tovar na pre-

daj a ďalšie propagačné materiály. Pre pracovníkov tu budú písacie stoly a otočné stoličky s potrebnou technikou (PC s príslušným softwarom a pripojením na internet, tlačiareň, fax, telefón, kopírovací stroj, registračná pokladňa). U riaditeľa v kancelárii bude, okrem stola, stoličky, počítača, telefónu, pólíc (na agendu kancelárie) aj príručný trezor na odkladanie tržby. Zamestnanci budú mať k dispozícii aj mobilné telefóny.

Pre návštevníkov kancelárie budú k dispozícii stolík a štyri stoličky, pokiaľ budú musieť počkať, kým sa dostanú na radu alebo ak si budú chcieť v pokoji pozrieť mapu, či nejaký propagačný materiál.

Kancelária by mala mať k dispozícii telefónny zoznam (vhodné aj z iných regiónov), cestovné poriadky, turistických sprievodcov, zoznam hotelov, kurzový lístok.

3.2.4.1 Informačný systém a propagácia TIK

Informačný systém CR je potrebné budovať pre tri skupiny užívateľov:

- orgány štátnej správy a samosprávy
- podnikateľské subjekty
- účastníci cestovného ruchu

Na Slovensku sú informácie o CR dosť rozptýlené a ich získanie vyžaduje čas. Preto všetci, ktorí s takýmito informáciami pracujú, by ich mali tvoriť tak, aby zodpovedali ich potrebám. Zčať by sa malo na najnižšej úrovni a pokračovať smerom hore. Základnú úroveň tvoria práve informácie z Turistických informačných kancelárií obcí, miest a regiónov. Má to dve výhody. Jednak sa zozbierajú a spracujú relevantné informácie z daného miesta pre vlastné potreby a po druhé toto miesto sa zviditeľní v iných obciach, mestách, regiónoch a aj v zahraničí. Práve z dôvodu čo najväčšej možnej informovanosti o meste a jeho propagácie, bude mať TIK vlastnú web stránku, na ktorú sa bude dať dostať aj prekliknutím z oficiálnych stránok mesta, navyše sa chce zaradiť medzi členov inštitúcie, ktorá zastrešuje takéto organizácie.

Zberom komplexných informácií z TIK a ich zviditeľňovaním v oblasti CR sa okrem iného zaoberá Asociácia informačných centier Slovenska (AICES). Ak je TIK prijatá za člena významne sa zvýši jej reputácia a má to niekoľko ďalších výhod:

- Príležitosť byť priamo alebo nepriamo zainteresovaný pri riešení otázok v cestovnom ru-

chu od miestnej až po národnú, príležitosť byť priamo zainteresovaný pri riešení otázok prevádzkovania informačných centier.

- Logo AICES – získanie práva jeho umiestnenia na svojej TIK a vo svojich materiáloch, čo zvyšuje prestíž kancelárie, pretože sa klienti s týmto logom stretávajú doma aj v zahraničí.



Obrázok 24. Logo AICES

Slovenskej republiky [17]

- Propagácia a reklama – web stránka, tlačené propagačné materiály (zoznamy členov, bulletin AICES, spoločná prezentácia na výstavách CR doma aj v zahraničí, publikovanie v tlači, rozhlase, TV, spolupráca so subjektami CR doma aj v zahraničí - vydavateľstvo DAJAMA, hepex – Agentúra pre rozvoj cestovného ruchu, A.T.I.C. – Agentura turistických informačných center Česká republika).

- Poradenstvo pri zakladaní a formovaní TIK.

Pre prijatie je potrebné splniť niekoľko podmienok:

Členmi AICES sa môžu stať fyzické alebo právnické osoby, pôsobiace v oblasti poskytovania informácií a v oblasti cestovného ruchu, ktoré sa zaväzujú poskytovať všeobecné informácie bez úplaty. [17]

Podmienky ďalej stanovujú, aké vybavenie musí mať TIK a čo patrí do minimálneho rozsahu informačných služieb poskytovaných bezplatne.

V navrhovanom projekte sme s členstvom počítali a tak je projekt prispôbený predpísaným podmienkam aj vo vybavení, aj v poskytovaných službách. V štádiu realizácie plánujeme poslať prihlášku za člena AICES (tlačivo prihlášky a dotazník sú uvedené v prílohách), pretože chceme, aby kancelária bola otvorená ako právoplatný člen AICES. O poplatkoch a časovej návaznosti sa zmienime v kapitolách časová implementácia (3.2.5) a náklady (3.2.6).

3.2.5 Časová implementácia projektu

Celý projekt je naplánovaný tak, aby ukončenie jeho realizácie bolo možné maximálne do troch mesiacov, v období august, september, október 2007. Tento termín je zámerný, pretože TIK chceme otvoriť už ako člena AICES. Nových členov prijíma Správna rada AICES, ktorá sa stretáva pravidelne raz za dva mesiace, preto musíme počítať s určitou časovou rezervou.

Jednotlivé termíny plánované pri založení TIK

1. Do 01. 08. 2007 1a/ Schválenie vytvorenia zariadenia Mestským zastupiteľstvom
1b/ Vydanie zriaďovacej listiny
2. Do 05. 08. 2007 2a/ Oznámenie o výberovom konaní na obsadenie pracovných pozícií
3. Do 10. 08. 2007 3a/ Podanie žiadosti o zaradenie TIK do AICES
4. Do 15. 08. 2007 4a/ Úpravy a opravy priestorov (maľovanie, nová podlahová krytina)
5. Do 31. 08. 2007 5a/ Nákup a vybavenie TIK nábytkom a potrebnou technikou
5b/ Vytvorenie www stránky TIK
6. Do 10. 09. 2007 6a/ Pripojenie telefónnych liniek a internetu
7. Do 15. 09. 2007 7a/ Prijatie zamestnancov (na základe výberového konania) a ich zaučenie
8. Do 15. 10. 2007 8a/ Prijatie TIK Kysucké Nové Mesto za člena AICES
8b/ Zaradenie www stránky TIK do oficiálnej www stránke mesta
9. Do 31. 10. 2007 9a/ Výroba a umiestnenie smeroviek v meste
9b/ Schválenie, výroba a umiestnenie informačnej tabule na budove
9c/ Oznámenia o slávnostnom otvorení TIK v tlači a miestnym rozhlasom
10. 01. 11. 2007 Slávnostné otvorenie TIK Kysucké Nové Mesto

Uvedené termíny sú maximálne možné termíny, do kedy by celý projekt mal byť zrealizovaný. Za určitých okolností sa jeho realizácia môže skrátiť, najmä v prípade rýchlejšieho prijatie za člena AICES.

3.2.6 Náklady na projekt

a/ Zriaďovacie náklady TIK

Jednotlivé položky	Suma v Sk
<i>Náklady na vybavenie kancelárie</i>	
Vymaľovanie kancelárie	4000,-
Výmena podlahovej krytiny	7200,-
Vybavenie nábytkom	40000,-
Vybavenie technikou	Σ85500,-
PC + 3 monitory + software	55000,-
Tlačiareň	6000,-
Kopírovací stroj	25000,-
Telefón 3 ks / Fax 1 ks	7000,-
Pripojenie pevnej linky	999,-
Pripojenie na internet (ADSL) akcia	1,-
Mobilné telefóny 3 ks	4500,-
<i>Náklady na prezentáciu a propagáciu</i>	
Prezentačné a propagačné materiály (mapa, pohľadnice, turistický sprievodca a i.)	15000,-
Smerové tabule 5 ks	10000,-
Tabuľa označujúca TIK na budove	8000,-
Vytvorenie www stránky TIK	3500,-
Poplatok pri podaní prihlášky za člena	

AICES	1000,-
Zriaďovacie náklady spolu:	187200,-

b/ Režijné náklady TIK

Jednotlivé položky	Suma v SK
<i>Mesačné prevádzkové náklady</i>	
Mzdy, odvody, poistné pre tri pracovné sily	50000,-
Preddavky platieb (teplo, elektrická energia, telefón 3 x 349,-, internet 639,-, mobility)	4800,-
<i>Ostatné poplatky</i>	
Priebežné náklady na doplnenie propagačných, prezentačných a reklamných materiálov	8000,-
Ročný členský poplatok AICES	5000,-
Nájomné platené raz do roka	5400,-

Jednotlivé sumy nákladov sú určené podľa platných cenníkov stavebných prác, cien platných v aktuálnom období a podľa predpisov o zamestnávaní zamestnancov vo verejnej službe, pričom sme vychádzali z priemernej mzdy SR v aktuálnom období. Všetky náklady sú však predpokladané a je možné, že pri realizácii a po dokončení projektu sa môžu meniť (napr. množstevné zľavy na propagačné materiály, zmeny cien vody, elektriny, nová legislatíva v rámci odvodov, nové výhodné akcie pripojenia telefónov a internetu a i.).

3.3 Prínosy a riziká projektu

Každý projekt by mal byť koncipovaný tak, aby priniesol množstvo kladov a bol prínosom nielen v oblasti, pre ktorú je navrhnutý. Cieľom založenia TIK je rozvoj sektoru cestovného ruchu v meste (pritiahnutie turistov a návštevníkov zo Slovenska, z okolitých destinácií – Terchová, Žilina a pod., neskôr aj zo zahraničia), následne rozvoj a vylepšenie infraštruktúry

(chodníky pre cyklistov, oprava chodníkov, sanácia a rozšírenie zelených plôch, viac reštaurácií, kaviarničiek a pod.), nové pracovné miesta a možnosti podnikania v tejto oblasti. V počiatkovej fáze bude hlavnou úlohou TIK zviditeľnenie mesta a okolia v regionálnom a celoslovenskom meradle, v ďalšom období jeho propagácia v zahraničí. Od začiatku je nevyhnutný zber informácií o návštevníkoch zo Slovenska aj zo zahraničia, aby sme získali skutočný prehľad o návštevnosti. Takáto štatistika nám posluží, ak sa v určitom období zistí, že návštevnosť klesla v porovnaní s rovnakým obdobím predošlých rokov. Potom bude potrebné podniknúť šetrenie na zistenie príčin a zrealizovať opatrenia, ktoré zastavia tento trend. Snaha všetkých zainteresovaných by sa mala sústrediť preto na vytvorenie príťažlivého imidžu, ktorý bude lákať najskôr k náhodnej návšteve zo zvedavosti a po zoznámení sa s miestom by mali turisti a návštevníci radi a pravidelne navštevovať nie oblasť Kysúc, ale priamo Kysucké Nové Mesto, ktoré im poskytne zázemie pre strávenie príjemného víkendu, prázdnin, či dovolenky.

Na druhej strane pri tvorbe projektov je potrebné počítať s prípadnými rizikami, ktoré môžu sťažiť, spomaliť alebo úplne zhať ich realizáciu. Hlavným rizikom je nerealizácia projektu. Ak však predpokladáme, že o projekt je záujem, medzi relevantné riziká patria nasledovné (Výška rizika je vyjadrená číselnou stupnicou 1 – 10, 1 je považovaná za najnižší stupeň, 10 za najvyšší stupeň rizika. Dôvodom takéhoto hodnotenia rizík je jeho prehľadnosť a zrozumiteľnosť):

PREDPOKLADANÉ RIZIKÁ	STUPEŇ RIZIKA
A/ Nedocenenie významu projektu predstaviteľmi mesta	7
B/ Neschválenie dostatočného objemu financií na projekt	8
C/ Časový sklz pri realizácii projektu	6
D/ Neprijatie TIK medzi členov AICES	3
E/ Nevhodnosť priestorov pre TIK	2
F/ Nedostatočné vybavenie kancelárie	1
G/ Nevhodný výber zamestnancov (vzdelanie, skúsenosti v danej oblasti, znalosť cudzích jazykov a i.)	9

H/ Lahostajnosť obyvateľov mesta voči TIK	10
CH/ Nesplnenie očakávaní TIK v oblasti rozvoja CR	5

Možná eliminácia predpokladaných rizík:

A/ Nedostatočnému pochopeniu významu projektu zo strany zastupiteľov sa vyhneme, ak si pozorne preštudujú všetky dostupné materiály, prípadne navštívia miesta, v ktorých TIK už nejakú dobu existuje a oboznámia sa s ich výsledkami práce. Ďalšou cestou môže byť aktivita občanov, ktorí sa vďaka svojej informovanosti a skúsenostiam (dovolenky v iných lokalitách Slovenska, kde využili služby TIK) postavia za realizáciu projektu, prípadne vyvolajú verejnú diskusiu.

B/ Neschválenie dostatočného objemu financií môže nastať a tak je toto riziko veľmi pravdepodobné. Problém sa dá čiastočne vyriešiť snahou získať finančné prostriedky aj z iných zdrojov ako z mestského rozpočtu (súkromné subjekty v meste, projekt na získanie financií z fondov EU, finančná dotácia z VUC a pod.).

C/ Časovému sklzu pri realizácii sa dá veľmi dobre zabrániť striktným dodržiavaním časového plánu, dobrou organizáciou a neustálou kontrolou jednotlivých krokov z hľadiska doporučených termínov (včasné zaslanie prihlášky do AICES, oznámenie o výberovom konaní na obsadenie pracovných pozícií, u firmy, ktorá bude prevádzať opravy a úpravy priestorov zmluvne ošetriť časové hľadisko atď).

D/ Neprijatie TIK medzi členov AICES v podstate neočakávame. Ak by sa tak predsa stalo, bolo by vhodné čo najskôr odstrániť nedostatky, ktoré budú dôvodom (môžeme sa poradiť a požiadať o pomoc iných členov AICES) a opätovne požiadať o prijatie.

E/ Priestory sú vhodné z hľadiska polohy, priestoru aj výšky nájmu. Jedinou výhradou je bariérový vstup, ktorý v budúcnosti môžeme riešiť buď výťahovým zariadením pre imobilných občanov alebo premiestnením TIK na prízemie.

F/ Vybavenosť kancelárie je dostatočná z pohľadu nábytku, aj techniky. Pokiaľ sa dodržia požiadavky stanovené v projekte, tak sa problému nemusíme obávať. Jediným nedostatkom môžu byť trochu zvýšené náklady, pokiaľ sa potrebný nábytok bude musieť dať vyrobiť na mieru, resp. neočakávane sa zvýšia ceny.

G/ Prijatie zamestnancov na konkrétnu pozíciu je vždy problematické a žiaľ, musíme počí-

tať s tým, že záujemcovia o prácu nebudú spĺňať všetky stanovené podmienky na dané pracovné pozície (najmä vzdelanie a prax v oblasti CR). Problém sa môže riešiť tým, že sa prijmú pracovníci, ktorí budú spĺňať aspoň najzákladnejšie podmienky (cudzí jazyk, maturita, vysokoškolské vzdelanie, bezproblémové ovládanie práce s PC, ochota ďalej sa vzdelávať), budú najskôr vyslaní na zaučenie do iných kancelárií (po dohode s nimi) a neskôr sa budú pravidelne zúčastňovať školení a kurzov, ktoré im pomôžu vniknúť do problematiky a stať sa skutočnými profesionálmi.

H/ Proti ľahostajnosti sa dá bojovať zlepšením komunikácie medzi občanmi a predstaviteľmi mesta, trepezlivým vysvetľovaním všetkých výhod, ktoré vyplynú z implementácie projektu do praxe, pružnou reakciou na výhrady voči projektu, presvedčovaním a logickou argumentáciou. Hneď od počiatku by sa malo otvorene diskutovať s miestnym obyvateľstvom a občania by mali mať možnosť vyjadriť sa k plánu rozvoja cestovného ruchu. Ak si takúto myšlienku osvoja, určite sa to pozitívne prejaví aj vo vzťahu k návštevníkom mesta.

CH/ TIK skutočne nemusí naplniť očakávania. Najskôr si treba ujasniť, čo očakávame a tie očakávania by mali byť realistické. Potom je riziko nenaplnenia očakávaní vtedy, ak sa zainteresovaní k problematike CR budú stavať laxne, podceňovať detaily, ktoré utvárajú celok, ak sa nebudú koordinovať činnosti subjektov, ktoré pracujú v tomto sektore, ak si zamestnanci TIK nebudú na sto percent plniť svoje povinnosti, prípadne neprejavia vlastnú iniciatívu a neprídu s nápadmi aj občania mesta. Riešením je zmena postoja a na začiatku aj veľká trepezlivosť.

3.4 Stručný záver projektovej časti

Pre posilnenie celkového rozvoja je nutné, aby mesto malo vypracovaný strategický plán. V tejto časti práce som sa preto pokúsili vytvoriť návrh strategického rozvoja, ktorý mestu pomôže ujasniť si priority a ciele, ktoré bude potrebné dosiahnuť, aby sa z neho stalo miesto, kde sa bude dobre žiť miestnym, z ktorého nebudú mladí ľudia odchádzať za prácou alebo lepším životom a do ktorého budú chodiť turisti, či návštevníci a vždy sa do neho radi vrátia. Projekt je zameraný práve na oblasť rozvoja CR, ktorý je zatiaľ v pozadí záujmov. Ak si všetci, ktorých sa to týka, uvedomia nevyužitý potenciál a pustia sa do práce, za niekoľko rokov sa predstava o modernom a príjemnom meste s budúcnosťou môže stať skutočnosťou.

ZÁVER

Kysucké Nové Mesto je prirodzeným centrom mikroregiónu Dolných Kysúc. Doteraz žiaľ ani zďaleka nevyužíva potenciál, ktorý má k dispozícii. Do istej miery je to spôsobené tým, že zatiaľ neexistuje dokument, v ktorom by bola popísaná stratégia rozvoja tejto lokality. Nedá sa povedať, že sa posledné roky neurobilo nič. Zrealizovaných bolo niekoľko významných projektov, ktoré mesto viditeľne pozdvihli z ošumelého a zanedbaného, na veľmi pekné a zaujímavé mestečko. Problém vidím v tom, že ide o riešenia čiastkových problémov a nie systematické napĺňanie prepracovanej rozvojovej stratégie. Tak sa potom stalo, že sú oblasti, ktorým doteraz nikto nevenoval pozornosť. Ďalším mínusom je, že od roku 1990 pri každých voľbách bol zvolený iný primátor a vedenie. Je samozrejmé, že všetci chceli veci riešiť svojim spôsobom a nebolo na čo naviazať.

Aj keď doba pokročila, myslím, že nie je všetko stratené. Ešte vždy sa dá veľa urobiť. Začiatkom môže byť dokument strategického rozvoja, ktorým som sa zaoberala v mojej práci. Naznačila som v nej základné strategické ciele v niekoľkých kľúčových oblastiach. Na základe podrobnej analýzy som zdôraznila oblasť, ktorá bola zanedbávaná, no do ktorej sa oplatí investovať. Z pohľadu výbornej polohy, veľmi dobrej dostupnosti a krásneho prostredia, je mesto priam predurčené na expanziu v oblasti cestovného ruchu. To je dôvod, prečo som sa rozhodla vytvoriť projekt založenia Turistickej informačnej kancelárie. Vhodným začiatkom je dať o sebe vedieť a zároveň zapojiť miestne obyvateľstvo.

Z dôvodu obmedzeného rozsahu diplomovej práce som sa doposiaľ nezmenila o ďalšej možnosti rozvoja. Je to úzka spolupráca so starostami okolitých obcí na báze mikroregiónu Dolných Kysúc. Je škoda pre všetkých, že dosiaľ nenašli spoločnú reč a nezačali pracovať na spoločných projektoch. Len spájaním sa do väčších celkov sa dajú realizovať projekty takého rozsahu a významu, o ktorých môžu v súčasnosti jednotlivé obce len snívať.

Na záver by som chcela vyjadriť jedno želanie. Priala by som si, aby Kysucké Nové Mesto bolo takým miestom, kde sa návštevníci budú pravidelne a radi vracieť a miestni obyvatelia sa v ňom budú cítiť dobre. Mladí ľudia sa nie že nebudú z neho sťahovať preč, ale naopak, ďalší sa prisťahujú, pretože budú chcieť so svojimi rodinami žiť v peknom, bezpečnom a zdravom meste. A toto všetko Kysucké Nové Mesto má už teraz, len o tom musí dať vedieť aj ostatným.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

Monografie a časopisy

- [1] BLAŠKOVÁ, Mária. *Strategické plánovanie : Vývoj a vybrané problémy*. 1. vyd. Bratislava: Ekonóm, 2005. 144 s. ISBN 80-225-1992-8.
- [2] ĎAĎO, Jaroslav, PETROVIČOVÁ, Jana, KOSTKOVÁ, Miroslava. *Marketing služieb*. 1. vyd. Bratislava : 2006. 295 s. ISBN 80-8057-662-9.
- [3] *Ekonomický časopis*. Slovak Academic Press, spol. s r. o. 2004, 52, č. 52/2004/7. Bratislava : SAP, spol. s r. o., 2004. 10 x ročne. ISSN 0013-3035.
- [4] HASPROVÁ, Mária, et al. *Marketing miest a obcí : Vybrané problémy*. 1. vyd. Bratislava : Ekonóm, 2005. 139 s. ISBN 80-225-2045-4.
- [5] HOLEŠOVÁ, Henrieta. *Regionálna politika a štrukturálne nástroje*. 1. vyd. Bratislava : Úrad vlády Slovenskej republiky, Sekcia pre európske záležitosti, Slovenská obchodná a priemyselná komora, 2003. 48 s. ISBN 80-969006-5-X.
- [6] HORÁKOVÁ, Helena. *Strategický marketing*. 2. rozš. vyd. Praha : Grada, 2003. 204 s. ISBN 80-247-0447-1.
- [7] KOTLER, Philip. *Marketing*. 1. vyd. Praha : Grada, 2004. 855 s. ISBN 80-247-0513-3.
- [8] LESÁKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. 1. vyd. Bratislava : PROFIS, 1994. 136 s. ISBN 80-85332-05-1.
- [9] *Marketing územia pre štátnu a miestnu správu : Metodická príručka*. 1. vyd. Bratislava : Ústav vzdelávania a služieb, 2002. 56 s. ISBN 80-89073-03.
- [10] *Mestá a obce Žilinského kraja*. Štatistický úrad. 1. vyd. Žilina : 2002. 320 s.
- [11] NK UNESCO-MOST SOCIOLOGICKÝ ÚSTAV SAV. *Regionálny rozvoj Slovenska v Európskych integračných kontextoch: Regióny, prihraničné regióny, euroregióny*. Ľubomír Falt'an. 1. vyd. Bratislava : Interlingua, Hrachová

- 36, 2004. 197 s. ISBN 80-85544-37-7.
- [12] PATÚŠ, Peter, et al. *Manažment regiónu a strediska cestovného ruchu*. 1. vyd. Banská Bystrica : Cestovateľ, 1997. 160 s. ISBN 80-967649-1-8.
- [13] PAULIČKOVÁ, Renáta. *Regionálny a mestský marketing*. 1. vyd. Bratislava : 2005. 132 s. ISBN 80-88984-72-6.
- [14] SCHWARTZOVÁ, Mária, et al. *Regióny Slovenska / Regions of Slovakia*. 1. vyd. Bratislava : VEDA, vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, 2004. 107 s. ISBN 80-224-0817-4.
- [15] STRAŇAN, Milan. *Kysucké Nové Mesto*. 1. vyd. Žilina : Ing. Milan Veliký - RUN - reklamná agentúra, 1998. 126 s. ISBN 80-967962-1-6.
- [16] WOKOUN, René, et al. *Úvod do regionálnych vied a verejnej správy*. 3. vyd. Praha : IFEC s r.o., 2001. 266 s. ISBN 80-86412-08-3.

Internetové zdroje

- [17] *Asociácia informačných centier Slovenska*. [online]. [cit. 2007-02-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.infoslovak.sk/portal/>>.
- [18] *Cykloturistický informačný systém Euroregiónu: CISE*. [online]. [cit. 2007-02-07]. Dostupný z WWW: <<http://cise.tise.sk/>>.
- [19] *Enviroportál : Informačný systém o životnom prostredí*. [online]. c2004-2007, [cit. 2007-02-05]. Dostupný z WWW: <<http://enviroportal.sk/spravy-zp/sprava-detail.php?stav=15>>.
- [20] *EUROREGIÓN BESKYDY*. [online]. [cit. 2007-02-20]. Dostupný z WWW: <http://www.tise.sk/index.php?zobraz=regionypopis®ion=2&id_kategorie=11&idhl=4&idtype=5202&id=12&idmenu=43#list>.
- [21] *Intermodálne dopravné informačné centrum*. [online]. [cit. 2007-02-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.telecom.gov.sk/externe/idic/index.html>>.
- [22] *Kysucké Nové Mesto-oficiálne*. [online]. c2004, [cit. 2007-02-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.kysuckenovemesto.sk/index.php?page=informacie>>.
- [23] *Ministerstvo dopravy, pôšt a telekomunikáci*. [online]. [cit. 2007-02-06]. Do-

- stupný z WWW: <<http://www.telecom.gov.sk/index/go.php?id=1058>>.
- [24] *Ministerstvo dopravy, pôšt a telekomunikáci.* [online]. [cit. 2007-02-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.telecom.gov.sk/index/go.php?id=2282>>.
- [25] *Neoficiálne stránky obce Radola.* [online]. Posledná aktualizácia 03.10.2006. [cit. 2007-03-05]. Dostupný z WWW: <<http://www.radola.sk/history.php>>.
- [26] *Športklub turistiky Kysucké Nové Mesto* [online]. c2005 [cit. 2007-02-07]. Dostupný z WWW: <<http://www.sktkm.sk/index.php>>.
- [27] *Zákon č. 481 / 1992 Z. z. o obecnom zriadení.* [online]. c2005, Dátum poslednej aktualizácie 26.01.2007. [cit. 2007-01-26]. Dostupný z WWW: <<http://www.zakon.sk/Main/lwDefault.aspx?Template=lwTArticles.ascx&phContent=~/ZzSR/lwFulltext.ascx&LngID=0>>.
- [28] *Zákon č. 503 / 2001 Z. z. o podpore regionálneho rozvoja.* [online]. c2005, Dátum poslednej aktualizácie 26.01.2007. [cit. 2007-01-26]. Dostupný z WWW: <<http://www.zakon.sk/Main/lwDefault.aspx?Template=lwTArticles.ascx&phContent=%7e%2fZzSR%2flwFulltext.ascx&LngID=0>>.
- [29] *Zákon č. 523 / 2004 Z. z. o rozpočtových pravidlách vo verejnej správe.* [online]. c2005, Dátum poslednej aktualizácie 28.02.2007. [cit. 2007-02-28]. Dostupný z WWW: <<http://www.zakon.sk/Main/lwDefault.aspx?Template=lwTArticles.ascx&phContent=~/ZzSR/lwFulltext.ascx&LngID=0>>.

Iné zdroje

- [30] *Interné materiály.* Mestský úrad Kysucké Nové Mesto.

ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK

AICES	Asociácia informačných centier Slovenska.
CR	Cestovný ruch.
CVČ	Centrum voľného času.
ČOV	Čistiareň odpadových vôd.
ČR	Česká republika.
DD	Domov dôchodcov.
DSS	Domov sociálnych služieb.
EU	Európska únia.
CHA	Chránený areál.
CHKO	Chránená krajinná oblasť.
IBV	Individuálna bytová výstavba.
IČO	Identifikačné číslo organizácie.
MDD	Medzinárodný deň detí.
MKŠS	Mestské kultúrne a športové stredisko.
MsÚ	Mestský úrad.
MŠ	Materská škola.
MŽP	Ministerstvo životného prostredia.
NP	Národný park.
NPP	Národná prírodná pamiatka.
NPR	Národná prírodná rezervácia.
NPRR	Národný plán regionálneho rozvoja.
NUTS	Nomenclature des Unites Territoriales Statistiques – územné štatistické jednotky.
PHSR	Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja.
PCHZ	Považské chemické závody.

PP	Prírodná pamiatka.
PR	Prírodná rezervácia.
SAD	Slovenská autobusová doprava.
SR	Slovenská republika.
ŠÚ	Štatistický úrad.
TIK	Turistická informačná kancelária.
UoZ	Uchádzač o zamestnanie.
VŠ	Vysoká škola.
VUC	Vyšší územný celok.
ZŠ	Základná škola.
ZUŠ	Základná umelecká škola.
ZVL	Závody valivých ložísk.
ŽSK	Žilinský samosprávny kraj.

ZOZNAM OBRÁZKOV

Obr. 1. Mapa Žilinského kraja [17].....	38
Obr. 2. Pohľad na Brodnianku [26].....	43
Obr. 3. Lipka pri Kysuckom Novom Meste [18]	44
Obr. 4. Pohľad na renesančný kaštieľ v Radoli [25]	45
Obr. 5. Grafické vyjadrenie štruktúry obyvateľstva podľa pohlavia k 31. 12. 2004 [vlastné]	46
Obr. 6. Grafické vyjadrenie štruktúry obyvateľstva podľa produktívneho veku [vlastné] ..	47
Obr. 7. Grafické vyjadrenie štruktúry UoZ podľa pohlavia k 31. 12. 2006 [vlastné]	48
Obr. 8. Grafické vyjadrenie vekovej štruktúry UoZ k 31. 12. 2006 [vlastné].....	48
Obr. 9. Grafické vyjadrenie vzdelanostnej štruktúry UoZ k 31. 12. 2006 [vlastné]	49
Obr. 10. Mapa cestnej siete pre medzinárodnú dopravu SR [21]	53
Obr. 11. Výsek na mape diaľnic SR – plánovaná diaľnica D3 [23].....	54
Obr. 12. Mapa železničných koridorov SR [24]	54
Obr. 13. Pohľad na Kysuckú vrchovinu [26]	59
Obr. 14. Kysucké Himaláje [26]	60
Obr. 15. Mapka jednej z trás cez Kysucké Himaláje [26].....	60
Obr. 16. Mapa okolia Kysuckého Nového Mesta, kadiaľ vedú cyklotrasy [26]	61
Obr. 17. Mapa cyklotrasy Dolnokysuckej [26]	62
Obr. 18. Mapa Terchovsko-Kysuckej cyklotrasy [26]	63
Obr. 19. Pohľad na Chatu Ostré [20]	64
Obr. 20. Športhotel Rudina [20].....	65
Obr. 21. Grafické vyjadrenie štruktúry dokumentu pre rozvoj mesta [vlastné]	78
Obr. 22. Organizačná schéma TIK [vlastné].....	87
Obr. 23. Návrh informačnej tabule na budove sídla TIK [vlastné].....	89
Obr. 24. Logo AICES Slovenskej republiky [17]	91

ZOZNAM TABULIEK

Tab. 1. Štruktúra obyvateľstva podľa pohlavia k 31. 12. 2004 [vlastné]	46
Tab. 2. Štruktúra obyvateľstva z hľadiska produktívneho veku [vlastné]	46
Tab. 3. Štruktúra UoZ podľa pohlavia k 31. 12. 2006 [vlastné]	47
Tab. 4. Veková štruktúra UoZ k 31. 12. 2006 [vlastné].....	48
Tab. 5. Vzdelanostná štruktúra UoZ k 31. 12. 2006 [vlastné]	49

ZOZNAM PRÍLOH

P I Prihláška za člena AICES [17]

P II Dotazník AICES [17]

PRÍLOHA P I: PRIHLÁŠKA ZA ČLENA AICES

PRIHLÁŠKA

za člena Asociácie informačných centier Slovenska

Názov informačného centra:

.....

Adresa:

.....

tel.: **fax:**

e-mail: **web:**

IČO: **DIČ:**

IČ DPH:

Dátum vzniku:

Počet zamestnancov:

Kontaktná osoba:

Právna forma:

.....

Názov zriaďovateľa: *(len v tom prípade, ak nie je totožný s názvom IC)*

.....

Adresa:

.....

tel.: **fax:**

e-mail:

IČO: **DIČ:**

IČ DPH:

Kontaktná osoba:

Dátum: **Podpis:**

(Neoddeliteľnou súčasťou tejto prihlášky je dotazník, na základe ktorého sa posudzuje splnenie podmienok členstva.)

Územie, o ktorom IC informuje:	
Prevádzková doba IC:	
Hlavná turistická sezóna	od.....do..... (špecifikujte)
Po – Pia	oddo.....
sobota	od.....do.....
nedeľa	od.....do.....
sviatky	od.....do.....
Prevádzková doba mimo HTS	od.....do..... (špecifikujte)
Po – Pia	od.....do.....
sobota	od.....do.....
nedeľa	od.....do.....
sviatky	od.....do.....
Počet zamestnancov IC: sezóna:	stáli pracovníci brigádnicami
mimo sezóny:	stáli pracovníci
Jazykové vybavenie zamestnancov:	
Technické vybavenie IC:	
Druh	Počet
PC
Tlačiareň
Scanner.....
Kopirovací stroj
Registračná pokladňa.....
Telefonické linky
Fax
Non-stop turistický a tiesňový informačný systém (stručný popis)	
.....	
Spôsob pripojenia na internet:	
Iné vybavenie:	
Priemerná mesačná návštevnosť: (počet osôb)	
Hlavná turistická sezóna:	
Mimo sezóny :	
Podiel domácich a zahraničných klientov ročne v %:	
domáci.....	zahraniční.....
Najviac zastúpené krajiny v návštevnosti strediska:	

Účast' na zahraničných projektoch

Ďalšie doplňujúce informácie o Vašom IC:

a) Bezbariérový vstup alebo systém, zabezpečujúci poskytovanie informácií osobám s obmedzenou pohyblivosťou (ak áno, stručný popis)

.....

b) Navigačný systém z hlavných parkovacích miest, dopravných uzlov a prízjazdových ciest

.....

c) Iné

.....