



MESTO NITRA

Materiál na rokovanie Mestského zastupiteľstva v Nitre

Predkladateľ:	Marek Hattas, primátor mesta Nitra
Číslo materiálu:	1167/2022
Názov materiálu:	Návrh Stratégie rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021-2031
Spracovateľ:	Mgr. Mariana Záturová – vedúca odboru TIC Nitra
Napísal:	PhDr. Zuzana Palenčíková, PhD. Ing. Alena Pivarčiová, referent pre cestovný ruch Mgr. Terézia Zaujecová, odborný referent TIC Nitra
Prizvať:	-
Dátum rokovania MZ:	26.5.2022
Dátum vyhotovenia:	28.3.2022

Návrh na uznesenie:	Mestské zastupiteľstvo v Nitre p r e r o k o v a l o Návrh Stratégie rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021-2031 s c h v a ľ u j e Stratégiu rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021-2031 podľa predloženého návrhu
----------------------------	--

Podpis predkladateľa:	
------------------------------	--

Návrh Stratégie rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021-2031

Návrh Stratégie rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021-2031 bol predložený na rokovanie Mestského zastupiteľstva v Nitre dňa 10.12.2020 a Uznesením číslo 355 /2020-MZ ho **Mestské zastupiteľstvo v Nitre zobralo na vedomie**. Návrh strategického dokumentu podliehal posudzovaniu vplyvov na životné prostredie podľa zákona č. 24/2006 Z. z. o posudzovaní vplyvov na životné prostredie a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov. Mesto Nitra, ako obstarávateľ strategického dokumentu, zabezpečilo vypracovanie oznámenia o strategickom dokumente „Stratégia rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021 – 2031“ a následne postupovalo podľa zákonom stanoveného postupu. Hodnotenie vplyvov strategického dokumentu na životné prostredie vykonala spoločnosť ENPRO Consult z Bratislavy. OÚ Nitra určil na vypracovanie odborného posudku RNDr. Miloslava Badíka, fyzickú osobu odborne spôsobilú na účely posudzovania vplyvov činnosti na životné prostredie. Na základe Záverečného stanoviska z povinného hodnotenia strategického dokumentu **bola doplnená príloha č. 1.**

Predložený návrh Stratégie rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021-2031 obsahuje 3 časti:

Časť A Analýza súčasného stavu – cestovný ruch v meste Nitra

Časť B Návrhová časť

Príloha č. 1.

Dôvodová správa

Návrh Stratégie rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021-2031 podlieha posudzovaniu vplyvov na životné prostredie podľa zákona č. 24/2006 Z. z. o posudzovaní vplyvov na životné prostredie a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov. Mesto Nitra postupovalo podľa harmonogramu prípravy a schvaľovania strategického dokumentu uvedeného v tabuľke:

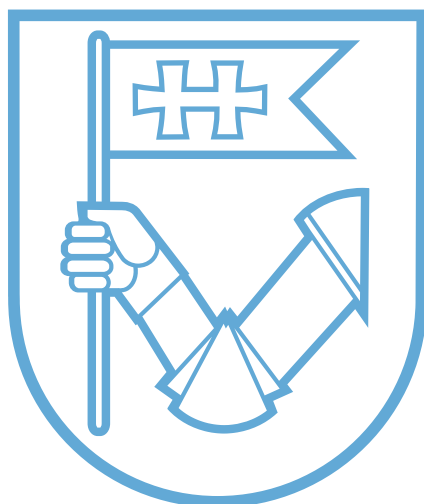
Etapa prípravy a schvaľovania	Termín
Vypracovanie oznámenia	04/2021
Vypracovanie návrhu strategického dokumentu	04/2021
Určenie rozsahu hodnotenia	05/2021
Zverejnenie a pripomienkovanie rozsahu hodnotenia	05-06/2021
Vypracovanie správy o hodnotení	10/2021
Pripomienkovanie správy o hodnotení a návrhu strategického dokumentu	10-11/2021
Verejné prerokovanie správy o hodnotení a návrhu strategického dokumentu	22.11.2021
Vypracovanie odborného posudku (podľa § 13 zákona o posudzovaní)	12/2021
Vypracovanie záverečného stanoviska z procesu posudzovania	01/2022
Zohľadnenie výsledkov posudzovania	02/2022
Predloženie návrhu strategického dokumentu na schválenie	04/2022
Schválenie návrhu strategického dokumentu	05/2022

Na základe výsledkov procesu posudzovania, vykonaného podľa ustanovení zákona o posudzovaní, pri ktorom sa zväzil stav využitia územia a únosnosť prírodného prostredia, význam očakávaných vplyvov navrhovaného riešenia strategického dokumentu na životné prostredie a zdravie obyvateľstva, úroveň spracovania návrhu strategického dokumentu a správy o hodnotení tohto strategického dokumentu, po zohľadnení opodstatnených stanovísk dotknutých subjektov, zohľadnení výsledkov verejného prerokovania, záverov odborného posudku a za súčasného stavu poznania **s a odporúča** schválenie strategického dokumentu „Stratégia rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021 - 2031“ za podmienky dodržania odporúčaní na prepracovanie, dopracovanie, úpravu návrhu strategického dokumentu podľa záverečného stanoviska. Ak jednotlivé navrhované činnosti, ktoré sa budú umiestňovať na riešenom území, budú spĺňať prahové hodnoty pre posudzovanie vplyvov na životné prostredie podľa prílohy č. 8 k zákonu č. 24/2006 Z. z. o posudzovaní vplyvov na životné prostredie a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov bude vykonané ich posúdenie podľa tretej časti tohto zákona, pred ich povolením podľa osobitných predpisov. Predmetom posudzovania bol návrh strategického dokumentu v jednom variante riešenia, ktorý predstavuje reálny a trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu na území mesta Nitra od roku 2021 do roku 2031. Návrh strategického dokumentu je vypracovaný z environmentálneho hľadiska na prijateľnej úrovni, a preto sa jeho prepracovanie nenavrhuje. Sú v ňom zohľadnené i opodstatnené požiadavky dotknutých orgánov, ktoré súvisia s posudzovaným dokumentom a ktoré boli súčasťou stanovísk k oznámeniu a k správe o hodnotení. V rámci schválenia návrhu strategického dokumentu uznesením Mestského zastupiteľstva v Nitre sa odporúča z hľadiska úplnosti a zlepšenia jeho kvality akceptovať v rámci strategického dokumentu Záverečné stanovisko

z posúdenia strategického dokumentu zo dňa 26.01.2021 vydané Okresným úradom Nitra, odbor starostlivosti o životné prostredie, oddelenie ochrany prírody a vybraných zložiek životného prostredia. V konečnom návrhu strategického dokumentu sa odporúča samostatným doplnkom, ktorý bude neoddeliteľnou súčasťou strategického dokumentu premietnuť záverečné stanovisko z posúdenia strategického dokumentu „STRATÉGIA ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU NA ROKY 2021 - 2031“, v rámci ktorého sa požadovali akceptovať tieto zásady a regulatívy, ktoré boli dopracované do prílohy č. 1:

- v návrhu strategického dokumentu a v definícii jeho cieľov opatrení a aktivít zdôrazniť environmentálny aspekt rozvoja cestovného ruchu,
- podrobnejšie rozpracovať environmentálne kritéria rozvoja cestovného ruchu posudzovaného strategického dokumentu,
- pri rozhodovaní o navrhovaných činnostiach a projektoch vyplývajúcich zo stratégie dodržiavať všetky odporúčané požiadavky a zásady v súlade s platnými právnymi predpismi.

Komisia pre miestny rozvoj, cestovný ruch a zahraničné vzťahy MZ v Nitre na zasadnutí dňa 8.3.2022 prerokovala návrh Stratégie rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021-2031 a uznesením č.5/2022 **odporúča schváliť predloženú Stratégiu vrátane dopracovanej prílohy č. 1.**



Stratégia rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021-2031

Časť A:
Analýza súčasného stavu – cestovný ruch v meste Nitra

Obsah

- 4** 1. Vymedzenie záujmového územia mesta Nitra
 - 1.1 Demografia mesta Nitra
 - 1.2 Partnerské mestá Nitra

- 6** 2. Analýza manažmentu cestovného ruchu v destinácii Nitra
 - 2.1 Organizačno-inštitucionálne zabezpečenie cestovného ruchu v mestskej destinácii Nitra
 - 2.2 Inštitucionálna spolupráca v cestovnom ruchu v meste Nitra
 - 2.3 Prekrytia kompetencií a činností a „biele“ miesta spolupráce

- 10** 3. Východiskové dokumenty pre potreby stratégie v oblasti cestovného ruchu

- 12** 4. Analýza trendov v cestovnom ruchu do roku 2031 (po pandémie COVID-19)

- 12** 5. Analýza ponuky cestovného ruchu v meste Nitra
 - 5.1 Primárna ponuka
 - 5.2 Sekundárna ponuka
 - 5.2.1 Supraštruktúra cestovného ruchu
 - 5.2.2 Infraštruktúra cestovného ruchu
 - 5.2.3 Všeobecná infraštruktúra

- 19** 6. Analýza dopytu po cestovnom ruchu v meste Nitra

- 20** 7. Profil súčasného návštevníka mesta Nitra

- 22** 8. Dopady pandémie COVID-19

- 22** 9. Produktový mix mesta Nitra na trhu cestovného ruchu

- 24** 10. Zhrnutie a závery analytickej časti

Spracoval: Alena Pivarčiová, Terézia Zaujecová, Zuzana Palenčíková a Odbor TIC Nitra
Odborný konzultant analytickej časti: Zuzana Palenčíková
Použité fotografie: Andrea Koncová, Peter Michalík

www.nitra.eu

Úvod

Cestovný ruch bol do prepuknutia svetovej pandémie COVID-19 v marci 2020 jeden z najvýznamnejších a najdynamickejších sa rozvíjajúcich sektorov európskej aj svetovej ekonomiky a významný faktor spotreby moderného človeka. Napriek nepredvídateľnej globálnej situácii a jej drvivým dopadom na ekonomiky s rozvinutým cestovným ruchom sa ukazuje, že napriek obavám zo šírenia nákazy a strachu z nakazenia u časti svetovej populácie, cestovný ruch nezaničil, ale prechádza radikálnou transformáciou. Súčasná spoločnosť vníma cestovný ruch už ako stabilnú súčasť svojho života, svojej spotreby a len ťažko sa jej vzdá. V danej situácii na trhu cestovného ruchu budú úspešné tie destinácie, ktoré sa prispôbia transformačným procesom na strane dopytu aj ponuky.

Predložená analýza komplexne hodnotí vnútorné a vonkajšie prostredie cestovného ruchu v meste Nitra, pričom vychádza z analýzy:

- regionálnych, národných a nadnárodných dokumentov zaoberajúcich sa rozvojom cestovného ruchu,
- manažmentu a financovania cestovného ruchu v meste Nitra,
- dopytu po cestovnom ruchu vo svete, v Európe, na Slovensku a v Nitre,
- ponuky cestovného ruchu v meste Nitra a jeho bezprostrednom okolí,
- profilu návštevníka mesta Nitra z roku 2015.

Z uvedených analýz vyplývajú kľúčové východiská pre udržateľný rozvoj cestovného ruchu v meste Nitra v dlhodobom horizonte 2021-2031 (SWOT analýza).

Z dôvodu prepuknutia pandémie COVID-19 v marci 2020 bol predčasne ukončený prieskum dopytu po cestovnom ruchu u návštevníkov mesta Nitra¹, preto pri hodnotení dopytu vychádzame z výsledkov posledného reprezentatívneho prieskumu návštevníkov mesta Nitra z roku 2015 (B2C analýza). V analýze ďalej vychádzame zo záverov skupinovej diskusie s členmi Nitrianskej organizácie cestového ruchu (NOCR) a aktérmi cestovného ruchu v destinácii Nitra (B2B analýza), z odpočtu aktivít NOCR v roku 2019 a zo štatistických údajov TIC Nitra o cestovnom ruchu v meste a z údajov Štatistického úradu SR. Zdrojom sekundárnych údajov boli aj odborné publikácie a dokumenty voľne dostupné na internete.

¹V mesiaci február 2020 bol zahájený nový prieskum návštevníkov mesta Nitra, do 9. 3. bolo vybraných 175 odpovedí od návštevníkov Nitry, tieto síce nepovažujeme za reprezentatívnu vzorku, ale budeme ich v analýze dopytu reflektovať.

1. Vymedzenie záujmového územia mesta Nitra

Nitra, podobne ako večné mesto Rím, vznikla na siedmich pahorkoch. Panorámu Nitra tvorí Zobor, Nitriansky hrad, Kalvária, Borina, Dražovský kopec, Vŕšok a Martinský vrch. Mesto Nitra je okresné a zároveň krajské mesto, sídlo Nitrianskeho samosprávneho kraja. Mesto sa rozprestiera na ploche 100,45 km², na území medzi masívom Zobora (587 m) a vrchmi Kalvária (215 m) a Šibeničný vrch (218,5 m), ktoré možno považovať za časť Tribečského pohoria oddeleného riekou Nitrou od hlavného masívu. Nadmorská výška v meste sa pohybuje od 138 do 587 metrov nad morom.

Poloha mesta Nitra je daná týmito krajnými súradnicami:

48° 17' 18" severnej šírky (Čermáň),

48° 20' 15" severnej šírky (Zobor),

18° 04' 00" východnej dĺžky (Mlynárce),

18° 06' 30" východnej dĺžky (mesto Nitra).

Nitru v súčasnosti tvorí 13 mestských častí:

Zobor
Dražovce Staré mesto
Mlynárce Klokočina Chrenová
Kynek Diely Čermáň Janíkovce
Párovské Háje Horné Krškany
Dolné Krškany

Na území mesta sa nachádza komplexná ponuka cestovného ruchu a vyskytuje sa tu sústredený dopyt po cestovnom ruchu (evidovaný počet návštevníkov v hromadných ubytovaných zariadeniach alebo evidovaný počet návštevníkov u prevádzkovateľov atraktivít cestovného ruchu ako sú múzeá, kúpaliská a pod.).

V nadväznosti na vymedzené územie mesta je dôležitá prepojenosť ponuky mesta na jeho bezprostredné okolie (okolité obce – napr. Nitrianske Hrnčiarovce, Lužianky, M. a V. Lapáš, Golianovo, Čechynce, Cabaj-Čápor, Jarok, Ivanka pri Nitre), najmä z hľadiska potenciálu sieťovania a tvorby nových produktov cestovného ruchu s cieľom predĺženia pobytu (počtu prenocovaní) v meste.

V meste Nitra a jej príslahlom okolí sa cestovný ruch odohráva v mestskom aj vidieckom prostredí a spravidla je tvorený kultúrnym a obchodným cestovným ruchom. Mestský cestovný ruch má prevažne charakter krátkodobých pobytov, pričom hlavným motívom cestovania je zážitok z historicky, kultúrnej, obchodne alebo spoločensky zaujímavého miesta.

1.1 Demografia mesta Nitry

V rámci rozvoja cestovného ruchu v mestskej destinácii je dôležitá interakcia s miestnym obyvateľstvom, ktorá môže mať pozitívne aj negatívne dopady pre obidve strany. K 2. 1. 2020 Mesto Nitra eviduje 78 353 obyvateľov, z toho 37 273 (47,6 %) mužov a 41 080 (52,4 %) žien. V porovnaní s rokom 2001 je to pokles o 9 260 obyvateľov, čo indikuje významný pokles počtu obyvateľov mesta. Dôvodom sú jednak štrukturálne zmeny v ekonomike mesta (presun od vývoja a výskumu, poľnohospodárskej orientácie k priemyselnej výrobe), jednak odliv mladých Nitranov za „lepším životom“ do krajín EÚ aj mimo EÚ (tento trend sa výraznejšie prejavil po vstupe SR do EÚ a po uvoľnení pracovnej mobility a možnosti študovať v zahraničí).

Tabuľka: Vývoj počtu obyvateľov mesta s trvalým pobytom v rokoch 2001 - 2019

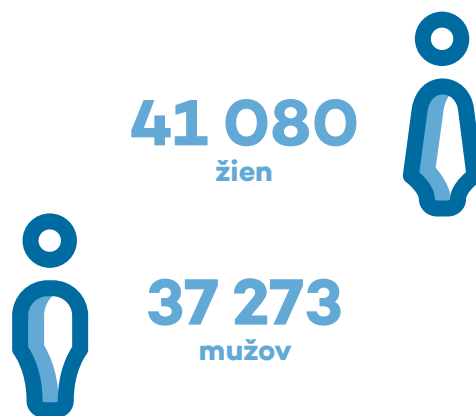
Rok	Počet obyvateľov
2001	87 613
2005	85 172
2010	82 661
2015	80 524
2016	80 130
2017	79 534
2018	79 131
2019	78 353

Zdroj: Mesto Nitra

Po dobudovaní priemyselného parku v Nitre sa výrazne zvýšil počet pracovných migrantov v meste. V priemyselnom parku sa v súčasnosti nachádzajú multinárodné a medzinárodné firmy. Medzi významných zamestnávateľov v priemyselnom parku patria: Jaguar – Landrover (UK), Kuka (Nemecko), DS Smith (UK), Foxconn (Čína), Gefco (Francúzsko), Gestamp (Španielsko), GU Gretsch-Unitas (Nemecko), Marel (Island), Mitsubishi Chemical Advanced Materials Composites s.r.o. (Japonsko), a iné. Celková kapacita priemyselného parku je 15 000 pracovných miest, pričom aktuálne je vyťažený na 66 % (cca 10 000 pracovných miest je obsadených). Značnú časť z nich tvoria cudzinci, ktorí však majú v Nitre zväčša iba prechodný pobyt. Na jeseň roka 2019 malo v Nitre nejaký typ pobytu 5143 cudzincov, z toho 2661 pochádzalo z krajín mimo EÚ/EHP (teda z tzv. tretích krajín) a 2482 bolo z členských štátov EÚ. Medzi cudzincami výrazne prevažovali muži (3419 osôb) nad ženami (1724 osôb). Z hľadiska veku prichádza najviac cudzincov v produktívnom veku 30-54 rokov (2983 osôb), druhý najvyšší počet je vo vekovej kategórii 15-29 rokov (1253 osôb). Vo veku 55-70 rokov malo v Nitre pobyt 639 cudzincov. Maloletých vo veku 0-14 rokov bolo 176. Najmenej bolo cudzincov, ktorí boli starší ako 71 rokov (92 osôb). Cudzinci prichádzajúci do Nitry za prácou, obsadzujú najmä pozície vo výrobe, v stavebníctve a iba čiastočne



počet obyvateľov Nitry
v roku 2019



vyššie manažérske pozície. Na nižšie kvalifikované práce podľa respondentov prichádzajú najmä občania krajín na východ od Slovenska, na vyššie kvalifikované pozície najmä občania zo západných krajín. Postupne si tu niektorí budujú zázemie a prichádzajú za nimi celé rodiny.

Medzi desať najčastejších krajín, z ktorých pochádzajú cudzinci s pobytom v Nitre, patria:

- tretie krajiny: Srbsko 993, Ukrajina 881, Vietnam 125, Rusko 101, Gruzínsko 68, Macedónsko 66, Irak 63, Čína 45, Bosna a Hercegovina 40, India 34;
 - krajiny EÚ: Taliansko 498, Rumunsko 391, Bulharsko 295, Česká republika 281, Poľsko 231, Spojené kráľovstvo 147, Nemecko 141, Španielsko 115, Maďarsko 91, Rakúsko 55.
- (Zdroj: ÚHCP, 2019, In: Kriglerová, Chudžíková, 2020).

Jedným z prínosov zahraničnej migrácie do Nitry je vykrývanie nedostatku pracovnej sily. Nitra je mestom s mimoriadne nízkou nezamestnanosťou (ku koncu marca 2020 bola miera evidovanej nezamestnanosti v okrese Nitra na úrovni 2,41%, v priebehu apríla 2020 aj v dôsledku obmedzení súvisiacich so šírením koronavírusu stúpla na 3,66 %).

1.2 Partnerské mestá Nitry

Presadenie mesta Nitra na medzinárodnom trhu cestovného ruchu je možné rozvíjať okrem iného aj cez platformu partnerských miest. **Mesto Nitra má vo svete 11 partnerských miest:** Kroměříž (Česká republika), Gosford (Austrália), Zielona Góra (Poľsko), Naperville (USA), Zoetermeer (Holandsko), České Budějovice (Česká republika), Osijek (Chorvátsko), Báčsky Petrovec (Srbsko), Spišská Nová Ves (Slovensko), Gyeongju (Južná Kórea). Ide o pestrú, ale zároveň nesúrodú skupinu miest.

Mesto Nitra by malo v budúcnosti vyberať za partnerské mestá adekvátnych partnerov z hľadiska počtu obyvateľov, hospodárskeho charakteru, kultúrnych a historických tradícií i mentality obyvateľstva.

Vzhľadom na prehlbovanie vzťahov medzi európskymi národmi by mal byť výber orientovaný primárne na členské štáty EÚ. Pre partnerskú spoluprácu by sa preto mali vyberať predovšetkým mestá:

- v okolitých krajinách,
- v dostupnej vzdialenosti (cca do 800 až 1000 km),
- porovnateľnej veľkosti,
- podobného charakteru (spoločné prieniky v oblasti histórie, kultúry, cestovného ruchu a ostatných ekonomických aktivít,
- prejavujúce záujem o aktívnu partnerskú spoluprácu (návrh spolupráce–zmluva- aktivity).

2. Analýza manažmentu cestovného ruchu v destinácii Nitra



Cieľom tejto časti analýzy je konkretizovať súčasný systém riadenia a organizácie cestovného ruchu – popísať vymedzenie kompetencií a priorít jednotlivých aktérov cestovného ruchu z verejného a súkromného sektora, vzťah mesta k prevádzkovateľom turistických atrakcií v meste a jeho bezprostrednom okolí, identifikovať možnosti spolupráce na regionálnej úrovni s Nitrianskym samosprávnym krajom (NSK) a poukázať na možnosti realizácie spoločných projektov. Synergia vyššie spomínaných inštitúcií je nevyhnutná pre koordinovaný rozvoj cestovného ruchu nielen v skúmanej destinácii, ale aj v celom Nitrianskom kraji, ktorého prirodzeným centrom je mesto Nitra.

2.1 Organizačno-inštitucionálne zabezpečenie cestovného ruchu v mestskej destinácii Nitra

Kľúčovým aktérom cestovného ruchu vo verejnom sektore na úrovni mesta Nitra bol do roku 2018 **Útvar propagácie a cestovného ruchu** (ÚPaCR) spadajúci priamo pod primátora mesta Nitra a jeho organizačná zložka – Nitriansky informačný systém (NISYS), ktorý v meste plnil dve navzájom súvisiace funkcie: funkciu turistického informačného centra a funkciu mestského informačného strediska. V roku 2018 bol NISYS premenovaný na Turistické informačné centrum, ktoré primárne slúži ako zdroj informácií a miesto prvého kontaktu návštevníkov s mestom. V roku 2019 bola v rámci MsÚ Nitra realizovaná organizačná zmena a Útvar propagácie a cestovného ruchu (ÚPaCR) bol transformovaný na Odbor mestského rozvoja a cestovného ruchu s dvomi referátmi (referát mestského rozvoja, referát cestovného ruchu) a prevádzkou TIC Nitra. Od 1. 6. 2020 bola opäť realizovaná organizačná zmena, cestovný ruch bol z odboru mestského rozvoja odčlenený a vytvoril sa samostatný **Odbor TIC Nitra** s počtom 7 zamestnancov, z toho 2 odborných referentov -

manažérov, 1 administratívny pracovník pre cestovný ruch (back office) a 4 pracovníkov prvého kontaktu s návštevníkmi mesta (front office).

Na regionálnej úrovni má cestovný ruch vo svojej kompetencii **Odbor cestovného ruchu na Úrade Nitrianskeho samosprávneho kraja** (OCR ÚNSK), pozostávajúci z troch oddelení – oddelenie cezhraničnej spolupráce, oddelenie propagácie a marketingu a oddelenie cestovného ruchu.

Osobitné postavenie z radov aktérov cestovného ruchu, ktorí patria do verejného sektora, má Biskupský úrad, ktorý je správcom Nitrianskeho hradu, jednej z najvýznamnejších kultúrnych pamiatok na Slovensku a dominantnej atraktivity cestovného ruchu v meste Nitra. Ďalšiu osobitnú skupinu predstavujú štátne podniky a štátne príspevkové organizácie v gescii Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR, a to Agrokomples NÁRODNE VÝSTAVISKO, š.p., Agroištitút Nitra, š.p. a Agentúra pre rozvoj vidieka, príspevková organizácia.

Partnerstvo verejného a súkromného sektora, združujúce samosprávne, podnikateľské a iné subjekty pôsobiace v destinácii na úrovni mesta Nitra predstavuje **Nitrianska organizácia cestovného ruchu** (NOCR). NOCR bola založená 6. 3. 2012.

Jej zakladateľmi boli aktéri verejného sektora (Mesto Nitra, Agrokomplex - Výstavníctvo Nitra, š.p., Rímskokatolícka cirkev Biskupstvo Nitra) a aktéri cestovného ruchu zo súkromného sektora (LL real invest, s.r.o. – prevádzkovateľ hotela Mikado, Veolia Transport Nitra, a.s., dnes Arriva Nitra, a.s.). Jedná sa o samostatný právny subjekt pôsobiaci podľa zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu registrovaný Ministerstvom dopravy a výstavby SR. Od roku 2014 do roku 2016 bolo členom NOCR združenie právnických osôb - Organizácia cestovného ruchu okresu Nitra (OCRON). V priebehu rokov 2015 - 2016 do členskej základne pribudli zástupcovia z radov verejného sektora (obce Topoľčianky a Mojmírovce, Agroinštitút Nitra, š.p.) a súkromného sektora (Vinárske závody Topoľčianky, s.r.o., Kaštieľ Mojmírovce, s.r.o.). V roku 2019 sa členmi NOCR stali: obec Bojná, kde sa vzájomne napájame na cyrilometodskú tradíciu, MAS Cedron-Nitrava, držiteľ regionálnej značky Nitrava a OZ Radošinka, držiteľ regionálnej certifikovanej značky Ponitrie.

Vysokoškolské vzdelávanie v cestovnom ruchu

V meste Nitra funguje **stredoškolské aj univerzitné vzdelávanie v oblasti cestovného ruchu a rozvoja regiónu.**

V rámci siete stredných odborných škôl ide o tieto školy: Hotelová akadémia Nitra, Stredná odborná škola gastronómie a cestovného ruchu, Stredná odborná škola techniky a služieb – Odbor Obchod a podnikanie (odbor sa delí na blok obchodu a blok cestovného ruchu) a Súkromná stredná odborná škola

ANIMUS na Levickej 40, Nitra.

Nitrianske univerzity UKF a SPU rovnako vychovávajú odborníkov – manažérov pre oblasť cestovného ruchu. V akademickom roku 2019/2020 mali nasledovné počty absolventov v 1. a 2. stupni VŠ štúdiá.

UKF v Nitre:

- Filozofická fakulta, Katedra manažmentu kultúry a turizmu (68)
- Fakulta stredoeurópskych štúdií, Katedra cestovného ruchu (68)
- Fakulta prírodných vied, Katedra geografie a regionálneho rozvoja (49)

SPU v Nitre:

- Fakulta európskych štúdií a rozvoja vidieka, Katedra regionalistiky a rozvoja vidieka (59).

Počet študentov študujúcich na univerzitách v Nitre má mierne klesajúcu tendenciu (aj v celoslovenskom meradle). (SPU v Nitre: v roku 2018 to bolo 6250 študentov z toho 167 zahraničných, v roku 2019 to bolo 5707 študentov, z toho 156 zahraničných, UKF v Nitre: v roku 2018 to bolo 7143 študentov z toho 249 zahraničných, v roku 2019 to bolo 7029 študentov, z toho 345 zahraničných). Z prieskumov univerzít vyplýva, že len cca 7 % absolventov zostáva v Nitre.

V tabuľke uvádzame jednoduchú schému, ktorá zachytáva kľúčových aktérov cestovného ruchu v meste Nitra a v nadväznosti na jeho bezprostredné okolie (susediace obce). Organizácie sú rozdelené do verejného a súkromného sektora.

Tabuľka: Súčasný stav organizačno-inštitucionálneho zabezpečenia cestovného ruchu v destinácii Nitra

VEREJNÝ SEKTOR		VEREJNO-SÚKROMNÉ PARTNERSTVÁ	SÚKROMNÝ SEKTOR
Regionálna úroveň	Miestna úroveň		
<p>Nitriansky samosprávny kraj odbor cestovného ruchu</p> <ul style="list-style-type: none"> - oddelenie cezhraničnej spolupráce - oddelenie propagácie a marketingu - oddelenie cestovného ruchu <p>Počet zamestnancov: 15 osôb</p> <p>Komisia cestovného ruchu a zahraničných vzťahov (8 poslancov, 6 odborníkov)</p> <p>Strategické dokumenty:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Regionálna integrovaná územná stratégia Nitrianskeho kraja na roky 2014 - 2020 - Strategický a marketingový plán rozvoja cestovného ruchu v Nitrianskom samosprávnom kraji na roky 2014 – 2020 - Program cezhraničnej spolupráce Interreg V-A Slovenská republika – Maďarsko 2014 – 2020 (2014) <i>Príprava:</i> Integrovaná územná stratégia 2021-2027, Stratégia rozvoja cestovného ruchu 	<p>Mesto Nitra - odbor mestského rozvoja a cestovného ruchu</p> <ul style="list-style-type: none"> - referát mestského rozvoja - referát cestovného ruchu - prevádzka TIC Nitra <p>Počet zamestnancov: 11 osôb</p> <p>Organizačná zmena od 1.6.2020</p> <p>Odbor TIC Nitra</p> <p>Počet zamestnancov: 7 osôb</p> <p>Komisia Mestského zastupiteľstva v Nitre pre miestny rozvoj, cestovný ruch a zahraničné vzťahy (5 poslancov, 4 odborníci)</p> <p>Strategické dokumenty:</p> <p>Plán hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta Nitry na roky 2015-2023</p> <p><i>Realizácia:</i> Analýza súčasného návštevníka mesta Nitry – predčasne ukončené</p> <p><i>Príprava:</i> Akčného plánu na roky 2020 - 2021 z PHSR, Stratégia cestovného ruchu mesta Nitry</p>	<p>Nitrianska organizácia cestovného ruchu</p> <p>Počet zamestnancov: 2 osoby + zamestnanci na dohodu</p> <p>Strategické dokumenty:</p> <p>Strategický a koncepčný dokument NOCR pre roky 2018-2020</p> <p>Odpočet plnenia cieľov ku koncu roku 2019</p> <p><i>Príprava:</i> Koncepčný dokument NOCR pre roky 2020-2023</p> <p>„Opatrenia v oblasti tvorby produktu NOCR so zameraním na regionálnu produkciu“</p> <p>MAS v obciach susediacich s mestom Nitra:</p> <p>MAS RZ Dolná Nitra o. z.</p> <p>MAS Cedron-Nitrava</p> <p>MAS Vitis</p> <p>MAS Radošinka</p> <p>MAS Žibrica</p>	<p>Asociácia Divadelná Nitra</p> <p>Hidepark Nitra, o.z.</p> <p>Nitriansky horský spolok</p> <p>Zoborský skrášľovací spolok</p> <p>Nitrafiesta</p> <p>OZ Castellum</p> <p>Aeroklub Nitra, o.z.</p> <p>a iní...</p>
		Aktéri v cestovnom ruchu/ verejný sektor	
		Biskupstvo Nitra	

2.2 Inštitucionálna spolupráca v cestovnom ruchu v meste Nitra

Na miestnej úrovni Mesto Nitra najintenzívnejšie spolupracuje s NOCR. Ako jeden zo zakladajúcich členov NOCR, každoročne prispieva na jej fungovanie formou členského príspevku. Členský príspevok pre oblasťnú organizáciu CR predstavoval v roku 2017 a 2018 sumu 20 000,- €, v roku 2019 bol navýšený na 25 000,- € a na rok 2020 bol schválený vo výške 40 000,- €. Novinkami v ponuke a výsledkom spolupráce sú sprevádzania „like a local - či ako miestny“ a vínobus, realizujú sa pravidelné zážitkové balíky a podujatia pre turistov („Objav miesto, zaži príbeh v divadle“, vínný turizmus, „Degustácie vín v divadle“, „Mladé vína v Synagóge“, Festival chutí ...) a press tripy pre novinárov. Koncom roka 2019 bol uskutočnený odpočet a evaluácia dosiahnutých cieľov vyplývajúcich zo STRATEGICKÉHO A KONCEPČNÉHO DOKUMENTU NOCR pre roky 2018 – 2020. Z dokumentu vyplýva, že významným hendikepom pre spolupracujúce inštitúcie je distribúcia a odbyt produktových balíkov. Ďalej chýba zaradenie balíkov do ponuky významných incomingových CK na Slovensku, zvýšenie počtu variantov produktov spojené s intenzívnejšou spolupracou a sieťovaním s aktérmi cestovného ruchu v regióne a inovácia existujúcich variantov s ohľadom na nové trendy na trhu. Príležitosťou pre rozvoj cestovného ruchu je nadviazať spoluprácu so spoločnosťou Jaguar Land Rover cez platformu MICE.

Horizontálna spolupráca medzi Mestom Nitra a NOCR funguje najmä v oblasti marketingu a propagácie, kde subjekty podľa svojich možností participujú na veľtrhoch, prezentačných akciách a spolupracujú v oblasti vytvárania propagačných materiálov. Subjekty intenzívne spolupracujú pri organizovaní podujatí zameraných na kultúru, cestovný ruch, návštevníkov mesta a zážitkové poznávanie (Svetový deň sprievodcov cestovného ruchu, Noc múzeí a galérií, Nitra, milá Nitra, Festival chutí, oslavy Svetového dňa cestovného ruchu, atď.), pri tvorbe strategických a koncepčných dokumentov za oblasť cestovného ruchu (PHSR Mesta Nitry, Koncepcia cestovného ruchu atď.), pri realizácii národných a európskych projektov, realizácii turistickej infraštruktúry (napr. informačných tabúľ pre turistov a tvorbe turistických aplikácií). Problémovou oblasťou je nejednotný manažment destinácie, nejednotná marketingová stratégia, informačný systém a systematický zber štatistických dát. Duplicita sa prejavuje v propagácii ponuky, produktov a v ponuke sprievodcovských služieb.

Z pohľadu manažmentu cestovného ruchu v meste Nitra je veľmi dôležitá **vertikálna spolupráca medzi regionálnou samosprávou (NSK) a miestnou samosprávou (Mesto Nitra) a ostatnými aktérmi cestovného ruchu na území Nitry (NOCR, občianski aktivisti, univerzity)**. Vertikálna spolupráca medzi krajom a mestom by mala prebiehať v oblasti tvorby strategických a koncepčných dokumentov cestovného ruchu, pri propagačných aktivitách Nitrianskeho kraja (napr. zástupcovia

miestnej úrovne na veľtrhoch cestovného ruchu v spoločnom stánku NSK) a pri poskytovaní dotácií na podporu rozvoja cestovného ruchu na území Nitrianskeho kraja z rozpočtu NSK. V minulosti sa Mesto Nitra a NOCR zúčastňovali spoločne s NSK na výstavách cestovného ruchu, spoluorganizovali podujatia, realizoval sa spoločne projekt SK PRES v rámci predsedníctva SR v Rade EÚ. Od roku 2018 sa spolupráca v cestovnom ruchu na vertikálnej úrovni minimalizovala na podporu formou dotácií zo strany NSK, realizáciu projektu Európska kultúrna cesta sv. Cyrila a Metoda a výmenu propagačných materiálov (propagačné materiály z TIC Nitra boli poskytnuté na výstavy cestovného ruchu (napr. ITF Slovakiatour v Bratislave, a propagačné materiály NSK boli poskytnuté pre návštevníkov TIC Nitra).

Problematická je opäť spolupráca pri zdieľaní dát o výkonoch cestovného ruchu, ktoré sú na krajskej úrovni navyše iba vo veľmi obmedzenom množstve a štruktúre.

Hlavným nedostatkom spolupráce medzi miestnou a regionálnou úrovňou manažmentu cestovného ruchu v Nitre (po vertikálnej osi) je neexistencia krajskej organizácie cestovného ruchu. **NSK ako jediný zo samosprávnych krajov nemá založenú krajskú organizáciu cestovného ruchu**, ktorá by riešila destinačný manažment a marketing Nitrianskeho kraja ako celku spolu s mestom Nitra ako jeho prirodzeným turistickým centrom. Priamym dôsledkom uvedených nedostatkov v manažmente cestovného ruchu je prepád výkonov Nitrianskeho kraja v celoslovenskom porovnaní krajov na posledné miesto!

Spolupráca s významnými zahraničnými investormi v meste

Spoločnosť **Jaguar Land Rover** na jeseň roku 2018 otvorila svoj najmodernejší výrobný závod. Príchodom Landroveru a vybudovaním Strategického parku Nitra prišli na trh aj iné zahraničné firmy a subdodávatelia. V rámci dopravnej dostupnosti je nedoriešená verejná hromadná doprava až k samotnému závodu, ale aj nedostavaná cestná infraštruktúra v blízkosti Strategického parku Nitra. Investíciou Jaguar Land Rover bolo vytvorených vyše 2200 priamych pracovných miest (viac ako 30% zo zamestnancov tvoria ženy) a niekoľko tisíc nepriamych pracovných miest. Ponuka na trhu práce je v posledných rokoch predovšetkým pre menej kvalifikované pracovné sily, čo spôsobuje odliv kvalifikovaných a univerzitne vzdelaných pracovníkov do iných miest a do zahraničia a tým sa mení ekonomická štruktúra mesta. V závode sú zamestnaní aj cudzinci. Aj vzhľadom na vzniknutú situáciu bolo v Nitre v októbri 2019 vytvorené miesto prvého kontaktu, jedna zo služieb projektu **Vytvorenie Komunitného centra pre pracovnú a vedomostnú mobilitu v Nitre (COMIN)** pre klientov z radov zamestnancov - štátnych príslušníkov tretích krajín a krajín Európskej únie s vydaným pracovným povolením pre prácu na Slovensku a pre obyvateľov Nitry. Úlohou centra je podpora sociálnej inklúzie cudzincov žijúcich (pracujúcich, študujúcich) v Nitre.

2.3 Prekrytia kompetencií a činností a „biele“ miesta spolupráce

Marketing a propagácia

Destinácia Nitra nemá jednotnú marketingovú stratégiu, s verejnosťou komunikuje prostredníctvom Mesta Nitry, TIC Nitra a NOCR. Mesto Nitra využíva na komunikáciu predovšetkým voči domácim obyvateľom viaceré formy komunikácie: web stránku www.nitra.sk, Facebook, Instagram, newsletter, mailchimp, sms informačný systém, tlačové správy, Radničné noviny, tlačené informačné a propagačné letáky, plagáty, postery ap. TIC Nitra a NOCR sa v propagácii a marketingu zameriavajú predovšetkým na návštevníkov mesta. Podujatia, aktivity, ponuka a produkty sú propagované cez všetky dostupné komunikačné kanály (webstránka, facebook, instagram, veľtrhy a výstavy cestovného ruchu, infocesty, médiá, inzercia v časopisoch, prenájom reklamných priestorov v autobusoch a pod.).

Podľa štatistík z Google Analytics bolo v roku 2018 spolu 413 931 zobrazení a v roku 2019 spolu 492 377 zobrazení **web stránky www.nitra.eu (TIC Nitra)**. Na web stránku TIC Nitra prišlo v roku 2018 – 86 034 návštevníkov (z toho 83,1% nových a 16,9% vracajúcich sa užívateľov), v roku 2019 ich počet vzrástol na 139 859 (z toho 27,7% noví užívatelia a 72,3% vracajúci sa užívatelia). V roku 2019 tvorili takmer 3/4 zo všetkých užívateľov vracajúci sa užívatelia. Návštevníci zostávajú na webe v priemere 2 minúty a navštívia v priemere 2-3 podstránky. Facebookový profil TIC Nitra má približne 3 842 sledovateľov, instagramový profil má približne 343 sledovateľov, vytvorený bol v roku 2017. Mobilnú aplikáciu O Nitre využíva viac ako 1000 návštevníkov a k dispozícii je aj bezplatná služba Mailchimp.

9490



followerov majú spolu facebook profily TIC a NOCR

NOCR v rámci marketingu využíva **webovú stránku www.visitnitra.eu**, reklamný priestor v mestskej a medzimestskej doprave, facebook, instagramový účet, reklamu na YouTube, video upútavky. Podľa štatistík Google Analytics bolo v roku 2018 celkovo 40 486 zobrazení a v roku 2019 to bolo 155 237 zobrazení webstránky [visitnitra.eu](http://www.visitnitra.eu). V roku 2018 prišlo na stránku 21 081 návštevníkov (z toho 87,1 % nových a 12,9 % vracajúcich sa užívateľov) a v roku 2019 prišlo na stránku 28 339 užívateľov (z toho 86,2 % nových a 13,8 % vracajúcich sa). Zotrvanie užívateľov na stránke v roku 2018 bolo v priemere 1:02 minúty, v roku 2019 bolo zotrvanie užívateľov na stránke v priemere 1:20

minúty. Facebookový profil oblastnej organizácie má 5 648 sledovateľov, prostredníctvom Facebooku boli podporené posty, PPC reklama a Google AdWords. NOCR v spolupráci s Mestom Nitra zorganizovala infocesty pre novinárov, v roku 2018 to boli 3 infocesty pre zástupcov médií z Maďarska, Slovenska a zástupcov TV Nova a v roku 2019 pre poľské médiá. Medzi nedostatky v oblasti marketingu cestovného ruchu Mesta Nitry a NOCR patrí nedostatočné sledovanie efektívnosti vynaložených prostriedkov na online marketing.

Pre intenzívnejšiu propagáciu Nitry smerom von treba infocesty novinárov doplniť o novinárov z Rakúska a Nemecka, a ďalej z konkrétnych krajín a miest, odkiaľ prišli do mesta veľké investície v priemyselnom parku (Taliano, Španielsko - Gestamp, Island – firma Marell, Francúzsko, Japonsko, UK a iné).

Z hľadiska odbytu na úrovni mestskej destinácie neexistuje integrovaný online systém priamej rezervácie pobytu, či spoločný rezerváčny systém pre turistické atraktivity v meste (vstupenky do múzeí, galérie, divadla atď.). Uvedené aktivity boli súčasťou plánu prioritných aktivít Ministerstva dopravy a výstavby SR pre oblastné organizácie cestovného ruchu na rok 2020, ktoré majú byť financované zo štátnej dotácie v zmysle zákona č. 91/2010. Členstvo Mesta Nitry v NOCR vytvára priestor na realizáciu uvedených odbytových kanálov.

Duplicity (prekrytia)

- Odboru TIC Nitra a NOCR** - marketing a prezentácia mesta v oblasti cestovného ruchu, masmediálna politika (dve webové stránky o cestovnom ruchu v Nitre, dva facebookové profily), tvorba stratégie cestovného ruchu v meste Nitra, organizácia podujatí cestovného ruchu s celoštátnym významom, príprava okruhov a programových balíkov cestovného ruchu (pre B2B a B2C). Vzájomnou komunikáciou obidvoch subjektov sa niektoré prekrytia podarilo v praxi eliminovať, ale pre zefektívnenie činnosti obidvoch subjektov do budúcnosti je vhodné tieto prekrytia odstrániť a jasne určiť, ktorá organizácia čo bude oprávnená a povinná vykonávať,
- Odboru TIC Nitra a ostatných aktérov cestovného ruchu v meste** - neefektívny zber dát a spracovanie štatistických údajov o cestovnom ruchu v Nitre, keď jednotlivé subjekty manažmentu cestovného ruchu v Nitre si vedú vlastnú štatistiku výkonov v cestovnom ruchu – bez jednotnej metodiky, bez zdieľania údajov, bez existencie centrálného informačného systému na úrovni mesta.

„Biele“ miesta (nepokryté úlohy, aktivity), ktoré v manažmente cestovného ruchu v Nitre nikto nerieši:

- zavedenie komplexného online rezervačného systému pobytov na úrovni mesta s prepojením na destináciu Nitra a okolie,
- zavedenie jednotného, online centrálného informačného systému cestovného ruchu v meste Nitra (vo forme programu/softvéru, ktorý bude napojený na aktérov cestovného ruchu

v meste) so správou zo strany TIC Nitra (počty návštevníkov, počty prenocovaní, tržby, marketingové aktivity a reakcie naň – nástroj marketingového manažmentu destinácie porovnateľný s informačným systémom v hoteli),

- výchova miestneho obyvateľstva k cestovnému ruchu v destinácii Nitra – vrátane zahraničných migrantov, ktorí v meste žijú a pracujú,
- na úrovni mesta neexistuje funkcia „projektový manažér“ pre cestovný ruch, ktorý by sa venoval agende podávania projektov cestovného ruchu na základe výziev EÚ (napr. program EDEN, Destinácie inteligentného cestovného ruchu Fostering smart tourism solutions in EU destinations through the Capital of Smart Tourism a pod.) a iných zahraničných finančných mechanizmov (Vyšehradský fond, Program švajčiarsko-slovenskej spolupráce, nórske, islandské, lichtenštajnské fondy a pod.),
- sledovanie efektívnosti vynaložených prostriedkov na marketing.

Na základe funkcií, ktoré plnia manažérske organizácie cestovného ruchu v zahraničí, odporúčame presunúť väčšiu kompetenciu a zodpovednosť za cestovný ruch mesta Nitry na NOCR, ale iba za podmienky navýšenia personálnej kapacity organizácie (vrátane finančného pokrytia nákladov na personálnu kapacitu). Je žiadúce, aby v rámci NOCR existoval samostatný produktový manažér pre mesto Nitra, ktorý by sa venoval sietovaniu turistických služieb v meste Nitra do komplexných balíkov služieb, ďalej ich propagácii a distribúcii konečným zákazníkom aj firemnej klientele. Pre oblasť projektov v cestovnom ruchu (financovaných EÚ a inými zahraničnými mechanizmami) by bolo vhodné vytvoriť funkciu projektového manažéra špecializujúceho sa na oblasť cestovného ruchu v štruktúre odboru TIC Nitra.

Pozn.: autorkou podkapitoly 2.3 je Zuzana Palenčíková, odborný konzultant analytickej časti stratégie

3. Východiskové dokumenty pre potreby stratégie v oblasti cestovného ruchu



Na nadnárodnej úrovni je cieľom politiky EÚ udržať pozíciu Európy ako vedúcej destinácie a zároveň maximalizovať hospodársky rast, zamestnanosť a podporovať spoluprácu medzi krajinami EÚ. Priority politiky EÚ pre cestovný ruch sa zameriavajú na zvýšenie konkurencieschopnosti odvetvia cestovného ruchu EÚ: rámcové podmienky, inteligentný cestovný ruch, udržateľný a zodpovedný cestovný ruch, pracovná sila a internacionalizácia - globálna konkurencia.

Hlavné výzvy EÚ pre oblasť cestovného ruchu sú:

- bezpečnosť a udržateľnosť
- hospodárska konkurencieschopnosť
- technologický vývoj IT
- trhy a konkurencia

Európska komisia pracuje na mnohých iniciatívach na diverzifikáciu a skvalitňovanie ponuky produktov a služieb cestovného ruchu ako udržateľný cestovný ruch, cestovný ruch dostupný pre všetkých, kultúrny a mimosezónny cestovný ruch.

Oficiálne dokumenty na nadnárodnej úrovni:

- Európa 2020 – Stratégia na zabezpečenie inteligentného, udržateľného a inkluzívneho rastu – KOM (2010) 2020
- „Európa ako popredná svetová destinácia cestovného ruchu - nový politický rámec pre cestovný ruch v Európe“
- Návrh uznesenia Európskeho parlamentu o nových výzvach a stratégiách na podporu cestovného ruchu v Európe
- Celková stratégia oživenia na rok 2020 a ďalšie obdobie “Oznámenie komisie Európskeho parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a Výboru regiónov - Cestovný ruch a doprava v roku 2020 a v ďalšom období“

- Závery Rady o konkurencieschopnosti odvetvia cestovného ruchu ako hnacej sily udržateľného rastu pracovných miest a sociálnej súdržnosti v EÚ v nasledujúcom desaťročí.

Európska komisia spoločne plánuje pripraviť Plán na vybudovanie udržateľného, inovatívneho a odolného európskeho ekosystému cestovného ruchu do roku 2050 („Európsky program pre cestovný ruch 2050“).

V rámci opatrení k pandémie COVID-19 Európska komisia prijala v máji 2020 komplexný balík usmernení a odporúčaní, ktoré majú členským štátom pomôcť postupne zrušiť cestovné obmedzenia a umožniť podnikateľom v cestovnom ruchu, aby po mesiacoch znova otvorili svoje prevádzky v súlade s potrebnými opatreniami na ochranu zdravia.

Balík Európskej komisie týkajúci sa cestovného ruchu a dopravy zahŕňa:

- Celkovú stratégiu oživenia na rok 2020 a ďalšie obdobie
- Spoločný prístup k obnove voľného pohybu a postupnému a koordinovanému rušeniu obmedzení na vnútorných hraniciach EÚ
- Rámec na podporu postupného obnovenia dopravy, ktorým sa zabezpečí bezpečnosť cestujúcich aj personálu
- Odporúčanie, ktoré má za cieľ zatriktívniť pre spotrebiteľov cestovné poukazy ako alternatívu k vráteniu hotovosti
- Kritériá bezpečného a postupného obnovenia činnosti cestovného ruchu a zdravotných protokolov pre ubytovacie a stravovacie zariadenia.

Svetová organizácia cestovného ruchu (UNWTO) predpokladá, že prílev medzinárodných návštevníkov sa zníži o 60 – 80 %, čo pre odvetvie cestovného ruchu predstavuje globálnu stratu v rozmedzí 840 až 1 100 miliárd EUR. V Európe je leto pre cestovný ruch kľúčové: v priemernej letnej sezóne (od júna do augusta) podniknú obyvatelia EÚ 385 miliónov turistických výletov a minú 190 miliárd EUR. (zdroj: <https://ec.europa.eu/slovakia/>).

Súčasná kríza predstavuje príležitosť vybudovať odolnejšie odvetvie cestovného ruchu v EÚ a zrýchliť jeho ekologickú a digitálnu transformáciu. Zároveň je potrebné zachovať postavenie Európy ako jednej z najvyhľadávanejších destinácií a maximalizovať prínos tohto odvetvia pre rast a zamestnanosť. Udržateľné oživenie potrebuje cenovo dostupnú a udržateľnejšiu dopravu a lepšie prepojenie, inteligentné riadenie tokov cestovného ruchu, diverzifikáciu ponuky v oblasti cestovného ruchu, rozvoj zručností v oblasti udržateľnosti pre odborníkov v oblasti cestovného ruchu a väčšie úsilie na zvýšenie informovanosti o rôznych typoch krajín a kultúrnej rozmanitosti v celej Európe.

Význam ekosystému cestovného ruchu v Európe:

- cestovný ruch je štvrtou najväčšou vývoznou kategóriou EÚ
- 10 % podiel na HDP EÚ
- 2,4 milióna podnikov
- globálny líder s podielom 40 % medzinárodných návštevníkov
- 85 % Európanov trávi letnú dovolenku v EÚ (tzv. vnútorný cestovný ruch EÚ)
- 0,56 eura pridanej hodnoty na každé 1 euro vygenerované cestovným ruchom.

Vplyv pandémie COVID-19 na cestovný ruch v EÚ:

- podľa odhadov zaniklo 6 mil. pracovných miest
- výrazná odhadovaná strata príjmov: (85 % v prípade hotelov, reštaurácií, cestovných kancelárií diaľkových vlakových spojení, 90 % v prípade výletných lodí a leteckých spoločností)
- o 60 % až 90 % menej rezervácií v porovnaní s podobnými obdobiami v predchádzajúcich rokoch.

(zdroj: <https://ec.europa.eu/>).

Vplyv pandémie COVID-19 na cestovný ruch na Slovensku:

Do konca leta 2020 pod vplyvom pandémie podľa riaditeľa sekcie cestovného ruchu Radúza Dulu, zaniklo na Slovensku 20 000

pracovných miest v odvetví cestovného ruchu (najmä ako dôsledok poklesu dopytu o tradičné služby cestovného ruchu v oblasti ubytovania a organizovania kongresových podujatí). Kým napr. 75 % slovenských hotelov zaznamenalo počas leta 75 %-ný pokles návštevníkov, v prípade rezervácií netradičných kempov aplikácia „Bez Kempu“ zaznamenala rast o 1 500 % (Trend, september 2020). Podľa prieskumu HomeCredit bolo tento rok na dovolenke iba 38 % Slovákov oproti 60 % dovolenkujúcich Slovákov v roku 2019. Kým v roku 2019 až 2/3 vycestovali za dovolenkou do zahraničia, v roku 2020 to bolo menej ako 3 osoby z desiatich. Pokles záujmu o dovolenky v zahraničí spôsobil, že tržby cestovných kancelárií poklesli zhruba o 90 % oproti minulému roku 2019. Výrazne negatívny bol aj dopad na „chuť míňať“, keď 90 % dovolenkárov minulo na dovolenku menej ako 1 200 €. (zdroj: *tyždenník Trend*, č. 37, roč. 2020).

Vyhliadky do budúcnosti:

Podľa týždenníka *Trend* cestovný ruch vo svete a na Slovensku čaká „temná budúcnosť“ a niekoľko rokov boja o prežitie. Podľa UNWTO obmedzenia v spoločenskom živote v súvislosti s Covidom-19 budú dlhodobé a ani príchod novej vakcíny nebude mať významný efekt, keďže neexistuje výrazný záujem verejnosti očkovať sa. Výdavky na cestovný ruch sa nevrátia na úroveň roku 2019 skôr ako v roku 2024. Negatívny vplyv sa prejaví aj na zamestnanosti v cestovnom ruchu. Podľa UNWTO je celosvetovo ohrozených až 100 miliónov pracovných miest v cestovnom ruchu.

Na národnej úrovni spadá oblasť cestovného ruchu pod Ministerstvo dopravy a výstavby SR, kde je zriadená sekcia cestovný ruch. Medzi dokumenty, ktoré na národnej úrovni priamo ale aj nepriamo ovplyvňujú oblasť cestovného ruchu patria:

- programové vyhlásenie vlády
- Konceptia územného rozvoja Slovenska
- Stratégia rozvoja cestovného ruchu
- Aktualizácia marketingovej stratégie na roky 2019-2020
- Národná stratégia rozvoja cyklistickej dopravy a cykloturistiky v SR.

Uvedené dokumenty sú rozpracované v analytickej časti Konceptie rozvoja cestovného ruchu v destinácii Nitra z roku 2016.

Pripravuje sa Stratégia rozvoja udržateľného cestovného ruchu do roku 2030 a Marketingová stratégia cestovného ruchu v SR na roky 2021 - 2025. Legislatívne je táto oblasť upravená v Zákone o podpore cestovného ruchu č. 91/2010 v znení dodatkov, posledná novelizácia nadobudla účinnosť 25.4.2020. Do konca roku 2016 zastrešovala marketing a propagáciu CR na národnej úrovni Slovenská agentúra pre cestovný ruch (SACR), ktorá mala regionálne pracovisko v Nitre. Vláda SR chce podľa nového programového vyhlásenia vlády obnoviť funkciu SACR. V októbri 2018 bola schválená novela Zákona o dani z pridanej hodnoty, kde s platnosťou od 1. 1. 2019 je nová sadzba na ubytovacie služby 10 % a bol schválený Zákon č. 151/2019 o poskytovaní dotácií na podporu rozvoja cyklistickej dopravy a cykloturistiky.

4. Analýza trendov v cestovnom ruchu do roku 2031 (po pandémii COVID-19)

Analýza trendov v cestovnom ruchu aj vplyvom pandémie COVID-19:

- presun spotrebiteľov do online prostredia – rezervácie, platby, koniec éry hotovostných platieb – nastáva radikálna zmena spotrebiteľského správania
- spotrebiteľské správanie ovplyvňuje rad faktorov: osobné ekonomické blaho a disponibilný príjem, zmeny nákladov, vnímané zdravotné riziká, zmena objemu spotreby v dôsledku pandemických obmedzení
- odstup ľudí, koniec „masového“ cestovného ruchu, pokles cestovania, rast nezamestnanosti, pokles spotreby
- presun záujmu turistov zo zahraničia smerom k domovine, negatívny dopad na cezhraničné výdavky (vrátane cestovného ruchu), úloha domáceho cestovného ruchu pri obnove a dlhodobejšej transformácii na odolnejšiu destináciu
- presun k cykloturistike a outdoor aktivitám (turistika, lesoturistika, vodná turistika, agroturistika)
- nárast významu vidieka ako turisticky atraktívneho priestoru
- rast záujmu o eko, bio, enviro, ecofriendly produkty
- **megatrend – udržateľný cestovný ruch** (nie kvantita, ale kvalita).



5. Analýza ponuky cestovného ruchu v meste Nitra

Z návrhu Stratégie rozvoja udržateľného cestovného ruchu do roku 2030 vyplývajú nasledovné hlavné produktové skupiny:

- Letný cestovný ruch
- Zimný cestovný ruch
- Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch
- Mestský cestovný ruch
- Kultúrny cestovný ruch
- Športový cestovný ruch
- MICE (kongresový cestovný ruch)
- Vidiecky cestovný ruch a agroturistika
- Horský cestovný ruch
- Geoturizmus
- Ekologický cestovný ruch



Potenciál mesta Nitry v rámci hlavných produktových skupín z Návrhu stratégie má predpoklady pre budovanie mestského, kultúrneho, športového, ekologického a MICE cestovného ruchu.

Tabuľka: Potenciál mesta v rámci hlavných produktových skupín

Druhy cestovného ruchu	Charakteristika	Potenciál rozvoja v meste Nitra
Letný cestovný ruch	pobyť pri vode (termálne kúpaliská, akvaparky, vodné plochy), oddych, turistika v horských strediskách, ale aj relax, súčasne rastie snaha o získavanie nových poznatkov, poznávanie nových krajov i oblastí	Áno – kúpalisko, turistika v pohorí Tríbeč (Zobor)
Zimný cestovný ruch	lyžiarske strediská s lyžiarskymi zariadeniami (v dôsledku klimatických zmien v minimálnej nadmorskej výške údolnej stanice 700-800 m.n. m.)	Nie
Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch	Prírodné liečebné kúpele s rozšírenou ponukou wellness služieb, víkendových pobytov na skrášľovanie, odbúravanie stresu a pod., a to pod lekárskeho dozoru; akvaparky a termálne kúpaliská, wellness hotely	iba v okolí mesta (Thermal Park NITRAVA)
Kultúrny a mestský cestovný ruch	Poznávanie architektúry, histórie, pútnických miest; zábava, nakupovanie (tzv. city breaks), organizované kultúrno-spoločenské podujatia (rôzne festivaly – moderné, folklórne, jarmoky, slávnosti, vianočné trhy), púte a náboženské podujatia, zážitková gastronómia (regionálne špeciality, gastronomické podujatia, vinárstvo a víne cesty)	Áno
Kongresový cestovný ruch	Ponuka služieb spojená priamo s organizovaním kongresov, konferencií, veľtrhov, výstav a podujatí obdobného charakteru, ale aj služby doplnkového charakteru. Potrebné sú vhodné materiálo-technické predpoklady (kongresové hotely, paláce, centrá).	čistočne (zastarané areály výstavniska Agrokomplex (AX), kongresového centra Agroinštitút), chýbajúca moderná kongresová infraštruktúra
Vidiecky cestovný ruch a agroturistika	Pobyty vo vidieckej krajine, v jednoduchších typoch UZ (ubytovanie v súkromí, penziónoch ap.) s možnosťou poznávania života na vidieku. Súčasťou vidieckeho cestovného ruchu je agroturistika spojená s pobytom na sedliackom dvore a vykonávaním hospodárskych aktivít	Áno, v okrajových častiach mesta (Dražovce, Janíkovce, Krškany), v blízkom okolí (podzoborské obce, Mojmírovce (mikroregión Cedron).

Autor: Zuzana Palenčíková

Mesto Nitra disponuje bohatou primárnou ponukou cestovného ruchu, ktorá je motívom návštevy mesta. Na primárnu ponuku nadväzuje sekundárna ponuka.

- výstavný areál Agrokomplex
- mesto študentov
- centrum poľnohospodárstva.

5.1 Primárna ponuka

Oblasti primárnej ponuky:

- Príroda a prírodný potenciál
- Pamiatky a kultúrne dedičstvo (kultúrno-historické pamiatky)
- Kultúra, kultúrne zariadenia
- Organizované podujatia s prepojením na cestovný ruch
- Šport a športové podujatia
- Zábava a voľný čas
- Výstavníctvo
- Jedinečnosti Nitry

V rámci cestovného ruchu bol v rokoch 2015 - 2016 zrealizovaný prieskum „Vnímanie Nitry návštevníkmi v cestovnom ruchu“ od autoriek L. Hrubalová a Z. Palenčíková. Prieskum bol súčasťou analytickej časti Konceptie rozvoja cestovného ruchu destinácie Nitra. Z prieskumu vyplynulo vymedzenie typického imidžu Nitry ako cieľového miesta cestovného ruchu, ide o tieto zložky:

- vrch Zobor
- história a kultúrne pamiatky mesta Nitry

V súčasnosti je možné spraviť odpočet ponuky v nadväznosti na prieskum a koncepciu z roku 2016. **Mesto Nitra disponuje bohatým a jedinečným (Natura 2000, nitrianske endemity) prírodným potenciálom**, predovšetkým flórou a faunou na Zoborských vrchoch, Zoborskou lesostepou, súčasťou je tiež Svoradova jaskyňa a jaskyňa na Kalvárii, Svoradov prameň, Kalvária, Borina, Pyramída, Dražovský vršok, rieka Nitra, Mestský park na Sihoti a časť areálu Agrokomplexu. Na svahoch Zobora sa nachádzajú zoborské vinice. Potenciál rieky a nábrevia je nedostatočne využitý s prepojením na kultúru, zábavu a cestovný ruch. Vzhľadom na vhodné prírodné podmienky je Nitra ideálnym miestom na pešiu turistiku a cykloturistiku. Vybudované boli viaceré úseky cyklotrás v meste Nitra:

- Cyklotrasa Klokočina - Borina – Hollého ul. - AS Nitra,
- Cyklotrasa Chrenová II. etapa, Tr. A. Hlinku – Dlhá ulica
- Cyklistický chodník Nitra – Vrábľa, I. a II. etapa
- Cyklotrasa Wilsonovo nábrevie – (Univerzitný most) – Mostná ul. – Jesenského ul. (Park Sihot).

Realizuje sa Cyklotrasa cez rieku Nitra (prepoj Wilsonovo nábrevie – Nábrevie mládeže pri SPU).

Pamiatky a kultúrne dedičstvo

Nitra disponuje bohatým fondom národných kultúrnych pamiatok evidovaných v ÚZPF SR. Ku koncu roku 2019 sa ich nachádzalo na území mesta 241, z toho 94 nehnuteľných a 147 hnutelných objektov a súborov. Horné mesto je pamiatkovou rezerváciou, v Dolnom meste sa nachádza pamiatková zóna a v časti Starého mesta, Zobora a Chrenovej je ochranné pásmo.

Mesto Nitra sa nachádza na Cyrilometodskej a Svätajakubskej ceste, od roku 2020 je TIC Nitra infobodom na Cyrilometodskej ceste. **V Nitre sa nachádza niekoľko desiatok archeologických lokalít**, ktoré dokladujú prvopočiatky vývinu osídlenia a života v Nitre a jej okolí.

Nitriansky hrad sa zaraďuje medzi najvýraznejšie dominanty Nítry. Je národnou kultúrnou pamiatkou a spolu s Horným mestom bol vyhlásený za mestskú pamiatkovú rezerváciu. Nitriansky hrad sa skladá zo štyroch samostatných častí (katedrály, biskupského paláca, hospodárskych budov a vonkajšieho opevnenia s jedinou vstupnou bránou). Areál hradu je spoplatnený, novinkou v posledných rokoch je sprístupnená katedrálka veža, pamätná izba kardinála Jána Chryzostoma Korca, hudobná expozícia a kaviareň Vazulka s terasou. Biskupský palác je sprístupnený verejnosti jedenkrát do roka, na sviatok sv. Cyrila a Metoda a je sídlom nitrianskeho biskupa.

Pamiatky, kultúrne dedičstvo a kultúrna infraštruktúra sú podrobnejšie rozpísané v analytickej časti Kultúra. V posledných rokoch sa spomedzi kultúrnych pamiatok stal novou turistickou lokalitou **Zoborský kláštor**. V rámci lokality boli zakonzervované ruiny kláštora, prebieha rekonštrukcia a zastrešenie eremitky (príbytok kamaldulského mnícha). Novinkou je tiež možnosť prezrieť si príbytok mnícha prostredníctvom rozšírenej reality formou virtuálnej prehliadky. Vybudovaný bol náučný chodník k Zoborskému kláštoru, oddychová zóna v areáli kláštora, v roku 2020 sa plánuje vybudovať záhrada mnícha a čítareň v prírode.

141

kultúrnych podujatí organizovaných a spoluorganizovaných Mestom Nitra v roku 2019

Kultúra a kultúrne inštitúcie

V meste Nitra sa nachádzajú viaceré kultúrne a osvetové inštitúcie (kultúrna infraštruktúra) s krajskou pôsobnosťou: Nitriansky hrad a Diecézne múzeum, Nitrianska galéria, Ponitrianske múzeum v Nitre, Misijné múzeum, Slovenské poľnohospodárske múzeum v Nitre, Divadlo Andreja Bagara v Nitre, Staré divadlo Karola Spišáka v Nitre, Synagóga (Mesto Nitra), Nové divadlo, Diecézna knižnica, Krajská knižnica Karola Kmeťka v Nitre, Krajské osvetové stredisko v Nitre a kultúrne

241

národných kultúrnych pamiatok na území mesta Nítry



domy v mestských častiach. V roku 2016 vzniklo Nové divadlo, ktoré sídli v Dome Matice slovenskej. Pribudlo Detské múzeum Severka, ktoré v súčasnosti pôsobí dočasne v priestoroch Ponitrianskeho múzea a hľadá vlastné priestory na fungovanie. Napriek tomu, že v Nitre sa nachádzajú viaceré múzeá a galérie, chýba tu zážitková expozícia 21. storočia, ktorá moderným a interaktívnym spôsobom približuje návštevníkom históriu, umenie ap.. V OC MAX Nitra pribudla ART Galéria Márie Šefferovej. V roku 2020 sa Múzeum medoviny presťahovalo z Nítry do Senca. **V roku 2019 bol počet organizovaných a spoluorganizovaných kultúrnych podujatí 141, z toho počet kultúrnych podujatí podporených formou dotácie bolo 47.** Kultúrne podujatia sú podrobne rozpísané v analytickej časti Kultúra. Pribudli podujatia s prepojením na cestovný ruch, kde bolo hlavným organizátorom Mesto Nitra: Putovanie do Nitavy, Nitrianske hody a dožinky a Kráľovská Nitra. V rámci podujatí organizovaných 3. sektorom v spolupráci s Mestom Nitra pribudli podujatia: Nitriansky rínek, Nitránsky Street Food Fest (Nitrafiesta, o.z.), Nitránsky Októberfest (Nitrafiesta, o.z.) a festival Campana Fest (CAMPANA BATUCADA). Organizovaná kultúra sa vo veľkej miere sústreďuje v centre mesta s cieľom oživiť námestie a vrátiť život do mesta. V roku 2019 bolo zrušené podujatie Piknik v tráve.

Šport

V roku 2018 bola Nitra Európskym hlavným mestom športu. V meste funguje viacero športových klubov, medzi strategické kluby v rámci kolektívnych športov patria: FC Nitra, HK Nitra, ZŠK UKF Nitra a VKP SPU v Nitre. (Návštevnosť jednotlivých zápasov: FC Nitra – 250, HK Nitra – 1909, ZŠK UKF – 300, VKP SPU – 400). V rámci individuálnych klubov sú to: ŠOG Atletika, TJ Stavbár, TJ AC, BOC Club Stavbár a ŠK Farmex. Počet všetkých klubov v Nitre je 35. **V roku 2019 bolo v Nitre 96 športových podujatí, z toho podporených formou dotácie bolo 69. Aeroklub Nitra/ Letisko Janíkovce** každoročne organizuje niekoľko medzinárodných a národných leteckých podujatí, nielen pre športovcov ale aj širokú verejnosť: Pribina Cup (19.-27.4.2019), Junior Camp (9.-13.8.2019) Oldtimer Pribina Star (3.-10.8.2019), Glider Star, Nitriansky trojuholník a Nitriansky trojboj (celoročná súťaž od 28.5.-15.10.2019). Letisko Nitra ponúka možnosť dohodnúť si vyhladkový let ponad Nitru motorovým lietadlom alebo jedinečnú možnosť zoskoku padákom, či už sólo zoskok alebo tandemjump

s inštruktorom. V meste sa nachádza Letné kúpalisko Nitra, ktoré je k dispozícii návštevníkom sezónne, v mesiacoch jún až august, avšak v Nitre chýba kúpalisko s celoročným využitím.

Zábava a voľný čas

Z predchádzajúceho prieskumu vyplynulo, že viacerí návštevníci chodia do Nitry za nákupmi a zábavou, predovšetkým z južného Slovenska a blízkeho okolia. Atraktivitou v oblasti zábavy je určite Gravity Laser aréna a PanIQ Room Nitra. Pre deti sú k dispozícii detské zóny (Time Out OC Mlyny, Hopland OC Galéria Nitra, detská zóna Mikrosvet v OC Mlyny). Ponuku obohatili Magicland, Stará vodáreň v parku a Virtuálna realita Nitra. V Nitre sa nachádzajú moderné multifunkčné kiná Mlyny Cinema a Cinemax Nitra a tiež Kinoklub Nitra, ktorý ponúka alternatívne filmové predstavenia od roku 1990. Veľkou atrakciou v meste je aj moderný turistický vláčik, prevádzkovateľom je od roku 2018 spoločnosť ARRIVA. Turistický vláčik má 2 vozne s kapacitou 40 miest na sedenie.

Výstavníctvo

V Nitre sa nachádza aj **Agrokomplex NÁRODNÉ VÝSTAVISKO, ktoré patrí medzi najvýznamnejšie veľtrhové a výstavnícke spoločnosti na Slovensku.** Rozloha výstavného areálu je 143 ha s celkovou kapacitou 90 906 m², s 15 pavilónmi, 1 kongresovou halou a 5 kongresovými miestnosťami. Medzi pravidelné medzinárodné podujatia s prepojením na cestovný ruch patria: Svadobné dni a beauté, Nábytok a bývanie, Gardenia, Medzinárodný strojársky veľtrh, 1. detský festival, Agrokomplex, Autosalón- autoshow Nitra a medzinárodné výstavy psov. V rámci noviniek bola v roku 2019 v areáli Agrokomplexu sprístupnená oddychová zóna „Relax park Agrokomplex“, bol zrekonštruovaný hlavný vstup do areálu, kde pribudli turnikety a bola zavedená digitálna evidencia vstupeniek.

V areáli Agrokomplexu sa nachádza aj **Slovenské poľnohospodárske múzeum**, ktoré je jedinečné svojho druhu na Slovensku s nedostatočne využitým potenciálom. Súčasťou múzea na ploche cca 8 900 m² je aj skanzen a Nitrianska poľná železnica.

Jedinečnosti Nitry

Z pohľadu cestovného ruchu mesto Nitra disponuje viacerými jedinečnosťami:

- Nitra na siedmich pahorkoch (spojenie prírodného, historického a kultúrneho potenciálu),
- Nitra ako jedno z najstarších miest na Slovensku
- Nitra ako jedno z najstarších kresťanských centier na Slovensku
- Zoborský kláštor – najstarší kláštor na území Slovenska
- Spojitosť s Cyrilom a Metodom
- Významné osobnosti z Nitry
- Univerzitné mesto
- Mesto výstavníctva
- Mesto ako sídlo diecézy
- Mesto kultúry a podujatí
- Mesto divadiel
- Jedinečné poľnohospodárske múzeum s parnou poľnou železnicou.

5.2 Sekundárna ponuka

5.2.1 Supraštruktúra v cestovnom ruchu

Na základe údajov zo Štatistického úradu SR sa v meste Nitra v roku 2019 nachádzalo 34 ubytovacích zariadení s počtom 1 991 lôžok. Tento počet ubytovacích zariadení je približne rovnaký v posledných rokoch s miernymi odchýlkami. Najvyššiu kapacitu lôžok sme zaznamenali v roku 2016 v počte 2624, od tohto roku má klesajúcu tendenciu. **V roku 2019 bolo v Nitre v prevádzke 12 hotelov v kategórii 4* hotely, 6 hotelov k kategórii 3* hotely, 3 hotely v kategórii 2* hotely, 7 penziónov v kategórii 3* penzióny, 2 penzióny v kategórii 2* penzióny, 4 penzióny v kategórii 1* penzión.** V Nitre sú tiež 4 turistické ubytovne 6 študentských domovov a viaceré ubytovania na súkromí.

1991

lôžok v 34 ubytovacích zariadeniach v roku 2019

Tabuľka: Štatistika ubytovacích zariadení v meste Nitra

Ukazovateľ	2016	2017	2018	2019
Počet ubytovacích zariadení	36	34	32	34
Počet lôžok	2624	2 348	2 026	1 991

Zdroj: Štatistický úrad SR

Viaceré prieskumy z minulých rokov nám potvrdili, že v Nitre sú návštevníci mnohokrát ubytovaní u rodiny a známych. Taktiež novým fenoménom v ubytovaní v posledných rokoch je airbnb, ktoré sa do žiadnych štatistík nepremieta. Ubytovací portál airbnb ponúkal do marca 2020 až 125 pobytov v Nitre a blízkom okolí. Podľa portálu www.ekempy.sk sa v Nitrianskom kraji nachádza 15 kempov a v Nitre a blízkom okolí 2 kempy (kemp a chatová osada v Poľnom Kesove a Autocamping Jelenec sú z dôvodu rekonštrukcie uzavreté).

V rámci Nitrianskeho kraja je 20 prevádzok členom Asociácie hotelov a reštaurácií, z Nitry je to 6 prevádzok (Hotel Agroinštitút, Hotel Capital, Penzión Lux, 2 prevádzky McDonald's, Hotel Zlatý Klúčik, Hotel Mikado).

Údaje o počte prenocovaní získané zo Štatistického úradu SR a z MsÚ v Nitre – odbor miestnych daní a poplatkov sa výrazne líšia, nakoľko v údajoch zo štatistického úradu nie sú premietnuté údaje o poskytovateľoch ubytovania s počtom do 10 lôžok. Z tohto dôvodu pre potreby analýzy vychádzame z údajov MsÚ Nitra, odbor

miestnych daní a poplatkov. Počet prenocovaní v meste Nitra podľa údajov z odboru miestnych daní a poplatkov v Nitre predstavoval mierny pokles od roku 2017.

Tabuľka: Štatistika počtu prenocovaní v meste Nitra

Počet prenocovaní v meste Nitra	
rok 2016	234 643
rok 2017	321 206
rok 2018	293 765
rok 2019	280 525

Zdroj: Mesto Nitra, odbor daní a poplatkov

Do roku 2019 bola sadzba dane za ubytovanie 0,70 € na osobu a prenocovanie, od januára 2020 sa zvýšila na 1,5 €. **Príjmy z dane za ubytovanie predstavovali** v roku 2018 sumu 205 960,- € a **v roku 2019** mierne klesli na **193 048,- €**. Tento údaj pre nás nemá dostatočnú výpovednú hodnotu, nakoľko veľký počet prenocovaní tvoria aj ubytovne (pracujúci v priemyselných parkoch) a jeden z týchto poskytovateľov ubytovania preklasifikoval v roku 2019 charakter poskytovaných služieb a tento údaj o prenocovaniach sa v štatistike v roku 2019 nepremietol. Z údajov Štatistického úradu SR vyplýva, že **tržby návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v Nitre za rok 2019 predstavovali 6 025 117,- €**, priemerné tržby/lôžko 3 190,- € a priemerné tržby/ prenocovanie 34,- € (domáci návštevníci 24,- €, zahraniční návštevníci 45,- €). Zaujímavé z pohľadu cestovného ruchu je, že viaceré hotely zaznamenali nárast v počte prenocovaní oproti minulému roku: Hotel Agroinštitút, Hotel Oko, Hotel Centrum, Hotel Mikado, Hotel Zlatý Klúčik, Grand Hotel Sole ako aj penzión Lux a penzión Artin. Hotel Agroinštitút a Hotel Mikado sú členmi NOCR. Veľký podiel na prenocovaniach v hotelových zariadeniach má aj Výstavisko Agrokomplex svojou ponukou výstav a veľtrhov. Od roku 2017 bola nadviazaná spolupráca s ubytovacími zariadeniami v Nitre prostredníctvom TIC Nitra a jednotlivým zariadeniam boli poskytnuté 2x ročne trhacie mapy a foldre s propagačnými materiálmi o Nitre v slovenskom a anglickom jazyku.

Osobným prieskumom a na základe spolupráce s ubytovacími zariadeniami v meste Nitra bolo zistené, že do marca 2020 boli všetky ubytovacie zariadenia vyťažené cca na 50-70 %. K tomuto im výrazne dopomohla investícia Jaguar Land Rover a viacerí subdodávatelia a firmy v priemyselných parkoch. Aj to ovplyvnilo nezáujem súkromného sektora o spoluprácu v oblasti cestovného ruchu. Nitra, ako typická mestská destinácia nemá sezónnosť, vyťaženosť ubytovacích zariadení je vzhľadom na biznis klientelu a pracujúcich v priemyselných parkoch počas pracovných dní vysoká, víkendy bývajú slabšie. Slabšie počas roka sú mesiace december, január a február, na 80-90 % sú vyťažené počas výstav a veľtrhov v areáli Agrokomplexu, taktiež počas medzinárodných výstav psov.

V percentách tvorí Nitra 16,5 % podiel na celkovom počte prenocovaní v Nitrianskom kraji, priemerný počet prenocovaní

v kraji je 2,9. Počet ubytovacích zariadení v Nitrianskom kraji je 396, počet lôžok je 18 902. Nitriansky kraj má za rok 2019 priemerný počet prenocovaní domácich návštevníkov 2,8 a zahraničných 3,1. **Počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach Nitrianskeho kraja však dosiahol najnižšiu hodnotu spomedzi všetkých krajov Slovenska.** Nitriansky kraj tak tvorí 5,7 % podiel z celkového počtu návštevníkov na Slovensku. Z analýz štatistického úradu vyplýva, že zahraniční návštevníci ubytovaní v ubytovacích zariadeniach v Nitrianskom kraji v roku 2019 boli prevažne z Českej republiky, Maďarska, Nemecka a Poľska.

Súčasťou viacerých ubytovacích zariadení sú reštaurácie, ktoré slúžia nielen hotelovým hosťom, ale aj verejnosti. Na Slovensku sa neuplatňuje medzinárodný systém hodnotenia kvality reštaurácií. Podľa základného delenia poznáme zariadenia základného stravovania, zariadenia doplnkového stravovania a zariadenia spoločenských a zábavných služieb. V meste Nitra sa nachádza viaceré stravovacích zariadení rôznych kategórií, ako sú reštaurácie, pizzerie, kaviarne, čajovne, cukrárne, puby, bary, bufety, vinárne, pivárne, viechy, nočné kluby, discokluby, biliardkluby, vinotéky a pivotéky. Z hľadiska typu kuchyne sa okrem slovenských v ponuke nachádza aj talianska, indická, japonská, ázijská, mexická a čínska reštaurácia. Na základe prieskumu v rámci TIC Nitra je **počet stálych miest na sedenie v stravovacích zariadeniach 6 500 a sezónnych miest formou terás 2 500**. Počet uvedených miest je približný, v niektorých stravovacích zariadeniach sme sa dostali len k orientačným počtom a taktiež sa v priebehu roka mení kapacita zariadení, prípadne niektoré ukončili svoju činnosť. Pre domácich obyvateľov je neslávne známou Mostná ulica, kde sa nachádza množstvo barov, pubov a nočných klubov, a kde prichádza množstvo mladých ľudí za zábavou. V meste Nitra sa nachádza cca 20 disco podnikov a klubov, z toho na Mostnej ulici sídli 9 podnikov.

5.2.2 Infraštruktúra v cestovnom ruchu

V Meste Nitra pôsobí viacero cestovných kancelárií a agentúr, ktorých činnosť sa zameriava na odchodový cestovný ruch. CK Nittravel mala v ponuke služieb aj príchodový cestovný ruch, ale jej pôsobnosť bola v júli 2017 ukončená. V roku 2018 sa turistické informačné centrum NISYS premenovalo na TIC Nitra pri príležitosti osláv svojho 25-ročného fungovania na Slovensku. **TIC Nitra je členom Asociácie informačných centier Slovenska /AICES/** so sídlom v Liptovskom Mikuláši. Poskytuje regionálne informácie z oblasti cestovného ruchu a slúži ako mestské informačné centrum. TIC Nitra poskytuje taktiež sprievodcovské služby prostredníctvom zmluvných sprievodcov v slovenskom, anglickom, maďarskom, ruskom, poľskom, nemeckom, talianskom, španielskom, chorvátskom, poľskom, portugalskom a francúzskom jazyku. V ponuke sú prehliadky mesta so sprievodcom (Uličkami Horného mesta, Zákutiami Dolného mesta, Stopy nitrianskych židov, Nitra, pradávané centrum kresťanstva, Zoborský kláštor a Zoborské vrchy, Kalvársnym vrškom, Večerná prehliadka Nitry, Rozprávanie o nitrianskych legendách, Nitrianska secesia, Prechádzka dejinami umenia).

Ponuka sa rozšírila o cykloprehliadky a prehliadky „like a local - či ako miestny“ v spolupráci s NOCR.

Mesto Nitra v spolupráci s NOCR v rokoch 2016 až 2019 rozšírilo infraštruktúru v cestovnom ruchu. Osadené boli informačné tabule - označníky lokalít na Svätoplukovom námestí, Na Vršku, Cyrilo-metodskom námestí, Pribinovom námestí, na Kalvárii, v Mestskom parku na Sihoti, pri OC Mlyny, Martinskom vrchu, autobusovej stanici a pri Chrenovskom moste. **V rámci smart turistických riešení** bola v roku 2018 pri príležitosti osláv 25 rokov TIC Nitra inovovaná mobilná aplikácia o Nitre a vyhotovené audionahrávky Horné a Dolné mesto v SJ a AJ. V roku 2019 bola z dotácie Mesta Nitry zrealizovaná **mobilná aplikácia Nitra na 7 pahorkoch a virtuálny sprievodca na Zoborskom kláštore**. V roku 2019 sa začalo s prípravou mobilnej geolokačnej aplikácie „Cesty mladého Corgoňa“ k téme Nitra na siedmich pahorkoch, ktorá bola oficiálne spustená začiatkom júla 2020. Za 1 mesiac od spustenia hry sme zaznamenali 450 inštalácií, 290 aktívnych užívateľov a odovzdali 50 dekrétov. Mobilné aplikácie v jazykových mutáciách sú dostupné aj pre Nitriansky hrad a Synagógu. Od roku 2017 je novinkou v Nitre služba zdieľaných bicyklov tzv. bikesharing. Nitra bola jedným z prvých miest, ktoré spustili službu **bikesharing** na Slovensku v rámci projektu smart city, prevádzkovateľom je spoločnosť ARRIVA Nitra. **V roku 2019 bolo k dispozícii 70 bicyklov na siedmich stanovištiach a zrealizovaných 13088 výpožičiek**. V meste boli osadené aj smart lavičky. Od roku 2020 sú v Nitre k dispozícii okrem zdieľaných bicyklov aj zdieľané elektrické kolobežky Mint.

Mesto Nitra v roku 2018 rozšírilo dotačnú politiku mesta Nitry o oblasť podpora a rozvoj cestovného ruchu. Na rok 2019 bolo v rozpočte schválených 14048,- €, požadovaná suma bola 15548,- €. Podporené boli projekty ako mobilná aplikácia „Nitra na siedmich pahorkoch, Sprievodca Zoborským kláštorom, Zvyšovanie kvality služieb návštevníkom Múzea medoviny – zážitkové degustácie, Partnerské mestá Nitra - České Budějovice spoločne na OH Tokio 2020 a „Jánske vína na Bite“. Prijatých bolo 5 žiadostí a všetci žiadatelia boli podporení. Vo výzve na rok 2020 bolo doručených 9 žiadostí, z toho podporených bolo 5 projektov. Celková požadovaná suma bola vo výške 42310,- €, schválených v rozpočte bolo 15000,- €. Schválené projekty: Turistický sprievodca Nitrou od detí pre deti, Model kamaldulského kláštora, Chmeľová dolina, Nitránsky Street Food Fest a Rozšírenie historického programu Cyrilo-metodských slávností.

V meste Nitra sa uskutočňuje množstvo **odborných konferencií a seminárov** na univerzitách v Nitre a ďalšie konferencie a semináre v ubytovacích a iných zariadeniach. Kongresové priestory so štandardným vybavením ponúkajú v meste SPU v Nitre (kapacita 360 miest), Agroinštitút Nitra (kapacita 220 miest), Hotel Zlatý Klúčik (kapacita 210 miest), Hotel Mikado (kapacita 120 miest so stolmi a 170 miest

v usporiadaní kinosedenie), AUTOJAS (kapacita 100 miest), Hotel Zobor (kapacita 100 miest), Mediahaus (100 miest v usporiadaní kinosedenie). V rámci nitrianskych univerzít sa organizujú medzinárodné a národné konferencie a semináre, ich počet v roku 2019 vzrástol. (SPU v Nitre: v roku 2018 to bolo 100, v roku 2019 počet predstavoval 130 konferencií a seminárov, UKF v Nitre: v roku 2018 bol počet 80, v roku 2019 - 90 odborných konferencií a seminárov).

Novodobým fenoménom v cestovnom ruchu je udržateľný cestovný ruch. Ide o zodpovedné cestovanie do cieľových miest s ohľadom na životné prostredie, ekológiu, udržateľnosť a život domácich obyvateľov. UNWTO definuje udržateľný CR nasledovne: Cestovný ruch, ktorý v plnej miere zohľadňuje jeho súčasné a budúce hospodárske, sociálne a environmentálne vplyvy a reaguje na potreby návštevníkov, priemyslu, životného prostredia a miestnych obyvateľov v destinácii. Využitie prírodného potenciálu Nitry a okolia, zapojenie domácich obyvateľov a miestnych nadšencov prírody a kultúry „like a local – či ako miestny“, podpora lokálnej kuchyne, tradičných jedál a regionálnych výrobkov je príležitosťou na budovanie udržateľného cestovného ruchu v Nitre a Nitrianskom regióne.

5.2.3 Všeobecná infraštruktúra

Dopravná dostupnosť do Nitry

Letisko Bratislava (90 km), autom 1h
Letisko Viedeň (140 km), autom 2h
Letisko Budapešť (160 km), autom 2,5h
Letisko Brno (220 km), autom 2,2h
Letisko Praha (430 km), autom 4h



Autobusová a železničná doprava

Rýchlostná cesta R1 spolu s južným obchvatom Nitry spojila Nitru s mestami ako Viedeň, Bratislava, Trnava, Zvolen či Banská Bystrica a uľahčila tak dopravnú dostupnosť do Nitry z týchto smerov. Nitra je dostupná v rámci autobusovej regionálnej a národnej prepravy zo všetkých väčších miest na Slovensku, taktiež v rámci medzinárodnej prepravy je dostupná priamym autobusovým spojením z Viedne a Prahy. Autobusová stanica prešla v rokoch 2016 až 2019 modernizáciou v štyroch etapách, ktorú realizovala spoločnosť ARRIVA. Na stanici bol umiestnený outdoorový a interiérový dotykový informačný panel. Priame vlakové spojenia sú z Nitry do Nových Zámok a Leopoldova, do Bratislavy a väčších miest je možné vlakové spojenie len s prestupom. Medzinárodná vlaková preprava spája Nitru s Budapešťou s prestupnou stanicou. Od roku 2016 bolo spustené medzinárodné vlakové spojenie z Nitry do Prahy, táto linka bola však koncom roku 2019 dočasne pozastavená. Železničná stanica v Nitre zatiaľ neprešla modernizáciou, pôsobí zanedbaným dojmom. V roku 2016 bolo podpísané Memorandum o spolupráci pri obnove železničnej stanice medzi ŽSR a Mestom Nitra, ale v súčasnosti nie je k dispozícii žiadny konkrétny návrh obnovy ani štúdia. Na autobusovej aj železničnej stanici chýbajú vstupné infobody, na železničnej

stanici nie sú dostupné žiadne informácie pre turistov. V rámci mestskej autobusovej dopravy, ktorú zabezpečuje spoločnosť ARRIVA Nitra, funguje 27 autobusových liniek a cyklobus. Linky MHD vedú celým zastavaným územím mesta, pričom zastávky autobusov MHD sú lokalizované aj v dosahu hlavných atraktivít

mesta. Interval spojov na jednotlivých linkách je v pracovných dňoch v priemere každých 30 min, v dňoch pracovného pokoja (so-ne, sviatky, letné prázdniny) každú celú hodinu.

V nasledujúcej tabuľke uvádzame spoje, ktoré vedú od autobusovej, resp. železničnej stanice k týmto atraktivitám.

Tabuľka: Linky MHD spájajúce AS/ŽS s hlavnými atraktivitami mesta

Linka	Trasa	Atraktivity na trase
1	ŽS – rázc.AS – Centrum – pod Zoborom – Nemocnica Zobor	Pešia zóna, Martinský vrch, Zoborský kláštor, Zobor
2;4	ŽS/AS – Centrum – OC Centro – Amfiteáter pod Zoborom - Dražovce	Pešia zóna, univerzity, Martinský vrch, Dražovský románsky kostolík
7	Kalvária -Rázcestie ŽS/AS – Centrum – DAB - Klokočina	Nitriansky hrad, DAB, Nitrianska galéria, Ponitrianske múzeum, pešia zóna
10	Klokočina – rázcestie ŽS/AS – centrum – pod Zoborom - Lanovka	Pešia zóna, obchodné centrá MLYNY a TESCO, bývalá dolná stanica lanovky na Pyramídu (vrch Zobor)
14; 15; 19	Rázcestie ŽS/AS – centrum – univerzity – výstavisko AX - Chrenová	Pešia zóna, obchodné centrá MLYNY, CENTRO, univerzity, výstavisko AX – (SPM - iba linka 19)
25	Kalvária – ŽS/AS - Centrum – univerzity - výstavisko AX – pod Zoborom - LÚ Zobor	Kalvária, centrum mesta – obchodné centrum MLYNY, CENTRO, univerzity, výstavisko AX, Martinský vrch, Zobor – Zob. kláštor, lesostep, Lupka...
30	Klokočina – DAB – výstavisko AX - Chrenová	Nitriansky hrad, DAB, Nitrianska galéria, Ponitrianske múzeum, pešia zóna, výstavisko AX

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa www.imhd.sk, 2017, aktualizované v roku 2020

Ekologická doprava

V rámci autobusovej dopravy spoločnosti ARRIVA v Nitre jazdí 5 autobusov na plyn a podľa európskej enviromentálnej normy Euro 6 jazdia 3 autobusy v mestskej a 30 autobusov v prímestskej autobusovej doprave, ktoré sú výrazne ekologicky „čistejšie“. Účelom je obmedziť emisie tuhých častíc a oxidu dusíka produkovaných cestnými vozidlami.

V meste Nitra sa nachádzajú viaceré nabíjacie stanice pre elektromobily, ktoré sú rozmiestnené v jednotlivých častiach mesta: RWE nabíjacia stanica na verejnom parkovisku na Wilsonovom nábreží, greenway nabíjacia stanica pri OC MAX, ZSE DRIVE pri poliklinike na Klokočine, pri poliklinike na Chrenovej a v priemyselnom parku na parkovisku Jaguar.

Tabuľka: Počty spojov/ obslužnosť regiónu

Spojenia	Priame autobusové spojenia (max. 1 prestup)		Priame vlakové spojenia (max. 1 prestup)	
	Priemerný denný počet spojov/ pracovný deň	Priemerný denný počet spojov/ víkend	Priemerný denný počet spojov/ pracovný deň	Priemerný denný počet spojov/ víkend
Nitra - Bratislava	29	18	0; 17 s prestupom	0; 14 s prestupom
Bratislava - Nitra	28	18	0; 17 s prestupom	0; 14 s prestupom
Nitra - Viedeň	0; 14 s prestupom	1; 12 s prestupom	0; 16 - 2x prestup	0; 16 - 2x prestup
Viedeň - Nitra	1; 14 s prestupom	1; 12 s prestupom	0; 16 - 2x prestup	0; 16 - 2x prestup
Nitra - Praha	1; 6 s prestupom	1; 6 s prestupom	0; 8 s prestupom	0; 8 s prestupom
Praha - Nitra	1; 4 s prestupom	1; 4-5 s prestupom	0; 7 s prestupom	0; 7 s prestupom
Nitra - Budapešť	0; 5 s prestupom	0; 6 s prestupom	0; 9 s prestupom	0; 8 s prestupom
Budapešť - Nitra	0; 5 s prestupom	0; 6 s prestupom	0; 8 s prestupom	0; 8 s prestupom

Zdroj: Vlastné zisťovanie: <https://m.cp.hnonline.sk>

Letecká doprava

V blízkvej vzdialenosti od Nitry sa nachádzajú aj medzinárodné letiská v Bratislave (90 km od Nitry), v Brne (220 km od Nitry), vo Viedni (140 km od Nitry), v Budapešti (160 km od Nitry) a v Prahe (430 km od Nitry).

V mestskej časti Janíkovce sa nachádza športové letisko, ktoré spravuje Aeroklub Nitra. Klub umožňuje všetkým priaznivcom leteckých športov stretávať a zdokonaľovať sa vo svojom športe, či už ide o pilotov motorových lietadiel, bezmotorových vetroňov alebo parašutistov.

Parkovacia politika mesta Nitra

V roku 2020 Mesto Nitra zaviedlo novú parkovaciú politiku centra mesta, cieľom je preferencia krátkodobého státia pred dlhodobým, skrátenie doby hľadania parkovacieho miesta a následné zníženie dopravnej záťaže v centre mesta. Zatiaľ nie sú vybudované záchytné parkoviská pri vstupoch do mesta typu P+R (park and ride) - také, kde šoféri odstavajú autá a do centra sa dovezú autobusmi. Parkoviská by mali počítať aj s vymedzením miest pre autobusy. Tieto záchytné parkoviská by mali vzniknúť

v 4 lokalitách: dve sú plánované pri zjazde z rýchlostnej cesty (R1 Východ a R1 Juh), jedno pri autobusovej a vlakovej stanici a štvrté pri Metre na Hlohoveckej ulici.

Obchodné centrá

V Nitre sa nachádzajú viaceré obchodné centrá (OC Centro Nitra, OC Mlyny Nitra, OC MAX a OC Galéria Tesco) s bohatou ponukou obchodov módnych značiek, služieb, zábavy, reštaurácií, kaviarní.



6. Analýza dopytu po cestovnom ruchu v meste Nitra

Nositelmi dopytu po cestovnom ruchu v meste Nitra sú jeho návštevníci, pričom ich počet je možné analyzovať prostredníctvom štatistiky ubytovacích zariadení (rozpísané v bode 5.2.1 Supraštruktúra v cestovnom ruchu), počtu návštevníkov jednotlivých kultúrno-historických pamiatok (hradný areál), kultúrno-osvetových zariadení (Divadlo Andreja Bagara v Nitre, Staré divadlo Karola Spišáka, Ponitrianske múzeum, Nitrianska galéria, Krajské osvetové stredisko) a ďalších turistických atrakcií a zariadení (Výstavisko Agrokomplex, TIC Nitra atď.), či sprevádzaných návštevníkov.

Tabuľka: **Dopyt po atrakciách v meste Nitra/ Návštevnosť**

Kultúrna inštitúcia, turistická atrakčivita	2016	2017	2018	2019
Nitriansky hrad	68 774	69 000	69 100	73 971
Agrokomplex	514 682	632 262	626 901	692 347
Slovenské poľnohospodárske múzeum v Nitre	26 532	23 491	23 530	27 112
Diecézne múzeum	28 658	15 120	23 150	26 854
Ponitrianske múzeum	21 496	21 486	22 649	22 544
Nitrianska galéria	10 440	12 408	9 146	11 563
Misijné múzeum	cca 4 000	cca 4 000	cca 4 000	cca 4 000
DAB v Nitre	75 303	82 509	76 314	69 532
Staré divadlo Karola Spišáka v Nitre	26 130	32 176	31 336	36 028
Nové divadlo (od mája 2016)	8 300	14 970	15 930	15 480
Synagóga	16 000	12 500	14 500	14 000

Zdroj: Mesto Nitra, odbor TIC Nitra, odbor kultúry a vlastné spracovanie

Zo štatistík TIC Nitra, odboru kultúry a vlastných prieskumov vyplýva, že návštevnosť DAB v Nitre a Synagógy v posledných rokoch mierne klesla, návštevnosť Nitrianskeho hradu, Agrokomplexu, Slovenského poľnohospodárskeho múzea, Diecézneho múzea, Starého divadla Karola Spišáka v Nitre a Nitrianskej galérie stúpla.

Tabuľka: **Výstavnícky a veľtrhový CR**

Výstavisko Agrokomplex	2016	2017	2018	2019
Počet výstav a veľtrhov	39	46	43	42
Počet vystavovateľov	11 720	20 028	20 272	23 582

Zdroj: Agrokomplex, NÁRODNÉ VÝSTAVISKO

Aj vďaka Agrokomplexu je v Nitre silne rozvinutý výstavnícky a veľtrhový cestovný ruch, ktorý sa vo veľkej miere premieta v štatistike prenocovaní v ubytovacích zariadeniach. Na výstavisku Agrokomplex v Nitre sa v roku 2018 uskutočnilo 43 veľtrhov a výstav a v roku 2019 sa ich uskutočnilo 42. Vzrástol počet vystavovateľov z 20 272 v roku 2018 na 23 582 v roku 2019. Na základe dopytovania v ubytovacích zariadeniach sme zistili, že **práve počas výstavy psov narastá počet prenocovaní a o tieto výstavy je stále väčší záujem.**

V Nitre rastie počet **gastronomických podujatí** a taktiež rastie záujem o gastroturizmus a vínný turizmus, čo potvrdzujú aj údaje v tabuľke.

Tabuľka: **Návštevnosť gastronomických podujatí**

Názov podujatia	Dĺžka podujatia (dni)	2018	2019
Degustácia vín v DAB (organizovaná degustácia)	1	327	359
Festival chutí Nitrianskeho kraja (Svätoplukovo námestie)	1	1 500	3 000
Mladé vína v Synagóge (organizovaná degustácia)	1	117	139
Nitránsky Street food fest	4	5 000 (3 dni)	10 000
Nitránsky Októberfest	3	3 000	5 000
Gastra & Kulinária AX (Agrokomplex)	4	-	19 708

Zdroj: vlastné spracovanie na základe podkladov od organizátorov podujatí

10,4

%-ný medziročný nárast návštevnosti Turistického informačného centra TIC Nitra

Tabuľka: **Návštevnosť a tržby Letného kúpaliska v Nitre**

Rok	Návštevnosť	Tržby
2016	46 210	92.418,-
2017	66 618	133.485,-
2018	61 354	122.707,-
2019	61 495	163.504,-

Zdroj: interné údaje Letného kúpaliska v Nitre

Najvyššia návštevnosť kúpaliska bola v roku 2017, najvyššie dosiahnuté tržby boli v roku 2019. Návštevnosť kúpaliska, ale aj exteriérových podujatí výrazne ovplyvňuje počasie a poveternostné podmienky.

V roku 2018 **TIC Nitra** navštívilo 13 651 osôb, v roku 2019 osobne navštívilo TIC Nitra 15 226 návštevníkov, čo predstavuje nárast oproti roku 2018 o 10,4 %. Od apríla 2019 na základe štatistických údajov TIC Nitra sme zaznamenali nárast jednodňových návštevníkov, ktorý pokračoval až do septembra. Zo zahraničných návštevníkov sú to najmä turisti z Českej republiky, Nemecka, Anglicka, Poľska, Maďarska, USA a Ruska. V roku 2019 TIC Nitra spolupracoval na základe zmluvy s 19 sprievodcami a služby sprievodcov využilo 3 509 návštevníkov, z toho počet zahraničných vzrástol na 888 (v roku 2018 služby turistických sprievodcov využilo 3 539 záujemcov, z toho bolo 673 zahraničných). Tržby z predaja TIC Nitra za celý rok predstavujú v priemere 24 000 €. Z osobného prieskumu a z účasti na výstavách cestovného ruchu vyplynulo, že existujú silné pozitívne väzby návštevníkov na Nitru (rodina, priatelia, vysokoškolské štúdium na nitrianskych univerzitách, vojenčina, AX).

7. Profil súčasného návštevníka mesta Nitry



Koncom roka 2019 bol vyhotovený dotazník pre návštevníkov mesta Nitra v roku 2020, ktorým sa sledovalo získanie údajov za účelom zostavenia profilu súčasného návštevníka mesta. So zbieraním odpovedí sa začalo 1. februára 2020 a zber trval do 9. marca 2020, kedy sa na Slovensku postupne začali zavádzať protiepidemiologické opatrenia súvisiace so šírením nového koronavírusu COVID-19. S nástupom tzv. koronakrízy boli pozastavené všetky organizované podujatia a cestovný ruch ako taký. Vzhľadom na vzniknutú situáciu bolo k 9. 3. 2020 vyplnených a vyhodnotených 175 dotazníkov, ktorý vyplnilo 173 domácich návštevníkov a dvaja zahraniční študenti. Z odpovedí respondentov nemôžeme vyvodzovať všeobecné charakteristiky typického návštevníka Nitry, ale niektoré zmeny boli identifikované. Pre účely stratégie preto budeme primárne vychádzať z posledného prieskumu dopytu realizovaného v roku 2015². Na základe prieskumu z roku 2015, čiastkových výstupov z predčasne ukončeného prieskumu v roku 2020 a na základe osobného dopytovania v ubytovacích zariadeniach a u návštevníkov TIC Nitra vieme čiastočne zodpovedať na otázku: Kto je súčasný návštevník Nitry?

²Prieskum bol realizovaný na objednávku Nitrianskej organizácie cestovného ruchu metódou opytovania na vzorke 858 respondentov, ktoré sa uskutočnilo osobne a elektronicky v mesiacoch jún až september 2015. Výberový súbor tvorili súčasní návštevníci (opytovaní v uliciach mesta Nitra a elektronicky cez internet) a potenciálni návštevníci mesta Nitra z domova aj zo zahraničia (opytovaní elektronicky cez internet).

Najčastejšími návštevníkmi Nitry v domácom cestovnom ruchu sú obyvatelia Nitrianskeho kraja. Návštevníci, ktorí ešte v Nitre neboli, sú najmä z Prešovského a Košického kraja. Z hľadiska dĺžky pobytu v Nitre dominujú jednodňoví výletníci. Potom nasledujú turisti, ktorí sa zdržia 2 až 3 dni a za týmto účelom využívajú hlavne ubytovanie u príbuzných a priateľov (36 % návštevníkov s aspoň 1 prenocovaním). U zahraničných hostí (6,8 % respondentov) je dĺžka pobytu väčšinou 2 až 3 dni.

U návštevníkov v roku 2020 (január-február) iba 5 % využilo ubytovacie služby, 5 % prenocovalo u priateľov alebo rodiny a 90 % boli 1-denní návštevníci. U 81 % návštevníkov išlo o opakovanú návštevu mesta.

U súčasných návštevníkov, dominujú dva hlavné motívy návštevy mesta. Prvým je návšteva príbuzných a priateľov, druhým najvýznamnejším motívom je účasť na kultúrnom podujatí (návštevníci s prenocovaním). U jednodenných návštevníkov sú hlavným motívom návštevy Nitry nákupy a účasť na kultúrnom podujatí. Nákupy sú pritom motívom návštevy hlavne pre návštevníkov z Nitrianskeho, Trnavského a Trenčianskeho kraja. Pre potenciálnych návštevníkov, ktorí Nitru doposiaľ nenavštívili, by v budúcnosti motívom návštevy mesta mohlo byť poznávanie mesta, kultúry a histórie, účasť na kultúrnom podujatí, wellness, akvaparky a kúpaliská v okolí, účasť na veľtrhu a výstave alebo vína turistika a agroturistika.

Ak porovnáme motiváciu súčasných a potenciálnych návštevníkov, môžeme identifikovať tri skupiny návštevníkov: (1) návštevníci cestujúci za rodinou a priateľmi, (2) návštevníci cestujúci za odpočinkom a (3) obchodní cestujúci. Za najslabší motív u súčasných aj potenciálnych návštevníkov môžeme považovať účasť na exkurzii a konferencii, čo potvrdzuje, že Nitra nie je lídrom v usporadúvaní konferencií napriek tomu, že v meste sídli dve univerzity.

Návštevníkov Nitry (súčasných aj potenciálnych) môžeme charakterizovať typovo ako kultúrnych nadšencov, rodinné typy, športovcov, pôžitkárov či bádateľov.

Pri rozhodnutí navštíviť Nitru je najvýznamnejším faktorom osobná skúsenosť, ponuka a program podujatí, kultúrne bohatstvo a pamiatky, atraktivita regiónu, vzdialenosť od miesta bydliska a dopravná dostupnosť. Vzdialenosť od miesta bydliska, dopravná dostupnosť a možnosti nakupovania sú tým dôležitejšie, čím kratší je pobyt návštevníkov v Nitre. Naopak, čím dlhší je pobyt v Nitre, tým dôležitejšie sú možnosti ubytovania, mesto ako nepoznaná destinácia, koncentrácia atraktivít, hodnota poskytnutá za peniaze, cena a životný štýl mesta. Mesto Nitra je tak pre jednodňových návštevníkov destináciou nákupného cestovného ruchu a pre turistov (min. s 1 prenocovaním) destináciou kultúrneho a mestského cestovného ruchu. Medzi najmenej dôležité faktory rozhodovania o návšteve Nitry patrí nepoznaná destinácia a informácie v médiách.

Za najsilnejšie asociácie návštevníkov s mestom Nitra považujeme kultúrne pamiatky a prírodné bohatstvo, nakoľko sú

Nitriansky hrad a Zobor najviac navštevované, najviac zaujímavé aj odporúčané atraktivity cestovného ruchu v meste. Nitriansky hrad, vrch Zobor spolu s výstaviskom Agrokomplex môžeme považovať za najvýznamnejšie atraktivity cestovného ruchu, charakteristické znaky Nitry, jej symboly.

Z hľadiska hodnotenia imidžu Nitry, sú názory návštevníkov na mesto pomerne pozitívne, na druhej strane, Nitra nevykazuje výrazne pozitívny, či výrazne negatívny výsledok, čo poukazuje na nevýrazný, resp. slabý súčasný imidž mesta. Výsledky môžu poukazovať na slabé povedomie o meste, na nedostatočnú informovanosť a slabú propagáciu o možnostiach trávenia voľného času v meste. Súčasní návštevníci pritom vnímajú Nitru pozitívnejšie ako potenciálni návštevníci a to vo všetkých aspektoch.

Zatiaľ čo potenciálni návštevníci vnímajú Nitru ako „Mesto bohatej, histórie, tradícií a kultúrnych pamiatok“, reálni návštevníci vnímajú Nitru ako „Mesto pod Zoborom“, nasleduje asociácia „Mesto bohatej, histórie, tradícií a kultúrnych pamiatok“, prívlastok „Výstavné mesto“, „Mesto Cyrila a Metoda“ či „Mesto študentov“. Ak uvedené výroky porovnáme so zaužívanými prívlastkami Nitry (matka slovenských miest, mesto mladých, veľtrhové a výstavnícke mesto), zistíme čiastočnú zhodu z hľadiska vymedzenia typického imidžu Nitry ako cieľového miesta cestovného ruchu. Ide o tieto zložky – vrch Zobor, história a kultúrne pamiatky mesta Nitra, výstavný areál Agrokomplex, mesto študentov, centrum poľnohospodárstva. Na druhej strane chýbajú v súčasnom vnímaní mesta prvky kresťanskej tradície (biskupské a pútnické mesto) a gastronomickej ponuky mesta (víno). Ide pritom o vyhľadávané typy zážitku súčasného návštevníka v mestskom cestovnom ruchu. Preto tieto atribúty mesta vo vnímaní mesta Nitra zo strany jeho návštevníkov treba posilniť.

Kto je súčasný návštevník Nitry?

V Nitre ide predovšetkým o jednodňových návštevníkov, ktorých hlavným motívom návštevy sú:

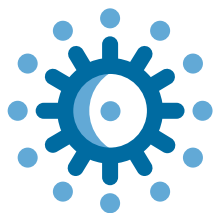
- nákupy, zábava a voľný čas
- poznávanie histórie a pamiatok
- tranzitné miesto
- návšteva výstav a veľtrhov
- návšteva kultúrnych, športových a gastronomických podujatí
- návšteva rodiny, príbuzných, priateľov ap.

V ubytovacích zariadeniach prevažujú ako hostia (minimálne s jedným prenocovaním):

- pracujúci v priemyselných parkoch
- obchodní cestujúci
- biznis klientela
- návštevníci výstav a vystavovatelia
- návštevníci organizovaných podujatí (kultúrnych a športových)
- návštevníci využívajúci víkendové zľavy na ubytovacích portáloch (Booking.com najčastejšie) ap.

Dôvody, pre ktoré prichádzali návštevníci do Nitry do prepuknutia pandémie:

- dobrá dopravná dostupnosť
- bezpečné miesto
- „všade je blízko“
- scenéria mesta
- história, pamiatky a kultúrne dedičstvo
- Nitriansky hrad
- tranzitné miesto
- zábava, voľný čas a nákupy
- výstavisko Agrokomplex
- rôzne možnosti kultúrneho a športového vyžitia
- medzinárodné kultúrne a športové podujatia
- divadelné predstavenia
- periodicky sa opakujúce kultúrne podujatia
- rozvíjajúca sa gastronómia.



8. Dopady pandémie COVID-19

Pandémia Covid-19 ovplyvnila vo veľkej miere poskytovateľov služieb v cestovnom ruchu, mnohé prevádzky boli zatvorené a prevádzku spúšťali postupne. Z údajov z odboru daní a poplatkov MsÚ v Nitre vyplýva, že za sledované obdobie marec až máj 2020 bolo priznaných 25 829 prenocovaní, v roku 2019 to bolo 69 241 prenocovaní. Tento počet predstavuje pokles o 62,7 %. Aktuálny rok 2020 je pre ubytovacie zariadenia v Nitre kritický. Pod vplyvom pandémie je do konca septembra pozastavené organizovanie výstavných podujatí na výstavisku AX, čo má drvivý dopad na takmer všetky segmenty ubytovacích zariadení v meste. Orientácia poskytovateľov ubytovacích služieb takmer výlučne na biznis klientelu odhalila nevýhodnosť tejto stratégie. Nízka diverzifikácia produktov ubytovacích zariadení na iné segmenty dopytu spôsobila obrovský prepád ich návštevnosti. Pandémia odhalila aj to, že pobytový cestovný ruch v Nitre je dlhodobo založený na obchodnom cestovnom ruchu (výstavy, semináre, konferencie) a nevenuje sa dostatočne iným formám (produktom) pobytového cestovného ruchu – z hľadiska infraštruktúry aj marketingu.

9. Produktový mix mesta Nitry na trhu cestovného ruchu

Prepojenia čiastkových cieľov z návrhu Stratégie rozvoja udržateľného cestovného ruchu do roku 2030 s prioritami Mesta Nitry v oblasti cestovného ruchu „produkt“:

- Zlepšovanie úrovne kvality služieb
- Motivácia všetkých aktérov cestovného ruchu v meste k inováciám
- Podpora budovania turistickej infraštruktúry
- Podpora udržateľného sídelného rozvoja ako prvku mestského turizmu
- Podpora tvorby a zvyšovanie konkurencieschopnosti regionálnych produktov v spolupráci s Nitrianskou organizáciou cestovného ruchu
- Podpora inklúzie a bezbariérovosti v cestovnom ruchu
- Digitalizácia v cestovnom ruchu.

Uvedené témy budú predmetom rozpracovania v návrhovej časti stratégie.



Nitra ako mestská destinácia cestovného ruchu disponuje pestrou ponukou atraktivít a zariadení cestovného ruchu. Aby sa z rôznorodej ponuky destinácie stal produkt, na to treba v destinácii zabezpečiť maximálnu súčinnosť všetkých aktérov cestovného ruchu.

Vzhľadom na existujúce možnosti, ktorými Nitra v súčasnosti reálne disponuje, definujeme jej produktový mix na trhu cestovného ruchu, ale zároveň uvádzame potenciál

rozšírenia príslušných produktových línií (radov) o nové varianty, ktoré dokážu osloviť a prilákať nové cieľové skupiny návštevníkov a posilniť tak postavenie Nitry na trhu domáceho aj príchodového cestovného ruchu.

V súčasnej turistickej ponuke mesta dominuje obchodná a kultúrna zložka, ktoré tvoria významný zdroj návštevníkov prichádzajúcich do mesta.

Vyššie uvedené analýzy potvrdili dominanciu obchodného

a kultúrneho prvku v ponuke i dopyte do prepuknutia pandémie COVID-19, čo vyžaduje potrebu prijať progresívny variant rozvoja, ktorý na jednej strane zdokonalí existujúcu ponuku, na druhej strane ju rozšíri o nové možnosti aktivít a služieb v meste a jeho bezprostrednom okolí (napr. kreatívny cestovný ruch, ekologický cestovný ruch) so zameraním na nové segmenty návštevníkov. Rozšírenie o nové varianty produktov môže

priniesť zlepšenie ekonomických výsledkov cestovného ruchu v destinácii. V tabuľke nižšie uvádzame súčasný stav produktov mesta Nitra v nadväznosti na prioritné produktové skupiny cestovného ruchu v SR v zmysle Národnej stratégie rozvoja cestovného ruchu v SR do roku 2020 a potenciálne možnosti na inováciu, rozšírenie ponuky v novej stratégii rozvoja cestovného ruchu Nitra do roku 2031.

Tabuľka: Súčasný stav produktov mesta Nitra v nadväznosti na prioritné produktové skupiny cestovného ruchu v SR Autor: Z. Palenčíková

Prioritná produktová skup. SR	Produktový rad	Súčasný variant produktu	Potenciál nových variantov produktov do 2020
Kultúrny cestovný ruch	Kultúrne dedičstvo (architektúra, arch. lokality)	Nitriansky hrad + Horné a Dolné mesto, Dražovský kostolík, archeologické lokality, múzeá (Ponitrianske, SPM, Diecézne)	Áno – prostredníctvom storytellingu a gamifikácie, uplatnením m-turizmu (QR kódy, digitálne projekcie stavebného vývoja pamiatok a pod.), nové interaktívne expozície v súčasných múzeách/nové múzeum so zameraním na rodiny s deťmi
	Pútnický cestovný ruch	Kalvária, Svätajakbuská cesta (Zobor), Cyrilo-metodská cesta	Áno – značením trás, sietovaním s poskytovateľmi služieb pútnikom – ubytovacie a voľnočasové služby
	Mestský cest. ruch	Galérie, divadlá, nákupy, kino, film	Áno – s prepojením na zábavu, kreatívny cestovný ruch
	Kreatívny cestovný ruch	-	Áno – regionálni umelci, remeselníci zapojení do ponuky kreatívnych zážitkov destinácie
	Kultúrno-spoločenské podujatia	Festivity (divadelné, historické, hudobné ap.), jarmoky a trhy (Chrenovské, Vianočné, Cyrilo-metodské slávnosti) atď.	Áno – napr. s prepojením na miestne umelecké komunity, ZUŠ, a pod.
	Zážitková gastronómia	Gastrofestivity (Nitriansky vínný festival, Festival chutí Nitrianskeho kraja, Nitránsky Street Food Fest), Nitrianska vínná cesta a Nitrianska kráľovská vínná cesta – minimálne aktívne v prospech rozvoja cestovného ruchu, pravidelné degustácie lokálnych vín (organizuje NOCR, jednotlivé vinotéky v meste)	Áno – inovácia a lepšia stratégia využitia lokálnych gastronomických špecialít s prepojením aj na okolie v spolupráci s NOCR a inými aktérmi z MVO (oz) Podpora zapájania miestnych gastropodnikateľov, napr. súťažou o najlepší recept na miestnu špecialitu, týždeň nitrianskej kuchyne – odmenou by mohlo byť promo vo všetkých mestských médiách (web, FB,...)
Letný cestovný ruch	Pobyt v prírode	Pešia turistika (Zobor, 7 pahorkov), cykloturistika (Zobor, popri rieke...)	Áno – s využitím informačných technológií – appka
	Dobrodružstvo v prírode	Paragliding, horská cykloturistika (Zoborská cyklomagistrála), Letisko Janíkovce – zážitkové lety	Áno – putovanie nočným Zoborom – napr. s lampášom za skrytým pokladom
	Voda a zábava	Mestské kúpalisko na Sihoti	Áno – využitie rieky Nitra v produktoch destinácie vo väčšej miere (priniesť život k rieke formou podujatí, zábavy, vybudovaním móla, pláže, dobudovaním nábrežia na rekreáciu – napr. po vzore Viedne - Donauinsel)
Kongresový cestovný ruch	Konferenčný cestovný ruch	Vedecké konferencie na univerzitách, odborné konferencie v nadväznosti na výstavnisko AX, Agroinštitút	Otázny vývoj po skončení pandémie – treba sledovať daný segment dopytu
	Výstavnícky a veľtrhový cestovný ruch	Výstavy a veľtrhy národného významu - agrosektor, chovateľstvo, lesníctvo, technika a priemysel	Áno – s prepojením na mestskú turistickú kartu výhod a varianty kultúrneho cestovného ruchu
	Motivačný a incentívny cestovný ruch	Firemné školenia, semináre	Áno – firemné víkendy – teambuildingy napr. s ekologickým aspektom v Nitre (prípadne Nitra s okolím)
Vidiecky cestovný ruch a agroturistika	Krásy vidieka Pokoj v prírode	Cykloturistika, pešia turistika	Áno - budovaním tzv. zelených ciest (vidiecke „zelené“ ubytovanie v okrajových štvrtiach mesta, lokálne špeciality a produkty – napr. pobyt u včelára v Krškanoch, u vinára na Zobori, v Dražovciach), pobytu na vidieckych usadlostiach a farmách – na okraji mesta spojené s hospodárskymi aktivitami, ľudovými tradíciami, regionálnou gastronómiou a folklórnymi podujatiami; ponukou pobytových balíkov na vinárskych dvoroch - nadviazaním na vinohradnícku tradíciu regiónu
Sociálny cestovný ruch	Školské výlety, výlety pre rodiny s deťmi, seniorov,	Školské výlety ZŠ (v rámci regionálnej výchovy a vlastivedy), Poznávacie výlety klubov dôchodcov	Áno - systematickou spoluprácou so ZŠ a SŠ; s domovmi dôchodcov, klubmi dôchodcov ap. - ponúkanými výhodami (regionálna karta grátis) a pod. Rodina s deťmi – transformácia z výletníkov na turistov

Veľká časť súčasných produktov sa realizuje v tradičnom formáte, je potrebné inovovať takmer všetky uvedené produkty s ohľadom na trendy ako je udržateľnosť, bezuhlíková stopa, lokálne produkty. Nitra je mestská destinácia postavená na vidieckej tradícii, odjakživa sa tu prelína mestská a vidiecka kultúra, čím si mesto vyslúžilo aj označenie „najväčšia dedina na Slovensku“. Z tejto zdanlivo nepeknej nálepky je možné v cestovnom ruchu bohato ťažiť v podobe prepojenia mestskej a vidieckej kultúry.

Súčasným hendikepom ponuky produktov mesta je ich odbyt. Na úrovni destinácie chýba miestna CK, ktorá by ponúkala destináciu a jej produkty pre obchodných partnerov v tuzemsku aj v zahraničí. Neexistuje online systém rezervovania služieb CR na stránke mesta ani na stránke NOCR. V súčasnosti si návštevník musí ponuku jednotlivých služieb „vyskladať“ sám, s využitím

viacerých odbytových online kanálov (napr. ubytovanie cez booking, vstupenky cez ticketportal, stravovanie cez tipy na tripadvisor, sprievodcu cez NOCR/TIC, pre zahraničného návštevníka je to neprekonateľná prekážka).

Z hľadiska zjednodušenia dodania návštevníka do destinácie a pre jeho lepšiu orientáciu a obslužnosť v meste sú v medzinárodnej praxi rozšírené mestské turistické karty (dnes už najmä online), ktoré poskytujú návštevníkovi rôzne výhody a zľavy, ktoré motivujú k návšteve a dlhšiemu pobytu v destinácii. Mesto Nitra aktuálne nedisponuje žiadnou turistickou kartou, čo znižuje využiteľnosť mesta pre návštevníka (rôzne segmenty návštevníkov).

Pozn.: autorkou kapitoly 9 je Zuzana Palenčíková, odborný konzultant analytickej časti stratégie

10. Zhrnutie a závery analytickej časti

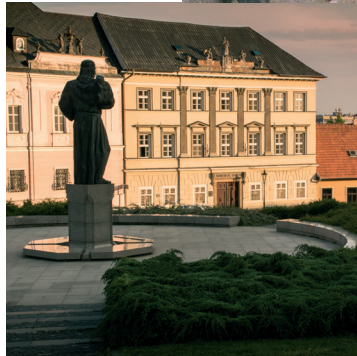


Mestská destinácia Nitra v súčasnosti stojí pred veľkou výzvou. Pandémia COVID-19 odhalila jednostrannú a zotrvačnú orientáciu ponuky na dva nosné segmenty návštevníkov – obchodných a kultúrnych. Aktuálne sa nachádza mestský cestovný ruch v Nitre „v bode zlomu“, preto je kľúčové priznať si nedostatky, poučiť sa z chýb a vykročiť do novej dekády s transformovanou ponukou reflektujúcou trendy súčasnej doby (udržateľnosť, cestovanie „bez stopy“, lokálne zážitky, ekologický cestovný ruch) a s moderným destinačným marketingom. Predložená analýza potvrdzuje, že mesto Nitra má potenciál na transformáciu súčasného cestovného ruchu, na nové produkty a segmenty návštevníkov. Ak dôjde k stotožneniu sa miestnych aktérov cestovného ruchu s novou víziou a k spojeniu síl, je vysoký predpoklad, že mesto Nitra začne v cestovnom ruchu písať novú kapitolu.



Cestovný ruch v Nitre v číslach za rok 2019

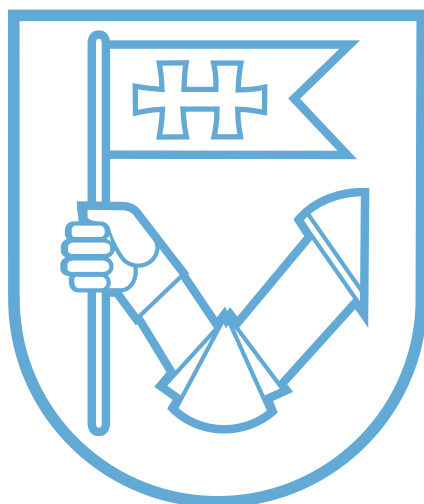
- 7 pahorkov Nitry, krásne výhľady z Nitry a na Nitru („fotogenické“ mesto)
 - 5 múzeí a 4 galérie, 3 divadlá
 - 143 ha výstavného areálu s 15 pavilónmi
 - 280 525 prenocovaní
 - 34 ubytovacích zariadení
 - 1 991 lôžok
- 6 500 stálych miest v stravovacích zariadeniach a 2500 sezónnych miest
 - 193 048,- € príjmy z dane za ubytovanie
- 6 025 117,- € tržby návštevníkov v ubytovacích zariadeniach
 - 3 190,- € priemerné tržby/ lôžko
 - 12 736 študentov na univerzitách
- 42 výstav a veľtrhov na výstavisku Agrokomplex
 - 73 971 návštevníkov Nitrianskeho hradu
 - 692 347 návštevníkov výstaviska Agrokomplex
 - 61 495 návštevníkov Letného kúpaliska v Nitre
 - 3 500 odsprevádzaných návštevníkov
 - 23 mestských športovísk
 - 141 kultúrnych podujatí
 - 96 športových podujatí
 - 13 088 výpožičiek bikesharing



nitra.eu



visitnitra.eu



Stratégia rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021-2031

Časť B:
Návrhová časť

Obsah

- 3** Závěry analytickej časti (zohľadnené ukazovatele výkonov cestovného ruchu v Nitre za roky 2016-2019)
- 5** 1. Východisková situačná SWOT analýza
- 8** 2. Vízia mestskej turistickej destinácie Nitra
 - 2.1 Hodnotové východiská pre formulovanie vízie
 - 2.2 Návrh hlavnej hodnoty destinácie
- 9** 3. Poslanie mesta (miestnej samosprávy) v rozvoji cestovného ruchu v meste Nitra
- 10** 4. Stratégia rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021-2026 s výhľadom do roku 2031
 - 4.1 Strategické oblasti rozvoja cestovného ruchu v Nitre na roky 2021-2031
 - 4.2 Strategické a operatívne ciele na roky 2021-2026
 - 4.3. Strategické a operatívne ciele na roky 2027 - 2031
- 28** 5. Návrh spôsobu implementácie stratégie
- 28** 6. Akčný plán
- 29** Záver

Vypracovala: Zuzana Palenčíková
November 2020

www.nitra.eu

Závery analytickej časti

(zohľadnené ukazovatele výkonov cestovného ruchu v Nitre za roky 2016–2019)

Existujúci potenciál Nitry:

- dobrá dopravná dostupnosť do Nitry
- silné povedomie domácich návštevníkov o Nitre (a návštevníkov z ČR)
- bohatý historický, kultúrny a prírodný potenciál
- Nitra sa nachádza na Svätajakubskej a Cyrilometodskej kultúrnej ceste európskeho významu
- 6 významných archeologických lokalít v Nitre a okolí
- prelínanie prírody a kultúry do atraktívneho obrazu kultúrnej krajiny
- existujúce jedinečnosti Nitry (Nitra na siedmich pahorkoch...),
- významné historické aj súčasné osobnosti a ikony spojené s Nitrou
- potenciál zoborských vín a rozvinutá vína turistika
- potenciál rieky a nábrežia pre vytvorenie novej turistickej ponuky
- organizovaná kultúra v centre mesta
- existujúci potenciál študentov
- rozvinutý výstavnícky a veľtržný cestovný ruch (do prepuknutia pandémie COVID-19)
- rozvinutý kultúrny cestovný ruch a stabilné národné a medzinárodné podujatia (do prepuknutia pandémie COVID-19)
- existujúce smart riešenia v cestovnom ruchu (zdieľané bicykle „bikesharing“, mobilné aplikácie o Nitre, geohra, virtuálna prehliadka na Zoborskom kláštore ...)
- existujúca dotačná politika mesta v oblasti cestovného ruchu
- existujúca a funkčná oblastná organizácia cestovného ruchu - NOCR



Odhalené problémy:

- prevažuje výletný cestovný ruch a krátkodobé pobyty
- chýbajúca ponuka pre tínedžerov a mládež
- chýbajúca ponuka pre rodiny s deťmi
- nevyužitý potenciál SPM v Nitre
- nedostatočná podpora komunitného života
- poddimenzované výdavky na cestovný ruch z rozpočtu Mesta
- nekoordinovaný a nejednotný manažment destinácie
- chýba jednotný imidž mesta
- chýba jednotná marketingová stratégia
- chýba „projektový manažér“ pre oblasť cestovného ruchu
- chýba manažér destinácie
- absencia systematického zberu dát
- duplicitná činnosť na horizontálnej úrovni
- nedostatočná spolupráca na vertikálnej úrovni (Mesto Nitra, NOCR – NSK)
- nedostatočné sieťovanie aktérov v cestovného ruchu
- stagnujúca spolupráca so súkromným sektorom
- nedostatočný online marketing a cielené kampane
- chýba sledovanie efektívnosti vynaložených prostriedkov na online marketing
- chýbajúce infobody na autobusovej a vlakovej stanici, výstaviske Agrokomplex
- nedostatočný odbyt ponuky
- nedostatočne využitý potenciál Agrokomplexu (areál, návštevníci, vystavovatelia, SPM)
- chýbajú zážitkové a interaktívne expozície, nedostatočné využitie moderných aplikácií v kultúre, zážitková expozícia hodná 21. storočia,
- chýba komplexný online rezervačný systém
- destinácia nemá modernú turistickú kartu (virtuálna verzia)
- nedostatočná ponuka MICE balíkov, nedostatočná spolupráca so spoločnosťou Jaguar a ďalšími spoločnosťami v priemyselnom parku
- chýba kúpalisko, akvapark s celoročným využitím
- prevaha jednoduchých návštevníkov (počet výletníkov rastie ale počet prenocovaní klesá)
- chýbajúca incomingová/ miestna cestovná kancelária
- orientácia ubytovacích zariadení iba na biznis klientelu/ obchodný cestovný ruch
- chýbajúca ponuka ubytovania pre rodiny s deťmi
- chýbajúca nosná zábavná atraktivita pre rodiny s deťmi v meste, odlišujúca Nitru od iných miest, za čím by boli ochotní vycestovať aj s prenocovaním (zábavný park, interaktívne tematické múzeum a pod.)

Príležitosti pre budúci rozvoj:

- prelínanie mestskej a vidieckej kultúry (dedina v meste, mesto postavené na dedine/ách)
- tvorba nových produktových línií
- príležitosť rozvíjať udržateľný cestovný ruch a ekotrendy
- využitie potenciálu kultúrneho dedičstva a univerzít
- rastie záujem o gastroturizmus a vínný turizmus
- podpora budovania infraštruktúry - sieťovanie aktérov
- výchova miestneho obyvateľstva k cestovnému ruchu v destinácii, budovanie hrdosti na mesto
- rozvíjať občiansku, komunitnú participáciu na kultúre a verejnom dianí v meste
- zviditeľnenie Nitry cez medzinárodné projekty
- príležitosť zapájať domácich obyvateľov a miestnych nadšencov do cestovného ruchu formou
- sprevádzaní „like a local“ (rozširovanie ponuky s prepojením na udržateľný cestovný ruch a ekoturizmus)
- príležitosť transformovať/ inovovať ponuku po zohľadnení trendov v cestovnom ruchu
- rozvíjať cestovný ruch v Nitre s prepojením na región – lokálne a regionálne produkty

Možné ohrozenia budúceho rozvoja:

- Nitriansky kraj ako jediný z krajov nemá krajskú organizáciu cestovného ruchu
- Nitriansky kraj je v štatistike prenocovaní na poslednom mieste zo všetkých krajov
- poddimenzované výdavky na cestovný ruch zo strany štátu
- slabý záujem o spoluprácu zo strany poskytovateľov služieb v cestovnom ruchu
- chýba SMART riešenie v Nitre ako celok (informácie, dopravná dostupnosť, online systém rezervovania služieb cestovného ruchu, mobilita, služby)
- príchod spoločnosti Jaguar Land Rover a firiem do priemyselných parkov ovplyvnil ekonomickú štruktúru obyvateľov a trh práce – pozitívne aj negatívne dopady
- negatívny dopad pandémie COVID-19 na poskytovateľov služieb v cestovnom ruchu
- klesajúci trend v počte študentov na stredných odborných školách v odbore hotelierstvo, gastronómia,
- cestovný ruch a odliv kvalifikovanej pracovnej sily do iných odvetví a do zahraničia

Doplňujúce informácie

- nárast počtu návštevníkov v TIC Nitra
- nárast počtu národných a medzinárodných konferencií na univerzitách,
- nárast počtu návštevníkov na Nitrianskom hrade, v Starom divadle K. Spišáka, Nitrianskej galérii ap,
- nárast počtu prenocovaní v niektorých ubytovacích zariadeniach (Hotel Agroinštitút, Hotel Oko, Hotel Centrum, Hotel Mikado, Hotel Zlatý Klúčik, Grand Hotel Sole ako aj penzión Lux a penzión Artin)
- nárast počtu vystavovateľov aj návštevníkov na výstavisku Agrokomplex v roku 2019
- vyťaženosť ubytovacích zariadení narastá počas medzinárodných výstav psov
- údaje zo Štatistického úradu ohľadne počtu prenocovaní nezahŕňajú ubytovanie s kapacitou do 10 lôžok
- v štatistike sa premieta aj ubytovanie pracujúcich v priemyselných parkoch
- preferované ubytovanie u rodiny a známych a ubytovanie prostredníctvom airbnb, ktoré sa nepremieta v štatistike ubytovania
- Nitra ako typická mestská destinácia nemá sezónnosť



1. Východisková situačná SWOT analýza

Na základe záverov analytickej časti práce, ktoré vyplynuli z analýzy vnútorného a vonkajšieho prostredia cestovného ruchu v meste Nitra, sme zostavili maticu ôsmich silných a slabých stránok, príležitostí a hrozieb pre cestovný ruch v meste Nitra (tabuľka 1 a tabuľka 2). Pri ich zostavení sme uplatnili rozhodovaciu maticu. Na určenie dôležitosti jednotlivých znakov sme použili párové porovnávanie dvoch znakov navzájom pomocou troch stupňov: 1 = znak je dôležitejší ako porovnávaný; 0 = znak je menej dôležitý ako porovnávaný; 0,5 = váha znakov je rovnaká. Na základe konečného sčítania bodov pre každý znak sme zostavili objektívne poradie znakov v každom kvadrante analýzy. V zátvorke uvádzame aj bodové ohodnotenie každého znaku. Farby označujú znaky v rovnakej problémovej oblasti (zelená – ponuka cestovného ruchu; ružová – identita, imidž; modrá – destinačný manažment, žltá – financovanie cestovného ruchu)

Tabuľka 1: Silné a slabé stránky cestovného ruchu v meste Nitra (interné faktory)

SILNÉ STRÁNKY		SLABÉ STRÁNKY	
S1 (5,5)	Významný kultúrno-historický a prírodný turistický potenciál (kultúrne a prírodné dedičstvo, bohatá história, oživujúce tradície, jedinečnosti Nitry (7 pahorkov historické osobnosti Cyril a Metod...))	W1 (5,5)	Stagnujúca existujúca infraštruktúra a supraštruktúra v cestovnom ruchu (objekty a priestory múzeí, ubytovacie zariadenia) a chýbajúca turistická infraštruktúra pre návštevníka v 21. storočí (multiúčelové ubytovacie zariadenia pre rodiny s deťmi, sieťový hotel, zachytne parkoviská pre návštevníkov - výletníkov, kongresová hala 21. storočia, moderná zážitková múzejná expozícia s využitím najmodernejších interpretačných metód – pre generácie Y, Z...)
S2 (5)	Rozvinutý kultúrny a eventový cestovný ruch (organizované kultúrne aj iné medzinárodné podujatia, sprievodcovské služby...)	W2 (5)	Málo nápaditá a nedostačujúca ponuka mesta pre ostatné typické segmenty návštevníkov v mestskom cestovnom ruchu (rodiny s deťmi, globálni digitálni nomádi z radov mileniálov, seniory)
S3 (5)	Silný výstavnícky a veľtrhový cestovný ruch (do prepuknutia COVID-19)	W3 (5)	Stagnujúca až upadajúca spolupráca mesta (odbor TIC) s podnikmi cestovného ruchu (nezájum najmä zo strany ubytovacích a stravovacích zariadení) a s podnikateľským sektorom vo všeobecnosti (absencia sponzoringu v mestskom cestovnom ruchu)
S4 (4,5)	Silné pozitívne väzby (domácich návštevníkov na Nitru (rodina, priatelia, VŠ štúdiom na nitrianskych univerzitách, vojenčina, Agrokomplex...) a silné povedomie domácich návštevníkov o Nitre	W4 (4,5)	Nekoordinovaný manažment cestovného ruchu v meste (nejednotný postup inštitúcií cestovného ruchu pri riadení cestovného ruchu (duplicita a biele miesta), slabá (iba formálna) vertikálna spolupráca v cestovnom ruchu medzi mestom, NOCR a Nitrianskym samosprávnym krajom
S5 (4)	Existujúca a funkčná organizácia destinačného manažmentu (NOCR) od roku 2012 sa v rámci NOCR rozvíja spolupráca mesta s okolitými obcami	W5 (2,5)	V meste prevažuje výletný cestovný ruch nad pobytovým, čo sa prejavuje nižšími príjmami z cestovného ruchu
S6 (2,5)	Výborná dopravná poloha (na ceste z hlavného mesta smerom na stredné a východné Slovensko) a atraktívna panorama mesta (7 pahorkov)	W6 (2,5)	V Nitre nie je zavedený centrálny informačný a rezervačný systém destinácie cestovného ruchu (integrován zber údajov o rezerváciách, výkonoch, predaji služieb, marketingových aktivitách, štatistika, analýza dát, prognostické modely...)
S7 (1,5)	Existujúca dotačná schéma mesta pre oblasť cestovného ruchu	W7 (2)	Chýbajúca online B2B a B2C platforma pre distribúciu a priamy predaj produktov destinácie (OTA, cestovná agentúra pod NOCR a pod.)
S8 (0,5)	Existujúce mobilné aplikácie pre návštevníkov mesta	W8 (1,5)	Nitra je neznáma destinácia pre zahraničného návštevníka – žiadne povedomie o Nitre v krajinách EÚ

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2020

Silné stránky **S1** a **S2** spolu navzájom úzko súvisia, vytvárajú najlepší predpoklad pre ďalší rozvoj cestovného ruchu v meste Nitra a majú rozhodujúci vplyv na výber stratégie rozvoja. Všetci aktéri cestovného ruchu si silne uvedomujú potenciál mesta, v ktorom žijú, ale zároveň nedokážu efektívne a v súlade s trvalo udržateľným rozvojom aj tento obrovský potenciál vhodne využiť (slabé stránky **W1** a **W2**). Destinačný manažment je druhou najproblémovejšou oblasťou cestovného ruchu v Nitre. Síce tu pôsobí verejno-súkromná destinačná organizácia (**S5**), jej dosah na úspech destinácie však nie je dostatočný (**W3** a **W4**). Dôsledkom nejednotného destinačného manažmentu v Nitre sú slabé stránky **W6**, **W7** a **W8**.

Tabuľka 2: Silné a slabé stránky cestovného ruchu v meste Nitra (externé faktory)

PRÍLEŽITOSTI		OHROZENIA	
O1 (5)	Kandidatúra mesta na titul EHMK pre rok 2026 a prepojenie cestovného ruchu s kultúrnym a kreatívnym priemyslom (nové produktové línie)	T1 (5)	Nedostatok verejných zdrojov na realizáciu investícií v cestovnom ruchu (napr. do budovania infraštruktúry cestovného ruchu) Poddimenzované výdavky na cestovný ruch zo strany štátu aj samosprávy
O2 (4)	Zviditeľnenie Nitry účasťou na medzinárodných projektoch cestovného ruchu a medzinárodných súťažiach zameraných na udržateľný cestovný ruch (napr. EDEN - European Destinations of Excellence, UNWTO Creative City a pod.)	T2 (5)	Výrazné a dlhodobé ekonomické a sociálne dopady pandémie COVID-19 na strane dopytu aj ponuky (zmeny spotrebiteľského správania tradičných cieľových skupín, ktoré do prepuknutia pandémie prichádzali do Nitry, nárast nezamestnanosti, pokles dopytu, zánik podnikov a zúženie ponuky služieb pre návštevníkov mesta...)
O3 (4)	Zapojenie sa mesta do medzinárodných certifikačných schém pre destinácie cestovného ruchu (napr. Green Destinations) a s tým spojené zvýšené povedomie v zahraničí, zvýšenie kvality služieb	T3 (5)	Globálny trend odklonu návštevníkov z mestských destinácií smerom do vidieckeho a prírodného prostredia pod vplyvom pandémie COVID-19 (smerom od masového k udržateľnému, eko a dobrovoľníckemu cestovnému ruchu),
O4 (4)	Na globálnej úrovni narastajúci záujem o menej známe, neopozerané udržateľné destinácie – Nitra má potenciál zaujať	T4 (4)	Strata záujmu miestnych podnikateľov v cestovnom ruchu pokračovať v podnikaní v súčasných podmienkach neistoty vo svete (ekonomické, zdravotné, bezpečnostné riziká)
O5 (3)	Narastajúci globálny záujem o produktové línie udržateľného cestovného ruchu, pre ktoré má Nitra veľmi dobrý potenciál s prepojením na okolitý región (gastronomický cestovný ruch a vína turistika, kreatívny cestovný ruch, agroturistika, lokálne výrobky, služby od miestnych, zdravie, príroda...)	T5 (3)	Konkurencia a boj o rovnaké cieľové skupiny zákazníkov zo strany porovnateľných (krajských) miest na Slovensku aj v okolitých štátoch (ČR, Maďarsko, Rakúsko)
O6 (3)	Podpora štátu do cestovného ruchu (podpora kultúrneho dedičstva Nitry, dotácie pre destinačný manažment, regionálna investičná pomoc...)	T6 (2)	Ohrozené príjmy z pobytového cestovného ruchu substitúciou typických platených služieb cestovného ruchu zo strany návštevníkov za neplatené riešenia (ubytovanie zdarma u rodiny a priateľov)
O7 (2)	Rozvoj/zapojenie miestnych obyvateľov, firiem a nadšencov (lokál-patriotov) do ponuky cestovného ruchu mesta typickými, lokálnymi výrobkami, službami (sietovaním, vzdelávaním)	T7 (2)	Dlhodobý výpadok zahraničných návštevníkov v dôsledku pandémie COVID-19 (politické, bezpečnostné a protiepidemiologické opatrenia v súvislosti s cestovaním na Slovensko) – otázne vnímanie Slovenska v zahraničí ako bezpečnej krajiny cestovného ruchu
O8 (1)	Nové priemyselné investície v priemyselnom parku mesta a s tým spojené migračné procesy v Nitre (Jaguar-Land Rover a spol.)	T8 (1)	Negatívny demografický vývoj v meste s dopadom na poskytovanie kvalitných služieb cestovného ruchu (mladí kvalifikovaní v cestovnom ruchu buď nepracujú v odbore, alebo odchádzajú za lepším životom a prácou do sveta) – odliv kvalifikovanej pracovnej sily

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2020

V súčasnej pandemickej situácii vo svete sa na trhu cestovného ruchu najväčšie príležitosti pre Nitru črtajú v oblasti budovania identity a imidžu ako neopozeranej modernej, kultúrnej, udržateľnej a bezpečnej európskej mestskej destinácie (**O1**, **O2** a **O3**), ktorá je produktovo zosieťovaná s príslušným regiónom a ktorá láka európskeho (aj prípadného zámorského) návštevníka na lokálne zážitky s miestnymi obyvateľmi (**O7**). Vzhľadom na potrebu eliminovať významné nedostatky v ponuke cestovného ruchu Nitry (**W1** a **W2**) sa ako najväčšia hrozba javí nedostatok verejných zdrojov na realizáciu investícií v cestovnom ruchu (**T1**), spôsobený o. i. aj dopadmi pandémie COVID-19 na celý trhový mechanizmus cestovného ruchu (dopytový a ponukový šok súčasne) (**T2**).

Na základe syntézy výsledkov SWOT, t. z. porovnaním vzájomných vplyvov vonkajších hrozieb a príležitostí s vnútornými silnými a slabými stránkami (Tabuľka 3) navrhujeme takú stratégiu, ktorá dovolí mestu Nitra orientovať sa len na také príležitosti, ktoré zodpovedajú jeho potenciálu a schopnostiam, a ktorá umožní vyhnúť sa hrozbám, proti ktorým sa mesto na trhu cestovného ruchu nedokáže brániť.

Tabuľka 2: Hodnotenie intenzity vzájomných vplyvov analyzovaných kritérií

	silné stránky									súčet O,T/S	slabé stránky								súčet O,T/W	Výsledné hodnotenie
	O,T	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8		W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8		
Kľúčové externé faktory	O1	5	5	3	3	5	5	5	5	36	5	5	4	5	5	5	5	5	39	75
	O2	5	4	3	3	5	3	5	3	31	3	4	3	4	5	5	5	5	34	65
	O3	5	3	2	3	5	3	5	3	29	4	3	3	3	2	4	4	5	28	57
	O4	5	5	3	1	5	4	2	5	30	3	2	2	3	5	0	1	5	21	51
	O5	5	4	0	2	5	5	5	0	26	3	2	3	4	4	0	1	5	22	48
	O6	5	3	1	3	5	0	1	0	18	5	5	4	3	4	5	3	3	32	50
	O7	4	5	0	4	5	0	4	0	22	0	4	5	2	3	3	2	0	19	41
	O8	2	3	5	0	3	5	0	3	21	3	3	5	0	0	0	0	2	13	34
	T1	-3	-3	-2	0	-5	0	-4	-1	-18	-5	-5	-2	-5	-5	-5	-5	-3	-35	-53
	T2	0	-5	-5	-4	-3	0	-3	0	-20	-5	-5	-4	-3	-5	-2	-1	-5	-30	-50
	T3	-3	-5	-5	-5	-1	0	0	0	-19	-4	-5	-5	-4	-5	-2	-5	-5	-35	-54
	T4	-1	-4	-5	0	-4	0	0	0	-14	-3	-4	-5	-5	-5	0	-3	-2	-27	-41
	T5	-3	-3	-2	-1	-4	0	0	0	-13	-4	-5	-5	-5	-5	-4	-5	0	-33	-46
	T6	0	-1	0	0	-5	0	0	0	-6	-2	-2	-4	-2	-4	-3	-3	0	-20	-26
	T7	-2	-3	-4	0	-2	0	0	0	-11	-3	-2	-3	-4	-5	-4	-5	-5	-31	-42
	T8	0	-4	-1	0	0	-5	0	0	-10	-1	-3	-3	0	0	0	0	0	-7	-17
Súčet S,W	9	-8	-15	0	-1	9	5	7	1	-1	-3	-2	-4	-6	2	-6	10	-10	-9	

Poznámka: Hodnotenie znakov bolo realizované na bodovej škále od -5 do +5

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2020

Z hodnotenia intenzity vzájomných vplyvov analyzovaných kritérií vyplýva, že **najvýraznejšími silnými stránkami sú S1** (významný kultúrno-historický a prírodný turistický potenciál), **S6** (výborná dopravná poloha a atraktívna panoráma mesta) a **S8** (existujúce mobilné aplikácie pre návštevníkov mesta). Ide o také silné stránky v kvadrante, ktoré majú v externom prostredí dostatok príležitostí, aby sa rozvíjali a naopak ohrozenia, ktoré boli definované, nemajú výraznejší vplyv na potlačanie týchto silných stránok. Najvyššiu váhu spomedzi silných stránok má S1, preto je dôležité, aby sa v stratégii rozvoja kladol dôraz na zníženie intenzity vplyvu jej ohrození T1, T3 a T5, ktoré najintenzívnejšie vplývajú na túto silnú stránku. **Najviac ohrozenou silnou stránkou je S3** (silný výstavnícky a veľtrhový cestovný ruch) (-15), väčšina ohrození výrazne bráni v rozvoji práve tejto silnej stránky. Definované príležitosti nie sú v tomto smere natoľko silné, aby podporovali túto silnú stránku. Preto v návrhoch opatrení budeme kladť dôraz práve na potlačenie ohrození, ktoré zásadne vplývajú na stagnáciu rozvoja cestovného ruchu v Nitre.

Najkritickejšími slabými stránkami sú W5 (výletný cestovný ruch, resp. s prenocovaním u rodiny – bez výdavkov na komerčné ubytovanie) a **W7** (chýbajúci odbytový kanál pre firemnú klientelu aj koncových návštevníkov). Aj keď nejde o slabé stránky s najvyššou váhou významu, zaslúžia si pozornosť a systémové riešenie v rámci navrhovaných opatrení pre oblasť destinačného manažmentu. **Najmenej výrazná je slabá stránka W8** (Nitra je neznáma destinácia pre zahraničného návštevníka), ktorú možno v stratégii minimalizovať tým, že ju

využijeme ako „príležitosť“ pri tvorbe návrhov na budovanie identity mesta Nitra vo vzťahu k zahraničným návštevníkom, primárne z okolitých krajín. Keďže Nitru nepoznajú (okrem návštevníkov z ČR a Maďarska), nemajú žiadne očakávania, a preto ich Nitra môže pozitívne prekvapiť svojou ponukou, aktivitami a atmosférou.

Najvýznamnejšou príležitosťou pre rozvoj cestovného ruchu v blízkej budúcnosti je aktuálna kandidatúra Nitry na titul EHMK pre rok 2026 (**O1**). Získaním titulu by sa v meste podarilo podporiť silné stránky, znížiť až eliminovať vplyv väčšej časti slabých stránok a ohrození a uskutočniť rozvojové zámery v rôznych oblastiach (kultúra, cestovný ruch, mestská infraštruktúra).

Najkritickejšie ohrozenie je T3 (globálny trend odklonu návštevníkov z mestských destinácií smerom do vidieckeho a prírodného prostredia pod vplyvom pandémie COVID-19, minimalizovania sociálnych kontaktov (sociálny dištanc)), ktoré veľmi úzko súvisí s najkritickejšou slabou stránkou **S3** (výstavnícky a veľtrhový cestovný ruch).

Pri súčte celkového hodnotenia silných stránok je výsledné číslo najmenšie možné kladné (**1**), čo znamená, že silné stránky nemajú výrazne tlmiaci efekt na identifikované ohrozenia. **Výsledné hodnotenie syntézy** (súčet bodov vplyvu sily silných a slabých stránok) je **záporné číslo (-9)**, čiže **prevažujú slabé stránky nad silnými stránkami a príležitosti ohrozenia nad príležitosťami**.

2. Vízia mestskej turistickej destinácie Nitra

V súčasnej bezprecedentnej situácii globálnej neistoty spôsobenej celosvetovou pandémiou COVID-19 je veľmi zložitá predvídať, kam sa bude uberať cestovný ruch po jej skončení a aký bude v roku 2031. Podľa vyjadrení UNWTO návrat do obdobia „pred korunou“ v cestovnom ruchu už nebude možný. Cestovný ruch je aktuálne vo fáze transformácie, zmeny sa dejú celosvetovo a naznačujú smer „nového normálu“ v cestovnom ruchu, ktorý bude zodpovednejší, udržateľnejší a viac inkluzívny, s dôrazom na poznávanie miestnej kultúry a objavovanie skrytých pokladov. Na základe poznania súčasného stavu cestovného ruchu v meste Nitra, identifikovania kľúčových globálnych trendov a v súlade s ambíciou aktérov cestovného ruchu v meste dostať Nitru na mapu udržateľných a kreatívnych mestských destinácií Európy formulujeme víziu mesta Nitra nasledovne:

Mesto Nitra je vstupnou bránou do regiónu a je známe na mape európskeho kultúrneho cestovného ruchu ako mesto s významnou stopou v spoločnej európskej histórii aj s kresťanským odkazom. Súčasní aj budúci návštevníci prichádzajú do Nitry s cieľom podniknúť vo svojom živote niečo nové, autentické, inšpirovať sa, urobiť zmenu. Nitra je „úľom nápadov“, v ktorom miestni obyvatelia poskytujú návštevníkom/zdieľajú s návštevníkmi svoje mesto na inšpiráciu pre ich ďalší život. Miestni obyvatelia a firmy sú hrdí na zdieľanie svojho mesta, jeho kultúry, kultúrneho dedičstva a kreativity s návštevníkmi, ktorí pre nich znamenajú prosperitu a rast.

Navštíviť Nitru sa oplatí pre jej kreatívne a inovatívne zážitky v spojení s miestnymi. Nitra poskytuje návštevníkom tvorivú atmosféru, v ktorej sa historické, kultúrne a prírodné hodnoty mesta pretavujú do nových, udržateľných a kreatívnych SMART zážitkov.

Našou víziou mesta v cestovnom ruchu v skratke je...

„Inšpirujme sa navzájom!“

(Let's inspire each other!)

Pozn: Finálnu víziu by mali podporiť všetci kľúčoví aktéri v meste – iba tak bude dosiahnuteľná. Vízia je formulovaná aj s ohľadom na projekt EHMK a jeho udržateľnosť do r. 2031

2.1 Hodnotové východiská pre formulovanie vízie

a) hodnoty ako základné piliere: história, archeologické lokality ako odtlačky – spomienky na časy dávno minulé, kolíska kresťanstva na území Slovenska, miesto, kde bol pravdepodobne postavený prvý kostol na našom území, kde stál najstarší kláštor na Slovensku, 1000-ročné sídlo biskupa, Cyril a Metod. Nitra vždy zastávala kresťanské hodnoty, ktoré majú svoju dôležitosť v rámci Slovenska. Nitra je ale aj mesto pre všetkých, dnes tu cítiť multikulturalizmus, ale aj malomešťanstvo. Je to malebné mesto, nostalgia verus túžba po inováciách, podnikavosť. Nitra je centrom poľnohospodárstva a zároveň priemyselným mestom, pôvodne s potravinárskym priemyslom (cukrovary, mlyny). Nitra je aj mestom remesiel, ktoré zažívajú v súčasnosti renesanciu, v minulosti tu sídlili viaceré cechy.

b) hodnoty mesta pre návštevníkov (existujúcich aj potenciálnych, domácich aj zahraničných): nostalgia, spomienky (spojenie s vojenčinou, štúdiom), dominanty mesta v novom šate (hrad, Zobor, Agrokompex, divadlo), dopravná dostupnosť (radi sa v Nitre zastavia, spoja príjemné s užitočným ako napr. s nákupmi a stretnú sa so známymi, rodinou a priateľmi, Nitra je „po ceste“, útulné mesto, kde je všade blízko; unikáty Nitry a Slovenska sú základným motívom návštevy pre zahraničných ako aj domácich návštevníkov.

c) V čom je Nitra ako destinácia uveriteľná? Prečo by nám mali návštevníci uveriť to, čo im sľúbime (takí, ktorí tu ešte neboli, počujú o Nitre prvýkrát)?

„Malé veľké mesto“, všetko na dosah a z každého rožka troška - kultúra, príroda, architektúra, malebné zákutia, smart riešenia, dostupnosť, integrácia, vídiak „za rohom“ so svojimi bio, eko produktami a gastronomickými zážitkami

d) Aký prísľub vieme dať návštevníkovi Nitry? Čo tu dostane, ak navštívi Nitru?

„Všade je blízko“, kultúrny zážitok v podobe kultúrnych podujatí, divadelných predstavení a pamiatok, zážitkové sprevádzania „like a local“ a tematické prehliadky mestom, sakrálné pamiatky a Nitriansky hrad, Zoborský kláštor s virtuálnou prehliadkou, gastrozážitky, bude sa v meste cítiť „na krátky čas“ príjemne, dlhodobější zážitok mesto ponúka s prepojením na región

e) Aké benefity Nitra ponúka/dokáže v blízkej budúcnosti ponúknuť svojim návštevníkom?

Zážitok s prepojením na región s využitím moderných technológií - Nitra ako vstupná brána do regiónu, využitie smart turistických riešení - virtuálny sprievodca Zoborským kláštorom, geohra k mobilnej aplikácii „Cesty mladého Corgoňa“, mobilná aplikácia „Nitra na siedmich pahorkoch“, aplikácia „Mesto v meste“. Mesto vyvíja politiku, ktorá podporuje a vytvára podmienky pre podnikateľské subjekty na podporu rozvoja infraštruktúry v cestovnom ruchu, v blízkej budúcnosti ponúkne návštevníkom zaujímavé centrum kreatívneho priemyslu, rôzne druhy smart riešení v podobe nových aplikácií. Mesto bude vedieť ponúknuť návštevníkom virtuálnu mestskú turistickú kartu, nové atrakcie na zviditeľnenie témy 7 pahorkov, rozhladne, vizuálne oživenie budov - murály, graffiti, nasvietenie budov, atď. Ak sa mestu podarí uspieť v kandidatúre na titul EHMK, ponúkne návštevníkovi Nitry európsku kultúru so stredoeurópskym akcentom a s prepojením na lokálnu kultúru.

2.2 Návrh hlavnej hodnoty destinácie

Kľúčové poznanie (Key Insight): Nitra je neznáma pre zahraničného návštevníka, preto ho môže prekvapíť svojím kontrastným charakterom – obsahovo aj vizuálne (podobne však aj ostatné mestá z východnej Európy). Pre domáceho návštevníka je návšteva Nitry nostalgická, je „zastávkou po ceste“, často s rodinnou väzbou (bez využitia ubytovacích služieb). Pre Slovákov bez priamej väzby na Nitru (najmä zo severných regiónov Slovenska a z východu, ktorí Nitrou zvyčajne neprechádzajú) je Nitra turisticky neznáma (výsledky posledného reprezentatívneho prieskumu dopytu z r. 2015).

Pre Nitru je charakteristický silný lokálpatriotizmus na mikroúrovni (som najprv Párovčan, Zoborčan, Chrenovčan, až v druhom rade som Nitrančan) – možnosť využiť tento fenomén v cestovnom ruchu mesta

Nitra je mesto kontrastov, protikladov:

- staré (odkaz Veľkej Moravy) verzus nové (prevažne súčasná architektúra, priemyselné mesto, moderné smart riešenia);
- nostalgia/pokrok, inovácie;
- univerzitné mesto – koncentrácia inteligencie a zároveň „najväčšia dedina na Slovensku“
- priemysel/kultúra/poľnohospodárstvo;
- vizuálne kontrastný reliéf mesta – pahorky s prechodom do roviny

3. Poslanie mesta (miestnej samosprávy) v rozvoji cestovného ruchu v meste Nitra

„Mesto Nitra vytvára podmienky (support) pre udržateľný mestský cestovný ruch v novej kvalite.“

Udržateľnosť je chápaná ako holistický prístup mesta k rozvoju cestovného ruchu na jeho území:

- smerom dovnútra, t. z. všetky odbory MsÚ sú zapojené v rámci svojej agendy do cestovného ruchu a prijímajú rozhodnutia a opatrenia, ktoré podporujú a nepoškodzujú rozvoj cestovného ruchu v meste,
- smerom von pri zabezpečovaní atraktívnosti mesta na trhu cestovného ruchu (udržateľnosť historických pamiatok, ich prevádzok, spoločenské a kultúrne podujatia podporujúce cestovný ruch, infraštruktúrna vybavenosť mesta pre cestovný ruch, prevádzková udržateľnosť, udržateľnosť pracovníkov – zníženie fluktuácie a pracovných miest, získavanie nových segmentov a mikrosegmentov návštevníkov).

Nová kvalita znamená prechod od autonómneho strednodobého riadenia cestovného ruchu (v režime 4-ročných volebných období) k dlhodobému participatívne riadeniu – za účasti všetkých kľúčových aktérov cestovného ruchu v meste. Nevyhnutným nástrojom/prostriedkom na dosiahnutie novej kvality cestovného ruchu v Nitre bude spolupráca a budovanie partnerstiev/sietí medzi rôznorodými záujmovými skupinami, ktoré majú úprimný a preukázateľný záujem o rozvoj cestovného ruchu v Nitre. Základným predpokladom novej kvality bude budovanie „dôvery“ medzi aktérmi cestovného ruchu, najmä medzi samosprávou a podnikateľmi v cestovnom ruchu, a to odbúraním predsudkov, neopodstatnenej zaujatosti a presadzovania osobných záujmov/záujmov úzkeho okruhu osôb na úkor spoločných záujmov všetkých aktérov cestovného ruchu v destinácii. Nová kvalita sa prejaví následne aj v samotnej kvalite služieb cestovného ruchu poskytovaných v celej mestskej destinácii.

4. Stratégia rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021-2026 s výhľadom do roku 2031



Syntézou poznatkov o súčasnom stave cestovného ruchu v meste Nitra vyplývajúcich zo situačnej SWOT analýzy a v súlade s formulovanou víziou cestovného ruchu v Nitre do roku 2031 pre mesto Nitra navrhujeme stratégiu mesta rozdeliť do dvoch strategických období:

- na roky 2021-2026 s akčným plánom na roky 2021-2023 a 2024-2026,
- na roky 2027-2031 s akčným plánom na roky 2027-2029 a 2030-2031.

Dôvodom je súčasná veľmi neistá situácia na trhu cestovného ruchu a nemožnosť prognózovania jeho vývoja do skončenia pandémie COVID-19.

Z komparácie vzájomných vplyvov SWOT vyplynulo, že v Nitre v súčasnosti prevažujú slabé stránky nad silnými a ohrozenia nad príležitosťami. V danej situácii jedinou vhodnou stratégiou v plnení rozvojových zámerov Nitry na poli cestovného ruchu je **defenzívna stratégia, založená na posilnení silných stránok, redukovaní, resp. eliminácii slabých stránok a vyhýbaní sa hrozbám (tzv. ST stratégia)**, minimálne do polovice plánovacieho obdobia (rok 2025). Táto stratégia je v súlade aj s prognózami UNWTO, ktorá predpokladá negatívne dopady pandémie COVID-19 na globálny cestovný ruch minimálne do roku 2024 a odporúča členským krajinám pre najbližšie roky budovať primárne domáci cestovný ruch, ktorý má vyššiu regeneračnú schopnosť ako medzinárodný (UNWTO, 2020). V horizonte rokov 2025-2026 je vhodné defenzívnu stratégiu prehodnotiť a zvoliť aktualizovanú ofenzívnu stratégiu (tzv. SO stratégia zameraná na využitie silných stránok a využitie príležitostí na trhu). V nasledujúcej časti predstavíme strategické oblasti rozvoja s uvedením strategických cieľov pre obidve plánovacie obdobia 2021-2026 a 2027-2031. Pre prvé plánovacie obdobie uvedieme aj opatrenia a príslušné aktivity a na záver výhľadovo identifikujeme perspektívu smerovania cestovného ruchu v Nitre až do roku 2031.

Stratégia nadväzuje na Stratégiu rozvoja kultúry, kreatívneho priemyslu a kultúrneho CR v Nitre (2021-2031) a komplexnejšie spracúva oblasť CR v destinácii Nitra.



4.1 Strategické oblasti rozvoja cestovného ruchu v Nitre na roky 2021-2031

Na základe analýzy východiskového stavu cestovného ruchu v Nitre sme identifikovali päť kľúčových oblastí, ktoré vykazujú problémy s rôznymi negatívnymi dopadmi na cestovný ruch v meste.

Pre každú strategickú oblasť navrhujeme dva strategické ciele v súlade s rozdelením stratégie na dve strategické obdobia. Zachovali sme farebnú odlišiteľnosť jednotlivých oblastí podľa farebnej škály SWOT analýzy, aby bolo možné vizuálne rýchlo rozpoznať prepojenosť identifikovaných problémov a navrhovaných postupov na ich riešenie.

I. Identita a komunikačná stratégia mesta ako mestskej destinácie cestovného ruchu

II. Vzdelávanie aktérov cestovného ruchu v meste (domáce obyvateľstvo, podnikatelia v cestovnom ruchu - MSP, verejné inštitúcie, prevádzkovatelia atraktivít, miestne firmy...)

III. Destinačný manažment a marketing

IV. Ponuka cestovného ruchu pre európskeho návštevníka 21. storočia

V. Udržateľné financovanie cestovného ruchu v Nitre

Tabuľka 4: Strategické oblasti a strategické ciele rozvoja cestovného ruchu v Nitre

Strategická oblasť	Strategický cieľ	
	2021-2026	2027-2031
I. Identita a komunikačná stratégia mesta ako mestskej destinácie v cestovnom ruchu	Mesto má jasne definovanú identitu a jednotnú komunikačnú stratégiu mesta vo vzťahu k domácejmu a európskemu návštevníkovi	Imidž mesta ako vyhľadávanej udržateľnej a kreatívnej mestskej destinácie v strednej Európe
II. Udržateľné celoživotné vzdelávanie aktérov cestovného ruchu s ohľadom na potreby rozvoja cestovného ruchu	Mesto v spolupráci s NOCR zabezpečuje udržateľný model vzdelávania pre rôzne cieľové skupiny aktérov cestovného ruchu s ohľadom na potreby rozvoja nových produktov a segmentov návštevníkov	Zabezpečiť udržateľný model vzdelávania pre rôzne cieľové skupiny aktérov cestovného ruchu s ohľadom na potreby skvalitňovania služieb a zavádzania nových trendov v digitálnej a virtuálnej ére cestovného ruchu
III. Destinačný manažment a marketing v podmienkach spolupráce a partnerstva kľúčových aktérov cestovného ruchu	Cestovný ruch v meste je riadený udržateľne, manažment a marketing destinácie je jednotný bez duplicit a bielych miest v destinačnom manažmente	Destinačný manažment je plynule adaptívny na neustále sa meniace podmienky na trhu cestovného ruchu a predstavuje istotu, na ktorú sa môžu miestni aktéri cestovného ruchu spoľahnúť
IV. Produktové línie a atraktívna ponuka pre európskeho návštevníka 21. storočia	Nitra je vyhľadávanou mestskou destináciou pre návštevníkov vďaka bohatej ponuke jedinečných kreatívnych a regionálnych produktov založených na podnikavosti, inovatívnosti a udržateľnom prístupe miestnych obyvateľov (komunit) ku kultúre a životnému prostrediu	Nitra je vyhľadávanou destináciou pre pobyty európskych návštevníkov spojené s miestnou kultúrou, sebarealizáciou, a zážitkom z udržateľného spôsobu života v rámci cirkulárnej ekonomiky
V. Udržateľné financovanie cestovného ruchu v mestskej destinácii	Mestská destinácia Nitra disponuje udržateľným rozpočtom na financovanie rozvojových aktivít cestovného ruchu v meste Nitra	Udržateľné financovanie cestovného ruchu v destinácii na viaczdrojovom princípe pokrýva všetky dôležité potreby pre úspech destinácie na trhu

4.2 Strategické a operatívne ciele na roky 2021-2026

V nasledujúcej časti dokument obsahuje rozpracované strategické oblasti pre prvé strategické obdobie rokov 2021-2026, a to v logickej postupnosti:

strategický cieľ > operatívne ciele > opatrenia > aktivity

s vymedzením časového rámca, zodpovednosti a indikátorov efektívnosti plnenia. Farebné označenie oblastí je prepojené s farebným označením východiskového stavu v rámci SWOT analýzy, čo umožňuje krížovú kontrolu dokumentu na osi: problémová oblasť – návrh na riešenie problému.

Strategická oblasť 1

Identita mesta a komunikačná stratégia mesta ako mestskej destinácie v cestovnom ruchu

Základom riešenia strategickú oblasť budovania identity mesta Nitra na trhu cestovného ruchu na roky 2021-2026 by mal byť holistický prístup k formulovaniu identity mesta na základe konsenzu všetkých cieľových skupín komunikácie (inštitúcie, občan, pracovný imigrant, podnikateľ, investor, návštevník...). Identita mesta na trhu cestovného ruchu by mala byť prepojená na univerzálnu identitu mesta (obsahovo aj vizuálne – napr. podľa vzoru mesta Bratislava). V rámci strategického cieľa formulujeme päť operatívnych cieľov a k nim opatrenia, na základe ktorých sú definované jednotlivé aktivity ako procesné úkony pre dosiahnutie indikátorov úspešnosti jednotlivých opatrení. Postupnosťou nastavených krokov a procesov je vytvorený predpoklad pre dosiahnutie operatívnych cieľov a vo finále strategického cieľa.

Strategický cieľ		Mesto má jasne definovanú identitu a jednotnú komunikačnú stratégiu mesta vo vzťahu k domácemu a európskemu návštevníkovi.	
Opatrenie		Operatívny cieľ	
1.1	Definovanie konkurencieschopnej identity mesta Nitra na trhu mestského cestovného ruchu v strednej Európe	Jedinečnosti Nitry („unique selling proposition“ USP) sú premietnuté do definovania konkurencieschopnej identity mesta, ktoré ponúka svojim obyvateľom a návštevníkom jedinečné mestské zážitky a vysokú kvalitu života.	
1.2	Zosúladenie destinačného marketingu s marketingom mesta v cestovnom ruchu, ktorý bude zacielený dovnútra (domáci obyvatelia, miestne firmy) aj von (domáci a zahr. návštevníci)	Mesto Nitra má zavedený moderný destinačný marketing ako integrovanú súčasť destinačného manažmentu s prepojením na holistický koncept marketingu mesta.	
1.3	Vytvorenie modernej marketingovej komunikačnej stratégie na podporu identity mesta Nitra v cestovnom ruchu, ktorá bude zacielená na obyvateľov (smerom dnu) a návštevníkov mesta (smerom von) a bude pracovať s najmodernejšími komunikačnými nástrojmi s ohľadom na cieľové skupiny komunikácie	Mestská destinácia Nitra uplatňuje modernú marketingovú komunikáciu na trhu cestovného ruchu zameranú na presne definované cieľové skupiny, ktoré znamenajú pre mesto sociálno-ekonomický prínos.	
1.4	Budovanie a upevňovanie dôvery, porozumenia a dobrých vzťahov s verejnosťou smerom dovnútra a von	Pravidelne komunikovať s miestnymi, domácimi a zahraničnými médiami za účelom zviditeľňovania a budovania imidžu mesta Nitra na trhu cestovného ruchu.	
1.5	Budovanie kultúrnej a udržateľnej identity, imidžu a reputácie Nitry na európskom trhu cestovného ruchu prostredníctvom medzinárodne akceptovaných projektov, programov a súťaží	Mesto Nitra v rozvoji cestovného ruchu naplno využije príležitosti na zapojenie sa do medzinárodných projektov, programov a súťaží, ktoré mu umožnia budovať imidž jedinečnej kultúrnej a udržateľnej mestskej destinácie a zvýšia mu reputáciu na domacom a európskom trhu cestovného ruchu.	

Opatrenie	1.1. Definovanie konkurencieschopnej identity mesta Nitra na trhu mestského cestovného ruchu v strednej Európe				
Operatívny cieľ	<i>Jedinečnosti Nitry („unique selling proposition“ USP) sú premietnuté do definovania konkurencieschopnej identity mesta, ktoré ponúka svojim obyvateľom a návštevníkom jedinečné mestské zážitky a vysokú kvalitu života.</i>				
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>	
1.1.1	Uskutočniť prieskum a analýzu vnímania Nitry zo strany cieľových skupín – domáci obyvatelia, firmy, imigranti – cudzinci, návštevníci (domáci aj zahraniční).	Výskum vnímania Nitry návštevníkmi z roku 2015	Identifikované vnímanie identity zo strany cieľových skupín výskumu v roku 2021	Odbor komunikácie a propagácie; odbor TIC Nitra a NOCR	12/2021
1.1.2	Definovať identitu mesta Nitra vo vzťahu k návštevníkovi ako východisko pre budovanie imidžu Nitry ako atraktívnej a konkurencieschopnej mestskej destinácie na domacom a stredoeurópskom trhu cestovného ruchu.	Identita Nitry identifikovaná výskumom návštevníkov v roku 2015	Identita mestskej turistickej destinácie Nitra v roku 2021, identifikované imidžotvorné prvky destinácie (osobnosti, dizajn, komunikácia, produkty destinácie)	Odbor komunikácie a propagácie; odbor TIC Nitra a NOCR	03/2022
1.1.3	Vypracovať dizajn manuál jednotnej vizuálnej identity Nitry, ktorá ju odliší od ostatných konkurenčných miest	Vizuálna identita Nitry je roztrieštená (čo inštitúcia, to iné logo, farby, slogan...)	Jednotná a všetkými aktérmi v meste (stakeholderi) rešpektovaná vizuálna identita mesta založená na jeho jedinečnostiach (platný a akceptovaný dizajn manuál)	Odbor komunikácie a propagácie; odbor TIC Nitra a NOCR	06/2022

Opatrenie		1.2. Zosúladienie destinačného marketingu s marketingom mesta v cestovnom ruchu, ktorý bude zacielený dovnútra (domáci obyvatelia, miestne firmy) aj von (domáci a zahraniční návštevníci)			
Operatívny cieľ		Mesto Nitra má zavedený moderný destinačný marketing ako integrovanú súčasť destinačného manažmentu s prepojením na holistický koncept marketingu mesta.			
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>	
1.2.1	Zlúčiť/zjednotiť webový portál TIC Nitra a NOCR do jedného spoločného webového sídla, ktoré bude slúžiť ako virtuálne návštevnícke a informačné centrum mesta pre obyvateľov aj návštevníkov mesta (do budúcnosti s funkciou online rezervovania a nákupu služieb) - súvisí s aktivitou 3.4.4	Dve webové stránky s turistickou ponukou mesta (nitra.eu; visitnitra.eu)	Jeden webový turistický portál mesta (full návštevnícky a informačný servis na jednom mieste v online prostredí)	Odbor komunikácie a propagácie; odbor TIC Nitra a NOCR	03/2022 – zlúčenie webov 06/2022 – funkcia online rezervácie a predaj
1.2.2	Nastaviť zodpovednosti a kompetencie odborov MsÚ a NOCR vo veci destinačného marketingu a marketingovej komunikácie smerom k rôznym cieľovým skupinám (občan mesta, cudzinec - pracovný imigrantom, podnikateľ, investor, návštevník Nitra, turista...) - súvisí s aktivitou 3.1.1	Marketingové a propagačné aktivity sa často duplikujú alebo nikto nerieši – neefektívne (výdavky mesta na marketing)	Duplicity a biele miesta v marketingu mesta odstránené (výdavky mesta na marketing)	Vedenie mesta Nitra v súčinnosti s odborom komunikácie a propagácie, odborom TIC Nitra, odborom kultúry a NOCR	12/2021
Opatrenie		1.3. Vytvorenie modernej marketingovej komunikačnej stratégie na podporu identity mesta Nitra v cestovnom ruchu, ktorá bude zacielená na obyvateľov (smerom dnu) a návštevníkov mesta (smerom von) a bude pracovať s najmodernejšími komunikačnými nástrojmi s ohľadom na cieľové skupiny komunikácie			
Operatívny cieľ		Mestská destinácia Nitra uplatňuje modernú marketingovú komunikáciu na trhu cestovného ruchu zameranú na presne definované cieľové skupiny, ktoré znamenajú pre mesto sociálno-ekonomický prínos.			
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>	
1.3.1	Realizovať imidžotvorné promo kampane na domácom trhu cestovného ruchu s cieľom budovania pozitívneho vnímania cestovného ruchu zo strany miestnych obyvateľov udržiavania pozitívnych väzieb na mesto (spomienky na Nitru) u vybraných cieľových skupín s využitím vhodných marketingových nástrojov. - súvisí s aktivitou 1.3.4	Nitra je výletná destinácia pre domácich návštevníkov, Slováci zo severu a východu Nitru nenavštevujú, Nitra je pre nich turisticky neznáma /počet prenocovaní tuzemských návštevníkov podľa krajov SR	Nitra je víkendová destinácia pre domácich cestovných /počet prenocovaní tuzemských návštevníkov podľa krajov SR	NOCR, odbor TIC Nitra	2021 - 2022
1.3.2	Realizovať imidžotvorné promo kampane pre cieľové segmenty návštevníkov na trhoch strednej Európy s cieľom budovať imidž Nitra ako bezpečnej a neopozeranej citybreak destinácie s bohatou multikultúrnou a kozmopolitnou ponukou, pestrým mestským životom a vynikajúcou lokálnou gastronómiou (prepojiť promo s produktovou ponukou destinácie) - súvisí s aktivitou 1.3.4	Chýba povedomie o Nitre na zdrojových trhoch strednej Európy /počet dopytov na služby TIC Nitra, počet rezervácií služieb návštevníkov zo susedných štátov SR	Nitra je rozpoznateľná mestská destinácia v strednej Európe /nárast dopytov v TIC Nitra, nárast počtu rezervácií služieb zo susedných štátov, nárast prenocovaní v ubytovacích zariadeniach	NOCR, odbor TIC Nitra	2022 - 2024
1.3.3	Realizovať produktové a segmentačné promo kampane na domácom trhu a na vybraných európskych trhoch s cieľom pritažnúť pozornosť vybraných cieľových skupín na vybrané produktové línie destinácie (product matching) s využitím vhodných marketingových nástrojov - súvisí s aktivitou 1.3.4	Nitra je zameniteľná výletná destinácia s podobnými destináciami /počet prenocovaní tuzemských návštevníkov	Nitra je jedinečná víkendová destinácia so špecializovanou ponukou pre vybrané segmenty návštevníkov /počet prenocovaní návštevníkov podľa segmentov	NOCR, odbor TIC Nitra	2022 - 2026
1.3.4	Uplatniť v marketingovej komunikácii v maximálnej možnej miere moderné online nástroje (kampane na sociálnych sieťach Instagram, Facebook, Twitter, ..s digitálnym obsahom ako sú videá, fotografie, newslettery), gamifikáciu a príbehy (storytelling) s ohľadom na efektívnosť komunikácie	Počet online kampaní na cieľových trhoch za rok 2019 / počet reálnych rezervácií/prenocovaní a pod. na 1 online kampane	Počet online kampaní na cieľových trhoch za rok / počet reálnych rezervácií/prenocovaní a pod. na 1 online kampaň	odbor TIC Nitra, odbor komunikácie a propagácie, NOCR	2021 - 2026

Opatrenie	1.4. Budovanie a upevňovanie dôvery, porozumenia a dobrých vzťahov s verejnosťou smerom dovnútra a von			
------------------	---	--	--	--

Operatívny cieľ	Pravidelne komunikovať s miestnymi, domácimi a zahraničnými médiami za účelom zviditeľňovania a budovania imidžu mesta Nitra na trhu cestovného ruchu.			
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>
1.4.1 Realizovať PR kampane smerom k občanom Nitry s cieľom budovania pozitívneho vnímania rozvojových zámerov a aktivít cestovného ruchu na území mesta - súvisí s aktivitou 1.3.4	Občania Nitry nevnímajú projekty cestovného ruchu v meste ako prínos pre ich život /počet kampaní smerom k občanovi	Občania Nitry vnímajú cestovný ruch v meste pozitívne /počet pozitívnych reakcií občanov na projekty CR napr. na sociálnych sieťach	odbor propagácie a komunikácie, odbor TIC Nitra, NOCR	2021 - 2026
1.4.2 Organizovať infocesty novinárov a blogerov/vloggerov do destinácie s cieľom budovania pozitívneho imidžu a konkurencieschopnosti destinácie na domácom a európskom trhu cestovného ruchu	Domáce a zahraničné médiá píšu o Nitre ako atraktívnej mestskej destinácii sporadicky alebo vôbec /počet správ o Nitre v médiách doma a v zahraničí za rok	Nitra je spomínaná v médiách ako vyhľadávaná mestska destinácia / počet správ o Nitre, počet zobrazení správ/ PR článkov/ rozhovorov	odbor komunikácie a propagácie, odbor TIC Nitra, NOCR	2021 - 2022 na domácom trhu CR 2022 - 2026 na domácom a európskom trhu CR

Opatrenie	1.5. Budovanie kultúrnej a udržateľnej identity, imidžu a reputácie Nitry na európskom trhu cestovného ruchu prostredníctvom medzinárodne akceptovaných projektov, programov a súťaží			
------------------	--	--	--	--

Operatívny cieľ	Mesto Nitra v rozvoji cestovného ruchu naplno využije príležitosti na zapojenie sa do medzinárodných projektov, programov a súťaží, ktoré mu umožnia budovať imidž jedinečnej kultúrnej a udržateľnej mestskej destinácie a zvýšia mu reputáciu na domácom a európskom trhu cestovného ruchu.			
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>
1.5.1 Využiť kandidatúru mesta Nitra na titul Európske hlavné mesto kultúry 2026 na zvýšenie povedomia európskeho návštevníka o jedinečnej kultúrnej ponuke mesta so stredoeurópskou identitou - súvisí s aktivitou 1.3.4.	Európsky návštevník nepozná Nitru a kultúrnu ponuku mesta /počet zahraničných návštevníkov kultúrnych podujatí v meste	Európsky návštevník má pozitívny obraz o kultúrnej ponuke Nitry /počet zahraničných návštevníkov kultúr. podujatí v meste; počet pozitívnych ohlasov na podujatia od zahraničných návštevníkov.	odbor projektového strategického a riadenia, odbor TIC Nitra, NOCR	2021 - 2026
1.5.2 Zapojiť sa do najbližšej výzvy na získanie značky „Creative Cities“ pod záštitou UNESCO siete kreatívnych miest (UCCN) - súvisí s aktivitou 1.5.1	Kultúrny a kreatívny návštevník vo svete nepozná kultúrnu a kreatívnu ponuku mesta Nitra / počet správ o Nitre v médiách doma a v zahraničí za rok v súvislosti s KKP	Kultúrny a kreatívny návštevník vo svete pozná kultúrnu a kreatívnu ponuku mesta Nitra /počet správ o Nitre v médiách doma a v zahraničí za rok v súvislosti s KKP; počet kreatívnych návštevníkov za rok	odbor projektového a strategického riadenia, odbor TIC Nitra, NOCR	2021 - 2026
1.5.3 Zapojiť sa do najbližšej výzvy – súťaže na získanie titulu EDEN (European Destination of Excellence) - súvisí s aktivitou 1.3.4.	Návštevník (z) Európy nepozná kultúrnu a kreatívnu ponuku mesta Nitra /počet správ o Nitre v médiách doma a v zahraničí za rok v súvislosti s KKP	Kultúrny a kreatívny návštevník vo svete pozná kultúrnu a kreatívnu ponuku mesta Nitra /počet správ o Nitre v médiách doma a v zahraničí za rok v súvislosti s KKP; počet kreatívnych návštevníkov za rok	Odbor projektového strategického a riadenia, odbor TIC Nitra, NOCR	2021 - 2026
1.5.4 Zapojiť mesto do najbližšej výzvy na získanie certifikačnej známky „Green Destinations“ od UN WTO pre Nitru ako udržateľnú mestskú destináciu a do súťaže Sustainable Top 100 Destinations - súvisí s aktivitou 1.3.4.	Zahraničný návštevník nepozná a nevníma mesto Nitra ako udržateľnú mestskú destináciu s ponukou zelených produktov a SMART riešení /počet správ o Nitre v médiách doma a v zahraničí za rok v súvislosti s ekoturistikou a udržateľným CR	Zahraničný návštevník pozná a vníma mesto Nitra ako udržateľnú mestskú destináciu s ponukou zelených produktov a SMART riešení /počet správ o Nitre v médiách doma a v zahraničí za rok v súvislosti s ekoturistikou a udržateľným CR	odbor projektového strategického a riadenia, odbor TIC Nitra, NOCR	2021 - 2026

Strategická oblasť 2

Udržateľné celoživotné vzdelávanie aktérov cestovného ruchu s ohľadom na potreby rozvoja cestovného ruchu

V rámci strategického cieľa „udržateľné celoživotné vzdelávanie“ navrhujeme tri operatívne ciele zamerané na rozvíjanie vedomostí a zručností kľúčových aktérov cestovného ruchu v meste: pracovníci a podnikatelia v službách cestovného ruchu, zamestnanci verejnej správy a pamäťových inštitúcií a miestne obyvateľstvo. Navrhované opatrenia a aktivity riešia zvyšovanie povedomia o postavení jednotlivca aj celej komunity v cestovnom ruchu a umožnia zlepšiť postavenie cestovného ruchu a úroveň služieb v ekonomike mesta. Navrhované opatrenia v oblasti vzdelávania sú súčasťou systému destinačného manažmentu, preto je táto strategická oblasť označená modrou.

Strategický cieľ		Mesto v spolupráci s NOCR zabezpečuje udržateľný model vzdelávania pre rôzne cieľové skupiny aktérov cestovného ruchu s ohľadom na potreby rozvoja nových produktov a segmentov návštevníkov			
Opatrenie		Operatívny cieľ			
2.1	Systémové a udržateľné riešenie pre kontinuálne celoživotné vzdelávanie zákaznícky orientovaného správania v podnikoch a zariadeniach cestovného ruchu, u prevádzkovateľov turistických atrakcií, poskytovateľov zážitkov a regionálnych producentov na území mesta	V spolupráci s miestnymi vzdelávacími inštitúciami v odbore cestovný ruch zaviesť vzdelávacie moduly pre zvýšenie atraktívnosti a kvality služieb cestovného ruchu v Nitre, so zameraním na pro-zákaznícky orientované správanie, na komunikačné a jazykové zručnosti a na nové trendy na trhu cestovného ruchu.			
2.2	Vzdelávanie miestneho obyvateľstva výchovou k podpore cestovného ruchu v meste	Zaviesť vzdelávacie a popularizačné programy pre miestne obyvateľstvo v spolupráci s miestnymi školami a mimovládnyimi organizáciami so zameraním na rozvoj povedomia o prínosoch cestovného ruchu pre mesto a jeho obyvateľov – s prepojením na zvyšovanie kvality života v meste vďaka cestovnému ruchu.			
2.3	Vzdelávanie pracovníkov samosprávy a verejných inštitúcií s presahom kompetencií do cestovného ruchu o špecifikách cestovného ruchu a fungovaní informačného systému destinácie	Zvýšiť odborné vedomosti odborov samosprávy, ktoré majú presah do cestovného ruchu o špecifikách fungovania cestovného ruchu s cieľom skvalitniť manažment a posilniť kapacity a know-how mesta v rozvoji cestovného ruchu.			
Opatrenie	2.1. Systémové a udržateľné riešenie pre kontinuálne celoživotné vzdelávanie zákaznícky orientovaného správania v podnikoch a zariadeniach cestovného ruchu, u prevádzkovateľov turistických atrakcií, poskytovateľov zážitkov a regionálnych producentov na území mesta				
Operatívny cieľ	<i>V spolupráci s miestnymi vzdelávacími inštitúciami v odbore cestovný ruch zaviesť vzdelávacie moduly pre zvýšenie atraktívnosti a kvality služieb cestovného ruchu v Nitre, so zameraním na pro-zákaznícky orientované správanie, na komunikačné a jazykové zručnosti a na nové trendy na trhu cestovného ruchu.</i>				
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>	
2.1.1	Vypracovať a akreditovať v spolupráci so vzdelávacími inštitúciami v meste sústavu tréningových vzdelávacích modulov pre ciele rozvoj vybraných zručností u cieľových skupín pracovníkov v službách cestovného ruchu (CR) (hotelier, sprievodcovia, recepčné, čašníci, vodiči MHD...).	Obmedzená ponuka tréningov a kurzov pre pracovníkov v službách CR so zameraním na rozvoj ich zručností a zvyšovanie kvality poskytovania miestnych služieb CR v meste Nitra (počet ponúkaných kurzov)	Dostatočná ponuka tréningov a kurzov pre pracovníkov v službách cestovného ruchu so zameraním na rozvoj ich zručností a zvyšovanie kvality poskytovania miestnych služieb cestovného ruchu v meste Nitra (počet ponúkaných kurzov)	odbor TIC Nitra, NOCR, Hotelová akadémia Nitra, UKF a SPU; Možná participácia miestnych expertov a odvetvových zväzov v CR: AHRS, SBA, SACKA, SSSCR, AiCES	12/2022
2.1.2	Realizovať akreditované vzdelávacie moduly formou kurzov, školení – podľa platného harmonogramu.	Vzdelávanie iba formou samovzdelávania (počet ponúkaných kurzov, školení...; počet preškolených pracovníkov)	Počet ponúkaných kurzov, školení...; počet preškolených pracovníkov	odbor TIC Nitra, NOCR, Hotelová akadémia Nitra, UKF a SPU; Možná participácia miestnych expertov a odvetvových zväzov v CR: AHRS, SBA, SACKA, SSSCR, AiCES	2023 - 2026
2.1.3	Realizovať tematické vzdelávacie aktivity (semináre, workshopy) pre zvýšenie atraktívnosti a sortimentu služieb cestovného ruchu v zmysle nových trendov na trhu (gastro, víno, regionálne produkty, kultúrna ponuka...) - súvisí s opatrením 2.1.5 Stratégie K, KP a KCR	Počet ponúkaných kurzov, školení...; počet preškolených pracovníkov alebo podnikateľov	Počet ponúkaných kurzov, školení...; počet preškolených pracovníkov alebo podnikateľov	odbor TIC Nitra, NOCR v spolupráci s vytýpovanými expertmi na dané témy	2021 - 2026

Opatrenie		2.2. Vzdelávanie miestneho obyvateľstva výchovou k podpore cestovného ruchu v meste			
Operatívny cieľ		Zaviest' vzdelávacie a popularizačné programy pre miestne obyvateľstvo v spolupráci s miestnymi školami a mimovládnyimi organizáciami so zameraním na rozvoj povedomia o prínosoch cestovného ruchu pre mesto a jeho obyvateľov – s prepojením na zvyšovanie kvality života v meste vďaka cestovnému ruchu.			
Aktivita	Východiskový stav (indikátor)	Cieľový stav (indikátor)	Zodpovednosť	Termín	
2.2.1	Formou PR článkov v online prostredí (web mesta, miestne médiá, apka o meste) a prostredníctvom Radničných novín pravidelne informovať verejnosť o pozitívnych prínosoch cestovného ruchu pre mesto a jeho obyvateľov (o vývoji návštevnosti, príjmoch z cestovného ruchu, rozširovaní turistickej infraštruktúry, ktorá slúži aj miestnym, o pracovných miestach, ktoré cestovný ruch v meste vytvára, predstaviť osobnosti cestovného ruchu mesta – príbehy, vzory pre mladých...).	Miestni občania nevnímajú Nitru ako mesto CR (počet PR článkov o cestovnom ruchu v Nitre v miestnych médiách za rok 2019)	Miestni obyvatelia sú hrdí na Nitru/ počet PR článkov o cestovnom ruchu v Nitre v miestnych médiách za roky 2021-2026	odbor komunikácie a propagácie, odbor TIC Nitra, NOCR, Možná participácia miestnych expertov a odvetvových zväzov v CR: AHRS, SBA, SACKA, SSSCR, AiCES	2023 - 2025
2.2.2	Vytvoriť v spolupráci so ZŠ vzdelávacie programy v rámci predmetu „Regionálna výchova“ (v rámci témy „môj rodný kraj“) so zameraním na edukačné vychádzky, výlety, exkurzie po Nitre, besedy s osobnosťami cestovného ruchu, súťaže a projektové vyučovanie s témou cestovný ruch v meste Nitra – vzdelávaním u detí vzbudiť hrdosť na mesto vzbudiť záujem o prácu v cestovnom ruchu.	Súčasný výchovno-vzdelávacie programy mesta pre ZŠ nie sú napojené na cestovný ruch /počet ponúkaných programov pre ZŠ v Nitre a na Slovensku; počet poskytnutých programov zo strany TIC a NOCR	Programy mesta pre ZŠ sú napojené na propagáciu cestovného ruchu v meste /počet ponúkaných programov pre ZŠ v Nitre a na Slovensku; počet poskytnutých programov zo strany TIC a NOCR	odbor TIC Nitra, NOCR, ZŠ v Nitre a NSK, Hotelová akadémia Nitra, UKF a SPU. Možná participácia miestnych expertov a odvetvových zväzov v CR: AHRS, SBA, SACKA, SSSCR, AiCES	2023 - 2025

Opatrenie		2.3. Vzdelávanie pracovníkov samosprávy a verejných inštitúcií s presahom kompetencií do cestovného ruchu o špecifikách cestovného ruchu a fungovaní informačného systému destinácie			
Operatívny cieľ		Zvýšiť odborné vedomosti odborov samosprávy, ktoré majú presah do cestovného ruchu o špecifikách fungovania cestovného ruchu s cieľom skvalitniť manažment a posilniť kapacity a know-how mesta v rozvoji cestovného ruchu.			
Aktivita	Východiskový stav (indikátor)	Cieľový stav (indikátor)	Zodpovednosť	Termín	
2.3.1	Identifikovať potrebné vedomosti a zručnosti a podľa nich vypracovať tematický plán školení pracovníkov samosprávy o cestovnom ruchu.	Definujú sa cieľové skupiny školení (počet absolvovaných, školení)	Vytvorenie plánu a obsahu školení/počet školiteľov a odborníkov	odbor TIC Nitra, NOCR v spolupráci s vytypovanými expertmi na dané témy	06/2021
2.3.2	Pripraviť ponuku a ponúkať školenia pre odbory MsÚ s prienikom do cestovného ruchu.	Definujú sa cieľové skupiny školení (počet absolvovaných, školení)	Cieľové skupiny manažérov sú preškolené (počet preškolených pracovníkov)	odbor TIC Nitra, NOCR v spolupráci s vytypovanými expertmi na dané témy	2021 - 2022
2.3.3	Pripraviť ponuku školení pre pracovníkov destinačného manažmentu a prevádzkovateľov atraktivít cestovného ruchu so zameraním na rozvoj marketingových zručností v oblasti digitálneho marketingu. - súvisí s opatrením 3.4,3.5	Potreba rozvoja digitálnych zručností (počet absolvovaných, školení; počet preškolených pracovníkov)	Zlepšenie digitálnych zručností manažérov po absolvovaní školení (počet preškolených pracovníkov)	odbor TIC Nitra, NOCR v spolupráci s vytypovanými expertmi na dané témy	2021 - 2022

Strategická oblasť 3

Destinačný manažment v podmienkach spolupráce a partnerstva kľúčových aktérov cestovného ruchu

Strategický cieľ

Cestovný ruch v Nitre je riadený udržateľne, manažment destinácie je jednotný, bez duplicit a bielych miest v destinačnom manažmente

Strategický cieľ je rozmenený na päť operatívnych cieľov, ktorých prevažná časť by mala byť splnená v horizonte rokov 2021-2023, aby sa naštartovali potrebné mechanizmy budovania jednoty v destinačnom manažmente a úspech celej stratégie.

Ak dôjde k naplneniu operatívnych cieľov, dosiahne sa strategický cieľ – **funkčné organizačno-inštitucionálne zabezpečenie**, ktoré bude stimulovať rozvoj cestovného ruchu v destinácii. Pre každú destináciu budú jasne stanovené kompetencie a zodpovednosť.

Navrhovaný **ideálny model organizačno-inštitucionálneho zabezpečenia manažmentu cestovného ruchu v meste Nitra** sme nastavili na základe východiskovej situácie v roku 2020, v súlade s Národným strategickým plánom - tzv. Partnerskou dohodou SR pre roky 2021 – 2027, ktorá stojí na piatich pilieroch: Inovatívne Slovensko, Ekologické Slovensko pre budúce generácie, Mobilita, doprava a prepojenosť, Sociálne spravodlivé a vzdelané Slovensko a Kvalitný život v regiónoch a ktorá sa bude v rokoch 2021-2027 premietiť na regionálnu úroveň cez PHSR a ÚMR. Modrou farbou sme označili novovzniknuté inštitúcie, ktoré sa stanú súčasťou strategického a operatívneho riadenia cestovného ruchu v meste Nitra.

Ideálny model organizačno-inštitucionálneho riadenia cestovného ruchu by mal vyzeráť nasledovne (aj so zapracovanými očakávanými zmenami na národnej úrovni v zmysle programového vyhlásenia vlády a očakávanej národnej Stratégie rozvoja udržateľného cestovného ruchu do roku 2030):

NAVRHOVANÝ IDEÁLNY MODEL ORGANIZAČNO - INŠTITUCIONÁLNEHO MANAŽMENTU CR:

	Verejný sektor	Verejno-súkromné partnerstvá	Súkromný sektor (ziskový a neziskový)
Národná úroveň	<ul style="list-style-type: none"> Vláda SR; NR SR MDaV SR – sekcia cestovného ruchu, ostatné rezortné ministerstvá (MIRRI SR, MPaRV SR, MH SR, MF SR...) 	<ul style="list-style-type: none"> Nová SACR (po vzore Österreich Werbung) Dátové centrum cestovného ruchu Slovenska – organizačná súčasť SACR 	<ul style="list-style-type: none"> Odvetvové zväzy a profesijné združenia v cestovnom ruchu (AHRS, SACKA, AOOCR, SSSCR, LAVEX, HHS, SZVTA, SZCR, ASK, SAAKP, SKT, SBA, AiCES...)
Regionálna úroveň	<ul style="list-style-type: none"> NSK a) odbor cestovného ruchu: oddelenie zahraničných vzťahov oddelenie propagácie a marketingu oddelenie cestovného ruchu b) odbor kultúry: atraktivity cestovného ruchu prevádzkované NSK (divadlá, galérie, múzeá, osvetové strediská) na území mesta Nitra ŠOPR SR – CHKO Ponitrie 	<ul style="list-style-type: none"> Krajská organizácia cestovného ruchu Nitrianskeho kraja 	<ul style="list-style-type: none"> Združenie ekologického cestovného ruchu Nitrianska kráľovská vína cesta, Európska kultúrna cesta sv. Cyrila a Metoda, n.o. (so sídlom v Zlíne, partnerstvo s NSK a NOCR); Svätojakubská cesta - OZ Priatel'ia Svät'ojakubskej cesty na Slovensku – Camino de Santiago (so sídlom v Košiciach),
Miestna úroveň	Mesto Nitra: <ul style="list-style-type: none"> Odbor cestovného ruchu Odbor kultúry Referát pre agendu partnerských miest (súvisí s opatrením 2.1.3 Stratégie K, KP a KCR) Agrokomplex Výstavníctvo, š.p. Agroinštitút Nitra, š.p. Nitrianske univerzity (UKF a SPU) 	<ul style="list-style-type: none"> NOCR TIC Nitra – súčasť OŠ NOCR Nitrianske fórum pre cestovný ruch 	<ul style="list-style-type: none"> Klub podnikateľov cestovného ruchu v meste Nitra Asociácia Divadelná Nitra; Hidepark Nitra, o. z. Nitrianska komunitná nadácia; Zoborský skrášľovací spolok, o. z. KST – región Nitra Nitriansky horský spolok, o. z.; Aeroklub Nitra, o. z. OZ Castellum; Paraglidingový klub Zobor air, o. z. Nitrafiesta, o. z. a iní...

Navrhované organizačno-inštitucionálne zabezpečenie cestovného ruchu v Nitre reflektuje na nutnosť jednotného a koordinovaného postupu pri riadení destinácie, do ktorého sú zapojení všetci kľúčoví aktéri cestovného ruchu vo verejnom aj súkromnom sektore. Navrhovaný stav počíta s vytvorením nových verejno-súkromných platforiem na hľadanie spoločných riešení rozvoja cestovného ruchu.

1.) **Na národnej úrovni** sa plánuje obnoviť činnosť národnej turistickej organizácie SACR, ktorá má byť konštituovaná zákonom a na financovaní jej činnosti sa podľa vzoru obdobnej rakúskej organizácie Österreich Werbung budú podieľať štát (dotácia zo ŠR) a podnikateľská sféra (členské príspevky). SACR bude partnerom pre existujúce KOOCR a OOCR v otázkach štátneho marketingu, spolupráce s podnikateľskou sférou v turistických regiónoch, analýz a výskumu trhu cestovného ruchu, na čo má byť v rámci organizačnej štruktúry SACR vytvorené celonárodné Dátové centrum cestovného ruchu na Slovensku.

2.) S cieľom zabezpečiť plynulé a koordinované vertikálne riadenie cestovného ruchu medzi národnou a miestnou úrovňou, odporúčame **na regionálnej úrovni** iniciovať zo strany mesta rokovania s NSK vo veci založenia krajskej organizácie cestovného ruchu Nitrianskeho kraja. Ide o chýbajúci medzičlánok v súčasnej organizačnej štruktúre cestovného ruchu v Nitrianskom kraji. Úlohy a kompetencie KOOCR sú a budú špecifikované zo zákona. Aktuálne tieto úlohy na krajskej úrovni vo vzťahu k MDV SR supluje NOCR, ktorá na to nemá dostatočné personálne ani výkonnostné kapacity (napr. zber dát o cestovnom ruchu za celý Nitriansky kraj, mapovanie ponuky, sieťovanie atď.)

3.) **Na miestnej úrovni** je z hľadiska efektívnosti vykonávaných aktivít a možnosti dosiahnutia synergií žiaduce organizačne spojiť dva subjekty – TIC Nitra a NOCR. TIC by mal byť integrovanou súčasťou NOCR ako miesto prvého kontaktu návštevníka s destináciou. Zároveň by plnil integrované funkcie marketingovej komunikácie a priameho odbytu.

NOCR bude aj naďalej pokračovať v plnení svojich doterajších úloh v zmysle zákona o podpore cestovného ruchu č. 91/2010 Z. z. (§15), pričom sa bude usilovať o zvýšenie svojich doterajších príjmov a dotácie od štátu formou podnikateľskej činnosti. Základom pre efektívnejšie fungovanie NOCR bude vybudovanie a spravovanie integrovaného informačného systému cestovného ruchu v destinácii Ponitrie vrátane mesta Nitra (územie mesta Nitra a súčasné členské obce v rádiuse cca 40 km od Nitry) - pôjde o databázu informácií týkajúcich sa návštevníkov, využívanie prírodných, kultúrnych a ostatných hodnôt a atraktivít územia, informácie o výkonoch podnikov a zariadení cestovného ruchu, o podujatiach týkajúcich sa cestovného ruchu atď.). Zavedením integrovaného informačného systému bude mať NOCR k dispozícii relevantnejšie dáta o dopyte a ponuke spravovanej destinácie a bude môcť efektívnejšie vykonávať svoje poslanie v cestovnom ruchu. Pre mesto Nitra bude vyčlenený/prijatý samostatný destinačný manažér, ktorý bude mať zodpovednosť za územie mesta Nitra v oblastiach: tvorba produktov, komunikácia, propagácia, sieťovanie služieb, stretávanie aktérov cestovného ruchu v rámci Nitrianskeho fóra pre cestovný ruch.

Na MsÚ Nitra aktuálne nie je vytvorená funkcia referenta/koordinátora pre vzťahy s partnerskými mestami, pričom ide o širokú agendu rozvíjania a udržiavania ekonomických, obchodných, kultúrnych či vzdelávacích vzťahov. Partnerská spolupráca umožňuje výmenu poznatkov a skúseností medzi mestami, spoluprácu na rôznych projektoch v rôznych oblastiach mestského života vrátane cestovného ruchu, prispieva k interkultúrnemu poznávaniu a vytvára priestor na prezentáciu Nitry v zahraničí. Z uvedených dôvodov je nevyhnutné, aby funkcia referenta pre agendu partnerských miest bola na MsÚ obnovená. Síce ide o prierezovú oblasť, ale významná časť agendy

súvisí s kultúrnou výmenou, vhodným zaradením referátu by mal byť odbor kultúry. Náš návrh korešponduje s návrhom Stratégie rozvoja kultúry, kreatívneho priemyslu a kultúrneho cestovného ruchu, kde je navrhovaná pozícia referenta pre partnerské mestá.

Ďalej je na miestnej úrovni žiaduce vytvoriť koordinačnú platformu (výbor) na pravidelné stretávanie miestnych aktérov cestovného ruchu (navrhujeme názov Nitrianske fórum cestovného ruchu) z verejného sektora (Mesto Nitra, Agrokomplex, Agroinštitút, nitrianskych univerzít, NSK), zo súkromného sektora (miestni kľúčoví podnikatelia v cestovnom ruchu – CK/CA, zástupcovia ubytovacích zariadení, gastro segmentu a pod.) a mimovládneho neziskového sektora (o.z. a n.o. s prepojením na cestovný ruch). O vznik tejto platformy prejavili záujem viacerí významní aktéri cestovného ruchu v Nitre. Účelom platformy bude odborná diskusia o prioritách rozvoja cestovného ruchu v Nitre, o projektoch podporujúcich jeho rozvoj, výmena skúseností a spolupráca aktérov pri riešení otázok rozvoja mesta Nitra ako udržateľnej a turisticky príťažlivej mestskej destinácie. Koordinátorom stretnutí by mal byť destinačný manažér NOCR pre mesto Nitra, poverený zvolávaním zasadnutí. Rozhodnutia platformy budú mať odporúčací charakter pre príslušné odbory Mesta Nitra, prípadne NSK.

Na strane podnikateľov v rámci nitrianskeho fóra je vhodné iniciovať založenie Klubu nitrianskych podnikateľov v cestovnom ruchu, ktorí by slúžili na hájenie ich záujmov (po vzore AHRS) a v rámci neho vytvoriť sekcie – ubytovacie zariadenia, gastrozariadenia, voľnočasové prevádzky, aby každý segment služieb mal v klube zastúpenie. Mesto by cez členstvo klubu v nitrianskom fóre získalo aktuálny prehľad napr. o ponuke služieb jednotlivých typov podnikateľov v cestovnom ruchu, o ich výkonoch, kapacite, problémoch, atď.

Opatrenie	Operatívny cieľ
3.1 Definovanie kompetencií jednotlivých inštitúcií pôsobiacich v cestovnom ruchu v meste Nitra	Destinácia Nitra má nastavené procesy riadenia cestovného ruchu s presným vymedzením kompetencií a zodpovedností jednotlivých organizačných a riadiacich jednotiek destinačného manažmentu s cieľom odstrániť duplicity a pokryť biele miesta, ktorým sa nikto v destinačnom manažmente nevenuje
3.2 Inštitucionálne zabezpečenie destinačného manažmentu cestovného ruchu Nitry ako krajského mesta po vertikálnej osi (na úrovni Nitrianskeho samosprávneho kraja)	Zabezpečiť jednotný postup v destinačnom manažmente a marketingu Nitry a ostatných destinácií na území Nitrianskeho samosprávneho kraja, ktorého prirodzeným centrom je mesto Nitra. Zintenzívniť spoluprácu po vertikálnej osi s partnermi na regionálnej úrovni a zamerať ju na konkrétne rozvojové projekty.
3.3 Spolupráca s podnikmi cestovného ruchu a s podnikateľským sektorom vo všeobecnosti	Sieťovanie miestnych podnikateľov cestovného ruchu v Nitre je dostatočne rozšírené a spoločné aktivity mesta (TIC Nitra), podnikateľov a NOCR vytvárajú príležitosti pre rozvoj destinácie a prítiahnutie nových segmentov návštevníkov do mesta.
3.4 Zavedenie centrálného informačného a rezervačného systému v destinácii Nitra	Mesto má zavedený moderný centrálny informačný a rezervačný systém destinácie v online prostredí. Na svojom destinačnom portáli má zrealizované prepojenie informačného systému destinácie na online systém rezervácií ubytovania, pobytových balíkov, kultúrnych podujatí, dopravy.
3.5 Funkčná online B2B a B2C platforma pre distribúciu a priamy predaj produktov destinácie (online CA/CK pod NOCR a pod.)	Mestská destinácia Nitra disponuje modernou online distribučnou platformou na priamy predaj produktov destinácie pre individuálnych návštevníkov a firemnú klientelu

Opatrenie	3.1 Definovanie kompetencií jednotlivých inštitúcií pôsobiacich v cestovnom ruchu v meste Nitra			
------------------	--	--	--	--

Operatívny cieľ	Destinácia Nitra má nastavené procesy riadenia cestovného ruchu s presným vymedzením kompetencií a zodpovedností jednotlivých organizačných a riadiacich jednotiek destinačného manažmentu s cieľom odstrániť duplicitu a pokryť biele miesta, ktorým sa nikto v destinačnom manažmente nevenuje			
------------------------	--	--	--	--

Aktivita	Východiskový stav (indikátor)	Cieľový stav (indikátor)	Zodpovednosť	Termín
3.1.1 Vypracovať manuál zabezpečenia kvality destinačného manažmentu v Nitre	Súčasná štruktúra cestovného ruchu v meste	Schválený manuál pre zabezpečenia kvality destinačného manažmentu v meste Nitra	odbor TIC Nitra, odbor komunikácie a propagácie	06/2021
3.1.2 Zaviesť na MsÚ Nitra funkciu/pracovnú pozíciu projektového manažéra pre projekty cestovného ruchu, ktorý bude zároveň mediátorom pre oblasť verejných investícií a rozvoj mesta v cestovného ruchu. Jeho kompetenciou bude prizývať expertov za jednotlivé oblasti z mesta k rokovaniam s investormi.	Aktuálne rieši Odbor projektového a strategického riadenia – bez znalostí o aktuálnych výzvach pre oblasť cestovného ruchu - oblasť projektov CR nie je prioritou odboru /mesto neviduje podaný projekt v cestovnom ruchu	Riadiť, podávať a realizovať mestské projekty cestovného ruchu, zúčastňovať sa/ zapájať sa do rôznych projektových súťaží/ počet podaných projektov v oblasti cestovného ruchu	Prednosta MsÚ v súčinnosti s odborom TIC Nitra a odborom komunikácie a propagácie	12/2021
3.1.3 Zaviesť pracovnú pozíciu "produktového manažéra pre destináciu Nitra"	V destinácii neexistuje pozícia „produktový manažér destinácie Nitra“	Vytvorenie pracovnej pozície v rámci NOCR	NOCR	12/2021

Opatrenie	3.2 Inštitucionálne zabezpečenie destinačného manažmentu cestovného ruchu Nitry ako krajského mesta po vertikálnej osi (na úrovni Nitrianskeho samosprávneho kraja)			
------------------	--	--	--	--

Operatívny cieľ	Zabezpečiť jednotný postup v destinačnom manažmente a marketingu Nitry a ostatných destinácií na území Nitrianskeho samosprávneho kraja, ktorého prirodzeným centrom je mesto Nitra. Zintenzívniť spoluprácu po vertikálnej osi s partnermi na regionálnej úrovni a zamerať ju na konkrétne rozvojové projekty.			
------------------------	---	--	--	--

Aktivita	Východiskový stav (indikátor)	Cieľový stav (indikátor)	Zodpovednosť	Termín
3.2.1 Vytvorenie platformy pre cestovný ruch v meste – Nitrianske fórum pre cestovný ruch. Koordinátorom platformy bude destinačný manažér NOCR. (napr. do založenia Krajskej organizácie cestovného ruchu - KOOCR).	Chýbajúce podrobné informácie o zámeroch a aktivitách aktérov CR v meste navzájom	Dostupné informácie, fungujúce vzájomné informovanie, zladenie aktivít do založenia KOOCR	NOCR, odbor TIC Nitra, NSK	06/2021
3.2.2 Iniciovat rokovania s NSK vo veci založenia KOOCR pre Nitriansky kraj zo strany mesta Nitra v spolupráci s ostatnými relevantnými subjektmi cestovného ruchu v Nitrianskom kraji (OOCR na území NSK, TIC, kľúčoví aktéri cestovného ruchu v kraji).	Chýbajúce podrobné informácie o výkonoch CR na úrovni kraja, absencia spoločného marketingu; %-ny podiel mesta Nitra na výkonoch cestovného ruchu v kraji/počet prenocovaní	Dostupné informácie o výkonoch CR na úrovni kraja; spoločný postup v destinačnom manažmente kraja; /%-ny podiel mesta Nitra na výkonoch cestovného ruchu v kraji – počet prenocovaní	Vedenie mesta Nitry a NSK, NOCR, odbor TIC Nitra	12/2022
3.2.3 Zriadiť krajské návštevnícke centrum so sídlom v Nitre pod KOOCR/do založenia KOOCR alternatívne rozšíriť funkciu TIC o návštevnícke centrum pre mesto a región (zmluva medzi NSK a Mestom Nitra).	Súčasná štruktúra cestovného ruchu v meste/ počet návštevníkov v TIC Nitra	Nové Krajské návštevnícke centrum/ počet návštevníkov a dopytov po službách centra (osobne/ telefonicky/online)	Vedenie mesta Nitry, novovzniknutá KOOCR, odbor TIC Nitra, OOCR na území NSK	12/2023
3.2.4 Zaviesť pravidelné destinačné stretnutia Nitrianskeho fóra pre cestovný ruch s destinačnými partnermi – minimálne 4x ročne za účelom vzájomného informovania sa a spoločného postupu pri rozvojových aktivitách cestovného ruchu.	Žiadne pravidelné a systematické stretnutia	Stretnutia aktérov štruktúry CR v meste na mesačnej báze /počet stretnutí za rok	odbor TIC Nitra, NOCR, NSK (KOOCR)	od 2021 nepretržite

Opatrenie	3.3 Spolupráca s podnikmi cestovného ruchu a s podnikateľským sektorom vo všeobecnosti
------------------	---

Operatívny cieľ	<i>Sieťovanie miestnych podnikateľov cestovného ruchu v Nitre je dostatočne rozšírené a spoločné aktivity mesta (TIC Nitra), podnikateľov a NOCR vytvárajú príležitosti pre rozvoj destinácie a priťahovanie nových segmentov návštevníkov do mesta.</i>				
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>	
3.3.1	Zahájiť nábor nových členov NOCR z radov miestnych podnikateľov cestovného ruchu v Nitre za účelom zvýšenia atraktivity ponuky Nitry ako mestskej destinácie a jej produktových línií.	%-ny podiel podnikov CR spolupracujúcich s NOCR na celkovom počte podnikov cestovného ruchu v Nitre	%-ny podiel podnikov CR spolupracujúcich s NOCR na celkovom počte podnikov cestovného ruchu v Nitre	NOCR v spolupráci s odborom TIC Nitra	od 01/2021 – nepretržite
3.3.2	Pre účely sieťovania vypracovať motivačnú ponuku pre podnikateľov v cestovnom ruchu s rôznymi benefitmi.	%-ny podiel podnikov CR spolupracujúcich s TIC a NOCR na celkovom počte podnikov cestovného ruchu v Nitre	%-ny podiel podnikov CR spolupracujúcich s TIC a NOCR na celkovom počte podnikov cestovného ruchu v Nitre	odbor TIC Nitra; NOCR	06/2022
3.3.3	Vyhlasiť súťaž pre miestnych podnikateľov v cestovnom ruchu v meste Nitra o najlepší zážitok/produkt v Nitre pre návštevníkov mesta, ktorý vznikol sieťovaním aspoň dvoch podnikov - súťaž ako nástroj na zvýšenie sieťovania podnikateľov v cestovnom ruchu.	Podmienkou zapojenia do súťaže – členstvo aspoň 1 podniku v NOCR. O víťazovi budú rozhodovať návštevníci Nitry online hlasovaním	Zintenzívnenie a zviditeľnenie sieťovania ako nástroja úspešného rozvoja produktov v destinácii	NOCR, odbor TIC Nitra	03/2022 zverejniť pravidlá, súťaž spustiť od 06/2022 a opakovať každoročne pred letnou sezónou
3.3.4	Naplánovať a zrealizovať proaktívnu informačnú a propagačnú PR kampaň o aktivitách NOCR a výhodách členstva v potenciálnych partnerov z radov podnikateľov.	Počet členov NOCR z radov miestnych podnikateľov pred spustením kampane	Počet členov NOCR z radov miestnych podnikateľov po ukončení kampane	NOCR	12/2021
3.3.5	Iniciovať založenie klubu podnikateľov v cestovnom ruchu v Nitre za účelom budovania vzťahov, zdieľania potrieb a skúseností, posilňovania spoločnej akčioschopnosti na realizáciu zámerov v oblasti cestovného ruchu v meste.	Atomizovaní podnikatelia v cestovnom ruchu v Nitre	Povedomie podnikateľov o zámeroch mesta v cestovnom ruchu, intenzívnejšia spolupráca mesta s podnikateľmi v CR /počet členov klubu	NOCR, odbor TIC Nitra	12/2022

Opatrenie	3.4 Zavedenie centrálného informačného a rezervačného systému v destinácii Nitra
------------------	---

Operatívny cieľ	<i>Mesto má zavedený moderný centrálny informačný a rezervačný systém destinácie v online prostredí. Na svojom destinačnom portáli má zrealizované prepojenie informačného systému destinácie na online systém rezervácií ubytovania, pobytových balíkov, kultúrnych podujatí, dopravy.</i>				
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>	
3.4.1	Spracovať a zaviesť metodiku zberu a vyhodnocovania údajov o návštevnosti destinácie na turistických bodoch záujmu v destinácii (Nitriansky hrad), u poskytovateľov typických služieb cestovného ruchu a počas podujatí.	Výkonové ukazovatele iba za ubytovacie zariadenia, TIC a NOCR/ počet návštevníkov v atraktivitách CR (nekompletné údaje)	Vypracovaná sústava výkonových ukazovateľov CR v destinácii a metodika ich zberu (terénny zber, online zber)	NOCR, odbor TIC Nitra	12/2021
3.4.2	Pravidelne zabezpečovať zber dát o výkonoch cestovného ruchu podľa stanovenej metodiky a zdieľať ich medzi destinačnými partnermi.	Manuálny zber dát/ spätná väzba od oslovených aktérov CR	Zbieranie dát od partnerov v elektronickej podobe (ideálne cez online informačný systém) podľa stanovenej metodiky	odbor TIC Nitra, NOCR	od 01/2022 nepretržite
3.4.3	Zaviesť metodiku merania a vyhodnocovania 1-dňovej návštevnosti v destinácii.	Žiadna metodika	Každoročné fyzické počítanie na turisticky najvýznamnejších bodoch záujmu – Nitriansky hrad, Zbor, Kalvária, Dražovský kostolík...vo vybraných termínoch, minimálne 4x ročne /počet denných návštevníkov počas sezóny	odbor TIC Nitra, NOCR	od 01/2021 každoročne
3.4.4	Zaviesť online rezervačný systém služieb v destinácii (ubytovacie zariadenia, sprevádzanie...)	Žiadny destinačný online systém rezervovania /chýbajúce dáta o dopyte návštevníkov a ich reakciách na promo kampane	Online rezervačný systém na webovom sídle destinácie / počet zrealizovaných rezervácií, demografické dáta o dopyte	NOCR, odbor TIC Nitra	01/2023

Opatrenie	3.5 Funkčná online B2B a B2C platforma pre distribúciu a priamy predaj produktov destinácie (online CA/CK pod NOCR a pod.)			
Operatívny cieľ	<i>Mestská destinácia Nitra disponuje modernou online distribučnou platformou na priamy predaj produktov destinácie pre individuálnych návštevníkov a firemnú klientelu.</i>			
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>
3.5.1 Zaviest online predaj produktov prostredníctvom centrálneho rezervačného systému na webovej stránke destinácie (TIC Nitra/NOCR) – na princípe online CA.	<i>Odbyt iba pre vybrané produkty (balíky služieb) formou dopyt-cenová ponuka-objednávka-potvrdenie objednávky/počet predaných služieb, produktov, vstupeniek</i>	<i>Online platforma predaja – online systém predaja vrátane platobnej brány – napojený na centrálny informačný systém destinácie; /počet predaných služieb, produktov, vstupeniek</i>	NOCR, Odbor TIC Nitra	01/2023

Strategická oblasť 4

Produktové línie a atraktívna ponuka pre domáceho a európskeho návštevníka 21. storočia

Vplyvom pandémie COVID-19 sa významne mení spotrebiteľské správanie Európanov v súvislosti cestovaním. Do popredia záujmu sa dostávajú produkty, ktoré sú zdravotne bezpečné, obsahujú prvky relaxu a navodenia pokoja v duši, sú dostupné, komfortné a ponúkajú možnosť objavovať (destináciu, seba, svoje korene...) (podľa štúdie ETC, október 2020). V zmysle prebiehajúcich a očakávaných transformačných zmien na strane dopytu a na základe revízie ponuky a existujúceho potenciálu mesta s prepojením na okolitý región (v rádiuse cca 40 km od Nitry) sú definované cieľové produktové línie destinácie, ďalej opatrenia a aktivity spojené s ich uskutočniteľnosťou na trhu cestovného ruchu. Spolu sú identifikované štyri operatívne ciele v produktovej stratégii mesta so zameraním pre európskeho návštevníka 21. storočia.

Strategický cieľ

Mesto Nitra je vyhľadávanou mestskou destináciou pre návštevníkov vďaka bohatej ponuke jedinečných kultúrnych, kreatívnych a regionálnych produktov založených na podnikavosti, inovatívni a udržateľnom prístupe miestnych aktérov cestovného ruchu
- súvisí so strategickým cieľom 5.2. Stratégie K, KP a KCR

Opatrenie	Operatívny cieľ
4.1 Zavedenie novej produktovej línie „Kreatívna Nitra“ do kultúrnej ponuky mesta s vyššou pridanou hodnotou a postupné etablovanie kreatívnej ponuky destinácie u verných aj nových návštevníkov	Mesto má rozvinutú ponuku kultúrneho cestovného ruchu s prepojením na miestnu kreatívnu triedu. Prepojenie kultúrnej a turistickú ponuku generuje synergie pre obidve strany (win-win model). V Nitre a okolí sa rozvíja bohatá ponuka „butikových“ kreatívnych zážitkov v podmienkach pomalého cestovného ruchu (slow tourism) s pridanou hodnotou pre kultúrneho návštevníka, za ktorú je ochotný zaplatiť viac ako bežný turista (pridanou hodnotou bude príbeh, sebarozvoj, osobný pokrok, nadobudnutie novej zručnosti).
4.2 Udržateľná Nitra založená na využití a spoznávaní ekologicko-vidieckej a prírodnej ponuky mesta v mestských štvrtiach Janíkovce, Dražovce, Zobor, Krškany... s napojením na okolité obce - súvisí s potenciálnou kandidátúrou mesta na titul EDEN alebo GREEN DESTINATIONS	Genius loci Mesta Nitry ako centra poľnohospodárstva (areál Agrokomplexu, Slovenského poľnohospodárskeho múzea) vidiecky charakter vybraných mestských štvrtí a prírodné podmienky Zoborských vrchov sú využité v ponuke udržateľných a ekologických produktov agroturistiky, gastroturistiky, cykloturistiky a pešej turistiky.
4.3 Zostavenie destinačnej ponuky pobytových produktov pre nové segmenty návštevníkov mesta Nitra – rodiny s deťmi, digitálni nomádi, mileniáli a seniari	Mesto Nitra ponúka bohatú a atraktívnu ponuku pobytových balíčkov pre nové segmenty domácich aj európskych návštevníkov s odkazom na slávnu cyrilometodskú tradíciu, sakrálnu a pútnický charakter mesta s viac ako tisícročnou poľnohospodárskou históriou.
4.4 EHMK a ďalšie kandidatury mesta na získanie titulu, certifikácie či ocenenia ako prostriedok na zatraktívnenie ponuky mesta pre návštevníka 21. storočia	Nitra naplno využije kandidaturu na titul Európske hlavné mesto kultúry (EHMK) a ďalšie kandidatury na získanie titulu/značky/ocenenia v cestovnom ruchu pre rozvoj infraštruktúry kultúrneho a mestského cestovného ruchu (bez ohľadu na to, či titul získá alebo nie).

Opatrenie		4.1 Zavedenie novej produktovej línie „Kreatívna Nitra“ do kultúrnej ponuky mesta s vyššou pridanou hodnotou a postupné etablovanie kreatívnej ponuky destinácie u verných aj nových návštevníkov			
Operatívny cieľ		<i>Mesto má rozvinutú ponuku kultúrneho cestovného ruchu s prepojením na miestnu kreatívnu triedu. Prepojenie kultúrnej a turistickej ponuky generuje synergie pre obidve strany (win-win model). V Nitre a okolí sa rozvíja bohatá ponuka „butikových“ kreatívnych zážitkov v podmienkach pomalého cestovného ruchu (slow tourism) s pridanou hodnotou pre kultúrneho návštevníka, za ktorú je ochotný zaplatiť viac ako bežný turista (pridanou hodnotou bude príbeh, sebarozvoj, osobný pokrok, nadobudnutie novej zručnosti).</i>			
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>	
4.1.1	Uskutočniť mapovanie a sieťovanie aktérov KKP v spolupráci s odborom kultúry Mesta Nitry a identifikovať potenciálnych nositeľov zážitkov pre produkty kreatívneho cestovného ruchu v Nitre a okolí. - súvisí s 2.1.3 Stratégie K, KP a KCR	Neexistuje databáza aktérov KKP na úrovni mesta/počet známych aktérov v kategóriách podľa klasifikácie KKP	Dostupná databáza aktérov KKP s ponukou pre kreatívny cestovný ruch /počet známych aktérov v kategóriách podľa klasifikácie KKP s využitím v produktoch destinácie	odbor TIC Nitra, odbor kultúry, NOCR	12/2021
4.1.2	Zabezpečiť vhodné priestory pre realizáciu kreatívnych aktivít návštevníkov v rámci projektov budovania kreatívnych centier (Kino Palace, Martinský vrch) resp. využitia existujúcich kultúrnych objektov mesta (mestská tržnica, bývalý mestský dom, kultúrne domy v mestských štvrtiach) a ich prenájom aktérom KKP pre poskytovanie služieb návštevníkom na objednávku.	Mapovanie a inventarizácia priestorov pre realizáciu kreatívnych aktivít návštevníkov/prehľad priestorov	Databáza vhodných priestorov pre realizáciu aktivít kreatívneho cestovného ruchu/ tvorivé dielne, workshopy s umelcami.../	Odbor projektového a strategického riadenia, odbor kultúry, odbor TIC Nitra	01/2022
4.1.3	Zostaviť celoročnú ponuku „butikových“ kreatívnych zážitkov v meste v nadväznosti na ponuku kultúry a kreatívneho priemyslu aj s prepojením na okolité obce, založenú na poznávaní a učení u miestnych umelcov, remeselníkov a producentov miestnych výrobkov (včelárov a pod.). Každoročne aktualizovať a inovovať ponuku. - súvisí s 5.2.2 Stratégie K, KP a KCR.	Ponuka kreatívnych zážitkových balíkov NOCR /počet predaných balíčkov za rok 2019	Ponuka kreatívnych zážitkových balíkov NOCR / počet predaných balíčkov za rok	NOCR, odbor kultúry, Kreatívne centrum a odbor TIC Nitra	01/2022 - 2026
4.1.4	Zostaviť celoročnú aj sezónnu kreatívnu gastronomickú a kulinárnu ponuku mesta sieťovaním s miestnou gastroscénou (využitie light motívu študentského projektu „Nitra mi chutí“ a tento použiť na kampaň Nitry ako gastronomickej destinácie na domácom a európskom trhu - každoročne aktualizovať a inovovať.	Web portál „Nitra mi chutí“ bez kreatívnej ponuky, širokej verejnosti neznámy /počet návštevníkov stránky	Portál je prepojený s destinačným portálom mesta a ponúka kreatívne gastrozážitky aj s možnosťou objednávky zážitku /počet návštevníkov stránky, počet rezervovaných a predaných zážitkov.	odbor TIC Nitra, NOCR, iniciatíva Nitra mi chutí, OZ Hidepark, OZ Mareena a ďalší	01/2022 - 2026
4.1.5	Ďalej rozvíjať produktovú líniu vína v Nitre s prepojením na okolie (vínobus) a kreatívne vinárske zážitky, zážitkové degustácie v netradičnom prostredí - súvisí s 5.2.2 a 5.2.3 Stratégie K, KP a KCR	Súčasná programová ponuka destinácie/počet predaných vstupeniek na produkty spojené s vínom	Inovovaná programová ponuka destinácie /počet predaných vstupeniek na produkty spojené s vínom	odbor TIC Nitra, NOCR	2021-2026
4.1.6	Vybudovať Nitriansky pavilón vín - súvisí s 5.2.2 a 5.2.3 Stratégie K, KP a KCR.	Neexistuje expozícia vinárskej tradície regiónu/počet návštevníkov TIC so záujmom o vínnu turistiku	Moderné a vyhľadávané expozície – magnet na návštevníkov Nitry /počet návštevníkov za rok, tržby z predaja vstupného a doplnkových služieb	NOCR, Nitrianska vína cesta, miestni vinári	2024-2026

Opatrenie		4.2 Udržateľná Nitra založená na využití a spoznávaní ekologickej vidieckej a prírodnej ponuky mesta v mestských štvrtiach Janíkovce, Dražovce, Zobor, Krškany... s napojením na okolité obce - súvisí s potenciálnou kandidátúrou mesta na titul EDEN alebo GREEN DESTINATIONS			
Operatívny cieľ		<i>Genius loci Mesta Nitra ako centra poľnohospodárstva (areál Agrokomplexu, Slovenského poľnohospodárskeho múzea) vidiecky charakter vybraných mestských štvrtí a prírodné podmienky Zoborských vrchov sú využité v ponuke udržateľných a ekologických produktov agroturistiky, gastroturistiky, cykloturistiky a pešej turistiky.</i>			
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>	
4.2.1	Zmapovať, osloviť a zosieťovať miestnych eko, bio producentov rôznych poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov s označením (aj bez) miesta pôvodu do pobytových balíkov s prepojením na existujúce cyklotrasy a ubytovacie podniky pri nich (napr. bike friendly), využiť areál Agrokomplexu, snažiť sa o modernizáciu SPM, o zapojenie nových zaujímavých lokalít v meste (napr. bývalá železnica Dražovce).	Pôvodná programová ponuka destinácie /počet predaných vstupeniek na produkty spojené s vínom	Inovovaná programová ponuka destinácie /počet predaných vstupeniek na produkty spojené s vínom	odbor TIC Nitra, NOCR, Agrokomplex - Výstavníctvo, š.p., lokálni producenti	2021 - 2026

4.2.2	Zostaviť ponuku prímestských turistických produktov „Nitra za rohom“, resp. „vidiek za rohom“ (“just around the corner”) pre novodobých objaviteľov kultúrnej identity a vidieckych koreňov Nitry ako mesta kontrastov – ponuka s využitím zelenej dopravy (bicykle, elektrické autá a dobíjacie stanice, zdieľaná eko, autodoprava...).	<i>Pôvodná programová ponuka destinácie /počet predaných balíkov pôvodnej ponuky za rok 2019</i>	<i>Inovovaná ekologická programová ponuka destinácie smerom k okrajovým štvrtiam Nitry /počet predaných balíkov inovovanej ponuky za rok</i>	<i>odbor TIC Nitra, NOCR</i>	2021-2026
4.2.3	Zapojiť Botanickú záhradu v areáli Slovenskej poľnohospodárskej univerzity do programovej ponuky destinácie.	<i>Pôvodná programová ponuka destinácie/počet predaných balíkov pôvodnej ponuky za rok 2019</i>	<i>Inovovaná ekologická programová ponuka destinácie /počet predaných balíkov inovovanej ponuky za rok</i>	<i>odbor TIC Nitra, NOCR v spolupráci s BZ SPU v Nitre</i>	2021-2026
4.2.4	Vypracovať a zrealizovať koncepciu budovania udržateľnej pešej turistiky a horskej cykloturistiky v CHKO Ponitrie zasahujúcej do územia mesta Nitra vrátane manažmentu návštevníkov a s budovaním infobodov (prepojenie kultúrneho a prírodného dedičstva územia a využitím SMART riešení). - súvisí s 5.2.2 Stratégie K, KP a KCR	<i>Neudržateľná forma turistiky a cykloturistiky bez regulačných mechanizmov (napr. trasy na Zabor) /počet návštevníkov v turistických bodoch záujmu počas roka</i>	<i>Moderný manažment návštevníkov s ohľadom na TUR /počet návštevníkov v turistických bodoch záujmu; príjmy zo služieb pre návštevníkov.</i>	<i>odbor TIC Nitra, NOCR v spolupráci s CHKO Ponitrie a OZ Zoborský skrášľovací spolok</i>	2021-2026
4.2.5	Udržateľné putovanie 7mimi pahorkami Nitry v novom šate – fotopoint turistickou mini architektúrou a interaktívnou hrou so zameraním na ochranu ŽP, ekológiu a trvalú udržateľnosť - súvisí s 5.2.2 Stratégie K, KP a KCR	<i>Existujúci okruh pešej/cyklo turistiky s využitím mobilnej turistickej aplikácie pre navigáciu a hru návštevníka /počet stiahnutí aplikácie</i>	<i>Moderný manažment návštevníkov v rámci témy 7 pahorkov /počet návštevníkov v turistických bodoch záujmu; počet stiahnutí aplikácie, počet zverejnených fotografií s hashtagom 7 pahorkov na sociálnych sieťach</i>	<i>odbor TIC Nitra, NOCR, odbor architektúry, v spolupráci s CHKO Ponitrie</i>	2021-2022
4.2.6	Využiť v ponuke tradíciu chovu včiel a vybudovať jedinečnú tematickú Nitriansku medovú cestu zážitkov (sietovanie chovateľov včiel, výrobcov medových produktov, ubytovateľov v tzv. apidomčekoch) prepojením mesta Nitra s okolitými obcami (prímestská rekreácia) a s potenciálom presahu do susedných regiónov (Trnava) - súvisí s 5.2.3 Stratégie K, KP a KCR.	<i>Existujúca ponuka včelárov v meste a okolí /počet včelárov</i>	<i>Počet predaných pobytových balíkov na medovej ceste, počet zosietovaných včelárov a podnikov cestovného ruchu, počet návštevníkov.</i>	<i>odbor TIC Nitra, NOCR, včelári v regióne</i>	2021-2022

Opatrenie		4.3 Zostavenie destinačnej ponuky pobytových produktov pre nové segmenty návštevníkov mesta Nitra – rodiny s deťmi, digitálni nomádi, mileniáli a seniari			
Operatívny cieľ		<i>Mesto Nitra ponúka bohatú a atraktívnu ponuku pobytových balíčkov pre nové segmenty domácich aj európskych návštevníkov s odkazom na slávnu cyrilometodskú tradíciu, sakrálnu a pútnický charakter mesta s viac ako tisícročnou poľnohospodárskou históriou.</i>			
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>	
4.3.1	Navrhnuť a vybudovať celoročnú ponuku zážitkových programov pre rodiny s deťmi na báze pobytového cestovného ruchu s prepojením na okolitý región mesta (napr. oživiť historické témy).	<i>Ponuka pre rodiny s deťmi nemá programový charakter /počet programov pre rodiny s deťmi</i>	<i>Ucelená programová ponuka pre rodiny s deťmi /počet programov pre rodiny s deťmi, dopyt po programoch; príjmy z predaja</i>	<i>NOCR, odbor TIC Nitra, odbor kultúry, odbor školstva, mládeže a športu</i>	2021-2023
4.3.2	Intenzívnejšie využívať pútnický cestovný ruch v cieľovej skupine mileniálov na “Cyrilometodskej kultúrnej ceste a Svätajakubskej ceste v rámci mesta Nitra – napr. doplnením aplikácie 7 pahorkov sekciou pre pútnikov - súvisí s 5.2.3 Stratégie K, KP a KCR	<i>Nedostatočná propagácia existujúcej ponuky v Nitre</i>	<i>Dostupná databáza služieb cestovného ruchu pre pútnikov/počet ubytovacích a stravovacích zariadení, počet prenocovaní a dostatočná propagácia</i>	<i>NOCR, odbor TIC Nitra</i>	2021-2023
4.3.3	V spolupráci s NSK sa snažiť o dosiahnutie štandardov, ktoré umožnia zaradenie Cyrilometodskej cesty medzi Kultúrne trasy Európy	<i>CM trasa nie je oficiálne uznaná za kultúrnu cestu Európy /počet zapojených subjektov z min. 3 krajín/</i>	<i>CM trasa je oficiálne uznaná za kultúrnu cestu Európy /počet zapojených subjektov z min. 3 krajín</i>	<i>NOCR, odbor kultúry, odbor TIC Nitra, NSK – odbor kultúry</i>	2020-2024
4.3.4	Navrhnuť a vybudovať celoročnú ponuku kultúrno-poznávacích programov pre seniorov spojenú s poznávaním kresťanskej a poľnohospodárskej histórie destinácie s ohľadom na bezbariérovosť ponuky služieb	<i>Neexistuje databáza bezbariérových služieb cestovného ruchu/ aktuálna /ponuka bezbariérových služieb CR</i>	<i>Dostupná databáza bezbariérových služieb cestovného ruchu nielen pre seniorov/počet UZ, SZ, počet prenocovaní</i>	<i>NOCR, odbor TIC Nitra</i>	2021-2023

Opatrenie		4.4 EHMK a ďalšie kandidatúry mesta na získanie titulu, certifikácie či ocenenia ako pros-triedok na zatraktívnenie ponuky mesta pre návštevníka 21. storočia			
Operatívny cieľ		<i>Nitra naplno využije kandidatúru na titul Európske hlavné mesto kultúry (EHMK) a ďalšie kandidatúry na získanie titulu/značky/ocenenia v cestovnom ruchu pre rozvoj infraštruktúry kultúrneho a mestského cestovného ruchu (bez ohľadu na to, či titul získa alebo nie)</i>			
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>	
4.4.1	Využiť kandidatúru mesta Nitra na titul Európske hlavné mesto kultúry 2026 na zvýšenie reputácie mesta na Slovensku a propagáciu kultúrneho cestovného ruchu v Nitre. - súvisí s 5.1.2 Stratégie K, KP a KCR	<i>Podanie kandidatúry /počet PR článkov o kandidatúre, počet citácií, prečítaní, stiahnutí...</i>	<i>Získanie titulu EHMK 2026 /počet výstupov publicity o meste v domácich a zahraničných médiách</i>	<i>odbor projektového a strategického riadenia, odbor komunikácie a propagácie, odbor TIC Nitra</i>	2021
4.4.2	Iniciovať výstavbu nového alebo transformáciu existujúceho hotela v Nitre (manažérskou zmluvou/franšízou) na medzinárodný sieťový hotel (napr. sieť ACCOR, sieť Intercontinental, Hilton, Marriot...) strednej veľkosti v meste Nitra pre zahraničných návštevníkov ako garanciu medzinárodnej kvality služieb a zdravotnej bezpečnosti (aj z dôvodu kandidatúry) v turisticky neznámej destinácii.	<i>V meste sa nenachádza medzinárodný sieťový hotel</i>	<i>V meste sa nachádza medzinárodný sieťový hotel</i>	<i>NOCR, partnerský podnik, vedenie mesta Nitra</i>	2021-2023
4.4.3	V spolupráci s programovým tímom EHMK zorganizovať a následne udržiavať aspoň dve - tri viacdňové turisticky atraktívne a ikonické podujatia pre Nitrú s prepojením na súčasné a historické jedinečnosti Nitrý s potenciálom generovať dodatočné výdavky návštevníkov na služby cestovného ruchu - súvisí s 5.2.2 Stratégie K, KP a KCR.	<i>Prevažujú 1-dňové podujatia v meste bez vyšších ekonomických prínosov pre miestnu ekonomiku /počet 2 a viacdňových podujatí v meste za rok</i>	<i>Mesto má v ponuke viacdňové podujatia s pozitívnymi dopadmi na miestnu ekonomiku /počet 2a viacdňových podujatí v meste za rok/</i>	<i>Tím EHMK, odbor kultúry, NOCR</i>	2023-2026
4.4.4	Vybudovať: a) modernú zážitkovú, edukatívnu a interaktívnu expozíciu dejín mesta a cirkevných dejín pre návštevníka 21.storočia v spolupráci kľúčových aktérov z oblasti muzeológie, histórie, archeológie a cestovného ruchu b) moderné mestské kúpalisko/akvapark so zameraním na rodiny s deťmi a s celoročným využitím (vrátane časti day spa). - súvisí s 5.2.2 Stratégie K, KP a KCR	<i>Zastaraná (materiálne aj morálne) expozícia v mestskom dome/ zastarané kúpalisko /počet návštevníkov za rok, tržby z predaja vstupného</i>	<i>Moderná a vyhľadávaná expozícia/kúpalisko – magnet na návštevníkov Nitrý/počet návštevníkov za rok, tržby z predaja vstupného a doplnkových služieb/</i>	<i>a) Tím EHMK, Mesto Nitra v spolupráci s AÚ SAV, Katedrou muzeológie, Katedrou histórie UKF, NSK b) Mesto Nitra, potenciálne s investorom</i>	2024-2026
4.4.5	Vytvorenie a zavedenie online mestskej/regiónálnej destinačnej turistickej karty s výhodami pre návštevníkov mesta a podporu prímestskej rekreácie - súvisí s 5.2.2 Stratégie K, KP a KCR	<i>Žiadna karta /počet predaných kariet, počet poskytnutých výhod podľa kategórií, tržby z predaja za rok</i>	<i>Funkčná karta /počet predaných kariet, počet poskytnutých výhod podľa kategórií, tržby z predaja za rok</i>	<i>NOCR, odbor TIC Nitra, (KOCR po založení)</i>	2022-2024
4.4.6	Rozširovanie ponuky sprievodcovských služieb a okruhov podľa cieľových skupín (Nitra pod hviezdami, Ikonická Nitra, Zelená Nitra, Kreatívna Nitra, Nitra detskými očami, príbehy starých Nitrančanov, Ilike a local, po stopách Nitrianskej mafie, po stopách socializmu, atď.) - súvisí s 5.2.2 Stratégie K, KP a KCR.	<i>Počet a typ okruhov /dopyt po sprievodcovských službách; príjmy z predaných služieb, počet odsprevádzaných osôb</i>	<i>Počet a typ nových okruhov/dopyt po sprievodcovských službách; príjmy z predaných služieb, počet odsprevádzaných osôb</i>	<i>odbor TIC Nitra, NOCR</i>	2021-2022

Strategická oblasť 5

Udržateľné financovanie cestovného ruchu v mestskej destinácii

Pre dlhodobé a efektívne fungovanie destinačného manažmentu v Nitre, je potrebné zdefinovať príjmy a výdavky na cestovný ruch na úrovni mesta. Nie všetky príjmy sa premietajú do príjmov mesta priamo. Za účelom zefektívnenia procesov v tejto oblasti formulujeme tri problémové oblasti.

Strategický cieľ Mestská destinácia Nitra disponuje udržateľným rozpočtom na financovanie rozvojových aktivít cestovného ruchu v meste Nitra

Opatrenie	Operatívny cieľ
5.1 Identifikovanie verejných finančných príjmov na úrovni mesta s pôvodom v cestovnom ruchu	Mesto pozná finančné toky verejných financií v oblasti cestovného ruchu a vie sledovať efektívnosť vynakladaných verejných prostriedkov na cestovný ruch.
5.2 Zabezpečenie viaczdrojového financovania destinačného manažmentu a potrieb rozvoja cestovného ruchu v Nitre	NOCR ako autorita v destinačnom manažmente dokáže generovať dostatočné príjmy na plnenie svojich funkcií v systéme viaczdrojového financovania. Mesto dokáže generovať dostatočné príjmy z cestovného ruchu na obnovu a rozvoj turistickej verejnej infraštruktúry.
5.3 Finančné zabezpečenie personálnych zdrojov destinačného manažmentu a potrieb rozvoja cestovného ruchu v Nitre	Personálne kapacity destinačného manažmentu nie sú poddimenzované a destinačný manažment v Nitre je plne funkčný a finančne zabezpečený.

Opatrenie	5.1 Identifikovanie verejných finančných príjmov na úrovni mesta s pôvodom v cestovnom ruchu			
Operatívny cieľ	Mesto pozná finančné toky verejných financií v oblasti cestovného ruchu a vie sledovať efektívnosť vynakladaných verejných prostriedkov na cestovný ruch.			
Aktivita	Východiskový stav (indikátor)	Cieľový stav (indikátor)	Zodpovednosť	Termín
5.1.1 Zostaviť súvahu príjmov a výdavkov na úrovni mestského rozpočtu s pôvodom v cestovnom ruchu	Mesto nemá presné údaje o príjmoch z cestovného ruchu	Mesto má vypracovanú metodiku na identifikáciu finančných príjmov a výdavkov na cestovný ruch	Odbor ekonomiky a rozpočtu v spolupráci s odborom TIC Nitra	06/2021
5.1.2 Nastaviť princípy návratnosti príjmov späť do cestovného ruchu na rozvojové a marketingové aktivity.	Nie je určené percento návratnosti do cestovného ruchu v mestskom rozpočte	Je určené percento návratnosti do cestovného ruchu v mestskom rozpočte /plánovaný objem výdavkov na ďalší rozpočtový rok	Odbor ekonomiky a rozpočtu v spolupráci s odborom TIC Nitra a NOCR	10/2021

Opatrenie	5.2 Zabezpečenie viaczdrojového financovania destinačného manažmentu a potrieb rozvoja cestovného ruchu v Nitre			
Operatívny cieľ	NOCR ako autorita v destinačnom manažmente dokáže generovať dostatočné príjmy na plnenie svojich funkcií v systéme viaczdrojového financovania. Mesto dokáže generovať dostatočné príjmy z cestovného ruchu na obnovu a rozvoj turistickej verejnej infraštruktúry.			
Aktivita	Východiskový stav (indikátor)	Cieľový stav (indikátor)	Zodpovednosť	Termín
5.2.1 Alokácia finančných prostriedkov mesta a členov NOCR do výšky vybratej dane za ubytovanie do oblastnej organizácie CR – zabezpečenie maximálnej výšky dotácie zo strany štátu do CR pre destináciu Nitra.	Výška členského príspevku je menej ako 80 % výberu miestnej dane za ubytovanie	Alokácia min. 80 % výberu miestnej dane za ubytovanie do NOCR ako členský príspevok mesta	MsZ, NOCR	Každoročne podľa finančného roka
5.2.2 Z začať podnikateľskú činnosť NOCR za účelom predaja a odbytu destinačných produktov a balíkov služieb a zabezpečenia dostatočných zdrojov financovania.	Minimálna podnikateľská činnosť	Odbyt produktov a zisk z predaja produktov a služieb	NOCR	2021

5.2.3	Každoročne investovať % z vybratej dane za ubytovanie do CR (60-100 %), napr. na vybudovanie, rozširovanie vlastných zážitkových expozícií mesta a atraktivít hodných 21.storočia.	Miestna daň nejde do investícií na expozície a infraštruktúru cestovného ruchu	Min. 60 % dane je alokovaná do budovania infraštruktúry mesta pre (aj) turistov	NOCR v spolupráci s aktérmi - členmi (Mesto Nitra)	Každoročne
5.2.4	Zrationalizovať organizačnú štruktúru destinačného manažmentu zlúčením NOCR a TIC do 1 organizácie každoročným presunom personálnych nákladov z mesta na NOCR vo forme vkladu mesta do destinácie a tým navýšiť nárokovateľnú dotáciu pre NOCR z kapitoly MDaV SR.	Vklad mesta bez výdavkov na pracovníkov TIC Nitra	Vklad mesta navýšený alebo rovný k pôvodným nákladom na personálne pokrytie TIC Nitra v každoročnom intervale	NOCR a odbor TIC Nitra v spolupráci s aktérmi z mesta, MsZ	každoročne pred začiatkom finančného roku
5.2.5	Zaviest' povinný finančný príspevok do mestského rozpočtu za využívanie verejnej dopravnej infraštruktúry návštevníkmi počas nosných výstav zo strany Agrokomplexu vo výške 5-10 centov z každej predanej ceny vstupenky	Nadmerné zaťaženie miestnej dopravnej infraštruktúry bez zabezpečenia adekvátnej náhrady zo strany AX	Kompensácia na nadmerné zaťaženie miestnej dopravnej infraštruktúry počas výstav/počet predaných vstupeniek	MsZ, Agrokomplex	každoročne pred začiatkom finančného roku za predošlý rok, počnúc r. 2022
5.2.6	Zaviest' efektívny manažment parkovacej politiky na turistických bodoch záujmu – tam kde je potrebné, aj v spolupráci mesta a majiteľov parkovísk (napr. návštevníci prichádzajúci k bodom záujmu autom, u ktorých je možná dostupnosť verejnou dopravou, spoplatniť tzv. zeleným poplatkom – miestna daň parkovné za to, že nevyužili verejnú dopravu).	Nadmerné zaťaženie miestnej dopravnej infraštruktúry a ekologická záťaž	Kompensácia na nadmerné zaťaženie miestnej dopravnej infraštruktúry, dodatočné príjmy s pôvodom v cestovnom ruchu, ekologické dopady sa znižujú /počet zaparkovaných áut/deň; príjmy z predaja „zeleného poplatku“	vedenie mesta a MsZ s majiteľmi pozemkov	každoročne pred začiatkom finančného roku
5.2.7	Uchádzať sa o projekty EÚ v novom programovacom období	Potreba budovania turistickej infraštruktúry, finančné zabezpečenie investície	Počet úspešne podaných projektov za oblasť cestovného ruchu /výška nenávratného finančného príspevku	odbor projektového a strategického a riadenia, odbor TIC Nitra a NOCR	po spustení výziev

Opatrenie		5.3 Finančné zabezpečenie personálnych zdrojov destinačného manažmentu a potrieb rozvoja cestovného ruchu v Nitre			
Operatívny cieľ		Personálne kapacity destinačného manažmentu nie sú poddimenzované a destinačný manažment v Nitre je plne funkčný a finančne zabezpečený.			
Aktivita	Východiskový stav (indikátor)	Cieľový stav (indikátor)	Zodpovednosť	Termín	
5.3.1	V súvislosti s plnením nových úloh a opatrení vyplývajúcich zo stratégie primerane zvyšovať počet zamestnancov odboru TIC Nitra / NOCR - súvisí s aktivitou 5.2.1 a 5.2.4	Počet zamestnancov odboru TIC Nitra a NOCR / prevádzkové náklady na 1 zamestnanca	Počet zamestnancov odboru TIC a NOCR za daný rok/prevádzkové náklady na 1 zamestnanca/	prednosta MsÚ, odbor TIC Nitra, NOCR	2021-2031

4.3 Strategické ciele s výhľadom na roky 2027-2031

Na základe splnenia cieľov prvej časti stratégie na roky 2021-2026 predpokladáme, že na domácom trhu cestovného ruchu pre obdobie rokov 2027-2031 mesto Nitra bude etablovanou mestskou turistickou destináciou s bohatou a modernou ponukou udržateľného a kreatívneho cestovného ruchu.

Nitra bude známa aj v stredoeurópskom priestore ako mesto s bohatým a viditeľným odkazom na európske dejiny, ktoré svojou ponukou kultúrnych programov a voľnočasových aktivít dokáže

osloviť aj návštevníkov v širšom európskom priestore. Nitra bude kozmopolitné mesto, ktoré bude priťahovať pozornosť domácej aj zahraničnej kreatívnej triedy a minimálne na prechodnú dobu sa stane jej domovom.

V nasledujúcej tabuľke formulujeme strategické ciele rozvoja cestovného ruchu pre roky 2027-2031 a k nim základné strategické opatrenia, ktoré bude potrebné realizovať pre zabezpečenie kontinuálneho pozitívneho vývoja cestovného ruchu v meste Nitra. Bližšie rozpracovanie oblastí, cieľov a opatrení bude možné až v horizonte rokov 2025-2026, na základe priebežnej kontroly a záverečného vyhodnotenia plnenia stratégie na roky 2021-2026.

Tabuľka 5: Strategické ciele s výhľadom na roky 2027-2031

Strategická oblasť	Strategický cieľ	
	2027-2031	Kľúčové opatrenia
I. Imidž mesta ako vyhľadávanej udržateľnej a kreatívnej mestskej destinácie v strednej Európe	Imidž mesta ako vyhľadávanej udržateľnej a kreatívnej mestskej destinácie v strednej Európe	<ul style="list-style-type: none"> • upevňovať a rozširovať povedomie o meste Nitra ako turisticky zaujímavej stredoeurópskej destinácii pre víkendový citybreak na celý európsky priestor • budovať imidž Nitry ako významného centra kultúrno-kreatívneho priemyslu na Slovensku
II. Zabezpečiť udržateľný model vzdelávania pre rôzne cieľové skupiny aktérov cestovného ruchu s ohľadom na potreby skvalitňovania služieb a zavádzania nových trendov v digitálnej a virtuálnej ére cestovného ruchu	Zabezpečiť udržateľný model vzdelávania pre rôzne cieľové skupiny aktérov cestovného ruchu s ohľadom na potreby skvalitňovania služieb a zavádzania nových trendov v digitálnej a virtuálnej ére cestovného ruchu	<ul style="list-style-type: none"> • pokračovať vo vzdelávaní rôznych cieľových skupín aktérov cestovného ruchu podľa aktuálnych potrieb pre roky 2027-2031 s cieľom zvyšovania ich profesionality • rozširovať ponuku vzdelávania o spôsoby zavádzania nových digitálnych a virtuálnych nástrojov do rôznych produktov cestovného ruchu v meste Nitra
III. Destinačný manažment je plynule adaptívny na neustále sa meniace podmienky na trhu cestovného ruchu a predstavuje istotu, na ktorú sa môžu miestni aktéri cestovného ruchu spoľahnúť	Destinačný manažment je plynule adaptívny na neustále sa meniace podmienky na trhu cestovného ruchu a predstavuje istotu, na ktorú sa môžu miestni aktéri cestovného ruchu spoľahnúť	<ul style="list-style-type: none"> • zvyšovať profesionalitu destinačného manažmentu v meste Nitra s prepojením na jeho bezprostredné okolie • rozširovať ponuku služieb destinačného manažmentu pre miestnych aktérov cestovného ruchu • zavádzať do praxe nové trendy v destinačnom manažmente • posilniť zapojenie súkromného sektora do destinačného manažmentu
IV. Nitra je vyhľadávanou destináciou pre pobyty európskych návštevníkov spojené s miestnou kultúrou, sebarealizáciou, a zážitkom z udržateľného spôsobu života v rámci cirkulárnej ekonomiky	Nitra je vyhľadávanou destináciou pre pobyty európskych návštevníkov spojené s miestnou kultúrou, sebarealizáciou, a zážitkom z udržateľného spôsobu života v rámci cirkulárnej ekonomiky	<ul style="list-style-type: none"> • rozvíjať také destinačné produkty cestovného ruchu, ktoré budú rešpektovať miestnu kultúru, budú udržateľné (ekonomicky, sociálne, ekologicky) a príťažlivé aj pre európskeho návštevníka. • zamerať sa na vývoj produktov, ktoré umožnia sebarealizáciu návštevníkov • zamerať sa na rozšírenie ponuky pre seniorov (domácich aj európskych), ktorá bude akcentovať ich potreby a preferencie • vyvíjať produkty cielene pre kľúčové cieľové skupiny s ohľadom na trendy na trhu
V. Udržateľné financovanie cestovného ruchu v destinácii na viacdrojovom princípe pokrýva všetky dôležité potreby pre úspech destinácie na trhu	Udržateľné financovanie cestovného ruchu v destinácii na viacdrojovom princípe pokrýva všetky dôležité potreby pre úspech destinácie na trhu	<ul style="list-style-type: none"> • zvyšovať podiel súkromných zdrojov na celkových zdrojoch v rámci viacdrojového financovania destinačného manažmentu • zabezpečiť dostatočné zdroje na rozvoj nových a inováciu existujúcich produktov cestovného ruchu (na infraštruktúru cestovného ruchu, atraktivity, programy, balíky) • generovať vyššie príjmy z cestovného ruchu v destinácii pre všetkých aktérov (mesto, organizáciu destinačného manažmentu – NOCR, podnikateľov) • zabezpečiť dlhodobú udržateľnosť mechanizmu viacdrojového financovania cestovného ruchu v Nitre, čo najmenej závislú od štátnych dotácií • zabezpečiť dostatočné zdroje na personálne potreby pre efektívny destinačný manažment a marketing



5. Návrh spôsobu implementácie stratégie

Pre implementáciu Stratégie musí byť zabezpečená schéma riadenia a kapacity, jednak pre riadenie procesu realizácie stratégie ako celku, jednak pre jednotlivé opatrenia a aktivity. Pri naplňaní stratégie a jej aktualizácii je vhodné použiť participatívny princíp aktérov, ktorí boli zapojení do prípravy dokumentu. V tabuľke 6 uvádzame schému riadenia implementácie stratégie aj s uvedením úloh a činnosti jednotlivých orgánov riadenia a kontroly.

Pre zachovanie kontinuity implementácie stratégie nezávisle od politických vplyvov (napr. po výmene vedenia mesta na základe výsledkov komunálnych volieb) a s cieľom dosiahnuť stabilný a garantovaný spôsob podpory rozvoja cestovného ruchu z dôvodu jeho rozsiahlych ekonomických a mimoekonomických účinkov na mesto Nitra je do riadiacej schémy zakomponovaný aj externý expert na cestovný ruch – autor stratégie a ďalší nezávislý expert z akademickej sféry. Prítomnosť nezávislých expertov v riadiacej schéme je garanciou, že implementácia stratégie bude po nástupe nového vedenia mesta pokračovať bez vážnejších komplikácií.

Tabuľka 6: Riadiaca schéma Stratégie cestovného ruchu mesta Nitra

Orgány riadenia a kontroly	Úloha a činnosti	Počet stretnutí
Manažment stratégie: vedúci odboru TIC Nitra, riaditeľ NOCR, externý expert – autor stratégie, externý expert na cestovný ruch z akademickej sféry (UKF, SPU, UMB...)	<u>Zodpovednosť:</u> Riadi realizáciu, vyhodnotenie a aktualizáciu stratégie <u>Obsadenie:</u> manažér stratégie, garanti opatrení, realizátori aktivít	Podľa realizačných potrieb projektu
Riadiaci výbor	<u>Zodpovednosť:</u> Schvaľuje vyhodnotenie naplňovania stratégie, resp. vybraných priorít za jeden rok (v januári nasledujúceho roku). Schvaľuje akčný plán na ďalšie dva roky v súvislosti s rozpočtom <u>Obsadenie:</u> Vedúci komisie pre miestny rozvoj a cestovný ruch, poslanci a členovia komisie, manažér stratégie, garanti opatrení <u>Zvoláva:</u> politický garant pre cestovný ruch	Minimálne 2 x ročne (september a január)
Nitrianske fórum pre cestovný ruch	<u>Zmysel platformy:</u> Platforma slúži pre stretnutia s aktérmi cestovného ruchu a s ostatnými prierezovými aktérmi (napr. oblasť kultúry), ktorým sa predstaví, čo bolo realizované v uplynulom roku a zároveň na diskusiu o prioritách, opatreniach a aktivitách na ďalší rok. Priority a opatrenia vybrané aktérmi slúžia ako odporúčanie pre riadiaci výbor pre prípravu akčného plánu na ďalší rok <u>Zloženie:</u> Stretnutia platformy sa zúčastňujú členovia riadiaceho výboru, členovia komisie pre miestny rozvoj a cestovný ruch a je otvorené komukolvek, kto má záujem sa zúčastniť stretnutia <u>Zvoláva:</u> Manažér stratégie	1 x ročne, ideálne v júni

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2020

6. Akčný plán

Akčný plán bude podrobne rozpracovaný na jar 2021, vypracuje ho tím odboru TIC Nitra a NOCR v súčinnosti s odborom kultúry a v spolupráci s autorkou tejto stratégie.

Záver

Predložený dokument vznikol participatívnym spôsobom v širokom kruhu odborníkov a miestnych expertov na cestovný ruch. Formulovaná vízia, ciele, opatrenia a aktivity vzišli aj na základe viac ako 30 hodín diskusií autora s miestnymi aktérmi cestovného ruchu o súčasných a budúcich potrebách rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra.

Dokument zároveň vznikol v úzkej spolupráci s odborom TIC Nitra, ktorý bol takisto súčinný pri formulovaní vízie, strategických cieľov a navrhovaných opatrení na dosiahnutie želaného stavu rozvoja cestovného ruchu v Nitre v horizonte rokov 2021 až 2031.

Všetkým aktérom cestovného ruchu, ktorí sa zúčastnili diskusií pri tvorbe tohto dokumentu a jeho pripomienkovaní touto cestou ďakujem. Verím, že stratégia bude živý dokument a aktívnou činnosťou príslušných aktérov sa postupne premení na reálne riešenia v prospech rozvoja mesta Nitra a v prospech jeho občanov.

Zuzana Palenčíková



nitra.eu



visitnitra.eu

Príloha č. 1 k Stratégii rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021-2031

Doplnenie prílohy č. 1 na základe Záverečného stanoviska z povinného hodnotenia strategického dokumentu „Stratégia rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021-2031“

1. Predpokladané vplyvy na zložky životného prostredia

Vplyvy na geomorfologické pomery

V rámci navrhovaných aktivít sa neuvažuje s takými činnosťami, ktoré by mohli negatívne vplyvať na geomorfologické pomery ani horninové prostredie dotknutého územia. V prípade výstavby nových objektov súvisiacich s rozvojom cestovného ruchu sa bude postupovať na základe výsledkov samostatného odborného prieskumu. Taktiež sa nepredpokladá aktivácia javov, ako napr. erózia pôdy, zosuvy.

Vplyvy na pôdu a geologické pomery

Pri podpore pešej turistiky sa predovšetkým plánuje obnova už existujúcich chodníkov a digitalizácia ponuky. Pri budovaní nových turistických chodníkov a cyklotrás sa bude postupovať v súčinnosti s CHKO Ponitrie, Slovenským klubom turistov a ďalšími dotknutými orgánmi. Negatívne vplyvy navrhovaného strategického dokumentu na významné geologické lokality a výrazný záber pôdy sa nepredpokladajú, geologické lokality v Nitre a okolí sú príležitosťou na budovanie geoturizmu.

Vplyvy na klimatické pomery a ovzdušie

Nepredpokladajú sa také zásahy do územia, ktoré by mohli mať výrazný vplyv na klimatické pomery dotknutého územia a znečistenie ovzdušia. V návrhu Stratégie sa predpokladá rozvoj udržateľného cestovného ruchu, podpora pešej turistiky, cykloturistiky a zelených foriem turizmu a dopravy, ktoré môžu z dlhodobého hľadiska pozitívne vplyvať na kvalitu ovzdušia v Nitre a okolí.

Vplyvy na hydrologické pomery

V strategickom dokumente nie sú navrhnuté také aktivity, ktoré by výraznejšie negatívne ovplyvňovali povrchové a podzemné vody. Aktivity, s ktorými by súviseli väčšie nároky na spotrebu a znečistenie vody, sa budú posudzovať individuálne.

Vplyvy na faunu, flóru, ich biotopy a biodiverzitu

Neriadenejší rozvoj cestovného ruchu môže negatívne vplyvať na faunu, flóru a ich biotopy: ničenie ekosystémov, rušenie živočíchov z dôvodu zvýšeného pohybu ľudí, znečisťovanie prírody a prostredia, nevhodné športové aktivity, nebezpečenstvo požiarov a ďalšie. Práve navrhovaný strategický dokument, a v ňom nastavené oblasti, ciele a následne rozpracovanie aktivít v Akčných plánoch, má za cieľ podporovať cestovný ruch v Nitre koordinovane a komplexne s minimálnym dopadom na flóru, faunu, prírodu a životné prostredie.

Vplyvy na krajinu

Strategický dokument neobsahuje opatrenia ani aktivity, ktoré by mali negatívny vplyv na krajinu a urbánny komplex. V rámci trendov v cestovnom ruchu sa práve predpokladá transformácia existujúcich zariadení podľa aktuálnych trendov a požiadaviek pri minimálnom zásahu do prostredia a minimalizácii novej výstavby. Taktiež sa nepredpokladá so zmenou a zvýšením frekvencie dopravy.

Vplyvy na chránené územia (NATURA 2000)

Závažné negatívne vplyvy realizácie strategického dokumentu na územia európskej sústavy chránených území Natura 2000 ani na územia národnej sústavy chránených území sa nepredpokladajú. V strategickom dokumente je práve zachovanie a ochrana chránených území prioritou. Projekty, u ktorých sa bude predpokladať zásah do chráneného územia, sa budú posudzovať individuálne.

Cieľom strategického dokumentu je rozvíjať udržateľný cestovný ruch v súlade s ochranou životného prostredia a minimalizovaním dopadov na prírodu. Prioritou je podpora ohľaduplného a šetrného správania k okolitému prostrediu.

2. Environmentálny aspekt rozvoja cestovného ruchu podľa jednotlivých strategických oblastí

Strategická oblasť I.

Identita a komunikačná stratégia mesta ako mestskej destinácie v cestovnom ruchu

Nepredpokladá sa priamy vplyv na životné prostredie a jeho zložky. Pri realizácii marketingových a propagačných aktivít, tvorbe promo kampaní, marketingu postavenom na jedinečnosti Nítry sa zohľadnia kritériá ochrany a tvorby životného prostredia. Mesto sa zapojí do výzvy na získanie certifikačnej známky „Green destination“ a pri budovaní imagu Nítry ako udržateľnej mestskej destinácie s ponukou zelených projektov bude ochrana životného prostredia jeho neoddeliteľnou súčasťou.

Strategická oblasť II.

Udržateľné celoživotné vzdelávanie aktérov cestovného ruchu s ohľadom na potreby rozvoja cestovného ruchu

Nepredpokladá sa priamy vplyv na životné prostredie a realizácia žiadnych činností, ktoré by pôsobili negatívne na životné prostredie. Cieľom vzdelávacích modulov je skvalitňovanie služieb v cestovnom ruchu so zameraním na environmentálne prijateľný rozvoj cestovného ruchu. Na príprave a realizácii vzdelávacích a popularizačných programov pre domácich obyvateľov a žiakov škôl sa budú podieľať odborníci z oblasti ochrany životného prostredia.

Strategická oblasť III.

Destinačný manažment a marketing v podmienkach spolupráce a partnerstva kľúčových aktérov cestovného ruchu

Nepredpokladá sa priamy vplyv na životné prostredie s výnimkou aktivity 3.2.3. Zriadenie krajského návštevníckeho centra podľa bodu 3.2.3 je v kompetencii novovzniknutej KOČR. Do spolupráce medzi subjektmi v oblasti cestovného ruchu je potrebné zapojiť odborníkov z oblasti ochrany životného prostredia. V akčných plánoch bude premietnutý zber údajov o vplyvoch cestovného ruchu na zložky a faktory životného prostredia (napr. fauna, flóra, voda, ovzdušie, pôda, hluk, odpady, odpadové vody).

Strategická oblasť IV.

Produktové línie a atraktívna ponuka pre európskeho návštevníka 21. storočia

Nepredpokladá sa priamy vplyv na životné prostredie a jeho zložky. Pri realizácii investičných aktivít (napr. 4.1.2, 4.1.6, 4.4.2, 4.4.4) sa bude postupovať individuálne.

Vzhľadom na prírodné prostredie a vzácny genofond je potrebné každú plánovanú aktivitu navrhovanú najmä v dotyku CHKO Ponitrie, CHVÚ Tribeč, ÚEV Zobor konzultovať vopred s príslušným orgánom ochrany prírody. Ochrana životného prostredia je premietnutá aj v opatrení 4.2, cieľom je budovanie Udržateľnej Nitry založenej na ekologickej ponuke, podpore udržateľných a ekologických produktov, cykloturistiky a pešej zelenej turistiky. Výsledný efekt realizácie tejto oblasti bude prínosom pre rozvoj cestovného ruchu v regióne.

Strategická oblasť V.

Udržateľné financovanie cestovného ruchu v mestskej destinácii

Jedná sa o neinvestičný typ aktivít týkajúci sa zabezpečenia finančných prostriedkov, bez priameho vplyvu na životné prostredie.

V akčných plánoch budú premietnuté merateľné ukazovatele s enviromentálnym presahom.