



Ústav turizmu, s.r.o., Odborárske nám. 3, Bratislava

Kvalitné služby a informovanosť – dobře rozvíjajúci sa región

štúdia

2011

**TENTO MIKROPROJEKT JE SPOLUFINANCOVANÝ EURÓPSKOU ÚNIOU, Z PROSTRIEDKOV
FONDU MIKROPROJEKTOV SPRAVOVANÉHO TRENČIANSKYM SAMOSPRÁVNÝM KRAJOM**



PROGRAM
CEZHRANIČNEJ
SPOLUPRÁČE
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
ČESKÁ REPUBLIKA



EURÓPSKA ÚNIA
EURÓPSKY FOND
REGIONÁLNEHO ROZVOJA

SPOLOČNE BEZ HRANÍC



TRENČIANSKY
SAMOSPRÁVNÝ
K R A J

MESTO
SENICA



Úvod.....	3
1. Východiská a prístupy hodnotenia kvality	4
1.1 Charakteristika samotného „Senicka“ako mikroregiónu	4
2. Analýza kvality služieb turizmu v Senici a okolí	8
3. Analýza kvality služieb turizmu vo Veľkých Pavloviciach	29

Úvod

Predkladaná miništúdia je súčasťou mikroprojektu Kvalitné služby a informovanosť – dobre rozvíjajúci sa región, spolufinancovaného z EFRD (Európskeho fondu regionálneho rozvoja). Mikroprojekty ako také sú charakteristické malým rozpočtom, čím bol limitovaný aj rozsah, časová kapacita a hĺbka skúmania v rámci tejto štúdie. Na vypracovanú štúdiu bude nadväzovať dve prezentácie – jedna v Senici a druhá vo Veľkých Pavloviciach, na ktorých budú diskutované niektoré konkrétne poznatky, ktoré nie sú uvedené v tejto štúdii – prezentované sú tu zovšeobecnené poznatky týkajúce sa väčšieho počtu zariadení, respektíve spoločné pre viacero zariadení, prevádzkovateľov či obcí.

Konkrétne nedostatky jednotlivých zariadení sme zámerne nezaradili do tohto dokumentu, pretože v rámci projektu bol len veľmi limitovaný priestor neumožňujúci podrobné a dôsledné analyzovanie stavu. Získané postrehy nemajú v plnom rozsahu reprezentatívny charakter. Niektoré nami postrehnuté nedostatky mohli byť dočasné, respektíve výkyvom inak dobrej praxe v niektorom zariadení. V inom zariadení sme možno nemali možnosť zaevidovať podobný alebo iný problém, a preto sme nezaradili do tejto správy informácie o nedostatkoch viažucich sa na konkrétne zariadenia, aby sme ich uvedením v písomnom dokumentu niektorým zariadeniam nepoškodili.

1. Východiská a prístupy hodnotenia kvality

1.1 Charakteristika samotného „Senicka“ ako mikroregiónu

Posudzované územie, ktoré pre účely tohto projektu budeme pracovne nazývať „Senicko“ alebo „Senica a okolie“ je súčasťou Záhorského regiónu CR v súlade s Regionalizáciou turizmu v SR. Tento dokument a jeho hodnotenie vzťahujúce sa na Záhorský región nám poslúži ako širšie východisko pre túto štúdiu.

Záhorský región v strednodobom horizonte sa vyznačuje regionálnym významom a disponuje potenciálom, aby sa perspektívne uplatnil a presadil ako región nadregionálneho významu.

Predmetom tejto štúdie je však len časť regiónu Záhorie, významná časť regiónu z hľadiska turistického potenciálu nie je v predmetnom území tejto štúdie. V súlade s objednávkou predkladaná štúdia sa zameriava na nasledovné lokality:

- mesto Senica
- kúpeľná obec Smrdáky
- Sobotište
- Jablonica
- Hlboké
- Šaštín-Stráže
- Borský Mikuláš
- Cerová
- Podbranč.

Záujmové územie sa vyznačuje nasledovnými predpokladmi:

Druhy turizmu:

Domáci turizmus dominantný – najmä v lete pobyty pri vodných plochách (Kunovská vodná nádrž, Gazárka Šaštín-Stráže)

Príjazdový turizmus najmä z ČR (Rakúsko je zatiaľ len vzdialenou perspektívou), ostatné krajiny v malých počtoch (obchodný turizmus – služobné cesty Senica, kúpeľné pobyty Smrdáky).

Prevládajú krátkodobé pobyty a pasantská návštevnosť

Dlhodobé pobyty len v kúpeľoch Smrdáky

Formy turizmu- hlavné produkty:

- Kúpeľný s liečebnou funkciou
- Letný pobytový pri vode
- Vidiecky turizmus
- Chalupárstvo – rekreačné zázemie Bratislavy s množstvom chat a chalúp
- V menšom rozsahu „obchodný turizmus“ – služobné cesty (najmä Senica) a menšie semináre, workshopy a podnikové akcie
- Cykloturistika (zatiaľ len v menšom rozsahu)
- Poznávanie krajiny a pamiatok, tradícií, gastronómie (perspektíva, tento produkt je však potrebné rozvinúť a uviesť na trh)

Doplnkové produkty:

- Náboženský turizmus – pútnické miesto Šaštín
- Poznávanie kultúrneho dedičstva

Predpokladaný vývoj pozície na trhu a konkurencieschopnosť

Pozícia územia z hľadiska kapacít a výkonov turizmu je v súčasnosti pod úrovňou priemeru Slovenska. Kúpeľné pobyty, rodinné dovolenky pri vode a služobne cesty do Senice tvoria základné okruhy súčasného turizmu v tomto území. Ostatné formy a druhy produktov sú stále viac potenciálnymi možnosťami než významnou realitou.

Okrem toho sa tento priestor využíva najmä ako rekreačné zázemie Bratislavy pre víkendové pobyty vo vlastných objektoch a výlety najmä v letnom období za kúpaním. Taktiež jednodenné výlety na hrady a cykloturistika.

Región má veľmi dobré polohové predpoklady (blízkosť Bratislavy, ČR, Rakúska), aby využil potenciál a v dlhodobom výhľade atrahoval hostí a návštevníkov z väčšej časti Slovenska ako aj zo susediacich zahraničných regiónov.

K tomu je okrem iných predpokladov potrebná aj kooperácia a spájanie sa v rámci širšieho regiónu, než sú lokality zahrnuté do tohto projektu, ideálne Záhorského regiónu. V rámci širšieho územia, regiónu je ponuka výrazne atraktívnejšia a konkurencieschopnejšia z čoho môže ťažiť i nami sledované územie.

Významné lokality:

- Mestského typu: **Senica**
- Miesta s kultúrnymi pamiatkami: **Šaštín – Stráže, Cerová – hrad Koriátka, Branč – hrad, Sobotište, Hlboké** – historicky významné miesto
- Kúpeľné miesta: **liečebné kúpele Smrdáky**
- Rekreačné územie: Malé Karpaty
- Útvary cestovného ruchu: **Šaštín – Gazarka, Kunov**

Prístup k hodnoteniu kvality služieb turizmu v záujmovom území

Kvalita turizmu všeobecne závisí od dvoch základných prvkov:

- Kvality územia ako cieľového miesta turizmu (ako celku)
- Kvality turistického produktu

Kvalitu turistického produktu posudzujeme na základe kvalitatívnej úrovne nasledovných prvkov:

- informačné služby
- doprava, parkovanie, prístupnosť
- čistota a estetika a vzhľad prostredia
- ubytovacie služby
- stravovacie a spoločensko-zábavné služby
- športové a rekreačné služby / voľnočasové aktivity
- kvalita vody na kúpanie
- vzťah ceny a poskytnutej protihodnoty

Hodnotenie územia - destinácie ako celku, čiže nadstavby nad jednotlivými prvkami v predchádzajúcom bode – spôsob fungovania ako celku, komplexnosť pokrytia turistických potrieb, vzájomného zladenia jednotlivých prvkov, atď.

Kvalita z tohto hľadiska je daná skutočnosťami akými sú miestna podpora turizmu, marketing a propagácia, bezpečnosť a pocit istoty u návštevníkov, kvalita životného prostredia (nielen jeho prírodnej zložky, ale aj urbanizovaného prostredia), vzťah miestneho obyvateľstva k turizmu a turistom. Ide o kvalitu lokality ako celku – vzájomný súlad a spoluprácu jednotlivých subjektov, komplexnosť, ale aj ďalšie širšie aspekty – čistota, vzhlad, estetika, urbanizmus, promenádne a parkové priestory, stav kultúrnych pamiatok, atmosféra, spôsob manažmentu destinácie, otváracie hodiny z hľadiska potrieb návštevníkov, priateľskosť mesta voči návštevníkom, ľahkosť orientácie v meste a iné skutočnosti s dopadom na turizmus.

Ak hovoríme o hodnotení, nejde o technické posúdenie z hľadiska noriem, predpisov, vyhlášok a iných stanovených kritérií, ale o posúdenie z pohľadu rozvoja turizmu a jeho potrieb, so zámerom nie poukázať, či vymenovať všetky sa vyskytujúce nedostatky, ale skôr upozorniť na tie z nich, ktoré sa vyskytujú častejšie, sú spoločné pre vymedzené územie, resp. pre väčšinu, či aspoň viaceré zariadenia na tomto území, a preto je potrebné sa nimi zaoberať. Identifikovať treba aj nevyužitú možnosti a chýbajúce služby (samozrejme pri rešpektovaní dostatočného dopytu, ktorý je podmienkou aj dôvodom existencie všetkých komerčných služieb). Trochu iná situácia je samozrejme pri neplatených službách zabezpečovaných verejným sektorom, ale aj tie sa odvíjajú od potrieb turizmu ako celku – čiže ako ekonomickej aktivity.

Spôsob hodnotenia služieb a prvkov sa vykonal relatívne jednoduchými postupmi:

- návšteva vybraných služieb – ich reprezentantov
- porovnanie s úrovňou služieb v iných lokalitách
- porovnanie s úrovňou služieb vo vzťahu k existujúcej štruktúre dopytu
- preštudovanie dostupných rozvojových a propagačných materiálov
- rozhovory s niektorými poskytovateľmi služieb – manažérmi vybraných zariadení.

Kvalita služieb a zariadení nie je súčasťou len zariadení vyšších kategórií a tried, nie je teda spojená len s prvotriednymi a luxusnými zariadeniami a službami, ale kvalitná musí byť každá služba v súlade s jej deklarovanou úrovňou.

Ak hovoríme o potrebe zvyšovania kvality, neznamená to automaticky len náročnejšie a drahšie služby, ale kvalitnejšie služby v rámci existujúcej úrovne – triedy a kategórie služieb. Čiže nie zvyšovať triedy a kategórie ale kvalitu samú osebe v rámci nich. Kvalita nesúvisí s luxusom, každá služba a jej úroveň musia mať zodpovedajúcu kvalitu. Aj jednoduché a nie náročné služby musia byť kvalitné (splňať formálne požiadavky, čistotu, estetiku, ústretovosť k zákazníkovi, poskytovať to čo majú poskytovať, ochotný personál, ...).

Kvalita musí byť vlastná všetkým úrovňam služieb, súčasne však treba kvalitu posudzovať aj vo vzťahu k cene konkrétnej služby.

Zámerné sa vyhýbame konkrétne hodnotiť nedostatky jednotlivých zariadení, skôr ich zovšeobecňujeme, aby sme nevyvolali negatívnu reakciu a nedotkli sa jednotlivých zariadení, resp. prevádzkovateľov a majiteľov niektorých zariadení, čo v žiadnom prípade nie je účelom. Možno o týchto konkrétnych problémoch hovoriť v rámci prezentácie výsledkov tejto miništúdie a následnej diskusie s jej účastníkmi, či už vo všeobecnej diskusii alebo v dvojstrannej debata.

Širšie súvislosti kvality turizmu v Senici a okolí

V súčasnosti kvalitatívna úroveň služieb je pomerne nízka. Nízkym je však aj dopyt po turistických pobytoch v tomto priestore a existujúci dopyt tvoria menej nároční turisti. Tieto dva vzájomne súvisiace javy vytvárajú akoby začarovaný kruh. Zvyšovanie kvality je problematické, pretože tu nie je klientela – dopyt po kvalitnejších službách, ktorá by takéto služby vedela „zaplatiť“. A pokiaľ nie je dobrá ponuka služieb nemožno získať na trhu dostatočne veľký dopyt ani náročnejšiu a solventnejšiu klientelu. Otázka je ako sa dostať z tejto situácie.

Pre odpoveď na túto otázku sa nemôžeme obmedziť len na „technické“ hodnotenie kvality vybraných služieb, ale zaoberať sa treba širšími súvislosťami – celou šírkou problematiky turizmu a služieb voľného času.

Úspešný rozvoj a rast kvality je výsostne rozvojovou záležitosťou, nie je vecou náhody a živelného vývoja, aspoň nie v tejto fáze rozvoja turizmu, charakterizovaného veľmi silnou a stále rastúcou konkurenciou. Zabezpečenie rozvoja turizmu v určitej destinácii (či miestneho alebo regionálneho rozmeru) predpokladá, resp. nie je reálne bez tak základných a životne dôležitých predpokladov, ktoré v tomto území nie sú naplnené:

- v meste chýba koncepčné miesto, centrum, ktoré by iniciovalo, koordinovalo, následne vyhodnocovalo a aktualizovalo základný rozvojový dokument dávajúci odpoveď na zásadné otázky – čo chceme v turizme dosiahnuť o 5 – 10 rokov, aký turizmus chceme rozvíjať, čo bude jeho základom, kto budú naši hostia, aké sú ich očakávania, atď. V meste nie je takéto koncepčné centrum a nie je vypracovaný ani relevantný program rozvoja turizmu, ktorý by poskytoval základnú orientáciu akým smerom rozvíjať turizmus, ale aj predstavoval určitú mieru pravdepodobnosti dosiahnutia cieľových zámerov. Pre podnikateľov vedomosť, cieľavedomého a podporovaného rozvoja turizmu smerujúceho k reálnym cieľom, predstavuje potrebnú základňu na ktorej rozvíjajú svoje aktivity, resp. investujú finančné zdroje a preto očakávajú určitú mieru pravdepodobnosti úspechu (dokument „Dolné Záhorie - stratégia rozvoja CR“ nie je dobrým príkladom, ako by takýto programový materiál mal vyzerať).
- Rozvojová stratégia musí byť podporovaná i realizáciou marketingovej stratégie, bez nej sa úspech na konkurenčnom trhu nedá dosiahnuť. K tomu je potrebný pravidelný/trvalý a profesionálny marketing a jeho nositeľ.
- Spolupráca a komunikácia potenciálnych partnerov, jednotlivých poskytovateľov služieb pre turistov a návštevníkov, samosprávy, neziskových organizácií, jednoducho všetkých zúčastnených, zainteresovaných na turizme.
- Práca s ľuďmi, zvyšovanie ich znalostí, vedomostí, zručností, motivácie, atď. Ľudské zdroje ako rozhodujúci faktor úspechu nemôžu byť nerozvíjané.

Ako dôsledok absencie uvedených podmienok sa turizmus v Senicku rozvíja iba minimálne – ťahaný služobnými cestami obchodných cestujúcich do existujúcich firiem v meste. K tomu školské pobyty na Kunovskej priehrade a lacná dovolenka rodičov s deťmi v lete pri vode. Okrem toho pozitívna skutočnosť kúpele Smrdáky ako osobitný segment – kúpeľný turizmus, ktorí sem prináša hostí na dlhodobé pobyty. Prítomnosť týchto hostí treba využiť na rozvoj služieb a zvýšenie tržieb z turizmu. Súčasne tým aj propagovať miniregión a pestovať si image (návštevnosť nie je zanedbateľná a v podstate celoročná).

2. Analýza kvality služieb turizmu v Senici a okolí

1. Informovanosť

Predpríjazdová komunikácia

Ide o informácie, ktoré sú poskytované návštevníkom/turistom pred ich príchodom (i pred ich rozhodnutím o výbere destinácie) v mieste ich bydliska, prípadne pracoviska. Túto časť informovanosti tvorí v prípade Senice:

- web stránka mesta (resp. obcí zaradených do projektu)
- propagačné materiály distribuované mimo destináciu
- prezentácia na výstavách a veľtrhoch
- články a iné informácie dostupné potenciálnym návštevníkom v mieste ich bydliska
- a iné marketingové nástroje pokiaľ sú využívané (priamy marketing, billboardy, atď.)

Web stránka a iné informácie na webe

- www stránky mesta Senice:

Infosen nemá vlastnú stránku ale je dostupný len cez stránku mesta, v rámci ktorej je „skryté“ pod RSMS. Skratka RSMS turistom nič nehovorí – turisti sú zvyknutí na skratku TIC alebo TIK, písmeno T je dôležité, lebo znamená turizmus, turistický, a to aj v cudzích jazykoch.

Samostatná web stránka Infosen-u by bola najvhodnejšia, druhé najlepšie riešenie je v rámci web mesta priamo ako záložka TIC – INFOSEN.

Súčasná stránka pôsobí trochu stroho, čo nie je vhodné pre turizmus. Nevyvoláva žiadne príjemné očakávania, nie sú tam príťažlivé fotografie. Turizmus z pohľadu turistov je o zážitkoch, pocitoch, dojmach. Tento aspekt sa nesmie podceňovať. Strohosť a „malá príťažlivosť“ stránky vynikne pri jej porovnaní so stránkami iných miest, obcí a stredísk turizmu. Je to daň za skutočnosť, že Infosen je súčasťou web stránky mesta a má tak jednotný dizajn s ostatnými súčasťami tejto stránky.

Možno zvážiť, vytvorenie samostatnej stránky TIC – Infosen-u, na ktorú by bol link na stránke mesta a naopak. Pre turistov a návštevníkov stránky nie je dôležitý ani fakt, že INFOSEN je súčasťou, organizačnou zložkou RSMS, navyše Infosen je touto nie každému zrozumiteľnou skratkou schovaný a ťažšie prístupný.

Okrem toho by stránka mohla byť inak členená, aby informácie viažuce sa k jednému zariadeniu boli koncentrované na jednom mieste. Napríklad informácie o plavárni sú na troch rôznych podzáložkách:

- na prvej je popis, charakteristika zariadenia
- na druhej otváracie hodiny pre verejnosť
- na tretej sa dajú zistiť ceny
- a ešte stále nevieme kde sa plaváreň nachádza. Jej adresu, umiestnenie v rámci mesta ešte treba vyhľadať.

Stránku by informačne oživila informačno-propagačná charakteristika mesta Senica a jej okolia ako turistického cieľa. Turizmus musí byť inak prezentovaný ako ostatné hospodárske odvetvia alebo oblasti života mesta.

K web stránke z pohľadu turizmu – záložka cestovný ruch, možno dať na zváženie niekoľko návrhov:

- pre lepšiu orientáciu turistov uviesť buď GPS súradnice alebo mapku s popisom ako sa dostať z diaľnice najjednoduchšou cestou - napr. google mapu
- doplniť mapku mesta s popisom ulíc, minimálne centra
- obidve záložky „Tipy na výlet“ a „Turistické trasy“ obsahuje identický text, možné ich spojiť a oživiť fotografiami
- v záložke Cestovný ruch možno odporúčať napr. banner s pripravovanými aktivitami v cestovnom ruchu, prípadne kalendárom (štvrtročným) akcií a podujatí
- doplniť informáciu o verejnom wifí pripojení, ak existuje
- podzáložka: Staň sa fanúšikom "F" rozšíriť o Diskusné fórum, keďže nie každý je fanúšikom Facebook-u
- záložka cestovný ruch by mohla mať aj anglickú verziu
- záložku obohatiť hypertextovými prepojeniami na ďalšie linky, odkazy (napr. Kúpele Smrdáky, Sobotište, Podbranc, ...).

Účasť na veľtrhoch je sporadická, pretože ide o finančne nákladnú záležitosť. Dôsledne treba zvažovať výber miesta a účasť (ak má byť účelná a efektívna) si vyžaduje dôslednú prípravu na akciu – koho chceme osloviť a čím, vhodné materiály,....

Tlačené propagačné materiály (tieto materiály sa využívajú tak na predpríjazdovú ako aj na komunikáciu s návštevníkmi počas ich pobytu v Senici):

- turistický sprievodca má veľmi strohý obal – titulný list. Turistické propagačné materiály mesta Senica môžu rešpektovať prvky jednotného grafického vizuálu mesta, ale súčasne by na prvý pohľad mali avizovať, že ide o turistického sprievodcu. Titulná stránka na obálke je nevyužitý priestor a príležitosť, pričom význam tohto priestoru je kľúčový. Materiály boli spracované firmou bez skúsenosti s propagáciou turizmu. V prospekte je veľa hluchého, nevyužitého priestoru, text na úvodných stranách je viac vlastivedný, prospekt obsahuje informácie ale nie je prítiažlivý, nezaujme a nevyvolá záujem, čo je jedným z dvoch hlavných účelov takéhoto materiálu
- kalendár podujatí svojim obsahom aj formou je prednostne určený miestnym obyvateľom, menej vhodný pre návštevníkov. Pokiaľ sa v meste a okolí organizuje dostatok podujatí zaujímavých pre návštevníkov, takýto prospekt alebo podzáložka na www stránke by boli užitočné,
- prospekt RSMS na titulnej stránke podáva informácie, ktoré nie sú pre návštevníka zaujímavé. Pre neho je dôležitá turistická ponuka, nie organizácia, ktorá to zabezpečuje. Viacerým fotografiám chýba život a atmosféra,
- pretože Senica nemá mnoho kultúrno-historických pamiatok, príprava prospektu, ktorý by popri atraktivitách a zariadeniach Senice prezentoval aj hrad Branč, kúrie či kaštieľ v Sobotišti, hrad Korlátka a pod. by mohla byť zaujímavá,
- ďalšie informačné materiály pre cykloturistov by boli veľmi užitočné a určite vyhľadávané, okrem distribuovanej Mapy Česko - slovenského pohraničia, 4 cykloregio. Jednak nie celé územie je pokryté uvedenou mapou, okrem toho jednotlivé cyklotrasy by mali byť aj podrobnejšie charakterizované z hľadiska potrieb cykloturistov,
- profesionálne materiály majú kúpele Smrdáky, zložka pripravená DHG, ktorá plní propagačnú aj informačnú funkciu a používa primerané výrazové prostriedky.

Komunikácia s návštevníkmi/turistami v mieste pobytu – v Senici

Turistické informačné centrum

Infosen - patria pod RSMS (<http://www.rsms.sk/infosen.php>)

- Poskytuje nesporne zaujímavé a potrebné informácie pre turistov, predaj turistickej literatúry a suvenírov, sprievodcovské služby, atď., napriek tomu je však v porovnaní s inými TIC pomerne výrazne orientovaná na služby pre miestnych obyvateľov.
- Orientácia na návštevníkov mesta a turistov nie je tak dominantná ako býva zvykom v iných TIC.
- Poskytujú informačné služby všetkého druhu, nielen turistické informácie, z platených služieb kopírovanie, predpredaj vstupeniek, sprievodcovské služby, úschovu batožín, predaj turistickej literatúry a suvenírov.
- Nerealizujú si prieskum návštevnosti, ani si nezaznamenávajú požiadavky a sťažnosti návštevníkov, nezisťujú motivácie príjazdov, spokojnosť s pobytom, potreby ďalšieho zlepšenia, atď.
- Nevypracovávajú analytické správy za príslušnú sezónu, či kalendárny rok. Nevedú evidenciu sťažností a požiadaviek, takže poznatky, ktoré majú od návštevníkov ich centra síce samy využívajú vo svojej práci, ale nie sú zachytené a ďalej využívané aj inými aktérmi v meste pre zlepšenie služieb a zvýšenie spokojnosti návštevníkov Senice.
- Nemajú spoluprácu s ubytovacími zariadeniami, nesprostredkovávajú ubytovanie. Poskytujú iba základné a kontaktné informácie o možnostiach ubytovania. Možnosť uľahčiť niektorým turistom rezerváciu ubytovania a súčasne zvýšiť svoje príjmy (na čiastočné pokrytie nákladov) tak zostáva nevyužitá.
- Zatiaľ nie je vytvorená trvalá, respektíve pravidelná a formalizovaná spolupráca s inými obcami (napríklad Smrdáky, Podbranč, Hlboké,...), ak niekto prinesie propagačné materiály, tak ich vystavia a prístupnia návštevníkom centra.
- Zostavujú obsah kalendára podujatí, ktorého realizáciu ďalej zabezpečuje mesto – grafika, tlač,... Kalendár obsahuje väčšinu akcií zaujímavých len pre miestnych obyvateľov a pre turistov je menej vhodný.
- Otvárací čas – prevádzková doba viac zohľadňuje potreby miestnych obyvateľov ako návštevníkov mesta – v pracovný deň majú otvorené každý deň do 16.00, v lete do 17.00 hodiny, tento rok už v sobotu a v nedeľu nebudú mať otvorené vôbec (z dôvodu nízkej návštevnosti).
- V súčasnosti v Infosen-e nie je možnosť prístupu na internet pre návštevníkov. Plánujú takúto službu zaviesť, ale zatiaľ nemajú počítač.
- Podľa odhadu Infosen-u asi 80% ich návštevníkov sú Slováci (nie je špecifikovaný podiel miestnych), 20% sú zahraniční návštevníci, v tom 15% z ČR.

Nedostatky a príležitosti/možnosti zlepšenia:

- Kapacity pracovníkov a kontakty s návštevníkmi sa zatiaľ nevyužívajú k tomu, aby sa zisťovali dôležité informácie o tom, kto sú naši zákazníci a aké sú ich charakteristiky, prečo

k nám cestujú, s čím sú spokojní, čo im chýba, s čím sú nespokojní, ako ich možno získať pre opakovanú návštevu.

- Názov INFOSEN návštevníkovi hneď nenaznačuje, že ide o turistickú informačnú kanceláriu, zaužívaný názov TIK alebo TIC by bol z tohto pohľadu vhodnejší. Názov „Informačná kancelária mesta Senica“ možno znamená, že nejde o turistickú informačnú kanceláriu, na druhej strane členstvo v AICES ako aj informácie poskytované INFOSENom svedčia o opaku. Ak teda je turistickou informačnou kanceláriou potom je vhodné to aj priamo deklarovať aj názvom samotným.
- Zatiaľ nevypracúva správy – jednoduché a prehľadné analýzy, ktoré by poskytovali užitočné informácie pre ďalší rozvoj a skvalitnenie turizmu v meste a jeho okolí.
- Tlačené materiály – prospekty pripravuje MÚ, užšia komunikácia s Infosen-om vzhľadom na jeho poznatky a priamy kontakt z návštevníkmi by bola užitočná (viď Kalendár podujatí).
- Nekomunikuje pravidelne s okolitými obcami, pretože nie je vytvorený systém trvalej spolupráce.
- Neorganizuje výlety do okolia pre návštevníkov mesta, iba poskytuje o možnostiach všeobecné informácie, nie v podobe itineráru, časového programu so všetkými podrobnosťami (ako sa tam dostať, koľko trvá cesta, ako naspäť, čo sa dá vidieť, kde sa dá najesť, občerstviť, kde parkovať ak autom, ako ďaleko je to peši zo stanice ak autobusom, ako bicyklom,....).
- Nie príliš systémovo, skôr náhodne sa distribujú propagačné materiály (Veľký Krtíš, Šumiac, Krkonoše, ...) či už verejného sektoru alebo súkromných zariadení.
- Zatvorenie Infosen počas víkendov v letnej sezóne je nešťastné rozhodnutie.
- Málo informácií o atraktivitách v okolí (Iln Smrdáky, Hrad Podbranč, Skalica), na druhej strane propagačné materiály z Nízkyh Tatier, Trutnova...
- Predaj suvenírov – bolo by vhodné vypísať súťaž na typický, tradičný suvenír Senicka. Obdobne Smrdáky – nie iba kúpeľné obličky, tričko, šálka alebo šľapky s logom Smrdák, aké sa predávajú všade, jediným rozdielom je logo.

Pokiaľ nie je vytvorená iná miestna alebo regionálna štruktúra INFOSEN by sa mal stať miestom, v ktorého náplni sú:

- programové budovanie image (musí byť k tomu vypracovaný a schválený koncept)
- zisťovanie a analyzovanie údajov o návštevnomi mesta a charakteristiky jeho návštevníkov (vrátane motivácií, potrieb, požiadaviek, spokojnosti či nespokojnosti, atď.)
- postupná profilácie mesta (a jeho okolia) ako turistickej destinácie
- pestovanie si najdôležitejších trhov, aspoň v minimálnom rozsahu (časť SR, ČR – najmä blízka časť Moravy).

Priestorové značenie – orientačné značky v rámci mesta

Mesto nie je „vyznačené“ orientačnými, smerovými tabuľami, ktoré by uľahčovali orientáciu návštevníkov – smerovky k hotelom, reštauráciám, galérii, Infosen-u, športovým zariadeniam.

Orientačné tabule s mapou mesta (s vyznačením turisticky zaujímavých miest a zariadení) aká je vo výklade Infosenu by boli vhodné na parkovisku v centre, pri železničnej aj autobusovej stanici, na prístupoch do mesta a frekventovaných priestoroch s pohybom návštevníkov.

Obdobne v Cerovej od hlavnej cesty nie sú dostatočne vyznačené prístupy k hradu, kde parkovať, nejaká mapa miestnej situácie (test - pomalý prechod autom po hlavnej ceste cez obec – žiadna tabuľa, žiadna smerovka, žiadna informácia).

V Šaštíne-Strážoch nie je vyznačená cesta na Gazárku, návštevník sa musí na cestu pýtať okoloidúcich.

➤ **Doprava**

Väčšina návštevníkov prichádza do Senice (aj ďalších obcí zaradených do projektu) autom, menej často autobusom, relatívne málo vlakom. To znamená, že z hľadiska dopravy treba najviac pozornosti venovať cestnej doprave, osobitne individuálnym motoristom. Platí to o značení dopravnom, ale najmä informačných značeniach, ktoré by mali pokrývať všetky potreby mototuristov:

- parkoviská
- čerpace stanice
- servisné služby
- ubytovacie zariadenia
- turistické atrakcie a miesta navštevované turistami a návštevníkmi.

Parkoviská – smerovky k nim, ich umiestnenie blízko centra a navštevovaných atrakcií a zariadení (Infosen, galéria, hotely, futbalový štadión, športová hala, dostihová dráha, ...). Na parkoviskách orientačná mapa mesta s vyznačením miest dôležitých pre turistov, z parkoviska orientačné značky vedúce k jednotlivým atrakciám, zariadeniam a pod.

Osobitné značenie pre cykloturistov aj v rámci mesta, Morava môže slúžiť v tomto smere ako dobrý príklad.

➤ **Čistota a hygiena verejných priestorov a estetika prostredia**

Problémom viac estetika ako čistota prostredia v meste Senica. Je to dané predovšetkým panelovou výstavbou v minulosti a nie príliš zvládnutým urbanizmom aj v centrálnej časti mesta. Mesto nemá historické jadro, ktoré býva najatraktívnejším priestorom pre jeho návštevníkov a turistov. Chýbajú promenádne miesta, sedenia vonku na terasách, ktoré vytvárajú atmosféru. Zmes rôznorodých architektonických štýlov a rôzna kvalita architektúry v tesnom susedstve.

Toto sú dané rámce na dlhé desaťročia, tento vplyv je možné však čiastočne zmiernovať. Ale nie zásadne zmeniť. Treba teda hľadať riešenia v rámci existujúcej urbanistickej a architektonickej štruktúry. O drobné doplnkové zmeny je však nutné sa snažiť – formou úpravy fasád, inštalovaním stálej a mobilnej zelene, drobnou architektúrou. Takéto úpravy by sa mohli realizovať na základe architektonickej súťaže na humanizáciu a estetizáciu prostredia vo vybraných častiach mesta.

➤ Ubytovacie služby

Ubytovacie zariadenia v tomto území môžeme rozdeliť s určitou približnosťou a zjednodušením skutočnosti na tieto štyri skupiny:

1. štandardné hotely v Senici (tri hotely triedy *** a hotel Karpaty**** v blízkom Častkove)
2. nenáročné ubytovacie zariadenia v Senici
3. ubytovacie zariadenia pri vodných plochách v Kunove a Šaštín-Strážoch/Gazárka
4. kúpeľné hotely v Smrdákoch

Situácia v ubytovacích zariadeniach najlepšie vyjadruje aký je stav turizmu v meste Senica. V troch štandardných hoteloch v meste (Polex***, Arli*** a Senica***):

- sú ubytovaní v prevažnej miere obchodní cestujúci,
- v dôsledku toho sú kapacity využívané najmä od pondelka do štvrtka, menej počas víkendov,
- nedostatok turistov motivovaných poznávaním, zábavou, športom, oddychovými aktivitami ilustrujú aj veľké víkendové zľavy až 50 % v hoteloch Arli*** a Senica***, napriek tomu počas víkendu ubytovanie využívajú najmä svadobní hostia, účastníci osláv
- nižšia miera obsadenosti počas dovolenkových mesiacov.

V Senici sú len tri hotely dobrej úrovne, ich celková kapacita dosahuje 52 izieb, čo je vlastne kapacita jedného hotela strednej veľkosti (v našich podmienkach). Ak by to bol v skutočnosti jeden hotel, mal by aj širšiu ponuku doplnkových služieb. Existujúce malé hotely si to však nemôžu dovoliť, lebo by sa im náklady na investíciu a prevádzku do týchto služieb nevrátili v dôsledku nízkej lôžkovej kapacity a teda malého počtu potenciálnych klientov.

Hotely s malou kapacitou nerobia nejaký náročnejší marketing, jednak lebo je pre tak malé zariadenia drahý a jednak preto, že ich malú kapacitu naplnia hostia, ktorí do Senice ísť musia spravidla z obchodných dôvodov. Marketing a turistická ponuka na základe rozvojového dokumentu by však mohla pritiahnúť do Senice aj hostí, ktorí inak samy neprídu – bez organizovania zaujímavých akcií a podujatí.

Niektoré z hotelov si uvedomujú obmedzenia malej kapacity a uvažujú s rozšírením.

Hotel Arli***

Malý hotel – 22 izieb, relatívne obmedzený rozsah služieb, v cene ubytovania štandardne nie sú raňajky – čo je neobvyklé. Poskytovanie raňajok, respektíve reštaurácia s prevádzkou v obvyklom čase raňajok je požiadavkou Vyhlášky MH SR č. 277/2008. V Arli sa reštaurácia otvára o 9.00 hod., vedľa však zabezpečiť poskytnutie raňajok.

Hotel využíva predovšetkým zahraničnú klientelu, firemnú, ale aj jednotlivci, cez víkendy majú hostí ak sú v meste svadby, akcie. Vyťaženosť ubytovacej kapacity cca 50 % v celoročnom priemere.

Reštaurácia s talianskou kuchyňou obohacuje ponuku gastronomických služieb v meste.

Internetová stránka - podáva pomerne strohé informácie o hoteli a jeho službách. Niektoré výrazy sú preexponované, napríklad „najnovších svetových trendov“, „nadštandardne zariadené“ a môžu znižovať dôveryhodnosť informácií.

Web stránka ponúka tri cudzojazyčné mutácie – anglickú, nemeckú a taliansku, ktoré však nie sú funkčné.

Hotel ponúka príjemné prostredie, veľmi dobrá vybavenosť izieb, vkusne zariadenie, pripojenie na WIFI.

Hotelu chýbajú konferenčné priestory a salóny, ktoré by umožňovali konanie akcií zaujímavých pre hotel aj mesto.

Hotel Senica***

Kapacita 19 izieb, komfortne zariadených (aj keď interiér sa nie každému musí zdať vkusný) a funkčných, pripojenie na WIFI, dobré parkovanie.

K dispozícii aj 2 salóniky využiteľné aj ako konferenčné priestory pre 20 a 50 osôb.

Internetová stránka podáva základné informácie o hoteli a jeho službách: vybavenosť hotela, ubytovanie, ponúkané služby, informácie o reštaurácii, ale bez jedálneho lístka a cien jedál, lokalizácia hotela aj s mapkami, možnosť online rezervácie s výberom izby, dve cudzojazyčné mutácie stránky (anglická a francúzska).

Niektoré texty sa opakujú. Aj v tomto prípade sú niektoré výrazy nadsadené „krásny hotel“, „uspokojí očakávania najnáročnejších klientov“, „široká ponuka belgických pív“ - 3. Superlatívy na skúsených „cestovateľov“ pôsobia menej dôveryhodne.

Výber fotografií mohol byť lepší - fotka z kúpeľne s čistiacim prostriedkom ako hlavným predmetom, fotografia prázdnej reštaurácie, bez atmosféry.

Hotel Poles***

Hotel s 11 izbami, orientovaný na obchodnú klientelu. Príjemné prostredie, zariadené komfortne a s dobrým vkusom, pôsobí čisto - dobre prevádzkovaný a udržiavaný. Primerané relax centrum a moderná reštaurácia. Dobré parkovanie, bezplatné pripojenie na WIFI, hotel zaradený v zmysle kategorizácie.

Dobrá internetová stránka so všetkými potrebnými informáciami: vybavenosť hotela, ubytovanie a iné služby, informácie o reštaurácii, jedálny lístok na stránke aj s cenami, podrobný cenník všetkých ponúkaných služieb, lokalizácia hotela aj s mapkou, možnosť online rezervácie. Stránka je aj v anglickej verzii, jazyk sa dá ešte zlepšiť.

Salóniky ani podobné priestory nie sú k dispozícii.

Poles je najdrahším hotelom v meste, z viacerých hľadísk aj najlepším a cena je trhom akceptovaná.

Hotel KARPATY** Častkov**

11 izieb, dobrá vybavenosť hotela, výhodou možnosti exteriéru - dvor hotela. Príjemné, kludné a čisté prostredie. Konferenčné priestory (nie kongresové), wellness, krytá tenisová hala s 2 dvorcami a reštaurácia snažiaca sa o gurmánsku kuchyňu.

Konferenčný priestor umožňuje aj školenia a firemné akcie, spojené so športovým programom pre menšie skupiny do cca 15 osôb. Hotel využívajú aj firmy zo vzdialenejšieho okolia, čo potvrdzuje, že za dobrou ponukou dopyt príde.

Malá kapacita je limitujúcim faktorom obchodných aktivít hotela.

Rovnako ako aj iné hotely, nie sú zapojení do žiadnej trvalejšej spolupráce na území mesta a jeho okolia. Spolupracujú s hotelom Patriot v Skalici, ide o spoluprácu zariadení podobnej úrovne.

Snažia sa prezentovať ako „osobný“ hotel. Pružní v organizovaní ochutnávky jedál a vín, živej muziky a pod.

Predaj balíčkov služieb sa im osvedčil. Poskytujú cateringové služby v okolí.

Internetová stránka je informačne veľmi bohatá, s online rezervovaním, aj v anglickom a nemeckom jazyku. Jej prehľadnosť by sa dala zvýšiť.

Uvedené hotely:

- Poskytujú za svoje ceny primerané služby.
- Nikto z nich nie je členom ZHR SR, ktorý sa snaží o rast kvality a profesionality svojich členov .
- Využívajú iba veľmi jednoduché marketingové nástroje. Sofistikovanejší marketing nevyužívajú z viacerých príčin:
 - + Hotely sú príliš malé a nákladný marketing si nemôžu dovoliť
 - + Malú kapacitu sú schopní obsadiť aj tak, pretože v Senici je neveliká konkurencia
 - + Obchodní cestujúci prichádzajú do Senice za povinnosťami, ich príchod nie je ovplyvnený turistickou ponukou ani marketingovými aktivitami
 - + Hotelom chýba reálny rozvojový program turizmu v meste a marketingová podpora na úrovni mesta, regiónu.
- Systematicky nesledujú a neanalyzujú svoju klientelu, jej charakteristiky a vývoj. Využívajú vlastné skúsenosti (neformalizované a osobitne nespracované) a intuíciu.
- Nie sú spokojné s pripravenosťou absolventov škôl na vykonávanie svojej profesie. Nových pracovníkov po nástupe musia „doškoľovať“.
- Užšia spolupráca hotelov s odbornými školami, najmä čo sa týka praxe, by mohla byť obojstranne užitočná. Zlepšila by prípravu študentov a hotelom by umožnila vytypovať si počas praxe budúcich pracovníkov.

Hotely nie sú potrebné len pre samotný rozvoj turizmu ale sú nevyhnutnou podmienkou (súčasťou mestskej vybavenosti – „infraštruktúry“) pre rozvoj mesta, obchodné, podnikateľské, kultúrne, spoločenské aktivity. Dotvárajú aj profil mesta a prispievajú k jeho všeobecnej atraktivnosti.

Senica by potrebovala väčší hotel (strednej veľkosti, triedy *** alebo ****), ktorý by mal aj priestory na konferencie a spoločenské akcie a mohol by organizovať podujatia, ktoré sa v súčasnosti v Senici konať nemôžu. Mohol by to byť impulz pre rozvoj turizmu. Do mesta by prišiel aj silnejší hráč, ktorý by pre svoje podnikanie potreboval, aby fungovali aj ďalšie služby.

Samozrejme existencia takéhoto hotela je podnikateľským rozhodnutím, ktoré musí byť podporené fungujúcim prostredím, mať vysokú pravdepodobnosť dostatočného dopytu aj v dôsledku fungovania iných služieb, propagácie a marketingu turizmu na úrovni mesta a regiónu. Musel by vidieť, že je dlhodobý cieľ a záujem rozvíjať turizmus v meste a je podporovaný strategickým prístupom a potrebnými aktivitami samosprávy.

Lacné ubytovanie v Senici

Do tejto skupiny sa zaraďujú ubytovne, ubytovanie v súkromí. Rozhodujúcim kritériom v tomto prípade je cena, pretože klientela týchto zariadení si ich vyberá kvôli nízkej cene. Pri týchto zariadeniach je dôležité, aby spĺňali minimálne požiadavky Vyhlášky MH SR 277/2008.

Na tomto mieste spomenieme aj **penzión Záhoran** v Jablonici.

Penzión Záhoran a reštaurácia zvonku pôsobia trochu opotrebovane. Ubytovanie je však na slušnej úrovni vo svojej triede – izby slušné, čisté, veľmi dobrá hodnota za peniaze. Chýba recepcia. V súčasnosti len prežívajú, v minulosti to bolo lepšie aj s ubytovaním aj stravovaním.

Využitie cca 20 - 30 %, v minulosti mali viac firemnej klientely aj občasných turistov. V súčasnosti prevažne domáci, okoloidúci, firmy a občas Česi, predovšetkým cykloturisti. Ceny sú v súčasnosti na hranici rentability.

Penzión nemá vlastnú www stránku, čo najmä v prípade cykloturistickej klientely môže byť značnou nevýhodou.

Reštaurácia pôsobí o niečo menej pozitívne v porovnaní s ubytovaním, v posledných rokoch sa pod jej stav okrem ekonomickej situácie a s tým spojeným úbytkom zákazníkov zrejme podpísal aj vznik dvoch nových stravovacích zariadení v dedine. Zdá sa, že hostia oceňujú klasickú varenú stravu – domáce jedlá. Veľmi široký jedálny lístok však môže znamenať, že nie všetky jedlá, resp. suroviny sú najčerstvejšie.

Vlastný priestor reštaurácie pôsobí menej útulne, servis je značne opotrebovaný. Pri hodnotení netreba byť prísny, pretože v tomto prípade ide o skutočné náročné podnikanie v ťažkých podmienkach. Zariadenie jednoducho nemôže poskytovať viac, než je schopné zaraďovať. Snaha o poskytovanie dobrých a korektných služieb sa tu zdá byť prítomná. Poloha pri ceste a veľké parkovisko sú výhodou. Zariadenie v tejto polohe je pre turistov aj profesionálnych vodičov vítané.

Ubytovacie zariadenia pri vodných plochách – Kunovská priehrada a Gazárka Šaštín-Stráže

Kunovská priehrada

V súčasnosti ubytovacie zariadenia, v správe RSMS, prevádzkujú ako sezónne, mimo sezóny fungujú na objednávku. Snaha prevádzkovať ubytovacie zariadenia celoročne sa nestretla s dostatočným záujmom.

Ubytovacie zariadenia pre menej náročných klientov.

Chata nad plážou - bunky 2 lôžková +3 lôžková izba so spoločnou kúpeľňou a WC, spoločná kuchynka na chodbe.

Chatky OKÁL 4 lôžkové chatky s vybaveným kuchynským kútom, WC a kúpeľňou. Hostom v chatkách je k dispozícii aj veľká spoločenská miestnosť.

Turistická ubytovňa s 2 lôžkovými izbami so spoločnými sociálnymi zariadeniami a WC na chodbe. V objekte veľká spoločenská miestnosť – jedáleň, môže slúžiť ako učebňa, priestor pre nácvik, zábavu a pod.

K dispozícii piesková pláž, lodenica a požičovňa vodných bicyklov, detské ihrisko s preliezkami, asfaltový tenisový dvorec, gorodky, ihrisko pre loptové hry.

Chatky s kuchynkou sú vhodné a využívané najmä rodinami s deťmi, ktoré hľadajú cenovo nenáročnú dovolenku pri vode.

Ďalšie dve zariadenia spolu so spoločenskými miestnosťami a sálami sú vhodné najmä pre školské a mládežnícke skupiny – možnosti vyučovania, nácviku tanca, dramatických, hudobných vystúpení, spoločnej zábavy. Turistická ubytovňa môže slúžiť aj ako ubytovanie pre robotníkov.

Zariadenia sú prezentované na www stránke mesta Senica – cestovný ruch – RSMS, ktorú sme už spomínali.

Napriek tomu, že zariadenia sú vybavené kúrením, vzhľadom na ich polohu pri vodnej nádrži sú využívané najmä v letnom období, pričom sú závislé od počasia v prázdninových mesiacoch. Dosiahnuť vyrovnané hospodárenie nie je jednoduché. Pretože ubytovanie je hodne využívané školskými skupinami, nie je potrebné investovať mnoho prostriedkov do vybavenia izieb, pretože deti ich veľmi rýchlo zničia. Z toho dôvodu aj v budúcnosti nemožno očakávať zásadnejšiu zmenu v štruktúre hostí – menej solventné rodiny s deťmi, školské výlety, športové a záujmové kluby, mládežnícke skupiny. Orientáciu na detského návštevníka potvrdzuje aj zámer vybudovať nový vodný tobogán.

Aj keď zariadenia na Kunovskej vodnej nádrži sú výrazne v lepšom stave a vyššieho štandardu v porovnaní s Gazárkou, aj tieto kapacity majú problém s obsadenosťou mimo hlavnej letnej sezóny, ako aj počas nej v prípade dlhšieho obdobia nepriaznivého počasia. Napriek tomu, že ide o zariadenia vykurované, a teda uspôsobené na celoročnú prevádzku, ich využitie mimo letnej sezóny je veľmi nízke.

Základný rozpor je v skutočnosti, že sú tu celoročné ubytovacie zariadenia, pričom ponuka turistických aktivít (aktivít kvôli ktorým si turisti miesto svojho pobytu vyberajú) sú sezónne, v tomto prípade ide o veľmi krátku sezónu, navyše jej vhodnosť je ovplyvňovaná aj počasím.

Prekonanie tohto problému predpokladá:

1. dobudovať voľnočasové aktivity zaujímavé v priebehu roka, čo je investične náročné alebo
2. organizovať pobyty, pri ktorých sa budú využívať aj ďalšie zariadenia mimo Kunovskej priehrady, ale v dostupnej vzdialenosti. Ide o relatívne náročný proces prípravy takých to produktov a ich uvedenia na trh, nevyvoláva však nároky na investície.

Rozšírenie sezóny v spojení ubytovacích kapacít na Kunove s možnosťou využitia športových zariadení v meste – zimný štadión, športová hala, krytá plaváreň, ale aj strelnica v Hlbokom, atď. V takomto prípade možno usilovať o získanie športových klubov nie vrcholového športu, ale výkonnostného, mládežníckych skupín, záujmovo-amatérskych skupín a pod.

Zvážiť možno aj iné druhy tematických pobytov – základy vodáctva, kurz rybolovu, kurzy, akademie, školenia a podobné akcie „nízkonákladového“ typu pre klientelu, pre ktorú má cena rozhodujúci význam pri rozhodovaní.

Vybudovanie zokruhovaných cyklotrás – s východiskom aj cieľom na Kunovskej priehrade by tiež s vysokou pravdepodobnosťou zvýšilo pobytovú návštevnosť v tomto stredisku.

Prostredie areálu je možné ešte viac skultúrniť a zvýšiť jeho estetiku aj príjemnosť pre návštevníkov. Najvhodnejšie by bolo vypísať urbanisticko-architektonickú súčasť na zlepšenie prostredia, zvýšenie jeho estetickej hodnoty a dobudovanie o investične nenáročné prvky.

Gazárka , Šaštín-Stráže

Chatky pri pieskových jazerách, sezónne zariadenie v prevádzke od 15. júna do 15. septembra. Krátka sezóna, závislosť na počasí ešte silnejšia ako pri ubytovacích zariadeniach na Kunovskej nádrži.

Z celkových 300 lôžok sa kapacita znižuje na 200 lôžok odpredajom 4 lôžkových chatiek s najnižším štandardom. Dôvodom nedostatok sociálnych zariadení vo vzťahu k počtu lôžok. Zmena bude len „administratívna“ lebo noví majitelia chatiek a ich hostia budú rovnako využívať tie isté sociálne zariadenia, lebo iné tam nie sú.

Chatky sú už staršie, opotrebovanosť je značná. V nedobrom stave je vnútorné vybavenie – nábytok chatiek a podlahy. Cena za prenájom je pochopiteľne nízka.

Problém aj s vodou, ktorej kvalita je v poriadku vždy na začiatku sezóny, ale v jej priebehu sa kvalita vody zhoršuje (najmä výskyt siníc), okrem iného aj v dôsledku dokrmovania rýb členmi rybárskeho zväzu.

Celý areál je v zostupnej fáze, v tomto roku nebude daný do prevádzky kemping. V sezóne 2010 bolo jeho využitie veľmi nízke, pravdepodobne pre jeho nedostatočnú vybavenosť - nízky štandard služieb.

Areál poskytuje okrem kúpania, aj požičovňu člňkov, tenisové a volejbalové ihrisko, možnosť lovu rýb. O požičovňu bicyklov by mohol byť záujem, problémom, okrem iného, je asi veľmi krátka sezóna.

Z predaja chatiek sa má investovať do obnovy chatiek, ktoré zostávajú vo vlastníctve mesta. Tento areál je v slepej uličke – v danom stave si nevie zarobiť na zásadnejšiu modernizáciu a rekonštrukciu. Ak sa do areálu, konkrétne chatiek, neinvestujú úverové alebo iné externé zdroje, zariadenie v budúcich rokoch bude postupne degradovať, čo povedie k poklesu príjmov a nakoniec môže byť vyradené z prevádzky. V súčasnosti si chatky ako tak-tak pokrývajú náklady, aj to len v prípade priaznivého počasia v letnej dovolenkovej sezóne. Pri jazerách sú v prenájme bufety – v pomerne veľkom počte, z tržieb z ich prenájmu by bolo vhodné a aj logické, investovať časť prostriedkov do obnovy areálu – osobitne chatiek. Investície do obnovy areálu treba vidieť v súvislosti s kvalitou vody. Jazerá sú pomerne staré, ťažba sa tam skončila pred mnohými rokmi a odvtedy sa na dne vytvorila vrstva

usadenín. Preto ďalšie investície do chatiek (väčšie investície, nielen ich priebežnú údržbu), treba rozhodnúť aj vo väzbe na riešenie čistoty jazier, resp. najbližšieho jazera a kvality jeho vody.

Pretože aj o kempovanie je všeobecne záujem, obnovenie kempingu by bolo vhodné. Vzhľadom na rastúce nároky by nemal byť nižšej triedy ako ***, čo predstavuje tiež nemalú investíciu.

Príjmy areálu – prenájom chatiek, prenájom bufetov, parkovanie, požičovňa člňkov, tenisové a volejbalové ihrisko (lopta).

Internetová stránka: vynovená, živá, s možnosťou online rezervácie. Z informácií na www stránke vzniká dojem ako by možnosť stravovania bola len v 1 pizzerii, čo nie je pravdou, pri jazere je množstvo bufetov ponúkajúcich jednoduché teplé jedlá.

Na stránke, nie je podrobnejšie popísaný charakter ubytovania v chatkách a ich vybavenosť, ani vo fotogalérii nie je vidieť ich interiér.

Záverom možno povedať, že dopyt po rekreácii pri vode je dlhodobu dostatočne veľký, vo vzťahu ku Gazárke aj v ČR. Rizikom je zhoršujúca sa kvalita vody, ako aj silná závislosť na počasí.

Ak nová investícia, kombinovať aj s vybudovaním cyklociest, ďalších športovísk, aby sa sezóna predĺžila na cca 120-150 dní a vytvoril sa priestor pre návratnosť investovaných zdrojov.

Kúpele Smrdáky

Ubytovacie zariadenia v kúpeľoch Smrdáky predstavujú osobitnú skupinu zariadení, funkčne zameranú na špecifické kúpeľné pobyty a kombinované s balneologickými liečebnými zariadeniami a vybavenosťou. Charakter miesta je daný aj jeho lokalitou, na ktorú sa vzťahuje štatút kúpeľného miesta. V porovnaní s inými kúpeľnými miestami ide o kúpele, v ktorých je podiel rekreačných a preventívno-rekreačných pobytov menší a drvivú väčšinu tvoria liečebné pobyty s úhradami od zdravotných poisťovní. Táto skutočnosť ovplyvňuje vybavenosť kúpeľného miesta voľnočasovými a ďalšími službami, pretože s ňou súvisí aj nižšia solventnosť klientely v porovnaní s kúpeľmi s vyšším podielom samoplatcov motivovaných nielen čisto liečebnými potrebami.

Hotely a ďalšie zariadenia predstavujú primeranú kvalitu vo svojich triedach. Osobitne objekty zrekonštruované v priebehu posledného desaťročia pôsobia popri ich funkčnosti aj príjemným dojmom. V interiéri pôsobia výrazne lepšie, než napovedá ich vonkajší vzhľad. V kúpeľnom areáli mierne rušivo pôsobia objekty, ktoré sú mimo prevádzky a čakajú na rekonštrukciu. Pre Senicu je zaujímavá a zatiaľ nie dostatočne využívaná skutočnosť . príležitosť, že Smrdáky je malá obec a neposkytuje kúpeľným hosťom dostatočné zázemie so širšou vybavenosťou a možnosťami pre ich dlhodobé pobyty.

Kúpeľné zariadenia sú profesionálne riadené a prevádzkované, dobrý príklad pre región, keby kúpele neboli tak do seba uzavretým svetom, čo však vzhľadom na ich charakter a poslanie je z časti pochopiteľné.

Depandance Morava*** - so 40 izbami typu Comfort a Apartmán, komplexne zrekonštruovaný v roku 2001, poskytuje pohodlné a komfortné ubytovanie.

Hotel Centrál** - izby Standard, Superior a Apartmán, 35 izieb v dobrej kvalite, široká paleta doplnkových služieb, v roku 2005 hotel zrekonštruovaný, pribudla nová rehabilitácia a 10 izieb kategórie superior, pripojenie na internet.

Hotel Vietoris** - pozostáva z 30 izieb kategórie standard a superior (vrátane 3 apartmánov), súčasťou vybavenia izieb superior je aj minibar a fén.

Detská liečebňa Eva*, od roku 2005 poskytuje liečebný dom EVA ubytovanie v 16 dvojlôžkových a trojlôžkových izbách, priestranné izby štandardu jednohviezdičkového hotela sú vybavené jednoduchým nábytkom a umývadlom, ďalej spoločenská miestnosť s počítačmi.

Dependance Záhorie* - ubytovanie pre menej náročných hostí poskytuje ubytovanie v 49 jednolôžkových a dvojlôžkových izbách, izby bez príslušenstva, sú vybavené klasickým nábytkom, umývadlom, televízorom a rádiom. Súčasťou každého poschodia je kúpeľňa s vaňou, sprchy a WC.

Apartmán Záhorák*, samostatný domček poskytuje ubytovanie v 2 izbách kategórie štandard so samostatnou kuchynkou, toaletou a sprchou, možné ubytovanie aj so psom za príplatok, vybavený klasickým nábytkom, televízorom, rádiom a telefónom.

Balneoterapia: Minerálne sírové kúpele, bahenné a parafínové zábaly, elektroliečba, svetloliečba, liečebné masáže, rehabilitácia, whirlpool, fitness.

Ostatné služby: reštaurácia v hoteli Vietoris a lobby bar, kinosála pre 200 hostí, pošta, predaj suvenírov, knižnica, trezor, fax, internet, pranie prádla, dve kongresové miestnosti s kapacitou 20 a 50 hostí.

Tenis, volejbal, stolný tenis, bicyklovanie, korčuľovanie, kaderníčka, kozmetický salón, pedikúra.

Bufetové raňajky, obed a večera sa podáva v reštaurácii hotela Vietoris.

Celkovo pôsobia kúpele veľmi pokojným, až ospalým dojmom, čo je dané veľkosťou kúpeľných zariadení ako aj obce, v ktorej sa nachádzajú. V interiéri pôsobia priestory omnoho lepšie ako zvonku.

Spolupracujú s obcou Smrdáky a obcou Podbranč (organizujú spoločné akcie), zatiaľ nie so Senicou ani s INFOSEN-om, ale spoluprácu by privítali.

Internetová stránka: informačne dobrá, vizuálne by mohla byť živšia a aj prehľadnejšia. Možnosť online rezervácie. Aj anglická a nemecká jazyková verzia.

Park - pekný, parking dostatočný, dojem mierne narúšajú budovy mimo prevádzku, čakajúce na rekonštrukciu. Kúpeľní hostia majú obmedzené možnosti vo voľnom čase, osobitne v nepriaznivom počasí a v zimnom období.

Kúpele sú súčasťou akciovej spoločnosti Kúpele Piešťany, ktorá vykonáva aj centrálny marketing. Na jednej strane to môže byť výhodou z hľadiska nákladov a ekonomických možností, na druhej strane sú Smrdáky menej zviditeľňované ako dominantné Piešťany – najväčšie a najrenomovanejšie kúpele na Slovensku.

➤ Stravovacie služby

Vybavenosť stravovacími zariadeniami v Senici je dostatočná z hľadiska ich počtu a kapacít. Štruktúra týchto zariadení z hľadiska ich druhov, zamerania ale aj kvality je logicky prispôbená a daná úrovňou kúpyschopného miestneho dopytu. Nároky a očakávania turistov nie sú naplnené, avšak počet návštevníkov a turistov v Senici je v súčasnosti malý na to, aby svojim dopytom vyvolal zásadnejšie zmeny.

Na prvý pohľad je zrejмый rozdiel medzi reštauráciami v hoteloch (Arli, Karpaty, Polec, Senica) a samostatnými reštauračnými zariadeniami v meste. Hotelové reštaurácie uspokojujú dopyt a potreby hotelových hostí, čím sa znižuje ich vplyv na kvalitu týchto zariadení v meste. Aj keď v zásade hoteloví hostia, osobitne na večeru radi využívajú reštauračné a podobné zariadenia mimo hotela, platí to v prípadoch ak sú k dispozícii osobitné, rázovité, svojou ponukou jedál alebo interiérom špecifické zariadenia. Hotelové reštaurácie sú spravidla viac štandardné, preto hostia osobitne ak sú v meste trochu dlhšie radi navštívia aj mimohotelové reštaurácie.

V Senici je situácia opačná, pretože mesto neponúka zaujímavé, netradičné a skutočne dobré reštaurácie v samostatných (nehotelových) zariadeniach. Snáď jedinou výnimkou je reštaurácia Barracuda, ktorá má vkusný interiér, príjemné prostredie a celkový štandard je na dobrej úrovni. V každom prípade je to dobrá reštaurácia, nepredstavuje však nič osobitné, čo by turisti obzvlášť ocenili. V každom prípade je dobré, ak takáto reštaurácia v meste poskytuje svoje služby (menej skúsený personál je snáď len prechodným javom). Z pohľadu turistu však ponuka gastronómie je neuspokojivá v prípade, ak očakáva a hľadá niečo osobitné, typické pre miesto či región, gurmánske, ak jeho požiadavka nie je len štandardné jedlo za primeranú cenu.

Obchodní cestujúci, ako aj miestne firmy potrebujú dobré a príjemné reštaurácie na obchodné, pracovné stretnutia, na pozvanie svojich partnerov na neformálne stretnutia, spoločenské príležitosti a pod. Na tento prvok v dopyte zatiaľ nikto nereagoval dobrým a neopozieraným nápadom obohatiť gastronomickú ponuku v Senici. Samozrejme zariadenie takéhoto typu predstavuje väčšie komerčné riziko ako bežná pizzeria alebo reštaurácia orientovaná na denné stravovanie zamestnancov formou jednotných menu.

Klientela pri vodných plochách rozhodne nevyžaduje a nie je schopná užiť nadštandardné reštaurácie a špecializované stravovacie zariadenie orientované na gurmánskeho zákazníka. V tomto momente sú takouto klientelou najmä obchodní cestujúci, ich absolútne počty sú však relatívne nízke, navyše so slabšími obdobiami najmä v prvých mesiacoch roka a v letnom období dovoleník.

To čo platí pre Senicu sa vzťahuje aj na ďalšie lokality. Pri obmedzenom dopyte je komplikované prichádzať na trh (osobitne v čase ekonomickej krízy) s novými, navyše finančne nákladnejšími a preto aj riskantnejšími projektmi v spoločnom stravovaní.

Zámerné nechceme hodnotiť jednotlivé zariadenia, skôr určité zhrnutie postrehov, ktoré sú spoločné pre viaceré reštauračné zariadenia v Senici a jej okolí:

- Väčšina reštauračných zariadení je zameraná na stravovanie pracovníkov – nahrádzajú niekdajšie závodné jedálne, ponuka jednotných menu pri ktorých je cena rozhodujúca.
- Atmosféra vo viacerých reštauráciách nie je dostatočne príjemná, pôsobí studeno a neosobne, neláka host'a tam posediť dlhšie a neevokuje príjemné pocity, hostia sa v nich nezdržiavajú dlhšie.

- Jedálne lístky majú v ponuke veľmi široký výber jedál. To znamená, že ich ponuka nemôže byť čerstvá, lebo suroviny majú pomalšiu obrátkovosť.
- Značná časť reštaurácií sú si vzájomne veľmi podobné, interiérom, ponukou, celkovým konceptom. Nedostatočné úsilie o odlišenie sa, osobitosť.
- Výzdoba interiérov je nedocenená majiteľmi a vedúcimi reštaurácií – málo vkusné dekorácie, „lacné“ ozdoby ako prázdne fľaše od alkoholu, umelohmotné kvetináče (niekde aj s nálepkami) pocitovo studené podlahy, vstupné priestory – chodby niekedy pripomínajú sklad.
- WC sa nie sú upratované priebežne počas dňa, prípadne nie dostatočne často. Hromady papiera na umývadlách a mimo smetných košov. Pre celkový dojem je význam toaliet v reštauráciách veľmi zásadný.
- Personál je veľmi ochotný a milý, čo je mimoriadne dôležité a dobrý základ pre zlepšenie situácie.
- Súčasne však väčšina personálu nie je profesionálne na svoju prácu dostatočne pripravené. Nerešpektujú sa pravidlá obsluhy, čašníci obedujú uprostred reštaurácie, personál sa hlasno baví a hluk prichádza z otvorenej kuchyne, použitý riad zostáva dlho na stoloch, personál telefonuje z mobilu počas obsluhy.
- Časť personálu evidentne nie je vyučená v odbore (čo by až tak nevydalo pokiaľ nejde o reštauráciu vyššieho štandardu), ale ani zaučená, čo by sa stávať nemalo.
- Obedový či kaviarenský servis je opotrebovaný a poskladaný z viacerých druhov (asi ekonomický problém, ale určite sa dá zmierniť dôslednosťou personálu).
- Naskladané čisté taniere a príbory na stoloch už aj pre ďalších hostí, alebo na pulte v odbytovom priestore namiesto ich uloženie mimo zraku hostí.
- Pizza je snáď frekventovanejším druhom stravovacích zariadení ako v Taliansku.
- Vonkajšie okolie reštaurácie – parkovanie, prístup, vstupné priestory akoby reštauráciu samotnú, jej manažment príliš nezaujímali.
- Ambície niektorých reštaurácií sú minimálne, veľmi nízke z pohľadu kvality nimi ponúkaných služieb, sú viac jedálňami ako reštauráciami.
- Ochota a ústretovosť personálu je predpoklad, ktorý treba využiť.
- Internetové stránky nie sú pravidelne aktualizované, pôsobí to ako nedostatočný záujem komunikovať s potenciálnym hosťom.
- Niektoré reštaurácie v čase obeda podávajú iba jedlá z pripraveného menu.
- Toalety sú zamknuté a treba si pýtať kľúč od personálu.

Dôležité je, že veľa zlepšení sa dá dosiahnuť zmenou detailov. A nie každé zlepšenie vyžaduje aj finančné náklady. Finančne nenáročné zlepšenia sa často prehliadajú, nedostatok financií často uvádzaný ako jediný dôvod nedostatkov.

V ponuke mesta chýbajú zariadenia ponúkajúce miestne či regionálne jedlá - Slovenská alebo Záhorácka reštaurácia. Zastúpenie nemá ani štýlová vináreň. Najmä zahraničný hosť by v tejto časti Európy očakával aj kvalitnú pivovarskú reštauráciu.

Príjemná kaviareň, v klasickom či modernom prevedení, ako miesto na stretnutia, diskusie, čítanie apod. spojené s konzumáciou kávy a iných nápojov, dobrých dezertov, zmrzliny, drobných snackov nie sú k dispozícii. Takéto zariadenia sú nielen pre turistov, ale aj kultivujú miestny život, spôsob stretávania sa, komunikácie, napomáhajú k zmenám konzumácie (pozitívnym).

Aby mesto bolo príťažlivé a príjemné pre turistov, musí byť v prvom rade príjemným miestom na žitie domácim obyvateľom. Aj domáci potrebujú kultúrne a príjemné prostredie na stretávanie sa so svojimi známymi a priateľmi, na vybavovanie spoločenských záležitostí, ale aj pre samotnú radosť z dobrej kávy, jedla, zákuska. Zvýšiť treba kultúru pitia a podávania kávy, čaju, vína, ale aj samotného stolovania .

Mesto potrebuje rôzne reštaurácie, popri zariadení, ktoré so 130 miestami obslúži za deň 600 hostí (obrátkovosť sa blíži číslu 5!), je potrebná aj reštaurácia kde jedlo je trochu aj zážitkom.

➤ **Šport**

Športové zariadenia v meste – letné kúpalisko, krytá plaváreň, športová hala, zimný štadión – slúžia najmä pre domácich obyvateľov, ak ich turisti využívajú tak ako doplnkové aktivity, ale nie sú motívom, príčinou pre ktorú do Senice návštevníci cestujú. Ich väčší význam pre turizmus v meste sa dá dosiahnuť tým, že sa v nich budú organizovať a konať akcie, ktoré majú schopnosť pritiahnúť turistov do Senice, ideálne na pobyt s prenocovaním.

V lete sú rozhodujúce cykloturistika a vodné športy – kúpanie, člňkovanie. Ostatné športoviská ako tenis, loptové hry – kvalitou športovísk a ich početnosťou predstavujú len doplnkové aktivity, kvôli ktorým sa nevyberá miesto pobytu, ale využívajú sa turistami počas ich pobytu.

Cyklocesty a s tým spojená cykloturistika je menej rozšírená v porovnaní s Moravou a výrazne menší je aj počet cykloturistov využívajúcich tieto možnosti v Senici a okolí. Cyklocesty musia byť v atraktívnom prostredí, dostatočne bezpečné (mimo frekventované cesty pre motorové vozidlá, ideálne osobitné cyklocesty), s odpočívacími priestormi a službami pre cyklistov po trase.

K tomu aby vysoký záujem o cykloturistiku bol viac pritiahnutý aj do tohto územia je potrebné okrem líniových vytvoriť zokruhované cyklotrasy štartujúce a končiacie v Senici, Kunovskej vodnej nádrži, Šastín-Strážoch, prípadne aj v Smrdákoch. Napríklad: Kunov – Sobotište – Podbranč – Kunov alebo Senica – Smrdáky – Sobotište – Kunov – Senica, atď.

Jazda na koňoch – využiť skutočnosť - imidž moment, že v Senici je jedna z najúspešnejších dostihových stajní na Slovensku v posledných rokoch, s viacerými víťazmi klasických dostihov a najúspešnejšou trénerkou (trenérkou roka), ktorá porazila všetkých svojich mužských kolegov. Rekreačné jazdenie vôbec nemusí priamo súvisieť (fyzicky, priestorovo) s úspešnou stajňou, ale využiť renomé, ktoré nepochybne Senica má medzi priateľmi koní.

➤ **Kultúra a kultúrne pamiatky**

Záhorácka galéria plní svoje vlastné úlohy a ciele v oblasti výtvarného umenia v regióne. Dáva priestor mladým umelcom, čo je jej poslaním. Pre turizmus by bolo užitočné, keby sa popritom jej potencia výraznejšie využívala aj k zatraktívneniu mesta pre turizmus. Prispieť k tomu by sa dalo tým, že najatraktívnejšie veci, ktoré sú schopné zaujať osobitne slovenských návštevníkov – diela Jána Mudrocha a Albína Brunovského – (v súčasnosti sú v depozite) by sa stali súčasťou stálej expozície. Zvýšila by sa návštevnosť galérie a viac návštevníkov by sa oboznámilo aj s tvorbou mladých a súčasných umelcov, ktorí by sa tak viac dostali do povedomia verejnosti a ich diela by boli viac prístupné, než je tomu v súčasnosti.

V meste treba vytvoriť priestor pre takúto a podobné diskusie ako zapojiť existujúce danosti mesta aj do rozvoja turizmu. Obdobné problémy sa obvykle diskutujú a riešia v priebehu tvorby strategického rozvojového dokumentu.

Pamiatky v okolí, osobitne hrad Branč a hrad Korlátka ponúkať ako výlety zo Senice. V budúcnosti ak sa podarí obnoviť pamiatkový fond v Sobotišti, aj to by mohlo byť zaujímavým cieľom výletov. Týmto spôsobom treba kompenzovať aspoň z časti skutočnosť, že v Senici je historických nehnuteľných pamiatok len minimum, z hľadiska početnosti ale aj umeleckej a historickej hodnoty.

➤ **Obchodná sieť z pohľadu turistu**

Obchodná sieť nie je na takej úrovni, aby bola cieľom ciest motivovaných nákupmi, nákupnou turistikou. Ale ponúka všetko, čo turista v prípade neočakávanej potreby môže hľadať, vyžadovať. Ani v budúcnosti v tomto nemožno očakávať zásadnú zmenu vzhľadom na miestny dopyt, spádovú oblasť a možnosti v dostupnom, konkurenčnom okolí.

Nákupy ani v budúcnosti nebudú hlavným motívom, kvôli ktorému turisti (návštevníci s minimálne jedným prenocovaním) Senicu budú navštevovať, počas svojho pobytu však mnohí z nich možnosti nákupu využijú. K tomu napomôže aj nové nákupné centrum budované pri mestskej časti Čáčov – Eco Shopping Park.

V meste sa javí vhodným ponuku obchodnej siete doplniť aj o menšie jednotky, zaujímavé aj z pohľadu turistov, ako napríklad požičovňa bicyklov, internetová kaviareň v centrálnej časti mesta pre tých, ktorí si nepriniesli svoj vlastný PC. Zatiaľ internet pre návštevníkov nie je k dispozícii ani v Infosene, aj keď túto potrebu vnímajú a chcú ju riešiť. Pre majiteľov PC Wifi pokrytie v centrálnej časti mesta by tiež bolo vítané.

➤ **CK**

Cestovné kancelárie, respektíve cestovné agentúry na území mesta sú zamerané len na dovolenkové pobyty miestneho obyvateľstva vo vzdialenejších destináciách, žiadna z nich neposkytuje organizovanie výletov do okolia pre turistov v Senici alebo Smrdákoch.

➤ **Bankové a poštové služby**

Žiadne špeciálne požiadavky zo strany turizmu.

Mesto ponúka základné služby. Pretože návštevnosť nie je vysoká, neprejavuje sa nedostatok uvedených služieb.

Senica ako relatívne väčšie sídlo v slovenských podmienkach, zabezpečuje tieto služby primárne pre domáce obyvateľstvo ale automaticky sa tým vytvárajú podmienky aj pre

návštevníkov mesta využívať tieto služby. Teoreticky by problémom mohla byť len prevádzková doba jednotlivých zariadení, ktorá je nastavená pre miestnych obyvateľov. V dôsledku toho, že podstatná časť návštevnosti v priebehu roka sa koncentruje do pracovných dní, zdá sa, že takýto problém sa tu neprejavuje. Navyše v dôsledku internetizácie sa požiadavky na klasickú formu týchto služieb výrazne znižujú.

Možnosti rozvoja turizmu v ostatných obciach vo vzťahu k turizmu v Senici

Cerová

Obec Cerové z pohľadu Senice zaujímavé ako miesto výletov (ideálne ako súčasť širšieho jednodňového výletu, zahrňujúceho viacero lokalít) na Korlátsky hrad a rozhľadňu v jeho blízkosti. Veľmi pohodlné aj pre návštevníkov prichádzajúcich autokarom.

V blízkosti hradu a chaty klubu turistov (KST) možnosť organizovania piknikov v prírode pre skupiny turistov.

Hrad ponúka organizovanie animácií, večerná návšteva – fakle. Dôležitá organizácia akcie, zaujímavé pre skupiny, popri ktorých sa môžu prilákať aj individuálni návštevníci.

Prístup ku kaštielu z hlavnej cesty nie je vyznačený, treba ho hľadať.

V samotnej obci kaštieľ zaujímavý, resp. prístupný len na vonkajšiu obhliadku.

V tejto ako aj v ďalších obciach sú poľovné revíry, čo vytvára možnosti pre poľovnícky turizmus, prirodzene nevelikého rozsahu. Samozrejme do úvahy prichádza len pár poľovníkov za sezónu, čiže nejde o veľký prínos, ale je to lukratívna záležitosť. Rozhodujúce je, či poľovné združenie je ochotné „predať“ odstrel nejakých zvierat.

Podbranč

V súčasnosti zaujímavý výlet na hrad, ktorý je veľmi dobre dostupný s minimálnym výstupom od auta/autobusu čo ocenia aj starší a menej zdatní turisti. V prípade vytvorenia organizačných a technických podmienok možno v obci zorganizovať krátku obhliadku zaujímavostí: skameneliny – morské usadeniny v kameňolome, návšteva pôvodného mlyna, prehliadka zbierky historických poľnohospodárskych strojov a miestnej pálenice, stará zvonica, stará kamenná studňa. V spojení s ochutnávkou – ovocných destilátov (slivovica, jablkovica, hruškovica, atď.) a drobného jedla príjemný výlet pre Smrdáky a skupiny (Kunovská priehrada, autokarové zájazdy). Tieto prvky sú však zaujímavé len s výkladom a spestrené ochutnávkou alebo niečím podobným.

Pri vstupe na hrad vítajú návštevníka 3 tabule – jedna informuje o CBC projekte, ďalšie dve pôsobia trochu nepatrične, nakoľko sú priamo pri vstupe a padnú ako prvé do oči návštevníkovi. Jedna je reklama reštaurácie „Matuluv dvur“, druhá ponúka exotické masáže v kúpeľoch Smrdáky. Reklamné tabule ako také sú v poriadku, len ich umiestnenie nie je vhodné. A hlavne tam chýba návštevníkovi akákoľvek informácia o hrade samotnom

Poľovníctvo – platí povedané v predchádzajúcom prípade.

Jablonica

V súčasnej stave a fáze rozvoja spočívajú hlavné možnosti pre túto obec profitovať z tranzitu, či už aut alebo v sezóne aj cykloturistov. Za týmto účelom je však potrebné sa viac zviditeľniť na internete, a to tak obec ako aj Penzión Záhoran.

Poľovníctvo, ak poľovné združenie bude ochotné odpredať nejakú zver.

Kaštieľ s parkom v súčasnej podobe nie je zaujímavý.

Sobotište

Vhodné na poznávanie a vlastivedne orientovaných návštevníkov. Žiaľ stav mnohých objektov je veľmi zanedbaný. Dobrý základ predstavuje náučný chodník. Jeho atraktivnosť by zvýšila možnosť absolvovania so sprievodcom – až výklad urobí tento chodník skutočne zaujímavým. Dôležité je, aby niektoré prvky boli pre vopred ohlásené skupiny otvorené.

Objekt ako pálenica zvonku nie je príliš zaujímavý, ale prehliadka technológie, charakteristika produkcie, jej tradícia a ochutnávka, z toho spraví zaujímavý bod sám osebe i absolvovanie celého náučného chodníka.

Pre záujemcov o architektúru je v obci niekoľko ďalších objektov typu kúrií či meštianskych domov, ktoré majú tiež potenciál pre turizmus ak vhodne prezentované, zaradené do ponuky a zaujímavo interpretované.

Hlboké

Obec s múzeom a pamätnými budovami spätými s históriou môže byť využívaná ak súčasť vlastivedných výletov a školských výletov. Okrem toho však momentálne v obci žiaľ nie je nič, čo by návštevníkov tam aspoň na chvíľu zdržalo. Dokonca ani v prípade, že by mali záujem, nie je tam priestor pre príjemné posedenie – kaviareň/cukráreň alebo reštaurácia.

Strelnica by mohla byť zaujímavým prvkom, na ktorom by sa dali vybudovať nejaké produkty – športový kemp pre strelcov s ubytovaním napríklad na Kunove alebo Jablonici.

Existencia poľovného revíru ako aj chaty by umožnila lovecký turizmus. Samozrejme ide o minimálne počty, možno 3-5 poľovníkov za sezónu ako odhadované maximum, ale je to veľmi lukratívna forma turizmu.

Borský Mikuláš

Pobytový turizmus v obmedzenom rozsahu viac ako miesto výletov, vrátane vlastivedných výletov – dom J.Hollého a pôvodný slamenný domček.

Okružné cyklotrasy – vychádzajúce a končiacie v Borskom Mikuláši – pri dostatočnej atraktivnosti by mohli vyvolať sezónny dopyt aj po pobytoch – pobytoví hostia na 2-4 dni. K tomu však treba aspoň 3-4 zaujímavé okružné cyklotrasy, nestačí iba jedna. Ponúkajú sa možnosti napojiť cyklocestami na Šaštín-Stráže a odtiaľ do Šaštínského lesa – okruhy v rámci CHKO Záhorie.

Ubytovacie zariadenie v obci označené ako penzión nespĺňa požiadavky na túto kategóriu zariadenia, ide o klasické ubytovanie v súkromí.

U Zemanov „ubytovanie“ – charakteristika zariadenia by mala byť realistická a výstižná, čiže namiesto „moderne zariadených“ by sa malo uvádzať „jednoducho zariadených izieb“. Dôležité je osloviť práve toho zákazníka, pre ktorého je vhodná naša ponuka.

Na www stránke obce sú ubytovacie a stravovacie zariadenia pod záložkou „firmy“, tieto typy zariadenia bývajú viac zviditeľnené, spravidla ako samostatná záložka s názvom turizmus / cestovný ruch alebo ubytovanie, stravovanie.

Za úvahu stojí, ako viac využiť pre propagáciu obce atletické chodecké preteky Záhorácka 20.

Marketing

Na úrovni mesta sa v podstate marketing nerealizuje, s výnimkou aktivít zabezpečovaných INFOSEN-om. Treba povedať, že by ani nebolo vhodné, aby sa realizovali nákladnejšie marketingové aktivity bez toho, aby boli poznatky kto sú a môžu byť naši návštevníci, čo sú ich potreby, atď. K tomu by bolo potrebné pripraviť marketingovú stratégiu definujúcu na základe znalosti trhu cieľe aj nástroje marketingového pôsobenia, primeraného ponuke územia.

V obmedzenom rozsahu sa mu venujú aj ubytovacie zariadenia, ako aj iné zariadenia poskytujúce svoje služby pre turistov a návštevníkov mesta.

Kúpele Smrdáky, ktoré sú súčasťou akciovej spoločnosti Kúpele Piešťany nemajú svoj vlastný marketing, ale spoločný za celú akciovú spoločnosť. Na jednej strane to má svoje ekonomické zdôvodnenie, ale nesie to so sebou aj fakt, že kúpele Smrdáky sú pomerne málo známe (v porovnaní s inými slovenskými kúpeľnými lokalitami obdobnej veľkosti a významu), pretože sú v tieni Piešťan na ktoré je koncentrovaný spoločný marketing. Väčšie zviditeľnenie Smrdákov ako kúpeľov aj s niektorými inými indikáciami ako kožné ochorenia, by prispeli aj k posilneniu vnímania územia ako turistickej destinácie.

Nakoľko Smrdáky sú malou obcou a kúpele s dlhodobými pobytmi hostí potrebujú svoje zázemie, silnejšia väzba na Senicu je potrebná a bola by obojstranne výhodná.

Absentujúce služby a niektoré odporúčania

- väčší, stredne veľký hotel minimálne triedy *** v Senici,
- kemping dobrej úrovne, triedy *** alebo **** na Gazárke aj pri Kunovskej nádrži, ak sú tam vhodné pozemky,
- permanentná „dramaturgia“ organizovanie akcií za účelom kompenzácie nedostatku kultúrnych pamiatok a iných turistických atrakcií v Senici,
- ponuka výletov ako „produktov“ (nielen informácia „hrad... 15 km od Senice),
- internetová kaviareň v centre mesta,

- ponuka „packages“ – balíkov služieb, napríklad na víkendy – v meste, na Kunove,
- požičovňa bicyklov – Kunovská priehrada, Smrdáky, Senica,
- rozšírenie možností pre cykloturistov – nové okružné trasy zo Senice, Kunova, Gazárky, Smrdákov – s cieľom rastu pobytov,
- iniciovať spoluprácu všetkých aktérov turizmu v Senici a jej okolí,
- vypracovať základné rozvojové dokumenty pre turizmus s identifikáciou konkrétnych cieľov a spôsobov ich realizácie,
- perspektívne uvažovať so športovo–zábavným centrom pre miestnych obyvateľov aj návštevníkov,
- rozpracovať možnosti turistického využitia prvkov ako sú kone, slivky, jablká,...
- sledovať a vyhodnocovať požiadavky a spokojnosť hostí a reagovať na ne, ako aj na celkový vývoj klientely Senice a okolia,
- potreba využívania a koncentrácie na neinvestičné faktory rozvoja (personál – jeho kvalita, motivácia; propagácia, organizácia akcií, spolupráca na firemnej a obecnej úrovni, informovanosť, tvorba ponuky – aktuálnej pre dané obdobie),
- vytvoriť miesto pre koncepčné riešenie problematiky cestovného ruchu na meste.

3. Analýza kvality služieb turizmu vo Veľkých Pavloviciach

Turisti a návštevníci, ktorí prichádzajú do Veľkých Pavlovíc vyhľadávajú predovšetkým cykloturistické možnosti, prichádzajú na početné akcie, ktoré sa už stali tradíciou a za vinárskou turistikou. Okrem toho pri návšteve majú možnosť pozrieť si pamiatky, aj keď nie veľmi početné - najmä barokový kostol, ktorý je hlavnou dominantou mesta, vinárske uličky, kaplnku sv. Urbana, relaxačnú zónu s parkom, rozhľadňu Slunečná, posedieť si pri víne v početných vinných pivniciach.

Informácie o meste a jeho ponuke môžu získať už pred príchodom na početných internetových stránkach, z tlačенých propagačných materiálov a prospektov, výstav cestovného ruchu, na ktorých má mesto zastúpenie a potom už pri samotnom príchode do Veľkých Pavlovíc v Turistickom informačnom centre priamo v meste.

V posúdení informovanosti budeme rozlišovať informovanosť predpríjazdovú a informačné služby pre návštevníka po príchode do mesta Veľké Pavlovice.

Informovanosť

Predpríjazdová komunikácia

Pred príchodom majú návštevníci možnosť dozvedieť sa o miestnej ponuke z rôznych tlačенých prospektov a materiálov a tiež početných internetových stránkach o meste, oblasti, združeniach, spolkoch, akciách a pod. Tieto materiály sú k dispozícii na výstavách, na ktorých sa zúčastňuje mesto Veľké Pavlovice (predovšetkým Regiontour v Brne...). Všetky nižšie uvedené materiály sú k dispozícii aj v Turistickom informačnom centre priamo v meste.

Ponuka informačných a propagačných materiálov Veľkých Pavlovíc je veľmi široká, čo sa týka obsahu aj formy. Informačné materiály sú vo forme brožúr, skladačiek, letákov, kníh (Velkopavlovické hody, pripravuje sa kniha o krojoch), DVD („Krajina Modrých hor“ - vzniklo v rámci projektu Modré Hory, „Rozhlédni se a poznávej“ - vzniklo v rámci Programu cezhraničnej spolupráce SR - ČR, v spolupráci s družobným mestom Senica), pohľadníc s rôznou tematikou (Hody a folklór vo Veľkých Pavloviciach, Veľké Pavlovice - vinobranie, mesto Veľké Pavlovice a iné), malých kalendárov, turistických známok a kalendáru všetkých akcií v meste za príslušný rok.

Okrem toho sa dá dozvedieť o Veľkých Pavloviciach z informačných materiálov združení obcí, ktorých členom je mesto Veľké Pavlovice - Združenie Modré hory (aj kalendár akcií), združenie Hustopečsko (všeobecný prospekt, ubytovanie, reštaurácie, vinárstvo, šport a športové zázemie), krajom André (kapesní průvodce oblasti - cyklostezka po vinárskych obciach), Krajem vína - průvodce po vinařstvih a vinných sklepech na jižní Moravě a k tomu mapy jednotlivých oblastí Moravy (aj Velkopavlovická) alebo aj z informačného materiálu občianskeho združenia Víno z Veľkých Pavlovíc (propagačný materiál Víno z Veľkých Pavlovíc a Otevřené sklepy 2011).

Dobré stránky informačných materiálov:

- Veľké množstvo materiálov pokrývajúcich hlavné oblasti v rôznorodom prevedení (charakterizujúce mesto, produkty mesta a oblasti, rozhľadňa Slunečná, Kaplička svätého Urbana...).
- väčšina materiálov vznikla z projektov EU alebo (cezhraničná spolupráca ČR-SR, regionálne programy - Rozhľadňa Slunečná, SROP - Malý průvodce po Velkých Pavlovicích a pod.)
- Viaceré veľmi praktické pre turistu - vo forme skladačiek, spolu s mapou mesta a či oblasti.
- Veľmi vydarený propagačný materiál má napr. združenie Víno z Velkých Pavlovíc, ale aj Malý průvodce po Velkých Pavlovicích, ktorý prevedie turistu cez cele mesto a zoznámi ho s najzaujímavejšími miestami.
- Dobrým počinom je vydávanie kalendáru akcií vo Velkých Pavloviciach i kalendáru akcií Modré hory - oba sú prehľadne spracované s podstatnými praktickými informáciami a mapkou mesta, resp. oblasti v prípade združenia Modré Hory. Je dobrou pomôckou pre turistu pri plánovaní návštevy mesta s možnosťou výberu akcie, ktorá ho zaujíma.

Odporúčania:

- Propagačné materiály o Velkých Pavloviciach a ich ponuke vznikali postupne z rôznych projektov a chýbajú im spoločné prvky (okrem erbu mesta). Vhodné by bolo v budúcnosti navrhnuť vizuálnu stránku prospektov tak, aby mali spoločné jednotiace prvky - môže to byť napr. ich farebné prevedenie, grafika, prípadne nejaké turistické logo (v prípade prospektov zameraných regionálne) z prvkov, ktoré sú pre Veľké Pavlovice typické (víno a marhule...).
- Popri existujúcich informačných materiáloch, by bolo dobré mať ucelenejší, prehľadný materiál o Velkých Pavloviciach, ktorý by sumarizoval celú ponuku v meste a základné služby dôležité z pohľadu turistu. Z viacerých materiálov sa takéto informácie dajú poskladať, ale samostatne nič podobné neexistuje - trochu sa mu približuje „Malý průvodce po Velkých Pavlovicích“ (ten turistu sprevádza mestom po pamiatkach a zaujímavostiach, nie je v ňom ostatná ponuka). Odporúčame preto spracovať jeden ucelený prospekt o Velkých Pavloviciach, kde budú všetky praktické informácie pre turistu (kde sa dá ubytovať, stravovať, hlavná ponuka, iné služby), môže to byť jeden materiál alebo viacero, ktoré by mali jednotný design a spoločné prvky (napr. niečo obdobné ako má spracovaný región Hustopečsko).
- Spracovať vo forme prospektu návrhy cykloturistických a turistických trás - obdobne ako je to na internetovej stránke mesta, ale dať to aj do tlačenej podoby aj so všetkými službami, ktoré potrebuje turista (napr. požičovne bicyklov priamo v meste a na cyklotrasách, servis bicyklov a pod.).

Ďalšou možnosťou, kde môže potenciálny návštevník získať informácie pred návštevou Veľkých Pavlovíc sú početné internetové stránky:

- vlastná stránka mesta,
- stránky združení, ktorým členom sú Veľké Pavlovice (združenie Modré Hory, Hustopečsko), ale aj stránky spolku Víno z Velkých Pavlovíc, oblasť Velkopavlovicko
- podnikateľských subjektov ponúkajúcich rôzne druhy služieb (ubytovanie, stravovanie, vinné sklípky a pod.),

- internetové stránky týkajúce sa vinárskej turistiky a cykloturistiky na Morave, dvoch hlavných turistických produktov.

Internetová stránka mesta (z pohľadu turistu):

- Informačne veľmi bohatá - obsahuje informácie o Turistickom informačnom centre, pod ktorým sú uvedené - prakticky všetky potrebné informácie pre turistu (možnosti ubytovania, stravovania, kultúrnych pamiatok), tipy na turistické a cykloturistické výlety, výlety do okolia a pod., služby pre turistov, kalendár akcií, dopravné spojenia a pod.
- Odkazy na webové stránky týkajúce sa sprievodcov po oblasti a okolí, stránky týkajúce sa hlavného produktu - vinárstva, cykloturistických trás, kultúry a pod.
- Je veľmi praktické, že odkazuje a na iné stránky súvisiace s ponukou v meste a okolí (predovšetkým cyklistické trasy a vinársku turistiku)

Odporúčania:

- Odporúčame zväziť vytvorenie samostatnej stránky pre Turistické informačné centrum vo Veľkých Pavloviciach, bolo by to pre potenciálneho návštevníka komfortnejšie, ľahšie by ju vyhľadal, v súčasnosti sa táto stránka samostatne vo vyhľadávačoch neobjavuje na popredných miestach.
- Sprehľadniť informácie o ponuke a službách, napr. všetko čo patrí k cykloturizmu uvádzať spolu, nielen cyklotrasy a ich popis, ale uviesť aj dôležité služby pre nich (napr. servis bicyklov).

Komunikácia s návštevníkmi/turistami v mieste pobytu – vo Veľkých Pavloviciach

Pri návšteve alebo pobyte vo Veľkých Pavloviciach môže návštevník získať praktické informácie, informácie o ponuke, ubytovaní, stravovaní, možnosti výletov a pod. v Turisticko informačnom centre.

Turistické informačné centrum Veľké Pavlovice

<http://www.velke-pavlovice.cz/article.asp?nArticleID=33&nDepartmentID=52&nLanguageID=1>

Činnosť Turisticko informačného centra je pomerne široká, návštevníci majú k dispozícii veľké množstvo kvalitných informačných materiálov (ich prehľad je uvedený vyššie), návštevníkom poskytujú všetky druhy potrebných informácií súvisiacich s pobytom turistu v meste a okolí. Služby informačného centra sú na veľmi dobrej profesionálnej úrovni.

Charakteristika infocentra:

- služby poskytuje bezplatne návštevníkom a turistom, širokú škálu informácií o meste a okolí - informácie - o ubytovaní, stravovaní, turistické trasy, cykloturistické trasy, pamiatky, prírodné zaujímavosti, dopravné spojenia.... za obec aj za okolie (Hustopečsko, Modré Hory)
- prehľad akcií a rôznych podujatí, programy
- poskytujú propagačné materiály, letáky
- drobný predaj tovaru (pohľadnice, známky, mapy, darčekové predmety týkajúce sa regiónu...)

- predaj vstupeniek na rôzne akcie
- internet
- v sezóne majú otvorené každý deň, mimo sezóny majú otvorené cez pracovné dni
- TIC nemá samostatnú internetovú stránku, prehľad činnosti a hlavné informácie o ňom sú na stránke mesta

Odporúčania:

- V súčasnosti v TIC-u existuje evidencia návštevníkov (domácich a zahraničných návštevníkov) na základe skúsenosti. Získané poznatky sa nevyhodnocujú a slúžia pre potreby samotného TIC-u. Do budúcnosti by bolo vhodné tieto poznatky zisťovať systematickejšie a vyhodnocovať ich. Spočiatku by to mohlo byť jednoduchou formou (napr. čiarkovacou metódou, koľko príde návštevníkov, na čo sa pýtajú, čo i v meste chýba a pod.). Neskôr by sa údaje od návštevníkov mohli zisťovať formou dotazníkového prieskumu a to opakovaným zberom informácií v istom časovom intervale (ročnom alebo dvojročnom). Otázky v prieskume by mali byť zamerané na spokojnosť a nespokojnosť návštevníkov, na ich potreby a požiadavky, na ich očakávania, keď prídu do Veľkých Pavlovíc a okolia. Spracované a vyhodnotené informácie by mali slúžiť tým, ktorí majú na starosti rozvoj cestovného ruchu v meste a taktiež podnikateľskej sfére, aby mohli s nimi ďalej pracovať a zlepšovať svoje služby.

Doprava

Velke Pavlovice sú veľmi dobre dopravne napojené na vlakovú a autobusovú dopravu s veľkým množstvom spojov počas pracovného týždňa aj cez víkend. Dopraviť sa možno aj autom a bicyklom. Najbližšie medzinárodné letisko je v Brne (30 km), v Bratislave (86 km) a vo Viedni (89 km). Vo Veľkých Pavloviciach nie je priamy exit z diaľnice D2, najbližší zjazd z diaľnice je v Hustopečiach vzdialených cca 11 km od Veľkých Pavlovíc. Dôležité je preto dobré značenie so smerovníkmi na odbočenie z ciest II. triedy do mesta.

Odporúčania:

- Iniciovať značenie prvej odbočky na ceste II. triedy č. 425 Břeclav - Hustopeče smerovníkom, pretože táto odbočka nie je označená a návštevníci prichádzajúci od smeru Břeclav môžu neoznačenú odbočku na Veľké Pavlovice pri Rakviciach prehliadnuť.

Ubytovacie služby

Kvantitatívna vybavenosť ubytovacími zariadeniami vo Veľkých Pavloviciach je veľmi dobrá. V meste je cca 440 lôžok v 28 ubytovacích zariadeniach (vrátane ubytovania v súkromí), čo predstavuje 144 lôžok na 1 000 obyvateľov. Tento počet lôžok je vysoko nadpriemerný v porovnaní s celou Českou republikou (44 lôžok na 1000 obyvateľov) a aj s Juhomoravským krajom (28 lôžok na 1000 obyvateľov). Priemerný počet lôžok na 1000 obyvateľov dosahuje úroveň krajín s vyspelým cestovným ruchom (Švajčiarsko a Rakúsko).

Až na malé výnimky (prevažne ubytovatelia v súkromí) majú jednotlivé ubytovacie zariadenia vlastné internetové stránky. Ich obsahová kvalita a grafické prevedenie je veľmi rôznorodé - od profesionálneho prevedenia až po obsahovo veľmi strohé stránky, kde chýbajú základné informácie. Prevažná väčšina internetových stránok ubytovateľov poskytuje informácie nielen o samotnom zariadení a jeho vybavenosti, ale aj o ďalších možnostiach a atraktivitách, ktoré

mesto so svojim okolím. Niektoré ponúkajú služby navyše, napr. Ubytovanie Víno - Zborovský má k dispozícii pre každú izbu uzamykateľnú kóju vo vínnej pivničke, kde sú pripravené fľaše vína pre voľnú konzumáciu podľa vlastnej chuti. Zatiaľ je iba málo zariadení, kde si môže potenciálny záujemca rezervovať pobyt online.

Ubytovacie zariadenia sú v dobrej kvalite, čisté a udržiavané. Väčšina ubytovacích zariadení je priateľská k cyklistom, viaceré majú aj samostatnú miestnosť na odkladanie bicyklov alebo možnosť odkladať ich na chodbe zariadenia alebo vo dvore.

Z 28 ubytovacích zariadení už štyri získali celonárodnú certifikačnú značku „Cyklisté vítání“. Tieto prešli certifikáciou, že spĺňajú kritéria služieb pre cyklistov a sú označené zelenobiou známkou s usmievajúcim sa bicyklom. Jednotlivé ubytovacie zariadenia to však na svojej internetovej stránke neuvádzajú, hoci je to bonus pre nich samotných.

V meste sú nasledujúce kategórie ubytovacích zariadení:

- Penzióny, ktoré sú najpočetnejšou skupinou z hľadiska počtu lôžok (cca 182), budovali sa v posledných desiatich rokoch a ich úroveň je veľmi slušná, všetky izby majú vlastné sociálne zariadenia, televízor na izbe, prevažná väčšina z nich poskytuje aj raňajky, viaceré majú aj štýlové vinárničky, internetové pripojenie, vlastné parkovanie a niektoré aj bazén (napr. Ubytování u Hiclu) alebo zapožičiavanie bicyklov. Ceny sa pohybujú od 330 až 400,- korún
- Ďalšou skupinou je apartmánový typ ubytovania (cca 38 lôžok), tieto zariadenia sú prevažne v rámci rodinných domov majiteľov, sú vybavené kuchynkou prípadne kuchynským kútom so všetkým vybavením, varičom, mikrovlnkou a chladničkou, k dispozícii sú tiež priestory na odkladanie bicyklov, internetové pripojenie, niektoré k dispozícii bazén (apartmány Bobule...), posedenie v záhrade, niekedy aj so záhradným krbom, apartmány, prevažne v rodinných domoch, od 300,- 500,- CZK, pri ubytovaní viac ako na jednu noc sú zľavy
- Turistické ubytovne (cca 119 lôžok), v meste sú dve zariadenia tohto typu - U Hiclu - izby so samostatným vchodom zvonka, so sociálnym zariadením na izbe, ceny sa pohybujú od 275,- CZK, je na slušnej úrovni, cena je primeraná ku kvalite zariadenia. Druhá ubytovňa TJ Slavoj Velké Pavlovice, ponuka ubytovanie v dvoj až päť lôžkových izbách, so sociálnym zariadením vždy pre dve izby, k dispozícii je miestnosť na odkladanie bicyklov, parkovanie pre autá aj autobus, možnosť celodenného stravovania, cena za noc sa pohybuje od 190 - 240 CZK podľa obdobia v roku a počtu prenocovaní. Obe ubytovne majú internetovú stránku.
- Ubytovanie v súkromí (cca 103 lôžok) ceny od 250 - 300 CZK

Odporúčania:

- Ubytovacie zariadenia nie sú certifikované a zakategorizované do tried podľa hviezdíčiek. I keď kategorizácia ubytovacích zariadení nie je povinná, je výhodou pre klienta, ktorý sa ľahšie orientuje a vyberá zariadenie, ktoré mu podľa kvality vyhovuje. Až na malé výnimky, napr. penzión Dekor je označený hviezdíčkami, ale nie je certifikovaný v zmysle platnej jednotnej klasifikácie ubytovacích zariadení v ČR (najbližšie certifikované ubytovacie zariadenie je hotel Kraví Hora v Božeticích. Početnosť ubytovacích zariadení je veľká, návštevník získa lepší prehľad o ich kvalite a ponuke, keď budú zakategorizované a certifikované v zmysle platnej jednotnej klasifikácie ubytovacích zariadení v ČR. V tejto súvislosti odporúčame, aby sa

prevádzkovateľom poskytli informácie o klasifikácii ubytovacích zariadení a postupne by sa mali byť označené počtom hviezdíčiek.

- V meste chýba zariadenie hotelového typu. Podporovať podnikateľské rozhodnutie - výstavbu hotela s konferenčnými priestormi v meste. Hotel bude ponúkať nové služby, ktoré v meste chýbajú, budú v ňom priestory na konanie rôznych akcií, konferencií a seminárov. Hotel pritiahne aj novú klientelu, ktorá preferuje tento typ ubytovacieho zariadenia, prevažne ide o solventnejšiu klientelu.

Športovo rekreačná vybavenosť

Jedným z troch veľmi dôležitých produktov v meste o okolí je veľmi kvalitná ponuka siete cykloturistických trás. Aktivity cykloturistiky v tejto oblasti sú spojené aj s vinárskou turistikou. Oblasťou prechádzajú tri cyklotrasy:

- Velkopavlovická vinárska cyklotrasa v dĺžke 110 km, ktorá je jednou z trás Moravská vinárskej cesty,
- cyklotrasa Krajem Andre (18,6 km) - jedna z najpestrejších miestnych trás, možno na nej spoznať vinárstvo na Velkopavlovicku a rôzne pamiatky súvisiace s vinárstvom v tejto oblasti,
- v poslednom období vyznačená cyklotrasa Modré Hory (31 km) - okruh po vinárskej krajine s krásnymi výhľadmi do okolia, turistickými zaujímavosťami a kvalitnou ponukou vín.

Trasy sú perfektne značené, s možnosťou viacerých zastávok, na trase je ponuka ubytovania, možnosti občerstvenia a ochutnávky vín. Cyklotrasy sú navzájom prepojené a možno ich kombinovať viacerými spôsobmi. Sú napojené aj na neďaleké turistické ciele - Lednicko-Valtický areál, Pálavské vršky a Novomlýnské nádrže, kde sú ďalšie cykloturistické trasy. Turistami sú veľmi obľúbené, pretože sú dobre značené a aj pre ich variabilnosť.

Dobrou službou pre cyklistov sú tri požičovne bicyklov v meste a servis bicyklov.

Zo športovej vybavenosti majú turisti k dispozícii tenisové kurty a futbalový ihrisko, ktoré je prístupný verejnosti.

Návštevníkom chýba kúpalisko - najbližšie je v Nemčičkách (5 km), Hustopeče (10 km), Mikulov (20 km), Břeclav (20 km).

Odporúčania:

- Cykloturistické značenie k rozhľadni Slunečná aktualizovať - doplniť na stránke mesta Velké Pavlovice, v časti Tipy na cyklistické výlety na mape odbočku na cyklotrasu na rozhľadňu Slunečná, je len na mape mesta a nie je vyznačená na iných mapách.
- Doplniť do informácií, okrem požičovní bicyklov aj servis bicyklov v predaj náhradných dielov, čo je veľmi dôležitá služba pre cyklistov.
- Ako už bolo uvedené v časti informácie, bolo vhodné spracovať prospekt s ponukou cykloturistických trás, ktoré prechádzajú Veľkými Pavlovicami aj s ponukou služieb pre nich a novými aktuálnymi informáciami, popisom trás, prevýšením a pod. Veľmi dobre sú spracované regionálne cyklotrasy aj s mapami (Moravská vinárska trasy).

Stravovanie

Stravovanie je slabšou stránkou ponuky v meste, celkove je v meste 6 klasických reštaurácií, jedna pizzéria, jedna vináreň s ponukou jedál.

Hlavné problémy v oblasti stravovacích zariadení v meste sú predovšetkým:

- Nedostatočná kapacita stravovacích zariadení v sezóne, pri zvýšenej návštevnosti obvykle existujúca kapacita nepostačuje a ponuka sezónnych stravovacích zariadení neexistuje.
- Prevádzková doba zariadení, hostia sa nemajú kde naraňajkovať (raňajky poskytujú len penzióny), chýba tiež menšie občerstvenie pre turistov, mimo sezóny a niektoré zariadenia aj v sezóne otvára až popoludní (U Ferdinada, Bowling centrum - restaurace, pizzeria).
- Najmä kvalita a sortiment jedál - chýbajú miestne špeciality v ponuke, v stravovacích zariadeniach je sortiment ponúkaných jedál veľmi podobný.
- V niektorých reštauráciách nie je veľmi útulné prostredie (napr. Vinopa).

Odporúčania:

- V stravovaní by mala podpora smerovať k rozšíreniu a skvalitneniu ponuky. Rozšíriť sortiment aj o tradičné jedlá typické pre danú oblasť.
- Zlepšiť prevádzkovú dobu reštauračných zariadení, rozšíriť možnosti stravovania aj formou drobného občerstvenia, ktoré v meste chýba.
- Dbieť viac aj na estetiku prostredia reštauračných zariadení. Interiér by mal byť primeraný k typu zariadenia (napr. do reštaurácie sa nehodí kaviarenské zariadenie a pod.).
- Zlepšiť profesionalitu obslužného personálu - personál je veľmi ochotný, ale chýba mu profesionalita v obsluhu.

Kultúrne pamiatky

Aj keď kultúrne pamiatky mesta Velké Pavlovice nie sú hlavným turistickým produktom k návšteve, sú vhodným doplnením a spestrením programu pri návšteve mesta.

Mesto má spracovaného sprievodcu „Malý průvodce po Velkých Pavlovicích“, podľa ktorého má návštevník možnosť zoznámiť sa so všetkými kultúrnymi pamiatkami v meste a aj pôvodnými vinárskymi pivničkami. Ponuku pamiatok rozširujú aj historické vinné sklípky (Habánsky vinný sklep) so zachovanými historickými lismi.

Pamiatky sú udržiavané a v dobrom stave, pri ich obnove sa zachováva ich historický vzťah, napr. Kontribučenská sýpka, nedávno obnovená výklenková kaplička - poklona sv. Antonína Paduánskeho).

Mesto tiež pripravuje projekt revitalizácie starého rybníka pri barokovom zámku (po 200 rokoch), obnovia sa mokrade a bude tu centrum enviromentálnej výchovy

V obnovenej sýpke, ktorá je chránený objekt bude centrum moravských tradícií a ubytovacie zariadenie hotelového typu, ktoré vo Velkých Pavloviaciach chýba.

Odporúčania:

- V meste Velke Pavlovice sú ešte zachované historicky veľmi staré vínne pivnice, dokonca jedna so zachovaným dreveným lisom na hrozno. Túto informáciu treba viac zvýrazniť a uviesť ju aj v prospektoch a na internetovej stránke TIC.

Iné atrakcie:

Vo Velkých Pavloviaciach prebieha počas roka veľa akcií, ktoré sú spojené s tradíciami obce, vínom a marhuľami. Tieto akcie priťahujú návštevníkov, ktorí prichádzajú už tradične na tieto akcie v hojnom počte.

Turisticko informačné centrum každoročne pripravuje kalendár kultúrnych, spoločenských, cykloturistických a pre Velké Pavlovice typických vinárskych akcií.

Celá sezóna je zameraná na akcie, ktoré sa konajú prakticky každý týždeň, či už vo Velkých Pavloviaciach alebo v okolitých obciach. Vinárstvo v tejto oblasti má bohaté tradície a väčšina z akcií je preto spojená s vínom.

Prvé akcie začínajú už vo februári plesmi a naplno sa rozbiehajú v apríli a končia sa pred Vianocami vianočným jarmokom. Počas roka sa uskutoční cca 40 akcií.

Najvýznamnejšie akcie sú trojdňové Krojované hody, na prelome leta a jesene Velkopavlovické vinobranie a . Všetky tieto akcie sú spojené s miestnymi bohatými folklórnymi tradíciami. Veľmi obľúbené sú tiež už tradičné dni otvorených pivníc Víno v oranžovom, putovanie po vínnych sklepoch s ochutnávkami nielen vín, ale aj tradičných miestnych špecialít z velkopavlovických marhúľ a tiež Svatovavřinecké otvorené sklepy..

Ďalším turistickým lákadlom je nový turistický areál Nad záhradami s rozhľadňou Slunečná, vybudovaný v roku 2009, v rámci programu cezhraničnej spolupráce SR-ČR. Je oživením turistickej ponuky v oblasti a zároveň najvyšším miestom v okolí s krásnym výhľadom. Konajú sa pod ňou tiež rôzne podujatia a akcie. Súčasťou areálu sú dve stavby štylizované do podoby vinných pivničiek

Zhodnotenie:

- Akcie sú jedných z hlavných veľmi atraktívnych produktov v meste, priťahujú návštevníkov a sú u nich veľmi obľúbené, mesto a okolie robia veľmi známe.
- Sú organizovaná na veľmi dobrej úrovni, viaceré majú dlhoročné tradície. Pomáhajú uchovávať miestne folklórne tradície a zvyky.
- Každoročne pripravuje TIC veľmi praktický Kalendár akcií na príslušný rok vo forme skladačky, obdobne združenie Modré Hory vydáva kalendár akcií, ktoré sa konajú v obciach patriacich do združenia.

Obchodná sieť z pohľadu turistu

Turista má k dispozícii pomerne slušnú obchodnú sieť, v ktorej sú zastúpené všetky obchody, ktoré pri svojom pobyte potrebuje.

Vinárstvo má v oblasti mnohoročnú tradíciu, bolo tu vyšľachtených viacero odrôd vinnej révy (predovšetkým André) a v meste vzniká "sklepní ulička" s cca 25 sklípkami, v niektorých aj

s historickými lisovňami, ktorú pripravuje Spolok Víno z Veľkých Pavlovíc, kde bude aj priestor na rôzne akcie spojených s vínom.

Roztrúsené po meste sú ďalšie vinotéky (cca 28) s ponukou odrôd typických pre túto oblasť (predovšetkým odrody André, Modrý Portugal a Frankovka, biele vína reprezentuje Veltlínske zelené, Rulandské šedé a hlavne aromatické odrody Tramín červený, Pálava, Muškát Moravský a Müller Thurgau.

Vinárska turistika v meste a okolí je veľmi rozvinutá a priláka do oblasti veľký počet návštevníkov. Veľmi aktívny v meste je občianske združenie Spolok Víno z Veľkých Pavlovíc, ktorý každoročne pripravuje obľúbenú akciu Otvorené sklepy.

Zatiaľ v meste chýba vinotéka s ucelenou ponukou vín z miestnych odrôd, jednotlivé vinotéky ponúkajú vína len z vlastnej produkcie.

Celkové stručné zhrnutie:

- Ponuka informačných materiálov o meste a okolí je mimoriadne bohatá, jednak, čo sa týka počtu aj obsahovej stránky.
- Veľmi dobrá ponuka cykloturistických trás a ich značenie.
- Kvalitná ponuka vinárskej turistiky, vínne pivničky, vinári sú skordinovaní, majú spolok vína z Veľkých Pavlovíc a sú veľmi aktívni v príprave rôznych aktivít (vinárska ulička, akcia Otvorené sklepy, obnova historických pivníc a pod.).
- Dobre organizované, nápadité a prítlačivé akcie, každoročne pritiahnú veľký počet turistov, sezóna je zameraná na akcie, takmer každý víkend počas sezóny (krojované hody, sv. Anna pod hviezdami, Velkopavlovické vinobranie, spievanie pod rozhladňou (cimbalová, dychová hudba, country, mužský a detský zbor), prechádzka pod rozhladňou a pod. akcie robia prítlačivo a sú veľmi obľúbené u návštevníkov, každoročne vydávaný kalendár akcií,
- Veľmi dobrá spolupráca s okolitými obcami, spoločné akcie aj s okolitými obcami (spolok Modré hory, združenie Hustopečsko), spoločná propagácia a spoločne prospekty.
- Dobrá fungujúca spolupráca jednotlivých subjektov v meste (mesto, informačná kancelária, ubytovatelia, združenie vinárov...).
- Dobrá spolupráca s družobným mestom Senica, z ktorej vznikli viaceré spoločné projekty (Rozhľadna Slunečná...).
- Stále nové nápady na prítiahnutie návštevníkov - rozširovanie cykloturistických trás, nové atrakcie - napr. rozhľadňa Slunečná a pod., obnovenie farmárskych trhov - výrobky a tovary, aby sa nestratila zručnosť remesiel.

Odporúčenia:

- Zlepšiť možnosti stravovania, skvalitniť ponuku, ponúkať aj tradičné slovácke jedlá, predĺžiť prevádzkovú dobu stravovacích zariadení,
- Zapojiť miestnu výrobu a tradičné výrobky do cestovného ruchu.
- Koordinovať tvorbu prospektov vo Veľkých Pavloviciach, vytvoriť „niečo typické“ čo by bolo na všetkých turistických prospektoch a charakterizovalo by mesto (okrem erbu mesta), venovať sa grafickej stránke propagačných materiálov (úprava, farebnosť, logo a pod.).

- Vytvoriť miesto s ucelenou ponukou miestnych veľkopavlovických odrôd vín, aby si návštevník mohol zoznámiť s celou produkciou vín v oblasti, niečo podobné zatiaľ neexistuje vo Veľkých Pavloviciach a ani okolitých obciach.
- Uvažovať o založení združenia turizmu v meste ktoré by združovalo jednotlivé subjekty v meste, podieľalo by sa na marketingovej stratégii rozvoja, koordinovalo by činnosť turizmu v meste a pripravovalo plány na ďalšie obdobie, členom združenia by bolo aj mesto, čiže rozvoj turizmu by prebiehal koordinovane aj s plánmi mesta.