

Vytvorenie marketingovej stratégie vybraného menej rozvinutého regiónu

doc. PhDr. Radovan Bačík, PhD. MBA.

University of Prešov in Prešov

Department of marketing and international trade

Konštantínová 16, 080 01 Prešov, Slovakia

radovan.bacik@unipo.sk

PhDr. Igor Fedorko, PhD. *

University of Prešov in Prešov

Department of marketing and international trade

Konštantínová 16, 080 01 Prešov, Slovakia

igor.fedorko@unipo.sk

* corresponding author

Abstract: Predložená práca sa zaoberá vytvorením marketingovej stratégie menej rozvinutého regiónu. Hlavným cieľom výskumnej časti je uskutočnenie analýzy, charakterizovanie a posúdenie marketingovej stratégie menej rozvinutého regiónu. Analýza je zameraná na popis územia z vybraných socio - ekonomických aspektov a zameranie na jeho predchádzajúci vývoj, súčasný stav, vybrané prognózy a trendy. Zistenie ako ľudia hodnotia a vnímajú daný región. Úsilím je zhodnotenie smeru akým sa uberá marketingová stratégia daného regiónu. Prvá časť práce tvorí vymedzenie základných teoretických východísk. Druhá časť práce sa zameriava na definovanie marketingovej stratégie, vízie, poslania, cieľov, a SWOT analýzy. Tretia časť práce sa venuje analýze menej rozvinutého košického regiónu, posledná časť pozostáva z návrhov a odporúčaní pre zlepšenie jednotlivých oblastí regiónu.

Keywords: marketingová stratégia, rozvoj regiónov, swot analýza

JEL Classification: C22; C51; Q11; Q13

Acknowledgement: Tento príspevok je jedným z čiastkových výstupov v súčasnosti riešeného vedecko-výskumného grantu VEGA 1/0806/16 „Výskum problematiky spotrebiteľského správania novej generácie zákazníkov s akcentom na identifikáciu preferencií a využiteľnosti mobilných komunikačných platforiem v procese elektronického obchodovania subjektov lokalizovaných dominantne na stredoeurópskom trhu“.

1. TEORETICKÉ VYMEDZENIE ZÁKLADNÝCH POJMOV

Základným atribútom úspechu napredovania nielen v cestovnom ruchu, ale aj v celej spoločnosti je marketingová stratégia. Úlohou je stanoviť opatrenia, pomocou ktorých je možné dosiahnuť vytýčený marketingový cieľ. Poukazuje na súbor konkrétnych nápadov a akcií, ktoré definujú a navádzajú firmy k rozhodovaniu o riadení najefektívnejším spôsobom. Rozhodovanie o marketingovom mixe a o tom, ako si udržať konkurenčnú výhodu. Ide o určenie takého spávania sa, ktorého výsledkom je dosiahnutie optimálneho cieľa. Palatková (2011) definuje destinačný manažment ako „stratégiu a cestu pre silné regióny, ktoré majú odvahu k nahromadeniu síl pre spoločný rozvoj, organizáciu a aktívny predaj kľúčových konkurenčných výhod. Vznikajú destinácie, ktoré ponúkajú klientovi ideálne zorganizovaný reťazec služieb vyhovujúci jeho voľbe, ktorý zahŕňa všetko od informácií a pohodlnej rezervácie, cez bezchybný priebeh pobytu až po návrat domov“. Pojem destinačný manažment môžeme chápať z dvoch hľadísk, a to ako isté procesy alebo ako riadiaca organizácia určitej turistickej oblasti. Destinačný manažment je koordinované riadenie všetkých prvkov, ktoré tvoria cieľ (atrakcie, vybavenie, prístup, marketing a tvorba cien). Využíva strategický prístup k prepojeniu týchto niekedy aj veľmi samostatných subjektov pre lepšiu správu určenia. Pripojenie sa k vedeniu môže pomôcť, aby sa zabránilo duplicité úsilia, pokiaľ ide o podporu, služby pre návštevníkov, vzdelávanie, podpory podnikania a identifikovanie prípadných nedostatočných správ, ktoré nie sú adresované (UNWTO 2007). Zahŕňa koordinované a integrované riadenie destinačného mixu (atrakcie a udalosti, zariadenia, doprava, infraštruktúra a pohostinstvá). Efektívna správa, cieľ si vyžaduje strategický alebo dlhodobý prístup, založený na platforme cieľového riadenia a plánovania cestovného ruchu. Vykonáva sa prostredníctvom špecializovaných organizácií, známych ako organizácia pre riadenie určenia (DMOS). DMOS koordinuje úsilie mnohých zainteresovaných subjektov, aby bolo dosiahnuté miesto určenia vízie a ciele pre turistiku (Morrison 2013). Ako proces, v ktorom cestový ruch, priemysel, vláda a miestny vodcovia plánujú budúcnosť a riadia cieľ. Logickým rozšírením je zvýšenie konkurencieschopnosti prostredníctvom klastrov. Pomáha zvýšiť cestovný ruch a vedie k existencii klastrov prostredníctvom budovania rozsiahlych partnerstiev súkromného a verejného sektora, rozvíjanie marketingových stratégií a vytváranie návštevnosti informačných centier pre prichádzajúcich turistov. Implementácia orgánov pre stratégiu cestovného ruchu, ktorý ponúka apolitickú kontinuitu a integritu k procesu vývoja cieľov a slúži záujmom celého hodnotového reťazca (Stange, Brown 2010). Osvedčený postup destinačného manažmentu je komplexný proces, ktorý zabezpečuje cestovný ruch. Predstavuje pridanú hodnotu pre ekonomiku, sociálnu štruktúru a ekológiu našich komunit. Cestovný ruch môže vytvárať nové pracovné miesta, prispievať životnému štýlu, ktorý prináša výhody našim komunitám a tiež môže pôsobiť ako ekonomický vodič. Ale rovnako ho treba spravovať, aby sa zabezpečilo, že zanecháva pozitívne dedičstvo pre súčasné i budúce generácie (Tourism 2020).

2. METODOLÓGIA A METÓDY VÝSKUMU

Hlavným cieľom praktickej časti predkladanej práce je vypracovanie analýzy. Hlavnou úlohou analýzy, bolo charakterizovať a posúdiť marketingovú stratégiu menej rozvinutého regiónu. V oblastiach cestovného ruchu ako podklad pre strategické marketingové riadenie determinujúcich kvalitu. Analýza sa zameriava na popis územia z vybraných socio - ekonomických aspektov so zameraním na jeho predchádzajúci vývoj, súčasný stav a vybrané prognózy a trendy. Ďalším cieľom bolo zistiť ako ľudia hodnotia a vnímajú košický región.

Naším úsilím bolo zhodnotiť akým smerom sa ubera marketingová stratégia menej rozvinutého košického regiónu. Rozvoj cestovného ruchu v košickom regióne je dlhodobým plánovacím dokumentom pre rozvoj CR. Pomocou najvhodnejšieho rozmiestnenia ekonomických a kultúrnych aktivít a využívania prírodných zdrojov. Zároveň zahŕňa koncepciu rozvoja CR vo verejnom záujme. Je definovaný ako podpora regionálneho rozvoja, ale aj náprava životnej úrovne v meste a na vidieku. Očakávaným dôsledkom je vyššia konkurencia - schopnosť regionálnych výrobných subjektov, vyššia životná úroveň obyvateľstva a skvalitnenie životného prostredia.

Základným nástrojom zberu potrebných údajov bol dotazník. Patrí medzi základnú metódu kvalitatívneho výskumu. Dotazník bol distribuovaný širokej verejnosti osobne aj v elektronickej podobe. Vytvorený pomocou webového portálu Google Docs formuláre. Pozostáva z 20 otázok, ktoré riešia výskumný problém, zaoberajúci sa vplyvom vnímania marketingovej stratégie menšej rozvinutej regiónu. Prvé 4 otázky sú zamerané na demografické a sociálne údaje o respondentoch. Zostávajúcimi otázkami sme overovali vnímanie a návštevnosť košického regiónu v oblasti CR. Spočíva z otvorených a uzatvorených otázok. Uzatvorené otázky sú na základe päť stupňovej škály od 1 do 5, kde respondenti môžu vyjadriť mieru svojho súhlasu / nesúhlasu s danou otázkou. Výskumnú vzorku tvorilo 245 respondentov z toho bolo relevantných 202 odpovedí. Základný súbor kvalitatívneho výskumu pozostával z generácie y. V ktorej sa ľudia narodili od roku 1976 až po rok 2000. Vyznačujú sa vekom od 40 do 16 rokov. Generácia y sa považuje za najlepšie vzdelanú generáciu. Sú na nich kladené vyššie nároky, aby získavali lepšie výsledky. Sú aktívnejší viac sa zaujímajú o dianie okolo seba. Majú úspech v rýchlo sa rozvíjajúcom pracovnom prostredí. V práci predpokladajú spätnú väzbu pri akejkolvek pracovnej úlohe. Majú vysoké platové očakávania. Nemajú problém odísť z jednej pracovnej pozície do druhej, pokiaľ nenájdu im vyhovujúcu prácu. Usilujú sa o rýchlu kariéru do 30 rokov. Ich charakteristikou je vysoká sebaistota a ťažké prijímanie zlyhaní. Sú flexibilní a vyberajú si krátkodobé životné stratégie.

3. SWOT ANALÝZA REGIÓNU KOŠICE

V tejto časti práce sú zhrnuté výsledky analýzy silných a slabých stránok, príležitostí a hrozieb. Na základe informácií z dotazníkového prieskumu je zostavená SWOT analýza, ktorá je aplikovaná v nasledujúcej tabuľke. Body sú priradené na základe dotazníka. Respondenti udávali každej otázke body. Ďalšou metódou, ktorú sme využili, bola metóda komparácie jednotlivých oblastí založená na základe porovnávania jednotlivých črt regiónu. Analýza sa zameriavala na širokú verejnosť v oblasti košického regiónu z ktorej boli vybrané údaje zamerané na generáciu y.

Silné stránky	Body	Slabé stránky	Body
- kultúrne využitie a trávenie voľného času	3	- využívanie prírodných podmienok na výlety (jaskyne, speleológia, paragliding)	1
- využitie eurofondov na rozvoj regiónu	3	- propagáciou cestovného ruchu	2
- rozvoj vidieka	3	- využitie finančných prostriedkov z rozpočtu obcí na rekonštrukciu miestnych komunikácií	2
- rozvoj aktivít pre rekreačné účely (bazény, vlek, rybníky)	4	- čistota životného prostredia	2
Spolu	13		7
Príležitosti		Ohrozenia	
- využitie mládeže a miestnych škôl pri vytváraní projektov na propagáciu a zviditeľnenie regiónu	3	- odchod kvalifikovanej pracovnej sily do zahraničia	5
- možnosť vybudovania wellness zariadení (aquapark s termálnou vodou) a zábavnými zariadeniami	3	- atraktivita regiónu pre investorov	3
- príležitosť vybudovania cyklotrás, turistických chodníkov	4	- finančné prostriedky na obnovu kultúrneho dedičstva	3
- príležitosť využitia grantov a dotácií na rozvoj CR	3	- strata špecifik obcí zanedbaním pozornosti v oblasti tradícií a remesiel	5
Spolu	13		16

Tabuľka 1 SWOT analýza regiónu Košice

Zdroj: vlastné spracovanie

Zo SWOT analýzy vyplýva že, firma sa nachádza v defenzívnej stratégii. Znamená to, že je stratégiou silného regiónu, ktorý sa nachádza v nepriaznivom prostredí. Efektívne na respondentov vplyva rozvoj aktivít pre rekreačné účely. Podstatným problémom je nevyužívanie prírodných podmienok na výlety. Jednou z najdôležitejších príležitostí je vybudovanie cyklotrás turistických chodníkov. Medzi veľké hrozby patrí odchod kvalifikovanej pracovnej sily do zahraničia a to že obce stratia svoje špecifiká zanedbaním pozornosti v oblasti remesiel a tradícií.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - výrazný dopravný a logistický uzol, - existencia priemyselného parku Kechnec, - významný podnik U.S. Steel s.r.o., - vzdelaný a kvalifikovaný ľudský potenciál, - existencia voľných priestorov pre rozvoj podnikateľských aktivít, - hodnotná občianska infraštruktúra. 	<ul style="list-style-type: none"> - antipatia pracovať, (v rámci rómskej skupiny obyvateľov) - slabý rozvoj remeselnej výroby, - nízka mobilita pracovnej sily, - nízka kúpschopnosť obyvateľstva vyplývajúca z nezamestnanosti v regióne, - nedostatočná pripravenosť technickej infraštruktúry pre priemyselné parky, - pretrvávajúce nepriaznivé vplyvy zmien vlastníctva a transformácie hospodárstva s negatívnym dopadom na stratu miestnych pracovných príležitostí.
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> - možnosť diverzifikácie poľnohospodárskych činností, - možnosť využiť existujúce oporné fondy pre podporu malého a stredného podnikania, - využitie kvalifikovanej pracovnej sily, - možnosť nadobudnutia pozície strategického a logistického uzla spolu so službami, - pozitívne sa meniaci daňová a úverová politika, - využitie domácich a zahraničných investorov. 	<ul style="list-style-type: none"> - slabá atraktivita regiónu pre investorov, - riziko odchodu kvalifikovanej pracovnej sily do zahraničia, - riziko odchodu zahraničných investorov, - výskyt silnej konkurencie na trhu, - začiatkové projekty výstavby technickej infraštruktúry (najmä vodovodov a kanalizácií), - nezískanie externých zdrojov pre obce na podporu rozvoja podnikania v obciach.

Tabuľka 2 SWOT analýza hospodárskej oblasti
Zdroj: Bauer, Rudolf. Situačná analýza mesta Košice (2008)

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - priaznivá geografická poloha Košíc v strede Európy, - možnosť návštevnosti botanickej a zoolologickej záhrady, - vhodné priestory pre rozvoj služieb, - región dolného Zemplína vo východnej časti Košického kraja je charakteristické tokajským vínom. Najnavštevovanejšia turistická lokalita je Zemplínska Šírava, - vhodné prírodné podmienky na výlety ako sú jaskyne, speleológia, paragliding, - prírodným skvost Spiša je Národný park Slovenský raj. 	<ul style="list-style-type: none"> - nízky rozvoj aktivít pre rekreačné účely (bazény, vleký, rybníky), - slabá propagácia cestovného ruchu v regióne, - nízka obsadenosť ubytovacích kapacít (okrem víkendov a letnej sezóny), - chýbajúce ubytovacie zariadenia na vyššej úrovni, - nepriaznivý technický stav a nepostačujúca starostlivosť o objekty v pamiatkovej rezervácii, - absencia kvalifikovanej pracovnej sily ako sú sprievodcovia, hotelový a reštauračný personál, ap.
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> - možnosť vybudovať wellness zariadenia (aquapark s termálnou vodou) a zábavných zariadení, - budovanie cyklotrasy, turistických chodníkov, rozvoj vidieckeho CR, - príležitosť využitia grantov a dotácií na rozvoj cestovného ruchu, - rozvoj spolupráce Slovenskej a Maďarskej republiky v CR, - príležitosť využitia geotermálnych vôd pre účely celoročne prevádzkovaného športovo-relaxačného centra, - prosperita kongresovej a biznis turistiky. 	<ul style="list-style-type: none"> - stúpajúca konkurencia CR v susedných regiónoch, - riziko podnikania v službách z titulu zmien legislatívy a nestability podnikateľského prostredia, - nevyužitie svojich predností pre rozvoj v CR, - chátranie kultúrno-historických pamiatok z dôvodu nedostatku finančných prostriedkov na ich rekonštrukciu, negatívny vplyv na rozvoj CR, - odchod kvalifikovaných mladých ľudí za prácou do zahraničia v rámci CR, - neuspokojivá dopravná dostupnosť stredísk a zariadení CR.

Tabuľka 3 SWOT analýza cestovného ruchu

Zdroj: Bauer, Rudolf. Situačná analýza mesta Košice (2008)

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - dodržiavania regionálnych, kultúrnych, folklórnych a spoločenských zvykov a tradícií - existencia národných kultúrnych pamiatok (napr. Dóm svätej Alžbety) - kvalitná odborná zdatnosť študentov, - druhé najvýznamnejšie centrum vysokých škôl s 12 centrami excelentnosti, - silná mimoškolská činnosť v obciach, - vybudovanie multifunkčných ihrísk. 	<ul style="list-style-type: none"> - apatia občanov o obnovenie tradícií v obciach (tkáčstvo, kolárstvo, ochotnícke divadlo, košíkárstvo a pálenie vápna), - absencia kreatívnych kurzov, - neuspokojivá vybavenosť škôl, - nedostatočná materiálna vybavenosť výskumných inštitúcií, - málo požiarnych zbrojníc, - neprimeraný počet škôl najmä gymnázií.
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> - obnovenie prerušenej činnosti ochotníckeho divadla, - podpora kreativity a súťaživosti, - znovuzrodenie ľudových tradícií a remesiel, - rozšírenie ihrísk pre ďalšie druhy športu, - zlepšenie spolupráce medzi výskumnou základňou a súkromným sektorom, - zosúladenie ponuky s dopytom po pracovnej sile. 	<ul style="list-style-type: none"> - kultúra je na poslednom mieste dôsledkom zlej sociálnej situácie rodín, - slabý sponzorovanie športu a kultúry zo strany súkromného sektora, - trávenie voľného času mladými ľuďmi bez určeného cieľa, - obce strácajú svoje špecifickú zanedbaním pozornosti v oblasti tradícií a remesiel, - zhoršujúca sa fyzická zdatnosť detí, vrátane zdravotného stavu - znižujúci sa záujem o SOU (nedostatok kvalifikovanej pracovnej sily, strata tradičných remesiel).

Tabuľka 4 SWOT analýza kultúry, školstva a športu

Zdroj: Bauer, Rudolf. Situačná analýza mesta Košice (2008)

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - obce majú vytvorené projektové dokumentácie pre výstavbu kanalizácie, vodovodu a ČOV, - napojenie na EÚ sieť, - ukončené plynofikácie obcí, spojene s okolím prostredníctvom veľkého počtu spojov SAD a ŽSR, - systém MHD, - dobrá dostupnosť cestnej, železničnej a leteckej dopravy; - dobrá projektová pripravenosť na obnovu cestnej siete	<ul style="list-style-type: none"> - vysoká zaostalosť okresu v oblasti dobudovania základnej ekologickej infraštruktúry (chýbajúce vodovodné prípojky pre malé obce, všeobecne nízke percento kanalizácie), - vážna až havarijná situácia v cestnej infraštruktúre okresu v dôsledku najvyššej zaťaženosti až preťažnosti v Košickom samosprávnom kraji - časť verejných ciest a chodníkov sa nachádza v dezolátnom technickom stave, - nedostatok finančných prostriedkov z rozpočtu obcí na rekonštrukciu miestnych komunikácií, - nedostatočne vybudované parkovacie plochy, - chýbajúce cyklotrasy.
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> - možnosť získania finančných prostriedkov z externých zdrojov na dobudovanie technickej infraštruktúry, - pilotné projekty výstavby technickej infraštruktúry (najmä vodovodov a kanalizácií), - realizácia a rekonštrukcia ciest a chodníkov v obciach, - vybudovanie dodatočných parkovacích plôch v obci, - ekologizácia dopravy, - integrácia dopravy. 	<ul style="list-style-type: none"> - dlhodobý nedostatočný objem finančných zdrojov, - každoročne rastúci počet vozidiel na cestných komunikáciách, - stagnácia vybudovania vodovodu a kanalizácie pre ich finančnú náročnosť, - nezískanie externých zdrojov finančných prostriedkov na dobudovanie technickej infraštruktúry, - veľký počet plánovaných investičných akcií, - dynamika budovania diaľničnej siete a dopravných sietí vrátane rýchlostných komunikácií.

Tabuľka 5 SWOT analýza technickej a dopravnej infraštruktúry
 Zdroj: Bauer, Rudolf. Situačná analýza mesta Košice (2008)

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> - prísne monitorovanie kvality pitnej vody, - realizácia separovaného zberu odpadu, - existencia lesov s kvalitnou podpovrchovou vodou, - pripravenosť na povodne, - centrálny systém odkanalizovania vôd a ČOV, - náprava kvality ovzdušia v obciach vybudovaním plynofikácie, 	<ul style="list-style-type: none"> - nedostatočná konkurencia v odpadovom hospodárstve, - nedostatočná čistota verejných priestranstiev, - nízka zainteresovanosť obyvateľov obcí na zbere separovaného odpadu, - ľahostajnosť časti obyvateľov spolupracovať na zlepšení životného prostredia, - nadmerná hladina dusičnanov v individuálnych zdrojoch pitnej vody, - znečistenie verejnej kanalizácie ropnými látkami – opotrebovanými olejmi.
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> - vybudovanie vodovodu, kanalizácie a ČOV, - možnosť využiť externé zdroje pre tvorbu a údržbu životného prostredia, - zabránenie vzniku čiernych skládok, - využitie rieky Hornád pre podporu ekologickej stability širšieho územia (protipovodňové opatrenia), - potenciál územia pre komplexné dobudovanie cyklociest vrátane zelene s prepojením mesta s okolím, - udržiavanie a zlepšovanie plochy verejnej zelene v obciach. 	<ul style="list-style-type: none"> - nezískanie externých zdrojov pre tvorbu a údržbu životného prostredia, - ohrozenie zdrojov pitnej vody v obci nadmerným používaním umelých hnojív a pesticídov, - prírodné katastrofy (záplavy). - znečistenie ovzdušia prevádzkou U.S.Steel, Košice a ďalšie veľké zdroje znečistenia ovzdušia, - súčasné a budúce dopady zmeny klímy, najmä horúčav, povodní, such a smršťí, - ignorovanie klimatickej zmeny v oblasti starostlivosti o zeleň.

Tabuľka 6 SWOT analýza životného prostredia
 Zdroj: Bauer, Rudolf. Situačná analýza mesta Košice (2008)

4. NÁVRHY A ODPORÚČANIA PRE ZLEPŠENIE JEDNOTLIVÝCH OBLASTÍ KOŠICKÉHO REGIÓNU

Na základe vykonanej SWOT analýzy a metódy komparácie sa budeme zaoberať vhodnými návrhmi a odporúčaniami pre rozvoj Košického regiónu v daných oblastiach.

Návrh na regionálny rozvoj v oblasti hospodárstva

V rámci ekonomiky by sa mali využiť mnohé komparatívne výhody, ktoré mesto Košice majú k dispozícii. Smerovalo by to k významnej zmene štruktúry ekonomiky v prospech služieb, postavenia odvetví najmä automobilového, elektrotechnického, chemického a informačných technológií. Medzi ťažiskové ekonomické odvetvia zaraďujeme priemysel (hutnícky, strojársky, potravinársky, elektrotechnický, ťažobný, stavebných hmôt, palív a energetiky), stavebníctvo a poľnohospodárstvo. Významné je predovšetkým hutníctvo, ktoré tvorí 60% priemyselnej produkcie regiónu a 50% jeho exportu. V tomto odvetví pôsobí aj najväčšia spoločnosť v kraji U.S. Steel Košice. Ďalším pozitívnym príkladom je Kechnecký priemyselný park. Vychádzajúc zo svojej rozvinutej hospodárskej sféry, by sa mal región snažiť:

- využiť oporné fondy pre podporu malého a stredného podnikania,
- zvýšiť kvalifikovanú pracovnú silu zo susedný krajín,
- efektívne využiť vytvorené podmienky pre vstup domácich i zahraničných
- investorov, formou vytvárania priemyselných parkov,
- efektívne využívať poľnohospodársku pôdu,
- zúročiť vysoký potenciál kvalifikovanej pracovnej sily, vzhľadom na prítomnosť
- viacerých VŠ v Košiciach ako aj vedecko – výskumných ústavov a pracovísk.

Návrh na regionálny rozvoj v oblasti cestovného ruchu

Cestovný ruch disponuje na území všetkých okresov priaznivými predpokladmi na rozvoj. S množstvom jaskýň, priepastí a plošín sa vyznačuje Slovenský kras za bezkonkurenčný. Unikátne prírodné krásy sú v Slovenskom raji. Okresy Michalovce, Spišská Nová Ves, Rožňava a Košice majú najlepšie výsledky v rozvoji CR. V týchto regiónoch sú prírodné krásy, bohatstvo kultúrno – historických pamiatok významným motivačným prvkom zvyšovania návštevnosti turistov z domova i zo zahraničia. Košický región je známy tým, že má mnoho prírodných a kultúrnych pamiatok, a preto by mal využiť svoj potenciál pre svoj rozvoj a to:

- zužitkovať vysoký prírodný potenciál najmä okolia mesta Košice, ktorý vytvára predpoklady pre krátke výlety, návštevníkov mesta prichádzajúcich za kultúrou,
- vytvoriť regionálne združenie turizmu a destináčny manažment, ktorí budú tvoriť vzájomnú spoluprácu (napr. pri tvorbe marketingu cestovného ruchu ako aj rôznych produktov) pri rozvoji cestovného ruchu v meste a regióne,
- vypracovať marketingovú stratégiu s využitím grantov a dotácií na rozvoj CR,
- zveľaďovať prezentáciu a propagáciu regiónu a zvýšiť informovanosť turistov,
- návštevníkov a širokej verejnosti,
- zorganizovať kultúrne podujatia, využitím folklórnej tradície na organizáciu
- folklórneho festivalu, ktoré by boli prezentované (napr. bilbordami, letákmi a na sociálnej sieti) širokej verejnosti, pre zviditeľnenie obce,
- budovať turistické chodníky a cyklotrasy,
- rozšíriť využitie geotermálnych vôd, pre vybudovanie wellness zariadení.

Návrh na regionálny rozvoj v oblasti kultúry, školstva a športu

Nadregionálny rozmer s podporou samosprávy, regiónu i štátu nadobúdajú realizované kultúrne podujatia. Cieľom je obohatiť kultúrnu rozmanitosť Európskej únie a rozmanitosť kultúr. Kultúra preniká k divákovi, vyhľadáva ho a pôsobí v interakcii s jeho vkusom. Existuje množstvo kultúrnych pamiatok a kultúrnych inštitúcií, ktoré vytvárajú podmienky pre realizáciu tradičných kultúrnych podujatí a aktivít. Účinné využitie a zveľaďovanie ľudského potenciálu je predpokladom mravného a kultúrneho úspechu. K rozvoju obcí by najmä prispelo:

- obnova kultúrneho dedičstva, ľudových tradícií a remesiel,
- opätovné usporiadanie kultúrnych a športových podujatí, konajúcich sa v priestoroch kultúrnych domov a športových ihrísk,
- opätovné zriadenie činnosti ochotníckeho divadla,

- využitie príležitosti na podporu kreativity a súťaživosti,
- získanie podpory obce k zachovaniu ľudových tradícií a folklórneho súboru, využitie možností na budovanie športových ihrísk na aktívne trávenie voľného času obyvateľov.

Návrh na regionálny rozvoj v oblasti technickej a dopravnej infraštruktúry

Na čistenie odpadových vôd, kanalizácie a zásobovanie pitnou vodou Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka Slovenskej republiky vyhlásilo výzvu na predkladanie žiadostí zIntegrovaného regionálneho operačného programu. Cieľom bolo zvýšenie podielu obyvateľstva so zlepšeným zásobovaním pitnou vodou a odvádzanie a čistenie odpadových vôd verejnou kanalizáciou bez negatívnych dopadov na životné prostredie. Zdrojom financovania je Európsky fond regionálneho rozvoja. Región by mal využiť nízke úrokové miery Európskej investičnej banky apožičať si peniaze na financovanie infraštruktúry so zameraním na opravy ciest a pomocou nich:

- skvalitniť stav obecného majetku a vidieckej infraštruktúry,
- zvýšiť atraktivnosť obcí celého územia regiónu a zachovať miestnu identitu a kultúrnu kontinuitu,
- zrekonštruovať azrealizovať chodníky a cestné komunikácie, ktoré sú v nevyhovujúcom technickom stave,
- vystavať vodovody a kanalizácie v obciach z externých finančných prostriedkov,
- zrekonštruovať železničnú trať, vybudovať parkovacie plochy v obci.

Návrh na regionálny rozvoj v oblasti životného prostredia

Obce a mestá môžu získať eurofondy vďaka operačnému programu Kvalita životného prostredia na podporu odpadového hospodárstva, preventívne protipovodňové opatrenia a znižovanie energetickej náročnosti verejných budov. Údržbu verejných priestranstiev zabezpečuje organizácia Technické služby mesta Košice. Ich úlohou je komplexná starostlivosť o zeleň ako je: kosenie trávnatých plôch, výrub stromov a kríkov, úprava živých plotov a vysádzanie kvetinových záhonov. K zlepšeniu životného prostredia, by mali obce udržiavať a chrániť predovšetkým:

- tvorbou oddychových zón a parkov,
- úpravou a udržiavaním viditeľných plôch a verejných priestranstiev,
- kooperáciou pri riadení prírodných zdrojov a podporovaním využívania energie a zdrojov,
- uzatváraním skládok odpadov a zabránením vzniku čiernych skládok,
- zlepšovaním protipovodňovej prevencie v rámci podpory ekologickej stability,
- podporou aktivít v oblasti separovaného zberu.

5. ZÁVER

Hlavným cieľom predloženej práce bolo teoretické spracovanie a uskutočnenie analýzy, posúdenie a charakterizovanie marketingovej stratégie menej rozvinutého regiónu. Analýza bola zameraná na popis územia z vybraných socio - ekonomických aspektov a zameranie na jeho predchádzajúci vývoj, súčasný stav a vybrané prognózy a trendy. Bola zrealizovaná pomocou anonymného dotazníka, pri ktorom sme zisťovali názory ľudí, ako vnímajú a hodnotia košický región. Dôležitým nástrojom bola SWOT analýza. Prostredníctvom analýzy interného a externého prostredia pomáhala identifikovať silné, slabé stránky a taktiež príležitosti a hrozby. Na základe týchto informácií, ktoré prispeli k tvorbe návrhov a odporúčaní pre regionálny rozvoj, bolo možné spracovať a vybrať tú najvhodnejšiu stratégiu. Adekvátne zvolená stratégia napomáha k uľahčeniu rozhodovacích procesov a zabezpečiť požadovanú pozíciu na trhu. Je nutné sledovať meniace sa podmienky v internom aj externom prostredí, aby pri náhlejšej zmene vedel pružne zareagovať a prispôbiť tak zvolenú stratégiu prípadne zvoliť novú. Na základe výsledkov prieskumu vyplýva, že obce by mali využiť potenciál na svoj rozvoj. Využiť svoje silné stránky a eliminovať hrozby. Stať sa konkurencieschopným. Efektívne využívať reklamu na propagovanie a prilákanie návštevníkov. Kombináciou opatrení vytvárať predpoklady pre rozvoj miest a obcí, podmienky pre pobyt v prírode, regeneráciu síl a zdravý životný štýl. Pre zlepšenie jednotlivých oblastí košického regiónu sme v závere práce na základe výsledkov sformulovali niekoľko návrhov a odporúčaní.

Zoznam bibliografických odkazov

1. MORRISON, M., 2013. Marketing and Managing Tourism Destinations. USA a Canada: Routledge. ISBN: 978-0-415-67249-8.
2. PALATKOVÁ, M., 2007. Místní, národní a mezinárodní marketing destinace. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. ISBN 978-80-890-9085-3.
3. PALATKOVÁ, M., 2011. Marketingový management destinací. Praha: Grada. ISBN 978- 80-247-3749-2.
4. PALATKOVÁ, M., 2011. Mezinárodní cestovní ruch. Praha: Grada. ISBN 978-80-247- 3750-8.
5. Stange J., D. Brown, 2010. Tourism destination management achieving sustainable and competitive results [online]. [cit. 2015-10-18]. Dostupné z: https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/2151/DMOworkbook_130318.pdf
6. Tasr, 2014. EÚ schválila Slovensku mapu štátnej pomoci pre menej rozvinuté regióny [online]. [cit. 2015-11-11]. Dostupné na internete: <http://www.teraz.sk/ekonomika/eu- statna-pomoc-regiony/71380-clanok.html>
7. UNWTO, 2007. A practical guide to tourism destination management [online]. [cit. 2015- 10-15]. Dostupné na internete: http://www.visitkerteminde.dk/sites/default/files/asp/visitkerteminde/KUP/a_practical_guide_to_tourism_destination_management.pdf