

Katedra Geoturizmu, Ústav podnikania a cestovného ruchu
Fakulta BERG TU v Košiciach, Boženy Němcovej 32, 040 01 Košice



Marketingová stratégia rozvoja cestovného ruchu v meste Michalovce

Záverečná správa

**Vypracovali: Ing. Pavol Torma, Ing. Bartolomej Baláž, CSc., Ing. Ján Derco,
Mgr. Marián Lukáč**

Košice, október 2006

OBSAH

ÚVOD.....	3
I. ANALYTICKÁ ČASŤ.....	4
LOKALIZÁCIA SLEDOVANÉHO ÚZEMIA	4
PRIMÁRNA A SEKUNDÁRNA PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU V MICHALOVCIACH.....	6
PRÍRODNÉ PODMIENKY PRIMÁRNEJ PONUKY.....	6
PRIMÁRNA PONUKA V CESTOVNOM RUCHU: KULTÚRNO-HISTORICKÉ DEDIČSTVO; MESTO MICHALOVCE.	9
SEKUNDÁRNA PONUKA CESTOVNÉHO RUCHU	13
STAV CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE MICHALOVCE.....	18
POTENCIÁL MESTA PRE ROZVOJ CESTOVNÉHO RUCHU.....	24
SWOT ANALÝZA MESTA MICHALOVCE AKO DESTINÁCIE CR.....	26
OBLASŤ MARKETINGU MESTA MICHALOVCE.....	26
II. STRATEGICKÁ ČASŤ	28
III. REALIZAČNÁ ČASŤ.....	34
AKČNÉ PLÁNY NA ROKY 2006 – 2008.....	34
OS 1 - ORGANIZÁCIA A KOORDINÁCIA SUBJEKTOV CESTOVNÉHO RUCHU A SAMOSPRÁVY	37
OS 2 - PONUKA A INFRAŠTRUKTÚRA CESTOVNÉHO RUCHU.....	37
OS 3 - IMIDŽ MESTA NA ZÁKLADE TRADÍCIÍ.....	37
OS 4 - PROPAGÁCIA MESTA.....	37

ÚVOD

V posledných desaťročiach patrí cestovný ruch k najdynamickejšie sa rozvíjajúcim odvetviam na celom svete. Hospodársky a kultúrno-spoločenský vplyv cestovného ruchu je veľmi silný a najmä jeho hospodárske účinky v celosvetovom hospodárstve majú čoraz väčší význam.

Význam cestovného ruchu si uvedomuje aj Európska Únia (EÚ), pre ktorú bol cestovný ruch donedávna iba okrajovou problematikou, no napriek tomu sa pokladal za faktor zamestnanosti, stimulovania hospodárskeho rastu, regionálneho rozvoja a tým aj za nástroj lepšej súdržnosti vnútorného trhu únie.

Po prijatí **“Rezolúcie Európskeho parlamentu k cestovnému ruchu”**, čo je zatiaľ najzávažnejší dokument, ktorý EÚ o cestovnom ruchu prijala, má EÚ veľký záujem na postupnom vyrovnávaní úrovne jednotlivých regiónov a cestovný ruch považuje za jeden z najdôležitejších nástrojov v tomto procese.

Medzi najzaostalejšie regióny Slovenska a celej EÚ patrí Košický samosprávny kraj. Cestovný ruch je jednou z ciest na pozdvihnutie ekonomickej aj celkovej úrovne regiónu.

V jednotlivých mestách patrí cestovný ruch do kompetencie mestských úradov. Preto zabezpečenie rozvoja mestského cestovného ruchu by malo byť predovšetkým úlohou jednotlivých zložiek samosprávy mesta. Ide o vytvorenie rámcových podmienok najmä v oblasti legislatívy, tvorby inštitúcií cestovného ruchu, poskytovanie rôznych foriem podpory, územné plánovanie a pod. Na to, aby sa mestský cestovný ruch mohol úspešne rozvíjať, je potrebné vypracovať príslušný materiál (stratégiu, koncepciu ...), ktorá zahŕňa zmapovanie potenciálu cestovného ruchu v meste, primárnu a sekundárnu ponuku a dá odpoveď na to, či v meste existuje dostatok zdrojov pre rozvoj cestovného ruchu. či je záujem o návštevu mesta a na základe vyhodnotenia týchto výsledkov stanoviť hlavné a strategické ciele a načrtnúť víziu s výhľadom na ďalšie obdobie.

Vedenie Mestského úradu v Michalovciach si je plne vedomé významu cestovného ruchu pre mesto Michalovce a na základe toho dalo vypracovať dokument **„Marketingová stratégia rozvoja cestovného ruchu v meste Michalovce“**, ktorý bude obsahovať tri samostatné časti.: 1. časť analytickú, 2. časť strategickú a 3. časť realizačnú. Marketingová stratégia cestovného ruchu nemôže vystupovať samostatne, ale spolu s priemyslom, obchodom, športom, kultúrou, životným prostredím a pod., mala by byť zahrnutá do mestského marketingu (city marketing), čiže musí byť napojená na **Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta**.

I. Analytická časť

Lokalizácia sledovaného územia

Posledné legislatívne zmeny na Slovensku postavili do popredia ako základnú formu (stupeň) priestorovej štruktúry **samosprávny kraj – región**. Región v tomto zmysle definoval Zákon č.302/ 2001 Z.z. o samospráve vyšších územných celkov (VÚC) – zákon o samosprávnych krajocho. Slovensko sa člení na 8 samosprávnych krajov.

„Región“ – vnútorné súdržné územie primerane ekonomicky a kultúrne sebestačné, schopné primeranej autonómie.

Zákon č.503/2001 – 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.

Mesto **Michalovce** je začlenené do (VÚC) **Košického samosprávneho kraja**.

Mikroregión je nižší územný celok definovaný napr. na prírodných danostiach (mikroregión Nízke Tatry, Biela Orava, Západné Tatry), na záujme účastníkov rozvíjať dané územie spoločne určitým smerom (mikroregión priemyselný park Záhorie) na danostiach kultúrnych (Gotická cesta, Vínná cesta), na danostiach historických (Šariš, Zemplín), alebo na základe iných kritérií. Do regiónov sa spájajú také územné celky, ktoré „sa k sebe hodia“ tým, že majú spoločné znaky (remeselnícke tradície, cestovný ruch, prírodné danosti, hospodárske aktivity), alebo sú späté funkčne infraštruktúrou, spádovitosťou územia, väzbou na centrum. Na základe toho môžeme Michalovce lokalizovať v mikroregióne **Zemplín**.

Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike

Deväťdesiate roky vyvolali naliehavú potrebu spracovania viacerých podporných dokumentov na rozvoj cestovného ruchu, ako dynamického odvetvia s potenciálom na rast ekonomiky a tvorbu nových pracovných príležitostí, ako to vyplynulo z uznesenia vlády SR číslo 185/2001 k správe o rozvoji cestovného ruchu a k Národnému programu rozvoja cestovného ruchu v Slovenskej republike. Na základe toho, Ministerstvo hospodárstva SR dalo formou verejného obstarávania spracovať dokument **„Regionalizácia cestovného ruchu v SR“**, ktorý spracoval Ústav turizmu Bratislava. Cieľom obstarávateľa bolo:

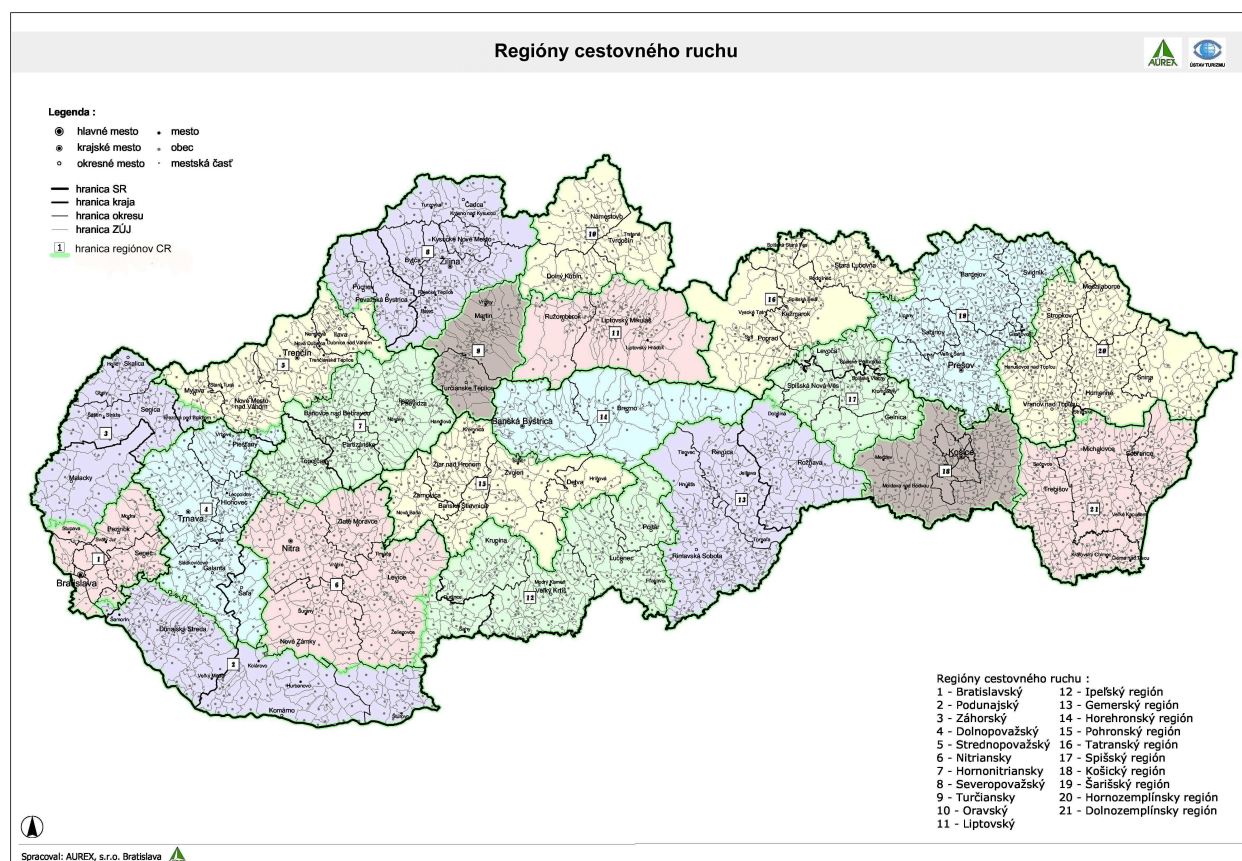
- vyhodnotenie súčasného stavu územia regiónov SR z hľadiska podmienok pre trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu
- definovanie regiónov cestovného ruchu
- ocenenie potenciálu územia pre cestovný ruch
- kategorizácia územia podľa regiónov cestovného ruchu s využitím ich rozvojového potenciálu
- návrh rozvojových priorít regiónov

Rozhodujúce bolo definovanie potenciálu (prírodný a antropogénny, dopravná dostupnosť, vzdialenosť dopytových centier a pod.) územia pre cestovný ruch a pod. Potenciál cestovného ruchu sa hodnotil 4 stupňami : 4. základný , 3. priemerný 2. dobrý, 1.vysoký.

Na základe toho bolo vymedzených 21 oblastí, ktoré rešpektujú katastrálne hranice a sú definované zoznamom obcí no nakopírujú hranice VÚC.

Základná regionalizácia predstavuje rozdelenie územia SR do 21 regiónov (Obrázok č. 1):

- | | | |
|--------------------|-------------------|---------------------|
| 1. Bratislavský | 8. Severopovažský | 15. Pohronský |
| 2. Podunajský | 9. Turčianský | 16. Tatranský |
| 3. Záhorský | 10. Oravský | 17. Spišský |
| 4. Dolnopovažský | 11. Liptovský | 18. Košický |
| 5. Strednopovažský | 12. Ipel'ský | 19. Šarišský |
| 6. Nitrianský | 13. Gemerský | 20. Hornozemplínsky |
| 7. Hornonitrianský | 14. Horehronský | 21. Dolnozemplínsky |



Obr. č. 1: Regionalizácia cestovného ruchu v SR.

Pri tomto hodnotení bol **Dolnozemplínsky región**, v ktorom sa nachádza aj mesto **Michalovce** zaradený do 3. stupňa (priemerný). V rámci niektorých regiónov boli vyčlenené časti ich územia, ktoré svojim významom presahujú región ako celok a tieto boli vymedzené ako subregióny. Napríklad subregión **Zemplínska Šírava** v rámci regiónu Dolný Zemplín má medzinárodný význam a presahuje význam celého regiónu. (Na Slovensku sú 4 regióny 1. stupňa s medzinárodným významom a to Bratislavský, Podunajský, Liptovský a Tatranský).

Regionalizácia cestovného ruchu má viaceré možnosti využitia v súčasnej praxi, napríklad z hľadiska podpory rozvoja zamestnanosti, ktorá je problémom najmä v ekonomicky zaostálých regiónoch. Snahou je podporiť rozvoj cestovného ruchu len v takých regiónoch,

v ktorých existuje vhodný potenciál a reálne rozvojové projekty. *Pre rozhodovanie o podpore cestovného ruchu z verejných zdrojov sú určujúce tie formy cestovného ruchu, ktoré sú schopné vyvolať dopyt potenciálnych návštevníkov a miera nezamestnanosti v danom regióne, ktorá vyjadruje mieru naliehavosti rozvoja cestovného ruchu.*

Stanovenie priorít rozvoja regiónov

Zaradenie regiónov do skupín vyjadrujúcich úroveň ich prioritizácie je teda dané mierou nezamestnanosti a úrovňou ich turistického potenciálu. Z hľadiska nezamestnanosti sú regióny rozdelené a klasifikované v 6 skupinách, z hľadiska potenciálu do 4 skupín, pričom vyššej miere nezamestnanosti aj vyššej úrovni potenciálu sú priradené vyššie bodové hodnoty. To znamená, že miera nezamestnanosti má pri určovaní priorít o niečo väčší vplyv ako potenciál regiónov. V každom prípade je však nutné zohľadňovať aj potenciál regiónov pre rozvoj CR, aby sa CR podporoval tam, kde to reálne môže priniesť výsledky.

Na základe toho boli regióny zadelené do 4 skupín a to 1. *regióny s najvyššou prioritou*, 2. *regióny s vysokou prioritou*, 3. *regióny so strednou prioritou*, 4 *regióny s nižšou prioritou*.

Dolnozemplínsky región, kde sa nachádza aj mesto Michalovce je zadelený do 2. skupiny (regióny s vysokou prioritou), čo v budúcnosti bude znamenať prednostnejšie čerpanie finančných prostriedkov na cestovný ruch z verejných zdrojov.

Primárna a sekundárna ponuka cestovného ruchu v Michalovciach

Prírodné podmienky primárnej ponuky

a. Geomorfologické pomery

Mesto Michalovce (ďalej len mesto) je situované v severnej časti Východoslovenskej nížiny – výbežku Veľkej dunajskej kotliny (pozri Tab. 1), na rozhraní podoblastí Východoslovenskej pahorkatiny a Východoslovenskej roviny. Prechodným stupňom Východoslovenskej pahorkatiny a Laboreckej roviny (celok podoblasti Vsl. rovina) je Laborecká niva, zasahujúca do areálu mesta zo severu pozdĺž toku Laborca.

Nadmorská výška v katastri mesta sa pohybuje od 106, 7 m n.m. na V až JV od miestnej časti (ďalej len m.č.) Vrbovec, do 159, 2 m n.m. (Biela hora), pričom maxima dosahuje 163 m n.m. dominantou kótou Hrádok na SZ okraji mesta.

V okolí mesta sa nachádza rovinný (JZ, J až JV časť) až pahorkatinný (S a SV časť), málo členitý reliéf. Z pohľadu genézy možno reliéf zaradiť k riečnemu (Laborecká niva) a vulkanickému reliéfu – ryolitová kopa (extruzívne teleso) Hrádku. Západne od mesta sa zdvíha do výšok 155 (v J časti) až 228,7 m n.m. Pozdišovský chrbát – súčasť Vsl. pahorkatiny. SZ od mesta sa nachádza tvarom aj geneticky podobná dominanta ako je Hrádok – Lesnianská hôrka (ryodacitová kopa). Panoráma mesta je na S a hlavne SV lemovaná vápencovými Humenskými vrchmi a vulkanickým celkom Vihorlat, patriacich k Vihorlatským vrchom.

Tabuľka 1. Geograficko - geomorfologické začlenenie okolia mesta Michalovce

Sústava	Alpsko-himalájska sústava
Podsústava	Panónska panva
Provincia	Východopanónska panva
Subprovincia	Veľká dunajská kotlina
Oblasť	Východoslovenská nížina
Podoblasť	Východoslovenská pahorkatina
<i>Celok</i>	<i>Laborecká niva</i>
	<i>Podvihorlatská pahorkatina</i>
Podoblasť	Východoslovenská rovina
<i>Celok</i>	<i>Laborecká rovina</i>

b, Klimatické podmienky

Okolie mesta patrí do **teplej oblasti** s počtom *letných dní* (t.j. dní s teplotou vzduchu 25 °C a vyššou) v roku nad 50 (v rozmedzí od 60 do 70); do **podoblasti mierne suchej** ($I_z = -20$ až 0) a **mierne vlhkej** ($I_z = 0$ až 60), do okrsku teplého, mierne suchého s chladnou zimou a teplého, mierne suchého s chladnou zimou. Priemerná teplota v júli sa pohybuje od 20 do 21 °C, maximá dosahujú až do 35 °C. Priemerná hodnota v januári sa pohybuje medzi -3 až -4 °C, minimá dosahujú -18 až -20 °C.

Priemerné množstvo zrážok dosahuje hodnotu 600 až 700 mm, pričom v studenom polroku sa ich množstvo pohybuje medzi 200 až 300 mm a v teplom polroku medzi 300 až 400 mm.

c, Hydrologické podmienky

Povrchové vody

Najvýznamnejším vodným tokom oblasti je rieka Laborec, ktorá po spojení s Cirochou nad Humenným zberá vody celej flyšovej oblasti na východ od línie Čertižné – Radvaň n/L. – Kochanovce a taktiež zo severných svahov Vihorlatu. Laborec patrí skôr k riekam podhorského typu, aj keď na dolnom toku (poniže Michaloviec až po sútok s Latoricou) má charakter nížinnej rieky. Prietok Laborca bol ovplyvnený výstavbou vodných nádrží Zemplínska Šírava (Laborec napája Šíravu prostredníctvom derivačného kanálu Petrovce n./L. - Vinné) v r. 1964 a Starina (zníženie prietoku Cirochy zachytením snehových vôd priehradou Starina v jarých mesiacoch) v r. 1987. Pri vyšších stupňoch povodňového stavu na Šírave Laborec slúži aj na zníženie jej hladiny prostredníctvom dnového výpustu pri Zálužiciach.

Priemerná hodnota prietoku Laborca je 54,5 m³, minimálny prietok 0,49 m³ maximálny prietok 457 m³.

Významným fenoménom oblasti mesta prítomnosť umelých vodných nádrží – hlavne Zemplínskej šíravy, ale aj Vinianskeho jazera, ktoré predstavujú rekreačné 32,9 km² treťou najväčšou vodnou nádržou na Slovensku. Bola vybudovaná v prvej polovici šesťdesiatych rokov minulého storočia a od svojho dokončenia sa stala významnou rekreačnou oblasťou, priťahujúcou aj zahraničných návštevníkov. Po výraznom poklese záujmu o Šíravu koncom deväťdesiatych rokov v ostatnom období sa prejavuje opäť nárast návštevnosti. Určitým limitom návštevnosti Šíravy bolo zhoršenie kvality vody, spôsobený premnožením siníc

z dôvodu hypertrofie vody a kvôli vypúšťaniu odpadových vôd z bývalého podniku Chemko Strážske, kontaminovaných PCB. V poslednom období však došlo k zlepšeniu a podľa pravidelných kontrol, ktoré prevádza Regionálny úrad verejného zdravotníctva Michalovce (posledná kontrola 22.08.2006) je voda v Zemplínskej Šírave zo zdravotného hľadiska vyhovujúca.

Vinianske jazero (rozloha: 8,5 ha, hĺbka 4 m), ktoré bolo pred vybudovaním Šíravy známou lokalitou vodnej rekreácie, po jej vybudovaní ustúpilo do jej tieňa. Jeho význam zostal zachovaný a v súvislosti s poklesom kvality vody v Šírave (sinice, PCB) si zase začalo získavať obľubu. Vinianske jazero svojou neopakovateľnou prírodnou scenériou a zvlášť príjemnou atmosférou má nezastupiteľné miesto v oblasti. Navštevované je aj návštevníkmi Zemplínskej Šíravy. Pri neprekročení jeho fyzickej kapacity a skvalitňovaní poskytovaných služieb má ako cieľové miesto cestovného ruchu veľkú perspektívu.

Podzemné vody

„Bežné“ podzemné vody v povodí Laborca sa využívajú ako zdroje pitnej vody pre mesto. Patria k oblasti so stredným stupňom znečistenia podzemných vôd (do 14 % prekročení limitných koncentrácií podľa STN 75 7111).

Minerálne vody v užšom okolí mesta nie sú využívané.

Termálne vody – v oblasti neexistujú prírodné vývery termálnych vôd. Počas vyhľadávania, prieskumu a ťažby uhl'ovodíkov v neogénnej výplni Vsl. panvy boli zistené výrazné anomálie tepelného toku v okolí mesta. Aj keď sa v rámci Vsl. panvy nejedná o absolútne maximum, ide o výrazné lokálne maximum, ktoré je z pohľadu využitia geotermálnych vôd veľmi zaujímavé. Prehľad o nameraných hodnotách teplôt vo vrtoch, realizovaných v minulosti michalovským závozom Nafty, poskytuje Tabuľka 2.

Tabuľka 2.

Ustálené teploty horninového prostredia z vrtov v okolí Michaloviec
(podľa: Rudinec, 1989)

Vrt	Celková hĺbka vrtu (m)	Teplota (°C) hĺbke (m)			
		1000	2000	3000	4000
Pozdišovce 1	- - -	69	119	- - -	- - -
Trhovište 26	4 207	67	120	162	209
Rebrín 1	- - -	62	108	152	- - -
Stretava 7	- - -	67	110	153	- - -
Sečovce 1	- - -	61	108	- - -	- - -
Sečovce 2	- - -	60	97	130	- - -

Pre účely cestovného ruchu sa ponúkajú možnosti využitia geotermálnej energie priamo získavaním termálnych vôd (výhodnejšie), alebo využívaním suchého tepla horninového prostredia - zatláčaním povrchových vôd a ich spätným odčerpávaním po ohriatí. V princípe je možná aj výhodnejšia varianta, v oboch prípadoch je však potrebný dodatočný vrtno-geologický prieskum.

c. Biogeografické podmienky

V meste a jeho bezprostrednom okolí sa nachádza relatívne málo zelene. Park okolo kaštieľa bol zdecimovaný zástavbou v minulosti. Tento park bol po desaťročia zanedbávaný a je prestarnutý. Podobne na tom bol aj parčík na mieste bývalého cintorína, ktorý je

v súčasnosti rekonštruovaný. Lesopark na Bielej hore reprezentovaný zmiešaným lesom, ktorý plnil v minulosti aj úlohu prímestskej zelene, je taktiež v zlom stave. Malá plocha zelene na Hrádku je excentricky situovaná a vzhľadom na reliéf je potrebné nájsť vhodné formy na jej verejné využitie.

V širšom okolí mesta (Vihorlatské vrchy) sa nachádza Chránená krajinná oblasť (CHKO) Vihorlat s viacerými cennými prírodnými rezerváciami (NPR) napr. Vihorlatský prales pod Kyjovom, Vihorlat (J od kóty 1075,5 m n.m. Vihorlat).

Vodná plocha Zemplínskej šíravy je okrem využitia na vodnú rekreáciu vhodná aj ako oblasť relaxácie – je zaujímavá z pohľadu ornitologického (refúgium vodného vtáctva hlavne v období ťahu) a ako rybársky revír. Aj keď sa dnes neodporúča konzumácia rýb z dôvodu zvýšenia obsahu PCB v ich mäse, je vhodná na športový rybolov typu „Chyt' a pust'“ (Catch and release). Z pohľadu rybolovu môže byť zaujímavý aj Laborec v úseku Zbudza – Topoľany a derivačný a vypustný kanál Zemplínskej Šíravy.

Primárna ponuka v cestovnom ruchu: kultúrno-historické dedičstvo; mesto Michalovce

Kultúrno-historické pamiatky Michaloviec (celkovo 26 nehnuteľných kultúrnych pamiatok) je možné z tematického hľadiska zaradiť do viacerých okruhov. Každý okruh sa môže prezentovať jednotlivo, napríklad v spojitosti s krajinou pôvodu návštevníkov mesta (maďarskí turisti, občania bývalých sovietskych republík, domáci návštevníci, hostia z iných európskych krajín), alebo v kontexte všeobecnej poznávacej trasy vedúcej najzaujímavejšími časťami mesta.

Tematické okruhy:

1, Michalovce - historické centrum stredného Zemplína **(domáca klientela resp. návštevníci z Maďarska);**

Michalovce boli v 10. až 12. storočí slovanskou osadou, túto etapu zaujímavosť dokladuje nález základov románskej rotundy pri kaštieli. V druhej polovici 13. storočia obec dosídlili nemeckí hostia. V tej dobe už zrejme existoval nížinný hrad, ktorý sa stal centrom rozsiahleho panstva, ktoré sa dostalo v roku 1249 do vlastníctva Jakova z rodu Kaplyon. Z jeho rodu pochádzali neskorší páni z Michaloviec, tak isto ako ich sukcesori Sztárayovci, ktorí vlastnili panstvo až do konca feudálnej éry, a ktorých vetva bola trvalo prítomná v kaštieli až do roku 1944. Z historických prameňov je sídlisko známe od roku 1244 ako Myhal. Názov Michalowcze sa objavuje od roku 1773. Michalovce sa nachádzali na hraniciach Zemplínskej a Užskej župy. Pri rozširovaní mestského chotára v rokoch 1925 resp. 1960 (Stráňany, Vrbovec) boli bývalé župné hranice prekročené. Štatút zemepánskeho mestečka Michalovce obdržali v roku 1418. V tomto období boli trhovým strediskom širokého okolia a jeho obyvatelia sa venovali poľnohospodárstvu, vinohradníctvu, chovu koní ako aj výrobe konopného plátna. Mesto sa povznieslo predovšetkým po roku 1876, kedy sa stalo sídlom jedného zo služnovských okresov Zemplínskej župy. V rokoch 1918 až 1922 boli Michalovce dokonca župným strediskom slovenskej časti Zemplína. Odvtedy boli sídlom okresu, bez ohľadu na pokračujúce administratívne reformy.

Pamiatková zóna mesta

Zahrňuje dvojicu kaštieľov, hodnotný park a rímskokatolícky farský kostol. Nález základov rotundy v zámockom parku, pochádzajúcej najneskoršie z 11. storočia spolu s polohou

stavebného súboru vo vzťahu k mestskej zástavbe podčiarkuje význam aristokratického sídla v dejinách mesta.

Kaštieľ

Postavený na mieste pôvodného hradu. Dnešnú podobu získal v tridsiatych rokoch 19. storočia, kedy ho klasicisticky prestaval staviteľ Henrich Koch. Ide o dvojpodlažnú blokovú stavbu s dvojicou polygonálnych nárožných veží a manzardovou strechou. K ústrednej budove boli postupne pristavané ďalšie budovy, takže celok vytvára pôdorys nepravidelného „U“. V anglickom prírodnom parku kaštieľa, okrem vzácnych druhov drevín, je možné nájsť základy románskej rotundy. V 80. rokoch 19. storočia sem boli prenesené gotické chrliče z košického domu sv. Alžbety. V kaštieli založil Anton Sztáray (1839-1893) na svoju dobu pozoruhodnú knižnicu. V roku 1945 tu bol postavený prvý pamätník vojakom Červenej armády v ČSR.

Budova Stárayovského kaštieľa je od roku 1957 sídlom Zemplínskeho múzea. Od počiatku patrila medzi jeho najvýznamnejšie exponáty Pieta zo Strážskeho, z prvej polovice 15. storočia, jedna z najstarších dochovaných na Slovensku.

Rímskokatolícky farský kostol Narodenia P. Márie

Ide o pôvodne gotickú stavbu zo 14. a 15. storočia, ktorá bola po vypálení počas thökölyovského povstania obnovená a prestavaná v niekoľkých etapách medzi rokmi 1749-1778. Z jeho gotickej podoby sa zachovalo niekoľko detailov, napríklad dvojica portálov a pastofórium. Kostol je zaklenutý pruskými klenbami a je vybavený rokokovými kostolnými lavicami. Oltár je barokový.

Pohrebna kaplnka rodiny Sztáray na návrší Hrádok

(resp. na Ďurkove)

Jednopriestorová stavba s polygonálnym uzáverom bola postavená v rokoch 1893-1898 ako „voľná kópia košickej kaplnky sv. Michala“ v pseudogotickom slohu pre Antona Sztárayho a jeho manželku, ktorými vymrela michalovská vetva rodu.

Súčasťou topologickej prípravy každej turistickej trasy vedúcej zmienenými lokalitami sú prirodzene bohaté dejiny rodu, ktorý Imrichom Sztárayim (1698-1769) povýšil na grófsky stupienok aristokratickej hierarchie, jeho význam pre Michalovce a okolie (michalovský pivovar, železiarne v Remetských Hámroch, Sobranecké kúpele atď.), ďalej životné osudy najvýznamnejších príslušníkov rodu ako aj, v neposlednom rade, bizarné či tragické udalosti z ich života. (napr. príbeh Irmu Stárayovej, spoločníčky tragicky zosnulej cisárovnej Alžbety Bavorskej).

2, Michalovce - mesto na kultúrnom rozhraní európskeho západu a východu (návštevníci zo západnej Európy);

V intraviláne mesta sa nachádza viacero sakrálnych stavieb odkazujúcich na blízky ortodoxný kresťanský východ. Jedinečná kultúrna hranica medzi dvomi európskymi civilizačnými okruhmi prechádza práve oblasťou Zemplína. Kapitoulou samou o sebe je história grécko-katolíckej cirkvi, ako ojedinelého a úspešného pokusu (Užhorodská únia, 1646-1648) zvrátiť dôsledky veľkej schizmy. Po jej oficiálnom zákaze v rokoch 1950 – 1968 a nasledujúcich

rokoch nemilosti jej teraz prináležia všetky, istý čas pravoslávne, cirkevné stánky východného obradu v meste.

Redemptoristický kláštorňý gréckokatolícky kostol sv. Ducha

Kostol postavený v neobyzantskom slohu (1931-1934) na pôdoryse gréckeho kríža. Centrálna trojlod'ová bazilika je nad krížením lodí zaklenutá kupolou resp. jej ramená valenou klenbou. Kostolný mobiliár pochádza z tridsiatych rokov 20. storočia, interiér kostola je vyzdobený freskami v štýle ruskej pravoslávnej cirkvi z osemdesiatych rokov 20. storočia.

Gréckokatolícky farský kostol Presvätej Bohorodičky

Túto barokovo-klasicistickú (1770-1772) jednolod'ovú stavbu s dvojicou veží v západnom priečelí vybudoval rakúsky erár, čo pripomína rokoková kartuša nad vstupom do kostola s cisárskym dvojhlavým orlom a datujúcou nápisovou stuhou. Kostol sa nachádza v ochrannom pásme pamiatkovej zóny.

Kostol sv. Michala v miestnej časti Topoľany

Historizujúcu stavbu s prvkami staroruského staviteľstva postavil v rokoch 1937-1938 užhorodský staviteľ Ing. Egressy.

3. Michalovce v rokoch 2. sv. vojny

(ukrajinská klientela resp. návštevníci z rusky hovoriacich krajín, domáci návštevníci); Pamiatky pripomínajú význam niekoľkých historických priorít, ktoré sa v dejinách mesta viažu k vojnovým rokom 1944 a 1945, a ktoré prirodzene rezonujú u návštevníckeho segmentu, charakteristického pochopiteľným citlivým záujmom voči pamiatkam na toto obdobie. Michalovce, oslobodené v novembri 1944, boli prvým významným mestom, ktoré spravovala administratíva obnovovaného Československa.

Vojenský cintorín červenoarmejcov v lokalite Hrádok

Cintorín nadregionálneho významu a súčasne jeden z najväčších na území Slovenska. Vznikol v roku 1946 podľa návrhu Ing. E. Hanku ako ústredný vojenský cintorín Červenej armády (18 000 pochovaných vojakov). Po rekonštrukcii cintorína bola k jeho vchodu umiestnená socha Trúchliaca žena.

Pamätníky osloboditeľom

Pomník odhalený 23. februára 1945 ako prvý v bývalom Československu, ešte pred skončením oslobodzovacích bojov.

Pomník na mestskom cintoríne pripomínajúci padlých Červenej armády počas oslobodzovania mesta.

Pomník kpt. Ignatieva na vojenskom cintoríne Hrádok.

Pomník SNP na Bielej hore (F. Patočka, L. Beisetzer)

4, Michalovce - mesto späté s pobytom viacerých významných osobností slovenskej kultúry

(domáci návštevníci)

V dvadsiatom storočí je osud viacerých významných osobností spätý s mestom, ich pôsobenie pripomína spektrum pamiatok viacerých druhov – pamätníky, muzeálne zbierky, domy etc.

Osobnosti

Teodor Jozef Mousson (1887-1946)

jeden z najvýznamnejších maliarov krajinárov 20. storočia na východnom Slovensku, potomok rodiny francúzskeho pôvodu, ktorý v rokoch 1911-1944 žil a pôsobil v Michalovciach, najprv ako učiteľ na meštianskej škole; početné diela zobrazujúce motívy z ulíc Michaloviec sú vystavené v Zemplínskom múzeu; jeho dom na Hrádku slúži v súčasnosti Zemplínskej hviezdárni a bol prestavaný na observatórium

Pavol Horov (1914-1975)

národný umelec, básnik surrealistickej orientácie, v rokoch 1940-1944 pôsobil ako učiteľ na meštianskej škole v Michalovciach, bustu umelca, súčasť jeho pamätnej tabule, vytvoril v roku 1982 sochár Arpád Račko

Mikuláš Rogovský (1923-2002)

akademický maliar, študoval na michalovskom gymnáziu

Štefan Hlaváč (1903-1983)

katolícky kňaz, pedagóg michalovského gymnázia, priekopník skautského hnutia a obeť politickej perzekúcie, v Michalovciach jeho pôsobenie pripomína pomník na ulici Profesora Hlaváča ako aj dve pamätne tabule

Aurel Desseffy (1808-1842)

maďarský novinár a politik, rodák z Michaloviec; po matke pochádzal z aristokratickej rodiny Sztárayovcov; významný predstaviteľ konzervatívnej strany doby predmarcovej, politický oponent Lajosa Kossutha

Volodymyr Sičinskyj (1894-1962)

slávny ukrajinský architekt, grafik a historik umenia, narodený v Kamenci Podolskom; po ruskej revolúcii v roku 1917 emigroval najprv do Poľska a potom do ČSR; po 2. svetovej vojne žil a pôsobil v USA;

autor značného množstva architektonických návrhov inšpirovaných tradičnou ukrajinskou ortodoxnou ľudovou architektúrou, ktoré sa realizovali v mnohých krajinách sveta (Kanada, USA, Brazília atd.); podľa jeho projektu bol v rokoch 1933-1934 v Michalovciach postavený kláštorňý kostol Sv. Ducha, jeho dielom je aj na Slovensku unikátny drevený kostol Narodenia v Nižnom Komárniku

Ján Ďurovčík (1971)

rodák z Michaloviec; režisér, tanečný choreograf, autor viacerých divadelno-tanečných inscenácií (napr. Vták Ohnivák, Cirkus svet a iné), spolupracovník zahraničných scén a umeleckých osobností, viackrát ocenený doma i v zahraničí

Emília Sičáková (1975)

narodená v Snine, vyštudovala v Michalovciach (EU Bratislava); zakladateľka organizácie Transparency International na Slovensku

5, Michalovce - mesto s revitalizovanou centrálnou mestskou zónou s ukážkami hodnotnej secesnej a medzivojnovnej architektúry

(bez ohľadu na krajinu pôvodu návštevníka)

Interhotel Družba ***

Hollého

07101 Michalovce 1

1

Služby :**Penzión Biela Labuť ***

Masarykova

07101 Michalovce 1

47

Služby:**Domov mládeže DÚHA**

Špitálska

07101 Michalovce 1

8

Služby :**Domov mládeže pri SPoŠ Michalovce**

Kapušiarska

07101 Michalovce 1

6

Služby :**Slniečny dvor -Agrospol**

Pekárenská 4

071 01 Michalovce

Služby :



Penzión Hviezda

ul . J Švermu
071 01 Michalovce

Služby :



b, Stravovacie zariadenia

- ✓ reštaurácia **Antik** Kostolné námestie 1
- ✓ reštaurácia **Areca** Štefánikova 76
- ✓ pizzeriá **Dominos** Hollého
- ✓ hostinec **Barumka** Masarykova 66
- ✓ hostinec **Furman** Kostolné námestie
- ✓ reštaurácia **Galaxy** Nám. osloboditeľov
- ✓ reštaurácia **Gastro centrum** Nám. Osloboditeľov 78
- ✓ reštaurácia **Paradiso** Nám. osloboditeľov
- ✓ pizzeriá **Pizza Frank** Nám. osloboditeľov 57
- ✓ reštaurácia **Slovenská reštaurácia** Masarykova 13
- ✓ hostinec **Tatra** Kostolné námestie 9
- ✓ reštaurácia **Wiking PG pub** Nám. osloboditeľov 72

Infraštruktúra cestovného ruchu

Cestovné kancelárie

V meste Michalovce pôsobia v súčasnosti 3 cestovné kancelárie:

SATUR

Nám. Osloboditeľov 2

tel: 056 68 88 721, fax: 056/ 6431 247

E-mail: michalovce@satur.sk

otvár. hod.: Po –Pi 08.30 – 17.30, So 09.0 – 12.00

FERROTOUR

Nám. osloboditeľov 12,
(vchod do Lekárne u Apolóna), 1.poschodie
071 01 Michalovce
tel.: 056 / 6442770, fax: 56 / 6420650
E-mail: michalovce@ferrotour.sk

ZEMPLÍN TOUR

Duklianska 1,
tel. + fax: 056/ 64 21 712
E-mail: ck@zemplintour.sk

CK DOMENICA

Nám. slobody 5
070 01 Michalovce
tel: 56/ 644 1700
fax: 056/688 8491
E – mail: domenica@domenica.sk

CK KAM TOUR

Nám. slobody 3
tel: 56 /642 6677
E – mail : kam@mail.pvt.sk

CK OROSTOURS

Nám.osloboditeľov 77
tel: 56 644 2020
0907 906 382

Cestovné kancelárie SATUR, OROSTOURS a FERROTOUR sú iba pobočkami cestovných kancelárií sídliačich v Bratislave a Košiciach.

Ostatné subjekty pôsobia ako cestovné agentúry.

Turistické informačné centrum (TIC)

V meste Michalovce malo pôsobiť od 1.8. 2006 TIC, umiestnené v budove Mestského úradu.

Pobočky bánk a siet' bankomatov**Československá obchodní banka, a.s.**

pobočka Michalovce
Nám. osloboditeľov 18
071 01 Michalovce
tel.: 056/ 6880412 – 416

HVB Bank Slovakia, a.s.

pobočka Michalovce
Námestie osloboditeľov 53/971
071 01 Michalovce
tel.: 056 68 704 11-12-13

fax: 056/ 6426378

fax: 056 68 704 33

Bankomaty: Nám. osloboditeľov 18, Michalovce

Dexia banka Slovensko a.s.

pobočka Michalovce

Nám. osloboditeľov 62

071 01 Michalovce

tel.:056/ 6442599, 6442601

Tatra banka, a.s.

pobočka Michalovce

Jaroslawská 11

071 01 Michalovce

tel.: 056/ 6432470, 6432472-74

fax:056/ 6432476

Bankomaty: Humenská cesta Hypernova, Jaroslawská 11, Sobranecká cesta 5910
hypermarket TESCO

Slovenská sporiteľňa a.s.

nám.Slobody 15

071 01 Michalovce

tel.: 056/6418111,6441603

fax: 056/ 6421578

Ľudová banka, a. s.

Hollého 7

071 01 Michalovce

tel.: 056/6871 014

fax.: 056/6871 015

Kostolné nám. 8

071 01, Michalovce

tel.: 056 /6420904,6433745

Bankomaty: Hollého 7

Továrenská 2

071 01, Michalovce

tel.: 056/6442799

fax: 056/6448803

OTP Banka a.s.

Š. Kukuru 14

071 01, Michalovce

tel. : 056/6432240

fax: 056/6432245

Hviezdoslavova,

Bankomaty:

Bankomaty:Š. Kukuru 14, P.O.

OD Kaufland

Hviezdoslavova Kaufland, Kostolné nám.,
Továrenská 2, Žel .stanica, N.Osloboditeľov 25,
Nám. Slobody 15,

VÚB banka a.s.

Námestie osloboditeľov 18

Michalovce

071 01

tel.: 056/ 6420 155 ,056/ 6442 155

fax: 055/ 6424 281

Istrobanka a.s.

ul. kpt. Nálepku 26

071 01, Michalovce

tel.: 056 - 644 26 60, 644 26 63

fax: 056 - 644 26 60

Námestie slobody 3

Michalovce

071 80

tel.: 056/ 6406 004 , 056/ 6441 076 , 056/ 6441 077

fax: 056/ 6432 922

Bankomaty:

Námestie osloboditeľov 18

Námestie slobody 3

Sobranecká cesta

Š. Tučeka 23

Továrenská 2

Hollého 60

Všeobecná infraštruktúra

Všeobecná infraštruktúra mesta Michalovce je primeraná a zodpovedá požiadavkám mesta s počtom 40. 000 obyvateľov

Dopravná dostupnosť mesta

Dopravná dostupnosť mesta Michalovce v rámci vnútroštátnej aj medzinárodnej prepravy je veľmi dobrá.

Letiská s medzinárodnou prevádzkou sú od Michaloviec vzdialené cca 65 km (Košice – Barca), resp. cca 30 km (Užgorod).

Mesto je napojené na železničnú trať (Košice - Michal'any) Trebišov – Strážske (Prešov) – Humenné, s priamym rýchlikovým spojením do Bratislavy (R 612/613) a Prahy (R 524/525).

Mestom prechádza cesta európskej siete E50 (cesta 1. triedy I/50) Košice – Vyšné Nemecké, z mesta vychádza cesta 1. triedy I/18 Michalovce – Strážske –Prešov a cesta 2. triedy II/ 582 Michalovce – Vinné – Kaluža.

Stav cestovného ruchu v meste Michalovce

Ak posudzujeme mesto Michalovce ako cieľové miesto, hovoríme o mestskom cestovnom ruchu. Jednou z osobitostí mestského cestovného ruchu je to, že na rozdiel od klasických foriem cestovného ruchu, ktoré sú podmienené užitím voľného času účastníka, sú niektoré aktivity mestského cestovného ruchu podmienené voľným časom a niektoré pracovným časom. Mestský cestovný ruch sa považuje za krátkodobú formu cestovného ruchu, kde sa dĺžka pobytu pohybuje okolo dvoch dní.

Motívov mestského cestovného ruchu je veľa a každý sa spája s istou činnosťou charakteristickou pre jednotlivé formy cestovného ruchu:

- obchodný motív sa môže spájať s plnením obchodných, služobných povinností nákupmi, konferenciami, kongresmi a pod
- kultúrno – poznávací motív je charakteristicky pre poznávanie historických stavebných pamiatok, návštevou galérií, múzeí a ďalších kultúrno – spoločenských, náboženských, športových podujatí, osláv a pod.
- motív vzdelania sa spája s návštevou školy, kurzov, školení seminárov, prednášok;
- spoločenský motív je charakteristicky pre návštevu rôznych inštitúcií mesta a orgánov štátnej správy;
- zdravotný motív je typicky pre návštevu zdravotníckych zariadení;
- návšteva príbuzných a známych

- tranzit

Niektoré z motívov mestského cestovného ruchu s cestovným ruchom nesúvisia, ale každá návšteva mesta z ktoréhokoľvek dôvodu je spojená s výdavkami na cestovný ruch, či už ide o výdavky na dopravu, stravovanie, ubytovanie, drobné nákupy a pod.

Pre Michalovce, ako politické a hospodársko – kultúrne centrum Zemplína sú niektoré motívy dané, no z hľadiska cestovného ruchu sú najzaujímavejšie prvé dva a to obchodný a kultúrno - poznávací motív. Ďalší dôležitý faktor, ktorý bezprostredne vplýva na návštevnosť mesta je blízkosť Zemplínskej Šíravy, o ktorej môžeme hovoriť, že má medzinárodný význam. Michalovce sa stali vstupnou bránou na Zemplínsku Šíravu a od roku 1966 mesto (aspoň tranzitne) začalo navštevovať stále viac návštevníkov, hoci v posledných rokoch došlo aj k značnému poklesu.

Zemplínska Šírava patrí v letnej sezóne medzi miesta sústredeného cestovného ruchu čo môže predstavovať aj potencionálny zdroj návštevníkov pre mesto Michalovce. Na základe toho bol v mesiaci august prevedený výskum na strediskách Kamenec, Medvedia hora a Hôrka. Odpovedalo 260 náhodne opýtaných návštevníkov. Nie každý z návštevníkov bol ochotný venovať svoj čas odpovediam na otázky, preto im boli položené iba tri otázky, pričom niektorí z nich podali aj ďalšie zaujímavé informácie.

1. Navštívili ste, alebo mienite navštíviť počas svojho pobytu Michalovce ? (áno, nie)
2. Čo bolo, alebo bude dôvodom návštevy ? (pozrieť si mesto, nákupy, iné)
3. Využili ste nejaké služby pri návšteve mesta ?

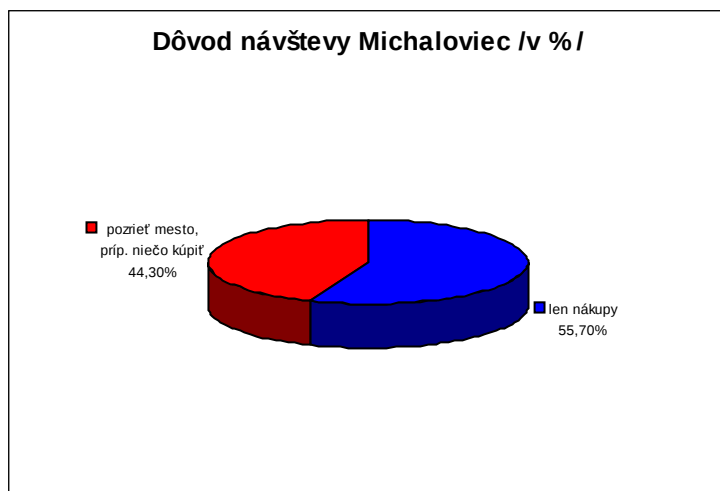
Graf č.1.



Zdroj: Vlastný výskum

Z uvedeného vyplýva, že väčšina návštevníkov Zemplínskej Šíravy Michalovce navštívila. Z tých, ktorí Michalovce neneavštívili boli skoro všetci z oblasti Východu Slovenska.

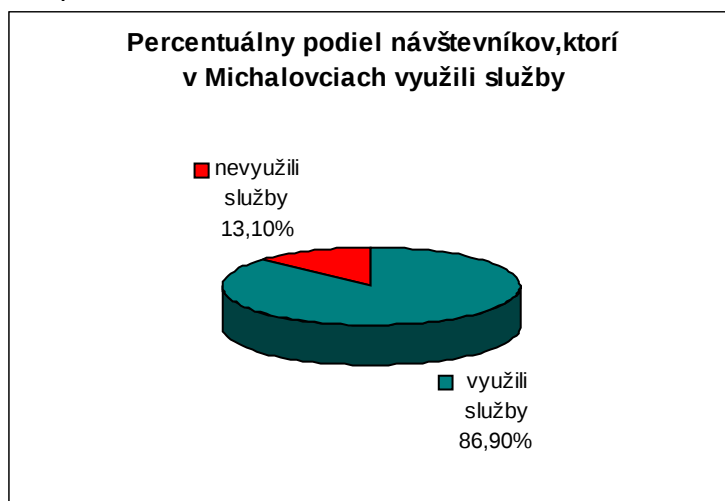
Graf č.2.



Zdroj: Vlastný výskum

Nákupy je mierne prevažujúcu dôvod návštevy Michaloviec, k čomu prispieva aj sieť hypermarketov známa pre našich aj zahraničných návštevníkov. V každom prípade však nechávajú časť finančných prostriedkov v meste, čo je tiež dôležitý multiplikačný efekt. Ďalšia časť návštevníkov prichádza, pozrieť si mesto, jeho pamätihodnosti atraktivity a časť z nich nevyklučuje aj nákup, avšak ten nie je hlavným dôvodom návštevy. Čím sú návštevníci zo vzdialenejších kútov Slovenska a zo zahraničia, tým o mesto javia väčší záujem. Veľká časť z nich sa pochvalne vyjadrila o peknom centre mesta (fontána, upravenosť a pod.).

Graf č.3.



Zdroj: Vlastný výskum

Z návštevníkov, ktorých dôvodom návštevy Michaloviec nebol nákup, drvivá väčšina využila služby, ktoré sa v meste poskytujú. Ich špecifikácia bola zložitejšia, avšak šlo predovšetkým o návštevu reštaurácií, cukrárni a pod.

Zo všetkých návštevníkov, ktorí navštívili Michalovce, len 5,7 % neurobila nákup a nevyužila žiadne služby.

Koncentrácia návštevníkov Zemplínskej Šíravy je iba v mesiacoch júl a august.

Dôležitým ukazovateľom návštevnosti je využitie ubytovacích kapacít. V samotnom meste Michalovce sa od ubytovacích zariadení nepodarilo získať všetky potrebné údaje, ktoré sú mnohokrát aj interného charakteru. Preto boli využité údaje Štatistického úradu (sleduje iba údaje za okres), Mestského úradu, internetu a čiastočne aj ubytovacích zariadení.

Tab.č. 3: Lôžková kapacita a jej využitie

Okres	Ubyt. zariadenia spolu			Z toho hotely, motely a penzióny			Počet stálych lôžok celkovo			Čisté využitie v %		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Gelnica	15	12	13	3	3	2	606	541	560	19,5	22,5	14,7
Košice I	17	16	22	12	11	15	994	976	1219	28,5	26,7	27,2
Košice II	6	7	10	1	D	3	382	338	379	29	21,8	33,3
Košice III	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Košice IV	9	10	10	6	6	5	458	476	474	24,9	24,6	25,7
Košice-okolie	26	29	30	7	7	7	964	1051	1059	20,5	20,5	20,2
Michalovce	58	51	53	14	17	18	2919	2432	2586	6,5	6,3	6,9
Rožňava	71	72	70	8	9	10	1263	1529	1262	24,2	16,1	15
Sobrance	5	5	4	1	D	1	88	88	79	5,9	7,4	10,8
Spišská N. Ves	43	65	68	13	17	21	1570	2358	2617	22,6	17,4	16,6
Trebišov	8	12	11	4	6	5	447	648	599	8,4	8,1	5,2
KSK spolu	258	279	291	71	80	87	9691	10437	10834	13,9	13,9	13,9

Zdroj: ŠÚ SR

Z tabuľky vyplýva, že počet lôžok v okrese Michalovce má viac menej klesajúcu tendenciu, no nie čo sa týka hotelov, motelov a penziónov, ktoré tvoria hlavnú časť ubytovacie kapacity v samotnom meste Michalovce. Napriek tomu využitie ubytovacej kapacity nemá výraznejší nárast a patrí za posledné tri roky k najnižším v KSK. Michalovce nie je vhodné v rámci KSK porovnávať s Košicami, ale porovnateľné sú napr. s okresom Sp.N.Ves, kde počet lôžok má stúpajúcu tendenciu, čo má za následok aj znižovanie využitia ubytovacej kapacity, ktoré je však v porovnaní s Michalovcami podstatne vyššie. V roku 1997 bolo využitie ubytovacej kapacity v okrese Michalovce 24,9%. Potom síce došlo k dramatickému úbytku, ale v roku 2002 dosiahlo hranicu 11%. V roku 2005 je to iba 6,9%. Rozhodujúci vplyv na tento stav má však Zemplínska Šírava.

Tab.č.4 : Obsadenosť ubytovacích zariadení na území mesta Michalovce -2005

Počet prenocovaní	ZŠŠHSaO /Dúha/	Družba	SOUS	Hviezda	Jalta	Biela Labuť	Slniečny dvor
I.Q.2005	215	1647	0	48	572	210	D
II.Q.2005	314	1548	248	599	1192	165	D
III.Q.2006	448	1553	352	115	1319	143	D
IV.Q.2006	360	2175	1133	172	1319	129	D
Spolu	1337	6923	1733	934	4402	647	D
Lôžková kapacita	80	170	270	15	47	33	26
Vytťaženosť	4,57%	11,15%	1,75%	17%	25,66%	5,37%	20%

Zdroj: Zostavené podľa údajov poskytnutých Mestským úradom jednotlivými ubytovacími zariadeniami

Podiel ubytovacej kapacity mesta Michalovce na celkovej kapacite okresu je nasledovný:

- hotely motely, penzióny	- okres MI 1.341 lôžok	mesto 291 lôžok, podiel 21,7 %
- ostatné	1.233 lôžok	mesto 355 lôžok podiel 28,8 %
- spolu	2.574 lôžok	mesto 646 lôžok, podiel 25.9 %

Využitie lôžkovej kapacity v meste Michalovce je nasledovné:

- hotely, motely, penzióny	-	16,43 %
- ostatné	-	2,37 %
- spolu	-	8,7 %

Priemerné využitie ubytovacích kapacít na Slovensku za rok 2005, bolo 27,3 %, pričom mestské ubytovacie zariadenia (nepodliehajú do takej miery sezónnosti) majú využiteľnosť podstatne vyššiu. Priemerné využitie lôžkovej kapacity v Michalovciach (8,7 %) je veľmi nízke (negatívne to ovplyvňuje zariadenie SOUS, ktoré má najväčšiu kapacitu 270 lôžok a najnižšie využitie 1,75 %). Je však treba pripustiť existenciu čiernej ekonomiky, ktoré tieto údaje neobsahujú. Je zaujímavé, že u niektorých ubytovacích zariadení je najsilnejšia obsadenosť v treťom a štvrtom štvrtroku.

Tab.č. 5: Návštevníci

Okres	Návštevníci spolu			Z toho hotely, motely a penzióny			Domáci návštevníci			Zahraniční návštevníci		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Gelnica	9776	10392	8640	1283	930	D	9173	9798	8071	603	594	569
Košice I	58373	60361	71446	32301	33257	40875	37326	36353	40968	21047	24008	30478
Košice II	23769	18486	22430	D	D	8832	17784	12537	15980	5985	5949	6450
Košice III	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Košice IV	31186	30258	31236	27872	26956	26755	19632	18822	19859	11554	11436	11377
Košice-okolie	24065	24152	21620	12270	9239	8615	20002	20268	17998	4063	3884	3622
Michalovce	50341	37103	38909	29402	27566	28866	38307	28319	29655	12034	8784	9254
Rožňava	29998	30495	26876	10199	11925	13322	16847	17592	14687	13151	12903	12189
Sobrance	844	1148	1366	D	D	D	756	983	1180	88	165	186
Spišská N. Ves	58097	66220	66253	20716	21875	29160	29764	32037	33911	29333	34183	32342
Trebišov	8018	6899	6976	4519	3320	3771	7178	6216	6332	840	683	644
KSK spolu	294467	285514	295752	145441	141382	161543	196769	182925	188641	97698	102589	107111

Zdroj: ŠÚ SR

Tab.č. 6: Priemerné prenocovanie

Okres	Priemerné prenocovanie celkom			Z toho hotely, motely a penzióny			Domáci návštevníci			Zahraniční návštevníci		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Gelnica	3,5	3,5	3	1,7	1,6	D	3,6	3,4	3,1	3,4	3,6	2,1
Košice I	1,6	1,6	1,6	1,7	1,8	1,7	1,4	1,4	1,4	2	2	1,9
Košice II	1,7	2	1,9	D	D	1,8	1,7	1,9	1,9	1,6	2,3	2,1
Košice III	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Košice IV	1,6	1,5	1,6	1,6	1,5	1,5	1,4	1,4	1,4	1,9	1,8	1,9
Košice-okolie	2,8	2,7	2,9	2,1	1,9	2	2,8	2,6	2,9	3	2,9	3,3
Michalovce	3,6	3,3	3,4	2,8	3,1	3	3,6	3,4	3,3	3,7	2,9	3,8
Rožňava	2,8	2,6	2,3	2	1,9	1,9	3,2	2,9	2,4	2,3	2,1	2,1
Sobrance	2,2	1,9	2	D	D	D	2,2	1,8	2,1	2,9	2	1,5
Spišská N. Ves	2,8	2,7	2,9	2,9	2,6	2,9	2,5	2,5	2,7	3,2	3	3
Trebišov	2,9	2,5	2	3,1	2,4	1,8	2,7	1,9	2	4,4	7,2	1,8
KSK spolu	2,5	2,4	2,4	2,2	2,1	2,2	2,5	2,4	2,3	2,6	2,5	2,5

Zdroj: ŠÚ SR

Tab.č. 7: Tržby za ubytovanie
tis. Sk

Okres	Tržby za ubytovanie spolu			Z toho hotely, motely, penzióny			Tržby za dom. návšt.			Tržby za zah. návšt.		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Gelnica	4297	4518	4519	1551	1167	D	3407	3641	3620	890	877	899
Košice I	110127	126647	145934	99878	112390	129820	39490	40857	49785	70637	85790	96149
Košice II	12065	14479	18373	D	D	11800	8730	8988	12528	3335	5491	5845
Košice III	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Košice IV	41782	46806	47574	40630	45680	45919	20628	23923	23837	21154	22883	23737
Košice-okolie	18719	21837	20731	9917	7692	6509	14805	17659	17080	3914	4178	3651
Michalovce	50852	47355	68185	37564	41698	61708	36473	34540	51469	14379	12815	16716
Rožňava	18463	21877	21320	10219	12968	15313	10325	11765	10566	8138	10112	10754
Sobrance	438	540	633	D	468	D	392	433	543	46	107	90
Spišská N. Ves	47191	47186	67177	30487	29627	48109	17079	20296	28251	30112	26890	38926
Trebišov	5694	4796	3977	3346	2582	2328	4952	3801	3578	742	995	399
KSK spolu	309628	336041	398423	239387	261963	323098	156281	165903	201257	153347	170138	197166

Zdroj: ŠÚ SR

Tab.č. 8: Priemerné ceny ubytovania
Sk.

Okres	Pr. cena za ubyt. spolu			Z toho hotely, motely, penzióny			Pr. cena za ubyt. dom.n.			Pr. cena za ubyt. zah. n.		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Gelnica	124	126	175	694	775	D	104	108	147	435	415	750
Košice I	1157	1275	1282	1787	1931	1901	732	797	868	1711	1786	1702
Košice II	299	388	421	D	D	762	285	377	414	342	409	438
Košice III	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Košice IV	855	1022	963	931	1130	1114	760	939	870	974	1126	1079
Košice-okolie	274	336	329	380	442	372	263	329	333	324	368	309
Michalovce	279	384	515	455	495	705	265	354	527	326	497	479
Rožňava	220	281	346	509	586	610	194	232	297	264	370	413
Sobrance	233	253	234	D	D	D	240	241	224	183	318	324
Spišská N. Ves	285	260	356	508	527	572	229	252	313	331	266	395
Trebišov	247	283	287	241	320	341	256	317	281	201	201	354
KSK spolu	416	490	573	761	878	928	321	385	469	598	668	742

Zdroj: ŠÚ SR

Údaje z uvedených tabuliek ukazujú pokles návštevníkov v okrese Michalovce, no menej sa to prejavuje pri hoteloch, motelloch a penziónoch a viac u lacnejších ubytovacích kapacít.

Priemerná dĺžka pobytu je v okrese Michalovce najdlhšia, čo je charakteristické pre pobyty na Zemplínskej Šírave (všeobecne najkratšiu dĺžku pobytu vykazujú mestské hotely, čo je dané predovšetkým charakterom služobných ciest).

Tržby ubytovacích zariadení stúpajú, čo je evidentné pri drahších ubytovacích zariadeniach (hotely, motely, penzióny), no v Michalovciach stúpla výraznejšie aj priemerná cena za ubytovanie, čo vysvetľuje zvyšovanie tržieb pri poklese návštevnosti.

Podľa informácií ubytovacích zariadení (ide o hotely a penzióny), väčšina ubytovaných hostí sú služobné cesty a veľká časť ich je zo zahraničia. Je to následok toho, že v Michalovciach sídlia zahraničné firmy a mesto má veľmi dobrú polohu smerom na Ukrajinu. Zrušením víz pre Ukrajincov by sa návštevnosť Michaloviec citeľne zvýšila.

Pre lepšiu informáciu o zložení a motivácii hostí, ako aj ďalších ukazovateľov by bolo vhodné previesť celoročný výskum v ubytovacích zariadeniach.

Potenciál mesta pre rozvoj cestovného ruchu

Potenciál mestského cestovného ruchu tvorí sedem prvkov a to dopravná dostupnosť, štruktúra mesta (historické jadro, moderná zástavba, periférie mesta) kultúrna infraštruktúra, nákupné možnosti, ponuka služieb, pohostinské služby, hotelierstvo.

Zážitok účastníka mestského cestovného ruchu neovplyvňuje len infraštruktúra a služby cestovného ruchu, ale aj všeobecná infraštruktúra a služby mesta. Toto poznanie je dôležité pre rozvoj mestského cestovného ruchu a jeho zabezpečenie.

Pri hodnotení potenciálu mesta Michalovce je potrebné vychádzať z kapitoly **Primárna a sekundárna ponuka**.

Komunikačná dostupnosť – medzi negatíva patrí už známa absencia diaľničného napojenia a poloha mimo medzinárodnú trasu sever – juh

Štruktúra mesta - centrum mesta netvorí historické jadro (až na niekoľko uvedených stavieb), je však ucelené dobre udržiavané, s atraktívnou fontánou, čo priamo na mieste ocenilo viacero návštevníkov. Centrum poskytuje aj široký sortiment služieb aj nákupných možností. Ostatné zastavané časti sú typické pre podobne veľké mesto. Nie v dobrom stave a nevyužitú sú oddychové zóny a parky, ktoré neposkytujú možnosti oddychu a športu v rámci prímestskej rekreácie. Chýbajú upravené parky športoviská (zóna okolo športovej haly a štadióna), cyklotrasy, úpravy okolo rieky Laborec

Kultúrna infraštruktúra - je významná z hľadiska domáceho aj zahraničného. Kultúrne inštitúcie slúžia v prvom rade potrebám občanov mesta a obyvateľov spádového územia. Z nich je možné vďaka príťažlivosti jeho zbierkového fondu vyzdvihnúť Zemplínske múzeum ako najvýznamnejšiu atraktivitu kultúrneho cestovného ruchu v meste Michalovce.

Nákupné možnosti – v meste je pomerne dobrá obchodná sieť, doplnená o reťazce hypermarketov Hypertona, TESCO, Kaufland, Lidl, NAY, ktoré využívajú aj návštevníci zo Zemplínskej Šíravy.

Ponuka služieb - zodpovedá veľkosti mesta od autoservisov po komunálne, zdravotné a iné služby

Pohostinské služby – v meste je veľké množstvo reštaurácií a pohostinských zariadení na rôznej úrovni. Je potreba spomenúť aj reštaurácie v ubytovacích zariadeniach, ktoré sú na vysokej úrovni (Jalta, Družba, Slniečny dvor). Ďalšie sú uvedené v Sekundárnej ponuke. Jedálne lístky sú rôznorodé a ponúkajú širokú škálu jedál, chýba však reštaurácia s typickou kuchyňou Zemplína, ktorá by lákala najmä zahraničných návštevníkov, ktorí európsku, taliansku, aj iné kuchyne poznajú. Dnes je veľký trend ochutnať miestne špeciality.

Hotelierstvo – podľa vytáženosti je v meste momentálne dostatok ubytovacích kapacít. Mesto má dva hotely Jalta +++++, Družba++++ dosť vysokej triedy, čo je na takéto mesto zatiaľ nie bežné, avšak záujem o kvalitné ubytovanie je pomerne dobrý, k čomu pomáha aj prítomnosť zahraničných firiem a smer na Ukrajinu. Hotely sa rekonštruujú, resp sú po rekonštrukcii. Veľmi luxusné je ubytovanie v komplexe Slniečny dvor, kde je aj ART CAFE, GALERIA, reštaurácia STEAK HOUSE RESTAURANT, bazén a pod. Podľa informácií bolo stredisko postavené z prostriedkov fondu SAPARD na agroturistiku, preto si aj hovorí stredisko agroturistiky, no nebolo vidno, aby sa tam podobná činnosť prevádzala

Celkovo možno konštatovať, že mesto Michalovce má pomerne dobrý potenciál na rozvoj cestovného ruchu.

SWOT analýza Mesta Michalovce ako destinácie CR

Silné stránky:	Slabé stránky:
- blízkosť hraníc s Poľskom, Maďarskom a Ukrajinou - bezprostredná blízkosť Zemplínskej Šíravy - blízkosť vinohradníckej oblasti - kvalitné ubytovacie a stravovacie zariadenia - prirodzené kultúrno-spoločenské centrum Zemplína - blízkosť medzinárodného letiska - upravenosť centra mesta a pešia zóna - široké spektrum kultúrnych aktivít	- chýbajúce napojenie na diaľničnú sieť - nedostatok športovo-rekreačných zariadení, chýbajúca oddychová zóna - nedostatok kvalifikovaného personálu v zariadeniach CR - slabá úroveň znalostí cudzích jazykov - slabá úroveň marketingu v zariadeniach CR - nedostatočná sieť cyklotrás a ich zlé prepojenie - nízke využitie historického a kultúrneho potenciálu pre rozvoj kultúrnych aktivít - neupravenosť toku Laborca a jeho nedostatočné využitie pre rekreačné účely - málo zahraničného kapitálu - nedostatočná propagácia mesta ako destinácie CR - nízke využitie ubytovacích kapacít - nevyužívanie možnosti vínnej cesty - slabá spolupráca subjektov CR navzájom a so samosprávou (koordinácia)
Príležitosti	Ohrozenia
- zvýšenie návštevnosti mesta lepším využívaním marketingových metód - vytvorenie funkčnej oddychovej zóny v meste - využitie brehov Laborca po úpravách na šport, rekreáciu a rybolov - zabezpečenie funkčnosti Zemplínskej vínnej cesty s mestom ako vstupnou bránou - možnosti financovania aktivít a stavieb z fondov EÚ - rozvoj cezhraničnej spolupráce v rámci INTERREG-u - vytvorenie základnej bázy pre investorov z krajín EÚ smerom na Ukrajinu - vytvorenie skutočného centra Zemplína s folklórnymi, gastronomickými, kultúrno-spoločenskými akciami - možnosť využitia geotermálnych vôd pre účely celoročne prevádzkovaného športovo-relaxačného centra	- nedostatok finančných prostriedkov - odliv kvalifikovanej pracovnej sily do zahraničia (USA, západná Európa) - nepochopenie koncepčných zámerov niektorými dôležitými subjektami - konkurenčné prostredie okolia - neochota subjektov CR spolupracovať navzájom (dopĺňanie ponuky, „podávanie“ si klientov) - nedocenenie marketingu v oblasti CR

Oblasť marketingu mesta Michalovce

V oblasti propagácie sa vyskytujú nedostatky, ktoré negatívne vplývajú na cestovný ruch. Pri kliknutí na www.michalovce časť pre návštevníkov, napr. pri kliknutí na Hotely zistí, že

v Michalovciach sú iba dva hotely vyššej kategórie (ostatné ubytovacie zariadenia tam uvedené sú na Zemplínskej Šírave) a o ostatných lacnejších ubytovacích zariadeniach sa nedozvie. Ak klikne Kam v okolí, uvidí tam iba tri zručaniny, bez udania vzdialenosti a ďalších informácií. Nie je tam spomenutá vinárska oblasť, možnosti jazdy na koňoch a mnoho ďalších možností z rôznych oblastí, ktoré v okolí Michaloviec sú.

Nie sú tam uvedené žiadne reštaurácie s jedálnymi lístkami, resp. špecialitami ktoré ponúkajú. Celkove je tam z oblasti cestovného ruchu nedostatok informácií. Internetu je potrebné venovať veľkú pozornosť, stránky aktualizovať, pretože veľmi veľa zahraničných, ale už aj domácich návštevníkov zberá informácie práve tam.

Oficiálna stránka mesta Michalovce (www.michalovce.sk) nevyužíva oficiálny monitoring návštevnosti¹, krory by umožnil získať napr. nasledujúce informácie:

- čo vašich návštevníkov najviac zaujíma, odkiaľ prichádzajú a ako sa na webe správajú,
- aká je úspešnosť vášho internetového marketingu a či správne optimalizujete váš web pre vyhľadávače,
- spoznáte technické vybavenie a zobrazovacie možnosti návštevníkov vášho webu,
- porovnajte si svoju návštevnosť s návštevnosťou vašich konkurentov v prehľadných rebríčkoch.

Tab. č. 9: Prezentácia mesta Michalovce a ubytovacích zariadení mesta Michalovce v katalógových vyhľadávacích nástrojoch

	www.michalovce.sk	<i>Hotel InterDružba</i>	<i>Hotel Jalta</i>	<i>Slnecný dvor</i>	<i>Penzión Biela Labuť</i>
www.zoznam.sk	áno	áno	áno	nie	áno
www.centrum.sk	áno	áno	áno	nie	áno
www.atlas.sk	nie	nie	nie	nie	nie
www.best.sk	áno	áno	áno	nie	áno
www.szm.sk	áno	áno	áno	nie	áno

Veľmi slabá, resp. skoro žiadna propagácia mesta Michalovce je na Zemplínskej Šírave. Zahraniční, ale aj domáci návštevníci, nemajú skoro žiadne informácie na mieste, čo im mesto ponúka. Pričom tu je veľká šanca pre mesto, aby návštevníci pustili časť finančných prostriedkov priamo v meste.

Ubytovacie zariadenia v meste neponúkajú zákazníkom skoro žiadne služby mimo svoje zariadenie, resp. balíky služieb a mnohí pracovníci ani nevedia čo to je. Znalosti marketingu sú u mnohých aj riadiacich pracovníkov minimálne, resp. žiadne.

¹ Audit slovenských web stránok sa venuje spoločnosť ELET,s.r.o. (www.naj.sk).

Tab.č. 10: Prezentácia ubytovacích kapacít v meste Michalovce v on-line rezervačných systémoch a databázach

	<i>Hotel InterDružba</i>	<i>Hotel Jalta</i>	<i>Penzión Biela Labuť</i>	<i>Domov mládeže pri SPoŠ MI</i>	<i>Slnečný dvor</i>	<i>Domov mládeže Dúha</i>
www.ubytujsa.sk	áno	áno	áno	nie	nie	nie
www.travelguide.sk	áno	áno	áno	áno	nie	áno
ubytovanie.slovanova.sk	nie	nie	nie	nie	nie	nie
www.limba.sk	nie	nie	nie	nie	nie	nie
www.slovakiahotels.sk	áno	áno	nie	nie	nie	nie
www.iubytovanie.sk	nie	nie	nie	nie	nie	nie
www.hotel.sk	nie	nie	nie	nie	nie	nie
www.holiday.sk	áno	áno	áno	nie	nie	nie

Propagácia mesta na rôznych výstavách, veľtrhoch a workshopoch kde sa zúčastňuje je málo účinná. Neposkytuje konkrétne balíky služieb (resp.produkty), čo by sa dalo pri spojení sa rozhodujúcich subjektov s mestom a bolo by to aj finančne pre všetky strany menej náročné.

Mestu chýba imidž. U nás sa zatiaľ imidžu nevenuje veľká pozornosť, ale jeho tvorba v zahraničí je veľmi dôležitá, pretože pri veľkej konkurencii miest má imidž kľúčovú úlohu v rozhodovaní sa potencionálnych zákazníkov.

V regióne pôsobí niekoľko združení cestovného ruchu, no pre mesto Michalovce má najväčší význam *Regionálne združenie turizmu Zemplín*, ktoré by malo pôsobiť ako destinačný manažment, resp. spoločenstvo.

V meste cítiť absenciu TIC, ktoré podľa zistenia nezačalo pracovať 1.08.2006. Dôležitá bude aj jeho náplň a odborná spôsobilosť pracovníkov, pretože tam môžu z oblasti cestovného ruchu robiť dôležité výskumy.

Z uvedených CK v meste Michalovce ani jedna CK neponúka program pre domácich, alebo zahraničných návštevníkov v ktorom by bolo zahrnuté mesto Michalovce.

II. Strategická časť

Globálnym cieľom rozvoja cestovného ruchu v meste Michalovce je zvyšovanie návštevnosti mesta domácimi aj zahraničnými účastníkmi cestovného ruchu, čo zabezpečí:

- lepšie využitie lôžkovej kapacity ubytovacích zariadení,
- zlepšovanie ekonomických výsledkov subjektov podnikajúcich v oblasti cestovného ruchu, ale aj v iných oblastiach,
- rozvoj infraštruktúry cestovného ruchu a ďalšej infraštruktúry mesta a okolia,
- zabezpečovanie kvality a štandardov služieb na úrovni EÚ
- zviditeľnenie mesta a jeho ďalší rozvoj
- zabezpečenie trvalo udržateľného cestovného ruchu

Cestovný ruch v meste Michalovce je potrebné situovať do dvoch oblastí a to:

1. cestovný ruch pre občanov mesta – prímestská rekreácia, oddychové zóny v meste
2. cestovný ruch pre návštevníkov mesta v štruktúre jeho návštevnosti, s náväznosťou na subregión Zemplínska Šírava

Obidve oblasti sa však navzájom prelínajú a ich rozvoj je potrebné realizovať vo vzájomnej koordinácii a súčinnosti jednotlivých činností.

1. Vízia mesta Michalovce v oblasti cestovného ruchu do roku 2015, s výhľadom do roku 2020

- mesto Michalovce má vytvorený svoj imidž a je prirodzeným ekonomicko – kultúrnym a spoločenským centrom Zemplína s folklórnymi a gastronomickými tradíciami a akciami a túto pozíciu si naďalej upevňuje, čo pozitívne vplýva na rozvoj cestovného ruchu
- mesto je vstupnou bránou do subregiónu Zemplínska Šírava, ktorý má v oblasti cestovného ruchu medzinárodný význam a je reálny predpoklad, že spolu s jazerom Vinné zabezpečí trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu
- mesto má perspektívu zužitkovať kultúrno – spoločenské a športové akcie v meste a na Zemplínskej Šírave (napr. Zemplínsky jarmok, stretnutie motorkárov a pod.) pre svoju návštevnosť a propagáciu a ďalej ich rozširovať
- v meste sú neustále vytvárané podmienky pre zahraničných investorov, čo potvrdzuje ich prítomnosť, pričom sa vytvárajú podmienky pre ďalší rozvoj obchodného (business travel) a mesto je centrom kongresového cestovného ruchu východnej časti republiky, ako najvýnosnejších foriem cestovného ruchu
- v meste sa zvyšuje ubytovacia kapacita zhruba o cca 100 lôžok v hoteli triedy 3 resp. 4 hviezdy, kapacity cca 50 – 60 lôžok (celosvetový trend záujem o hotely menšie s rodinnou atmosférou), prípadne penzióny triedy 3 hviezdy
- mesto je vstupnou bránou na Podvihorlatskú časť Zemplínskej vínnej cesty, ktorá je zaujímavou súčasťou produktu pri ponuke návštevy mesta pre domácich aj zahraničných návštevníkov
- geografická poloha mesta (blízkosť hraníc s Ukrajinou, Maďarskom aj Poľskom) zabezpečuje možnosť spolupráce v rámci programu INTERREG
- Michalovce budú základnou bázou pre investorov na Ukrajinu, čo bude pozitívne ovplyvňovať obchodný cestovný ruch

- za predpokladu, že sa Ukrajina v rokoch 2015 – 2020 dostane do EÚ, budú Michalovce zohrávať významnú úlohu vo vzájomnom cestovnom ruchu
- v spolupráci s investormi sú využívané existujúce geotermálne vody aj pre účely celoročne prevádzkovaného športovo – relaxačného (wellnes) centra a aquaparku
- pre obyvateľov sú v meste vytvorené funkčné oddychové zóny
- po patričných úpravách sú brehy Laborca využívané pre šport, rekreáciu a rybolov
- sústavné vylepšovanie infraštruktúry cestovného ruchu v meste, zabezpečí poskytovanie služieb v tejto oblasti v kvalite a štandarde EÚ

Hlavné ciele v oblasti cestovného ruchu

Zlepšiť propagáciu mesta a informovanosť návštevníkov, resp. potenciálnych návštevníkov cestovného ruchu v meste

Opatrenia a aktivity:

- doplniť webovú stránku mesta vyčerpávajúcimi informáciami o možnostiach primárnej a sekundárnej ponuky cestovného ruchu v meste a okolí
- zabezpečiť efektívnu propagáciu a informovanosť o meste na Zemplínskej Šírave a jazere Vinné
- zabezpečiť činnosť TIK (turistickej informačnej kancelárie) v Michalovciach s prepracovanou náplňou činnosti a prepojenosťou na jednotlivé oblasti regiónu a jeho podnikateľské subjekty
- v oblasti promotion spolupracovať s ostatnými subjektami cestovného ruchu a oblasťami regiónu (spracovanie spoločnej marketingovej stratégie) v súčinnosti s KSK a SACR
- vo vhodných zoskupeniach podľa dôležitosti a významu (mesto, jednotlivé subjekty, KSK, SACR) navštevovať výstavy a workshopy cestovného ruchu doma aj v zahraničí
- v rámci public relations využiť možnosti pozvania niekoľkých domácich a zahraničných novinárov na niekoľkodňový pobyt v meste s programom predstavenia možností a produktov z oblasti cestovného ruchu v meste a okolí, ktorí potom vo svojom médiu uverejnia vhodné články a informácie
- vytvoriť propagačný materiál mesta a jeho okolia pre cestovný ruch (tlačených aj na DVD nosičoch)

- dosiahnuť, aby sa subjekty cestovného ruchu (hotely a reštaurácie) dostali na webové stránky v on-line systémoch a dôležitých databázach

Zabezpečenie efektívnej spolupráce subjektov cestovného ruchu , samosprávy a koordinácia ich činností pri ďalšom rozvoji cestovného ruchu v meste aj regióne

Opatrenia a aktivity:

- vytvoriť z RZTZ (Regionálne združenie turizmu Zemplín) koordinátora, spolupráce na báze *destinačného spoločenstva* , sprofesionalizovať ho a vytvoriť *destinačný manažment*, ktorý bude zabezpečovať vzájomnú spoluprácu (napr. pri tvorbe produktov, promotion , marketing cestovného ruchu a pod.) pri rozvoji cestovného ruchu v meste a regióne
- vypracovať spoločnú marketingovú stratégiu RZTZ za účasti všetkých členov združenia
- jednotlivé subjekty neustále a stabilne viesť k vzájomnej spolupráci, ktorej nutnosť a vzájomnú výhodnosť je potrebné neustále zdôrazňovať, pričom poukazovať na konkrétne prípady zo zahraničia, kde už dávno pochopili, že je to nevyhnutné
- významnú úlohu v činnosti destinačného spoločenstva musí zohrať TIK

Vytvorenia atraktívnych produktov a balíkov služieb s využitím miestnych možností, tradícií, folklóru, gastronómie a kultúrno-spoločenských akcií

Opatrenia a aktivity:

- zatraktívniť a viac spropagovať typické Zemplínske jarmoky, v rámci ktorých vytvoriť ponuku balíka služieb na niekoľko dní (aj s ďalšími činnosťami) a upevňovať pozíciu Michaloviec ako centra Zemplína
- lepšie využiť významné kultúrno - spoločenské a športové akcie na Zemplínskej Šírave s napojením na mesto (napr. Zraz motorkárov a pod)
- vytvoriť podmienky pre činnosť novej, alebo už existujúcej reštaurácie v meste, ktorá by podávala a propagovala typické jedlá Zemplína so starými osvedčenými receptúrami (Slovenská reštaurácia ponúka slovenské jedlá), čo je najmä u zahraničných návštevníkov veľmi žiadané
- vytvoriť v meste produkt pre návštevníkov Zemplínskej Šíravy a prepojiť ju značenými cyklotrasami s mestom
- vytvoriť v meste pešiu trasu Po histórii Michaloviec (napr. Hrádok – centrum)

- využiť blízkosť vinárskych oblastí (michalovská a sobranecká oblasť) na tvorby produktov pre návštevníkov (ochutnávky, dni otvorených pivníc, vínny festival, someliérske akcie a pod.)
- využiť folklórne tradície na organizáciu folklórneho festivalu so zahraničnou účasťou

Zlepšenie infraštruktúry cestovného ruchu v meste

Opatrenia a aktivity:

- vytvorenie infraštruktúry nových oddychových zón (Hrádok)
- zabezpečiť správu , údržbu a zvýšiť štandard už existujúcich oddychových zón
- vytvorenie značkových cyklotrás v meste s prepojením na ZŠ a okolie
- vypracovanie feasibility study výstavby golfového areálu v oblasti Biela hora

Strategické ciele

Využitie geotermálnej energie na vybudovanie športovo- relaxačného centra (so zariadením wellnes) s aquaparkom a kongresovou halou

Špecifický cieľ:

- vytvorenie domácej a zahraničnej klientely, najmä v ose sever – juh (Poliaci, Pobaltie aj Ukrajinci a pod.), ktorá za podobným produktom cestuje do Maďarska. Kto dá do prevádzky podobný komplex prvý, získa dlhodobu značnú časť klientely a možnosť organizácie kongresov, čo je lukratívna záležitosť na úrovni MH a SACR, ktorá možnosti usporiadania najmä z hľadiska technického stále na Slovensku hľadá

Opatrenia :

- vypracovanie feasibility study „ Potenciál využitia geotermálnej energie pre mesto Michalovce“
- vypracovanie feasibility study „ Výstavba športovorelaxačného centra, wellnes-aquaparku a kongresovej haly „(pre ubytovanie možnosť využívania ubytovacích kapacít v meste a na Zemplínskej Šírave)
- vypracovanie marketingovej stratégie uvedeného komplexu
- kontaktovanie sa na vhodného investora

Cieľavedome budovanie imidžu mesta Michalovce

Špecifický cieľ:

- Pozitívne využiť všetky danosti mesta na vytvorenie konkrétnej predstavy o meste, ako zaujímavej a príťažlivej destinácie cestovného ruchu

Opatrenia:

- začať reálnu činnosť Zemplínskej vínnej cesty (pre feasibility study spracovaná pre KSK v r. 2003 Katedrou Geoturizmu, TU Košice) a vytvárať o Michalovciach predstavu ako vstupnej brány na Podvihorlatskú časť tejto vínnej cesty
- posilňovať a podporovať všetky aktivity súvisiace s tradíciami, folklórom a gastronómiou Zemplína
- vytváranie a realizácia aktivít, ktoré budú typické pre mesto
- vytvárať čo najužšie vzájomné prepojenie mesta so Zemplínskou Šíravou, Michalovce - vstupná brána aj na Zemplínsku Šíravu

Vytvorenie nových oddychových zón v meste a na Laborci

Špecifický cieľ:

- Vyriešiť problém prímestskej rekreácie pre obyvateľov mesta aj jeho návštevníkov

Opatrenia :

- vyriešiť právne otázky (dohoda so správcom toku, vysporiadanie pozemkov)
- vypracovanie feasibility study na vybudovanie oddychových zón
- zabezpečenie finančného krytia a vypracovanie projektu
- realizácia výberového konania dodávateľa prác

Zabezpečenie trvalo udržateľného cestovného ruchu

Špecifický cieľ:

- Realizáciu cestovného ruchu a všetkých ostatných činností zabezpečovať s prísnyim dodržiavaním najnovších poznatkov a zákonov o ochrane životného prostredia

Opatrenia :

- vypracovanie EIA (Environmental Impact Assessment – posúdenie dopadu na životné prostredie) pre všetky realizované projekty
- vytváranie podmienok pre vznik tzv. Eko hotelov (Green hotels)
- dodržiavanie fyzickej kapacity v jednotlivých zónach

3.3. Zabezpečenie zvyšovania kvality a štandardu poskytovaných služieb

Špecifický cieľ:

- maximálna podpora stálemu odbornému vzdelávaniu pracovníkov v oblasti cestovného ruchu, dodržiavaniu európskych štandardov a zavádzanie nových technológií

Opatrenia:

- organizovanie kurzov a seminárov zameraných na zvyšovanie odbornosti pracovníkov v cestovnom ruchu (RZTZ)
- zvyšovanie jazykových znalostí, znalosti z oblasti marketingu a kultúry jednania so zákazníkmi

III. Realizačná časť

Akčné plány na roky 2006 – 2008

Na základe analýzy a zadefinovania hlavných a strategických cieľov, sa vyseletovali akčné plány pre rozvoj cestovného ruchu v meste Michalovce, ktoré tvoria následné rozvojové osi :

1. organizácia a koordinácia subjektov cestovného ruchu a samosprávy
2. ponuka a infraštruktúra cestovného ruchu
3. imidž mesta na základe tradícií

4. propagácia mesta

Pre ďalší postup je potrebné uviesť nasledovné princípy:

- spolupráca: súkromný sektor – súkromný sektor a verejný sektor – súkromný sektor
- environmentálny prístup a zabezpečenie trvalo udržateľného cestovného ruchu
- koordinácia činnosti v oblasti cestovného ruchu s KSK, SACR a MH
- podpora projektov s know – how a technológiami na úrovni kvality a štandardov EÚ

Spolupráca súkromný sektor – súkromný sektor a verejný sektor – súkromný sektor

Cestovný ruch je oblasť, ktorá na báze veľmi úzkej a permanentnej spolupráce združuje aktivity verejného a súkromného sektora v oblasti plánovania, realizácie, propagácie aj informovanosti. Zladiť, zefektívniť a skoordinať činnosť a aktivity vo vnútri súkromného sektora a medzi súkromným a verejným sektorom je dosť obtiažne a problematické. Skúsenosti z vyspelých krajín ukazujú, že je nutné aj vzájomne výhodné. Jedným z riešení je činnosť tzv. “destinačného manažmentu”.

Destinačný manažment je pojem, ktorý je v rámci cestovného ruchu v poslednej dobe široko diskutovaný. Často je definovaný ako najvyzretejšia forma riadenia cestovného ruchu v turisticky vyspelých destináciách (kde Michalovce so subregiónom Zemplínska Šírava patria), kedy je organizácia a riadenia cestovného ruchu založené na vzájomnej spolupráci poskytovateľov služieb.

Kooperácia subjektov je dôležitá najmä preto, že kooperovaním vznikajú synergické efekty, dochádza k efektívnejšiemu využívaniu prostriedkov, je možné lepšie čeliť externalitám predovšetkým na životnom prostredí. Najviac sú zabezpečované také úlohy, ktoré nie sú v silách jednotlivých subjektov, napr. budovanie imidžu destinácie. Destinačný manažment je tak jedným z prostriedkov ako čeliť v globalizovanom svete rastúcej národnej a medzinárodnej konkurencii a stále náročnejším požiadavkám zo strany spotrebiteľov t.j. návštevníkov destinácie.

Kooperačné aktivity sú založené na spolupráci medzi verejným a súkromným sektorom. Jedným z dôvodov spolupráce je fakt, že aktivity jednotlivých sektorov v oblasti cestovného ruchu sú úzko prepojené. Verejný sektor v tejto súvislosti vystupuje predovšetkým v úlohe vlastníka významnej časti infraštruktúry cestovného ruchu (pamätihodnosti, všeobecná infraštruktúra cestovného ruchu a pod.), ale tiež sa stále viac snažia plniť svoje koncepčné, koordinačné, alebo kontrolné ulohy.

Riadenie destinácie cestovného ruchu má oproti podnikovému riadeniu niekoľko špecifík, ktoré tento proces sťažujú. Manažment destinácie musí koordinovať združených jednotiek na príslušnom území, čo nevylučuje ani spoluprácu subjektov, ktoré môžu stáť v rámci destinácie v konkurenčnom postavení.

Vo vzťahu medzi súkromným a verejným sektorom ide predovšetkým o rozdielne záujmy a ciele obidvoch sektorov (dôraz na komplexný, trvalo udržateľný rozvoj a presadzovanie verejného záujmu oproti individuálnemu záujmu dosahovať maximálne zisky). Táto skutočnosť je naviac znásobená „krátkozrakosťou“ niektorých súkromných subjektov cestovného ruchu, ktorý mnohokrát vďaka svojej neznalosti považujú ostatných nie za svojich potenciálnych partnerov, ale za svojich konkurentov. Pritom spoločným záujmom všetkých

subjektov (súkromných aj verejných) je rozvoj cestovného ruchu, resp. destinácie a využitie potenciálu cestovného ruchu na danom území.

Environmentálny prístup a zabezpečenie trvalo udržateľného cestovného ruchu

Problematika životného prostredia a jeho ochrana je čím ďalej tým viac aktuálna a obyvatelia najmä vyspelých krajín sú na ňu veľmi citliví. Čím ďalej, tým viac sa do popredia dostáva *ekoturizmus* ako nová progresívna environmentálna forma cestovného ruchu, ktorá je súčasťou trvalo – udržateľného cestovného ruchu, ktorý uspokojuje potreby z aspektu ochrany životného prostredia vo vzťahu k účastníkom cestovného ruchu na jednej strane a hostiteľskou destináciou na strane druhej. Vyhľadávajú začínať byť *Eko hotely (Green hotels)*.

Územné plánovanie sústavne a komplexne rieši priestorové usporiadanie a funkčné využívanie územia, určujú sa jeho zásady, navrhuje sa vecná a časová koordinácia činnosti ovplyvňujúcich životné prostredie, ekologickú stabilitu, kultúrno - historické hodnoty územia, územný fond a tvorbu krajiny v súlade s princípmi trvalo – udržateľného rozvoja. Jeho cieľom je ochrana územia pred nevhodným využívaním a tvorba predpokladov pre trvalý súlad všetkých prírodných, civilizačných a kultúrnych hodnôt v území, najmä zo zreteľom na starostlivosť o životné prostredie a ochranu jeho hlavných zložiek – pôdy, vody a ovzdušia.

Pri územnom plánovaní je potrebné vziať do úvahy kapacitu územia, ktorú možno vyjadriť piatimi komponentmi:

1. fyzická kapacita
2. absorbčná kapacita
3. ekologická kapacita
4. sociálno – psychologická kapacita
5. kapacitné činitele súvisiace s cestovným ruchom

Hraničné hodnoty za ktoré by rozvoj cestovného ruchu nemal ísť, sú ovplyvnené nielen prírodným prostredím, ale tiež želaním alebo vnímaním zo strany sociálneho prostredia. Je preto nevyhnutné komplexne hovoriť nie o kapacite prírodného prostredia, ale o kapacite životného prostredia ako takého.

Pre projekty v oblasti cestovného ruchu je potrebné ešte pred ich realizáciou vypracovať EIA (Environmental Impact Assessment) – posúdenie dopadu na životné prostredie.

Koordinácia činnosti v oblasti cestovného ruchu s KSK, SACR a MH

Koncepčné a strategické rozhodnutia je potrebné robiť v súlade so spracovanými materiálmi na vyšších úrovniach. Na úrovni Ministerstva hospodárstva sú spracované dokumenty „*Koncepcia rozvoja cestovného ruchu v Slovenskej republike*“ a „*Stratégia cestovného ruchu v Slovenskej republike do roku 2013*“.

Na úrovni Košického samosprávneho kraja je spracovaná „*Koncepcia rozvoja cestovného ruchu v KSK na roky 2005 – 2006*“. V Michalovciach je zriadené detašované pracovisko odboru regionálneho rozvoja KSK, ktoré sa zaoberá cestovným ruchom a preto je potrebné ho využívať pre koordinačnú a poradenskú činnosť.

V otázke projektov a financovania je dôležitá poradenská činnosť na úrovni KSK a MH.

Veľmi dôležitá a výhodná je spolupráca v oblasti propagácie a to predovšetkým s KSK a obzvlášť na medzinárodných výstavách cestovného ruchu, kde samostatná účasť je veľmi drahá. Dôležité je aj vydávanie propagačných materiálov za Slovensko, KSK, kde Michalovce

a Zemplínska Šírava by nemali chýbať a pod. Potrebne je aj využívať web stránky a portál SACR čo je veľmi dôležité a účinné.

Podpora projektov s know – how a technológiami na úrovni kvality a štandardov EÚ

Nároky účastníkov cestovného ruchu sa neustále zvyšujú a zvyšujú sa aj tlaky konkurenčných destinácií. Tieto skutočnosti je nevyhnutné vziať do úvahy pri spracovávaní všetkých projektov. Ide predovšetkým o :

- nové trendy v cestovnom ruchu
- nové technológie
- kvalita a štandardy EÚ

Ide najmä o projekty na výstavbu a rekonštrukciu zariadení cestovného ruchu a predovšetkým výstavbu celých komplexov (napr. aquapark so športovo – relaxačným, wellness zariadením, hotely, kongresová hala, športoviská a pod.)

Dodržiavanie kvality štandardov EÚ súvisí bezprostredne s odborným vzdelávaním a jazykovou vybavenosťou pracovníkov v cestovnom ruchu.

Os 1 - Organizácia a koordinácia subjektov cestovného ruchu a samosprávy

- 1.1. Vytvorenie z RZTZ destinačné spoločenstvo a destinačný manažment a jeho profesionalizácia
- 1.2. Vypracovanie spoločnej marketingovej stratégie destinačného spoločenstva

Os 2 - Ponuka a infraštruktúra cestovného ruchu

- 2.1. Vytvorenie nových oddychových zón v meste a na Laborci
- 2.2. Využitie geotermálnej energie na vybudovanie športovo-relaxačného centra (so zariadením wellness) aquaparkom a kongresovou halou

Os 3 - Imidž mesta na základe tradícií

- 3.1. využitie zemplínskych tradícií (gastronómia, folklór, zemplínske jarmoky) na vytvorenie obrazu Michalovce – srdce Zemplína
- 3.2. lepšie využívanie kultúrno-spoločenských a športových akcií (napr. zraz motorkárov, Podvihorlatský maratón, ...) na prepojenie Zemplínska Šírava – mesto
- 3.3 realizácia aktivít pre vytvorenie obrazu Michalovce – vstupná brána na Podvihorlatskú vetvu Zemplínskej vínnej cesty

Os 4 – Propagácia mesta

- 4.1. Doplnenie web stránky mesta vyčerpávajúcimi informáciami o možnostiach primárnej a sekundárnej ponuky cestovného ruchu v meste a okolí

4.2. V rámci public relation využiť možnosti pozvania niekoľkých domácich a zahraničných novinárov na niekoľkodňový pobyt v meste s programom predstavenia možností a produktov z oblasti cestovného ruchu v meste a okolí

4.3 Vo vhodných zoskupeniach podľa dôležitosti a významu navštevovať výstavy a workshopy cestovného ruchu doma aj v zahraničí , vytvorenie propagačného materiálu mesta a jeho okolia pre cestovný ruch /tlačených aj na DVD nosičoch/

4.4. Vo vhodných zoskupeniach podľa dôležitosti a významu navštevovať výstavy a workshopy cestovného ruchu doma aj v zahraničí , vytvorenie propagačného materiálu mesta a jeho okolia pre cestovný ruch /tlačených aj na DVD nosičoch/

4.5. Zabezpečiť efektívnu propagáciu a informovanosť o meste na Zemplínskej Šírave a jazere Vinné a v oblasti promotion spolupracovať s ostatnými subjektami cestovného ruchu a oblasťami regiónu /spracovanie spoločnej marketingovej stratégie/ v súčinnosti s KSK a SACR

Akčné plány

Akčný plán 1.1. : Vytvorenie z RZTZ destinačné spoločenstvo a destinačný manažment a jeho profesionalizácia

Popis stavu :

V Michalovciach a subregióne Zemplínska Šírava je vytvorené RZTZ (Regionálne združenie turizmu Zemplín), ktorého členmi nie sú všetky dôležité subjekty z oblasti cestovného ruchu. Pri riešení koncepčných otázok rozvoja , propagácie, marketingovej stratégie, spolupráce a ďalších otázok v oblasti cestovného ruchu dochádza k problémom, resp. nemožnosti riešenia niektorých spoločných problémov. RZTZ nemá plateného pracovníka.

Ciele:

Zo všetkých dôležitých subjektov cestovného ruchu v oblasti a zo samosprávy vytvoriť *destinačné spoločenstvo* na čele s *destinačným manažmentom*, ktoré bude v rámci svojich možností riadiť a koordinovať rozvoj a spoluprácu v cestovnom ruchu v oblasti.

Popis akcie :

- na úrovni RZTZ a samosprávy vytvorenie prípravnej pracovnej komisie
- oslovenie potenciálnych členov destinačného spoločenstva s argumentáciou a následnou registráciou
- na spoločnom stretnutí vytvorenie *destinačného manažmentu* zo súkromného aj verejného sektoru
- za spoločnej účasti vypracovanie nových stanov a organizačného poriadku

- vytvorenie finančného krytia na vytvorenie 1 – 2 pracovných miest pre profesionálnych pracovníkov destinačného spoločenstva

Indikátory : - zvýšenie členov RZTZ ako destinačného spoločenstva

Dopady : -zlepšenie spolupráce a koordinácia činností
-operatívnejšie riešenie problematiky cestovného ruchu v destinácii
-celkove zefektívnenie a zlepšenie rozvoja cestovného ruchu v oblasti

Možnosti realizácie:

Nositeľ projektu : RZTZ

Partneri : samospráva

ostatné subjekty cestovného ruchu

Príjemcovia: všetky subjekty a účastníci cestovného ruchu

Finančný plán : vlastný rozpočet

Harmonogram : december 2006 – júl 2007

Akčný plán 1.2. : Vypracovanie spoločnej marketingovej stratégie destinačného spoločenstva

Popis stavu: Súčasný vývoj, spolupráca, zámery, propagácia, informovanosť je značne nekoordinovaná, čo je pre niektoré subjekty aj zbytočne finančne náročné. Ide predovšetkým o oblasť spolupráce, propagácie a ďalšieho rozvoja.

Ciele: Vytýčenie určitých styčných bodov v ďalšej činnosti, koordinovaný postup v spoločných otázkach a problémoch a určenie ďalšej stratégie rozvoja.

Popis akcie: spoločná diskusia a zozberanie podkladov od jednotlivých subjektov, na základe podkladov spracovanie marketingovej stratégie destinačným manažmentom v spolupráci s profesionálnou inštitúciou

Indikátory: - počet zúčastnených subjektov

Dopady : -jednoduchšie riešenie spoločnej problematiky
-zníženie výdavkov niektorých subjektov na propagáciu
-zlepšenie vzájomnej spolupráce a posúvanie klienta

Možnosti realizácie :

Nositeľ projektu : destinačné spoločenstvo
Partneri : profesionálna inštitúcia
Príjemcovia : - všetci členovia destinačného spoločenstva

Finančný plán : 150 000 – 200 000 Sk

Harmonogram : september – december 2007

Akčný plán 2.1. : Vytvorenie nových oddychových zón v meste a na Laborci

Popis stavu : V meste nie je vyriešený problém oddychových zón, vhodné územia nemajú potrebnú infraštruktúru a nie sú patrične udržiavané. Veľké rezervy sú pri toku rieky Laborec.

Ciele: Vytvoriť v meste oddychové zóny aj pre aktívny oddych a po patričných úpravách využívať brehy Laborca pre šport, rekreáciu a rybolov

Popis akcie : - zabezpečiť správu a údržbu a zvýšiť štandard už existujúcich zón
- vytvorenie značkových cyklotrás v meste, s prepojením na ZŠ a okolie
- vyriešiť právne otázky (dohoda so správcom toku, vysporiadanie pozemkov)
- vypracovanie feasibility study na vybudovanie oddychových zón
- zabezpečenie finančného krytia a vypracovanie projektu

Dopady : - estetizácia prostredia
- zadržanie účastníkov prímestskej rekreácie v meste pred odchodom do iných lokalít
- zlepšenie životného prostredia v meste
- užšie prepojenie mesta so ZŠ

Indikátory : zvýšený počet návštevníkov v oddychových zónach

Možnosti realizácie :

Nositeľ projektu : Mestský úrad Michalovce
Partneri: - zainteresované organizácie
Príjemcovia - obyvatelia mesta

Finančný plán: vlastný rozpočet a výsledky feasibility study

Harmonogram : v priebehu rokov 2007 – 2008

Akčný plán 2.2.: Využitie geotermálnej energie na vybudovanie športovo – relaxačného centra (so zariadením wellness a hotelom s kapacitou 50-60 lôžok), aquaparkom a viacúčelovou kongresovou halou

Popis stavu : Mesto leží v lokalite s výdatnými geotermálnymi zdrojmi, ktoré je možné veľmi efektívne využiť v oblasti cestovného ruchu. Podobný komplex sa na východe nenachádza a je tu veľká šanca pre získanie domácej aj zahraničnej klientely.

Ciele : Vybudovať uvedený komplex so všetkými najnovšími trendmi a technológiami s celoročným využitím a s prepojením na Zemplínsku Šíravu, získanie širokej klientely z domova aj zo zahraničia a dostať akcie kongresového cestovného ruchu do lokality.

Popis akcie : - vypracovanie feasibility study „Potenciál využitia geotermálnej energie pre mesto Michalovce
- výber vhodnej lokality, kontaktovanie vhodného investora
- vypracovanie feasibility study „Výstavba športovo -relaxačného centra , wellness, aquaparku a viacúčelovej kongresovej haly
- vypracovanie marketingovej stratégie uvedeného komplexu

Dopady : -zatraktívnenie celej lokality
-podstatné zvýšenie návštevnosti v meste
-zvýšenie príjmov z cestovného ruchu
-pozdvihnutie významu mesta (kongresy a pod.)

Indikátory - podstatné zvýšenie návštevnosti mesta ,zvýšenie príjmov z cestovného ruchu

Možnosti realizácie :

Nositeľ projektu : Mestský úrad Michalovce a investor

Partneri: spracovatelia feasibility study a zainteresované organizácie

Príjemcovia : účastníci cestovného ruchu

Finančný plán : 100 000 – 150 000 Sk za spracovanie prvej feasibility study, ostatné po dohode s investorom a podľa výsledkov ďalších feasibility study.

Harmonogram : v priebehu rokov 2007 – 2008

Poznámka : O podobné komplexy je na východe Slovenska veľký záujem. Michalovce sú výbornou lokalitou, no záleží kde sa podobný komplex vybuduje čo najskôr. Situovať by ho podľa možnosti bolo treba na okraji mesta, s čo najlepším prepojením na ZŠ. Investor z Islandu s dostatočnými finančnými zdrojmi má záujem o prefinancovanie projektov na báze geotermálnych vôd.

Akčný plán č. 3.1.: Využitie zemplínskych tradícií na vytvorenie obrazu Michalovce – srdce Zemplína

Popis stavu:

V meste existuje jediná reštaurácia (Slovenská), ponúkajúca počas celého roka typické slovenské jedlá. V stredu Medvedia hora na Zemplínskej Širave je v činnosti Europenzión Salaš, ktorý ponúka lokálne gastronomické špeciality. V meste už desiatky rokov pôsobí folklórny súbor Zemplín, udržiavajúci folklórne tradície piesní a tancov. Vo viacerých okolitých obciach (napr. Hnojné, Lúčky, Zálužice,...) pôsobia amatérske folklórne skupiny. Raz ročne sa v meste uskutočňuje Zemplínsky jarmok. Nie je reštaurácia s typickými jedlami Zemplína

Ciele:

- vytvorenie obrazu mesta ako centra regiónu so živou tradičnou kultúrou, ktorá je schopná prilákať záujemcov o tradície z radov miestnych obyvateľov i cudzích – účastníkov cestovného ruchu nielen na jednorázové akcie, ale aj počas celej sezóny

Popis akcie:

1. vytvorenie podmienok pre zriadenie novej, resp. úpravu ponuky (jedálneho lístka) už existujúcej reštaurácie
2. zavedenie tradície Dni zemplínskej kuchyne
3. vytvorenie prípravného výboru pre organizáciu folklórnych vystúpení, prehliadok, festivalov
4. vytvorenie organizačného výboru na prípravu Zemplínskeho jarmoku, resp. viacerých takýchto akcií ročne (letný – „veľký“; jarný, jesenný – „malé“)

Indikátory:

- počet hostí v stravovacích zariadeniach, podávajúcich tradičné zemplínske špeciality
- počet hostí v rámci Dní zemplínskej kuchyne
- počet folklórnych akcií
- počet aktívnych účastníkov (sólisti, skupiny, súbory) folklórnych vystúpení, prehliadok, festivalov
- počet pasívnych návštevníkov folklórnych akcií
- počet návštevníkov Zemplínskych jarmokov
- tržby predajcov na tradičných jarmokoch
- zisk mesta z prenájmu trhovísk miest, ev. parkovného

Dopady:

- zvýšenie účasti na akciách
- zvýšenie návštevnosti mesta
- nárast odvodov do mestskej pokladnice

Možnosti realizácie:

Nositeľ projektu: RZTZ, TIK, komisie mestského zastupiteľstva

Príjemcovia : návštevníci mesta; obyvatelia mesta, okolia

Harmonogram : roky 2007 až 2008

Akčný plán č. 3. 2.: Využívanie kultúrno-spoločenských a športových akcií (napr. zraz motorkárov, Podvihorlatský maratón, ...) na zlepšenie prepojenie Zemplínskej Šíravy a mesta

Popis stavu:

Na Zemplínskej Šírave sa raz ročne uskutočňuje stretnutie motorkárov s narastajúcou účasťou (v r. 2006 – odhad 35.000 návštevníkov). Táto akcia je málo využívaná na pritiahnutie návštevníkov do mesta. V meste začína a končí trasa Podvihorlatského maratónu – tradičného preteku s medzinárodnou účasťou.

Ciele:

- zvýšenie počtu aktívnych účastníkov existujúcich akcií
- zvýšenie počtu pasívnych návštevníkov takýchto akcií
- rozšírenie počtu kultúrno-spoločenských a športových akcií

Popis akcie:

1. vytvorenie podmienok na zvýšenie počtu aktívnych účastníkov akcií zvýšením ich úrovne, dobrou organizáciou akcie a hmotnou stimuláciou (súťaž o, cena za)
2. vytvorenie podmienok na zvýšenie počtu pasívnych návštevníkov zvýšením atraktívnosti akcií (prejazd motorkárov mestom)
3. vytvorenie prípravného (organizačného) výboru pre rozšírenie počtu kultúrnych a športových akcií

Indikátory:

- počet akcií
- počet registrovaných účastníkov akcií
- počet pasívnych návštevníkov akcií
- zisk mesta z prenájmu trhových miest, ev. parkovného

Dopady:

- zvýšenie návštevnosti Zemplínskej Šíravy počas akcií i mimo nich
- zvýšenie návštevnosti mesta počas akcií i mimo nich
- vytváranie imidžu mesta ako kultúrno-spoločenského centra Zemplína
- zvýšenie ziskov z odvodov, parkovného, ...

Možnosti realizácie:

Nositeľ projektu: RZTZ, SCR Vinné, SCR Kaluža, TIK, komisie mestského zastupiteľstva

Príjemcovia : návštevníci mesta, návštevníci Zemplínskej šíravy, účastníci akcií

Harmonogram : v priebehu rokov 2007 - 2008

Akčný plán 3.3 : Realizácia aktivít pre vytvorenie obrazu Michalovce – vstupná brána na Podvihorlatskú vetvu Zemplínskej vínnej cesty

Popis stavu:

Na Slovensku boli doposiaľ zriadené dve vínné cesty (malokarpatská a nitrianska), ktoré ponúkajú účastníkom CR kvalitné regionálne vína, vinohradnícke tradície a kultúru. Na východnom Slovensku aj napriek produkcii kvalitných regionálnych vín (tokajské, tibavské, vinianské,...) zatiaľ vínná cesta nevznikla. Prvé akcie dni otvorených pivníc (v r. 2006 druhý ročník s účasťou stoviek návštevníkov), resp. „snúbenie vína a tradičných jedál“ sa zatiaľ uskutočnili v tokajskej vinohradníckej oblasti. V obci Vinné sa uskutočňujú súťaže vín. V minulosti sa v Sobranciach uskutočňovali slávnosti vinobrania. Katedra Geoturizmu ÚPaCR F-BERG TU vypracovala v r. 2003 pre KSK Pre-feasibility štúdiu Zemplínska Vínná Cesta (ZVC) .

Ciele:

- využiť blízkosť vinárskych oblastí (michalovská a sobranecká) na tvorbu a realizáciu produktov CR pre návštevníkov mesta a Šíravy (ochutnávky vín, dni otvorených pivníc, výstavy vín, vínny festival, someliérske kurzy a pod.)
- prostredníctvom TIK-u začať postupnú realizáciu aktivít v rámci Zemplínskej vínnej cesty a vytvoriť obraz Michaloviec ako vstupnej brány na jej Podvihorlatskú vetvu

Popis akcie:

1. vypracovanie feasibility study, resp. marketingovej stratégie produktu Podvihorlatská vetva (PvV) ZVC
2. vytvorenie prípravného výboru pre vznik PvV ZVC
3. vytvorenie organizačnej štruktúry „Združenia PvV ZVC“, podľa možnosti na báze RZTZ, uzatvorenie štatútu
4. vytvorenie časového plánu akcií v rámci PvV ZVC
5. realizácia plánu akcií podľa plánu

Indikátory:

- počet participantov, zapojených do Združenia PvV ZVC
- počet vinohradníkov, zapojených do Dňa otvorených pivníc
- počet návštevníkov Dňa otvorených pivníc
- počet účastníkov výstavy vín
- počet návštevníkov výstavy vín
- počet návštevníkov vínného festivalu
- počet účastníkov someliérskeho kurzu a pod.

Dopady:

- zvýšenie návštevnosti mesta počas akcií
- vytváranie obrazu mesta ako brány do PvV ZVC
- zvýšenie návštevnosti pivníc
- zvýšenie predaja vín
- zlepšenie imidžu vinohradníckych firiem a oblastí

Možnosti realizácie:

Nositeľ projektu: RZTZ, Združenie PvV ZVC, TIK, vinohradnícke obce, vinárske firmy, Zemplínske múzeum Michalovce

Príjemcovia: návštevníci akcií, návštevníci mesta, návštevníci Zemplínskej Šíravy, návštevníci pivníc, výstav, festivalu,

Harmonogram : v priebehu roku 2007

Akčný plán 4.1.: Doplnenie web stránky mesta

Popis stavu:

Existuje niekoľko internetových stránok hotelov, reštaurácií, atď.v meste Michalovce. Ich nevýhodou je, že v niektorých prípadoch im chýbajú jazykové mutácie, príp. nie sú zapojené v dôležitých on-line rezervačných systémoch a databázach. Prezentácia primárnej ponuky v meste Michalovce na web stránke mesta je obmedzená na základné informácie doplnené fotografiami , bez ďalších informácií o súčasnom prevádzkovaní a sprístupnení prezentovaných objektov pre turistov. V rámci sekundárnej ponuky sú využívané iba hypertextové odkazy na tretie subjekty . Samotné vyhľadávanie informácií je prenechané na samotných návštevníkov stránky /absentuje systém selekcie a vyhľadávania informácií, vzhľadom na skutočnosť,že sa rozsah obmedzil na základné informácie/, prezentácia sekundárnej ponuky je prenechaná na spomínané tretie subjekty . Zároveň absentuje koordinácia zverejňovania relevantných informácií a s tým súvisiaca každodenná aktualizácia informácií , monitoring návštevnosti, priestor pre prezentáciu služieb poskytovaných turistickou informačnou kanceláriou, kontakt na pracovníkov informačnej kancelárie, zmena zo statického charakteru prezentácie mesta a jeho primárnej ponuky na 3 D virtuálno-panoramatickú prehliadku, príp. v rámci propagácie mesta siahnuť po možnosti využívania bannerovej reklamy pre subjekty cestovného ruchu .

Ciele:

-vytvoriť sieť aktuálne existujúcich internetových stránok v rámci regiónu a následne ich integrovať do spoločného portálu v rámci regiónu s cieľom vytvárať čo najužšie prepojenie mesta so Zemlínskou Šíravou.

Popis akcie:

- zosumarizovanie existujúcich internetových stránok a vytvoriť spoločný portál.

Možnosti realizácie :

Nositeľ projektu : -Mestský úrad Michalovce

Partneri: - zainteresované organizácie

Príjemcovia: - obyvatelia mesta a návštevníci

Indikátory:

- spoločný portál v rámci regiónu
- počet návštev webovej stránky , a na základe monitoringu návštevnosti,analýzy čo návštevníkov najviac zaujíma, ako sa na webe správajú, odkiaľ prichádzajú následne upraviť internetový marketingový mix.

Harmonogram:

okamžite

Akčný plán 4.2.: Pozvania domácich a zahraničných novinárov

Popis stavu:

V súčasnej dobe absentuje výraznejšia propagácia mesta organizovaním infociest pre domácich a zahraničných novinárov, ktorí potom vo svojom médiu uverejnia vhodné články a informácie.

Ciele:

- propagovať mesto spoločne so Zemplínskou Šíravou ako turistickú destináciu.

Popis akcie:

Budovať obraz regiónu je dlhoročná záležitosť. Pre prácu s novinármi bude potrebné:

- organizačné zabezpečenie jednotlivých infociest v dostatočnom predstihu pre novinárov
- rokovanie s potenciálnymi sponzormi (doprava, ubytovanie, strava, vstupy do historických objektov)
- oslovenie novinárov.

Možnosti realizácie :

Nositeľ projektu : - Mestský úrad Michalovce

Partneri: - zainteresované organizácie

Príjemcovia: - čitatelia periodík

Indikátory:

- počet organizovaných návštev domácich a zahraničných novinárov
- počet vydaných správ a článkov v odborných a ostatných publikáciách cestovného ruchu

Harmonogram : v priebehu rokov 2007 – 2008

Akčný plán 4.3. : Navštevovať výstavy a workshopy CR, vytvorenie propagačného materiálu mesta a jeho okolia

Popis stavu:

Na turistických výstavách v Holiday World v Prahe, Regiontour v Brne, Slovakiatour v Bratislave, Tour v Košiciach, TT v Krakove, Hó Show Budapešti a v Menjünk világga v Miškolci sa región Zemplín od r. 2003 prezentoval v rámci prezentácií samosprávneho kraja. V rámci tvorby propagačných materiálov bola v roku 2000 Agentúrou JeS Košice pre Mestský úrad v Michalovciach vydaná publikácia Mesto Michalovce.

Ciele:

- zlepšiť imidž regiónu v zahraničí a v iných regiónoch SR pre širokú laickú a odbornú verejnosť
- priblížiť región ako turistickú destináciu

Popis akcie:

- vytypovať zahraničné a domáce výstavy CR, na ktorých sa bude prezentovať mesto Michalovce spoločne s ostatnými členmi destinačného spoločenstva v rámci prezentácie subregiónu

- pripraviť – vydať informačné brožúry, mapy a prospekty o meste, ktoré ho budú prezentovať na jednotlivých výstavách
- zabezpečiť prezentáciu zemplínskych tradícií a špecialít na výstavách (gastronomické špeciality, víno na degustáciu)

Možnosti realizácie :

Nositeľ projektu : Mestský úrad Michalovce

Partneri: - zainteresované organizácie, RZTZ, Združenie PvV ZVC, TIK, vinohradnícke obce, vinárske firmy,

Príjemcovia - účastníci veľtrhov

Indikátory:

- počet vydaných nových propagačných materiálov, brožúr, máp, prospektov o meste a regióne
- počet účastí na domácich a zahraničných výstavách cestovného ruchu

Harmonogram : v priebehu rokov 2007 – 2008

Akčný plán 4.4.: Zabezpečiť činnosť TIK v Michalovciach**Popis stavu:**

V čase tvorby tejto stratégie bolo pripravované zriadenie TIK.

Ciele:

zlepšiť kvalitu služieb /poskytovaných informácií/ návštevníkom mesta.

Popis akcie: -zriadenie, vybavenie a začatie prevádzkovania TIK

-začlenenie TIK za člena Asociácie informačných centier Slovenska /AICES/, s tým súvisiaca štandardizácia informačných služieb poskytovaných bezplatne a odporúčaných služieb nad rozsah minimálnych služieb , ktoré sú stanovené v podmienkach prijatia TIK za člena AICES

-v rámci web stránky mesta vytvoriť priestor pre prezentáciu služieb poskytovaných TIK

-využiť činnosť TIK ako subjektu, ktorý bude v úlohe spolukoordinátora spolupráce na báze destinačného spoločenstva

-využiť činnosť TIK ako subjektu, ktorý je v priamom kontakte s návštevníkmi mesta na realizáciu marketingových výskumov

Možnosti realizácie :

Nositeľ projektu : Mestský úrad Michalovce

Partneri: zainteresované organizácie

Príjemcovia : účastníci cestovného ruchu

Indikátory:

-počet návštevníkov , ktorí využili služby TIK

Harmonogram : v priebehu roka 2007

Akčný plán 4.5 : Zabezpečiť efektívnu propagáciu a informovanosť o meste na Zemplínskej Šírave a jazere Vinné a spolupráca v oblasti promotion

Popis stavu:

V súčasnosti absentuje efektívna propagácia o meste na Zemplínskej Šírave a jazere Vinné, pričom existuje náväznosť návštevnosti mesta na subregión Zemplínska Šírava.

Ciele: -zabezpečiť efektívnu propagáciu a informovanosť o meste na Zemplínskej Šírave a jazere Vinné

-využiť náväznosť na subregión Zemplínska Šírava pre svoju návštevnosť a propagáciu

Popis akcie: -umiestniť reklamné pútače o meste na Zemplínskej Šírave a jazere Vinné

-v rámci spolupráce na báze destinačného spoločenstva zabezpečiť distribúciu propagačných materiálov o meste Michalovce v ubytovacích zariadeniach na Zemplínskej Šírave

-v súčinnosti s KSK a SACR zabezpečiť spoločnú prezentáciu subregiónu, Zemplínskej vínnej cesty

Možnosti realizácie :

Nositeľ projektu : Mestský úrad Michalovce

Partneri: zainteresované organizácie

Príjemcovia : účastníci cestovného ruchu

Indikátory:

-počet návštevníkov , ktorí navštívili mesto Michalovce

Harmonogram : v priebehu roka 2007

Uvedené akčné plány sú iba na roky 2006-2008 . Niektoré projekty uvedené v nich majú dlhodobejší charakter a preto sú spracované iba v začiatkovej fáze, zodpovedajúcej tomuto obdobiu.