



Združenie cestovného ruchu Trenčianske Teplice

Gen. M.R. Štefánika 611/2, 918 51 Trenčianske Teplice, Slovenská Republika

Vážení poslanci,

týmto otvoreným listom sa na vás po prvýkrát obraciame so žiadosťou o aktívnu, nie len deklarovanú, podporu najdôležitejšieho hospodárskeho odvetvia mesta Trenčianske Teplice, cestovného ruchu.

18.12.2008 budete rozhodovať o rozpočte mesta pre rok 2009. Myslíme si, že toto je chvíľa, kedy sa rozhodne o tom, či mestu skutočne záleží na rozvoji cestovného ruchu, alebo ide len o dobre znejúce prehlásenia bez skutočných skutkov.

Je to viac ako 6 rokov od kedy sa spojili subjekty zastupujúce viac ako 80% ubytovacích kapacít v kúpeľnom meste Trenčianske Teplice s mestom Trenčianske Teplice s jediným cieľom, aktívne podporiť spoločný – životný záujem Trenčianskych Teplíc, cestovný ruch.

Aktivity združenia sa opierajú o skúsenosti a poznanie pracovníkov obchodu a marketingu ako aj zástupcov priamo z hotelových a reštauračných prevádzok. Práve odborné zastúpenie vytvára garanciu odborne kompetentných názorov utvrdených stanoviskami štatutárnych orgánov jednotlivých členov združenia.

V ostatnom roku došlo k osvieženiu činnosti združenia a zintenzívneniu komunikácie aj s mestom Trenčianske Teplice, ktoré je zastúpené na všetkých rokovaníach predstavenstva Združenia pre cestovný ruch Trenčianske Teplice priamo primátorom mesta.

Je nesporné, že Trenčianske Teplice sa nenachádzajú vo fáze rozkvetu, ale len na začiatku nevyhnutného rozvoja.

Aj na niekoľkých výstavách napríklad v Nemeckom Lipsku, sme s údivom a ľútosťou zistili, že aj malé kúpeľné mestečko Vyšné Ružbachy je ako cieľ návštevy turistov známejšie ako Trenčianske Teplice. Je nesporné, že v momente, keď sa potenciálny návštevník rozhoduje, kam vycestuje hľadá atraktívne destinácie so známym, kvalitným menom a s pozitívne budovaným obrazom. V tejto fáze rozhodovania klient vníma región ako celok a nezaujíma sa o jednotlivých poskytovateľov služieb. Je našou povinnosťou a prirodzenou nevyhnutnosťou zároveň prispôsobiť sa klientovi a predstaviť mu destináciu. Ide o prezentáciu v miestach, kde sa nachádza klient. Ak hovoríme o zahraničnej klientele, tak hovoríme o predstavení Trenčianskych Teplíc v Českej republike, Rakúsku, Nemecku, Poľsku. Je nevyhnutné zúčastňovať sa relevantných výstav vo Viedni, Berlíne, Poznani, Prahe, Brne, Lipsku a ďalších výstavných miestach. Je nevyhnutné organizovať poznávacie info cesty pre zástupcov zahraničných médií. Je nevyhnutné vytvárať partnerstvá s organizáciami, ktoré nám umožnia doručiť pozitívne informácie priamo k potencionálnemu klientovi, pričom organizácie ako rôzne združenia, cestovné agentúry, touroperátori a podobne sú dosiahnuteľní v prvom rade na špecializovaných výstavách opäť nie v Trenčianskych Tepliciach, ale v zahraničí, ako napríklad na ITB Berlín, čo je

najväčšia výstava cestovného ruchu v svetovom meradle. Veríme, že týmto sme ozrejmili, že je potrebné vyliezť z ulity a aktívne hľadať klienta tam, kde sa zdržuje on.

Ab y sme dokázali dosiahnuť maximálnu účinnosť komunikácie dobrého mena kúpeľného mesta Trenčianske Teplice, je nevyhnutné pristupovať k marketinovej komunikácii systematicky. Ide o komplex navzájom podporujúcich sa činností, ktoré musia byť kvalitne pripravené počínajúc kreatívnou prácou pri definovaní cieľov komunikácie, cez definovanie kanálov až po vytvorenie podporných materiálov (od jednoduchých letákov, cez www stránky až po časti výstavných expozícií). Pre konkrétnejšiu predstavu za posledné 4 roky investovali členovia združenia do podpory dobrého mena mesta Trenčianske Teplice viac ako 800.000,- Sk. Nejde o podporu predaja, ale o aktivity, ktorými chceme dosiahnuť aby klienti vôbec vedeli, že Trenčianske Teplice existujú. Akokoľvek kruto to znie, história mondénneho kúpeľného mesta je zabudnutá a čaká na znovuoobjavenie.

Ide o výzvu presadiť sa na vysoko konkurenčnom trhu cestovného ruchu. Všetci členovia Združenia pre cestovný ruch Trenčianske Teplice vedia, že musia konať, ale zároveň nesúhlasíme s tým, aby sme suplovali jednu zo základných úloh samosprávy, teda financovanie propagácie regiónu.

V rozpočte sú očakávané príjmy nesporne plynúce z cestovného ruchu nasledovne:

Položka	2009	2010	2011
Daň za ubytovanie	6600	7150	7350
Daň za užívanie verejného priestranstva	450	470	490
Podiel na celkových príjmoch:	14,42%	14,70%	14,41%

K týmto príjmom je potrebné pridať príjmy z dane z nehnuteľnosti ako aj príjmy z dane za komunálne odpady, ktorých výška presahuje 3mil. Sk, čím sa podiel na príjmoch zvýši na viac ako **20%** z celkových daňových príjmov mesta.

V tomto kontexte je úplne nepochopiteľné, že výdavky na propagáciu cestovného ruchu sa vyvíjajú nasledovne:

	2009	2010	2011
Cestovný ruch	823	773	853
Podiel na celkových výdavkoch	3,7%	2,71%	2,81%

Ešte neuveriteľnejšie vyznieva, že na priamu propagáciu plánujete v nasledovných objemoch:

	2009	2010	2011
Propagácia mesta	158	158	238
Podiel na celkových výdavkoch	0,55%	0,59%	0,78%

Pre vytvorenie predstavy o možnostiach použitia takýchto objemov prostriedkov, účasť na výstave GO Región Tour Brno v roku 2008 stála **154tSk!** Takéto financovanie podpory propagácie umožní účasť na práve jednej výstave! Aj laik vie zhodnotiť, či je takýto prístup možné nazvať podporou.

Ako uvádzame v úvode listu, máme ambíciu prispievať k propagácii Trenčianskych Teplíc na základe odbornej kompetencie. S týmto vedomím chceme proaktívne navrhnúť zmenu objemu výdavkov na propagáciu cestovného ruchu. Myslíme si, že do cestovného ruchu by sa mali vrátiť prostriedky - časť prostriedkov, ktoré cestovný ruch produkuje a to ako percentuálna časť z príjmov cestovného ruchu.

Sme presvedčení, že je vhodné oprieť sa o relevantnú argumentáciu a preto uvádzame údaje z viacerých miest.

	Príjmy CR	výdaje CR	podiel výdavov
Stará Turá	2,48	1,665	69 %
Kremnica	2,15	1,5	69 %
Bratislava	48	28,3	59 %
B.Štiavnica	10	3,8	38 %
Trenčianske Teplice	10	0,823	<u>8,18%!!!</u>

Veríme, že aj z týchto údajov je zrejماً nesprávnosť plánovaného prístupu k propagácii cestovného ruchu. Nakoľko cestovný ruch je v skutočnosti jediné významné priemyselné odvetvie v Trenčianskych Tepliciach navrhujeme, aby sa výdaje v oblasti cestovného ruchu dostali v horizonte 3 rokov minimálne na úroveň výdavov mesta Bratislava. Dôležité je spomenúť, že príjmy hlavného mesta SR nie sú zďaleka tvorené príjmami z oblasti CR tak ako je to v prípade Trenčianskych Teplíc.

Navrhujeme nasledovný trend vo výdavkoch v oblasti cestovného ruchu.

	2009	2010	2011
Podiel výdavov	55%	57%	60%
Odhad výdavkov	5.500		

Zámerne neuvádzame absolútnu hodnotu výdavkov pre roky 2010, 2011, lebo sme presvedčení, že v prípade takto podstatnej podpory propagácie dôjde rovnako k vyššiemu ako plánovanému medziročnému nárastu príjmov z oblasti cestovného ruchu.

Aby nešlo iba o zvyšovanie objemu finančných prostriedkov bez určenia zmyslu ich použitia navrhujeme zásadnú zmenu v prístupe k organizácii podpory cestovného ruchu. Sme zástancami projektového prístupu, ktorý vytvára priestor na systematickú, dlhodobú a plánovanú činnosť s merateľnými cieľmi. Je potrebné definovať merateľné ciele v oblasti návštevnosti, ako aj spôsob ich sledovania. Je potrebné zadefinovať stratégiu v oblasti propagácie. Je potrebné vypracovať a predstaviť konkrétne projekty, ktorých cieľom je propagácia Trenčianskych Teplíc v oblasti cestovného ruchu. Predstavenie samotných projektov predstavuje takisto predstavenie predpokladaného financovania, ktoré by z podstatnej časti bolo kryté práve vyššie uvedenými

výdavkami. Táto cesta vytvára priestor na transparentné, cielené a kvalitné použitie prostriedkov rozpočtu mesta Trenčianske Teplice.

Bezpochyby je namieste otázka financovania celého procesu plánovania ako aj spracovania projektov. Tu považujeme za dôležité spomenúť niekoľkoročnú činnosť viac ako desiatky odborníkov z oblasti CR, ktorí už dnes takéto projekty interne v rámci Združenia pre cestovný ruch spracovávajú a to bez nároku na honorár.

Ak predpokladáme, že projekt musí byť vždy schválený mestom, tak je zachovaná úplná kontrola nad čerpaním mestského rozpočtu. Na druhej strane čerpanie rozpočtu získava kvalitnú odbornú, bezplatnú podporu zo strany tých, ktorí nepotrebujú rozpočet mesta, ale znalosť značky „Trenčianske Teplice“ u klientov doma i v zahraničí.

V Trenčianskych Tepliciach 16.12.2008

Predstavenstvo ZCR TT