

**UNIVERZITA KONŠTANTÍNA FILOZOFA V NITRE**  
**FILOZOFICKÁ FAKULTA**

**MOŽNOSTI ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU V OBCI**  
**SMOLENICE**

**Diplomová práca**

Študijný program: kulturológia v špecializácii riadenie kultúry a turizmu

Školiace pracovisko: Katedra manažmentu kultúry a turizmu FF UKF v Nitre

Školiteľ: prof. PhDr. Jaroslav Čukan, CSc.

Konzultant: PhDr. Michala Dubská

**Nitra 2011**

**Bc. Dominika Opálková**



Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre  
Filozofická fakulta

---

## ZADANIE ZÁVEREČNEJ PRÁCE


**Meno a priezvisko študenta:** Dominika Opáľková  
**Študijný program:** kulturológia - riadenie kultúry a turizmu (Jednoodborové štúdium, magisterský II. st., denná forma)  
**Študijný odbor:** 3.1.2 kulturológia  
**Typ záverečnej práce:** Diplomová práca  
**Jazyk záverečnej práce:** slovenský

**Názov:** Možnosti rozvoja cestovného ruchu v obci Smolenice

**Anotácia:** Diplomová práca je zameraná na rozvoj cestovného ruchu v obci Smolenice, atraktivnosť obce, jej prírodný a kultúrno-historický potenciál. Hlavným cieľom práce je poukázať na atraktivnosť obce Smolenice v súvislosti s rozvojom cestovného ruchu a zároveň predložiť návrhy na jej zviditeľnenie.

**Školiteľ:** prof. PhDr. Jaroslav Čukan, CSc.  
**Konzultant:** Mgr. Michala Dubská  
**Oponent:** Mgr. Daniel Poluch  
**Katedra:** KMKT - Katedra manažmentu kultúry a turizmu  
**Vedúci katedry:** prof. PhDr. Jaroslav Čukan, CSc.  
**Dátum zadania:** 23.02.2010

**Dátum schválenia:** 23.09.2010

  
prof. PhDr. Jaroslav Čukan, CSc.  
vedúci/a katedry

## **Čestné vyhlásenie**

Čestne vyhlasujem, že diplomovú prácu som vypracovala samostatne s použitím literatúry, ktorú uvádzam v zozname Literatúra a pramene.

V Nitre dňa 1. 4. 2011

.....  
Bc. Dominika Opáľková

## **Pod'akovanie**

Ďakujem školiteľovi prof. PhDr. Jaroslavovi Čukanovi, CSc. za odbornú pomoc pri zostavovaní diplomovej práce. Zároveň ďakujem konzultantke PhDr. Michale Dubskej za poskytnutie cenných informácií a konzultovanie záverov diplomovej práce.

## **ABSTRAKT**

Práca rozoberá možnosti cestovného ruchu v obci Smolenice. Jej cieľom je poukázať na atraktivnosť obce z hľadiska cestovného ruchu, urobiť prehľad a oboznámiť s jednotlivými prírodnými a kultúrno-historickými zvláštnosťami. A podporiť rozvoj cestovného ruchu v obci zvýšením návštevnosti a predĺžením pobytu návštevníkov prostredníctvom produktových balíkov. Práca opisuje atraktívnu polohu Smoleníc, bohatý prírodný potenciál (blízkosť Malých Karpát, národná prírodná rezervácia dolina Hlboče, jaskyňa Driny) a kultúrno-historický potenciál (Smolenický zámok, Kostol Narodenia Panny Márie, Múzeum Molpír, archeologické nálezisko Molpír, pamiatky spojené so Štefanom Baničom rodákom zo Smoleníc). V práci je prezentovaná aj história obce. Popri prírodnom a kultúrno-historickom potenciáli cestovného ruchu práca poukazuje aj na značne rozvinutú sieť ubytovacích a stravovacích zariadení, ponuku služieb a existenciu turisticko-informačnej kancelárie Infotours. Ďalej práca informuje o možnostiach cykloturistiky, hustej sieti značených turistických trás a o organizovaných podujatiach s vysokou návštevnosťou nadlokálneho významu. Súčasťou práce je i analýza potenciálu záujmového územia a prehľad o návštevníkoch, dĺžke trvania návštevy, dôvodoch návštevy prostredníctvom dotazníka. Prínos práce spočíva vo vytvorení viacerých produktových balíkov, vrátane popisu produktu, cieľovej skupiny, propagácie a distribúcie. Produktové balíky, ako výsledok práce, uľahčia potenciálnym návštevníkom orientáciu vo vybranej lokalite, ušetria čas a námahu pri hľadaní jednotlivých služieb. Taktiež sú pre zákazníka cenovo výhodnejšie. Prostredníctvom balíkov sa zvýši návštevnosť mimo sezóny a docieli sa zotrvanie návštevníkov na dlhšie ako jeden deň.

**Kľúčové slová:** rozvoj cestovného ruchu, prírodný potenciál, kultúrno-historický potenciál, produktový balík

## **ABSTRAKT**

Die Abschlußarbeit handelt über der Möglichkeiten des Reiseverkehrs in der Ortschaft Smolenice. Ihr Ziel ist auf die Atraktivität der Ortschaft aus dem Reiseverkehrsgesichtspunkt hinzuweisen und auf die einzelnen natürlichen und Kulturhistorischen Besonderheiten unterweisen. Die Entwicklung des Reiseverkehrs in der Ortschaft durch die verlängerung der Unterkunftszeit der Besucher mit Produktbündel zu unterstützen. Die Abschlußarbeit beschreibt die attraktive Lage der Gemeinde Smolenice, das vielfältige Naturpotenzial (die nähe der Kleinen Karpaten, das Flusstal Hlboca Naturschutzgebiet, die Höhle Driny) und Kulturhistorisches Potenzial (Schloss Smolenice, die Kirche der Geburt der Jungfrau Maria, das Museum Molpir, die Archeologische Fundstätte Molpir, die Stefan Banic Denkmäler). Die Historie der Gemeinde ist in der Abschlußarbeit auch präsentiert. Nebenbei dem Kulturhistorischen Potenzial für Reiseverkehr deutet die Abschlußarbeit auch auf das ziemlich entwickelte Netz von Verköstigungs und Unterkunftseinrichtungen, die vielfalt der Dienstleistungen und die Existenz der Infotours Tourismus-Informationskanzlei hin. Weiterhin informiert die Abschlußarbeit über die möglichkeiten der Cyklotouristik, der vielen markierten Wanderwege und der organisierten Unternemen mit hoher Besucherzahl. Ein Bestandteil der Abschlußarbeit ist eine Potenzialanalyse des Interessegebietes und eine Übersicht von den Besuchern, Aufenthaldauer und Gründen des Aufenthaltes durch Umfrage. Der Beitrag der Abschlußarbeit liegt in der erstellung von mehreren Produktbündel inkluzive der Beschreibung der Produkte, der Zielgruppe, Propagation und Distribution. Die Produktbündel als das Ergebnis der Abschlußarbeit werden den potenzionellen Besuchern die Orientierung in der Lokalität erleichtern, die Zeit und Mühe mit suchen der einzelnen Dienstleistungen sparen. Für den Kunden sind die Produktbündel auch preisgünstiger. Durch die Bündel wird sich sie Besuchrate außerhalb der Saison erhöhen und die Aufenthaldauer wird von einem Tag verlängert.

**Schlüsselwörter:** Entwicklung des Reiseverkehrs, Naturpotenzial, Kulturhistorischer Potenzial, Produktbündel

ÚVOD.....	9
1 CIELE PRÁCE .....	10
2 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA.....	11
3 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ.....	13
3.1 Marketing v cestovnom ruchu .....	13
3.2 Nástroje marketingového mixu.....	13
3.2.1 Produkt.....	14
3.2.2 Cena .....	15
3.2.3 Distribúcia.....	16
3.2.4 Marketingová komunikácia .....	17
3.3 Marketingový mix v oblasti služieb.....	18
3.3.1 Ľudia .....	18
3.3.2 Balíky služieb .....	18
3.3.3 Programovanie .....	19
3.3.4 Spolupráca .....	20
3.4 Destinačný marketing .....	20
4 VYMEDZENIE ZÁUJMOVÉHO ÚZEMIA .....	23
5 LOKALIZAČNÉ PREDPOKLADY .....	25
5.1 Prírodné predpoklady.....	25
5.1.1 Reliéf.....	25
5.1.2 Klíma a vodstvo .....	27
5.1.3 Rastlinstvo a živočíšstvo.....	28
5.2 Kultúrnohistorické predpoklady .....	29
5.2.1 História obce Smolenice .....	29
5.2.2 Kultúrnohistorické pamiatky .....	31
5.2.3 Kultúrne zariadenia a kultúrne podujatia.....	33
5.2.4 Športové podujatia .....	34
6 REALIZAČNÉ PREDPOKLADY .....	36
6.1 Komunikačné predpoklady .....	36
6.2 Materiálno - technická základňa .....	37
6.2.1 Ubytovacie zariadenia.....	37
6.2.2 Stravovacie zariadenia .....	39
6.2.3 Dopravné zariadenia .....	41
6.2.4 Iné zariadenia.....	42
7 ANALÝZA POTENCIÁLU ZÁUJMOVÉHO ÚZEMIA .....	44
7.1 SWOT analýza záujmového územia.....	44
7.2. Analýza návštevníkov prostredníctvom dotazníkového prieskumu .....	46
8 NÁVRH PRODUKTOVÝCH BALÍKOV NA PODPORU ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU V OBCI .....	56
8.1 Produktový balík „Smolenice krížom – krážom“ .....	56
8.1.1 Popis produktu .....	56
8.1.2 Cieľová skupina .....	57
8.1.3 Cenová kalkulácia.....	57
8.2 Produktový balík „Víkend v Smoleniciach s nádychom histórie“ .....	58
8.2.1 Popis produktu .....	58
8.2.2 Cieľová skupina .....	59
8.2.3 Cenová kalkulácia.....	59
8.3 Produktový balík „Relax počas konferencie“ .....	59
8.3.1 Popis produktu .....	59

8.3.2 Cieľová skupina .....	60
8.3.3 Cenová kalkulácia .....	60
8.4 Propagácia a distribúcia produktových balíkov .....	61
8.5 Informačné minimum o navštívených pamiatkach .....	61
ZÁVER .....	65
LITERATÚRA A PRAMENE .....	67



## ÚVOD

Cestovný ruch sa v 20. storočí zaradil medzi významné spoločenské a ekonomické fenomény. Domáci cestovný ruch je dôležitou zložkou spotreby obyvateľstva, ako aj formou jeho regenerácie a upevňovania zdravia. Súčasne umožňuje rozvíjať sociálne kontakty a má vplyv na úroveň spokojnosti občanov. Prispieva k zvyšovaniu životnej úrovne.

Cestovný ruch je jedno z najdynamickejších rastúcich odvetví vo svete. Ak je v štáte dostatočne rozvinuté je preň obrovskou devízou a zdrojom príjmov do štátneho rozpočtu. Dôležitým prvkom prosperity cestovného ruchu je okrem propagácie aj tvorba a ponuka produktových balíkov v turistických centrách. Tvorba balíkov znamená konkrétne zostavenie vzájomne sa dopĺňujúcich služieb do komplexnej ponuky, obvykle za jednotnú cenu. Komplexná ponuka produktového balíka ako celku jednotlivých služieb, je pre potenciálneho návštevníka oveľa výhodnejšia ako neprehľadná ponuka množstva samostatných služieb.

Témou práce sú možnosti rozvoja cestovného ruchu v Smoleniciach. Podnetom pre výber témy sú aj vlastné poznatky a skúsenosti. Obec je existenciou atraktívnych lokalizačných a realizačných predpokladov predurčená pre rozvoj cestovného ruchu. Na území obce sa sústreďuje niekoľko prírodných a kultúrno-historických zaujímavostí. Okrem nich predstavuje lákadlo pre turistov sieť cyklotrás a turistických chodníkov v okolí, ako aj pripravovanie stále viac známejších kultúrnych podujatí.

Obec síce disponuje bohatými prírodnými a kultúrnymi predpokladmi, ale existujú určité medzery, ktoré je potrebné bližšie definovať a poskytnúť adekvátne riešenie. Cestovný ruch v Smoleniciach nemá výraznejšie stúpajúcu tendenciu. Návrhy uvedené v práci si vyžiadala spoločenská aktuálnosť sledovaného problému, nakoľko cestovný ruch je stále viac v popredí. Práca má prispieť k možnému rozvoju obce. Cieľom práce je obec zviditeľniť a zatraktívniť pre turistov, ako aj dosiahnuť zvýšenie návštevnosti a počtu prenocovaní.

## 1 CIELE PRÁCE

Hlavným cieľom diplomovej práce je zvýšiť návštevnosť a počet prenocovaní v Smoleniciach, a tým zlepšiť a podporiť cestovný ruch. Zároveň zmapovať a opísať jednotlivé prírodné pozoruhodnosti a kultúrno-historické pamiatky v záujmovom území. V práci je analyzovaná problematika marketingu v cestovnom ruchu a marketingu destinácie. Problematika sa zameriava predovšetkým na marketingový mix a teóriu v oblasti produktových balíkov. K charakteristike obce Smolenice patrí aj vymedzenie územia. Poloha obce je v práci opísaná z viacerých hľadísk. V práci sú definované činitele, ktoré majú značný vplyv na rozvoj cestovného ruchu. Ide o lokalizačné a realizačné predpoklady cestovného ruchu. Práca popisuje jednotlivé prírodné a kultúrne pamiatky a formy cestovného ruchu, ktoré majú v Smoleniciach a okolí perspektívu. Zameriava sa aj na opis kultúrnych a športových podujatí, ktoré sa v obci každoročne konajú. Popri charakteristike spomínaných pozoruhodností je dôležité načrtnúť i materiálno-technickú základňu obce, teda urobiť analýzu ubytovacích, stravovacích, informačných a dopravných služieb. Prostredníctvom SWOT analýzy je v práci zadefinované rámcové zhodnotenie obce z hľadiska cestovného ruchu. Pomocou dotazníkového prieskumu uskutočním rozbor návštevníkov Smoleníc. Vyvodzujem dôsledky slabej návštevnosti a dovoľujem si vysloviť predpoklad, že väčšina turistov sem prichádza len na jeden deň. Za účelom zvýšenia návštevnosti a predĺženia pobytu turistov navrhmem produktové balíky, ktoré obec zviditeľnia a prilákajú potenciálnych návštevníkov zo širšieho okolia a zahraničia.

## 2 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA

Diplomová práca pozostáva z ôsmich kapitol, ktoré sú ďalej rozdelené na podkapitoly a state. V úvodnej kapitole sa venujem problematike marketingového mixu v cestovnom ruchu, ako aj marketingu destinácie, z ktorých terminológiou sa stotožňujem. V druhej kapitole popisujem vymedzenie záujmového územia, kde uvádzam polohu Smoleníc a ich zaradenie do regiónu na základe rôznych prístupov. V ďalšej kapitole charakterizujem lokalizačné predpoklady rozdelené na prírodné a kultúrohistorické predpoklady. V prírodných predpokladoch dávam do pozornosti reliéf, klímu, vodstvo, rastlinstvo a živočíšstvo záujmového územia a ich vplyv na rozvoj jednotlivých foriem cestovného ruchu. Do kultúrohistorických predpokladov zaraďujem históriu obce, kultúrohistorické pamiatky, kultúrne zariadenia a kultúrne podujatia a športové podujatia. V nasledujúcej kapitole rozoberám realizačné predpoklady, ktoré sa delia na komunikačné predpoklady a materiálno-technickú základňu. V materiálno-technickej základni sa venujem ubytovacím, stravovacím, dopravným a iným zariadeniam (turisticko-informačná kancelária, podniky služieb) v Smoleniciach. V siedmej kapitole diplomovej práce som rozpracovala SWOT analýzu obce, ktorá napovedá o stave turizmu a perspektívach rozvoja cestovného ruchu. Súčasťou kapitoly je aj dotazník určený návštevníkom obce. Na základe dotazníka získam analýzu jednotlivých turistov a návštevníkov. V záverečnej kapitole podrobne rozpracovávam návrh produktových balíkov na podporu rozvoja cestovného ruchu v Smoleniciach.

Najpodstatnejšou fázou pri koncipovaní práce bolo zhromažďovanie informácií a údajov z kníh, publikácií či elektronických prameňov. Fakty sú zoradené v logickej a časovej postupnosti. V rámci bibliografického prieskumu som navštívila Univerzitnú knižnicu v Nitre a knižnicu Juraja Fándlyho v Trnave. Východiskovými informáciami bola literatúra o marketingu v cestovnom ruchu a literatúra o Smoleniciach a ich pamiatkach. Neoddeliteľnou súčasťou práce sú fotografie jednotlivých pamiatok. Nachádzajú sa v prílohách za textom. Použijem vlastné fotografie a obrázky umiestnené na internetových stránkach.

Dôležitou časťou práce je vypracovanie SWOT analýzy obce. Nasleduje vytvorenie dotazníka, ktorým získam prehľad o návštevníkoch, dôvodoch návštevy, najnavštevovanejších pamiatkach, dĺžke pobytu. Získané odpovede spracujem, analyzujem a číselne vyhodnotím, pričom aplikujem matematicko-štatistickú metódu, tvorbu grafov.

Zo základných metód výskumu som využila indukciu a dedukciu. Časť informácií bola skúmaná aj pozorovaním. V závere práce posúdim, do akej miery sa mi podarilo dosiahnuť vytýčené ciele.

## **3 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ**

### **3.1 Marketing v cestovnom ruchu**

Slovo marketing sa stáva bežnou súčasťou slovníka každého z nás. Väčšina sa mylne domnieva, že predmetom tejto disciplíny je len predaj výrobkov a služieb, propagácia, prípadne prieskum trhu. Moderný marketing je podstatne zložitejší. Podieľa sa na vývoji a zdokonaľovaní výrobkov a služieb, ovplyvňuje distribučnú a cenovú politiku. Taktiež je úzko spojený s propagačnou činnosťou. Ovplyvňuje vývoj a výrobu, úzko súvisí s rozhodovaním o rozdelení finančných zdrojov, je spojený s organizáciou predaja a zasahuje aj do oblasti personálnej politiky (HORÁKOVÁ 1992 : 15).

Hlavným pravidlom v službách je orientácia na zákazníka. Marketing umožňuje identifikovať a rozvíjať potreby a požiadavky spotrebiteľa. V súlade s jeho potrebami mu ponúka produkt, ktorý mu prinesie želaný úžitok a uspokojenie. Úloha marketingu je ponúkať produkty správnym zákazníkom v správnom čase za správne ceny správnymi sprostredkovateľmi a s využitím primeranej propagácie (BOROVSKÝ a kol. 2008: 104).

„Marketing v cestovnom ruchu je systematické a koordinované zameranie podnikateľskej politiky podnikov cestovného ruchu, ako aj súkromnej a štátnej politiky cestovného ruchu na miestnej, regionálnej, národnej a medzinárodnej úrovni na čo najlepšie uspokojovanie potrieb určitej skupiny spotrebiteľov pri dosahovaní primeraného zisku“ (FERNER 1993 : 10).

### **3.2 Nástroje marketingového mixu**

Marketingový mix operatívne a prakticky konkretizuje proces marketingového riadenia. Jedná sa o súbor kontrolovateľných marketingových premenných, ktoré vhodne zvolenou kombináciou umožňujú firme či organizácii (miestu i jednotlivcovi) dosiahnuť ich cieľov pomocou uspokojenia potrieb a želaní a aj riešenie problému cieľového trhu.

Klasická podoba marketingového mixu je tvorená štyrmi prvkami, tzv. 4P – produkt – produkt, price – cena, place – miesto, distribúcia, promotion – marketingová komunikácia. V oblasti služieb cestovného ruchu sú k základným štyrom prvkom marketingového mixu priradené aj ďalšie prvky, a to people – ľudia, packaging – balíčky

služieb, programming – tvorba programov, partnership – spolupráca, partnerstvo (JAKUBÍKOVÁ 2009 : 185).

Marketingový mix sa využíva na komplexné uspokojovanie potrieb zákazníka od poznania potreby cez ponuku a predaj produktu až po získanie spätnej väzby, či a akým spôsobom bola spotreba uspokojená. Treba brať na vedomie, že marketingové úsilie v sektore služieb sa končí až po jej spotrebe, nie momentom predaja, ako je to pri hmotných statkoch.

Pravidlá marketingového riadenia spočívajú vo vzájomnom prepojení a harmónii všetkých zložiek marketingového mixu a ich smerovaní k absolútnemu úžitku konzumentov. Ak nebude fungovať čo len jeden nástroj, ohrozí sa tým úspešnosť podnikania (BOROVSKÝ a kol. 2008: 106).

### **3. 2. 1 Produkt**

Za produkt sa považuje to, čo možno na trhu ponúknuť do pozornosti, na získanie, na používanie alebo na spotrebu, čo má schopnosť uspokojiť želanie alebo potrebu druhých ľudí. Produkt je čokoľvek hmotné aj nehmotné. Produktom môže byť výrobok, služba, myšlienka, osoba, organizácia, kultúrny výtvor, miesto a pod.

Produkty môžeme klasifikovať z viacerých hľadísk – podľa charakteristických vlastností produktu, podľa doby používania, podľa toho ako ich spotrebiteľia nakupujú (JAKUBÍKOVÁ 2009 : 203).

Produkt je podstatou marketingu cestovného ruchu. Tvorba a dodanie produktu je hlavnou činnosťou odvetvia cestovného ruchu. Zákazníkovi poskytuje úžitkovú hodnotu, ktorú potrebuje a vyžaduje. Okrem samotnej podstaty produktu sú jeho súčasťou aj ostatné abstraktné a symbolické okolnosti, ktoré kúpu sprevádzajú (napr. obal, imidž, obchodná značka). Všetky zložky produktu vytvárajú súhrnný celok, ktorý kupuje zákazník a musí pre zákazníka predstavovať hodnotu (BOROVSKÝ a kol. 2008: 107).

Produkt je kľúčovou stavebnou jednotkou marketingových aktivít. Mal by konkretizovať potreby, želania, požiadavky a očakávania spotrebiteľov, zodpovedať svojim typickým vlastnosťami vyžadovanému úžitku a účelu využitia. Produkt sa skladá z niekoľkých vrstiev, teda úrovní:

- jadro produktu (formálny produkt, základný produkt) je to, čo zákazník skutočne kupuje, alebo to čo si myslí, že kupuje. Jadro znamená splnené želania

a riešenie problému zákazníka, naplnenie jeho túžob aj očakávaní. Predstavuje základný úžitok, ktorý mu produkt prináša.

- vlastný (skutočný, reálny) produkt vyjadruje komplex charakteristických vlastností, ktoré zákazník od produktu vyžaduje. Je predmetom konkurenčného úsilia. Zahŕňa niekoľko typických znakov: prevedenie, úroveň kvality, štýl, dizajn, značku, obal.
- rozšírený, širší produkt by mal vyriešiť všetky problémy zákazníka. Obsahuje ďalšie dodatočné služby a hodnoty, ktoré zákazník jeho nákupom získava. Ide o záručné doby, odbornú inštruktaž, poradenstvo a iné. Konkurenčný boj prebieha predovšetkým na úrovni rozšírených služieb (JAKUBÍKOVÁ 2009 : 190-191).

Produkt cestovného ruchu má obmedzenú životnosť, preto je nevyhnutné stále ho prispôbovať meniacim sa potrebám zákazníkov. Produkt cestovného ruchu je zložitý súbor heterogénnych prvkov, ako napríklad:

- dedičstvo prírodných, kultúrnych, umeleckých, historických alebo technologických zdrojov,
- vybavenosť,
- výhodné dopravné podmienky,
- prírodné činitele,
- všeobecné činitele existencie a spoločenskej aktivity,
- všeobecná infraštruktúra a materiálno-technická základňa.

Produkty v cestovnom ruchu treba chápať v užšom a širšom zmysle slova. V užšom zmysle slova produkty uspokojujú čiastkové požiadavky, ktoré plnia základné potreby účastníka cestovného ruchu ako ubytovanie, stravovanie, doprava. Tieto produkty poskytujú konkrétni podnikatelia. V širšom zmysle slova je produktom destinácia a jej súhrnné pôsobenie na zákazníka (BOROVSKÝ a kol. 2008: 107).

### **3. 2. 2 Cena**

Cena a cenová politika sú základom úspešného marketingu akéhokoľvek produktu. Ceny musia byť na jednej strane vyvážené tak, aby zákazníci boli ochotní zaplatiť a na strane druhej, aby priniesli zodpovedajúci zisk. Zároveň sú signálom kvality, ktorú zákazník získava poskytnutím služby a odrazom špecifických vlastností služieb (BOROVSKÝ a kol. 2008: 108 - 109).

Ferner (1993 : 32) uvádza „Tvorba cien závisí:

- od rozsahu a kvality služby,
- od výpočtu vlastných nákladov ponúkajúceho,
- od postavenia na trhu, od dopytu a od ochoty hostí vydávať peniaze,
- od konkurenčného prostredia a od formy trhu.“

Pri vzniku ceny produktov cestovného ruchu treba vychádzať z hodnotenia cien konkurencie, z marketingových stratégií, treba brať do úvahy aj záujem o príslušný produkt a jeho nákladovú stránku a taktiež fakt, že drvivá časť produktov závisí iba v malej miere od vzniku priamych nákladov. To znamená, že rozhodujúca časť nákladov existuje bez ohľadu na to, či sa produkty predávajú. Je častým javom, ak mimo sezóny, alebo v iných prípadoch zníženého dopytu poskytovateľa výrazne znižujú ceny (BOROVSKÝ a kol. 2008: 115).

### **3. 2. 3 Distribúcia**

Distribúcia je pohyb produktov alebo služieb od výrobcu k spotrebiteľovi. Podstatou distribúcie je zaistiť presun tovarov od výrobcu, tak aby zákazník mohol zakúpiť potrebný výrobok na mieste, v čase a v množstve, ktoré mu vyhovuje (HORÁKOVÁ 1992 : 199). Distribúcia znamená aj najlepšiu cestu a najlepší spôsob, akým dať do obehu vytvorený produkt, a ako tento produkt na trhu uplatniť. Predstavuje tiež výber miesta, kde bude služba poskytnutá (BOROVSKÝ a kol. 2008: 111).

Anglický termín place nie je len distribúcia, ale zahŕňa aj samotné miesto predaja. Jeho imidž, atmosféra a personál sú veľakrát tie faktory, ktoré nielenže majú vplyv na nákupný rozhodovací proces zákazníka, ale ovplyvňujú aj jeho spokojnosť.

Pohyb tovarov a služieb od výrobcu je zabezpečovaný pomocou distribučných ciest. Tie sa delia na priame a nepriame. Ak výrobca dodáva tovar alebo službu priamo konečnému spotrebiteľovi, ide o priamu distribučnú cestu. Nepriama distribučná cesta znamená, že medzi výrobcom a spotrebiteľom existujú rôzne medzičlánky, teda sprostredkovatelia (JAKUBÍKOVÁ 2009 : 217).

„Metóda odbytu v cestovnom ruchu sa odlišuje od metódy v ostatných odvetviach v jednom podstatnom bode – hosť spotrebúva výkony až v mieste oddychu, v mieste bydliska môže získať len nárok na rekreačné služby. Zakúpené služby nemôže ani vidieť, ani vyskúšať. Preto je pri predaji veľmi dôležitý aktívny a podľa možnosti osobný kontakt so zákazníkom“ (FERNER 1993 : 78).



### 3. 2. 4 Marketingová komunikácia

Marketingová komunikácia označuje prostriedky, ktorými sa firmy pokúšajú informovať spotrebiteľov a priamo alebo nepriamo im pripomínať produkty a značky, ktoré predávajú. Sprostredkováva informačný tok spôsobom výhodným pre obe strany - výrobu aj spotrebiteľa. Pre výrobcu znamená najmenej nákladný prístup k trhu podstatného rozsahu. Spotrebiteľovi pomáha pri ľahšej orientácii na trhu a teda aj k uskutočneniu výhodnejšej voľby pri nákupe produktov alebo služieb (HORÁKOVÁ 1992 : 265). Cieľom marketingovej komunikácie je oboznámiť a presvedčiť možných zákazníkov o prednostiach produktu, podnietiť ich ku kúpe, vytvoriť verných zákazníkov, zvýšiť frekvenciu a objem nákupu.

Tradičný komunikačný mix tvorí:

- *reklama* – akákoľvek platená forma nepriamej prezentácie a propagácie produktov alebo služieb prostredníctvom masovokomunikačných prostriedkov,
- *práca s verejnosťou (PR)* – vytváranie a pestovanie dobrých vzťahov s verejnosťou pomocou komerčne dôležitých správ v médiách. Na tento účel sa vydávajú publikácie, výročné správy, organizujú sa semináre, prednášky. V cestovnom ruchu sa pozývajú novinári zo zahraničia, aby im poskytovatelia služieb osobne sprostredkovali zážitok v destinácii, o ktorom následne napíšu v zahraničnej tlači,
- *podpora predaja* – ide o krátkodobé a nepravidelné obchodné podnety stimulujúce spotrebiteľa alebo odberateľa ku kúpe výrobku či služby. Má podobu rozličných kupónov, zliav, spotrebiteľských súťaží,
- *osobný predaj* – uskutočňuje sa ústnou prezentáciou s jedným alebo viacerými potenciálnymi kupujúcimi s úmyslom uskutočniť predaj. Jeho cieľom je predstaviť produkt alebo službu potenciálnemu zákazníkovi,
- *priamy marketing* – požíva priame cesty na oslovenie zákazníkov a na doručenie produktov zákazníkovi bez použitia marketingových medzičlánkov.

Medzi nové formy komunikácie sa zaraďuje kreatívna, emocionálna, inovatívna, integrovaná komunikácia, kreatívna publicita, event marketing, mobilný marketing a iné (JAKUBÍKOVÁ 2009 : 259).

### **3. 3 Marketingový mix v oblasti služieb**

#### **3. 3. 1 Ľudia**

Ľudia priamo či nepriamo ovplyvňujú kvalitu produktov a spokojnosť zákazníka. Ľudia a ich spolupráca môže byť silnou, ale aj slabou stránkou cestovného ruchu. Na jednej strane pôsobia pracovníci, ktorí sú nositeľmi, poskytovateľmi služieb a na strane druhej hostia, ktorí tieto služby spotrebovávajú.

Primárnymi účastníkmi vzťahu s klientmi sú tí podnikatelia a ich pracovníci, ktorí sa priamo podieľajú na poskytovaní služieb cestovného ruchu a so zákazníkmi prichádzajú do osobného kontaktu (sprievodcovia, animátori, pracovníci penziónov, cestovných kancelárií). Sekundárnymi účastníkmi sú bežní obyvatelia stredísk cestovného ruchu zamestnaní v iných oboroch ako cestovný ruch (zamestnanci bánk, poštovní úradníci). Do styku so spotrebiteľmi prichádzajú zriedkavo a nie z podstaty ich zapojenia do služieb cestovného ruchu. V cestovnom ruchu je nevyhnutné, aby všetci tí, ktorí prichádzajú do priameho kontaktu so zákazníkmi mali profesionálne komunikačné zručnosti, ale aj odborné a jazykové predpoklady (BOROVSKÝ a kol. 2008: 112).

Mnoho služieb vyžaduje aktívne zapojenie zákazníka do procesu poskytovania služby. Spotrebiteľ sa stáva spoluproducentom služby. Tým môže prísť k zlepšeniu, ale aj naopak k zhoršeniu kvality služby. Miera spoluúčasti zákazníka sa líši (JAKUBÍKOVÁ 2009 : 266).

#### **3. 3. 2 Balíky služieb**

Označenie balík služieb sa používa pre dve a viac služieb rezervovaných alebo zakúpených podľa želania zákazníka za jednu cenu alebo môže ísť o vopred pripravený súbor služieb. V cestovnom ruchu znamená balík služieb aj komplexnú ponuku vzájomne sa dopĺňajúcich služieb, obvykle za jednotnú cenu.

Základom balíka v destinácii cestovného ruchu pri viacdennom pobyte býva ubytovanie, ku ktorému sa môžu pričleniť ďalšie služby ako je stravovanie, návšteva prírodných a kultúrnych pamiatok, ochutnávky, doprava. Balíky pomáhajú prilákať turistov hlavne v období mimo sezónu. Pre zákazníka je kúpa balíku výhodnejšia, pretože jeho cena je obvykle nižšia ako súčet cien jednotlivých položiek.

Výhody balíkov z pozície zákazníka:

- väčšie pohodlie (šetrí čas a úsilie pri hľadaní jednotlivých služieb),
- možnosť vopred plánovať výdaje na cesty,
- bezpodmienečné zaistenie trvalej kvality,
- lacnejší nákup (zostavovatelia balíkov služieb nakupujú vo väčšine prípadov služby vo veľkom, dostanú tak zľavy za hromadný nákup),
- uspokojovanie špecializovaných záujmov,
- nový rozmer cestovania a stravovania mimo domu.

Výhody balíkov zo strany organizátorov:

- zvyšovanie záujmu v období mimo sezónu,
- zvyšovanie príťažlivosti pre špecifické cieľové trhy,
- atraktivnosť pre nové cieľové trhy,
- využívanie doplnkových zariadení, atraktivít a spoločenských udalostí,
- zvýšenie tržby na jedného zákazníka a predĺženie dĺžky pobytu,
- podnietenie opakovaného a častejšieho využívania,
- rastúca spokojnosť zákazníka.

Za organizátorov možno pokladať sprostredkovateľov (cestovné kancelárie, cestovné agentúry, turisticko-informačné kancelárie), dodávateľov (majiteľov ubytovacích a stravovacích zariadení) a v neposlednej rade aj dopravcov (autobusové, železničné spoločnosti).

Balíky služieb môžeme klasifikovať podľa niekoľkých hlavných kategórií:

- podľa súčastí balíka služieb - ubytovanie so stravovaním, kombinácia rôznych druhov dopravy, zájazd so sprievodcom,
- podľa cieľového segmentu trhu - balíky zahrňujúce služby incentívnych pobytov, konferencie, rodinné dovolenky,
- podľa dĺžky trvania - zimné pobyty na horách, letné pobyty pri vode, mimosezónne balíky, víkendové balíky,
- podľa špecifických podmienok programov - charterové zájazdy (JAKUBÍKOVÁ 2009 : 266).

### **3.3.3 Programovanie**

Programovanie je neoddeliteľnou súčasťou tvorenia balíkov služieb, pretože správnym doplnením a programovaním služieb v balíku sa zvyšuje ich predaj.

Programovanie je určitým rozšírením produktu v zmysle prepojenia a kombinácie rady služieb s orientáciou na potreby klientov, pri využití špecializovaných činností, programov alebo udalostí, ktoré zvyšujú objem predaja. Programovanie a tvorba balíkov stimuluje dopyt po destináciách a nárast predaja, a to najmä v mimosezónnych obdobiach. Organizácie destinačného marketingu často využívajú spoločenské udalosti, kultúrne a športové akcie a ďalšie atraktivity v rámci kooperácie, ktorá je pri tvorbe balíkov a programovaní nevyhnutná. Balíky spolu s tvorbou programov plnia päť rozhodujúcich úloh v marketingu cestovného ruchu:

1. zamedzujú pôsobeniu faktoru času,
2. zlepšujú výnosnosť,
3. balíky a programy znamenajú efektívny prostriedok pri segmentácii trhu a pri pokuse zladit' ponuku s potrebami špecifických skupín zákazníkov,
4. pri správnej kombinácii vytvárajú oveľa prítťažlivejšiu a zaujímavejšiu ponuku produktov,
5. spájajú navzájom nezávislé organizácie a podniky cestovného ruchu.

### **3.3.4 Spolupráca**

Cestovný ruch je odvetvie, ktoré značne závisí od dobrej spolupráce rôznych subjektov. Za spoluprácu možno pokladať súčinnosť dvoch alebo viacerých subjektov zainteresovaných na rozvoji cestovného ruchu či na poskytovaní služieb súvisiacich s cestovným ruchom. Medzi poskytovateľmi služieb cestovného ruchu existuje síce konkurencia, ale prednosť by mala mať spolupráca. Spolupráca rozširuje možnosti ponuky, šetrí firmám a organizáciám náklady a pomáha znižovať riziká súvisiace s podnikaním. Kooperácia môže prebiehať na horizontálnej aj vertikálnej úrovni. K spolupráci by malo prísť nielen medzi jednotlivými subjektmi cestovného ruchu, ale aj podnikateľským a verejným sektorom (JAKUBÍKOVÁ 2009 : 267 - 272).

### **3.4 Destinačný marketing**

Pojem destinácia sa chápe ako súbor aktivít v určitom mieste alebo oblasti, na ktoré nadväzuje komplex služieb (ubytovacie, dopravné, prírodné atrakcie, atrakcie vytvorené človekom, športové strediská a iné). Ako také teda nie sú samostatným produktom.

Destinácia cestovného ruchu predstavuje navzájom si konkurujúce jednotky, ktorých všeobecným zámerom je regulovaný či neohraničený predaj. Každá destinácia konkuruje iným destináciám s úmyslom nájsť viac turistov, a tým zrealizovať viac tržieb z cestovného ruchu. Za návštevu destinácie sa neúčtujú žiadne ceny. Zákazníci hradia len využitie jednotlivých služieb ako časti produktu destinácie. (PALATKOVÁ 2006 : 43).

Destinácia je určená vzdialenosťou a veľkosťou zdrojového trhu, a tak sa národná, regionálna a lokálna úroveň prelínajú a nemožno ich striktne oddeliť. Taktiež nemožno považovať regionálnu (lokálnu) rovinu za menej významnú a národnú za významnejšiu.

Destinačný marketing je manažérska funkcia, ktorej úlohou je pokryť všetky aktivity a procesy stretávania sa ponuky a dopytu so zameraním na uspokojovanie zákazníckych požiadaviek a vylepšovanie trhového postavenia. Zaoberá sa súvislými, koordinovanými aktivitami spätými s efektívnou distribúciou produktu destinácie na cieľové trhy. Obsahuje nariadenia o zložení produktu, budovaní značky, tvorbe ceny, trhovej segmentácii, propagácii a distribúcii.

Destinačný marketing realizujú orgány verejného sektora, aj preto je plnenie jeho cieľov zložitejšie. Majú skôr charakter politických cieľov než sociálnych, zameraných hlavne na nadobúdanie peňažných prostriedkov od investorov a turistov, ktorí navštívia daný región.

Subjekty realizujúce destinačný marketing sa usilujú cielene propagovať produkt destinácie tvorbou balíkov služieb na propagáciu špeciálnych podujatí či tematických zájazdov zameraných na poznávanie kultúry oblasti (BOROVSKÝ a kol. 2008: 118).

Marketing destinácie stojí na piatich stavebných prvkoch:

1. filozofia orientácie na zákazníka,
2. analytické postupy a koncepty nutné na rozvoj filozofie,
3. techniky zberu dát,
4. plánovacie funkcie a okruh strategických rozhodnutí,
5. organizačná štruktúra nutná na uskutočnenie plánu.

Popri termíne destinačný marketing existuje aj termín destinačný manažment. Manažment destinácie je stratégia a cesta pre regióny, ktoré sa koncentrujú na spoločný rozvoj, organizáciu a predaj svojich kľúčových konkurenčných výhod. Týmto spôsobom vznikajú destinácie, ktoré ponúkajú zorganizovaný reťazec služieb. Ten zahŕňa celý proces od informácie a pohodlnú rezerváciu cez bezchybný priebeh pobytu až po návrat domov. Manažment destinácie predstavuje širší pojem zahrňujúci okrem marketingových

aktivít i všetky vnútorné aktivity destinácie, avšak aj v teórii i v praxi sa oba pojmy prekrývajú (PALATKOVÁ 2006 : 23).

Možno teda povedať, že medzi marketingom destinácie a manažmentom destinácie existuje úzka spojitosť, o čom svedčia väzby jednotlivých zložiek marketingu a manažmentu destinácie.

**Tabuľka 1** Vzťah súčastí manažmentu a marketingu destinácie

<b>Manažment destinácie</b>	<b>Marketing destinácie</b>
Kľúčové produkty (konkurenčné výhody)	Produkt ako prvé "P" marketingového mixu
Distribučné cesty	Distribučné cesty ako súčasť marketingového mixu
Politiky značky	Stratégia značky (strategický marketing)
Manažment kvality	Spojnica medzi produktom a cenou (pomer cena/kvalita)
System riadenia znalostí	Marketingový výskum a transformačný marketing
Spoločnosť destinačného manažmentu (DMC)	Inštitucionálny prvok marketingového riadenia destinácie

Zdroj: PALATKOVÁ, M. *Marketingová stratégia destinácie cestovného ruchu: jak získať více příjmu z cestovního ruchu*. Praha : Grada Publishing, 2006. 76 s. ISBN/ISSN 80-247-1014-5.

## 4 VYMEDZENIE ZÁUJMOVÉHO ÚZEMIA

Obec Smolenice sa nachádza na západnom Slovensku v pohorí Malé Karpaty (príloha č. 1). Zaberá východný až juhovýchodný svah tohto pohoria v nadmorskej výške 185 – 178 m., so stredom obce vo výške 225 m n. m. Z hľadiska geomorfologického členenia patrí táto oblasť do západných vnútorných Karpát.

Obec patrí do Trnavského kraja a rovnomenného okresu s krajským a zároveň okresným mestom Trnava. V rámci okresu zaujíma okrajovú polohu, vzdialenosť do Trnavy je 20 km. Na základe počtu občanov (3263 v roku 2010) možno obec začleniť do kategórie stredne veľkých až veľkých vidieckych obcí. Aj v okolí dominujú stredne veľké vidiecke obce, sídla mestského charakteru sú dosť vzdialené. Najbližším mestom je Trnava, nasleduje Senica (25 km), Modra (32 km), Vrbové (32 km) a Pezinok (38 km).

Smolenice majú vyhovujúcu polohu na križovatke dôležitých cestných koridorov – malokarpatskej magistrály a kombinovaného cestného a železničného dopravného koridoru spájajúceho západné Slovensko s Moravou v trase starej obchodnej Českej cesty.

Katastrálna oblasť obce s výslednou výmerou 2897 ha je kompaktné a skladá sa z dvoch častí – katastrálne územie Smolenice a katastrálne územie Smolenická Nová Ves. V rámci katastra hustota osídlenia dosahuje 110 obyvateľov na km<sup>2</sup> (COPLÁK 2007 : 14).

Na základe regionalizácie cestovného ruchu v Slovenskej republike sa Smolenice zaraďujú do Dolnopovažského regiónu. Tento región sa podľa kategorizácie regiónov cestovného ruchu v strednodobom horizonte zaraďuje k regiónom s nadregionálnym významom. Z hľadiska dlhodobého horizontu má Dolnopovažský región národný význam. Región zastáva dominantné postavenie v rámci dlhodobých pobytov vo vzťahu k miestnym a ešte výraznejšie k zahraničným návštevníkom. Okrem ostatných významných oblastí regiónu sa sem zaraďujú aj Smolenice vďaka kultúrnym pamiatkam a prírodným pozoruhodnostiam. Len 2 km od obce možno navštíviť rekreačné stredisko Jahodník. Významnú úlohu zohráva aj bezprostrednosť Malých Karpát. Začleňujú sa medzi rekreačné územia, vhodné na letnú aj zimnú turistiku či prechádzky v prírode (REGIONALIZÁCIA CR v SR 2009 : <http://www.economy.gov.sk/regionalizacia-cestovneho-ruchu-v-sr-5699/127384s>).

Smolenice patria do Malokarpatskej vínnej ceste, sú jej najsevernejšou obcou. Malokarpatská vínná cesta je súbor sídiel, producentov vína a podnikateľov v cestovnom ruchu medzi Bratislavou a Trnavou, ktorá chce postaviť cestovný ruch na zážitku z vína

v celom jeho komplexe. To, že vinohradníctvo bolo popri poľnohospodárstve dôležitým činiteľom v živote obyvateľov, dokazuje erb s vinohradníckymi motívmi z 15. storočia (NOVÁKOVÁ 2009 : 27).

Z aspektu tradičnej kultúry je možné Smolenice zaradiť do regiónu medzi Malými Karpatmi a Váhom. „Južné svahy Malých Karpát sa preslávili dobrým vínom podávaným z modranskej majoliky. Atmosféru regiónu dotvárajú pestré výšivky na krojoch, maľované steny nad ohniskom, dychové hudby, ale aj husacie hody. Do ľudovej kultúry sa premietla blízkosť Bratislavy a Trnavy“ (BEŇUŠKOVÁ a kol. 2005 : 53).



## **5 LOKALIZAČNÉ PREDPOKLADY**

Skupinu lokalizačných predpokladov možno definovať ako časť súboru predpokladov cestovného ruchu zloženú zo zložiek, ktoré v potenciálnej rovine stanovujú miesta výskytu cestovného ruchu (MARIOT 1983 : 94). Vytyčujú teda miesto výskytu – lokalizáciu cestovného ruchu a definujú spôsobilosť územia poskytnúť podmienky pre rozvoj cestovného ruchu.

Do skupiny lokalizačných predpokladov sa zaraďujú prírodné predpoklady (reliéf, klíma, vodstvo, rastlinstvo a živočíšstvo) a kultúrohistorické – umelo vytvorené predpoklady (kultúrohistorické pamiatky, kultúrne zariadenia, podujatia). Prvky prírodného prostredia vyjadrujú kvalitu prírodného prostredia a spôsobilosť prírodného prostredia na využívanie v cestovnom ruchu. Kultúrohistorické predpoklady vznikli činnosťou človeka, sú dôležité pre rozvoj cestovného ruchu najmä z pohľadu jeho výchovnej a poznávacej funkcie. Takisto znamenajú aj zdroj poučenia, poznania histórie a súčasnosti národov (KOPŠO a kol. 1992 : 34-53).

### **5.1 Prírodné predpoklady**

#### **5.1.1 Reliéf**

Z rozboru vzťahov medzi reliéfom a cestovným ruchom plynie, že ku kľúčovým charakteristikám, ktoré vyjadrujú rôzne vlastnosti reliéfu a majú dosah na rozšírenie a kvalitu podmienok pre rozvoj cestovného ruchu možno začleniť – nadmorskú výšku územia, relatívnu výškovú členitosť reliéfu, stredný uhol sklonu reliéfu, expozíciu reliéfu, výskyt kontrastných foriem reliéfu, ktoré sú prítlačivé z hľadiska cestovného ruchu, estetickú hodnotu výhľadov do okolia (KOPŠO a kol. 1992 : 35).

Potenciálni turisti a návštevníci môžu v Smoleniciach vidieť a navštíviť viaceré zaujímavosti. Reliéf utvára pohorie Malé Karpaty, jaskyňa Driny a Smolenický kras s dolinou Hlboče, kde možno vidieť občasný vodopád.

Chránená krajinná oblasť Malé Karpaty je jediné rozsiahle chránené územie vinohradníckeho charakteru. Za chránenú krajinnú oblasť sú vyhlásené od roku 1976 na ploche 65 500 ha. Tvoria nevysoké stredohorské pásmo dlhé asi 100 km. Začínajú v Bratislave a tiahnu sa až po Nové Mesto nad Váhom. Predstavujú okrajové pohorie

vnútorných Karpát, rozkladajúce sa v ich juhozápadnom cípe (SKONLINE 2008 : <http://www.skonline.sk/chko.php?id=18>).

Nad Smolenicami sa rozprestiera pásma najvyšších končiarov Malých Karpát – Záruby (768 m n. m.), Veterlín (724 m n. m.) a Havranica (737 m n. m.). Na Záruby, najvyšší vrch Malých Karpát, vedú štyri turistické trasy. Dve z nich začínajú pod Smolenickým zámkom. Jedna vedie z centra obce cez dolinu Hlboče. A na Záruby sa možno dostať aj od železničnej stanice cez Havraniu skalú, ktorá je obľúbenou lokalitou pre horolezcov.

Najtypickejším kaňonovitým údolím Smolenického krasu je dolina Hlboče (príloha č. 2). Nachádza sa západne od Smoleníc o výmere 123 ha. V roku 1981 bola vyhlásená za prírodnú rezerváciu a od roku 1995 je národnou prírodnou rezerváciou s najvyšším stupňom ochrany. Dolina Hlboče je najväčšou a najkrajšou dolinou Smolenického krasu, kde možno vidieť najrôznejšie krasové útvary a 9 metrov vysoký občasný vodopád, ktorý je jediným vodopádom v Malých Karpatoch. Dolina vytvára priaznivé podmienky na rozvoj bohatej flóry a fauny (SLOVAKIA.TRAVEL 2010 : <http://www.slovakia.travel/entitaview.aspx?l=1&llt=1&idp=41878>).

Smolenická jaskyňa Driny (príloha č. 3) má v sústave jaskýň na Slovensku osobitné miesto, lebo je typickou puklinovou jaskyňou, kým ostatné jaskyne boli vyerodované vodnými tokmi. Pozostáva z úzkych puklinových chodieb (Chodba spolupracovníkov, Beňovského chodba, Chodba nádejí) a nevelkých sieňovitých priestorov (Sieň Slovenskej speleologickej spoločnosti), ktoré sa vytvorili najmä na križovatkách tektonických porúch. Objavný komín, ktorý klesá do hĺbky 36 m od horného vchodu má charakter závrtového komína. Interiér jaskyne je bohatý na rozmanité jaskynné útvary, z ktorých mnohé sa podobajú skutočným predmetom. V Drinách tak popri rôznych tvarov kvapľov možno vidieť „slonie uši“, „jazyky“, „torty“, „hrebene“, „hrozno“, „hrach“, „kukuričný klas“ a mnohé iné. Osobitosťou jaskyne je hrachovec, ktorým sú posiate niektoré chodby. Vznikol v stojatej vode vyzrážaním vápenca. Za objaviteľov sa považujú Imrich Vajsábel a Ján Banič koncom roka 1929. V roku 1935 pri slávnostnom otvorení dosahovala jaskyňa dĺžku 175 m. V roku 1959 pracovníci Slovenskej speleologickej spoločnosti objavili novú podzemnú sieň s nádhernou kvapľovou výzdobou. Aktuálna dĺžka jaskyne dosahuje 680 m, dĺžka jaskyne sprístupnená pre verejnosť predstavuje 450 m. Prehliadka jaskyne Driny trvá 35 minút. V súčasnom období je jaskyňa otvorená od apríla do konca októbra s pravidelnými hodinovými vstupmi. Vstupné predstavuje sumu 5,- € pre dospelých, 4,- €

pre študentov a 2,50,- € pre deti (SPRÁVA SLOVENSKÝCH JASKÝŇ 2006 :<http://www.ssj.sk/jaskyne/spristupnene/driny/>).

Územie je z pohľadu reliéfu atraktívne. Smolenice a okolie sú vhodné jednak na letnú, ale aj zimnú turistiku. Okolité svahy Malých Karpát sa využívajú len na beh na lyžiach, keďže sa v blízkosti nenachádzajú vleky ani lanovky. Menšie kopce sú v zime využívané aj na sánkovanie. Okolie Smoleníc sa zásluhou doliny Hlboče a jaskyne Driny zaraďuje do krasovej oblasti. Je cieľom mnohých turistov a návštevníkov, ktorí chcú spoznávať krásy prírody. Existuje tu potenciál pre rozvoj rekreačného cestovného ruchu.

### **5. 1. 2 Klíma a vodstvo**

Klíma je jednou z dôležitých prvkov prírodného prostredia. Klimatické predpoklady, ktoré sú rozhodujúce pre funkčné využívanie krajiny na cestovný ruch v miernom pásme sú teplota vzduchu, snehová pokrývka, slnečný svit. Spomínané klimatické prvky z hľadiska rozvoja cestovného ruchu zohrávajú pozitívnu úlohu. Medzi podnebné prvky, ktoré negatívne ovplyvňujú intenzitu cestovného ruchu sa zaraďuje výskyt hmly, veternosť územia, klimatické inverzie. Na cestovný ruch má vplyv aj počasie. Ovplyvňuje najmä na krátkodobú a víkendovú rekreáciu (KOPŠO a kol. 1992 : 40 a 43).

Klimatické pomery Smoleníc sú priaznivé, osídlenie obce leží v teplom a mierne vlhkom podnebnom pásme s priemernou ročnou teplotou 9,5 °C a ročným úhrnom zrážok 758 mm. Hornatá časť katastra má odlišné klimatické podmienky s oveľa nižšou priemernou teplotou. Zimy sú mierne chladnejšie ako v okolitej pahorkatine. Priemerný počet dní so snehovou pokrývkou predstavuje 50,4 dňa (COPLÁK 2007 : 14).

Potenciálni návštevníci môžu Smolenice a okolie využívať na letnú rekreáciu, chatárčenie, pešiu turistiku, cykloturistiku a prechádzky v prírode. Z aspektu klímy je oblasť vyhovujúca na zimné športy, ako je beh na lyžiach a sánkovanie.

Popri reliéfe a klíme ovplyvňuje využívanie krajiny z hľadiska cestovného ruchu i vodstvo – podzemné a povrchové vody. Podzemné vody na zemský povrch vyvierajú vo forme rôznych prameňov. Najdôležitejší vplyv na rozvoj cestovného ruchu majú termálne a minerálne pramene. Medzi povrchové vody patria jazerá, umelé vodné nádrže, vodné toky, kaňony, vodopády a meandre riek (KOPŠO a kol. 1992 : 44-48).

Hoci vodstvo prislúcha k dôležitým činiteľom pre rozvoj cestovného ruchu, v Smoleniciach je tento faktor málo zastúpený. V doline Hlboče sa nachádza občasný vodopád s výškou 9 m. Pod zámkom v anglickom parku je umelo vytvorený rybník, ktorý

však neslúži na chov rýb. Z hľadiska vodstva je oblasť Smoleníc málo atraktívna, pretože sa v blízkosti nenachádzajú žiadne povrchové ani podzemné vody adekvátne na rozvoj cestovného ruchu. Približne 3 - 6 km od obce sa nachádza Bolerázska a Orešanská priehrada. V zime sa z priehrad stáva prírodné klzisko (na vlastnú zodpovednosť), v lete je tu možnosť rybárčenia. Na rekreáciu ani chatárčenie sa však nevyužívajú.

### **5. 1. 3 Rastlinstvo a živočíšstvo**

Rastlinstvo je súčasť prírodného prostredia, ktorá ovplyvňuje vzhľad krajiny. Význam rastlinstva nie je taký výrazný ako význam reliéfu a klímy, ale nie je ani zanedbateľný. Najdôležitejším faktorom z hľadiska cestovného ruchu je les. Je podmienkou pre rekreačné využitie oblasti (KOPŠO a kol. 1992 : 48-49).

Význačnú úlohu v obci zohrávalo vinohradníctvo. Bolo dôležitým činiteľom v živote obyvateľstva. V tejto oblasti sa vyskytoval mestský typ vinohradníctva. Vinohradníctvo teda predstavovalo hlavné zamestnanie. Prvé vinice v Malých Karpatoch začali zakladať nemeckí kolonisti už v 13. storočí. V 18. storočí bolo v Smoleniciach vinohradníctvo na vysokej úrovni. Na prelome 18. a 19. storočia možno však pozorovať jeho úpadok (JASTRABÍK 1975 : 99). Situácia sa zhoršila aj v 2. polovici 20 storočia. Vinohrady, ktoré založil gróf Pálffy boli pre novovzniknuté jednotné roľnícke družstvo neekonomické a málo ziskové. Do začiatku 60. rokov boli vinice zlikvidované a na ich mieste sa vysadili broskyňové sady (NOVÁKOVÁ 2009 : 112).

Lesy v Malých Karpatoch sú takmer výlučne listnaté. Prevahu má buk, hrab, dub, jaseň. Ojedinele sa vyskytujú menšie ostrovčeky ihličnatých drevín. Najčastejší je smrek, borovica, jedľa. Lesné porasty tvoria takmer 60 % celkovej výmery katastra. Medzi chránené rastliny na území Malých Karpát patrí snežienka, bleduľa, jasenec biely, poniklec a hlaváčik jarný (JASTRABÍK 1975 : 14).

Okolie Smoleníc je východiskovým miestom pre pešiu turistiku. V pohorí si turisti môžu nazbierať lesné plody a huby. Možnosti pre rozvoj cestovného ruchu poskytuje aj vinohradníctvo, prostredníctvom Malokarpatskej vínnej cesty alebo vidieckeho cestovného ruchu či agroturizmu.

Živočíšstvo sa na rozmachu cestovného ruchu prejavuje najmä poľovníctvom a rybolovom, ktoré možno priradiť k formám nemasového, skôr exkluzívneho cestovného ruchu (KOPŠO a kol. 1992 : 51).

Zver v Malých Karpatoch je zastúpená vysokou i nízkou zverinou. Žijú tu jelene, srnce, daniele, divé svine, líšky. Z vtáctva sa vyskytujú obvyklé stredoeurópske druhy, predovšetkým však bažant, jarabica, prepelica, sluka, vrana, kaňa, jastrab, havran, slávik, drozd. Z plazov je rozšírená jašterica zelená, slepúch a užovka (JASTRABÍK 1975 : 15).

Poľovníctvo a chov zveri má v oblasti Malých Karpát veľkú tradíciu. Hlavne zásluhou rodiny Pálffyovcov, ktorí boli uznávaní poľovníci. Lesy Malých Karpát a Považského Inovca tvorí biotop jelenej, danielej, srnčej a tiež muflonej zveri (LESY Slovenskej republiky 2003 : <http://www.lesy.sk/showdoc.do?docid=130>).

Poľovníctvo je charakteristické svojou realizáciou časovo obmedzenou na obdobie dovoleného odstrelu lovnej zveri. Vzhľadom na relatívne vysoké lovné taxy je finančne náročnou aktivitou. Od toho sa odvíja pomerne nízky počet účastníkov v porovnaní s ostatnými formami cestovného ruchu, napriek tomu má v Smoleniciach svojich priaznivcov. Pre rybolov tu nie sú vytvorené vhodné podmienky.

## **5. 2 Kultúrnohistorické predpoklady**

Kultúrnohistorické predpoklady tvoria súčasť potenciálu krajiny a určujú smery jej funkčného využívania. Zahŕňajú atraktivity cestovného ruchu, ktoré svojou hodnotou priťahujú určitý okruh návštevníkov (KOPŠO a kol. 1992 : 52).

### **5. 2. 1 História obce Smolenice**

Obec Smolenice bola pre svoju úrodnosť obývaná už v dávnom praveku. Bohaté archeologické nálezy v okolí dokazujú, že život tu pulzoval neustále od paleolitu cez neolit a bronzovú dobu, najviac sa prejaviac najmä v dobe halštatskej (JASTRABÍK 1975 : 19).

Obdobie vzniku Smoleníc ako kompaktného celku osídlenia nie je presne stanovené. Prvé písomné zmienky sú z 13. storočia, vznik Smoleníc treba však hľadať v dobe ranofeudálnej. V tomto období na území juhozápadného Slovenska prebývali slovanské kmene. Predpokladá sa aj pôvodná forma názvu osady „smolia ves“, kde bola výroba smoly tradíciou. Vznik tohto názvu sa kladie do 8. – 9. storočia (JASTRABÍK 1975 : 29-30).

Prvýkrát sa Smolenice spomínajú ako villa Solmus v listine Bela IV. z roku 1256. Je to najstarší známy písomný dokument, v ktorom je zmienka o Smoleniciach. Vydal ju

uhorský kráľ, v listine sú uvedené presné hranice, ktoré sa však so súčasnými hranicami už nezhodujú. Najstaršie údaje začleňujú Smolenice do bratislavskej župy. Neskôr sa zaradovali, a aj v súčasnosti patria do okresu Trnava (JASTRABÍK 1975 : 32).

K histórii Smoleníc sa viaže viacero šľachtických rodov. V 13. storočí obec patrila grófom z Pezinka a Svätého Jura, koncom 14. storočia hradu Korlátka a neskôr Ctiborovi zo Ctiboric. V polovici 15. storočia bol nad obcou postavený hrad, posledný z rady pevností, ktoré strážili malokarpatské priesmyky. Spolu s Korlátskym, Plaveckým hradom a hradom Ostrý Kameň patril do reťaze pevností, ktoré dohliadli na tzv. Českú cestu. Hrad i panstvo vystriedalo mnohých majiteľov. Patril pezinsko-svätojurským grófom, začiatkom 16. storočia Országhovcom, 1569 záložným a 1583 vlastníckym právom Krištofovi Ungvárovi, v 17. storočí ho zdedili Erdödyovci. Roku 1777 preberajú smolenické panstvo Pálffyovci. Smolenický hrad, ktorý už predtým nebol obývaný a upadal, začiatkom 19. storočia vyhorel a z pôvodného gotického hradu zostala len časť vonkajšieho opevnenia.

Na prelome 15. a 16. storočia Smolenice následne získali podobu mestečka. Mali vlastnú pečať, erb, stĺp hanby (pranier), drába a dereš. Boli obkolesené stavaným múrom so strážnymi vežami s baštami, zbúranými až začiatkom 20. storočia. V 17. storočí Smolenice nadobudli jarmočné právo, rozšírene roku 1719 a stali sa obchodným a remeselníckym centrom panstva. V Smoleniciach sa trhy, výkladné a dobytčie jarmoky konali každý týždeň. V obci fungovali dva mlyny a pivovar, cech si tu založili čižmári a neskôr aj krajčíri. Taktiež tu bola rozšírená džbankárska a keramická výroba.

S minulosťou obce sa spája aj veľmi známe meno Štefana Baniča. Mnohí ho poznajú ako vynálezcu padáka, ale málo kto vie, že pochádzal práve zo Smoleníc. Narodil sa 23. 11. 1870 v Neštichu (súčasť Smoleníc). V roku 1907 odišiel za lepším zárobkom do USA, kde pracoval ako robotník a baník v okolí New Yorku, v Pensylvánii a naposledy v meste Greenvill. Medzi jeho záľuby patrilo letectvo a v roku 1913 zostrojil prvý použiteľný letecký padák. Najskôr sám padák vyskúšal a potom vynález predložil Patentovému úradu USA. 25. 8. 1914 dostal pamätnú patentovú listinu, ktorá ho oprávňovala zhotovovať padák 17 rokov. Štefan Banič sa za svoj vynález stal čestným príslušníkom Americkej spoločnosti na podporu letectva. Svoj patent však predal a v roku 1921 sa vrátil do vlasti. Po príchode svoju pozornosť venoval Karpatskému krasu a bol spoluobjaviteľom jaskyne Driny. Zomrel 2. 1. 1941 v rodnej obci (TJUMP 2006 : <http://www.tjump.sk/showpage.php?page=Banic&dir=Clanky&Menu=main>).

Pri príležitosti 100. výročia jeho narodenia bola na jeho rodnom dome odhalená pamätná tabuľa a dňa 9. júla 2006 bola odkrytá busta pred kultúrnym domom

v Smolenickej Novej Vsi (príloha č. 4). V Múzeu Molpír je Štefanovi Baničovi venovaná jedna z miestností.

### 5. 2. 2 Kultúrohistorické pamiatky

V rámci komplexu lokalizačných kultúrohistorických predpokladov má táto podskupina značný význam. Kultúrohistorické pamiatky majú v motivácii cestovného ruchu charakteristickú úlohu. Patria k faktorom, ktoré majú dôležitý vplyv na migračné pohyby za poznávaním a poučením v internacionálnom aj domácom cestovnom ruchu.

Architektonické diela sú najatraktívnejšími kultúrohistorickými pamiatkami pre účastníkov cestovného ruchu. Zaraďujú sa sem mestské pamiatkové rezervácie, hrady, zámky, pevnosti, veľké cirkevné stavby a verejné budovy (KOPŠO a kol. 1992 : 53).

Najznámejšou a najvýznamnejšou pamiatkou je Smolenický zámok (príloha č. 5). Vypína sa severne od Smoleníc na nevelkom vršku. Aj keď z okolitých hradov leží najnižšie, predsa je z neho zaujímavý pohľad na široké okolie Trnavy, ako aj na horský masív Malých Karpát.

Súčasný Smolenický zámok začal budovať na ruinách starého hradu gróf Jozef Pálffy st. S výstavbou sa začalo v roku 1887 úpravou bášt, ktoré sa nadstavili a zastrešili. Hlavná budova sa začala stavať v roku 1911 podľa návrhu architekta Jozefa Huberta. Prvá svetová vojna bola príčinou pozastavenia stavebných prác. Po oslobodení roku 1945 sa vlastníkom zámku stal štát. Slovenská národná rada v Bratislave prebrala zámok a zvolila si ho za svoje letné sídlo. Dala ho dostavať a zvnútra vybaviť (COPLÁK 2007 : 17).

V súčasnej dobe zámok slúži hlavne na reprezentačné účely, nie je pamiatkovým zámkom. Aj napriek tomu ho každý rok navštívi veľký počet turistov, ktorí si môžu prezrieť červený i modrý salón, zámockú knižnicu. Prehliadka zámku sa končí výstupom a pohľadom zo zámockej veže. Pre verejnosť je zámok otvorený v letných mesiacoch júl, august, kedy sa organizujú prehliadky s odborným výkladom sprievodcu. Možnosť návštevy je aj počas spoločenských podujatí, ktoré organizuje obec (Cesta rozprávkovým lesom, Smolenický jarmok). Neodlučiteľnou súčasťou zámku je aj rozľahlý anglický park. Jeho príjemné prostredie je miestom oddychu.

Ďalšou významnou pamiatkou Smoleníc je rímsko-katolícky kostol Narodenia Panny Márie (príloha č. 6). V rokoch 1642 – 1644 ho dal vybudovať gróf Gabriel Erdöddy a jeho manželka Mária Pálffyová. Na stavbe dominujú prvky renesančného slohu. Veža je zabudovaná do štítovej západnej fasády, je štvorhranná s hodinami. Jej vrchné časti

pokrýva plech. Je zavŕšená guľou, na ktorej je dvojitý byzantský kríž. Vo veži sa nachádzajú štyri zvony (JASTRABÍK 1975 : 203).

Interiér kostola je jemný a vkusný, i keď vonkajšia forma kostola pôsobí dojmom hrubej stavby. V súčasnom období má kostol sedem oltárov. Hlavný oltár bol pôvodne renesančný, s barokovou sochou Madony z polovice 17. storočia. V polovici 19. storočia bol nahradený novým pseudogotickým oltárom s pôvodnou sochou Panny Márie. Bočné oltáre v ranobarokovom štýle pochádzajú zo 17. storočia (JASTRABÍK 1975 : 204). V blízkosti kostola nad cintorínom sa nachádza Kalvária. V roku 1912 tu bola vybudovaná krížová cesta vrcholiaca kaplnkou Nanebovstúpenia Pána (COPLÁK 2007 : 17).

Nad cintorínom, tesne pod Kalváriou možno vidieť kaplnku sv. Vendelína s rodinnou hrobkou posledných smolenických zemepánov - grófov Pálffyovcov. Kaplnka má tvar rotundy. Nad jej oblúkovým priečelím je vežička s menším zvonom. Za mrežovými dverami je širšia chodba, na bokoch sú otvory do šachiet, v ktorých sú uložené sarkofágy. Pochovaný je tu Móric Pálffy s manželkou Paulou Vilczekovou, Jozef Pálffy st., jeho sestry Irma a Terézia, ako aj syn Jaroslav (JASTRABÍK 1975 : 205).

Chránená prírodná pamiatka je taký druh historicko-geografických pamiatok, ktorý je určený na ochranu prírodných zdrojov, ktoré dokladujú vývoj ľudskej spoločnosti a ktorý pripomína určitú historickú alebo kultúrnu udalosť. Zaraďujú sa sem predovšetkým rôzne pamätné stromy, jaskyne, archeologické náleziská (KOPŠO a kol. 1992 : 55).

Archeologické pamiatky reprezentuje halštatské hradisko Molpír s rozlohou 12 ha, vyhlásené za národnú kultúrnu pamiatku (príloha č. 7). Existencia sa datuje od konca 6. storočia do začiatku 4. storočia pred n. l. Stavebná technika 2 m širokých kamenných múrov s 2 m širokou drevenou komorovou konštrukciou, zrubové domy s kamennou podmurovnicou, cisterna, a najmä kultové miesto s tromi obetnými oltárikmi začleňujú tento objekt medzi významné mocenské centrum v dobe halštatskej v Karpatskej kotline a prilahlých územiach (DUŠEK 1988 : 24).

Ide o typické obranné hradisko opevnené tromi valmi. Výroba nástrojov a tovarov sa sústreďovala na najvyššom mieste vŕšku v akropole hradiska. Predpokladá sa, že obyvatelia sa zaoberali roľníctvom. Popri zvyškoch pecí, ktoré obyvatelia Molpíra pravdepodobne používali na sušenie obilia a strukovín, sa tu našlo aj veľké množstvo keramiky. Na archeologických nálezoch pozorovať vplyv kalenderberskej kultúry, ale aj tráckej a sliezsko-plátennickej kultúry. V menšej miere sa v okolí obce vyskytuje laténska kultúra (JASTRABÍK 1975 : 20-28).



Návštevníkov prevedie Molpírom náučný chodník s 8 informačnými tabuľami. Prvá z náučných tabuľ je umiestnená pri kostole. Prechádzka po hradisku nie je náročná a trvá približne hodinu. V zimnom období je Molpír využívaný na sánkovanie. V súčasnosti samostatná brožúra o Molpíri nie je k dispozícii, hradisko spolu s fotografiami je spomenuté v informačnom materiáli obce. Informácie o archeologickom nálezisku sa možno dozvedieť aj v múzeu Molpír.

### **5. 2. 3 Kultúrne zariadenia a kultúrne podujatia**

Kultúrne zariadenia a kultúrne podujatia sa delia na tri kategórie – múzeá a galérie, divadlá, koncerty, festivaly, folklórne slávnosti a kongresy a sympóziá (KOPŠO a kol. 1992 : 56).

Najdôležitejšiu úlohu z nich zohrávajú múzeá a galérie. V obci Smolenice si možno pozrieť miestne múzeum Molpír (príloha č. 8). Múzeum v roku 1996 po dlhšom úsilí zriadila na vlastné náklady obec. Súčasná budova múzea v minulosti plnila funkciu rímsko-katolíckej fary (pochádza z roku 1744). Múzeum Molpír turisti veľmi ľahko nájdu, pretože sa nachádza približne v strede obce pri hlavnej ceste a na budove možno zhliaďnúť ešte pôvodné slnečné hodiny.

V múzeu je možné nahliadnúť do minulosti Smoleníc a Smoleničanov. Návštevníci tu môžu vidieť menšiu časť archeologických vykopávok z Molpíra, ale aj ľudový odev či izbu v starodávnom štýle bývania prostého dedinského ľudu. Vystavené sú aj ukážky z flóry a fauny Malých Karpát. Jedna miestnosť patrí vynálezcovi padáka Štefanovi Baničovi. Múzeum je otvorené v letných mesiacoch júl - august, celý týždeň okrem pondelka v čase od 10:00 do 16:00 hod (OBEC Smolenice 2011 : <http://www.smolenice.com/>).

Obec od roku 1993 usporadúva v poslednej augustovej dekáde tradičné kultúrno-spoločenské podujatie. Podujatie tvorí jarmok s predajom ľudovoumeleckých výrobkov, národopisné slávnosti – vstúpenia folklórnych skupín v prírodnom amfiteátri pod zámkom a zámocký koncert na nádvorí zámku. Jarmok býva rozdelený do dvoch sektorov (OBEC Smolenice 2011 : [http://www.smolenice.com](http://www.smolenice.com/)).

Dlhodobú tradíciu má aj každoročná Cesta rozprávkovým lesom. Ide o podujatie regionálneho významu. Uskutočňuje sa pri príležitosti Medzinárodného dňa detí v lesoparku pod Smolenickým zámkom v spolupráci s Kongresovým centrom SAV Smolenice. Tohto podujatia sa zúčastňujú deti s rodičmi zo širokého okolia. Deti sa

stretávajú na jednotlivých stanovištiach s rozprávkovými bytosťami, ktoré im dávajú úlohy a po ich splnení si môžu ísť na zámok po odmenu ku kráľovi a kráľovnej. Cesta pravidelne začína pri kostole. V posledných rokoch účasť na podujatí presiahla 3 000 návštevníkov.

Od roku 2007 sa v Smoleniciach na konci augusta uskutočňuje charitatívny koncert na podporu boja proti rakovine, s názvom „Na kolesách proti rakovine“. Realizuje sa v Židovej doline pod zámkom. Na koncerte vystupujú mediálne známi, ale aj menej známi speváci či tanečníci. Návštevnosť podujatia z roka na rok narastá. Koncert je obľúbený u všetkých vekových kategórií z blízkeho aj širokého okolia.

V Smoleniciach má dlhoročnú tradíciu Slovenský zväz záhradkárov, ktorý združuje záhradkárov, pestovateľov a vinohradníkov. Má 80 členov. Záhradkári raz do roka (koncom septembra) organizujú výstavu ovocia, zeleniny a výšiviek, niekedy spojenú so súťažami. Taktiež každoročne koncom marca pripravujú degustáciu vína spojenú s predajom medovníčkov (COPLÁK 2007 : 30).

Smolenice majú z pohľadu kultúrnohistorických predpokladov výrazný potenciál. Návštevníci majú možnosť navštíviť viacero kultúrnych pamiatok. Popri poznávacom cestovnom ruchu sa vynára možnosť rozvinúť obchodný či kongresový turizmus, nakoľko Smolenický zámok predstavuje významné miesto určené na reprezentačné účely.

#### **5. 2. 4 Športové podujatia**

Stále dôležitejšie miesto v cestovnom ruchu prislúcha športovým akciám. Smolenice sú špecifické 25-ročnou tradíciou v cyklistike. Od roku 1995 tu funguje Cyklistický klub Karpaty Smolenice. V roku 2006 sa realizoval 1. ročník cyklistických pretekov, ktoré sú patria do Kritériovej ligy Slovenskej republiky – „Memoriál Stanislava Jajcaya“. Smolenice majú aj dlhú futbalovú históriu. Pri futbalovom štadióne sa nachádzajú tenisové kurty. Popri cyklistikom, futbalovom a tenisovom klube tu existuje Klub kórejského bojového umenia Taekwon-do, pôsobí v obci od roku 2002. V Smoleniciach pôsobí aj Klub biatlonu a amerického futbalu.

Športové podujatia, ktoré sa v obci uskutočňujú, majú miestny, respektíve regionálny charakter. Neviažu väčší počet návštevníkov.

Prehľad kultúrnych a športových podujatí na rok 2011 je uvedený v nasledujúcej tabuľke 2, v tabuľke 3 je zoznam vedeckých podujatí a konferencií na rok 2011.

**Tabuľka 2** Pripravované kultúrne a športové podujatia obce Smolenice na rok 2011

<b>Podujatie</b>	<b>Kedy</b>	<b>Kde</b>
Cesta rozprávkovým lesom	28. máj 2011(sobota)	areál pod zámkom
Slovenský pohár v horskej cyklistike	jún 2011 (nedeľa)	areál pod zámkom
Jarmok XIX. ročník	20. august 2011 (sobota)	areál pred KD Smolenice
Benefičný koncert na podporu boja proti rakovine „NA KOLESÁCH PROTI RAKOVINE“	21. august 2011 (nedeľa)	areál pod zámkom
Predvianočná kapustnica	18. december 2011 (nedeľa)	KD Smolenice
Silvester – ohňostroj	1. január 2012 (nedeľa)	KD Smolenice

Zdroj: Obec Smolenice [online]. 2011. [cit. 2011.01.20.]. Dostupné na internete: <<http://www.smolenice.com/>>.

**Tabuľka 3** Pripravované vedecké podujatia a konferencie na rok 2011

<b>Vedecké podujatia a konferencie</b>	<b>Kedy</b>
Microkelvin 2011	14.03.2011 - 18.03.2011
Measurement 2011	27.04.2011 - 30.04.2011
39. výročná konferencia o kvasinkách	03.05.2011 - 06.05.2011
Engineering Ceramics 2011 – from Materials to Components	08.05.2011 - 12.05.2011
Spoločná konferencia Slovenskej a Českej spoločnosti pre neurovedy	18.05.2011 - 25.05.2011
DRUG RESISTANCE IN CANCER	29.05.2011 - 01.06.2011
International Symposium on Anaerobe Microbiology	15.06.2011 - 17.06.2011
12th Bratislava Symposium on Saccharides	19.06.2011 - 23.06.2011
PROBASTAT 2011	04.07.2011 - 08.07.2011
Medzinárodná letná škola o polyméroch	22.08.2011 - 26.08.2011
10th International Workshop on Positron and Positronium Chemistry S	05.09.2011 - 09.09.2011
6. Medzinárodné sympóziu regulácie vzpriameného postoja - Postoj a chôdza vo výskume, klinike a športe	15.09.2011 - 18.09.2011
Jazyk a diskurz v kultúrnom a politickom kontexte	21.09.2011 - 23.09.2011
Európsky kongres o genetike diabetu - 2011	30.09.2011 - 03.10.2011
8th Autumn School on X-ray Scattering from Surfaces and Thin Layers	04.10.2011 - 07.10.2011

Zdroj: Kongresové centrum Smolenice SAV [online]. 2011. [cit. 2011.02.23.]. Dostupné na internete: <<http://www.kcsmolenice.sav.sk/?lng=sk&charset=&doc=conf>>.

## 6 REALIZAČNÉ PREDPOKLADY

Realizačné predpoklady umožňujú naplniť požiadavky účastníkov cestovného ruchu v oblastiach, v ktorých sú pre jeho rozvoj najpriaznivejšie predpoklady. K realizačným predpokladom možno zo súborov predpokladov cestovného ruchu priradiť komunikačné predpoklady a materiálno - technickú základňu cestovného ruchu (MARIOT 1983 : 190).

### 6.1 Komunikačné predpoklady

Funkciou komunikačných predpokladov je zabezpečovanie čo najmenších časových strát, nevyhnutných na prekonanie vzdialenosti medzi miestom trvalého pobytu účastníkov cestovného ruchu a miestami, ktoré si chcú pozrieť (MARIOT 1983 : 190).

Dopravná sieť a dopravné prostriedky využívajú účastníci cestovného ruchu na premiestňovanie z miesta trvalého pobytu do vybraných regiónov, lokalít či iných cieľových miest cestovného ruchu. Z dopravných prostriedkov prevládajú tie, ktoré skracujú čas cesty. Cestovný ruch sa začal intenzívne rozvíjať vďaka rozmachu železničnej siete. Jej významnosť však veľmi poklesla rozvojom automobilovej a neskôr leteckej dopravy (KOPŠO a kol. 1992 : 64).

Účastníci cestovného ruchu majú možnosť v Smoleniciach využívať cestnú aj železničnú dopravu. Z obce existuje priame spojenie do Trnavy, Bratislavy, Piešťan a Kútov. Do Trnavy vedie zo Smoleníc štátna cesta číslo 51. Železničná stanica na linke číslo 116 Trnava – Senica – Kúty so stanicou v Smoleniciach je vzdialená asi 3 km od obce. Na prevažnej časti trasy zo železničnej stanice do obce je vybudovaný popri hlavnej ceste aj chodník pre peších turistov, ktorí prídu vlakom. V paralelnom koridore vedie štátna cesta I. triedy číslo I/51 Trnava – Senica – Hodonín. Hlavné mesto Slovenska, Bratislavu, spája so Smolenicami cesta II. triedy číslo 502 cez mestá Modra a Pezinok. Opačným smerom sa touto cestou možno dopraviť do Piešťan cez Chtelnicu a Vrbové.

Dopravné ciele v širokom okolí sú dobre pokryté linkami Slovenskej autobusovej dopravy a spojmi osobnej železničnej dopravy. Autobusy premávajú na diaľkových linkách: Bratislava – Smolenice – Myjava, Bratislava – Smolenice – Chtelnica a prímestských linkách: Trnava – Smolenice, Piešťany – Chtelnica – Smolenice.

Železničné spoje premávajú na tratiach Trnava – Smolenice – Kúty a ďalej do Českej republiky.

## **6. 2 Materiálno - technická základňa**

Materiálno-technická základňa vytvára komplex umelo založených zariadení, ktoré umožňujú oddychové využívanie určitého územia (strediska, areálu, regiónu) účastníkmi cestovného ruchu. Hlavnou úlohou materiálno-technickej základne je utváranie vecných predpokladov na zabezpečenie účasti obyvateľstva na cestovnom ruchu a na zabezpečenie tvorby a realizácie služieb. Základňu možno rozdeliť na ubytovacie, stravovacie, dopravné a iné zariadenia (KOPŠO a kol. 1992 : 69).

### **6. 2. 1 Ubytovacie zariadenia**

Sieť ubytovacích zariadení je jednou z najdôležitejších podmienok pre rozvoj cestovného ruchu, pretože dovoľuje dlhší pobyt účastníkov cestovného ruchu ako jeden deň. Možno povedať, že ubytovacie zariadenia sú základom rozvoja stredísk cestovného ruchu (MARIOT 1983 : 198). Rozlišujú sa v závislosti od cieľovej skupiny, na ktorú sa zameriavajú. Diferencujú sa teda umiestnením a dostupnosťou, dispozičným riešením, štandardom vybavenia, komplexnosťou stravovacích a iných doplnkových služieb, a tomu prispôsobenou cenovou úrovňou (BOROVSKÝ a kol. 2008 : 77).

Smolenice disponujú dostatočným množstvom ubytovacích kapacít. Ide približne o 400 lôžok v rôznych typoch ubytovacích zariadení. Možnosť ubytovania je v garni hoteli, vo viacerých penziónoch, v turistickej ubytovni, v chatkách, a taktiež tu je ubytovanie v súkromí. Možnosť ubytovania poskytuje aj Smolenický zámok.

Smolenický zámok slúži od roku 1953 ako Kongresové centrum Slovenskej akadémii vied. Popri rozvíjaní kongresového cestovného ruchu poskytuje i ubytovanie. Interiér sa využíva predovšetkým na konferencie, sympóziá, odborné semináre a iné vzdelávacie podujatia, ktoré organizuje samotná Slovenská akadémia vied, ale aj iné inštitúcie. Na zámku je možné organizovať svadby, plesy alebo rodinné oslavy. Na takéto pracovné i spoločenské podujatia zámok poskytuje nasledujúce priestory:

- zasadacia miestnosť s modernou technikou s kapacitou 100 miest,
- poľovnícky salón s kapacitou 40 miest,

- červený salón s kapacitou 20 miest vhodný na dôležité rokovania alebo svadobné obrady,
- okrúhla zasadacia miestnosť a knižnica obe s kapacitou 20 miest,
- miestnosť na dolnom nádvorí zámku s kapacitou 50 miest.

Okrem rokovacích priestorov sa tu nachádzajú aj priestory reštauračné s kapacitou 64 miest vo Veľkej jedálni, Umelecká jedáleň s kapacitou 36 miest, zámocký bar. Na spoločenské posedenia je možnosť využiť dolné nádvorie zámku či vináreň v bašte. Súhrnná ubytovacia kapacita je 85 lôžok v 1, 2, 3 posteľových izbách a piatich apartmánach. Priestory zámku slúžia prednostne pre akcie Slovenskej akadémie vied, ale voľná ubytovacia kapacita sa prenajíma i cudzím organizáciám s prioritou pre štátne organizácie, ministerstvá a vysoké školy (KONGRESOVÉ centrum Smolenice SAV 2011 : <http://www.kcsmolenice.sav.sk/?lng=sk&charset=&doc=basinfo-centre>).

Podobne ako Smolenický zámok aj moderne zariadený Garni hotel SOLMUS \*\*\*, ktorý bol otvorený v septembri v roku 2007, je ideálnym miestom pre organizovanie seminárov, konferencií a rôznych súkromných akcií (príloha č. 9). Garni hotel disponuje tromi kongresovými sálami s kapacitou 50, 15 a 8 osôb, ktoré sú vybavené základnou prezentačnou technikou a pripojením na internet. Hotel disponuje 2 apartmánmi, 23 dvojlôžkovými izbami a 1 izbou pre zdravotne postihnutého občana. Samozrejmosťou je parkovanie v areáli hotela.

V širšom centre obce popri hlavnej ceste sa nachádza niekoľko penziónov a turistická ubytovňa. Sú vhodné najmä pre nenáročnú klientelu rôznej vekovej kategórie. Popri ubytovaní ponúkajú spomínané ubytovacie zariadenia stravovanie a možnosť parkovania.

Okrem týchto ubytovacích zariadeniach je potrebné zmieniť sa i o rekreačnom stredisku Záruby - Jahodník. Toto rekreačné stredisko nájdeme v tichom prostredí na úpätí Malých Karpát, vzdialené od obce Smolenice 2 km. Jahodník obklopuje pekné lesné prostredie chránenej krajinej oblasti Malé Karpaty. Celá oblasť je populárnou výletnou a rekreačnou lokalitou s rozsiahlymi lesmi, lúkami. V okolí strediska je možnosť pešej turistiky (dobře vyznačené turistické trasy aj pre náročných), cykloturistiky. Na svoje si prídu aj vyznávači lezenia po skalách, sánkovanja, behu na lyžiach a ďalších športových disciplín. V priestoroch zariadenia je k dispozícii viacúčelové ihrisko pre loptové hry, pingpongový stôl, sauna a bazén. Ubytovacia kapacita predstavuje 100 lôžok, s celodenným stravovaním a občerstvením. Rekreačné stredisko Záruby tvoria dva murované domy a 16 poschodových chatiek s vlastným sociálnym príslušenstvom

a vykurovaním. Stredisko s celoročnou prevádzkou je vhodné na organizovanie školení, víkendových pobytov, škôl v prírode či letných táborov (ZÁRUBY rekreačné stredisko 2005: <http://www.zaruby.sk/>).

Základ pre vznik rekreačnej oblasti Jahodník (pôvodný názov Škarbák) bol položený v čase objavenia jaskyne Driny. Možnosť ubytovania je v 12 zrubových chatách každá s kapacitou 9 lôžok. Chatky sa nachádzajú v uzavretom prostredí, kde majú rekreanti svoje súkromie. V areáli je strážené parkovisko. Atrakciou tejto oblasti je blízkosť jaskyne Driny ako aj východiskových bodov značkovaných turistických trás na Čiernu Skalu, Veterlín a Záruby (JAHODNÍK- ŠKARBÁK 2007 : <http://www.jahodnik-skarbak.sk/>).

**Tabuľka 4** Prehľad ubytovacích zariadení

Názov ubytovacieho zariadenia	Adresa ubytovacieho zariadenia	Kapacita ubytovacieho zariadenia
Kongresové centrum SAV	Zámocká 18	85 lôžok
Garni hotel SOLMUS***	Továrenská 7/A	50 lôžok
Penzión Villa Agnes	SNP 197	14 lôžok
Koliba	Zámocká 997	9 lôžok
Penzión U Kumana	SNP 115	19 lôžok
Penzión Steak House	Obrancov mieru 23	21 lôžok
Turistická ubytovňa Eden	Obrancov mieru 56/A	10 lôžok
Rekreačná oblasť Jahodník		108 lôžok
Rekreačné stredisko Záruby		100 lôžok

Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

## 6. 2. 2 Stravovacie zariadenia

Dosah siete stravovacích zariadení na rozvoj cestovného ruchu je podstatne slabší ako vplyv ubytovacích zariadení. Dĺžka pobytu účastníkov cestovného ruchu v miestach, kde neexistuje možnosť ubytovania, je obmedzená najviac na 12 hodín. Tieto oblasti plnia úlohu východiskových alebo cieľových bodov najmä pre peších turistov (MARIOT 1983 : 206-207).

Stravovacie zariadenia zabezpečujú pre účastníkov cestovného ruchu základné a doplnkové stravovanie. Okrem tejto hlavnej úlohy plnia ďalšie funkcie, a to zábavné a spoločenské. Gastronomické zariadenia možno deliť podľa charakteru stravovacích služieb, kvality poskytovaných stravovacích služieb a komplexnosti poskytovaných služieb. Z uvedeného vyplývajú široké možnosti uspokojovania potrieb účastníkov cestovného ruchu (KOPŠO a kol. 1992 : 70).

V Smoleniciach existujú početné možnosti stravovania. Účastníci cestovného ruchu si môžu vybrať z viacerých reštaurácií a pizzerií. Všetky stravovacie zariadenia majú letnú terasu. V reštaurácii U Kumana a v reštaurácii Eden je možnosť organizovania spoločenských večierkov, rodinných osláv a firemných akcií. Väčšina podnikov disponuje parkoviskom, ktoré však nemá dostatočný počet parkovacích miest. Za ďalšie negatívum pokladám aj to, že viaceré reštaurácie sa orientujú na predaj pizze.

Za veľmi dobrú voľbu považujem otvorenie novej reštaurácie Dvor u sedliaka v lete 2010. Podnik sa nachádza pri železničnej stanici. Majitelia sa orientujú na tradičnú slovenskú kuchyňu, taktiež interiér je zariadený v tradičnom slovenskom štýle. Súčasťou je veľké parkovisko a letná terasa. Zároveň je tu možnosť organizovania rodinných osláv.

V Smoleniciach sa ďalej nachádza Alibaba bar s kasínom, Internetová kaviareň, Pohostinstvo pod Gaštanom a Reštaurácia K+H, ktorá patrí do nižšej kategórie, možno ju prirovnať k pohostinstvu. Počas leta je otvorená aj Jadranská zmrzlina. Všetky stravovacie zariadenia si turisti môžu pozrieť na internetovej stránke obce, kde je uvedená otváracia doba, webová stránka zariadenia alebo telefón, pri žiadnom z nich však nie je uvedená adresa, čo je pre potenciálneho návštevníka veľmi dôležitá informácia.

**Tabuľka 5** Prehľad stravovacích zariadení

Názov stravovacieho zariadenia	Adresa stravovacieho zariadenia	Kapacita stravovacieho zariadenia
Havran pub - pizzeria, reštaurácia, bar	Kultúrny dom Smolenice	80 miest
Halenár - pizzeria, reštaurácia	SNP 67	48 miest
Reštaurácia Palffy	SNP 78	50 miest
Eden pizzeria, reštaurácia	Obrancov mieru 56/A	80 miest
Denný bar pod Molpírom	SNP 70	40 miest
Reštaurácia U Kumana	SNP 115	35 miest
Dvor u sedliaka	Železničná 769/1	60 miest
Reštaurácia Steak House	Obrancov mieru 23	40 miest

Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

Od marca 2010 funguje na území obce Klaster Smolenice. Predstavuje jednu z možností rozvoja turizmu v regióne. Spája miestnych podnikateľov a samosprávu s cieľom väčšej informovanosti okolitého sveta o obci a lepšieho speňaženia potenciálu, ktorým záujmové územie disponuje. Členmi sa stali takmer všetci, ktorí tu v turizme podnikajú. Popri poskytovateľoch ubytovania a stravovania je to aj výrobca medoviny či opravár bicyklov. Klaster reprezentuje obec na výstavách cestovného ruchu. Pre svojich



členov pripravil 3D prezentácie ich prevádzok, ktoré majú k dispozícii na svojich internetových stránkach ako aj na stránke obce. Výsledkom činnosti klastra je aj propagačný materiál vo formáte A3, kde sa nachádza mapa Smoleníc a popis jednotlivých pamiatok a prevádzok. Fungovanie klastra je v súčasnosti na území Smoleníc, v pláne je síce jeho rozšírenie na územie ďalších dedín, ale okolité samosprávy veľký záujem o turizmus zatiaľ neprejavili.

### **6. 2. 3 Dopravné zariadenia**

Medzi dopravné zariadenia zaraďujeme lanovky, vleky, rekreačné komunikačné spoje, parkoviská. Komunikačné zariadenia tvoria druh zariadení, ktoré uľahčujú účasť obyvateľov na rôznych rekreačných aktivitách (MARIOT 1983 : 209).

Z vyššie uvedených zariadení sa v obci nachádza náučný chodník Smolenický kras, ktorý prechádza územím národnej kultúrnej pamiatky - hradiskom Molpír a národnou prírodnou rezerváciou Dolina Hlboče, ktorej súčasťou je chránený prírodný výtvor jaskyňa Driny. V čase prevádzky jaskyne (1.4. – 31.10.) je prehliadka jaskyne súčasťou prechodu náučného chodníka. Uvedené lokality patria medzi najvýznamnejšie miesta chránenej krajiny oblasti Malé Karpaty, po stránke kultúrno-historickej, geologickej, geomorfologickej, zoologickej a vegetačnej. Vďaka informačným tabuliam sa návštevníci môžu dozvedieť mnoho zaujímavých informácií o histórii, vegetácii, zveri, vtákoch. Začiatok náučného chodníka je pri kostole v Smoleniciach alebo na Jahodníku pri prístupovej ceste do jaskyne. Trasa o dĺžke 7,5 km je vzhľadom na terénu nenáročnosť vhodná na rodinné a školské výlety alebo individuálnu turistiku. Čas prechodu aj s prehliadkou jaskyne trvá približne 4 hodiny.

Smolenice sú atraktívnym a vyhľadávaným miestom aj vďaka blízkosti pohoria Malé Karpaty, v rámci ktorých je tu veľmi hustá sieť značkovaných turistických trás s viacerými východiskami – Jahodník, Smolenický zámok, železničná stanica. Niektoré z trás sprístupňujú krásne prírodné prostredie Smolenického krasu, Štefánikova magistrála vedie po vrcholových častiach pohoria. Turistické trasy sú nenáročne krátke vhodné na rodinné výlety, ale aj náročné s prevýšením 500 m.

Popri pešej turistike možno v obci realizovať aj cyklistiku. Cez Smolenice vedie Malokarpatská cykloturistická magistrála so značkovanými trasami vedenými po ceste II. triedy. Cyklotrasy umožňujú prechod pohorím Malé Karpaty cez sedlo pod Čiernou Skalou s pokračovaním na Plavecký Mikuláš a Záhorie.

#### 6. 2. 4 Iné zariadenia

K zariadeniam, ktoré umožňujú uskutočniť záujem účastníkov cestovného ruchu o rozmanité rekreačné aktivity, patria aj športové zariadenia (MARIOT 1983 : 210). Ich povinnosťou je využívať aktívne formy cestovného ruchu s možnosťou dosiahnuť optimálny rekreačný výsledok (KOPŠO a kol. 1992 : 70). V Smoleniciach sú k dispozícii nasledujúce športové zariadenia – futbalový štadión, ktorého súčasťou je futbalové ihrisko, dva tenisové kurty, ihrisko na nohejbal a volejbal, telocvične, fitness centrum.

K zariadeniam, ktoré priamo podporujú rozvoj cestovného ruchu, patria cestovné kancelárie, turisticko-informačné kancelárie, stanice horskej služby a podobne. Ich význam spočíva v sprostredkovaní a koordinovaní účasti obyvateľov na cestovnom ruchu (MARIOT 1983 : 210).

V každom väčšom turistickom stredisku plní dôležitú úlohu turistická informačná kancelária. Od roku 2009 existuje turistická informačná kancelária aj v Smoleniciach pod názvom Infotours. Ide o spojenie turistickej informačnej kancelárie a cestovnej agentúry. Je umiestnená na návštevnícky strategickom mieste v centre obce pri obecnej úrade. Poskytuje návštevníkom informácie, propagačné materiály a predáva suveníry a zájazdy. Otvorená je celý týždeň v závislosti od sezóny. Ďalšie najbližšie turisticko-informačné kancelárie sú v mestách Trnava a Modra.

Nemenej dôležitú úlohu zohrávajú podniky služieb. Návštevníkom zabezpečujú služby rôzneho charakteru. Možno ich rozdeliť na služby súvisiace s hmotnými predmetmi, s osobou účastníka cestovného ruchu, so zdravím účastníka cestovného ruchu a s bezpečnosťou účastníka cestovného ruchu, so zveľaďovaním a ochranou životného prostredia (KOPŠO a kol. 1992 : 71).

Smolenice ponúkajú širokú ponuku služieb. Základnú obchodnú vybavenosť zabezpečuje niekoľko potravinárskych obchodov (COOP Jednota, M-market, CBA, Potraviny Kabarec, ovocie, zelenina, mäso-údeniny), obchody so spotrebným a priemyselným tovarom (obuv, odevy, textil, železiarstvo, kvetinárstvo, pneuservis, stavebniny, papiernictvo, lekáreň), prevádzky služieb (kaderníctvo, manikúra-pedikúra, kozmetický salón, krajčírstvo), poštový úrad a expositúry 3 bánk (VÚB, Slovenská sporiteľňa, Poštová banka). Je tu možnosť výberu peňazí z bankomatu VÚB a Slovenskej sporiteľne. V obci sa nachádza aj požiarna zbrojnica, absentuje však policajná stanica. Najbližšia má sídlo v obci Trstín, vzdalenej 3 km. Niektoré zariadenia sa nachádzajú v kultúrnom dome (videopožičovňa, internetová kaviareň, stávková kancelária Tipos).

Materiálno-technická základňa v Smoleniciach je značne rozvinutá. Pre návštevníkov, ktorí chcú v obci stráviť viac ako jeden deň, plnia dôležitú úlohu ubytovacie a stravovacie zariadenia, ktorých tu je postačujúci počet. Väčšia časť stravovacích podnikov je umiestená v centre obce, takže aj dostupnosť je dobrá. Možno by návštevníci a občania uvítali popri reštauráciách aj cukráreň. V Smoleniciach je neuspokojivý počet parkovacích miest. V súčasnej dobe sa ako parkovisko využíva priestor pri kostole, ktorý však na parkovanie nie je prispôsobený. V budúcnosti sa plánuje na spomínanom priestore vybudovať niekoľko parkovacích plôch. Existuje už aj ideová štúdia. Ďalšie služby sú na relatívne dobrej úrovni.

## 7 ANALÝZA POTENCIÁLU ZÁUJMOVÉHO ÚZEMIA

Na rozbor záujmového územia využijem SWOT analýzu. Tá poskytne celkovú predstavu o stave, v akom sa obec nachádza, o jej silných stránkach, slabých stránkach, príležitostiach a ohrozeniach rozvoja. Prostredníctvom SWOT analýzy možno stanoviť najvyhovujúcejšie ciele, ktoré by využili najvýraznejšie predpoklady a pozitívne rozvojové podnety. Samozrejme je dôležité odstrániť problémy a riziká.

SWOT analýza je všeobecný postup prostredníctvom, ktorého sa pripravujú rozhodnutia hlavne v plánovacom procese. Jej význam je dôležité podporiť využitím správneho a dôsledného postupu. Je to taktiež aj nástroj na identifikáciu rozhodujúcich faktorov ovplyvňujúcich strategické postavenie krajiny, regiónu, podniku, produktu. SWOT analýza predstavuje nástroj slúžiaci na orientáciu pri tvorbe stratégie, ale aj pri upevňovaní strategickkej pozície (BOROVSKÝ a kol. 2008 : 210).

Pri vypracovávaní analýzy záujmového územia som vychádzala z Programu hospodárskeho a sociálneho rozvoja obce Smolenice na roky 2007 – 2013. Pôvodné znenie analýzy som doplnila o vlastné poznatky týkajúce sa cestovného ruchu v Smoleniciach.

### 7.1 SWOT analýza záujmového územia

Tabuľka 6 Silné stránky obce Smolenice

- veľké množstvo kultúrno-historických pamiatok na území obce
- atraktívne prírodné prostredie (národné prírodné rezervácie, jaskyňa Driny)
- identita obce je naviazaná na silný identifikačný znak – Smolenický zámok
- dostatočné množstvo ubytovacích a stravovacích zariadení
- rozsiahla infraštruktúra pre rekreáciu a cestovný ruch (turistické trasy, cyklotrasy, rekreačné strediská)
- existencia turisticko-informačnej kancelárie Infotours
- existencia internetovej stránky obce s možnosťou 3D prehliadky viacerých prírodných a kultúrnych pamiatok, ubytovacích a stravovacích zariadení
- organizovanie podujatí s vysokou návštevnosťou nadlokálneho významu (Cesta rozprávkovým lesom, benefičný koncert „Na kolesách proti rakovine“)
- existencia združenia Klaster Smolenice (spolupráca podnikov cestovného ruchu)
- zachovanosť pôvodných ekosystémov
- zachovávanie a zveľaďovanie tradícií a tradičných podujatí (jarmok)
- aktivita viacerých súborov a spolkov formujúcich kultúrny život obce
- rozsiahla škála v oblasti verejných a komerčných služieb a maloobchodu
- nízka miera znečisteného životného prostredia
- dostupnosť moderných informačných a komunikačných technológií

Zdroj: COPLÁK, J. *Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja obce Smolenice na roky 2007 – 2013*. Smolenice, 2007.

### Tabuľka 7 Slabé stránky obce Smolenice

- nedobudovaná splašková kanalizácia
- neupravené a nevyhovujúce priestory v centre obce, hlavne pred kultúrnym domom a pri autobusových zastávkach
- nevyhovujúci stav miestnych komunikácií, predovšetkým hlavnej cesty
- nedoriešené odstavné plochy a parkoviská
- neexistuje žiadna ponuka produktových balíkov zameraných na spoznávanie Smoleníc a okolia, ktoré by návštevníkom ušetrili čas a úsilie pri hľadaní jednotlivých služieb
- problémom je docieľiť návštevu turistov spojenú s prenocovaním, teda na jedno a viac prenocovaní
- deficit miestnych sprievodcov
- slabá informovanosť o príležitostiach profitovať z turizmu
- nedostatočná propagácia územia ako turisticky atraktívnej oblasti (propagačné materiály, mapky)
- absencia oficiálnej internetovej prezentácie v cudzom jazyku
- obec nenadväzuje na vinohradnícke tradície, napríklad organizovaním vinobrania

Zdroj: COPLÁK, J. *Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja obce Smolenice na roky 2007 – 2013*. Smolenice, 2007.

### Tabuľka 8 Príležitosti obce Smolenice

- dobré napojenie obce na dôležité dopravné koridory
- prítlačlivé prostredie s potenciálom pritiažnutia vyšších príjmových skupín obyvateľov do obce
- priestorové možnosti na organizovanie väčších spoločenských podujatí – park pod zámkom
- umiestnenie obce v dynamicko-ekonomicky sa rozvíjajúcom regióne (Bratislavsko-trnavský priestor)
- priame železničné alebo autobusové spojenie s významnými centrami (Bratislava, Trnava, Senica, Piešťany)
- príležitosti získavania doplnkových zdrojov pre rozvoj obce zo štrukturálnych fondov
- dobré vzťahy a kooperácia vedenia obce s kongresovým centrom SAV a koordinácia pri rozvoji obce a organizovaní podujatí
- zvyšovanie otvorenosti zámku v súvislosti s verejným cestovným ruchom – sobáše, plesy, oslavy na zámku
- rozvoj kongresového cestovného ruchu a z toho vyplývajúci úžitok pre obec

Zdroj: COPLÁK, J. *Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja obce Smolenice na roky 2007 – 2013*. Smolenice, 2007.

### Tabuľka 9 Ohrozenia obce Smolenice

- zintenzívňovanie záťaže životného prostredia (vybudovanie spaľovne priemyselných odpadov)
- náklady na údržbu historických pamiatok
- málo intenzívna kooperácia obcí združených v Malokarpatskej vínnej ceste
- riziko redukcie spojov a liniek verejnej dopravy
- absencia prostriedkov na realizáciu kľúčových rozvojových zámerov
- obmedzenia rozvoja rekreácie (cykloturistiky) vyplývajúce z požiadaviek ochrany prírody
- znižovanie záujmu obyvateľov o dianie v obci a ochoty zúčastňovať sa na ňom
- realizácia investičných zámerov ohrozujúcich ekologické a rekreačné funkcie územia

Zdroj: COPLÁK, J. *Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja obce Smolenice na roky 2007 – 2013*. Smolenice, 2007.

Jednotlivé údaje v SWOT analýze sú zoradené podľa významu a závažnosti (od najzávažnejších po najmenej závažné). Položky s najvyššou mierou závažnosti predstavujú hlavné faktory rozvoja. Metódou SWOT analýzy som zistila stav rozvoja cestovného ruchu v záujmovom území, teda došlo k rámcovému zhodnoteniu obce z hľadiska cestovného ruchu. Hoci obec disponuje vysokým počtom prírodných aj kultúrnych atraktivít a veľmi dobre vybavenou materiálno-technickou základňou, väčšina turistov sa v Smoleniciach zdrží len jeden deň. Vzniknutú situáciu chcem riešiť návrhom niekoľkých tematicky odlišných produktových balíkov. Konkrétne produktové balíky uvádzam v nasledujúcej kapitole.

## **7. 2. Analýza návštevníkov prostredníctvom dotazníkového prieskumu**

Hlavnou myšlienkou práce je podpora rozvoja cestovného ruchu v Smoleniciach, zvýšenie návštevnosti a počtu prenocovaní prostredníctvom produktových balíkov. Pomocou produktových balíkov je možné upútať pozornosť verejnosti na turistické atraktivity a pritiahnúť tak vyšší počet návštevníkov. Na základe výsledkov dotazníkového prieskumu som vytvorila produktové balíky určené pre jednotlivé cieľové skupiny.

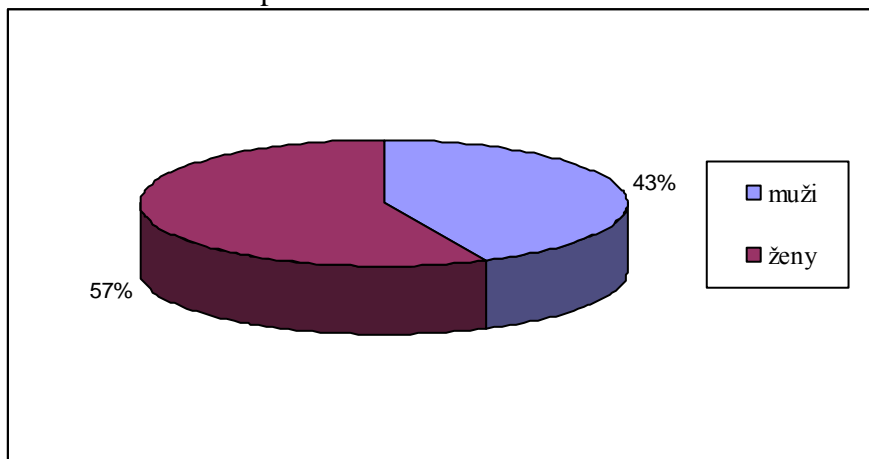
Dotazníkový prieskum som uskutočnila od 1. marca do 15. marca 2011. Rozdala som 100 kusov dotazníkov (príloha č. 10) pri turisticky vyhľadávaných miestach v obci. Predovšetkým som sa zdržiavala v okolí zámku a priláhlého anglického parku. Oslovovala som najmä okoloidúcich návštevníkov vďaka, ktorým som zistila informácie o dôvodoch návštevy, najnavštevovanejších pamiatkach, dĺžke pobytu a iné.

V dotazníku som zoštylizovala jednoduché a jasné otázky. V úvode respondenti odpovedali na štyri nečíslované otázky poskytujúce informácie o pohlaví, veku, mieste bydliska a o tom, s kým do Smoleníc prišli. Zvyšných desať otázok s možnosťou výberu jednej alebo viacerých odpovedí je číslovaných. Jedna z otázok bola otvorená. Respondenti v nej vyjadrili svoj názor a zhodnotili návštevu Smoleníc. Dotazník je zameraný na získanie informácií o jednotlivých respondentoch. Prostredníctvom dotazníkového výskumu som zistila, aké skupiny ľudí Smolenice navštevujú, ktoré z prírodných a kultúrnych pamiatok sú najnavštevovanejšie a naopak, ktoré sú menej navštevované. Ďalej som získala informáciu ako dlho sa v obci návštevníci zdržia, ale aj to s ktorými službami nie sú spokojní. Všetky tieto informácie som využila pri zostavovaní produktových balíkov. Zo 100 rozdanych dotazníkov sa mi vrátilo a bolo použiteľných 80

kusov. Z tohto počtu som vypracovala aj grafy. Vo väčšine prípadov som sa stretla s ochotou zapojiť sa do prieskumu. Všetky otázky, teda nečíslované aj číslované, som vyhodnotila samostatne. Spracované sú slovne aj graficky. Odpovede uvádzam v percentuálnom vyjadrení.

V úvode dotazníka respondenti uviedli pohlavie, vek, miesto bydliska a skutočnosť s kým prišli do Smoleníc. Na základe týchto demografických informácií som zistila, že väčšiu časť opýtaných tvoria ženy (57%), muži tvoria zvyšných 43% (graf 1).

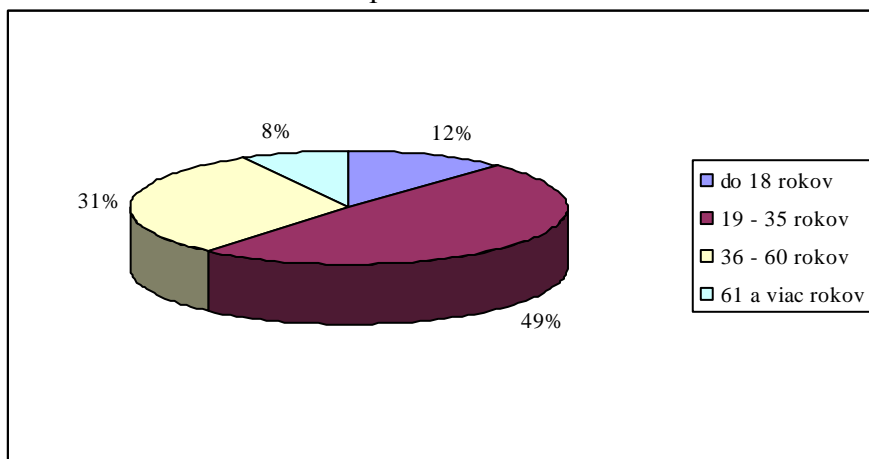
**Graf 1** Pohlavie respondentov



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

Prieskumu sa zúčastnili respondenti všetkých vekových kategórií (graf 2). S najvyšším podielom bola zastúpená kategória od 19 do 35 rokov, ktorá tvorila 49% z celkového počtu. Za ňou nasleduje kategória od 36 do 60 rokov tvoriaca 31%. Do skupiny do 18 rokov patrí 12% opýtaných a 8% je v kategórii 61 a viac rokov.

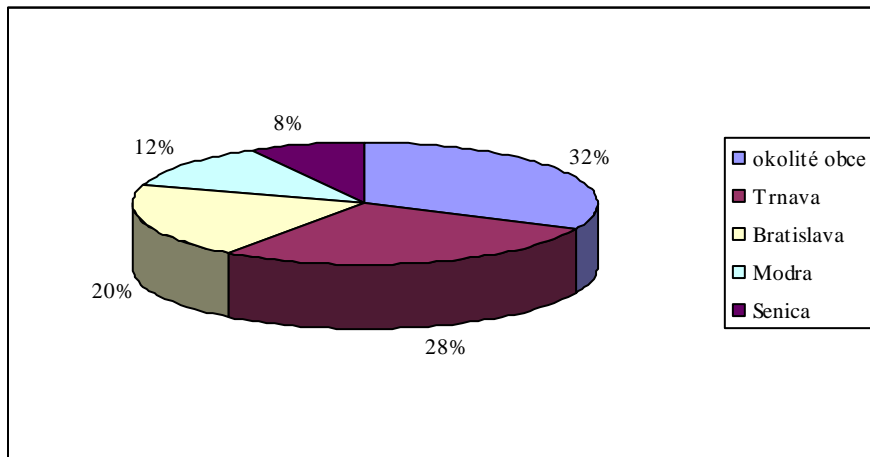
**Graf 2** Veková štruktúra respondentov



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

Opýtaní respondenti za svoje miesto bydliska označili poväčšine okolie Smoleníc, predovšetkým okolité obce (32%), mesto Trnava (28%), Bratislava (20%). Návštevníci z Modry tvoria 12% a zo Senice 8% (graf 3).

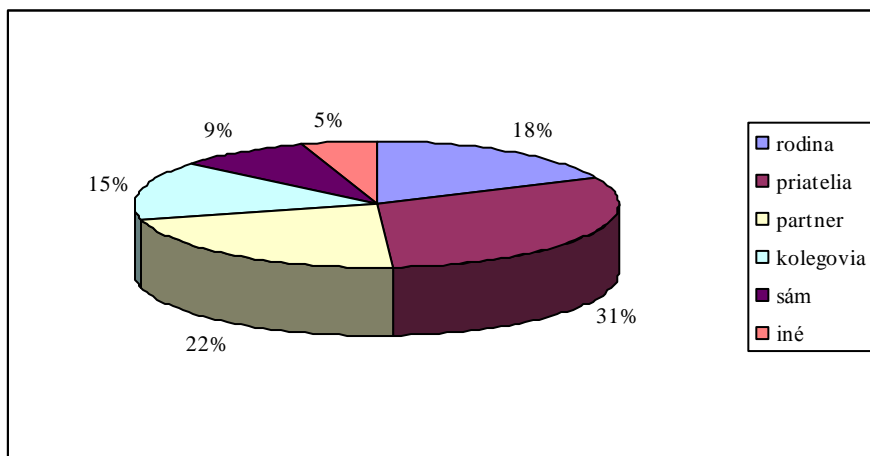
**Graf 3** Rozdelenie návštevníkov podľa miesta bydliska



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

Ďalšou informáciou o respondentoch bolo zistenie s kým návštevu Smoleníc absolvovali (graf 4). Prostredníctvom tejto otázky som chcela zistiť, aké skupiny ľudí Smolenice navštevujú. V prevažnej väčšine opýtaní navštívili obec s priateľmi (31%) a partnerom (22%). S rodinou prišlo 18% a s kolegami 15% respondentov. Samostatne prišlo 9% a možnosť „iné“ si vybralo 5% opýtaných.

**Graf 4** Rozdelenie návštevníkov podľa toho, s kým návštevu absolvovali

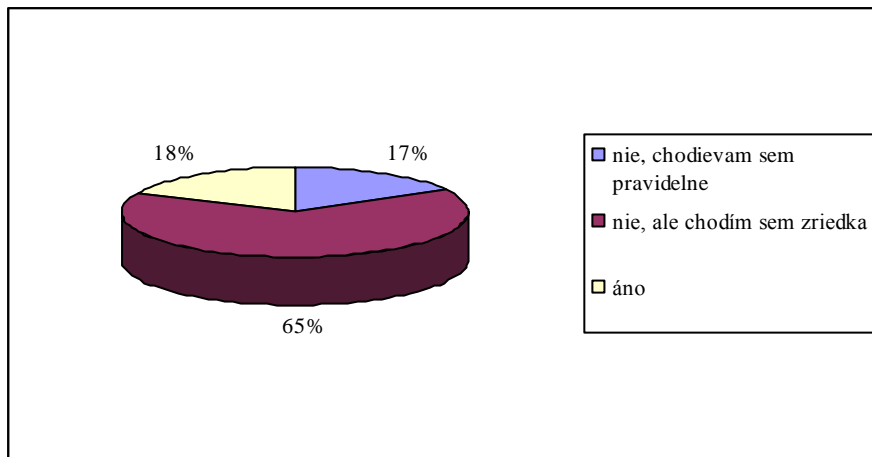


Zdroj: vlastné spracovanie (2011)



Prvou číslovanou otázkou som sa chcela dozvedieť, či sú respondenti v Smoleniciach prvýkrát a ak nie, či sem chodia pravidelne alebo zriedka (graf 5). Z výsledkov vyplýva, že najväčší počet opýtaných v Smoleniciach už bolo, ale chodia sem zriedka (65%). 18% respondentov navštívilo Smolenice prvýkrát a zvyšných 17% sem chodí pravidelne.

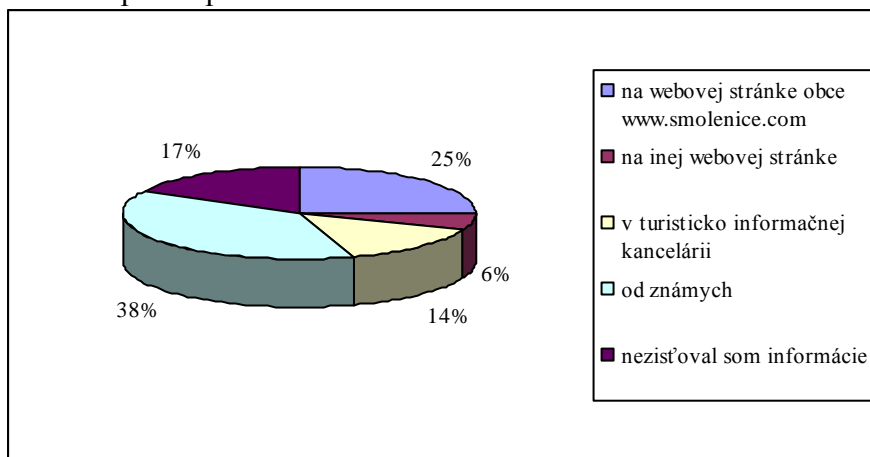
**Graf 5** Intenzita návštevy Smoleníc



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V druhej otázke som zisťovala, odkiaľ návštevníci čerpali informácie o Smoleniciach (graf 6 na strane 50). Z uvedených odpovedí je zrejmé, že najviac opýtaných získalo informácie od známych (38%). 25% respondentov sa informovalo prostredníctvom webovej stránky obce a 14% prostredníctvom turisticko-informačnej kancelárie. Informácie o obci si nezisťovalo 17% opýtaných. Zvyšných 6% ľudí uviedlo, že informácie zisťovali na inej webovej stránke. Týmto som položila doplňujúcu otázku, ktorej cieľom bolo zistiť, na akých webových stránkach našli informácie. Odpovede boli rôzne, najčastejšie uviedli stránku [www.hrady.sk](http://www.hrady.sk).

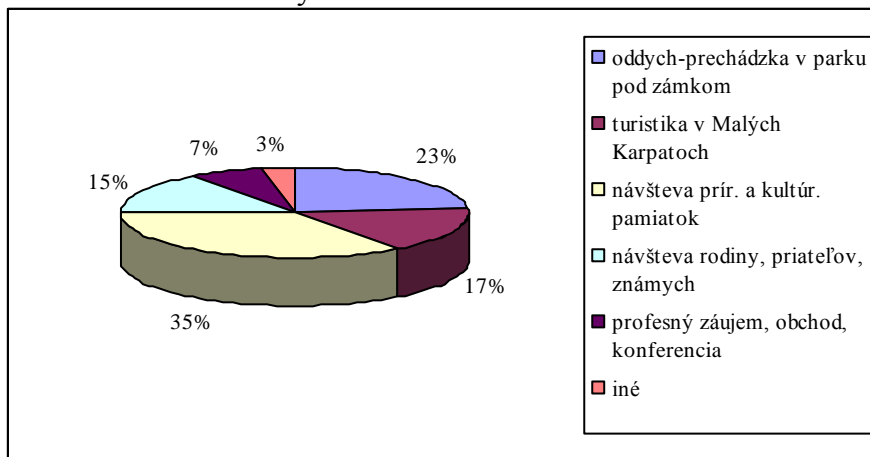
**Graf 6** Spôsob prísunu informácií o Smoleniciach



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V tretej otázke skúmam, čo návštevníkov prilákalo do obce Smolenice (graf 7). Z výsledkov možno konštatovať, že najväčší počet opýtaných navštívilo obec kvôli návšteve prírodných a kultúrnych pamiatok (35%). Ďalších 23% uviedlo ako dôvod návštevy oddych v podobe prechádzky v parku pod zámkom. 17% osôb odpovedalo, že ich do Smoleníc pritiahla turistika v Malých Karpatoch, 15 % uviedlo návštevu rodiny, priateľov, známych. 7% respondentov prišlo do Smoleníc kvôli obchodu či konferencii. Zvyšné 3% uviedli, že obec navštívili z iného dôvodu.

**Graf 7** Dôvod návštevy obce Smolenice

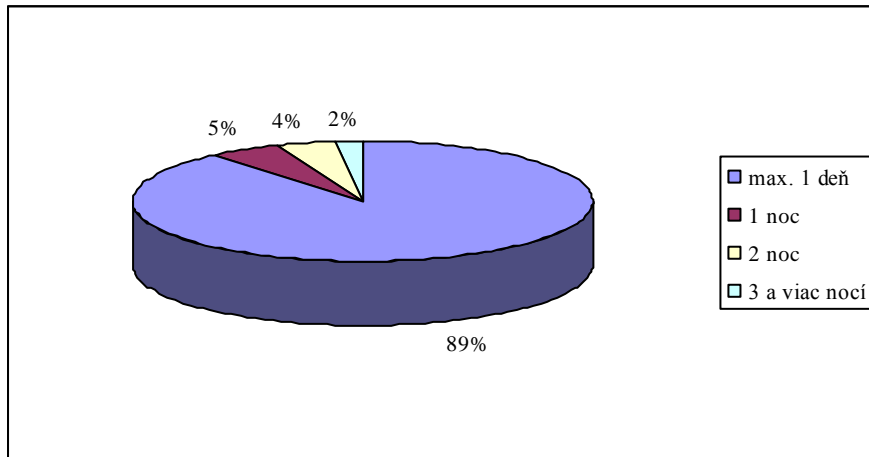


Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

Nasledujúca schéma (graf 8 na strane 51) znázorňuje odpovede na otázku, ako dlho sa návštevníci v Smoleniciach zdržia. Z hodnotenia vyplynulo, že až 89% oslovených sa zdrží maximálne 1 deň. 5% respondentov zotrvalo v obci 1 noc, 4% 2 noci a len 2% opýtaných 3 a viac nocí. Túto skutočnosť som zohľadnila v návrhovej časti práce, kde som

vytvorila viacdňové produktové balíky za účelom zvýšenia počtu prenocovaní v Smoleniciach.

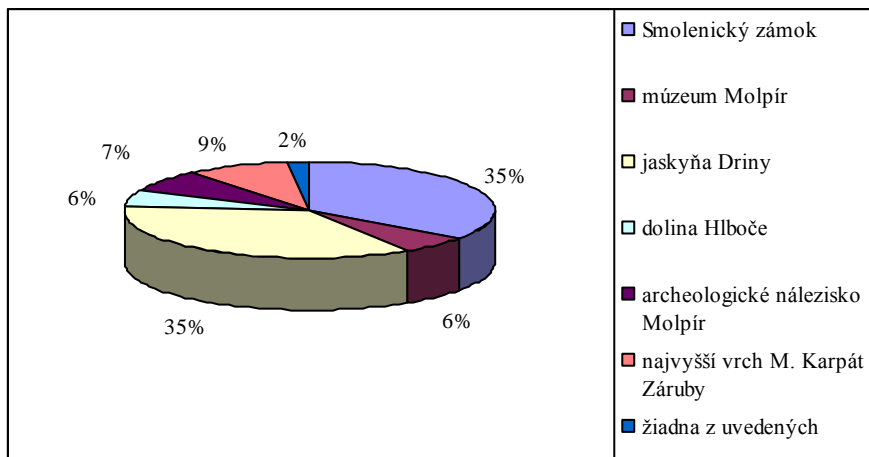
**Graf 8** Dĺžka pobytu v Smoleniciach



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V piatej otázke sa zameriavam na zistenie, ktoré z uvedených prírodných a kultúrnych atrakcií respondenti navštívili (graf 9). Podľa grafu je jasné, že medzi najnavštevovanejšie patrí Smolenický zámok (35%), jaskyňa Driny (35%) a najvyšší vrch Malých Karpát Záruby (9%). Archeologické nálezisko Molpír si pozrelo 7% oslovených. Múzeum Molpír a dolinu Hlboče videlo 6% opýtaných. 2% respondentov uviedlo, že nevideli žiadnu z uvedených pozoruhodností. Na základe týchto informácií som menej navštevované atrakcie zahrnula do jednotlivých produktových balíkov.

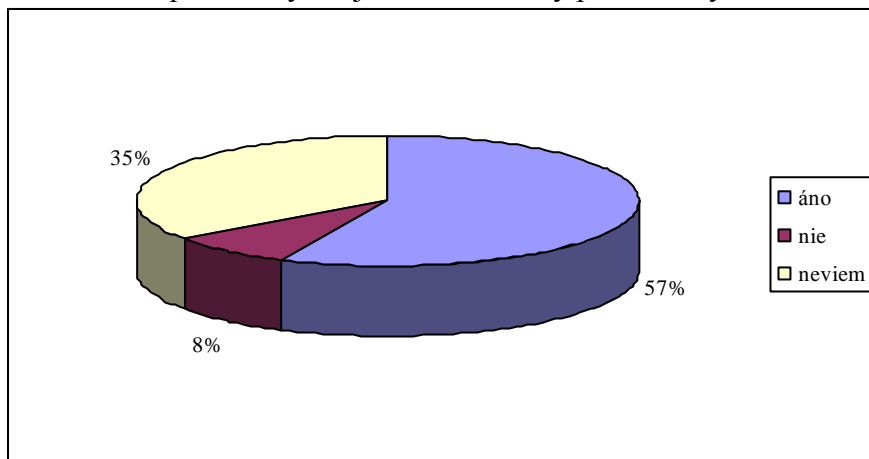
**Graf 9** Navštevnosť prírodných a kultúrnych atrakcií v Smoleniciach



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

Šiestu otázku som sformulovala tak, aby som zistila, či by mali respondenti záujem o viacdnový balík služieb, ktorý by umožňoval spoznať Smolenice a okolie a zahŕňal by ubytovanie, stravovanie, dopravu a vstupy (graf 10). Nadpolovičná väčšina (57%) by o takýto produktový balík záujem mala, 35% v danej situácii nevedelo, či by mali záujem a len 8% uviedlo, že by produktový balík nevyužilo. Na základe jednoznačného výsledku uvádzam v nasledujúcej kapitole návrh troch produktových balíkov.

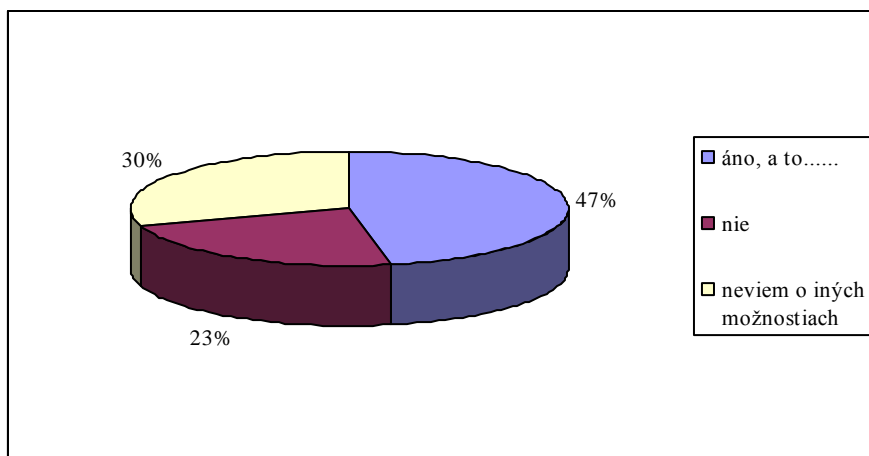
**Graf 10** Predpokladaný záujem o viacdnový produktový balík



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

Siedmou otázkou zisťujem, či respondenti navštívili alebo plánujú navštíviť okrem Smoleníc aj inú zaujímavosť v okolí (graf 11 na strane 53). 47% ľudí odpovedalo na otázku kladne. Týmto som položila doplňujúcu otázku, ktorej účelom bolo zistiť, aké pozoruhodnosti v okolí navštívili. V odpovediach sa najčastejšie vyskytoval hrad Červený Kameň, zrúcanina Plaveckého hradu, zrúcanina kostola sv. Kataríny a kaštieľ v Dolnej Krupej. 30% opýtaných uviedlo, že nevie o iných možnostiach. Zvyšných 23% oslovených nenavštívilo a ani nemá v pláne navštíviť atraktivity v okolí.

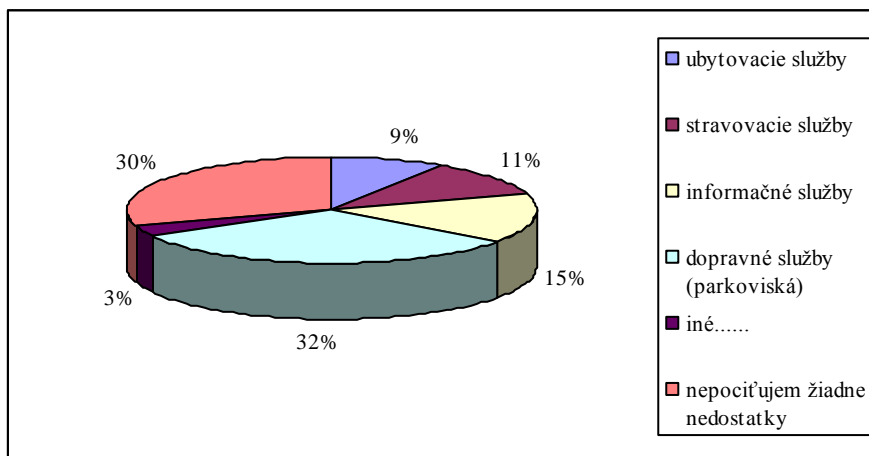
**Graf 11** Predpokladaná návšteva zaujímavostí v okolí Smoleníc



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V ôsmej otázke ma zaujímalo, či a v akej zo služieb pociťujú respondenti nedostatky (graf 12). Najviac oslovených (32%) vidí nedostatky v dopravných službách (parkovanie), 15% uviedlo informačné služby a 11% stravovacie služby. 9% opýtaných nie je spokojných s ubytovacími službami. Odpoveď „iné“ s možnosťou doplnenia si vybrali 3% respondentov. Nespokojní boli s cestami a možnosťami zábavy. Žiadne nedostatky v službách nepociťuje 30% oslovených.

**Graf 12** Zisťovanie nedostatkov v službách v obci

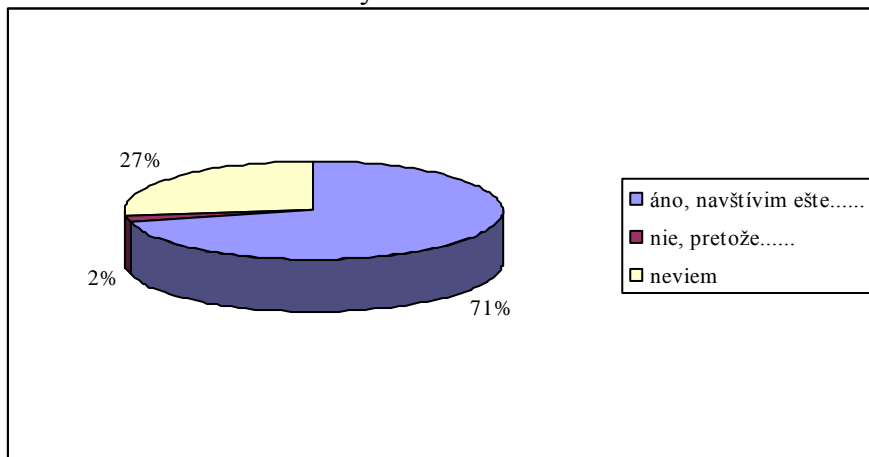


Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

Predmetom deviatej otázky je zistiť záujem znovu navštíviť obec Smolenice (graf 13 na strane 54). Dve z odpovedí sú otvorené. Väčšina osôb (71%) označila odpoveď áno a doplnila, čo chcú ešte v obci navštíviť. Medzi najčastejšie odpovede patrí zámok, jaskyňa

a vrch Záruby. 27% respondentov odpovedalo, že nevedia, či Smolenice navštívia znova. Možnosť nie zvolili 2% ľudí s odôvodnením, že tu nie je čo viac vidieť.

**Graf 13** Plánovanie návštevy Smoleníc v budúcnosti



Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

V záverečnej otázke ma zaujímalo, ako by opýtaní zhodnotili návštevu Smoleníc. Otázka je otvorená. Väčšina respondentov sa zhodla, že Smolenice sú veľmi pekné miesto s množstvom turistických zaujímavostí. Sú pomerne dobre vybavené v porovnaní s okolitými obcami. Za negatívum niektorí opýtaní označili zlý technický stav hlavnej cesty a nedostatočnú informovanosť.

Výsledky dotazníkového prieskumu mi pomohli vytvoriť si predstavu o jednotlivých návštevníkoch, ich dôvodoch návštevy, najnavštevovanejších pamiatkach, dĺžke pobytu. Na základe odpovedí respondentov som zistila, že je potrebné vytvoriť viacdnňové produktové balíky umožňujúce spoznať Smolenice a okolie, pritiahnúť tak vyšší počet návštevníkov a zvýšiť počet prenocovaní. Za pozitívny výsledok považujem skutočnosť, že väčšina respondentov (57%) prejavila záujem o navrhnuté produktové balíky obsahujúce ubytovanie, stravovanie, dopravu a vstupy. Zistila som, že väčšina opýtaných do Smoleníc prišla s priateľmi (32%), rodinou (18%) a kolegami (15%). Ďalšou dôležitou skutočnosťou bola informácia o návštevnosti jednotlivých pamiatok. Medzi najmenej navštevované respondenti označili múzeum Moplír (6%) a dolinu Hlboče (6%). Predpokladala som slabú návštevnosť a skutočnosť, že väčšina turistov sem prichádza len na jeden deň. Táto vyslovená domnienka sa potvrdila, nakoľko až 89% opýtaných potvrdilo, že sa v Smoleniciach zdržia len jeden deň.

Zistené informácie som využila pri vytváraní viacdnňových balíkov služieb. Prostredníctvom týchto údajov som vyberala prírodné a kultúrne pamiatky, ktoré

návštevníci uvidia, s cieľom zvýšiť ich návštevnosť, tak som vytvorila harmonogram produktových balíkov. Na základe spomínaných informácií som učila jednotlivé cieľové skupiny. Vytvorením balíkov služieb získa obec aj miestni podnikatelia príležitosť vylepšiť svoju reputáciu a zvýšiť ekonomický zisk z cestovného ruchu. Návrhy produktových balíkov uvádzam v nasledujúcej kapitole.

## **8 NÁVRH PRODUKTOVÝCH BALÍKOV NA PODPORU ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU V OBCI**

Na základe veľkého počtu prírodných a kultúrnych pamiatok, ale aj vďaka dostatočnému množstvu ubytovacích a stravovacích zariadení má obec Smolenice veľký potenciál pre rozvoj cestovného ruchu. Smolenice sú vyhľadávaným cieľovým miestom turistov zo širokého aj blízkeho okolia všetkých vekových kategórií.

Z informácií z predchádzajúcich kapitol vyplýva, že obec má potenciál pre rozvoj rekreačných aktivít spojených predovšetkým s letnou sezónou (turistika, pobyt a rekreácia na vidieku, chatárčenie, cykloturistika), čiastočne zimnou sezónou (beh na lyžiach, sánkovanie) a možnosti na spoznávanie kultúrno-historických pamiatok. Z jednotlivých foriem cestovného ruchu možno v Smoleniciach realizovať rekreačný, športový, vidiecky, kultúrny, poznávací a obchodný či kongresový cestovný ruch.

Na to aby bola obec aj naďalej turisticky atraktívna je potrebné urobiť niekoľko krokov. Ako riešenie ponúkame pestrý tematicky zameraný produkt v podobe niekoľko dňových produktových balíkov. Hlavným cieľom tvorby produktových balíkov je ušetrenie času a úsilia pri hľadaní jednotlivých služieb potenciálnym zákazníkom a taktiež prilákať turistov aj mimo sezóny. Organizátorom produktových balíkov bude informačná kancelária Infotours sídliaca v Smoleniciach.

### **8.1 Produktový balík „Smolenice krížom – krážom“**

#### **8.1.1 Popis produktu**

Produktový balík „Smolenice krížom – krážom“ umožňuje návštevníkom spoznať obec Smolenice a jej široké okolie. Ide o štvordňový poznávací pobyt (štvrtok až nedeľa), v ktorom je okrem vstupov zahrnuté 3x ubytovanie v penzióne\*\* v Smoleniciach vrátane rekreačného poplatku, 3x polpenzia, doprava a služby sprievodcu. Predpokladaná realizácia je v mesiacoch máj a september, s cieľom prilákať turistov predovšetkým mimo sezónu. Zájazd sa uskutoční pri minimálnom počte 20 osôb. Zvýhodnená cena produktového balíka predstavuje 101 €/osoba. Harmonogram je uvedený na strane 57.



**Tabuľka 10** Harmonogram produktového balíka „Smolenice krížom – krážom“

1.deň	<ul style="list-style-type: none"><li>• prehliadka Múzea Molpír a Smolenického zámku</li><li>• turisticky nenáročná trasa do jaskyne Driny s možnosťou vidieť aj národnú prírodnú rezerváciu dolinu Hlboče</li><li>• prestávka na občerstvenie</li><li>• individuálna prehliadka zrúcaniny Dobrovodského hradu</li><li>• v závere dňa ubytovanie a večera v penzióne v Smoleniciach</li></ul>
2.deň	<ul style="list-style-type: none"><li>• celodenná túra na Záruby (767m), najvyšší vrch Malých Karpát</li><li>• na zrúcaninu hradu Ostrý Kameň, trasa trvá približne 5 hodín a je mierne náročná</li></ul>
3.deň	<ul style="list-style-type: none"><li>• návšteva krajského mesta Trnava (dvojhodinová pešia prehliadka so sprievodcom)</li><li>• individuálne voľno</li><li>• prehliadka klasicistického kaštieľa v Dolnej Krupej s rozľahlým 17 hektárovým anglickým parkom so vzácnymi drevinami</li><li>• prehliadka závodu na výrobu medoviny spojenú s ochutnávkou a možnosťou nákupu</li></ul>
4.deň	<ul style="list-style-type: none"><li>• návšteva hradu Červený Kameň v obci Častá spojená s vystúpením sokoliarov</li><li>• atraktívna dvojhodinová vychádzka na koni do okolitej prírody obce Doľany</li></ul>

Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

### 8. 1. 2 Cieľová skupina

Produktový balík „Smolenice krížom – krážom“ nie je vekovo obmedzený. Určený je predovšetkým pre turisticky aktívnych ľudí so záujmom o prírodu, históriu, mestá, kultúrne a prírodné pamiatky. Taktiež je vhodný pre ľudí, ktorí budú mať záujem spoznať Smolenice a ich okolie a zrelaxovať a oddýchnuť si v peknom prostredí.

### 8. 1. 3 Cenová kalkulácia

Cenovú kalkuláciu som urobila nasledovným spôsobom. Predajná cena predstavuje sumu, ktorú návštevník zaplatí, ak absolvuje návštevu Smoleníc samostatne bez využitia produktového balíka. Nákladová cena predstavuje 60 % z predajnej ceny. Zvýhodnená cena je určená len pre záujemcu o produktový balík. Je o 15 % nižšia ako predajná cena. Konečná suma produktového balíka určená pre zákazníka po zaokrúhlení je 101 €. Zisk pre informačnú kanceláriu tvorí 29,42 € na jedného zákazníka. Cenová kalkulácia je uvedená na nasledujúcej strane.

**Tabuľka 11** Cenová kalkulácia produktového balíka

kalkulácia na 1 osobu	nákladová cena	predajná cena	zvýhodnená cena
ubytovanie	18,00 €	30,00 €	25,50 €
stravovanie	14,40 €	24,00 €	20,40 €
vstupy, prehliadky	33,00 €	55,00 €	46,75 €
doprava	3,78 €	6,30 €	5,36 €
sprievodca	2,40 €	4,00 €	3,40 €
<b>SPOLU</b>	<b>71,58 €</b>	<b>119,30 €</b>	<b>101,41 €</b>

Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

## 8. 2 Produktový balík „Víkend v Smoleniciach s nádychom histórie“

### 8. 2. 1 Popis produktu

Produktový balík „Víkend v Smoleniciach s nádychom histórie“ predstavuje predĺžený víkend (piatok až nedeľa) počas, ktorého si návštevníci pozrú hrady, zámky, kaštiele a zrúcaniny v Malých Karpatoch a zároveň spoznajú kolorit obce Smolenice. Poznávací pobyt zahŕňa 2x ubytovanie v penzióne\*\* v Smoleniciach vrátane rekreačného poplatku, 2x polpenziu, vstupy a prehliadky, dopravu, služby sprievodcu, a ako bonus vstup do jaskyne Driny zdarma. Ako pri predošlom produktovom balíku aj v tomto prípade sa pobyt bude organizovať v mesiacoch mimo sezónu, teda v máji a septembri. Zájazd sa uskutoční pri minimálnom počte 20 osôb. Zvýhodnená cena produktového balíka je 80 € na jedného zákazníka.

**Tabuľka 12** Harmonogram produktového balíka „Víkend v Smoleniciach s nádychom histórie“

1.deň	<ul style="list-style-type: none"> <li>• individuálna prehliadka zrúcaniny Dobrovodského hradu</li> <li>• individuálna prehliadka zrúcaniny Kláštora sv. Kataríny</li> <li>• prehliadka klasicistického kaštieľa v Dolnej Krupej s rozľahlým 17 hektárovým anglickým parkom so vzácnymi drevinami</li> <li>• ubytovanie a večera v penzióne</li> </ul>
2.deň	<ul style="list-style-type: none"> <li>• individuálna prehliadka zrúcaniny Plaveckého hradu</li> <li>• individuálna prehliadka zrúcaniny hradu Korlátka a návšteva novovybudovanej rozhľadne</li> <li>• návšteva Smolenického zámku spojená s výstupom na vežu a ochutnávkou vín</li> </ul>
3.deň	<ul style="list-style-type: none"> <li>• návšteva hradu Červený Kameň spojená s vystúpením sokoliarov</li> <li>• atraktívna dvojhodinová jazda na koni do okolitej prírody obce Doľany</li> <li>• prehliadka jaskyne Driny – zdarma ako bonus</li> </ul>

Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

## 8. 2. 2 Cieľová skupina

Produktový balík „Víkend v Smoleniciach s nádychom histórie“ ocenia predovšetkým nadšenci hradov, zámkov a zrúcanín, ale aj milovníci prírody a histórie. Pobyt je určený pre všetky vekové kategórie a pre ľudí, ktorí dokážu zrelaxovať v pohybe a radi spoznajú Smolenice a ďalšie nové miesta.

## 8. 2. 3 Cenová kalkulácia

Cenovú kalkuláciu som robila rovnakým spôsobom ako pri predchádzajúcom produktovom balíku. Výsledná suma určená pre zákazníka po zaokrúhlení činí 80 €. Zisk pre informačnú kanceláriu predstavuje 23,30 € na jedného zákazníka.

**Tabuľka 13** Cenová kalkulácia produktového balíka

<b>kalkulácia na 1 osobu</b>	<b>nákladová cena</b>	<b>predajná cena</b>	<b>zvýhodnená cena</b>
ubytovanie	12,00 €	20,00 €	17,00 €
stravovanie	9,60 €	16,00 €	13,60 €
vstupy, prehliadky	28,50 €	47,50 €	40,38 €
doprava	4,80 €	8,00 €	6,80 €
sprievodca	1,80 €	3,00 €	2,55 €
<b>SPOLU</b>	<b>56,70 €</b>	<b>94,50 €</b>	<b>80,33 €</b>

Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

## 8. 3 Produktový balík „Relax počas konferencie“

### 8. 3. 1 Popis produktu

Produktový balík „Relax počas konferencie“ nepredstavuje typický produktový balík s ubytovaním, stravovaním a dopravou. Ide predovšetkým o doplnkový program počas konferencií a seminárov. Dôraz sa kladie na zintenzívnenie prepojenia kongresového turizmu s poznávacími aktivitami, nakoľko podľa mojich pozorovaní sa v Smoleniciach kongresy a konferencie konajú relatívne izolovane od ostatných foriem cestovného ruchu. V rámci doplnkového programu účastníci absolvujú prehliadku zámku spojenú s degustáciou vín, obhliadku závodu na výrobu medoviny spojenú s ochutnávkou, v letnej sezóne dvojhodinovú jazdu na koni v okolitej prírode obce Doľany, návštevu jaskyne Driny spojenú s turisticky nenáročnou prechádzkou. Jednotlivé služby nemajú presne

stanovený harmonogram. Ich poradie sa určí po dohode so zákazníkmi. Tento produktový balík sa zrealizuje pri minimálnom počte 20 osôb. Časovo je podmienený realizáciou kongresu, konferencie či semináru. Cena spomínaných doplnkových služieb po zaokrúhlení je na osobu 48 €.

### 8. 3. 2 Ciel'ová skupina

Doplnkové služby v rámci produktového balíka sú určené účastníkom rôznych konferencií, kongresov, seminárov. Cieľom je dopriať zúčastneným počas konferencie rozptýlenie, uvoľnenie, možnosť načerpať energiu. Aj takýmto spôsobom, teda prostredníctvom spomínaných služieb, je možné podnietiť záujem účastníkov o obec a prípadné strávenie súkromnej dovolenky a prezentovať Smolenice ako nevšedné miesto, ktoré ponúka omnoho viac zaujímavostí ako len zámok.

### 8. 3. 3 Cenová kalkulácia

Do cenovej kalkulácie produktového balíka „Relax počas konferencie“ som zarátala jednotlivé doplnkové služby a služby sprievodcu. Nákladovú, predajnú a zvýhodnenú cenu som počítala rovnako ako pri predošlých produktových balíkoch. Celková cena pre zákazníka po zaokrúhlení je 48 €. Zisk pre informačnú kanceláriu činí 14,10 € na osobu.

**Tabuľka 14** Cenová kalkulácia produktového balíka

kalkulácia na 1 osobu	nákladová cena	predajná cena	zvýhodnená cena
prehliadka zámku vrátane degustácie vín	6,90 €	11,50 €	9,78 €
jazda na koni (2 hod.)	16,80 €	28,00 €	23,80 €
prehliadka závodu na výrobu medoviny vrátane ochutnávky	6,00 €	10,00 €	8,50 €
návšteva jaskyne Driny	3,00 €	5,00 €	4,25 €
sprievodca	1,20 €	2,00 €	1,70 €
<b>SPOLU</b>	<b>33,90 €</b>	<b>56,50 €</b>	<b>48,03 €</b>

Zdroj: vlastné spracovanie (2011)

## **8. 4 Propagácia a distribúcia produktových balíkov**

Tak ako je dôležité propagovať Smolenice, je dôležité spropagovať aj samotný produktový balík. Propagáciu všetkých produktových balíkov plánujem prostredníctvom plagátov, kde sa bude nachádzať presný popis zájazdu, cena, predbežné termíny a kontakt v prípade záujmu. Plagáty sú pestré s obrázkami jednotlivých atrakcií vo formáte A4 (prílohy č. 11 - 13).

Informácie o jednotlivých produktových balíkoch budú k dispozícii na webovej stránke obce Smolenice a mesta Trnava. Potenciálni zákazníci budú o zájazdoch informovaní aj prostredníctvom turisticko-informačných kancelárií, a to v hlavnom meste Bratislave – bratislavské kultúrne informačné stredisko, v Trenčíne – kultúrne informačné centrum, v Žiline – turisticko-informačná kancelária, v Nitre – nitriansky informačný systém, ICBB – informačné centrum Banská Bystrica. Týmto spôsobom mám v úmysle osloviť všetkých potenciálnych návštevníkov z okolitých krajov.

## **8. 5 Informačné minimum o navštívených pamiatkach**

### **Dobrovodský hrad**

Na prístupovej ceste k Dobrovodskému hradu je zaujímavé, že výstup k nemu sa začína nad dedinou Dobrá Voda cintorínskou bránou. Ruiny hradu sú zväčša schované medzi stromami. Zrúcaninu z dediny takmer nevidieť. Ale po príchode na hrad je návštevník ohromený, koľko sa zo stavby zachovalo. V hradných múroch si možno všimnúť pravidelné kanáliky s obdĺžnikovým pôdorysom. Pravdepodobne slúžili ako komíny alebo na vetranie. Hrad má pretiahnutý obdĺžnikový pôdorys. Dá sa vyliezť na jeho niekdajšie opevnenie obrátené nad cestu cez Malé Karpaty, ktorú hrad kedysi strážil. Jeho hlavnou úlohou bolo chrániť prechod cez malé Karpaty, chrániť pocestných a vyberať mýtny poplatok (PANORAMA 2011 :<http://www.panorama.sk/go/clanky/75.asp?lang=sk&sv=2>).

### **Hrad Ostrý Kameň**

Hrad Ostrý Kameň postavili v 13. storočí. V listinách sa prvý raz spomína v roku 1273 ako jeden z pohraničných hradov strážiacich západnú hranicu Uhorska. Spolu s Korlátskym, Plaveckým a Smolenickým hradom patril k pevnostiam, ktoré dozerali na tzv.

Českú cestu. Gotický hrad bol vybudovaný na skale, ktorú od hlavného hrebeňa Zárub oddeľovala priekopa vysekaná do podlažia. Hrad pozostával z horného gotického hradu s vežou, palácom a kaplnkou a z nižšie položeného predhradja zo 16. storočia slúžiaceho zväčša hospodárskym účelom. Na horný hrad sústredili stráž (SLOVENSKÉ HRADY 2011 : <http://slovenskehrady.sk/?show=object&which=OstryKamen>).

### **Mesto Trnava**

Trnava, prezývaná „slovenský Rím“ patrí medzi najstaršie mestá na Slovensku, písomne sa spomína už v roku 1211 a v roku 1238 bola povýšená na slobodné kráľovské mesto. V 16. storočí získala postavenie duchovného a kultúrneho centra Rakúsko-Uhorska. V meste sa sústredilo viacero reholí s množstvom kláštorov, kostolov. Najvýznamnejšími sakrálnymi objektmi v meste sú: Kostol sv. Heleny zo 14. storočí, gotický farský kostol sv. Mikuláša, bazilika sv. Jána Krstiteľa, či františkánsky kostol sv. Jakuba a kláštor, ale aj veľa ďalších. Najvýznamnejšími svetskými stavbami v meste sú Univerzitné budovy, ktoré tvoria súbor 9 stavieb. Dôležitou historickou pamiatkou je aj mestské opevnenie, ktoré patrí k najzachovalejším a najrozsiahlejším hradbovým tehlovým systémom na Slovensku. Hradby pôvodne v 13.-14. storočí obklopovala vodná priekopa, dnes je na jej mieste mestský park. Každoročne v meste konajú významné kultúrne podujatia: Trnavská hudobná jar a Trnavská hudobná jeseň – festival vážnej hudby, Dobrofest – festival modernej hudby (SLOVAKIA TRAVEL 2010 : <http://www.slovakia.travel/data/Resources/Upload/Doc/Podujatia/trnava.pdf>).

### **Klasicistický kaštieľ v Dolnej Krupěj**

Kaštieľ v Dolnej Krupěj, postavený v rokoch 1793 – 1795, patrí medzi najkrajšie príklady vidieckej klasicistickej architektúry na Slovensku. Bol známy bohatými umeleckými zbierkami, knižnicou s tisíckami zväzkov kníh a mimoriadnou obrazovou galériou. Nádherné šľachtické dielo patriace rodine Brunswickovcov stojí na okraji rozsiahleho anglického parku s jazierkom a vzácnymi drevinami. Za kaštieľom vznikol tzv. umelý kopec, ktorý sa dvíha do výšky takmer 15 m nad úroveň okolitého terénu. Kaštieľ však najviac preslávili návštevy Ludwiga van Beethovena na začiatku 19. storočia. V súčasnosti slúži ak Domov slovenských hudobných skladateľov. Vedľa kaštieľa sa okrem klasicistických hospodárskych objektov nachádza rokokový Beethovenov pavilón s expozíciou Hudobného múzea zachytávajúcu život a dielo Ludwiga van Beethovena (DOLNÁ KRUPÁ 2011 : <http://www.dolnakrupa.com/kastiel.html>).

## **Hrad Červený Kameň**

Vznik hradu Červený Kameň siaha do prvej polovice 13. storočia. Jeho dejiny sa začali písať, keď česká kráľovná - vdova Konštancia Uhorská nechala pred rokom 1240 na svojich majetkoch postaviť hrad, ktorý sa stal známym pod menom Červený Kameň. Najskôr bol hrad kráľovským majetkom, neskôr sa ako jeho vlastníci vystriedali viaceré významné uhorské šľachtické rody, medzi inými i Matúš Čák Trenčiansky, páni zo Svätého Jura a Pezinka, Zápoľskí alebo Turzovci. Turzovci získali hrad spolu s panstvom do dedičnej držby od kráľovnej Márie Habsburskej, manželky uhorského kráľa Ľudovíta II. Jagelovského. Do dejín hradu zasiahli najvýznamnejšie dva šľachtické rody, ktoré sa postupne stali jeho vlastníkami: nemeckí Fuggerovci a uhorskí Pálffyovci. Pálffyovci vlastnili Červený Kameň až do roku 1945. Po druhej svetovej vojne sa začalo s obnovou architektúry hradu. V jeho centrálnej časti zriadili múzeum, do ktorého sústredili historické mobiliáre a predmety nielen z Červeného Kameňa, ale aj z okolitých hradov a kaštieľov. V roku 1949 bol hrad vyhlásený za štátny kultúrny majetok a v roku 1970 za národnú kultúrnu pamiatku (HRAD ČERVENÝ KAMEŇ 2011 : <http://www.hradcervenykamen.sk/?page=historia-hradu>).

## **Kláštor svätej Kataríny**

Kláštor svätej Kataríny, ktorý prislúchal františkánskemu rádu, bol založený v roku 1618 na mieste, kde sa podľa legendy zjavovala svätá Katarína mladému grófovi a pustovníkovi Jánovi Apponyimu. Komplex je postavený v zaujímavom ranobarokovom štýle s neskorogotickými prvkami talianskym staviteľom Pietrom Spazzom. Katarínka bola miestom rušného života mníchov a cieľom mnohých pútí pospolitého ľudu. V 17. storočí bola niekoľkokrát porušená tureckými vpádmi či cisárskymi vojskami, no vždy bola opravená a život v nej koloval ďalej. Čo však nedokázali vojská, to sa podarilo politike - v júli 1786 bol kláštor dekrétom cisára Jozefa II. zrušený. Mnísi museli toto miesto zanechať, inventár bol porozdávaný okolitým kláštorom i obciam a kláštor začal pustiť a meniť sa v ruiny. Dnes možno vidieť ešte dobre zachované kostolné ruiny s vežou a pozostatky jedného krídla kláštornej budovy. Kláštor leží mimo hlavných ciest i turistických chodníkov (KATARÍNKA 2010 : <http://www.katarinka.sk/co-je>).

## **Plavecký hrad**

Zrúcanina Plaveckého hradu sa nachádza na západnom úpätí Malých Karpát nad obcou Plavecké Podhradie. Vynikol ako kráľovská pohraničná pevnosť v rokoch 1256-

1273. Vlastnil ho i Ctibor zo Ctiboríc, neskôr grófi zo Svätého Jura a Pezinka, Szerédyovci, Salmovci, Fuggerovci a Balassovci. Od roku 1641 až do 20. storočia boli pánmi hradu Pálffyovci. V roku 1707 hrad počas troch dní ostreľovalo cisárske vojsko v boji proti kuruckým povstalcom, čím zničilo jeho 450-ročnú slávu. Na Plaveckom hrade bola v rokoch 1579 - 1582 známa tlačiareň kazateľa P. Borzemiszu. Tlačili sa tu kalendáre a náboženské knihy s protestantskými kázňami (SLOVENSKÉ HRADY 2011 : <http://www.slovenskehrady.sk/?show=object&which=PlaveckyHrad>).

### **Hrad Korlátko**

Zrúcanina hradu Korlátko nad obcou Rozbehy predstavuje zďaleka viditeľnú dominantu Záhoria. Hrad bol postavený v druhej polovici 13. storočia z poverenia panovníka na ochranu Českej cesty vedúcej priesmykom Malých Karpát z Čiech do Uhorska. Hrad bol premetom bojov medzi Matúšom Čákom a kráľom Karolom Róbertom. Neskôr patril do vlastníctva Ctibora zo Ctiboríc. Opustený bol začiatkom 18. storočia. Z horného hradu je nádherný výhľad do Záhorskej nížiny. Za obcou pred turistickou chatou sa nachádza turistická rozhľadňa (SLOVENSKÉ HRADY 2011 : <http://www.hrady.sk/korlatka.php>).



## ZÁVER

V diplomovej práci som sa zaoberala problematikou rozvoja cestovného ruchu v obci Smolenice. Záujmové územie má bohatý potenciál pre ďalší rozvoj v oblasti cestovného ruchu, ktorý sa viaže na veľké množstvo prírodných atraktivít, kultúrno-historických pamiatok, dobre rozvinutú materiálno-technickú základňu a vynikajúcu dopravnú dostupnosť.

Smolenice predstavujú perspektívnu oblasť trávenia voľného času. Na základe rozboru prírodného prostredia záujmového územia možno konštatovať, že v Smoleniciach existuje potenciál pre rozvoj rekreačných aktivít spojených predovšetkým s letnou sezónou a čiastočne zimnou sezónou. Kultúrnohistorické danosti sledovaného územia poskytujú podmienky pre poznávanie kultúrnohistorických pamiatok. Jedným zo záverov práce je, že v Smoleniciach možno rozvíjať rekreačný, športový, vidiecky, kultúrny, poznávací a obchodný či kongresový cestovný ruch. Doplnkovú funkciu plní poľovníctvo.

Na základe výsledkov SWOT analýzy možno povedať, že hoci je ponuka záujmového územia dostatočne široká, návštevníci tu zotrávajú maximálne jeden deň s výnimkou účastníkov kongresov a konferencií. Túto slabú stránku potvrdil aj prieskum prostredníctvom dotazníka realizovaný v sledovanom území. Cieľovú skupinu tvorili návštevníci Smoleníc. Výsledky prieskumu poukázali na fakt, že pre ďalší rozvoj cestovného ruchu v sledovanej oblasti, je žiaduce zvýšiť návštevnosť a počet prenocovaní. Z prieskumu vyplynulo aj to, že medzi najmenej navštevované pozoruhodnosti patrí múzeum Molpír a dolina Hlboče. Väčšina oslovených uviedla, že nenavštívili alebo nemajú informácie ani o žiadnych zaujímavostiach v okolí. Uvedené výsledky som využila pri spracovaní návrhov na zvýšenie počtu prenocovaní a zároveň podporu cestovného ruchu v Smoleniciach.

Na základe výsledkov dotazníkového prieskumu som vytvorila pestrý tematicky zameraný produkt v podobe troch viacdňových produktových balíkov. Úlohou tvorby balíkov bola predovšetkým pomoc návštevníkom ľahšie sa orientovať v ponuke jednotlivých služieb. Balíky sú určené viacerým cieľovým skupinám a sú tematicky odlišné. Okrem najnavštevovanejších pamiatok som do programov zahrnula aj najmenej navštevované pamiatky s cieľom zvýšiť ich návštevnosť. Súčasťou harmonogramov je aj návšteva viacerých zaujímavostí v širšom okolí Smoleníc. Popri jednotlivých atraktivitách návštevníci absolvujú degustáciu vín, prehliadku závodu na výrobu medoviny spojenú

s ochutnávkou a dvojhodinovú jazdu na koni. Dôležitú súčasť tvorí cenová kalkulácia, propagácia a distribúcia jednotlivých produktových balíkov. Produktové balíky sú určené pre turisticko-informačnú kanceláriu Infotours.

Možno povedať, že téma diplomovej práce nie je vyčerpaná. S produktovými balíkmi sa dá ešte pracovať. Môžu sa rozšíriť z víkendových na týždňové alebo vytvoriť program určený len pre deti v podobe detských táborov. Taktiež je tu aj príležitosť nadviazať spoluprácu s kúpeľným mestečkom Smrdáky, ktoré je od Smoleníc vzdialené len 32 km.

Za najdôležitejší prínos diplomovej práce považujem skutočnosť, že sa mi podarilo zmapovať potenciál záujmového územia, zistiť a analyzovať súčasný stav cestovného ruchu a navrhnúť konkrétne produktové balíky, ktoré by po zrealizovaní pomohli zvýšiť počet prenocovaní, a tým aj zlepšiť stav cestovného ruchu v obci Smolenice.

## LITERATÚRA A PRAMENE

### Literárne zdroje:

BEŇUŠKOVÁ, Z. a kol. *Tradičná kultúra regiónov Slovenska*. 2. vyd. Bratislava : Veda, 2005. 244 s. ISBN 80-224-0853-0.

BOROVSKÝ, J. – SMOLKOVÁ, E. – NIŇAJOVÁ, I. *Cestovný ruch trendy a perspektívy*. Bratislava : Iura Edition, 2008. 280 s. ISBN 978-80-8078-215-3.

COPLÁK, J. *Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja obce Smolenice na roky 2007 – 2013*. Smolenice, 2007. 81 s.

DUŠEK, M. Stavebná technika kniežacieho hradu z doby halštatskej a jeho zariadení v Smoleniciach – Molpír. In *Vlastivedný spravodaj okresu Trnava 1987*. Trnava, 1988. s. 24.

FERNER, K. F. *Marketing cestovného ruchu v praxi*. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1993. 157 s. ISBN 80-08-01978-6.

HORÁKOVÁ, I. *Marketing v súčasnej svetovej praxi*. Praha : Grada Publishing a.s., 1992. 368 s. ISBN 80-85424-83-5.

JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovnom ruchu*. Praha : Grada Publishing a.s., 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.

JASTRABÍK, Š. *Smolenice*. Bratislava : Veda, 1975. 329 s.

KOPŠO, E. a kol. *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1992. 327 s.

MARIOT, P. *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava : Veda, 1983. 218 s.

NOVÁKOVÁ, K. *Vinohradníctvo a vinohradníci v procesoch transformácií*. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2009. 199 s. ISBN 978-80-8105-085-5.

PALATKOVÁ, M. *Marketingová stratégia destinácie cestovného ruchu: jak získať viac príjmov z cestovného ruchu*. Praha : Grada Publishing a.s., 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5.

### Internetové zdroje:

*Dolná Krupá* [online]. 2011. [cit. 2011.02.28.]. Dostupné na internete: <<http://www.dolnakrupa.com/kastiel.html>>

*Hrad Červený Kameň* [online]. 2011. [cit. 2011.02.28.]. Dostupné na internete: <<http://www.hradcervenykamen.sk/?page=historia-hradu>>

*Jahodník-Škarbák* [online]. 2007. [cit. 2011.02.09.]. Dostupné na internete: <<http://www.jahodnik-skarbak.sk/>>

*Katarínka* [online]. 2010. [cit. 2011.02.27.]. Dostupné na internete: <<http://www.katarinka.sk/co-je>>

*Kongresové centrum Smolenice SAV* [online]. 2011. [cit. 2011.02.05.]. Dostupné na internete: <<http://www.kcsmolenice.sav.sk/?lng=sk&charset=&doc=basinfo-centre>>

*Lesy Slovenskej republiky* [online]. 2003. [cit. 2011.01.29.]. Dostupné na internete: <<http://www.lesy.sk/showdoc.do?docid=130>>

*Obec Smolenice* [online]. 2011. [cit. 2011.01.20.]. Dostupné na internete: <<http://www.smolenice.com/>>

*Panorama* [online]. 2011. [cit. 2011.02.28.]. Dostupné na internete: <<http://www.panorama.sk/go/clanky/75.asp?lang=sk&sv=2>>

*Regionalizácia CR v SR* [online]. 2009. [cit. 2011.01.20.]. Dostupné na internete: <<http://www.economy.gov.sk/regionalizacia-cestovneho-ruchu-v-sr-5699/127384s>>

*SKonline* [online]. 2008. [cit. 2011.01.25.]. Dostupné na internete: <<http://www.skonline.sk/chko.php?id=18>>

*Slovakia.travel* [online]. 2010. [cit. 2011.01.25.]. Dostupné na internete: <<http://www.slovakia.travel/entitaview.aspx?l=1&llt=1&idp=41878>>

*Slovenské hrady* [online]. 2011. [cit. 2011.02.28.]. Dostupné na internete: <<http://slovenskehrady.sk/?show=object&which=OstryKamen>>

*Správa slovenských jaskýň* [online]. 2006. [cit. 2011.01.25.]. Dostupné na internete: <<http://www.ssj.sk/jaskyne/spristupnene/driny/>>

*Tjump* [online]. 2006. [cit. 2011.02.04.]. Dostupné na internete: <<http://www.tjump.sk/showpage.php?page=Banic&dir=Clanky&Menu=main>>.

*Záruby rekreačné stredisko* [online]. 2005. [cit. 2011.02.07.]. Dostupné na internete: <http://www.zaruby.sk/>