

Pripravila GfK Slovakia, s. r. o.



# PRÍLOHY

## STRATÉGIA ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU BRATISLAVSKÉHO SAMOSPRÁVNEHO KRAJA

2007 – 2013

Bratislava, 13. august 2008



PROJEKT SPOLUFINANCOVANÝ EURÓPSKYMÍ SPOLOČENSTVAMI  
PODPorenÝ Z ERDF V RÁMCI JPD NUTS II - BRATISLAVA CIEĽ 2

## OBSAH

1.	PRÍLOHA: Metodika spracovania údajov primárneho potenciálu územia .....	4
2.	PRÍLOHA: Súčasný stav cestovného ruchu v BSK.....	13
3.	PRÍLOHA: Zaujímavé miesta v Bratislavskom kraji.....	24
4.	PRÍLOHA: Hotely poskytujúce služby konferenčného cestovného ruchu .....	27
5.	PRÍLOHA: Zoznam incomingových cestovných kancelárií .....	30
6.	PRÍLOHA: SWOT analýza .....	33
6.1	Bratislavský samosprávny kraj.....	33
6.2	Bratislava.....	37
6.3	Okolie .....	42
7.	PRÍLOHA: Inštitucionálne zabezpečenie CR v BSK na lokálnej úrovni (výsledky telefonického prieskumu) .....	47
8.	PRÍLOHA: Finančný plán .....	51
9.	PRÍLOHA: Prieskum – Cestovný ruch v Bratislavskom kraji .....	53
9.1	Bratislavský kraj ako destinácia cestovného ruchu z pohľadu domácich aj zahraničných návštevníkov.....	53
9.2	Cestovný ruch v BSK z pohľadu obyvateľov BSK .....	59
9.3	Podnikatelia v cestovnom ruchu v BSK.....	62
10.	PRÍLOHA: Cestovný ruch v BSK očami profesionálov v CR .....	66
11.	PRÍLOHA: Slovník použitých termínov.....	71

# 1. PRÍLOHA: Metodika spracovania údajov primárneho potenciálu územia

## K bodu: Potenciál BSK pre cestovný ruch

Rozvoj cestovného ruchu v regióne závisí od množstva faktorov, ktoré vstupujú do tvorby ponuky. Medzi najvýznamnejšie predpoklady rozvoja cestovného ruchu patrí:

- reliéf
- vodstvo
- rastlinstvo a živočíšstvo
- podnebie
- kultúrne a historické pamiatky, technické pamiatky, atrakcie

Ide o primárny potenciál, ktorý je pre potrebu tvorby rozvojovej stratégie nutné objektívne zhodnotiť. Všetky faktory primárneho potenciálu BSK sme podrobili analýze a z pohľadu využiteľnosti v cestovnom ruchu ich ocenili numerickými hodnotami, ktoré vyjadrujú mieru dôležitosti pre celý región.

Vzťah medzi atraktivitami a hodnotami potenciálu je lineárny a funkcia, vyjadrujúca túto závislosť je spojitá. Jednotlivým prvkom budú následne pridelované body odzrkadľujúce predpoklad pre cestovný ruch, ktoré vstupujú do výslednej interpretácie hodnôt.

### Reliéf

Na reliéf sa viažu aktivity cestovného ruchu, ako napr. turistika (pešia, vysokohorská, lyžiarska), horské bicyklovanie, zjazdové lyžovanie a snowboarding, trendové a adrenalínové športy).

Numerické hodnoty, vyjadrujúce predpoklad reliéfu pre cestovný ruch sa pohybujú v rozmedzí od 1 do 21, kde monotónne, rovinate a málo členité formy sú ocenené najnižšími hodnotami, silnejšie diferencované a členité formy s relatívne vysokými sklonmi reliéfu a s lokálnym výskytom bralných foriem budú reprezentované hodnotami okolo 12.

Extrémne kontrastné orografické celky vysokohorského a veľ'horského pásma s vysokými sklonmi svahov a s prevahou bralných foriem dosiahnu najvyššiu hodnotu.

### Vodstvo

Vodstvo má v mnohých oblastiach podstatný význam pre rozvoj cestovného ruchu. Z povrchových vôd vyčleňujeme ako osobitne významné pre turizmus stojaté vody (najmä vodné nádrže, vhodné pre rekreačné účely).

Tečúce vody majú menší význam, slúžia najmä k vodným športom a zároveň aj ako prepravná tepna. Numerické hodnoty sa pohybujú v rozpätí 0 až 10. Logicky vyplýva, že neprítomnosť akýchkoľvek foriem vody nezvyší atraktivitu regiónu a v danej oblasti bude podiel vodstva na tvorbe ponuky nulový.

Vodné plochy miestneho významu budú ocenené hodnotami blízky strednej stupnice. Najvyššie hodnoty budú dosahovať horské toky s vodopádmi, významné vodné plochy resp. vzácne minerálne a termálne pramene, ktoré najväčšou mierou zvýšia hodnotu regiónu cestovného ruchu.

## **Podnebie**

Podnebie ovplyvňuje rôzne aktivity cestovného ruchu. Vplyv zmien atmosférických prvkov sa prejaví len na plošne rozľahlých územiach. Na teritóriu BSK sú minimálne zmeny klímy. Jediným významným rozdielom je studenšia Záhorská nížina.

Vplyv poveternostných činiteľov na cestovný ruch je vyjadrený koeficientom, ktorý zvýši, resp. zníži význam ďalších predpokladov rozvoja cestovného ruchu. Pri nepriaznivých vplyvoch podnebia sa jednotlivé predpoklady (najmä reliéf a vodstvo) násobia hodnotami v intervale od 0,5 – 1,5.

## **Rastlinstvo a živočíšstvo**

Rastlinstvo a živočíšstvo nezohráva v tvorbe ponuky tak významnú rolu, ako reliéf a vodstvo. V rámci prímestskej rekreácie majú význam lesné spoločenstvá, ako cieľ krátkodobých pobytov v prírode.

Živočíšstvo môže byť predmetom záujmu poľovníkov, rybárov ale aj ako objekt pozorovania (napr. ekoturizmus).

Numerické hodnoty pre ocenenie vplyvu jednotlivých rastlinných spoločenstiev a druhov na cestovný ruch sa budú pohybovať v rozpätí od 0 do 5. Živočíšstvo, vzhľadom na užší segment klientely a veľmi výraznú sezónnosť vplýva menej na návštevnosť regiónu. Hodnoty sa pohybujú v rozmedzí od 0 do 3.

## **Kultúrne a historické pamiatky, technické pamiatky, atrakcie**

Kultúrne a historické pamiatky môžeme rozdeliť v prvom rade na hmotné a nehmotné.

Pre cestovný ruch majú prioritný význam hmotné pamiatky (sakrálne stavby – kostoly, kláštory, kalvárie, svetské stavby – hrady, zámky, kaštiele a pod.).

Nehmotné (najmä folklór) pôsobia len druhotne, resp. prostredníctvom hmotných pamiatok. Ohodnotenie pamiatok je individuálne, pohybuje sa v rozmedzí od 1 do 10 v závislosti od významnosti a fyzického stavu pamiatky.

Druhou skupinou sú technické pamiatky a atrakcie, ktoré môžu lokálne prilákať návštevníkov. Ide o rôzne mechanizmy, mosty, rozhľadne, vodné diela a pod. Tie môžu zvýšiť potenciál v rozsahu hodnôt od 0 do 5.

## Zoznam atrakcií, využitelných v cestovnom ruchu

(autor: Pavol Plesník, zdroj informácií: vlastný výskum)

ZUJ	Obec	OKR	Atrakcia	Formy CR
	Bratislava I	101	Bratislavský hrad	Poznávací, mestský
	Bratislava I	101	Primaciálny palác, Primaciálne námestie	Poznávací, mestský
	Bratislava I	101	Grassalkovichov palác s parkom	Poznávací, mestský
	Bratislava I	101	Michalská brána, Michalská ulica	Poznávací, mestský
	Bratislava I	101	Academia Istropolitana	Poznávací, mestský
	Bratislava I	101	Katedrála sv. Martina	Poznávací, religiózny
	Bratislava I	101	Kostol klarisiek	Poznávací, religiózny
	Bratislava I	101	Kostol františkánov	Poznávací, religiózny
	Bratislava I	101	Modrý kostolík - Kostol sv. Alžbety	Poznávací, religiózny
	Bratislava I	101	Slovenské národné divadlo	Poznávací, kultúrny
	Bratislava I	101	Stará radnica	Poznávací, mestský
	Bratislava I	101	Dom u Dobrého pastiera	Poznávací, mestský
	Bratislava I	101	Sochy Starého mesta (Čumil, Papparazzi, Sch. Nazi...	Poznávací, mestský
	Bratislava I	101	Slavín - cintorín a pomník padlým	Poznávací, mestský
	Bratislava I	101	Zoologická záhrada + Dinopark	Poznávací, zábavný
	Bratislava I	101	Horský park	Poznávací, mestský
	Bratislava I	101	Paláce, kúrie, meštiacke domy	Poznávací, mestský
	Bratislava I	101	Malokarpatská vínná cesta	Vidiecky
582000	Bratislava II	102	Televízna veža	Poznávací, mestský
	Bratislava II	102	Kúpalisko Delfín	Športový, rekreačný
	Bratislava II	102	Zlaté piesky	Športový, rekreačný
	Bratislava II	102	Vodný tok Malý Dunaj – Podunajské Biskupice	Športový, rekreačný
	Bratislava II	102	Náučný chodník Biskupické lužné lesy	Poznávací, rekreačný
	Bratislava III	103	Centrum športu Tehelné pole a pasienky	Športový, rekreačný

	Bratislava III	103	Kúpalisko Kuchajda	Športový, rekreačný
	Bratislava III	103	Kúpalisko Rača	Športový, rekreačný
	Bratislava III	103	Kúpalisko Krasňany	Športový, rekreačný
	Bratislava III	103	Areál Kamzík - bobová dráha, lanové centrum, lyž. vlek	Športový
	Bratislava III	103	Malokarpatská vínna cesta – Rača, Vajnory	Viediecky
	Bratislava III	103	Náučný chodník Lamač-Kačín	Poznávací, rekreačný
	Bratislava IV	104	Hrad Devín	Poznávací
	Bratislava IV	104	Prírodná rezervácia Devínska Kobyla	Poznávací, športový
	Bratislava IV	104	Geologické múzeum v Devíne	Poznávací
	Bratislava IV	104	Kúpalisko Rosnička	Športový, rekreačný
	Bratislava IV	104	Náučný chodník Nivou rieky Moravy	Poznávací, rekreačný
	Bratislava IV	104	Náučný chodník Devínska Kobyla	Poznávací, rekreačný
	Bratislava V	105	Pozostatky rímskych opevnení Gerulata v Rusovciach	Poznávací, kultúrny
	Bratislava V	105	Sad Janka Kráľa v Petržalke	Poznávací, rekreačný
	Bratislava V	105	Dráha pre vodný slalom v Čunove	Športový
	Bratislava V	105	Závodiská športových koní (dráhy, parkúry)	Športový
	Bratislava V	105	Kúpalisko Matador	Športový, rekreačný
	Bratislava V	105	Múzeum moderného umenia Danubiana v Čunove	Poznávací
	Bratislava V	105	Medzinárodná dunajská cyklotrasa	Športový
507831	Borinka	106	Hrad Pajštún	Poznávací, rekreačný
507890	Gajary	106		
507954	Jablonové	106		
507962	Jakubov	106	Vodná plocha - umelé jazero	Rekreačný
508012	Kostolište	106	Múzeum M. Benku	Poznávací
508021	Kuchyňa	106	Vodná nádrž	Rekreačný
508039	Láb	106		
508055	Lozorno	106	Golf, vodná nádrž	Športový, rekreačný
508063	Malacky	106	Sväté schody	Poznávací, religiózne
508063	Malacky	106	Letné kúpalisko, plaváreň a športová hala, jazdecký ranč	Športový, rekreačný
504556	Malé Leváre	106	Rudava - vodná plocha	Rekreačný
508080	Marianka	106	Mariánske pútnické miesto	Poznávací, religiózne
508080	Marianka	106	Pamiatková zóna	Poznávací
508161	Pernek	106		
504629	Plavecké	106	Plavecký hrad	Poznávací,

	Podhradie			športový
504637	Plavecký Mikuláš	106		
508195	Plavecký Štvrtok	106	Areál Kamenný mlyn - prírodné kúpalisko	Športový, rekreačný
508195	Plavecký Štvrtok	106	Záhradná galéria	Poznávací
504769	Rohožník	106		
504858	Sološnica	106		
504874	Studienka	106		
508233	Stupava	106	Múzeum F. Kostku	Poznávací
508241	Suchohrad	106		
504947	Veľké Leváre	106	Habánsky Dvor	Poznávací
508349	Vysoká pri Morave	106	Náučný chodník Nivou rieky Moravy	Poznávací, rekreačný
500267	Záhorie	106		
508365	Záhorská Ves	106	Kompa cez rieku Morava	Poznávací
504980	Závod	106		
508381	Zohor	106		
507806	Báhoň	107	Malokarpatská vínná cesta	Vidiecky
507849	Budmerice	107	Kaštieľ, Národopisná expozícia	Poznávací
507849	Budmerice	107	Malokarpatská vínná cesta	Poznávací
507857	Častá	107	Hrad Červený Kameň	Poznávací
507857	Častá	107	Malokarpatská vínná cesta	Vidiecky
507873	Doľany	107	Jazdecká farma	Rekreačný, športový
507873	Doľany	107	Malokarpatská vínná cesta	Vidiecky
507881	Dubová	107	Rozhľadňa na Kukle	Športový, rekreačný
507881	Dubová	107	Malokarpatská vínná cesta	Vidiecky
507946	Jablonec	107		
508047	Limbach	107	Malokarpatská vínná cesta	Vidiecky
508101	Modra	107	Rozhľadňa Veľká Homola	Poznávací, športový
508101	Modra	107	Pamiatky súvisiace s Ľ. Štúrom	Poznávací
508101	Modra	107	Modranská Majolika - keramika	Poznávací
508101	Modra	107	Pamiatková zóna	Poznávací
508101	Modra	107	Malokarpatská vínná cesta	Vidiecky
508179	Pezinok	107	Schaubmarov mlyn + Galéria insitného umenia	Poznávací
508179	Pezinok	107	Pezinský zámok	Poznávací
508179	Pezinok	107	Kúpalisko a krytá plaváreň	Športový, rekreačný
508179	Pezinok	107	Malokarpatské múzeum a Malokarpatská vínná cesta	Poznávací, vidiecky
508179	Pezinok	107	Malokarpatská vínná cesta	Vidiecky
508179	Pezinok	107	Banský náučný chodník, Vinohradnícky náučný chodník	Poznávací, rekreačný
508179	Pezinok	107	Národný salón vín	Poznávací, rekreačný
508179	Pezinok	107	Mestské múzeum s Galériou Jána Kupeckého	Poznávací
508179	Pezinok	107	Galéria Prokop	Poznávací
508179	Pezinok	107	Keramická dielňa Renáty Hermisovej	Poznávací
508179	Pezinok	107	Areál zdravia Rozálka	Športový, rekreačný, vidiecky

508187	Píla	107	Malokarpatská vínna cesta	Vidiecky
508225	Slovenský Grob	107	Tradície pečenia husí	Gastroturizmus
507989	Svätý Jur	107	Pálffyovský kaštieľ	Poznávací
507989	Svätý Jur	107	Gotický kostol Svätého Juraja	Poznávací
507989	Svätý Jur	107	Stredoveké hradisko	Poznávací
507989	Svätý Jur	107	Námestie	Poznávací
507989	Svätý Jur	107	Mestská pamiatková rezervácia	Poznávací
507989	Svätý Jur	107	Mestské múzeum	Poznávací
507989	Svätý Jur	107	Národná prírodná rezervácia Šúr	Poznávací, rekreačný
507989	Svätý Jur	107	Náučný chodník prírodné klenoty Šúru, Svätojurský naučný chodník	Poznávací, rekreačný
507989	Svätý Jur	107	Malokarpatská vínna cesta	Vidiecky
508250	Šenkvice	107	Malokarpatská vínna cesta	Vidiecky
508268	Štefanová	107	Malokarpatská vínna cesta	Vidiecky
508306	Viničné	107	Športový areál - lukostreľba	Športový
508306	Viničné	107	Malokarpatská vínna cesta	Vidiecky
508314	Vinosady	107	Malokarpatská vínna cesta	Vidiecky
508322	Vištuk	107	Malokarpatská vínna cesta	Vidiecky
507814	Bernolákovo	108	Golfové ihrisko	Športový
507814	Bernolákovo	108	Zámok	Poznávací
507814	Bernolákovo	108	Malokarpatská vínna cesta	Vidiecky
507822	Blatné	108	Vodná nádrž	Športový, rekreačný
503681	Ľoldog	108		
507865	Čataj	108	Malokarpatská vínna cesta	Vidiecky
545333	Dunajská Lužná	108	Prírodná rezbárska galéria	Poznávací, rekreačný
507903	Hamuliakovo	108	Medzinárodná cyklistická cesta	Športový, rekreačný
503797	Hrubá Borša	108	Jazdecký areál Corporex	Športový
503801	Hrubý Šúr	108	Vodný tok Malý Dunaj	Športový, rekreačný
503819	Hurbanova Ves	108	Vodný tok Malý Dunaj	Športový, rekreačný
507911	Chorvátsky Grob	108	Tradície pečenia husí	Gastroturizmus
507911	Chorvátsky Grob	108	Jazdecký areál	Športový, rekreačný
507911	Chorvátsky Grob	108	Obecné múzeum – Chorvátska izba	Poznávací
507911	Chorvátsky Grob	108	Malokarpatská vínna cesta	Vidiecky
555487	Igram	108	Malokarpatská vínna cesta	Vidiecky
507938	Ivanka pri Dunaji	108	Mohyla M.R.Štefánika	Poznávací
507997	Kalinkovo	108		
555495	Kaplna	108	Malokarpatská vínna cesta	Poznávací
503851	Kostolná pri Dunaji	108	Farma sibírskych tigrov	Poznávací
503894	Kráľová pri Senci	108	Skanzen Včelárska paseka	Poznávací
503894	Kráľová pri Senci	108	Pilot Club - športové letisko	Športový
508071	Malinovo	108	Vodný tok Malý Dunaj	Športový, rekreačný
508098	Miloslavov	108	Jazdecký areál	Športový, rekreačný



508098	Miloslavov	108	Remeselnícky dvor	Poznávací
508110	Most pri Bratislave	108	Vodný tok Malý Dunaj	Športový, rekreačný
508136	Nová Dedinka	108		
503983	Reca	108		
508209	Rovinka	108		
508217	Senec	108	Slnečné jazerá a aquapark	Športový, rekreačný
508217	Senec	108	Malokarpatská vínna cesta	Vidiecky
508276	Tomášov	108	Vodný tok Malý Dunaj	Športový, rekreačný
508284	Tureň	108		
508292	Veľký Biel	108	Malokarpatská vínna cesta	Vidiecky
508331	Vlky	108	Vodný tok Malý Dunaj	Športový, rekreačný
555509	Zálesie	108	Jazdecký areál	Športový, rekreačný
555509	Zálesie	108	Vodný tok Malý Dunaj	Športový, rekreačný

**Podklady pre výpočet celkového potenciálu pre rozvoj cestovného ruchu BSK**  
(autor: Pavol Plesník, zdroj informácií: vlastný výskum)

ID_ZUJ	NAZ_ZUJ	ID_OKR	R_CR	POC_OB	REL	VOD	F_F	PAM	ATR	Σ_POT
504980	Závod	106	3	2686	1	2	2	0	0	5
504874	Studienka	106	3	1628	5	0	3	0	0	8
504947	Veľké Leváre	106	3	3566	4	0	1	6	0	11
504556	Malé Leváre	106	3	1095	2	5	2	0	0	9
504637	Plavecký Mikuláš	106	3	709	10	0	2	0	0	12
507890	Gajary	106	3	2859	5	2	3	0	0	10
504629	Plavecké Podhradie	106	3	695	10	0	4	4	0	18
500267	Záhorie	106	3	283	6	0	4	0	0	10
504858	Sološnica	106	3	1522	10	0	4	0	0	14
508063	Malacky	106	3	17847	5	0	1	2	0	8
504769	Rohožník	106	3	3510	8	0	3	0	0	11
508012	Kostolište	106	3	1066	5	0	1	0	0	6
508241	Suchohrad	106	3	588	0	0	2	0	0	2
507962	Jakubov	106	3	1393	4	5	2	0	0	11
507873	Doľany	107	4	1021	8	0	3	0	0	11
508021	Kuchyňa	106	3	1661	9	0	3	0	0	12
508195	Plavecký Štvrtok	106	3	2305	4	5	2	0	0	11
507857	Častá	107	1	2078	8	1	4	7	0	20
508365	Záhorská Ves	106	3	1632	0	2	1	0	2	5
508039	Láb	106	3	1390	1	0	2	0	0	3
507881	Dubová	107	1	899	8	0	4	0	0	12
508101	Modra	107	1	8704	10	0	3	6	3	22
508349	Vysoká pri Morave	106	3	1929	0	2	1	0	0	3
508161	Pernek	106	3	810	10	0	3	0	0	13
508187	Píla	107	1	280	9	0	4	0	0	13
508268	Štefanová	107	4	320	3	0	1	0	0	4
508055	Lozorno	106	3	2828	5	1	3	0	0	9
507849	Budmerice	107	1	2124	3	0	1	5	0	9
508381	Zohor	106	3	3241	6	0	1	0	0	7
508322	Vištuk	107	1	1369	3	1	1	0	0	5
507946	Jablonec	107	1	830	1	0	1	0	0	2
507954	Jablonové	106	3	1077	7	0	3	0	0	10
508314	Vinosady	107	1	1091	5	0	2	0	0	7
508047	Limbach	107	1	1386	8	0	3	0	0	11
507806	Báhoň	107	1	1656	0	0	1	0	0	1
508250	Šenkvice	107	1	4408	3	0	1	0	0	4
508179	Pezinok	107	1	21334	9	0	3	4	1	17
507989	Svätý Jur	107	1	4836	9	0	3	7	0	19
555495	Kaplna	108	1	717	0	0	1	0	0	1
507831	Borinka	106	1	535	8	0	3	4	0	15
507822	Blatné	108	1	1528	2	0	1	0	0	3
555487	Igram	108	1	534	1	0	1	0	0	2
508306	Viničné	107	1	1699	3	0	1	0	0	4
508233	Štupava	106	1	8433	6	0	2	2	0	10
507865	Čataj	108	1	982	1	0	1	0	0	2
508217	Senec	108	1	15357	2	9	1	4	0	16
508080	Marianka	106	1	1065	5	0	2	5	0	12
508225	Slovenský Grob	107	1	1934	3	0	1	0	1	5
508292	Veľký Biel	108	1	2230	2	1	1	0	0	4

507911	Chorvátsky Grob	108	1	1877	3	0	1	0	1	5
503681	Boldog	108	1	417	1	0	1	0	0	2
507814	Bernolákovo	108	1	4973	2	2	1	1	0	6
503983	Reca	108	1	1320	2	0	1	0	0	3
582000	Bratislava	100	1	425459	6	9	3	9	3	30
507938	Ivanka pri Dunaji	108	1	5541	0	1	1	0	0	2
508136	Nová Dedinka	108	1	1782	0	2	1	0	0	3
503894	Kráľová pri Senci	108	1	1446	0	6	2	0	2	10
508284	Tureň	108	1	898	0	0	1	0	0	1
503851	Kostolná pri Dunaji	108	1	467	0	0	1	0	2	3
555509	Zálesie	108	1	999	0	1	1	0	0	2
503801	Hrubý Šúr	108	1	656	0	0	1	0	0	1
508071	Malinovo	108	1	1409	0	2	1	0	0	3
503797	Hrubá Borša	108	1	393	0	0	1	0	0	1
508331	Vlky	108	1	410	0	0	1	0	0	1
503819	Hurbanova Ves	108	1	263	0	2	1	0	0	3
508110	Most pri Bratislave	108	1	1620	0	2	1	0	0	3
508276	Tomášov	108	1	2204	0	2	1	0	0	3
508098	Miloslavov	108	1	1105	0	1	1	0	0	2
508209	Rovinka	108	1	1450	0	5	1	0	0	6
545333	Dunajská Lužná	108	1	3236	0	5	1	0	0	6
507997	Kalinkovo	108	1	986	0	1	1	0	0	2
507903	Hamuliakovo	108	1	1148	0	2	1	0	0	3

#### Vysvetlivky:

ID_ZUJ	Identifikátor obce
ID_OKR	Identifikátor okresu
	Región cestovného
R_CR	ruchu (MH SR)
POC_OB	Počet obyvateľov
REL	Potenciál reliéfu
VOD	Potenciál vodstva
	Potenciál rastlinstva a
F_F	živočíšstva
PAM	Potenciál pamiatok
ATR	Potenciál atrakcií
Σ_POT	Výsledný potenciál

## 2. PRÍLOHA: Súčasný stav cestovného ruchu v BSK

### Ubytovacie zariadenia a ich výkony podľa krajov za rok 2007

SR / kraj	Počet ubytovacích zariadení	Počet lôžok spolu	Počet návštevníkov spolu	z toho	Počet prenocovaní návštevníkov spolu	z toho	Priemerný počet prenocov.	z toho	Tržby za ubytovanie spolu vrátane DPH (v tis. Sk)	Z toho	Priemerná cena za ubytovanie vrátane DPH (v Sk)	Z toho
				zahraniční návštevníci		zahraniční návštevníci		zahraniční návštevníci		zahraniční		zahraniční
SR spolu	3 182	146 655	3 777 754	1 684 526	11 566 632	5 198 696	3,1	3,1	7 654 525	4 618 625	662	888
v tom												
Bratislavský	188	15 103	883 103	536 437	1 752 709	983 039	2,0	1,8	2 254 381	1 738 726	1 286	1 769
Trnavský	213	11 782	244 595	113 878	1 137 552	643 397	4,7	5,6	819 502	545 586	720	848
Trenčiansky	274	13 011	289 854	83 625	1 096 544	335 259	3,8	4,0	525 999	248 877	480	742
Nitriansky	241	9 572	223 304	95 787	619 711	313 382	2,8	3,3	362 459	220 545	585	704
Žilinský	872	32 672	689 531	325 168	2 358 745	1 177 281	3,4	3,6	1 245 978	702 935	528	597
Banskobystrický	465	21 129	426 178	111 667	1 517 215	384 285	3,6	3,4	743 541	248 676	490	647
Prešovský	572	29 690	699 415	309 242	2 357 265	1 087 107	3,4	3,5	1 266 285	676 055	537	622
Košický	357	13 696	321 774	108 722	726 891	274 946	2,3	2,5	436 380	237 225	600	863

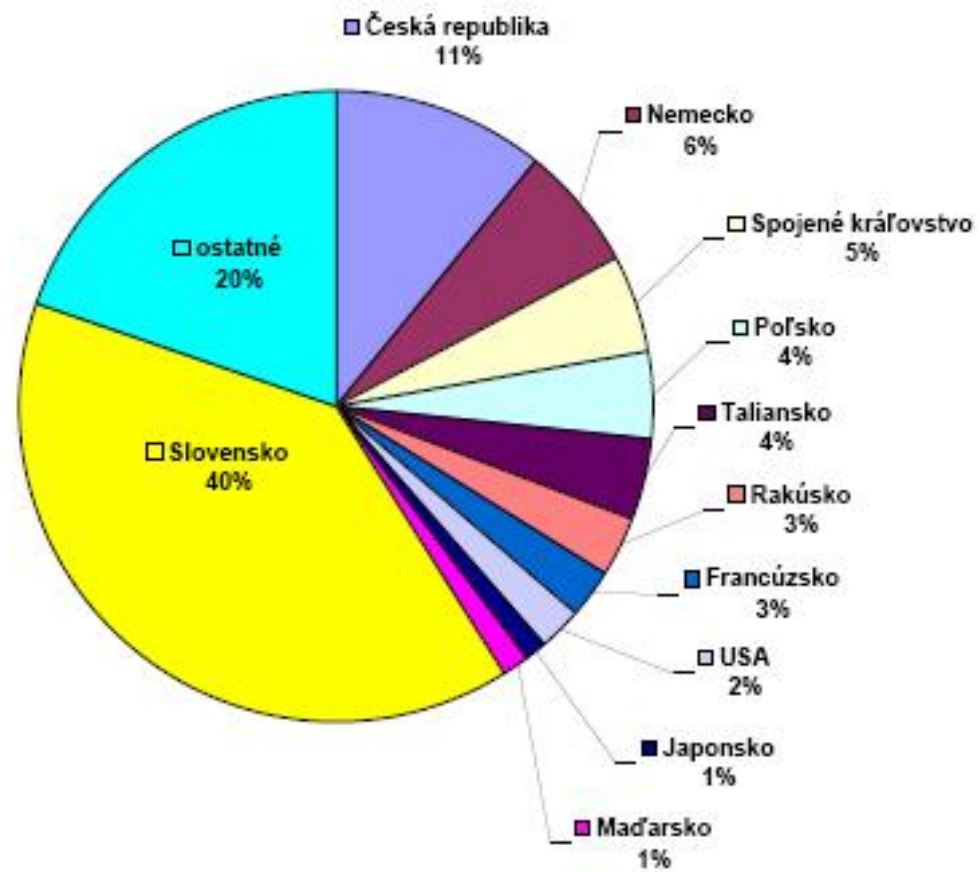
Z celkovej kapacity 146 655 lôžok v ubytovacích zariadeniach SR pripadlo v roku 2007 na Bratislavský kraj 15 103, teda v prepočte 10,3 %, čo je v medzikrajskom porovnaní štvrté miesto po Prešovskom, Žilinskom a Banskobystrickom kraji. Na celkovom počte návštevníkov SR sa Bratislavský kraj podieľal 23,4 %, najviac v medzikrajskom porovnaní. Tržby za ubytovanie vrátane DPH dosiahli v sledovanom roku 2 254,4 mil. Sk, čo z úhrnu SR predstavuje 29,5 %, najviac v medzikrajskom porovnaní. Oproti minulému roku objem tržieb vzrástol o 2,5 %.

Celkový počet návštevníkov a prenocovaní podľa krajín trvalého pobytu v Bratislavskom kraji za rok 2007

Poradie z hľadiska počtu návštevníkov				Poradie z hľadiska počtu prenocovaní				
Poradie 2007	Krajina	Počet návštevníkov	Podiel na celkovej návštevnosti (v %)	Poradie 2007	Krajina	Počet prenocovaní	Podiel na celkovom počte prenocovaní (v %)	Priemerný počet prenocovaní
1	Česká republika	95 999	10,87	1	Česká Republika	177 751	10,14	1,9
2	Nemecko	56 084	6,35	2	Nemecko	101 838	5,80	1,8
3	Spojené kráľovstvo	44 719	5,06	3	Spojené kráľovstvo	90 128	5,14	2
5	Poľsko	38 341	4,34	5	Poľsko	65 495	3,74	1,7
4	Taliansko	36 037	4,08	4	Taliansko	62 595	3,57	1,7
6	Rakúsko	28 232	3,20	6	Francúzsko	41 352	2,38	1,8
7	Francúzsko	22 393	2,54	7	Rakúsko	41 223	2,35	1,5
8	USA	18 119	2,05	8	USA	35 725	2,04	2
9	Japonsko	10 947	1,24	9	Fínsko	18 103	1,03	2,5
10	Maďarsko	11 100	1,26	10	Maďarsko	17 501	1,00	1,6
-	Slovensko	346 666	39,26			769 670	43,91	2,2
-	Cudzinci	536 437	60,74			983 039	56,09	1,8
-	Európa (bez SK)	467 768	52,97			859 972	49,07	1,8
-	Ázia	33 390	3,78			56 565	3,23	1,7
-	Amerika	25 366	2,87			49 582	2,83	2
-	Austrália a Oceánia	4 310	0,49			8 061	0,46	1,9
	Všetky krajiny	883 103				1 752 709		2

Percentá návštevnosti v tabuľke sa týkajú podielu na celkovej návštevnosti, to znamená i vrátane Slovenska, ktoré má najväčší podiel na návštevnosti a to takmer 40 %. Z celkového počtu zahraničných návštevníkov ich najviac prišlo z Česka 17,9 %, Nemecka 10,5 %, Spojeného kráľovstva 8,3 %, Poľska 7,1 %, Talianska 6,7 %, Rakúska 5,3 %, Francúzska 4,2 % a USA 3,4 %. Návštevníci z týchto krajín predstavovali z celkového počtu zahraničných návštevníkov takmer dve tretiny. Poradie krajín na základe počtu prenocovaní sa jemne líši od poradia krajín na základe počtu návštevníkov. Deje sa tak kvôli tomu, že aj keď prišlo z danej krajiny viacej návštevníkov, avšak strávili tu menej nocí (ako si môžeme napríklad všimnúť u Japonska), resp. menej návštevníkov a viac nocí (u Fínska).

Podiel jednotlivých krajín na celkovej návštevnosti BSK v roku 2007



Výkony ubytovacích zariadení z hľadiska typu v Bratislavskom kraji za rok 2007

Druh zariadenia	Počet ubytovacích zariadení	Počet lôžok spolu	z toho		Počet návštevníkov spolu	z toho	
			stále lôžka	návštevníkov		zahraniční návštevníci	Počet prenoc. návštevníkov spolu
hotely (motely, botely)	88	9 718	9 071	671 642	452 512	1 153 349	808 110
v tom							
****	18	2 101	2 049	171 390	150 335	272 802	243 582
***	38	4 346	3 989	293 183	211 313	507 216	389 752
**	19	2 253	2 083	164 262	70 559	284 930	134 252
*	12	853	805	31 356	10 266	68 620	22 286
botely	3	165	165	11 451	10 039	19 981	18 238
penzióny	31	1 064	989	47 914	23 648	88 692	46 595
turistické ubytovne	8	570	570	28 299	6 853	59 661	14 566
chatové osady	3	465	407	4 558	3 474	11 741	8 256
ostatné hromadné ubytovanie	51	1 435	3 216	3 135	81	5 462	129 558
ubytovanie v súkromí	7	26	70	64	6	-	1 134
<b>Spolu</b>	<b>188</b>	<b>15 103</b>	<b>14 236</b>	<b>883 103</b>	<b>536 437</b>	<b>1 752 709</b>	<b>983 039</b>

V Bratislavskom kraji tvoria 46,8 % ubytovacích zariadení hotely (motely, botely), z ktorých najviac hotely s tromi hviezdami (43%) a sú zároveň najviac využívané zahraničnými turistami (39,4%). Domáci návštevníci preferujú hotely s dvomi hviezdami.

Tržby a ceny v ubytovacích zariadeniach z hľadiska typu v Bratislavskom kraji za rok 2007

Druh zariadenia	Tržby za ubytov. spolu (v tis. Sk) vr. DPH	v tom		Priemerná cena za ubytovanie spolu (Sk)	v tom		% využitia stálych lôžok-čistých	Priemer. počet prenocovaní spolu	v tom priem. počet prenocovaní	
		tržby za domácich návštevníkov	tržby za zahranič. návštevníkov		priem. cena za ubytovanie domácich návštevníkov	priem. cena za ubytovanie zahraničných návštevníkov			dom. návštev.	zahranič. návštevníkov
Ubytovacie zariadenia spolu	2 254 381	515 855	1 738 726	1 286	670	1 769	29,3	2,0	2,2	1,8
v tom										
hromadné ubytovacie zariadenia	2 253 416	514 852	1 738 564	1 288	671	1 769	29,4	2,0	2,2	1,8
v tom										
hotely (motely, botely) a penzióny	2 129 103	438 906	1 690 197	1 714	1 133	1 978	36,2	1,7	1,6	1,8
v tom										
hotely (motely, botely)	2 077 442	416 870	1 660 772	1 801	1 207	2 055	36,9	1,7	1,6	1,8
v tom										
hotely (motely) ****	912 012	92 834	819 178	3 346	3 199	3 363	38,8	1,6	1,4	1,6
hotely (motely)***	872 823	172 182	700 661	1 721	1 466	1 798	36,8	1,7	1,4	1,8
hotely (motely)**	233 575	131 204	102 371	820	871	763	41,3	1,7	1,6	1,9
hotely (motely)*	29 274	17 911	11 363	427	387	510	23,3	2,2	2,2	2,2
botely	29 758	2 559	27 199	1 489	1 468	1 491	33,2	1,7	1,2	1,8
penzióny	51 661	22 236	29 425	582	528	632	28,8	1,9	1,7	2,0
turistické ubytovne	19 375	14 950	4 425	325	332	304	32,7	2,1	2,1	2,1
chatové osady	3 845	918	2 927	327	263	355	19,8	2,6	3,2	2,4

Využitie stálych lôžok – čisté ubytovacích zariadení za rok 2007 dosiahlo 29,3 %. V kategórii hotelov (vr. motelov a botelov) najvyššie využitie kapacity 41,3 % dosiahli hotely (motely) s dvomi hviezdčkami. V priemere strávil jeden návštevník v ubytovacích zariadeniach 2,0 noci, z toho cudzinec 1,8 noci. Títo využívali najmä služby ubytovacích zariadení vyšších cenových kategórií. Priemerná cena za ubytovanie dosiahla 1286 Sk, čo je oproti minulému roku viac o 0,4 %. Zahraničný návštevník zaplatil v priemere za jedno prenocovanie 1769 Sk, čo je takmer 3 krát viac ako zaplatil domáci návštevník.



Prehľad návštevníkov a počtov prenocovaní z hľadiska jednotlivých okresov Bratislavského kraja za rok 2007

Ukazovateľ	Počet návštevníkov	Index	Počet prenocovaní návštevníkov	Index	Priemerný počet prenocovaní	Index
		<u>2007</u> 2006		<u>2007</u> 2006		<u>2007</u> 2006
SR spolu	3 777 754	105,4	11 566 832	103,9	3,1	98,5
z toho zahraniční	1 684 528	104,5	5 198 896	101,3	3,1	96,9
v tom kraj						
Bratislavský	883 103	105,0	1 752 709	102,1	2,0	97,2
z toho zahraniční	536 437	104,9	983 039	126,1	1,8	95,1
v tom okres						
Bratislava I	282 661	111,1	482 084	104,7	1,7	94,2
z toho zahraniční	249 798	111,8	431 351	106,7	1,7	95,7
Bratislava II	288 765	106,8	490 690	106,7	1,7	99,9
z toho zahraniční	168 570	103,6	302 475	104,3	1,8	100,7
Bratislava III	110 127	98,4	228 035	102,0	2,1	103,7
z toho zahraniční	48 438	95,0	91 763	96,2	1,9	101,3
Bratislava IV	40 603	105,5	235 040	108,7	5,8	103,0
z toho zahraniční	8 194	75,3	22 582	66,5	2,8	88,2
Bratislava V	13 027	119,0	25 244	127,2	1,9	107,0
z toho zahraniční	7 550	117,9	14 771	125,3	2,0	106,3
Malacky	15 245	62,3	26 779	50,1	1,8	80,4
z toho zahraniční	8 175	73,5	16 708	59,5	2,0	80,9
Pezinok	56 492	116,4	110 974	110,0	2,0	94,5
z toho zahraniční	14 297	122,8	28 296	110,0	2,0	89,6
Senec	76 183	93,4	153 863	84,2	2,0	90,2
z toho zahraniční	31 417	83,3	75 093	78,1	2,4	83,7

V priebehu roka 2007 využilo služby ubytovacích zariadení 883 103 návštevníkov, z toho 536 437 zahraničných (60,7 %). V porovnaní s rokom 2006 celkový počet návštevníkov vzrástol o 5,0 %, z toho zahraničných o 4,9 %. Počet prenocovaní bol 1 752 709, z toho 983 039 zahraničných (56,1%). V porovnaní s minulým rokom 2006 priemerný počet prenocovaní klesol o 2,8 %, z toho zahraničný o 4,9%.

Kapacita ubytovacích zariadení z hľadiska jednotlivých okresov Bratislavského kraja za rok 2007

Ukazovateľ	Počet ubytovacích zariadení	Počet izieb	Počet lôžok spolu	stále lôžka	v tom príležitostné lôžka	Ukazovateľ	Počet ubytovacích zariadení	Počet izieb	Počet lôžok spolu	stále lôžka	v tom príležitostné lôžka
<b>Bratislava I</b> Ubytovacie zariadenia spolu	31	1690	3459	3358	101	<b>Bratislava V</b> Ubytovacie zariadenia spolu	6	131	266	236	30
z toho hotely (motely, botely)	20	1527	3029	2931	98	z toho hotely (motely, botely)	4	124	246	219	27
<b>Bratislava II</b> Ubytovacie zariadenia spolu	33	1859	4025	3816	209	<b>Malacky</b> Ubytovacie zariadenia spolu	12	289	660	645	15
z toho hotely (motely, botely)	20	1490	3099	2917	182	z toho hotely (motely, botely)	7	239	550	535	15
<b>Bratislava III</b> Ubytovacie zariadenia spolu	15	775	1558	1536	22	<b>Pezinok</b> Ubytovacie zariadenia spolu	43	691	1685	1596	89
z toho hotely (motely, botely)	8	415	822	807	15	z toho hotely (motely, botely)	13	311	769	709	60
<b>Bratislava IV</b> Ubytovacie zariadenia spolu	11	784	1619	1585	34	<b>Senec</b> Ubytovacie zariadenia spolu	37	681	1831	1464	367
z toho hotely (motely, botely)	4	99	219	219	-	z toho hotely (motely, botely)	12	360	984	734	250
						<b>Ubytovacie zariadenia spolu</b>	<b>188</b>	<b>6900</b>	<b>15103</b>	<b>14236</b>	<b>867</b>
						z toho hotely (motely, botely) spolu	88	4565	9718	9071	647

V Bratislavskom kraji podľa stavu k 31. decembru 2007 bolo 188 ubytovacích zariadení. Ubytovacie zariadenia poskytovali 6900 izieb s 15 103 lôžkami. Z územného hľadiska najväčším počtom ubytovacích zariadení disponovali okresy Pezinok, ktorý sa na krajskom úhrne podieľal 22,9 %, Senec 19,7 %, Bratislava II 17,6 % a Bratislava I 10,5 %. Z celkového počtu lôžok v kraji najviac ponúkali okresy Bratislava II 26,7 % a Bratislava I 22,9 %, pričom okres Pezinok len 11,2 %.

### Návštevnosť ubytovacích zariadení z hľadiska jednotlivých okresov Bratislavského kraja za rok 2007

Ukazovateľ	Počet návštev- spolu	v tom		Počet prenocovaní spolu	v tom		Ukazovateľ	Počet návštev- spolu	v tom		Počet prenocovaní spolu	v tom	
		domáci návštev.	zahraniční návštevníci		domáci návštev.	zahraniční návštevníci			domáci návštev.	zahraniční návštevníci			
<b>Bratislava I</b>							<b>Bratislava V</b>						
Ubytovacie zariadenia spolu	282 661	32 865	249 796	482 084	50 733	431 351	Ubytovacie zariadenia spolu	13 027	5 477	7 550	25 244	10 473	14 771
z toho hotely (motely, botely) spolu	251 693	25 407	226 286	427 785	35 208	392 577	z toho hotely (motely, botely) spolu	12 589	5 259	7 330	24 152	10 035	14 117
<b>Bratislava II</b>							<b>Malacky</b>						
Ubytovacie zariadenia spolu	288 765	120 195	168 570	490 690	188 215	302 475	Ubytovacie zariadenia spolu	15 245	7 070	8 175	26 779	10 071	16 708
z toho hotely (motely, botely) spolu	242 557	97 044	145 513	409 342	149 612	259 730	z toho hotely (motely, botely) spolu	14 649	6 780	8 069	25 812	9 460	16 352
<b>Bratislava III</b>							<b>Pezinok</b>						
Ubytovacie zariadenia spolu	110 127	61 689	48 438	228 035	136 272	91 763	Ubytovacie zariadenia spolu	56 492	42 195	14 297	110 974	82 678	28 296
z toho hotely (motely, botely) spolu	58 073	23 563	34 510	97 187	35 529	61 658	z toho hotely (motely, botely) spolu	34 007	24 786	9 221	60 670	41 989	18 681
<b>Bratislava IV</b>							<b>Senec</b>						
Ubytovacie zariadenia spolu	40 603	32 409	8 194	235 040	212 458	22 582	Ubytovacie zariadenia spolu	76 183	44 766	31 417	153 863	78 770	75 093
z toho hotely (motely, botely) spolu	11 037	6 723	4 314	28 570	18 854	9 716	z toho hotely (motely, botely) spolu	46 837	29 568	17 269	79 831	44 552	35 279
							<b>Ubytovacie zariadenia spolu</b>	<b>883 103</b>	<b>346 666</b>	<b>536 437</b>	<b>1 752 709</b>	<b>769 670</b>	<b>983 039</b>
							z toho hotely (motely, botely)	671 642	219 130	452 512	1 153 349	345 239	808 110

V Bratislavskom kraji bolo za rok 2007 883 103 návštevníkov z toho 671 642 ich bolo ubytovaných v hoteloch (moteloch, boteloch). Najviac návštevníkov 32,7% využilo ubytovacie zariadenia v Bratislave II, z toho 120 195 (34,7%) domácich avšak len 168 570 (31,4%) zahraničných. Najviac zahraničných návštevníkov sa ubytovalo v okrese Bratislava I – až 46,6%. Počet prenocovaní bol na konci roka 1 752 709, z toho najväčší podiel mal okres Bratislava I a II s počtom prenocovaní okolo 485 000 (27,6 %). Zatiaľ čo počet domácich návštevníkov jasne dominoval v Bratislave II (34,67%), zahraniční návštevníci sa ubytovávali hlavne v okrese Bratislava I (46,57 %).

Tržby ubytovacích zariadení z hľadiska jednotlivých okresov Bratislavského kraja za rok 2007

Ukazovateľ	Tržby za ubytovanie spolu vr.DPH (v tis. Sk)	v tom		Priemer. cena za ubytov. vr.DPH (Sk)	v tom		Ukazovateľ	Tržby za ubytovanie spolu vr.DPH (v tis. Sk)	v tom		Priemer. cena za ubytov. vr.DPH (Sk)	v tom	
		tržby za domácich návštef.	tržby za zahranič. návštef.		priem. cena ubytovania domácich	za ubytovanie vr.DPH (v tis. Sk)			tržby za domácich návštef.	tržby za zahranič. návštef.		priem. cena ubytovania domácich Návštef.	priem. cena ubytovania zahraničných návštefnikov
<b>Bratislava I</b> Ubytovacie zariadenia spolu	1 219 098	114 124	1 104 974	2 529	2 250	2 562	<b>Bratislava V</b> Ubytovacie zariadenia spolu	27 381	11 851	15 530	1 085	1 132	1 051
z toho hotely (motely, botely)	1 187 149	107 908	1 079 241	2 775	3 065	2 749	z toho hotely (motely, botely)	26 646	11 585	15 061	1 103	1 154	1 067
<b>Bratislava II</b> Ubytovacie zariadenia spolu	599 190	192 308	406 882	1 221	1 022	1 345	<b>Malaacky</b> Ubytovacie zariadenia spolu	36 765	8 591	28 174	1 373	853	1 686
z toho hotely (motely, botely)	567 371	176 835	390 536	1 386	1 182	1 504	z toho hotely (motely, botely)	36 212	8 282	27 930	1 403	875	1 708
<b>Bratislava III</b> Ubytovacie zariadenia spolu	172 740	74 193	98 547	758	544	1 074	<b>Pezinok</b> Ubytovacie zariadenia spolu	39 110	25 042	14 068	488	430	643
z toho hotely (motely, botely)	122 235	38 097	84 138	1 258	1 072	1 365	z toho hotely (motely, botely)	28 201	17 405	10 796	621	554	770
<b>Bratislava IV</b> Ubytovacie zariadenia spolu	42 556	23 393	19 163	181	110	849	<b>Senec</b> Ubytovacie zariadenia spolu	80 084	41 721	38 363	609	667	557
z toho hotely (motely, botely)	20 353	8 681	11 672	712	460	1 201	z toho hotely (motely, botely)	60 630	30 981	29 649	944	905	988
							<b>Ubytovacie zariadenia spolu</b>	<b>2 254 381</b>	<b>515 655</b>	<b>1 738 726</b>	<b>1 286</b>	<b>670</b>	<b>1 769</b>
							z toho hotely (motely, botely)	2 077 442	416 670	1 660 772	1 801	1 207	2 055
							Ubytovacie zariadenia spolu	2 254 381	515 655	1 738 726	1 286	670	1 769

V medziokresnom porovnaní najväčšie podiely z krajského úhrnu mali okresy Bratislava I (54,1 %) a Bratislava II (26,6 %). Na dosiahnutých tržbách mali výrazný podiel tržby od zahraničných návštevníkov (77,1 %). Títo využívali najmä služby ubytovacích zariadení vyšších cenových kategórií. Priemerná cena za ubytovanie dosiahla 1286 Sk, čo je oproti minulému roku viac o 0,4 %. Zahraničný návštevník zaplatil v priemere za jedno prenocovanie 1769 Sk, čo je takmer 3 krát viac ako zaplatil domáci návštevník.

Využitie kapacity ubytovacích zariadení z hľadiska jednotlivých okresov v Bratislavskom kraji za rok 2007

Ukazovateľ	% využitia stálych lôžok-čistých	Priemerný počet prenocovaní spolu	v tom		Ukazovateľ	% využitia stálych lôžok-čistých	Priemerný počet prenocovaní spolu	v tom	
			priem. počet prenocovaní domácich návštevníkov	priem. počet prenocovaní zahraničných návštevníkov				priem. počet prenocovaní domácich návštevníkov	priem. počet prenocovaní zahraničných návštevníkov
<b>Bratislava I</b>					<b>Bratislava V</b>				
Ubytovacie zariadenia spolu	39,5	1,7	1,5	1,7	Ubytovacie zariadenia spolu	33,9	1,9	1,9	2,0
z toho hotely (motely, botely)	41,3	1,7	1,4	1,7	z toho hotely (motely, botely)	34,6	1,9	1,9	1,9
<b>Bratislava II</b>					<b>Malacky</b>				
Ubytovacie zariadenia spolu	33,4	1,7	1,8	1,8	Ubytovacie zariadenia spolu	12,3	1,8	1,4	2,0
z toho hotely (motely, botely)	40,3	1,7	1,5	1,8	z toho hotely (motely, botely)	13,5	1,7	1,4	2,0
<b>Bratislava III</b>					<b>Pezinok</b>				
Ubytovacie zariadenia spolu	40,0	2,1	2,2	1,9	Ubytovacie zariadenia spolu	22,6	2,0	2,0	2,0
z toho hotely (motely, botely)	34,8	1,7	1,5	1,8	z toho hotely (motely, botely)	26,4	1,8	1,7	2,0
<b>Bratislava IV</b>					<b>Senec</b>				
Ubytovacie zariadenia spolu	27,3	5,8	6,6	2,8	Ubytovacie zariadenia spolu	14,4	2,0	1,8	2,4
z toho hotely (motely, botely)	37,4	2,6	2,8	2,3	z toho hotely (motely, botely)	35,2	1,7	1,5	2,0
					<b>Ubytovacie zariadenia spolu</b>	<b>29,3</b>	<b>2,0</b>	<b>2,2</b>	<b>1,8</b>
					z toho hotely (motely, botely)	36,9	1,7	1,6	1,8

Za rok 2007 v priemere strávil jeden návštevník v ubytovacích zariadeniach 2,0 nocí, z toho cudzinec 1,8 noci. Výrazne nad priemerom bol okres Bratislava IV, kde priemerný počet prenocovaní v ubytovacích zariadeniach bol 5,8. Priemery ostatných okresov sa líšili len mierne.

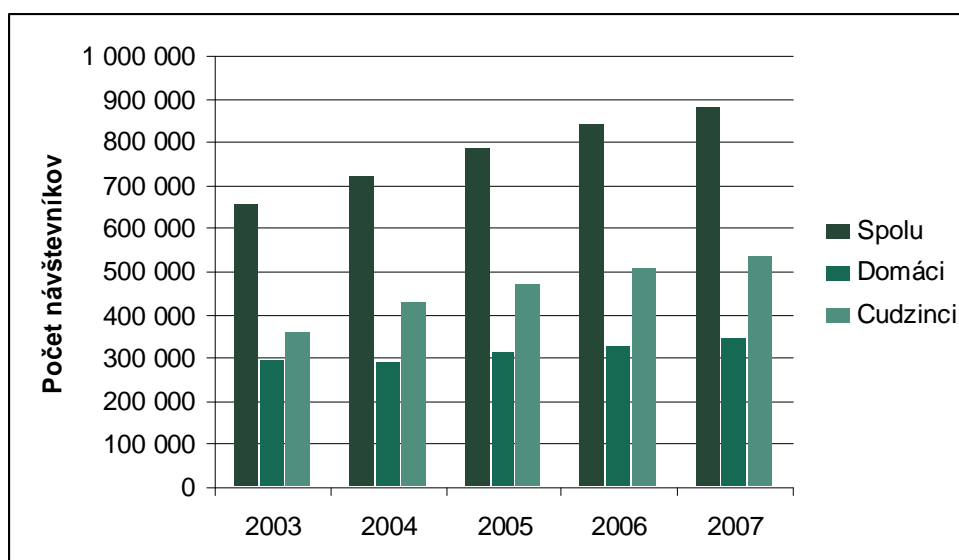
Bratislavské hotely zažívali do roku 2007 úspešné obdobie.

Napriek reálnemu faktu, štatistické výstupy túto situáciu nezobrazujú. V rámci zisťovania Štatistického úradu sa vykazuje údaj „Vyžitie lôžkovej kapacity“, ktorý dlhodobo v Bratislave osciluje okolo 33-41%. Uvedený údaj neudáva vyťaženosť hotelových kapacít z hľadiska izieb, ale postelí (metodika výpočtu = počet prenocovaní / (počet lôžok x 365 dní).

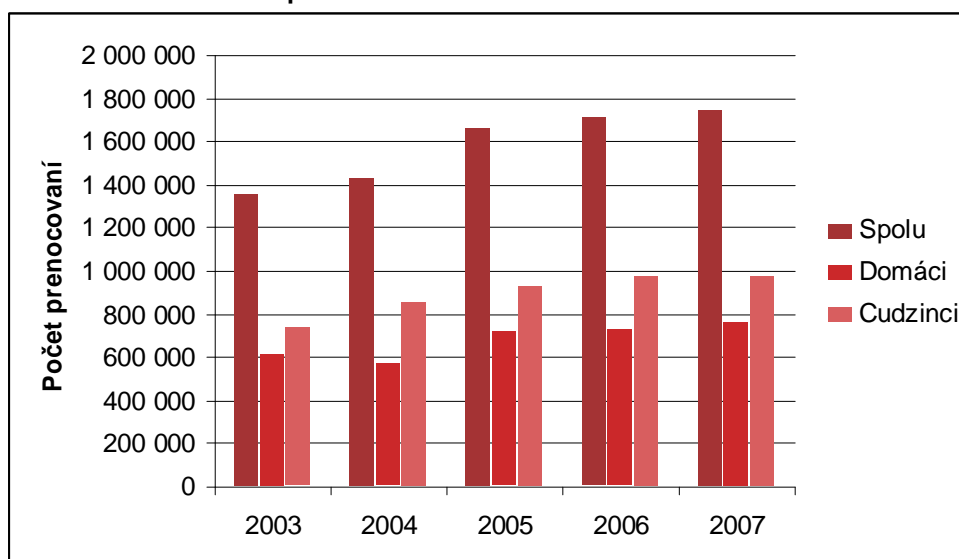
Vzhľadom na fakt, že väčšina hotelov v Bratislave, najmä vyššej triedy (4\* a 3\*) disponuje predovšetkým dvojlôžkovými izbami a apartmánmi, nemožno tento údaj považovať za smerodajný a je možné konštatovať, že reálna vyťaženosť komerčných ubytovacích kapacít je omnoho vyššia.

Dynamický rast lôžkových kapacít v rokoch 2000-2006 sa nepremietol do obsadenosti a ceny ubytovania. Obe rástli, pretože počet prenocovaní rástol rýchlejšie, trh nebol saturovaný. Táto situácia sa mení v r. 2007, keď priemerná cena v 4\* hoteloch poklesla o 5% (Zdroj: Deloitte, BHA).

Graf. Počet návštevníkov BSK v rokoch 2003-2007



Graf. Počet prenocovaní v BSK v rokoch 2003-2007



### 3. PRÍLOHA: Zaujímavé miesta v Bratislavskom kraji

V BSK sa nachádza niekoľko zaujímavých miest, ktoré sú hlavnými objektmi záujmu zahraničných aj domácich návštevníkov BSK, resp. majú potenciál sa nimi stať. Z nasledujúceho zoznamu je zrejmé, že hoci ide o zaujímavé miesta, žiadne z nich v súčasnosti nepredstavuje atrakciu európskeho významu.

Nasledujúci zoznam je uvedený v geograficko-administratívnom členení:

#### Historické centrum mesta Bratislava:

**Bratislavský hrad** – Symbol a dominanta mesta Bratislava upravená v gotickom a renesančnom štýle. Časť priestorov slúži na reprezentačné účely NR SR. V areáli hradu sú umiestnené expozície Slovenského národného múzea. V bývalej kaplnke sa nachádza koncertná sieň. Hrad v nasledujúcich rokoch prejde komplexnou rekonštrukciou.

**Dóm sv. Martina** – Gotická katedrála postavená na mieste pôvodného románskeho kostola. V rokoch 1563 – 1830 bol korunovačným kostolom uhorských kráľov, dnes je katedrálным chrámom bratislavskej arcidiecézy.

**Historická budova SND** – Budova stojaca na mieste mestského divadla. Bola postavená v roku 1886. Napriek otvoreniu novej budovy SND, historická budova stále slúži svojmu účelu.

**Michalská veža** – Jediná zachovaná brána stredovekého mestského bratislavského opevnenia. Vo veži sa nachádza múzeum zbraní a mestského opevnenia. Na vežu je možný výstup, ktorý poskytuje výhľad na historické centrum

**Primaciálny palác** – Dnešné sídlo primátora, ktoré bolo postavené v rokoch 1778 – 1781. V roku 1805 bol v ňom podpísaný bratislavský mier. Vnútri paláca sa nachádza zbierka anglických tapisérií zo 17. storočia.

**Reduta** – Budova Slovenskej filharmónie z rokov 1911-1915 postavená v eklectickom štýle.

**Stará radnica v Bratislave** – Pôvod radnice siaha až do 13. storočia. V priestoroch radnice sídli Mestské múzeum, dokumentujúce dejiny mesta. V múzeu sa nachádza expozícia feudálnej justície. Na renesančnom nádvorí sa v lete konajú kultúrne programy.

#### Širšie centrum mesta Bratislava:

**Grassalkovichov palác a záhrada** – Rokokový palác z roku 1760 postavený pre strážcu kráľovskej koruny a poradcu Márie Terézie grófa Grassalkovicha. Súčasťou paláca je záhrada – miesto prechádzok a koncertov. Palác je dnes reprezentačným sídlom prezidenta SR

**Most Apollo** - bol postavený v r. 2005 unikátnym spôsobom. Most je zaujímavý aj tým, že časti konštrukcie nezvierajú ani jeden pravý uhol, most nespája dunajské brehy kolmo. V r. 2006 získal ocenenie OPAL Awards v USA.

**Nový most** – Most bol postavený v rokoch 1967-1972 a získal ocenenie Stavba 20. storočia. Most má atraktívny vzhľad a vo vrchole pylónu vo výške 80 metrov sa nachádza reštaurácia. Vzhľadom, tvarom a rozpätím je ojedinelým v Európe a druhý tohto typu na svete.

**Sad Janka Kráľa** - Najstarší verejný park v Bratislave, ležiaci na pravom brehu Dunaja. V súčasnosti je významným prvkom oddychovej zóny.

**Slavín** – Monumentálny pamätník a cintorín vojakov Sovietskej armády, ktorí padli pri oslobodzovaní Bratislavy počas 2. svetovej vojny. Pamätník je dnes Národnou kultúrnou pamiatkou.

**Televízna veža na Kamzíku** - Stavba vysoká 200 metrov bola postavená v roku 1972. Vo výške 68 metrov sa nachádza rotujúca reštaurácia.

**ZOO Bratislava**- Zoologická záhrada v Bratislave je sprístupnená verejnosti od roku 1960. V súčasnosti sa rozprestiera na ploche 96 ha. Súčasťou ZOO je Dinopark s unikátnymi 22 modelmi dinosaurov v životnej veľkosti. V záhrade sa nachádzajú takisto dva detské komplexy.

#### **Ďalšie mestské časti Bratislava:**

**Gerulata** – Rusovce – Zvyšky rímskeho vojenského tábora i príľahlej civilnej osady. Na archeologickom nálezisku boli odkryté zvyšky architektúry, pohrebiská a množstvo artefaktov. Dnes je tu zriadené aj múzeum Antická Gerulata, ktoré je v správe Múzea mesta Bratislavy.

**Hrad Devín** – Pevnosť nad sútokom riek Moravy a Dunaja. Stopy osídlenia pevnosti siahajú až do 5000 rokov p.n.l. Územie je významným archeologickým náleziskom a Národnou kultúrnou pamiatkou v správe Múzea mesta Bratislavy.

**Kaštieľ Rusovce** – Kaštieľ s príťažlivým vzhľadom uplatnením romantizujúceho, tzv. windsorského slohu, ktorý napodobňoval anglickú gotiku. Pri kaštieli sa nachádza rozľahlý park. Kaštieľ patrí Správe zariadení Úradu vlády a je pre verejnosť uzavretý

**Danubiana** – mimoriadne pôsobivé zakomponovanie galérie moderného umenia do prostredia vodnej nádrže v Čunove.

#### **Okres Malacky:**

**Habánsky dvor** – Dvor vo Veľkých Levároch so siedmymi zachovanými habánskymi obytnými domami zo 17. a 18. storočia. Nachádza sa tu Múzeum habánskych remesiel. Dvor je takisto pamiatkovou rezerváciou ľudovej architektúry.

**Kostol nepoškvrneného počatia Panny Márie** – Kostol sa nachádza v meste Malacky. Je známy vernou kópiou schodov zo 17. storočia (tzv. Svätých schodov), po ktorých kráčal Ježiš Kristus do súdnej siene. Podobné k

**Pajštúnsky hrad** – Zrúcanina hradu vybudovaná v 13. storočí, zničená napoleonskými vojskami. Oblíbené výletné miesto s impozantným výhľadom.

**Plavecký hrad** - Pohraničná pevnosť z 13. storočia, dnes zrúcanina so zachovanými delostreleckými baštami. Zrúcanina hradu je oblíbeným výletným miestom.

**Pútnické údolie v Marianke** – pamiatková zóna. Najstaršie pútnické miesto na Slovensku.

#### **Okres Pezinok:**

**Historické jadro mesta Modra** - historické jadro je pamiatkovou zónou. Mesto je známe výrobou modranskej majoliky.

**Hrad Červený kameň** - Pevnosť vybudovaná Fuggerovcami v 16. storočí. Hrad je známy rozsiahlymi pivničnými priestormi. V súčasnosti sa na hrade nachádza expozícia historického nábytku a zbraní. Počas roka sa na hrade konajú rôzne podujatia s historickými motívmi.

**Mestská pamiatková rezervácia Svätý Jur** - s pamiatkami historického jadra – Pálffyovský kaštieľ, gotický kostol.

**Pezinský zámok** – Dominanta mesta postavená na základoch stredovekého hradu z 13. storočia. V súčasnosti sa v zámku nachádzajú sklady vína, vináreň. Okolo zámku sa nachádza rozsiahly park s viacerými vzácnymi drevinami

**Schaubmarov mlyn v Pezinku-Cajle** – Mlyn je kultúrnou a technickou pamiatkou. V súčasnosti je v správe SNG a v objekte sa nachádzajú priestory Galérie insitného umenia.

#### **Okres Senec:**

**Golfové ihrisko v Bernolákove** - 1. golfové ihrisko na Slovensku - v Bernolákove – v anglickom parku pri kaštieli z 18. stor.

**Kamenný most v Kráľovej pri Senci** - Parkový most pripomínajúci barokovú stavbu ponad rieku Čierna voda bol postavený v roku 1904. Dnes je most zaradený v zozname pamiatkového fondu.



**Kostol Nanebovzatia Panny Márie v Boldogu** – pôvodne z 13. stor., vápencová doska s latinským nápisom z obdobia 70 – 138 n.l. – najstaršia písomná pamiatka na území Slovenska.

**Remeselný dvor v Miloslavove** - expozícia tradičných remesiel a vidieckeho života Podunajska.

**Skanzen Včelárska paseka v Kráľovej pri Senci** - Včelársky skanzen s Múzeom včelárstva poskytuje prezentáciu historických úl'ov, včelárskych košov i náradia zo 17. stor., debničkové úle z 18. stor. Osobitnú skupinu predstavujú reliéfne a figurálne úle.

## 4. PRÍLOHA: Hotely poskytujúce služby konferenčného cestovného ruchu

Prehľad najvýznamnejších hotelov, ktoré poskytujú služby konferenčného cestovného ruchu je vypracovaný na základe údajov dostupných v prezentovaných papierových a elektronických zdrojov. Kapacity boli očistené od priestorov reštaurácií a kaviarní, ktoré si vybrané hotely uvádzali do počtu konferenčných miestností. Tiež sú očistené od prísteliek, ktoré si vybrané hotely uvádzali ako základnú lôžkovú kapacitu.

NÁZOV HOTELA	KAPACITA KONFERENČNÝCH PRIESTOROV	BANKETOVÉ SEDENIE/ RECEPCIA	DIVADELNÉ SEDENIE/ ŠKOLSKÉ SEDENIE	POČET IZIEB/ POČET ZÁKLADNÝCH LŮŽOK	VYBAVENIE KONGRESOVÉHO ZARIADENIA
Arcadia Hotel *****	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 2 (Arcadia I. 52m a Arcadia II. 49m) počet sál do 100m <sup>2</sup> :1 (Arcadia I. + Arcadia II. 101m)	60 koktejlové stoly	Arcadia I. 30/24 Arcadia II. 28/20 Arcadia I.+II. 60/50	34/68	Klimatizácia, internet, PC, Wi-Fi, zatemnenie miestnosti, mikrofón, plátno, flipchart, tlmočnice a prekladateľské služby na požiadanie
Apollo (Dukla) hotel *****	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 5	238/-	320/312	105/189	Klimatizácia, internet, PC, Wi-Fi, sekretárske služby, zatemnenie miestnosti, tlmočnice a prekladateľské služby, tanečný parket
Aston Business Hotel *****	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 1 počet sál do 100m <sup>2</sup> :1	X/ 50	45/ 30	92	Klimatizácia, internet, PC, Wi-Fi, sekretárske služby, zatemnenie miestnosti, tlmočnice a prekladateľské služby, tanečný parket
Best Western Hotel West *****	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 2	X	40/ 20	50/103	Klimatizácia, internet, PC, Wi-Fi, sekretárske služby, zatemnenie miestnosti, tlmočnice a prekladateľské služby, pódium, bio jedáľniček
City Hotel Bratislava ***	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 6 počet sál do 100m <sup>2</sup> : 1 počet sál nad 250m <sup>2</sup> :1	563/ 807	600/ 325	240/510	Klimatizácia, internet, sekretárske služby, zatemnenie miestnosti, tlmočnice a prekladateľské služby, pódium
Holiday Inn *****	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 5 počet sál do 100m <sup>2</sup> :3 počet sál do 250m <sup>2</sup> : 3 počet sál nad 50m <sup>2</sup> :1	240/ 340	290/ 250	315	Klimatizácia, internet, PC, Wi-Fi, sekretárske služby, zatemnenie miestnosti, tlmočnice a prekladateľské služby, pódium, možnosť spájať miestnosti
Hotel Barónka *****	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 3 počet sál do 250m <sup>2</sup> : 1 počet sál nad 250m <sup>2</sup> :1	180/ 250	310/190	125/236	Klimatizácia, internet, PC, Wi-Fi, sekretárske služby, zatemnenie miestnosti, tlmočnice a prekladateľské služby, pódium
Hotel Bonbón *****	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 2 počet sál do 250m <sup>2</sup> : 1 možnosť kombinácie prepojením	300/400	400/300	105/182	Klimatizácia, internet, PC, Wi-Fi, sekretárske služby, zatemnenie miestnosti,
Hotel Crowne Plaza *****	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 3 počet sál do 100m <sup>2</sup> :3 počet sál do 250m <sup>2</sup> : 2 počet sál nad 250m <sup>2</sup> :2	160/ 330	350/ 250	466	Klimatizácia, internet, PC, Wi-Fi, sekretárske služby, zatemnenie miestnosti, tlmočnice a prekladateľské služby, pódium, možnosť spájať miestnosti, kancelária k dispozícii

Hotel Danube ****	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 4 počet sál do 100m <sup>2</sup> : 1 počet sál do 250m <sup>2</sup> : 3	155/240	255/165	277/554	Klimatizácia, internet, PC, Wi-Fi, sekretárske služby, zatemnenie miestnosti, tľmočnice a prekladateľské služby, tanečný parket, kancelária k dispozícii
Hotel Devín ****	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 2 počet sál do 100m <sup>2</sup> : 1 počet sál do 250m <sup>2</sup> : 1	115/ 220	240/ 155	150	Klimatizácia, internet, PC, Wi-Fi, sekretárske služby, zatemnenie miestnosti, tľmočnice a prekladateľské služby, tanečný parket, kancelária k dispozícii, mólo, spájanie miestnosti
Radisson SAS Carlton ****	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 4 počet sál do 100m <sup>2</sup> : 1 počet sál do 250m <sup>2</sup> : 3 počet sál nad 250m <sup>2</sup> :1	260/ 400	380/ 180	504	Klimatizácia, internet, PC, Wi-Fi, sekretárske služby, zatemnenie miestnosti, tľmočnice a prekladateľské služby, tanečný parket, kancelária k dispozícii, mólo, pódium, spájanie miestnosti
Hotel Tatras ****	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 2 počet sál do 100m <sup>2</sup> : 2 počet sál do 250m <sup>2</sup> : 2	200/250	550/205	70/114	Klimatizácia, internet, zatemnenie miestnosti, tľmočnice a prekladateľské služby, tanečný parket,
Hotel Kyjev ■■■■■■■■■■ Vyžaduje si rekonštrukciu	počet sál nad 250m <sup>2</sup> :1	350/ 500	X	340	Klimatizácia, internet, sekretárske služby, zatemnenie miestnosti, tľmočnice a prekladateľské služby, pódium
Hotel Premium ***	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 1 počet sál do 250m <sup>2</sup> : 1	60/ 100	80/ 60	84	Klimatizácia, internet, PC, Wi-Fi, sekretárske služby, zatemnenie miestnosti, tľmočnice a prekladateľské služby, tanečný parket, kancelária k dispozícii
Hotel Sorea ***	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 3 počet sál do 250m <sup>2</sup> : 1	115/ 150	120/ 75	65/130	Klimatizácia, internet, sekretárske služby, zatemnenie miestnosti, tľmočnice a prekladateľské služby, pódium, tanečný parket
Hotel Adonis ***	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 3	60/30	40/35	40/65	Audiovizuálna technika  Hotel nemá význam pre usporiadanie konferencií, vhodný pre usporiadanie menších podujatí.
Hotel kongresové a vzdelávacie centrum **	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 2 počet sál do 100m <sup>2</sup> : 2 počet sál do 250m <sup>2</sup> : 1 + 8 menších miestností	132/328	340/298	60/139	internet, zatemnenie miestnosti, tľmočnice a prekladateľské služby, tanečný parket
Hotel Senec ***	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 5 počet sál do 100m <sup>2</sup> : 2 počet sál do 250m <sup>2</sup> : 1	395/395	435/353	97/161	SAT, technika na objednávku, bezbariérový prístup
Hotel Stupava kongres a relax centrum ***	počet sál do 50m <sup>2</sup> : 5 počet sál do 100m <sup>2</sup> : 2 počet sál do 250m <sup>2</sup> :	150/200	200/184	45/90	tľmočnice a prekladateľské služby, tanečný parket, audiovizuálna technika na objednávku

Z uvedeného prehľadu možno konštatovať, že všetky hotely majú predpoklady pre organizovanie podujatí na úrovni konferencie, seminára, workshopu. Pre organizovanie kongresu nie je spôsobilý žiaden z uvedených hotelov z dôvodu stoličkovej kapacity konferenčných sál. Je však predpoklad, že hotely, ktoré sú v súčasnosti v štádiu budovania prispievajú ku zvýšeniu kapacity a v neposlednom rade aj kvality konferenčných a možno dokonca kongresových priestorov.

V meste Bratislava je v pláne vybudovať viacero hotelových kapacít. Väčšina z nich by mala byť súčasťou veľkých developerských projektov. V horizonte piatich rokov by v meste malo pribudnúť cca 2000 lôžok.

Plánované investície do hotelov:

- Abba Hotel na Štefánikovej ulici
- Kempinski Hotel v River Parku
- Sheraton Hotel v Eurovea
- Hotely v komplexe Panorama City
- Hotely v komplexe Twin City na Mlynský nívách
- Hotely v komplexe Central Park na Trnavskom mýte
- Hotely v komplexe Slovanov na Račianskej ulici
- Investícia do hotela Kyjev na Kamennom námestí
- Hotel na Trnavskej ulici pri letisku
- Hotely v komplexe Petržalka City
- Budget hotely Kyriad
- Falkenstein City Hotel – Zochova, Kozia ulica , smerom ku Kapucínskej – dokončenie február 2009
- Hotel na Veternej ulici pri Hodžovom námestí – Cresco Group
- Hotel v Horskom parku – Cresco Group
- Hotel medzi Poštovou a Vysokou ulicou

(Zdroj: [www.etrend.sk](http://www.etrend.sk))

## 5. PRÍLOHA: Zoznam inomingových cestovných kancelárií

Zoznam zahrňuje cestovné kancelárie so sídlom v BSK aj mimo BSK, nakoľko nemožno vylúčiť aktívnu participáciu na organizovaní cestovného ruchu i zo strany CK, ktoré sú registrované mimo územia BSK.

### Zoznam DMC podľa evidencie SACKA

Cestovná kancelária	Kongresový, konferenčný CR a incentíva	Kraj
CESTOVNÁ KANCELÁRIA ECOMM s.r.o. Križna 44 82108 Bratislava 2	áno	BSK
CITY SERVIS SLOVAKIA, Mgr. Marián Bilačič Zálužická 23 82101 Bratislava 2	áno	BSK
CK PRESSBURG, Ing. Róbert Kohlmann Trnavská cesta 50 82102 Bratislava	áno	BSK
CK TIP TOUR, spol. s r. o. Trnavská cesta 50/A 82102 Bratislava 2	nie	BSK
DOWINA, Ing. Jitka Spillerová Košická 37 82108 Bratislava 1	áno	BSK
ELIT-Travel, s. r. o. Mýtka 27 81107 Bratislava 1	áno	BSK
GLOBTOUR Group a.s. Panská 12 81101 Bratislava 1	áno	BSK
HANITA TRAVEL Wolkrova 9 85101 Bratislava	nie	BSK
IMARATOUR CK, ISTROMIRA, spol. s r.o. pre obchod a služby Trnavská 39 83104 Bratislava 3	nie	BSK
INTERMEDIAL s.r.o. Záhradnícka 83 82108 Bratislava 2	nie	BSK
LEGIOTOUR, s. r. o. Račianska 33 83102 Bratislava 3	áno	BSK
M.S.T.T. spol. s r.o. travel and trading agency Františkánske nám. 3 81499 Bratislava 1	áno	BSK
N. I. K. SLOVAKIA, spol. s r. o. Vajnorská 34 83103 Bratislava 3	nie	BSK
Net Travel.sk Miletičova 3/a 82108 Bratislava	nie	BSK
PAXTRAVEL, spol. s r. o. Legionárska 15 83104 Bratislava 3	áno	BSK
RODO – Rodinná dovolenka CK, Ing. Igor Šimčísko Záhradnícka 63 82108 Bratislava 1	nie	BSK

Ružena Julišová – CK JULIŠ Travel, Vajnorská 70, P. O. Box 224 81000 Bratislava 1	áno	BSK
S-TOURS, s. r. o. Laurinská 2, P. O. Box 172 81499 Bratislava 1	áno	BSK
SATUR TRAVEL, a.s. Miletičova 1 82472 Bratislava	áno	BSK
SAYA spol. s r. o. Jozefská 19 81106 Bratislava 1	áno	BSK
SENECA TOURS, spol. s r. o. Blumentálska 11 81107 Bratislava	nie	BSK
SETTOUR SLOVAKIA spol. s r. o. Lazaretská 29 81109 Bratislava 1	áno	BSK
SLOVAK AIR SERVICES s. r. o. Letisko M. R. Štefánika 82001 Bratislava 21	nie	BSK
SUNWAY H. T., spol. s r.o. Záborského 42 83103 Bratislava 3	áno	BSK
SUPRAVIA s. r. o. Zámocká 12, P. O. Box 264 81101 Bratislava 1	áno	BSK
TATRALOV, spol. s r.o. Jégeho 8, P.O.Box 131 82025 Bratislava 25	nie	BSK
TERRATRAVEL, Pavla Mikulášová Gorkého 13-15, P. O. Box 77 81499 Bratislava 1	áno	BSK
TOURIMPEX SK spol. s r. o. Seberínho 9 82103 Bratislava 37	nie	BSK
Travel.Sk s.r.o. Kopčianska 65 85101 Bratislava 5	nie	BSK
V.V.I.P. TRAVEL, s r.o. Cukrová 14 81108 Bratislava 1	áno	BSK
AGRITOURS Slovakia, Cestovná kancelária, s.r.o. Lieskovská cesta 32 96001 Zvolen	áno	BBSK
AM- AGENTÚRA MAGNETIC, s.r.o. Nám. Ľ.Štúra 2 01194 Žilina 1	áno	ŽSK
CENTRUM, s. r. o. Nám. Slobody 4 92101 Piešťany 1	nie	TTSK
CHOTOUR, Ing. Jozef Chobot, CSc. Kováčska 63 04001 Košice	áno	KSK
CK Z-turist, Zuzana Košťalová Žiarska 603/5 03104 Liptovský Mikuláš 4	nie	ŽSK
CS-TOURs, spol. s r.o. Vojtaššákova 496 02744 Tvrdošín 1	áno	ŽSK

DARNE cestovná kancelária, s. r. o. Nám. Sv. Egídia 95 05801 Poprad 1	áno	PSK
ERTOUR, s. r. o. Pod hájom 952 01841 Dubnica nad Váhom 1	nie	TSK
FATRA SKI, s. r. o. 1. Čsl. Brigády 53 03861 Vrútky	nie	ŽSK
FRANKA TOUR, Františka Ferencová Hlavná 79 08001 Prešov 1	nie	PSK
GWA, s.r.o. Letná 47 05201 Spišská Nová Ves	áno	PSK
HEPEX-Slovakia, spol. s r. o. Športová 1 94501 Komárno 1	nie	NSK
JUKO CK, spol. s r. o. Nám. Slobody 4 97101 Prievidza 1	áno	TSK
KISKA SLOVAK TRAVEL AGENCY, s.r.o. Tatranská Lomnica 564 05960 Vysoké Tatry	nie	PSK
LIPA, spol. s r.o. Björnsonova 2 94001 Nové Zámky 1	nie	NSK
LIPTOUR cestovná kancelária, s. r. o. Námestie mieru 1 03101 Liptovský Mikuláš 1	áno	ŽSK
ORAVA TOUR, Ing. Eduard Dunčič Nábr. Oravskej priehrady 765 02901 Námestovo	nie	ŽSK
OSTTOUR, CK , Ing. Oxana Beláková Pivovarská 2 01001 Žilina 1	nie	ŽSK
SELINAN s.r.o. Buriánova medzierka 4 01001 Žilina 1	áno	ŽSK
SLOVOPTIMUS, Ing. Ľubomíra Štefánová Južná trieda 93 04001 Košice 1	nie	KSK
Slovturist, s.r.o. Komárňanská 16 94001 Nové Zámky 1	nie	NSK
T-SKI TRAVEL spol. s r. o. Starý Smokovec 46 06201 Vysoké Tatry	nie	PSK
TOPAS cestovná kancelária s. r. o. Hrnčiarska 12 04012 Košice 1	nie	KSK
TULÁK, s. r. o. Braneckého 14 91101 Trenčín 1	nie	TSK

## 6. PRÍLOHA: SWOT analýza

### 6.1 Bratislavský samosprávny kraj

#### SILNÉ STRÁNKY

**Výhodná poloha** – BSK leží na rozhraní troch štátov, je dopravne dostupný všetkými prepravnými prostriedkami.

**Priaznivé klimatické podmienky** – územie BSK leží v miernom kontinentálnom pásme s vysokým počtom slnečných dní a pomerne nízkym úhrnom zrážok. Žiadne ročné obdobie nie je bariérou pre pobyt turistov.

**Prírodný potenciál pre niektoré formy cestovného ruchu** – územie disponuje pomerne vysokou koncentráciou umelých jazier s čistou vodou, využiteľných v rekreačnom cestovnom ruchu, ako aj mierne členitým reliéfom, vhodným na cykloturistiku a bežecké lyžovanie.

**Existencia regionálnych rozvojových agentúr** – fungujúca Regionálna rozvojová agentúra Senec – Pezinok sa podieľa aj na rozvoji cestovného ruchu v BSK, napr. projekt Cyklotrasy bez hraníc.

#### Nová destinácia

Bratislava a jej okolie je pre veľkú väčšinu zahraničných potenciálnych návštevníkov novou destináciou, kde ešte neboli. Táto novosť a neošúchanosť môže byť výhodou destinácie pre potenciálnych návštevníkov, ktorí vždy hľadajú nové podnety a nespoznané oblasti.

#### Nadpriemerné HDP

BSK má v rámci Slovenska osobitné postavenie. Tvorí 26% HDP Slovenska aj je teda ekonomicky najvýkonnejším regiónom. V prepočte vytvoreného HDP na jedného obyvateľa v parite kúpnej sily prekračuje Bratislavský kraj priemer 27 krajín Európskej únie o 29,3 percenta.

#### SLABÉ STRÁNKY

**Absencia konkrétnych produktov cestovného ruchu** – v kraji neexistujú ucelené produkty cestovného ruchu, alebo ak predsa len vzniknú, ich existencia nie je dlhodobá, alebo nefungujú tak ako by mali. Absentujú tematické produkty.

**Pomerne vysoký počet turistov z nižších socioekonomických skupín** – čo znižuje priestor na vyššie zisky z cestovného ruchu. Nízka je aj priemerná dĺžka pobytu zahraničných návštevníkov – zahraniční turisti strávia v Bratislave a okolí priemerne iba 2 dni.

#### Absencia organizácie destinačného marketingu a teda marketéra destinácie BSK

Neexistuje organizácia, ktorá sa stará o komplexný a strategický rozvoj marketingu v BSK ako destinácie, čo má za dôsledok neexistenciu imidžu destinácie a jeho samovoľný a nekonceptný vývoj.

#### Absencia imidžu BSK ako destinácie CR

Bratislavský kraj a Bratislava ako mesto nemá žiadny imidž ako destinácia cestovného ruchu, a teda nie je atraktívna pre návštevu pre veľkú časť cieľovej skupiny.



### **Nedostatočne fungujúca regionálna verejná doprava**

Návštevníci okolia Bratislavy sa v rannej a poobedne špičke nemajú ako dostať z Bratislavy do okolia a naopak. Situácia je ešte horšia vo večerných hodinách, keď sa napr. milovníci gastronómie alebo vína nemajú ako dostať z oblasti Malokarpatskej vínnej cesty späť do Bratislavy.

### **Nedostatok know-how z oblasti CR, monitoringu a spätnej väzby**

Úroveň základného porozumenia CR verejnosťou aj štátnymi orgánmi je nízka. V makroštruktúre, teda v oblasti marketingu a manažmentu destinácií nie sú na Slovensku žiadne skúsenosti a teda ani odborníci. Aj úroveň know-how verejnej správy, SACR a MH SR je v porovnaní s konkurenciou nízka. Chýbajú štandardné stratégie s merateľnými a kvantifikovateľnými cieľmi, prostriedkami k ich dosiahnutiu, výskumy a monitoring zmien atď.

Nízka úroveň poznania trhu sa prejavuje aj v niektorých súkromných investíciách. Veľká väčšina pracovníkov zaoberajúcich sa cestovným ruchom nemá potrebné know-how a v odbore CR sú samoukovia. Výnimku tvoria sieťové hotely, kde know-how priniesli zahraniční prevádzkovatelia.

### **Slabá spolupráca súkromného a verejného sektora**

Súkromný sektor necíti podporu od verejných orgánov, a ani ju veľmi neočakáva. Samotný sektor zatiaľ neprejavil chuť spájať sa do profesijných organizácií, ak takéto existujú, často pracujú iba formálne a sú pre branžu malým prínosom. Neexistuje efektívne PPP partnerstvo.

### **Chýbajú priame letecké spojenia BSK s mnohými destináciami**

Napriek prudkému rozvoju letiska v rokoch 2004 – 2006, BSK nemá priame letecké spojenie s mnohými dôležitými európskymi destináciami, resp. toto spojenie nie je dostatočne časté.

### **Absencia inštitucionálneho riadenia CR, zodpovednosti**

Na Slovensku neexistuje legislatíva vymedzujúca zodpovednosť za rozvoj CR a ich kompetencie. Chýbajú základné inštitúcie, ktoré by prevzali proces manažmentu destinácie na vertikálnej i horizontálnej úrovni. Takisto chýba orgán na úrovni vlády, ktorý by sa otázkou rozvoja CR zaoberal.

### **Absencia legislatívnej podpory**

Kvalitná legislatíva v oblasti vymedzenia zodpovednosti za rozvoj CR, kompetencií jednotlivých inštitúcií a zdrojov z ktorých sa rozvoj CR bude zabezpečovať na Slovensku momentálne chýba.

### **Absencia finančných zdrojov**

Vzhľadom na nedostatočné legislatívne ukotvenie cestovného ruchu a chýba aj presné špecifikovanie zdrojov, ktoré majú byť použité na jeho rozvoj.

### **Nesystematické a neefektívne fungovanie štátnej propagácie a propagácie BSK**

Štátna propagácia funguje neefektívne a absentuje v nej základné marketingové myslenie. BSK, ktorý nemôže prijímať podporu z fondov EU, nie je nijako podporovaný. Táto diskriminácia je neodôvodniteľná nielen preto, že BSK čo sa týka CR sa potýka s rovnakými problémami ako ostatné kraje, ale ani s pohľadom najsilnejšej destinácie CR, vstupného bodu do krajiny a hlavného mesta republiky.

## PRÍLEŽITOSTI

**Začlenenie Slovenska do tzv. Schengenského priestoru (december 2007)** – začlenením Slovenska medzi krajiny tzv. Schengenskej dohody sa odstránili bariéry pri prechodoch cez hranice, čím sa oživil v prvom pláne najmä malý cezhraničný styk, neskôr je možnosť rozšíriť aj návštevnosť zo vzdialenejších oblastí. Zároveň sa odstránili psychologická bariéra návštevy pre niektoré segmenty turistov zo západných krajín.

**Zavedenie spoločnej meny EUR** – používanie jednotnej európskej meny má z hľadiska cestovného ruchu veľký význam – pre účastníkov cestovného ruchu odpadávajú problémy s výmenou peňazí a prepočítavaním cien, z hľadiska podnikateľov v cestovnom ruchu navyše dochádza k úplnej eliminácii kurzového rizika.

**Zdokonalenie právnej úpravy vzťahov v CR** - by mohla vytvoriť podmienky pre systematický účinný mechanizmus fungovania cestovného ruchu ako priemyslu. Urýchlené vytvorenie systému podpory účasti na domácom cestovnom ruchu.

**Vznik združení cestovného ruchu** – objavili sa nové návrhy legislatívnych zmien v prospech uľahčenia vzniku združení cestovného ruchu – vyplýva to z Novej stratégie rozvoja cestovného ruchu prijatej vládou SR v máji 2007.

**Spolupráca verejného a súkromného sektora (PPP)** – PPP má veľkú budúcnosť a je veľmi perspektívna, ale dôležité je, aby sa vytvorili určité konkrétne rámcové podmienky spolupráce, pretože inak nie sú subjekty ochotné spolupracovať.

**Aplikácia informačných systémov v marketingu** – informačné technológie otvárajú obrovský priestor pre propagáciu krajiny a poskytovanie informácií pre potenciálnym návštevníkom a prichádzajúcim turistom (on-line informačné portály, ubytovací servis atď.).

**Aplikácia systémov kvality a štandardizácie v podnikoch CR** – je všeobecný problém, ktorý je zjavný aj v BSK. Systémy kvality v službách malých prevádzkových jednotiek cestovného ruchu sú v súčasnosti v počiatkoch, podnikatelia nejavia o ne dostatočný záujem.

**Výchova, udržanie a umiestnenie mladej a kvalifikovanej pracovnej sily** - absolventi a mladí kvalifikovaní pracovníci môžu priniesť nové podnety a manažérsky základ pre rozvoj cestovného ruchu v BSK.

### **Dunajská vodná cesta**

Dunajská vodná cesta je atraktívnym spôsobom dopravy veľkého množstva návštevníkov do Bratislavy.

**Využitie zdrojov termálnej vody v podloží Dunaja** – v oblasti Žitného ostrova sa nachádzajú zásoby horúcich termálnych vôd (ktoré dosahujú teplotu až 90°C). Po navrátení sú využiteľné pri budovaní kúpalísk, aquaparkov, wellness služieb a podobne.

**Využívanie alternatívnych zdrojov energie v supraštruktúre cestovného ruchu** – poskytovatelia služieb v cestovnom ruchu málo využívajú obnoviteľné zdroje energie (najmä slnečnú a geotermálnu energiu). Ak sa má dosiahnuť trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu, je potrebné uvažovať aj s alternatívnymi zdrojmi, najmä v lokalitách, kde je ohrozené životné prostredie.

### **Majstrovstvá sveta v hokeji v roku 2011**

Majstrovstvá sveta v hokeji sú pre BSK jedinečným eventom európskeho významu, ktorí má potenciál pritiahnúť širokú pozornosť. BSK môže ťažiť nie len z návštev hokejových fanúšikov ale aj z následného záujmu o destináciu.

### **Rast dopytu v DCR**

v poslednom období bol zaznamenaný rast dopytu po DCR. Tento trend bude pokračovať. DCR sa môže stať jedným z nosných aktivít CR v BSK.

### **Spolupráca s prihraničnými regiónmi**

Po Schengene a zavedení EURA sa otvára priestor pre spoluprácu s prihraničnými regiónmi, ktoré v budúcnosti prerastie do splynutia jednotlivých regiónov podľa produktov, ktoré ponúkajú.

### **HROZBY**

**Pokračujúca degradácia životného prostredia** – je evidentný nárast investičných a developerých aktivít, ktoré často zasahujú do prírodného prostredia.

**Neschopnosť resp. nepripravenosť čerpať fondy EU v dostatočnom rozsahu** – subjekty na Slovensku podávajú často nekvalitne spracované projekty na čerpanie prostriedkov z fondov EÚ, v dôsledku čoho sa nevyčerpáva celý balík financií. V tomto smere by sa mala zlepšiť informovanosť subjektov a tiež by sa mala sprístupniť pomoc pri vypracúvaní projektov.

**Výrazná aktivizácia cestovného ruchu v konkurenčných krajinách** - je transparentná svojimi výkonmi z aspektu počtu návštevníkov a príjmov (viď Maďarsko, Česká republika), resp. nová marketingová stratégia a koncepcia v Rakúsku s dôrazom na získanie nových segmentov klientely.

**Výrazná aktivizácia cestovného ruchu v okolitých krajinách a prihraničných regiónoch susedných krajín** – okolité krajiny sa pripravili na prístup nových členov do EU (napr. projekty Carnuntuum a pod.). Česká republika uviedla do života program cyklotrás, program hradov a zámkov, program oživenia regiónov v celej ČR. Tieto programy výrazne pomohli aj prihraničným regiónom.

**Rast nákladov na energiu, suroviny a prácu** – je výsledkom všeobecného ekonomického vývoja v krajine.

**Podcenenie profesionalizácie pracovníkov v cestovnom ruchu** – často prevláda názor, že cestovný ruch si nevyžaduje kvalifikovaných pracovníkov, pozície manažérov sa často obsadzujú nekvalifikovanými ľuďmi, podceňuje sa permanentné vzdelávanie v cestovnom ruchu.

**Odliv kvalifikovanej pracovnej sily do zahraničia** - platové podmienky v cestovnom ruchu patria medzi najnižšie, čo dokumentuje štatistika ŠÚ SR. V dôsledku nízkych miezd a relatívne ťažkých pracovných podmienok kvalifikovaní pracovníci odchádzajú pracovať do zahraničia.

## 6.2 Bratislava

### SILNÉ STRÁNKY

**Hlavné mesto republiky** – Bratislava je vstupnou bránou Slovenska. Politické, administratívne centrum otvára možnosti aj pre cestovný ruch (politické summity, návštevy významných osobností a pod.)

**Vysoký primárny potenciál historických pamiatok a kultúrneho dedičstva** – BSK disponuje pomerne širokou a pestrou škálou pamiatok, na jej území sa nachádza Mestská pamiatková rezervácia (268 pamiatok), národné kultúrne pamiatky (7).

### DUNAJ – kolorit mesta

Dunaj výrazným spôsobom tvorí atmosféru mesta, je jej jedným z najatraktívnejších prvkov.

**Široká ponuka kultúrno-spoločenských aktivít a tradičných podujatí** – v Bratislave sa pravidelne organizuje viacero tradičných podujatí, napr. Bratislavské kultúrne leto, korunovačné slávnosti v Starom meste, oslavy Silvestra, BHS, Bratislavské džezové dni, vinobranie v Rači, medzinárodné bežecké preteky a pod. Tieto aktivity sú však regionálneho významu bez širšieho potenciálu pritiahnúť väčšie množstvo zahraničných návštevníkov.

**Atmosféra historického centra** – historické jadro mesta je pekne zrekonštruované, je tu množstvo kaviarní, barov a reštaurácií, ktoré ponúkajú možnosti príjemného posedenia. V porovnaní s okolitými metropolami (Praha, Budapešť) návštevníci bratislavského centra vyzdvihujú jeho komornejšiu, útulnejšiu atmosféru.

**Dopravná dostupnosť, cestná, vodná, vzdušná, železničná** – Bratislava je dopravným uzlom všetkých prepravných foriem.

**Cieľová destinácia nízkonákladových leteckých spoločností** – Bratislavské letisko sa stalo cieľovým letiskom viacerých nízkonákladových leteckých spoločností, ktoré vo víkendových intervaloch dopravujú skupiny turistov. V priebehu týždňa je štruktúra cestujúcich rôznorodejšia od obchodných cestujúcich, turistov až po priateľov a známych.

**Existencia materiálo-technickej základne cestovného ruchu** – v Bratislave rastie dopyt po ubytovacích a stravovacích službách, v dôsledku čoho sa zvyšuje ich kvalitatívna úroveň. Výstavba 5 hviezdíčkových hotelov zdokonalí štruktúru ubytovacích zariadení. Infraštruktúra cestovného ruchu pre športové a kultúrne vyžitie - tenisové centrum a ďalšie možnosti tenisových kurtov, fitness centra, divadlá, kiná, kultúrne vyžitie v obchodných nákupných centrách.

**Vysoký počet ubytovacích zariadení „strednej“ triedy pre domácu klientelu** – prevažná väčšina ubytovacích zariadení je v strednej triede, ktorá je kvalitatívne ale aj cenovo priaznivá pre segment obchodných cestujúcich.

**Existencia Turistických informačných kancelárií** – v súčasnosti fungujú v Bratislave 3 turistické informačné kancelárie: Turistické informačné stredisko BKIS – Bratislava, Bratislava Tourist Service – informačná kancelária – Bratislava, Turistická informačná kancelária – Bratislava - Devínska Nová Ves.

**Široké nákupné možnosti, existencia veľkokapacitných centier** - z výsledkov výskumu vyplýva, že miestni obyvatelia vnímajú pestré možnosti nákupov a aktivít s tým súvisiacich (návštevy nákupných centier a parkov a pod.). Nákupy vo veľkokapacitných centrách sú obľúbené u zahraničnej klientely i u domáceho obyvateľstva. Rozsah obchodnej plochy i lokalizácia v rôznych častiach mesta (Petržalka, Nové mesto, Ružinov, Lamač) vytvárajú výborné možnosti. Bratislavčania naopak chodia nakupovať do Rakúska a to už nielen odevy, ale aj potraviny, ktoré sú tam lacnejšie. Z pohľadu blízkeho zavedenia EURa a slabej ponuky je shopping zahraničných návštevníkov neperspektívny.

**Priaznivá vzdelanostná úroveň** – v celom regióne je z celoslovenského hľadiska nadpriemerná vzdelanostná úroveň miestneho obyvateľstva, aktivizuje sa rekvalifikácia aj na cestovný ruch. V Bratislave sa vyučuje študijný odbor Cestovný ruch na Ekonomickej univerzite čím sa vytvára priaznivý základ pre budúci rozvoj v tejto oblasti, v meste pôsobia 2 hotelové akadémie.

**Relatívne priaznivá profesionálna úroveň pracovníkov v cestovnom ruchu - v hoteloch vyšších tried, v reštauráciách vysokej cenovej úrovne, v cestovných kanceláriách, v leteckých spoločnostiach, na letisku.**

**Sídlo a vysoké zastúpenie medzinárodných spoločností** – v Bratislave majú svoje centrály mnohé veľké medzinárodné spoločnosti, národné filiálky medzinárodných spoločností a slovenské spoločnosti medzinárodného významu. V dôsledku toho do Bratislavy prichádza zo zahraničia viac služobných cestujúcich, čo je pre mesto obrovským prínosom, pretože sa týmto spôsobom dostáva do povedomia ľudí a navyše takáto business klientela spravidla utráca za služby viac peňazí ako bežní dovolenkári.

## **SLABÉ STRÁNKY**

### **Absencia konkrétnych tematických produktov cestovného ruchu**

Chýbajú jasne definované, marketované a predávané tematické produkty, ktoré zužitkujú miestne predpoklady a budú v súzvuku s potrebami cieľovej skupiny návštevníkov.

### **Absencia atraktivít a podujatí nadregionálneho charakteru**

V Bratislave chýba dostatočný počet podujatí, ktoré by boli tak atraktívne, že by pritiahli návštevníkov aj z iných regiónov Slovenska a návštevníkov aspoň zo susedných štátov.

### **Málo turistov (leisure) a nízka priemerná dĺžka pobytu návštevníkov**

Do Bratislavy prichádza v porovnaní s rovnako veľkými mestami len málo turistov za účelom iným ako pracovné cesty. Takisto tu strávia len krátku dobu.

**Nevýrazný imidž mesta ako destinácie cestovného ruchu** – Bratislava, ako aj celé okolie, spadajúce do BSK nemá a nebuduje si imidž turistickej destinácie. Aktívne nepôsobí inštitúcia, ktorá by sa tým zaoberala a bola vybavená adekvátnymi kompetenciami, finančnými a ľudskými zdrojmi.

**Nízka kvalita dopravných služieb v Bratislave** – veľký problém predstavuje zlé linkovanie spojov mestskej hromadnej dopravy, ich nízka hustota a neexistencia integrovanej dopravy. Z pohľadu zahraničného návštevníka je cestovanie mestskou hromadnou dopravou v Bratislave veľmi obtiažne. Úroveň taxislužieb je rovnako pomerne nízka, často s pokusmi o podvodné správanie voči cudzincom.

### **Nízka kvalita vstupných bodov do Bratislavy**

Hlavná železničná stanica ako jeden zo vstupných bodov na Slovensko je na veľmi nízkej úrovni. Bratislavské letisko taktiež neponúka štandardné služby bežné pre ostatné letiská.

**Chýbajúce ubytovacie kapacity najvyššej triedy pre kongresový turizmus** – v súčasnosti funguje v Bratislave len jeden hotel najvyššej triedy (5\*). Hoci niektoré ďalšie bratislavské hotely triedy 4\* sú na veľmi dobrej úrovni a možno ich označiť za luxusné (Marrois, Carlton), súčet ich kapacít by bol v prípade usporiadania veľkého kongresu, alebo inej významnej akcie stále nedostatočný.

**Úroveň poskytovaných doplnkových služieb, prístup k zahraničným turistom v doplnkových službách** – nízka výstavnícka úroveň v galériách, múzeách, absencia kultúrnych a športových podujatí nadregionálneho charakteru, nepripravenosť pre zahraničnú klientelu v kultúrnych zariadeniach, nízka úroveň taxi-služieb (zastarané autá, farebná variabilita a tým netransparentnosť taxíkov, monopol taxislužieb na autobusovej, železničnej stanici a letisku s nadpriemernými cenami), nedostatočná sieť a nízka kvalita sociálnych zariadení v meste, absencia systému poskytovania zdravotnej starostlivosti pre zahraničných hostí vrátane zmluvného zabezpečenia s medzinárodnými poisťovňami.

### **Prístup ku zahraničným turistom v doplnkových službách**

Zahranční turisti sú často vnímaní ako zdroj neprimerane vysokých príjmov. Viac ako na zvyšovanie kvality poskytovaných služieb sa poskytovatelia často zameriavajú nad spôsobom ako za služby s nízkou kvalitou získať vysoké príjmy.

**Sprievodcovia – jazyková štruktúra** – nedostatočná vybavenosť v jazykoch ruský, srbský, čínsky, španielsky, japonský.

### **Málo zelene, absencia mestských parkov**

Bratislave chýbajú zelené oddychové plochy, mestské parky určené pre relax obyvateľov mesta aj návštevníkov

### **Absencia originálneho, pôvodného, unikátneho**

Chabé spojenie minulosti aj sociálnej architektúry a designu s moderným, čo by mohlo byť zaujímavé pre turistov, absentuje pôvodná tvorba

### **Nedostatok know-how z oblasti CR, monitoringu a spätnej väzby**

Úroveň základného porozumenia CR verejnosťou aj štátnymi orgánmi je nízka. V makroštruktúre, teda v oblasti marketingu a manažmentu destinácií nie sú na Slovensku žiadne skúsenosti a teda ani odborníci. Aj úroveň know-how verejnej správy, SACR a MH SR je v porovnaní s konkurenciou nízka. Chýbajú štandardné stratégie s merateľnými a kvantifikovateľnými cieľmi, prostriedkami k ich dosiahnutiu, výskumy a monitoring zmien atď.

Nízka úroveň poznania trhu sa prejavuje aj v niektorých súkromných investíciách. Veľká väčšina pracovníkov zaoberajúcich sa cestovným ruchom nemá potrebné know-how a v odbore CR sú samoukovia. Výnimku tvoria sieťové hotely, kde know-how priniesli zahraniční prevádzkovatelia.

### **Absencia inštitucionálneho riadenia CR, zodpovednosti, legislatívnej podpory, finančných zdrojov**

Na Slovensku chýba legislatíva, ktorá by presne vymedzovala zodpovednosť za rozvoj CR a kompetencie a zdroje z ktorých sa rozvoj bude zabezpečovať. Chýbajú základné inštitúcie, ktoré by prevzali proces manažmentu destinácie a to na úrovni vertikálnej a horizontálnej. Chýba orgán na úrovni vlády, ktorý by sa otázkou rozvoja CR zaoberal.

### **Nesystematické a neefektívne fungovanie štátnej propagácie a propagácie BSK**

Štátna propagácia funguje neefektívne a absentuje v nej základné marketingové myslenie. BSK, ktorý nemôže prijímať podporu z fondov EU, nie je nijako podporovaný. Táto diskriminácia je neodôvodniteľná nielen preto, že BSK čo sa týka CR sa potýka s rovnakými problémami ako ostatné kraje, ale ani s pohľadom najsilnejšej destinácie CR, vstupného bodu do krajiny a hlavného mesta republiky.

### **Organizované okrádanie turistov, taxislužba**

Hlavne v centre mesta dochádza k okrádaniu turistov a obťažovaniu žobrákmi, často pred očami polície. Na letisku má monopol niekoľko firiem taxislužby, čo má za následok neúnosné zvyšovanie cien. Rovnako v meste niektorí taxikári využívajú bezmocnosť turistov a účtuje premrštené ceny.

## **PRÍLEŽITOSTI**

**Spolupráca s blízkymi metropolami Viedeň a Budapešť a prípadné začlenenie do reťazca hlavných miest EÚ** - blízkosť tak významných destinácií cestovného ruchu môže výrazne oživiť návštevnosť Bratislavy, vytvára sa priestor pre spoločné projekty v cestovnom ruchu. prípadné začlenenie do reťazca hlavných miest EÚ v dvoch líniiach: zachovanie odlišností jednotlivých krajín a území pre európsku klientelu, resp. vzájomná spolupráca a ponuka pre návštevníkov zo vzdialených destinácií.

**Rozvoj spolupráce jednotlivých mestských častí s vybranými prihraničnými mestami** v susediacich krajinách v oblasti cestovného ruchu – spolupráca bola účinná v rámci cezhraničnej spolupráce hlavne v oblasti kultúry a obchodu (Jarovce, Rusovce, Devín, Devínska Nová Ves). Je potrebné túto spoluprácu rozvinúť a smerovať i do ďalších aktivít na poli cestovného ruchu.

**Možnosť rozšíriť ponuku o lokality a aktivity v okolí, v rámci BSK** - rozšíriť ponuku výjazdov z Bratislavy do okolia v rámci tvorby nových topics – tematicky zameraných balíčkov služieb (packagov - kultúrne pamiatky, ľudové zvyklosti, osobnosti výtvarného a hudobného umenia, geologické zvláštnosti, ruiny a legendy hradov, ľudové nárečia, národnostné menšiny a ich zvyky, religiózny a pútnický cestovný ruch a pod.). Je potrebné zamerať sa aj na lokality, ktoré figurujú v novom územnom pláne Bratislavy ako miesta rozvoja vinohradníctva, rozvoja kultúrnych tradícií, rozvoja športovísk a pod.

**Rozvoj nových zdrojových trhov vo východnej Ázii** – v ostatných rokoch sa prudko zvyšuje dopyt po Strednej a Západnej Európe v krajinách Východnej Ázie (najmä Japonsko, Čína). Tento trend je príležitosťou aj pre BSK, ktorý má do istej miery potenciál produktov, ktorý si tento segment klientely žiada.

**Výstavba nových ubytovacích zariadení vyššej triedy** – v Bratislave majú vyrásť v blízkej budúcnosti dva päťhviezdičkové hotely (Kempinski, Sheraton), čo pravdepodobne prispeje najmä k rozvoju kongresového turizmu.

**Rozvoj kongresového a konferenčného cestovného ruchu** – výstavba nových hotelov a „opotrebenie“ tradičných kongresových miest ponúka možnosť rozvoja kongresového cestovného ruchu. Mnohé známe a žiadané kongresové mestá sú v dôsledku vysokého dopytu príliš drahé a usporiadatelia hľadajú vhodné alternatívy. Bratislava so svojim okolím by takouto alternatívou mohla byť, ak sa naplnia nutné podmienky. Reálne je uvažovať o Bratislave ako kongresovej destinácii ku koncu plánovacieho obdobia.

**Profesionalizácia komplexnej ponuky a organizácie kongresového cestovného ruchu** – kongresový cestovný ruch je veľkou príležitosťou, no vyžaduje vytvoriť celý manažerský systém organizácie a zabezpečenia veľkých podujatí.

**Vybudovanie funkčného Convention Bureau** – ide o inštitúciu, ktorá zastrešuje oblasť incentívneho a v rámci neho aj kongresového cestovného ruchu. Združuje a reprezentuje poskytovateľov služieb pre incentívne podujatia, tlmočí im požiadavky zahraničného klienta a vystupuje ako garant kvality organizovaného podujatia. Existencia funkčného Convention Bureau je jednou z nutných podmienok na zvýšenie dôvery a záujmu o Bratislavu z pohľadu zahraničných klientov, hľadajúcich vhodnú destináciu pre usporiadanie rôznych akcií.

**Skvalitnenie a rozšírenie služieb TIK** – TIK pracujú v rámci možných podmienok. Je potrebné sa vyvíjať tak, aby poskytovali služby porovnateľné v zahraničí. To si však vyžaduje vytvoriť aj systém viac-zdrojového financovania.

**Podujatia pre mladých** - už osvedčená organizácia koncertov v spolupráci s nadnárodnými spoločnosťami, stretnutia fanúšikov, športové mítingy.

**Nočný život** – partnerský marketing a spolupráca s podnikmi a prevádzkovými jednotkami, ktoré majú podmienky pre nočné vyžitie mladých.

**Športové lietanie** – zakomponovanie do ponuky a vytvorenie podmienok pre tento produkt v spolupráci s letiskom Vajnory.

**Trendové športy** – predstavujú perspektívu pre mnohé lokality BSK. Ide o športy ako napr. golf, paragliding a pod. Môžu tvoriť doplnok voľnočasových aktivít pre návštevníkov mesta.

**Rozvoj masových športových aktivít** – s budovaním športovísk sa otvoria nové možnosti organizácie masových športových podujatí (napr. Majstrovstvá sveta v hokeji), ktoré tvoria významnú udalosť celého regiónu z pohľadu príjazdov počas podujatia, ale aj z pohľadu propagácie krajiny, resp. regiónu.

**Rozvoj Čunova ako centra rekreačných a športových aktivít** – v Čunove je areál vodných športov, kde sa budú konať majstrovstvá sveta vo vodnom slalome. Pre potreby cestovného ruchu je dobré využiť túto lokalitu aj vďaka významnej galérii moderného umenia Danubiana.

#### **Majstrovstvá sveta v hokeji v roku 2011**

Majstrovstvá sveta v hokeji sú pre Bratislavu jedinečným podujatím európskeho významu, ktorý má potenciál priťahovať širokú pozornosť. Bratislava bude jedným z dvoch miest, kde sa majstrovstvá uskutočnia. Môže pomôcť naštartovať vytváranie imidžu mesta ako destinácie CR.



## HROZBY

### **Konkurencia miest v susediacich krajinách a regiónoch**

Mestá Viedeň, Budapešť a Praha sú ďaleko pred nami. Ale aj menšie európske mestá – Ljubljana, Krakov, Salzburg, Tallinn, Riga, ktoré sú priamymi konkurentmi Bratislavy, majú lepšie rozvinutý turistický produkt a jeho marketing a úspešne ho predávajú. Rovnako v hraničných regiónoch Maďarska a Rakúska je cestovný ruch na vyššej úrovni a s príchodom EURa môže prísť k odlivu v DCR.

### **Slabá podpora CR na najvyššej úrovni, neexistencia zákonných úprav vedúcich k naštartovaniu rozvoja CR**

Cestovný ruch nie je vnímaný ako perspektívne odvetvie hospodárstva a teda mu nie je priradovaná patričná dôležitosť. Nezáujem o cestovný ruch najvyššími predstaviteľmi sa priamo odráža v jeho súčasnom nelichotivom stave.

### **Nesystematické a neefektívne fungovanie štátnej propagácie a propagácie BSK**

Štátna propagácia funguje neefektívne a absentuje v nej základné marketingové myslenie. BSK, ktorý nemôže prijímať podporu z fondov EU, nie je nijako podporovaný. Táto diskriminácia je neodôvodniteľná nielen preto, že BSK čo sa týka CR sa potýka s rovnakými problémami ako ostatné kraje, ale ani s pohľadom najsilnejšej destinácie CR, vstupného bodu do krajiny a hlavného mesta republiky.

### **Rast cien ropy**

premietnutá do cien paliva a všetkých energií môže priniesť zdraženie všetkých vstupov a následne infláciu. To sa môže stať obmedzujúcim faktorom rastu priemyslu cestovného ruchu na celom svete.

## 6.3 Okolie

### **SILNÉ STRÁNKY**

**Dopravná dostupnosť cestná, železničná** – okolie mesta Bratislava tvorí spádovú oblasť cestnej a železničnej dopravy, cez tieto oblasti vedú cestné a železničné koridory európskeho významu. Hustá sieť cestnej dopravy v celom BSK vytvára možnosti dostupnosti do každej lokality.

**Malé Karpaty, Záhorie, Dunaj, Morava** – sú geografické regióny, ktoré majú špecifiká využiteľné v cestovnom ruchu v maximálnej miere.

**Vodné plochy** – na území Bratislavského samosprávneho kraja sa nachádza veľké množstvo vodných plôch (napr. Senecké jazerá, Košariská, Rudava, Rusovce, Vojka, Bodíky, Adamovské jazerá, Malé Leváre, a ďalšie), ktoré je možné využívať na letnú rekreáciu pri vode a predstavujú veľký potenciál pre ďalší rozvoj cestovného ruchu.

**Existencia Turistických informačných kancelárií** – v súčasnosti funguje v BSK (okrem mesta Bratislava) 7 turistických informačných kancelárií: Turistická informačná kancelária – Malacky, Turistická informačná kancelária Niva – Vysoká pri Morave, Mestské kultúrne stredisko (MKS) – Stupava, Mestské informačné centrum – Pezinok, Malokarpatská turistická informačná kancelária – Modra, Mestské informačné centrum – Modra, Informačné turistické centrum Svätý Jur.

## SLABÉ STRÁNKY

**Absencia rozvinutého produktu CR, atraktivít a podujatí nadregionálneho významu**

Neexistuje naozaj komplexný produkt, ktorý by bol atraktívny aj pre vzdialenejších návštevníkov, domácich či zahraničných.

**Veľké disparity v potenciáli medzi časťami regiónu** – niektoré časti regiónu majú nízky, resp. len základný potenciál pre rozvoj cestovného ruchu a nemajú preto ani motiváciu spolupracovať s ostatnými subjektmi v iných častiach regiónu.

**Nízka návštevnosť regiónu mimo hlavného mesta zo strany zahraničných turistov** - prieskum ukázal, že najväčší podiel návštevníkov zo zahraničia sa orientuje najmä na mesto Bratislava, okolie tento segment navštevuje len výnimočne.

**Neznáma destinácia pre potenciálnych návštevníkov** – je výsledkom nedostatočnej propagácie krajiny a jej hlavného mesta.

**Nedostatočná starostlivosť o historické pamiatky a slabé využitie ich potenciálu** – na obnovu a ochranu pamiatok sa vyčleňuje málo finančných prostriedkov, v dôsledku čoho sú mnohé z nich v zlom technickom stave a aj napriek vysokej umelecko-historickej hodnote sa veľmi málo využívajú.

**Nízka úroveň dopravných služieb** – doprava v okolí Bratislavy sa potýka s rovnakými problémami ako samotné hlavné mesto.

**Kriminalita-krádeže áut, organizované okrádanie turistov**

BSK má povest' oblasti, kde sa kradnú autá turistov. Pôsobia tu skupiny, ktoré sa špecializujú na okrádanie turistov.

**Chýbajúce ubytovacie kapacity vyššej úrovne**

V okolí Bratislavy, až na pár výnimiek, chýbajú ubytovacie zariadenia vyššej úrovne.

**Chýbajúce stravovacie zariadenia v miestach nižšej turistickej spádovosti** - jediná možnosť je obvykle miestne pohostinstvo, ktoré nie vždy vytvára podmienky pre stravovacie služby.

**Absencia verejných sociálnych zariadení, kvalita a čistota existujúcich sociálnych zariadení** – verejné sociálne zariadenia v mnohých obciach absentujú, resp. sú v nevyhovujúcom stave.

**Absencia regionálneho združenia cestovného ruchu DMO** – neochota spolupracovať a vstupovať do profesných združení. Podnikatelia nevnímajú reálne výhody takejto spolupráce.

**Nízka úroveň poskytovaných doplnkových služieb** – požičovne bicyklov, zdravotnícke zariadenia, rekreačné, zábavné, športové služby.

**Vysoké ceny v BSK v porovnaní s ostatnými VÚC** - ceny za produkty a služby v BSK sú v porovnaní s ostatnými VÚC veľmi vysoké, čo do istej miery brzdí rozvoj domáceho cestovného ruchu v tomto kraji.

**Zlá štruktúra pracovných síl a nedostatok kvalifikovaných ľudí v podnikoch CR** – nízka jazyková vybavenosť pracovníkov v stravovacích službách, čiastočne v ubytovacích službách, v turistických informačných kanceláriách, v doplnkových službách.

**Slabá informovanosť miestneho obyvateľstva o atrakciách v regióne** - z výsledkov výskumu vyplynulo, že miestne obyvateľstvo je slabo informované o podujatiach a atrakciách regiónu. Z toho dôvodu absentuje motivácia navštíviť hoci aj atraktívne podujatia v blízkom okolí.

**Vzťah obyvateľstva k cestovnému ruchu** – absencia vedomia, že cestovný ruch môže priniesť finančné prostriedky a v konečnom dôsledku zvýšenie životnej úrovne len na základe serióznej cenovej tvorby, ktorá bude adekvátne kvalite poskytovaných služieb.

**Vzťah obyvateľstva k životnému prostrediu** – domáce obyvateľstvo si stále neuvedomuje dôležitosť ochrany životného prostredia, ako aj skutočnosť, že cestovný ruch sa môže rozvíjať iba v neporušenom a najmä čistom prostredí (napr. bežné sú časté divoké skládky odpadu na okrajoch miest a obcí).

**Jazyková bariéra najmä staršej časti populácie** – staršie generácie nemali motiváciu študovať dnes už veľmi potrebné cudzie jazyky.

#### **Nesystematické a neefektívne fungovanie štátnej propagácie a propagácie BSK**

Štátna propagácia funguje neefektívne a absentuje v nej základné marketingové myslenie. BSK, ktorý nemôže prijímať podporu z fondov EÚ, nie je nijako podporovaný. Táto diskriminácia je neodôvodniteľná nielen preto, že BSK čo sa týka CR sa potýka s rovnakými problémami ako ostatné kraje, ale ani s pohľadom najsilnejšej destinácie CR, vstupného bodu do krajiny a hlavného mesta republiky.

#### **Nedostatok know-how z oblasti CR, monitoringu a spätnej väzby**

Úroveň základného porozumenia CR verejnosťou aj štátnymi orgánmi je nízka. V makroštruktúre, teda v oblasti marketingu a manažmentu destinácií nie sú na Slovensku žiadne skúsenosti a teda ani odborníci. Aj úroveň know-how verejnej správy, SACR a MH SR je v porovnaní s konkurenciou nízka. Chýbajú štandardné stratégie s merateľnými a kvantifikovateľnými cieľmi, prostriedkami k ich dosiahnutiu, výskumy a monitoring zmien atď.

Nízka úroveň poznania trhu sa prejavuje aj v niektorých súkromných investíciách. Veľká väčšina pracovníkov zaoberajúcich sa cestovným ruchom nemá potrebné know-how a v odbore CR sú samoukovia. Výnimku tvoria sieťové hotely, kde know-how priniesli zahraniční prevádzkovatelia.

#### **Absencia inštitucionálneho riadenia CR, zodpovednosti, legislatívnej podpory, finančných zdrojov**

Na Slovensku chýba legislatíva, ktorá by presne vymedzovala zodpovednosť za rozvoj CR, kompetencie a zdroje z ktorých sa rozvoj bude zabezpečovať. Chýbajú základné inštitúcie, ktoré by prevzali proces manažmentu destinácie a to na úrovni vertikálnej a horizontálnej. Chýba orgán na úrovni vlády, ktorý by sa otázkou rozvoja CR zaoberal.

## **PRÍLEŽITOSTI**

**Blížkosť hlavného mesta Bratislavy** – vytvára možnosť pre spoluprácu v získavaní klientely z Bratislavy smerom do okolia a na druhej strane pre možnosti ponuky jednodňových výletov do Bratislavy.

**Využitie celého územia BSK pre návštevníkov Bratislavy** – hľadanie nových tematických produktov na jednodňové výlety do okolia Bratislavy.

**Užšia a efektívnejšia komunikácia medzi zástupcami verejného a súkromného sektoru** – spolupráca pri tvorbe produktu CR a následne pri financovaní nákladov.

**Možnosti cezhraničnej spolupráce** – BSK susedí s Rakúskom a Maďarskom, dvoma vyspelými a žiadanými krajinami v cestovnom ruchu. Otvára sa priestor na spoluprácu vo viacerých oblastiach turizmu.

**Zvýšenie záujmu investorov v oblasti základných a doplnkových služieb cestovného ruchu** - zvýšením dopytu v cestovnom ruchu sa následne zvyšuje aj jeho multiplikačný efekt, čoho výsledkom je zvyšovanie rentability služieb.

V súčasnosti investujú najmä v hlavnom meste renomované hotelové spoločnosti (Kempinski, Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Vienna International Hotels, a ďalšie).

**Aktívna tvorba balíčkového produktu CR** - cestovný ruch celého Slovenska sa opiera o pomerne vysoký potenciál, netvorí sa však a ani sa aktívne neponúka konkrétny produkt v cestovnom ruchu. To platí aj o území BSK. Kľúčom k úspechu je zážitkový turizmus.

**Príprava ponuky s cieľom zvýšiť dopyt domácej a českej klientely** – klientela bez jazykovej bariéry, dopravne ľahko dostupná. Treba vytvoriť podmienky pre pozitívny postoj potenciálneho návštevníka a záujem o destináciu BSK.

**Výstavba nových ubytovacích zariadení vyššej triedy** – vytvorí podmienky pre návštevnosť náročnejšieho klienta.

**Skvalitnenie a rozšírenie služieb TIK pre domácu aj zahraničnú klientelu** – informačné služby, sprostredkovateľské služby, tvorba lokálnych packagov a ich predaj v TIK-och v spolupráci s lokálnymi producentmi. Využiť možnosť prepojenia informačného systému v rámci celého BSK a ten napojiť na internetový portál [www.slovakia.travel](http://www.slovakia.travel).

**Rozvoj vidieckych oblastí z aspektu CR** - vidiecky turizmus je pre mestskú populáciu veľmi atraktívny. Obyvatelia hlavného mesta predstavujú vysoký potenciálny dopyt, na základe ktorého sa môže súčasne tvoriť ponuka aj pre návštevníkov zo vzdialenejších oblastí.

Príležitosťou je aj prepojenie vidieka s prihraničnými oblasťami Maďarska a Rakúska, kde má vidiecky turizmus veľmi silné postavenie.

**Tradície využiteľné v cestovnom ruchu** – je vhodné nadviazať na tradície a s tým spojené udalosti – niektoré už existujú, ďalšie treba rozšíriť (najmä hudobné tradície, folklór, gastronomické zvláštnosti a pod.).

**Rozvoj lokalít s doteraz nevyužitými vodnými zdrojmi** – **obnova tradičných kúpalísk**, ktoré sú hojne zastúpené v regióne, resp. využitie potenciálnych geotermálnych vrtov v nich. Obnova, prečistenie a developovanie jazier a okolia, ktoré sú dnes veľmi málo využívané v cestovnom ruchu.

### **Trendové športy**

Okolie Bratislavy je mimoriadne vhodné na realizáciu trendových športov, ktorými sú v súčasnosti rafting, športové lietanie, paintball a podobne.

**Tematické produkty**– rozvoj tematických produktov, ktoré zúžitkujú miestne tradície a predpoklady. Ide napr. o banské skanzeny, geoparky, keramické trasy, religiózne cesty a pod.

**Cyklotrasy** – 70 % cyklotrás má asfaltový, prípadne spevnený povrch. Vzhľadom na predchádzajúce využitie (vojenské účely) sú v pomerne dobrom technickom stave a ich sieť je logisticky vzájomne prepojená. Rozširovanie siete cyklotrás si vyžaduje viesť ich trasy mimo ciest s automobilovou premávkou, ako aj mimo peších značkovaných turistických trás.

### **HROZBY**

**Negatívny vplyv starnutia populácie** – podľa štatistických údajov BSK má najnižší úbytok obyvateľstva, pričom pôrodnosť nedosahuje celoslovenský priemer.

**Aktívna podpora domáceho cestovného ruchu** – domáci cestovný ruch je na okraji záujmu podnikateľov i verejného sektora. Absentuje tým stály dopyt, ktorý následne vyvolá tvorbu ponuky v celom regióne. Produkt BSK zväčša nie je pre obyvateľa Slovenska atraktívny a jeho cena presahuje jeho možnosti.

**Odliv kvalifikovanej pracovnej sily do zahraničia** - platové podmienky v cestovnom ruchu patria medzi najnižšie, čo dokumentuje štatistika SŠU. V dôsledku nízkych miezd a relatívne ťažkých pracovných podmienok kvalifikovaní pracovníci odchádzajú pracovať do zahraničia.

### **Rast cien ropy**

premietnutá do cien paliva a všetkých energií môže priniesť zdraženie všetkých vstupov a následne infláciu. To sa môže stať obmedzujúcim faktorom rastu priemyslu cestovného ruchu na celom svete.

## 7. PRÍLOHA: Inštitucionálne zabezpečenie CR v BSK na lokálnej úrovni (výsledky telefonického prieskumu)

Telefonický prieskum BSK s cieľom mapovať kapacity samosprávy na plnenie úloh súvisiacich s výkonom aktivít cestovného ruchu (napr. kultúra, šport, podujatia, slávnosti, ochrana životného prostredia, rozvoj mesta, reg. rozvoj).

<b>A</b>	Počet pracovníkov obecného, mestského, miestneho úradu (vrátane starostov).
<b>B</b>	Z toho počet pracovníkov, ktorí sa venujú aj úlohám súvisiacim s cestovným ruchom: kultúrou, športom, podujatiami, životné prostredie.
<b>C</b>	Majú aj vysunuté pracovisko pre tieto úlohy: napr. Mestské kultúrne stredisko, Turistická informačná kancelária, Správa cestovného ruchu, a i.
<b>D</b>	Vedia o nejakom aktívnom združení, spolku, nadácii, neziskovej organizácii, ktorá by plnila úlohy v oblasti kultúry, športu, cestovného ruchu v ich obci

	Názov obce	A	B	C	D
	<b>Bratislava</b>	512	58	áno	áno
1	Bratislava - MČ Staré Mesto	160	8	áno	áno
2	Bratislava - MČ Pod. Biskupice	40	4	nie	nie
3	Bratislava - MČ Ružinov	120	2	áno	áno
4	Bratislava - MČ Vrakuňa	56	3	áno	áno
5	Bratislava - MČ Nové Mesto	120	3	áno	nie
6	Bratislava - MČ Rača	54	3	áno	áno
7	Bratislava - MČ Devín	10	1	áno	áno
8	Bratislava - MČ Devínska Nová Ves	42	0	áno	áno
9	Bratislava - MČ Dúbravka	120	6	áno	nie
10	Bratislava - MČ Karlova Ves	50	5	áno	áno
11	Bratislava - MČ Lamač	31	2	nie	nie
12	Bratislava - MČ Petržalka	150	2	nie	nie
13	Bratislava - MČ Vajnory	34	3	nie	áno
14	Bratislava - MČ Záhorská Bystrica	13	1	nie	nie
15	Bratislava - MČ Čunovo	5	1	nie	nie
16	Bratislava - MČ Jarovce	5	1	nie	nie

17	Bratislava - MČ Rusovce	5	2	nie	áno
18	Borinka	4	2	nie	nie
19	Gajary	6	1	áno	áno
20	Jablonové	3	0	nie	áno
21	Jakubov	4	1	nie	
22	Kostolište	3	3	nie	áno
23	Kuchyňa	5,5	2	nie	áno
24	Láb	4	2	nie	
25	Lozorno	7	1	nie	áno
26	<b>Malacky</b>	120	7	áno	áno
27	Malé Leváre	5	1	áno	
28	Marianka	2	1	nie	áno
29	Pernek	3	1	nie	nie
30	Plavecké Podhradie	3	0	nie	nie
31	Plavecký Mikuláš	2	2	nie	nie
32	Plavecký Štvrtok	6	1	nie	áno
33	Rohožník	15	1	nie	nie
34	Sološnica	3	0	nie	nie
35	Studienka	4	1	nie	nie
36	<b>Stupava</b>	18	2	áno	áno
37	Suchohrad	3	1	nie	áno
38	Veľké Leváre	9	1	áno	nie
39	Vysoká pri Morave	7	2	áno	nie
40	Záhorie	3	3	nie	nie
41	Záhorská Ves	10	3	áno	áno
42	Závod	7	1	áno	áno
43	Zohor	7	2	áno	nie
44	Báhoň	6	1	nie	nie
45	Budmerice	3	1	nie	áno
46	Častá	7	1	nie	áno
47	Dolány	3	1	nie	nie
48	Dubová	3	1	nie	áno
49	Jablonec	3	1	nie	nie

50	Limbach	4	0	nie	nie
51	<b>Modra</b>	30	1	áno	áno
52	<b>Pezinok</b>	79	1	áno	áno
53	Píla	1,5	0	nie	nie
54	Slovenský Grob	4	2	áno	áno
55	<b>Svätý Jur</b>	14	1	áno	áno
56	Šenkvice	20	6	áno	áno
57	Štefanová	2	2	nie	nie
58	Viničné	4	4	áno	áno
59	Vinosady	4	1	nie	áno
60	Vištuk	4	1	nie	nie
61	Bernolákovo	14	3	áno	nie
62	Blatné	5	0	nie	nie
63	Boldog	2	2	áno	nie
64	Čataj	4	1	nie	nie
65	Dunajská Lužná	20	4	nie	áno
66	Hamuliakovo	7		áno	nie
67	Hrubá Borša	4	4	nie	nie
68	Hrubý Šúr	2,5	0,5	nie	nie
69	Hurbanova Ves	3	1	áno	nie
70	Chorvátsky Grob	10	2	nie	áno
71	Igram	2	2	nie	áno
72	Ivanka pri Dunaji	14	2	áno	áno
73	Kalinkovo	6	0	nie	nie
74	Kaplňa	3	1	nie	nie
75	Kostolná pri Dunaji	2	1	áno	áno
76	Kráľová pri Senci	7	1	nie	nie
77	Malinovo	4	0	nie	nie
78	Miloslavov	7	1	nie	nie
79	Most pri Bratislave	4	0	áno	nie
80	Nová Dedinka	6	0	áno	nie
81	Nový Svet	2	0	nie	nie
82	Reca	2	0	nie	nie
83	Rovinka	2	0	nie	áno



84	Senec	34	0	áno	áno
85	Tomášov	7	1	nie	áno
86	Tureň	3	0	nie	áno
87	Veľký Biel	10	5	nie	nie
88	Vlky	3	1	nie	nie
89	Zálesie	6	0	nie	nie
	<b>SPOLU</b>	<b>2177,5</b>	<b>138,5</b>		

Vyhodnotenie	
Počet obcí	72
Počet mestských častí Bratislavy + Magistrát	18
<b>SPOLU</b>	<b>90</b>
<b>Otázka A SPOLU</b>	<b>2177,5</b>
len MČ	1015
len obce	650,5
<b>Otázka B SPOLU</b>	<b>138,5</b>
len MČ	39
len obce	99,5
<b>Otázka C</b>	<b>34</b>
<b>Otázka D</b>	<b>41</b>

## 8. PRÍLOHA: Finančný plán

### Finančné alokácie 2007 – 2013 pre Slovenskú republiku v EUR, bežné ceny - indikatívne ročné alokácie

NSRR		Príspevok Európskeho spoločenstva (v EUR, v bežných cenách)							
Operačný program	Fond	Celkom	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>ERDF a KF</b>									
Regionálny OP	ERDF	1 445 000 000	205 515 550	199 983 511	192 452 432	177 546 535	191 179 553	210 935 525	267 386 894
OP Životné prostredie	ERDF+KF	1 800 000 000	117 019 128	170 272 572	231 927 776	314 350 930	337 649 329	348 947 545	279 832 720
	ERDF	230 756 935	32 819 473	31 936 043	30 733 380	28 353 006	30 530 109	33 685 007	42 699 917
	KF	1 569 243 065	84 199 655	138 336 529	201 194 396	285 997 924	307 119 220	315 262 538	237 132 803
OP Doprava	ERDF+KF	3 206 904 595	249 781 696	326 787 231	415 525 000	532 362 447	571 994 412	596 078 824	514 374 985
	ERDF	877 409 097	124 789 767	121 430 694	116 857 795	107 806 882	116 084 899	128 080 795	162 358 265
	KF	2 329 495 498	124 991 929	205 356 537	298 667 205	424 555 565	455 909 513	467 998 029	352 016 720
OP Informatizácia spoločnosti	ERDF	993 095 405	141 243 286	137 441 319	132 265 485	122 021 210	131 390 682	144 968 236	183 765 187
OP Výskum a vývoj (vrátane presunu na výskum a vývoj)	ERDF	1 209 415 373	172 009 458	167 379 330	161 076 075	148 600 352	160 010 720	176 545 790	223 793 648
OP Konkurencieschopnosť a hospodársky rast	ERDF	772 000 000	109 797 927	106 842 402	102 818 877	94 855 311	102 138 834	112 693 582	142 853 067
OP Zdravotníctvo	ERDF	250 000 000	35 556 323	34 599 224	33 296 268	30 717 394	33 076 047	36 494 036	46 260 708
OP Technická pomoc	ERDF	97 601 421	13 881 391	13 507 734	12 999 052	11 992 245	12 913 078	14 247 478	18 060 443
OP Bratislavský kraj	ERDF	87 000 000	11 702 539	11 936 592	12 175 323	12 418 829	12 667 207	12 920 550	13 178 960
<b>ESF</b>									
OP Zamestnanosť a sociálna inklúzia	ESF	881 801 578	125 277 179	122 017 332	117 563 168	108 700 401	116 902 730	128 767 136	162 573 632
OP Vzdelávanie	ESF	617 801 578	87 729 702	85 480 552	82 402 308	76 262 834	81 974 424	90 229 434	113 722 324
<b>Spoľu všetky fondy NSRR 2007 - 2013</b>		<b>11 360 619 950</b>	<b>1 269 514 179</b>	<b>1 376 247 799</b>	<b>1 494 501 764</b>	<b>1 629 828 488</b>	<b>1 751 897 016</b>	<b>1 872 828 136</b>	<b>1 965 802 568</b>
<b>Spoľu ERDF</b>		<b>5 962 278 231</b>	<b>847 315 714</b>	<b>825 056 849</b>	<b>794 674 687</b>	<b>734 311 764</b>	<b>789 991 129</b>	<b>870 570 999</b>	<b>1 100 357 089</b>
<b>Spoľu KF</b>		<b>3 898 738 563</b>	<b>209 191 584</b>	<b>343 693 066</b>	<b>499 861 601</b>	<b>710 553 489</b>	<b>763 028 733</b>	<b>783 260 567</b>	<b>589 149 523</b>
<b>Spoľu ESF</b>		<b>1 499 603 156</b>	<b>213 006 881</b>	<b>207 497 884</b>	<b>199 965 476</b>	<b>184 963 235</b>	<b>198 877 154</b>	<b>218 996 570</b>	<b>276 295 956</b>
<b>EPFRV a EFF</b>									
<b>EAFRD</b>		<b>1 969 418 078</b>	<b>303 163 265</b>	<b>286 531 906</b>	<b>268 049 256</b>	<b>256 310 239</b>	<b>263 028 387</b>	<b>275 025 447</b>	<b>317 309 578</b>
<b>EFF</b>		<b>13 688 528</b>	<b>1 996 248</b>	<b>1 917 440</b>	<b>1 821 708</b>	<b>1 655 266</b>	<b>1 782 386</b>	<b>1 971 551</b>	<b>2 543 929</b>

Poznámka:

- ERDF – Európsky fond regionálneho rozvoja
- ESF – Európsky sociálny fond
- KF – Kohézny fond
- EPFRV – Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka
- EFF – Európsky fond pre rybné hospodárstvo

## Finančné alokácie pre SR na programové obdobie 2007 – 2013 podľa cieľov kohéznej politiky EÚ

Ciele kohéznej politiky EÚ	Fondy EÚ	Finančná alokácia pre Slovensko na daný cieľ kohéznej politiky EÚ v EUR	
		v stálych cenách roku 2004	v bežných cenách
Konvergencia <sup>1</sup>	ŠF + KF	9 638 999 602	10 911 601 421
	ŠF	6 214 921 468	7 012 862 858
	KF	3 424 078 134	3 898 738 563
Regionálna konkurencieschopnosť a zamestnanosť <sup>2</sup> ,	ŠF	398 057 758 (108 782 757 + transfer z cieľa Konvergencia na výskum a vývoj 289 275 001)	449 018 529 (122 603 156 + transfer z cieľa Konvergencia na výskum a vývoj 326 415 373)
Európska územná spolupráca <sup>3</sup>	ŠF	201 606 786	227 284 545
<b>Spolu</b>	<b>ŠF + KF</b>	<b>10 238 664 146</b>	<b>11 587 904 495</b>

Poznámka:

- cieľ Konvergencia pokrýva celé územie SR s výnimkou Bratislavského samosprávneho kraja
- cieľ Regionálna konkurencieschopnosť a zamestnanosť pokrýva územie Bratislavského samosprávneho kraja
- cieľ Európska územná spolupráca pokrýva príslušné prihraničné územie Slovenskej republiky

### Prehľad záväzkov EÚ voči SR v rámci programového obdobia 2007-2013

(v stálych cenách 2004, v mil. EUR)

Výdavková kapitola	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2007-2013
- Štrukturálne fondy	1 028	982	929	845	889	958	1 180	6 811
- Kohézny fond	197	317	453	631	664	669	493	3 424
<b>Kohézia pre rast a zamestnanosť</b>	<b>1 225</b>	<b>1 299</b>	<b>1 382</b>	<b>1 476</b>	<b>1 553</b>	<b>1 627</b>	<b>1 673</b>	<b>10 235</b>

<sup>1</sup> Rozhodnutie Komisie K(2006)3474

<sup>2</sup> Rozhodnutie Komisie K(2006)3472

<sup>3</sup> Rozhodnutie Komisie K(2006)3473

## 9. PRÍLOHA: Prieskum – Cestovný ruch v Bratislavskom kraji

### 9.1 Bratislavský kraj ako destinácia cestovného ruchu z pohľadu domácich aj zahraničných návštevníkov

Na prelome augusta a septembra roku 2007 realizovala agentúra GfK Slovakia prieskum medzi návštevníkmi BSK. Prieskum sa realizoval osobným face-to-face dopytovaním na vzorke 1361 respondentov. Domácich návštevníkov kraja s bydliskom mimo BSK bolo 361 (30%) a zahraničných návštevníkov 1000 (70%).

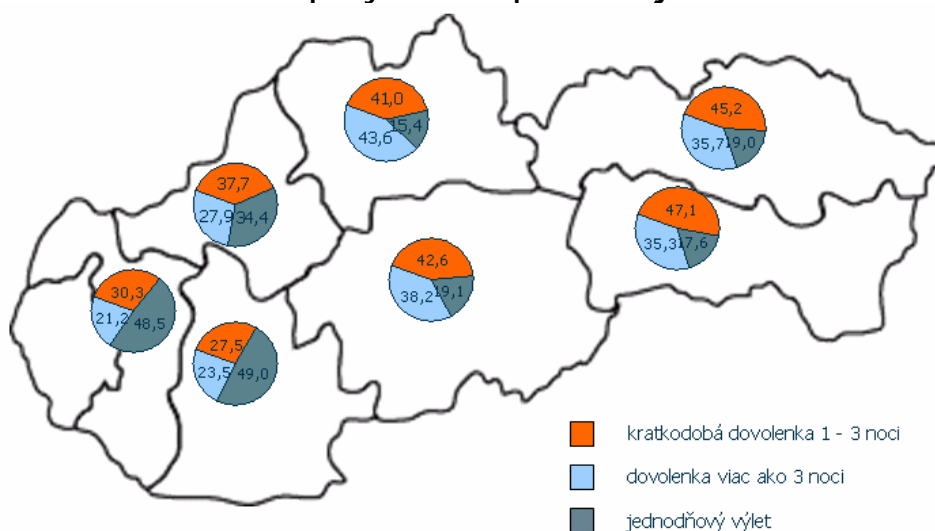
Výber vzorky bol uskutočnený na základe kvót. Kvótnymi znakmi boli pohlavie, vek a krajina pôvodu. Respondenti boli dopytovaní v historickom centre mesta Bratislava (vonku i v hoteloch), na letisku, železničnej stanici, v prístave, na Zlatých pieskoch, na hrade Červený kameň, v Senci na Slniečnych jazerách, v Devínskej novej vsi a v Záhorskej vsi. Rozhovory sa uskutočňovali v slovenskom, anglickom a nemeckom jazyku.

Cieľom prieskumu bolo definovať kategórie domácich a zahraničných návštevníkov BSK, charakteru ich návštevy, technických náležitostí ich návštevy a celkového dojmu z ich návštevy.

#### Domáci návštevníci BSK

Pre domácich návštevníkov BSK, teda návštevníkov zo Slovenska, ktorí majú bydlisko mimo BSK, nezávisle od regiónu z ktorého pochádzajú bolo najväčším lákadlom hlavné mesto Bratislava. Návštevníci prišli do kraja najmä za účelom krátkodobej dovolenky (38% návštevníkov) a jednodňových výletov (31%). Obyvatelia z geograficky bližších regiónov prirodzene preferovali jednodňové výlety, resp. krátkodobú dovolenku. Vzhľadom k vzdialenosti obyvatelia stredného a východného Slovenska viac inklinovali k viacdňovej dovolenke.

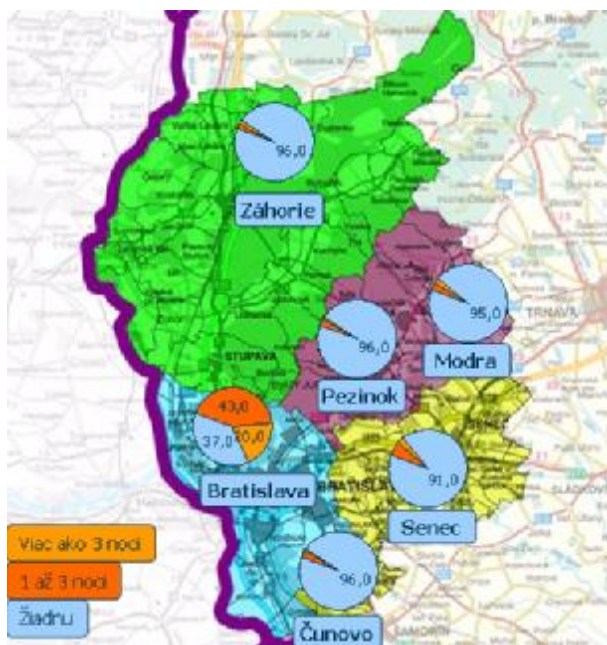
Dĺžka pobytu v BSK podľa krajov



Báza: celá vzorka (361), údaje v %

Celkovo vo všetkých vekových kategóriách prevažoval záujem o krátkodobé pobyty (od 1 do 3 nocí). Návštevníci plánovali prenocovať najmä v hlavnom meste a čiastočne v okolí Senca. V ostatných mestách kraja návštevníci väčšinou neuvažovali o prenocovaní.

### Plánované prenocovania domácich návštevníkov jednotlivých oblastiach BSK



Báza: celá vzorka (361), údaje v %

Do BSK prišli domáci návštevníci najmä s partnerom/kou, resp. manželom/kou. Do tejto kategórie patrila viac ako tretina návštevníkov. Viac ako štvrtina návštevníkov pricestovala do BSK sama a menej ako pätina prišla s priateľmi, kolegami a partiou. Rodinné dovolenky alebo organizované skupiny boli v BSK zastúpené menej.

Návštevníci BSK použili na pricestovanie do kraja rôzne dopravné prostriedky. Regionálne diferencie v uprednostňovanom druhu dopravy prirodzene vyplynuli z rozdielu vzdialeností. Najčastejšie ako dopravný prostriedok na dovolenku resp. výlet použili domáci návštevníci vlastné auto (41%). Vlák uprednostnila tretina návštevníkov. Pätina návštevníkov preferovala autobusovú dopravu.

### Dopravné prostriedky využité na pricestovania do BSK

v %	Použitý dopravný prostriedok				
	auto	vlak	autobus	lietadlo	iné
Kraj					
Trnavský	48,5	21,2	25,8	0	4,5
Trenčiansky	41,0	26,2	27,9	0	4,9
Nitriansky	43,1	39,2	15,7	0	2,0
Žilinský	20,5	53,8	25,6	0	0
Banskobystrický	50,0	16,2	30,9	0	2,9
Prešovský	45,2	35,7	7,1	11,9	0
Košický	23,5	41,2	17,6	17,6	0

Regionálne rozdiely sa vyskytovali v menšej miere aj v preferovanom type ubytovania návštevníkov BSK. Najčastejším typom ubytovania domácich návštevníkov v BSK bez ohľadu na región bol pobyt u rodiny a známych. Takto sa vyjadrilo až 41% návštevníkov. S výrazným odstupom nasledovalo ubytovanie v penzióne a v hoteli nižšej triedy. Pobyt

u rodiny a známych bol uprednostňovaný návštevníkmi zo všetkých krajov okrem Trnavského a Nitrianskeho. Väčšina návštevníkov z týchto dvoch krajov sa v BSK neubytovala vôbec. Vysoký podiel návštevníkov, ktorí nemali záujem o žiadny typ ubytovania v BSK bol aj z Trenčianskeho kraja.

#### Druh ubytovania návštevníkov Bratislavského kraja

v %	Použitý druh ubytovania							
Kraj	Rodina/ známi	Penzión/ Hotel nižšej triedy	Internát alebo hostel	Privátne ubytovanie s raňajkami, alebo apartmán	Hotel strednej triedy	Turistický karavan/ stan/ kemping	Luxusný hotel	Žiadne ubytovanie
Trnavský	24,2	18,2	6,1	0	0	3,0	0	48,5
Trenčiansky	50,0	9,7	4,8	4,8	1,6	0	1,6	27,4
Nitriansky	35,3	5,9	7,8	3,9	2,0	2,0	3,9	39,2
Žilinský	33,3	16,7	9,5	19	7,1	2,4	2,4	9,5
Banskobystrický	49,3	12,3	8,2	15,1	6,8	1,4	1,4	5,5
Prešovský	51,2	20,9	18,6	0	4,7	2,3	0	2,3
Košický	44,1	32,4	2,9	8,8	5,9	0	0	5,9

Až 43% návštevníkov svoj pobyt, resp. výlet vopred neorganizovalo. Tretina návštevníkov pri organizácii výletu alebo pobytu spolupracovala so svojimi známymi alebo rodinou. Individuálne prostredníctvom internetu si výlet plánovalo 17% návštevníkov. Služby cestovných kancelárií a turisticko-informačných kancelárií neboli využité takmer vôbec.

Dodatočné potrebné informácie o dovolenke, alebo výlete si vyhládala len štvrtina návštevníkov. Na tento účel použili najmä internet.

Návštevníci BSK najviac uprednostňovali dovolenky alebo výlety privátneho charakteru. Tomu zodpovedala aj najčastejšia motivácia na pricestovanie do kraja a to návšteva rodiny, pobyt s priateľmi, alebo známymi.

Domáci návštevníci cestovali do BSK aj na aktívne letné dovolenky s bohatou ponukou športu a kvôli mestskej turistike za kultúrou a históriou. Záujem však bol aj o aktívnu dovolenku v zime, okružné poznávacie výlety resp. dovolenky a aj o incentíva (podujatia, zážitky, agroturistiku a pod.).

Hlavným cieľom trávenia voľného času v BSK bolo stráviť čas s rodinou/priateľmi, oddychovať, relaxovať a zabávať sa. Možnosť zabávať sa a spoznávať nových ľudí uviedli najmä mladí ľudia vo veku 18-25 rokov. Skupiny v strednom a staršom veku uprednostňovali čas strávený s rodinou, priateľmi a oddychom.

### Vek návštevníkov z hľadiska motívu návštevy

v %	Vek návštevníka		
	18-25	26-49	50-69
Motiv návštevy			
stráviť čas s rodinou/priateľmi	44,9	51,8	64,4
oddychovať, relaxovať	37,1	50,6	48,5
zabávať sa	53,9	40,6	14,9
hľadať históriu a kultúrne podujatia	24,7	27,1	30,7
pobudnúť v mestskom, metropolitnom prostredí	36	22,9	15,8
spoznať nových ľudí	40,4	14,7	16,8
dobre nakúpiť	23,6	17,1	8,9
spoznať tradície a špeciality tohto regiónu	6,7	10,6	17,8
byť aktívny a športovať	16,9	16,5	1
spomienky na staré časy, sentiment, krajina predkov	1,1	7,6	16,8
nová skúsenosť, ešte som tu nebol	12,4	8,2	5
byť v prírode	6,7	8,2	7,9
veľa muziky za málo peňazí	7,9	2,9	2
Iné	5,6	2,9	5

Výrazná väčšina návštevníkov počas svojho pobytu využívala stravovacie služby a dopravné služby. Veľmi málo návštevníkov využilo sprievodcovské služby a miestne informačné služby (TIK, BKIS). Najviac domácich návštevníkov vyjadriло nespokojnosť s pomerom ceny a kvality služieb, s dopravnými službami a s orientáciou, informačnými systémami a značením.

Domáci návštevníci najčastejšie charakterizovali Bratislavu a BSK prívlastkami dynamický, mladý, európsky, priateľský, príjemný, historický. Návštevníkov počas dovolenky, resp. výletu v BSK zaujala najmä Bratislava ako krásne historické mesto plné kultúry a umenia.

Väčšina obyvateľov Slovenska bez ohľadu na región si svoje výlety alebo dovolenky vopred neorganizovali, resp. sa spoliehali na rady príbuzných alebo známych, čo je však pochopiteľné najmä z toho dôvodu, že majoritná skupina domácich návštevníkov pricestovala do BSK najmä za svojou rodinou na privátnu dovolenku. Práve z tohto dôvodu pravdepodobne domáci návštevníci v malej miere využívajú sprievodcovské respektíve informačné služby a takisto menej nakupujú suveníry. Návštevníci sa však napriek deklarovanej vysokej cenovej úrovni cítili v Bratislave dobre a príjemne. Mesto považovali veľká väčšina návštevníkov za turisticky atraktívnu oblasť, pretože väčšina návštevníkov zo všetkých krajov Slovenska sa vyjadrila, že do Bratislavy alebo na iné miesto v BSK sa chce určite vrátiť.

### Zahraniční návštevníci BSK

Hlavným dôvodom príchodu zahraničných turistov do BSK bola návšteva hlavného mesta. Mladší návštevníci hľadali v BSK najmä zábavu a nové skúsenosti, pričom starší prejavili záujem o históriu, kultúru, špecifiká a tradície regiónu. Starší návštevníci a návštevníci v strednom veku takisto túžili po oddychu a relaxe.

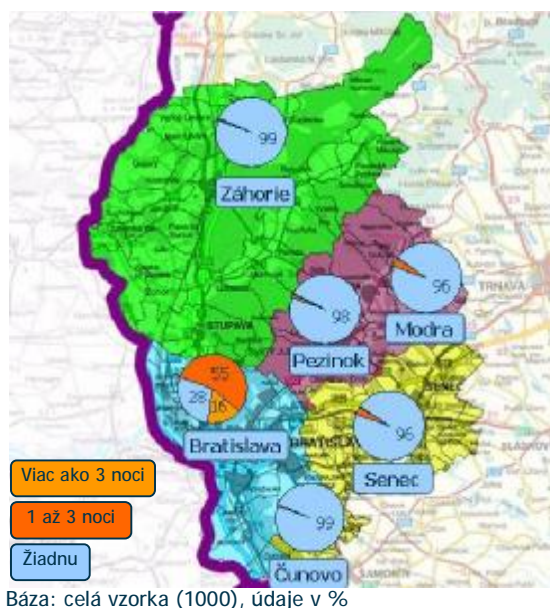
## Vek návštevníkov z hľadiska motívu návštevy – zahraniční návštevníci BSK

v %	Vek návštevníka		
	18-25	26-49	50-69
Motiv návštevy			
zabávať sa	56,9	40	21,4
oddychovať, relaxovať	30,7	40,3	38,2
hľadať históriu a kultúrne podujatia	27,2	32,1	45,6
nová skúsenosť, ešte som tu nebol	47,5	29,3	25,8
stráviť čas s rodinou/priateľmi	32,2	30,9	25,3
spoznať tradície a špeciality tohto regiónu	24,3	30,9	30,2
spoznať nových ľudí	30,7	22,5	20,9
popobudnúť v mestskom, metropolitnom prostredí	11,9	22,5	20,1
byť v prírode	7,4	9,6	12,4
byť aktívny a športovať	12,9	12,9	3
spomienky na staré časy, sentiment, krajina predkov	5	8,7	14,6
dobré nakúpiť	8,9	9,8	5,5
veľa muziky za málo peňazí	9,9	8	3,8
iné	10,4	8,9	6,9

Najviac zahraničných návštevníkov, viac ako polovica, prišlo do BSK najmä na krátkodobú dovolenku (od 1 do 3 noci). Jednodňový výlet strávila v BSK štvrtina zahraničných návštevníkov. Tak ako v prípade domácich návštevníkov, najviac spomedzi nich plánovalo prenocovať v hlavnom meste. Viac ako tri noci však plánovalo stráviť v Bratislave iba 16% zahraničných návštevníkov. Záujem o prenocovanie v ostatných oblastiach bol minimálny. Tieto výsledky sú zreteľné v grafe na nasledujúcej strane.

V sledovanom období prišli zahraniční návštevníci do Bratislavy najmä s partnermi/kami, resp. manželmi/kami (39%). Tretina návštevníkov cestovala s priateľmi, kolegami a partiou. Rodinné dovolenky, alebo organizované skupiny boli zastúpené v malej miere.

## Plánované prenocovania zahraničných návštevníkov jednotlivých oblastiach BSK



Spôsob dopravy zahraničných turistov do BSK bol rôzny a závisel najmä od vzdialenosti a takisto zvyklostí jednotlivých skupín turistov. Takmer tretina zahraničných turistov použila



na návštevu BSK vlastné auto. Vlastným autom prišli najmä návštevníci z blízkych krajín. Leteckú dopravu využila pätina turistov. Lietadlom pricestovala viac ako polovica návštevníkov z Veľkej Británie a Talianska. Tretím najvyužívanejším druhom dopravy do BSK bola autobusová doprava. Autobusom pricestovali tri štvrtiny Poliakov a tretina Francúzov. Vlakom pricestovala len necelá pätina zahraničných návštevníkov. Približne jedna pätina návštevníkov tiež prišla loďou, najmä z Rakúska a Nemecka. Vlak najviac využila mládež, stredná generácia auto a lietadlo, starší návštevníci prišli autom a autobusom.

### Dopravné prostriedky využité na pricestovania do BSK

v %	Použitý dopravný prostriedok				
Krajina	auto	vlak	autobus	lietadlo	iné
Nemecko	33,1	11,2	14,8	15,4	25,4
Rakúsko	48,9	19,4	12,9	0,7	18,0
Česká republika	61,1	18,8	15,4	3,4	1,3
Maďarsko	56,1	12,2	9,8	4,9	17,1
Veľká Británia	11,2	17,8	4,6	53,3	13,2
Poľsko	12,3	7,4	76,5	0	3,7
Francúzsko	11,4	13,6	36,4	22,7	15,9
Taliansko	22,4	10,2	6,1	51	10,2
Iné	14,2	19,9	14,2	38,6	14,2

Iné = autom z požičovne, loďou, na bicykli, stopom

Zahraniční návštevníci využili v BSK takisto pestrú paletu ubytovacích zariadení. Najvyužívanejším typom ubytovania boli hotely strednej triedy, v ktorých sa najradšej ubytovávali Poliáci. Tento druh ubytovacej kapacity využila viac ako pätina všetkých zahraničných návštevníkov. Pätina návštevníkov sa ubytovala v penziónoch a hoteloch nižšej triedy. Medzi nimi dominovali návštevníci najmä z Francúzska, Poľska a Česka. V luxusnom hoteli sa ubytovala jedna štvrtina Britov. Pobyt u známych a rodiny prirodzene najviac využili návštevníci z Českej republiky a Maďarska. Žiadnu noc na v BA kraji nestrávil viac ako polovica návštevníkov z Rakúska, 40% Maďarov a štvrtina Nemcov.

### Druh ubytovania návštevníkov Bratislavského kraja

v %	Ubytovanie							
Krajina	Rodina/ známi	Penzión/ Hotel nižšej triedy	Internát alebo hostel	Privátne ubytovanie s raňajkami, alebo apartmán	Hotel strednej triedy	Turistický karavan/ stan/ kemping	Luxusný hotel	Žiadny
Nemecko	5,8	18,0	9,9	2,9	23,3	3,5	11,0	25,6
Rakúsko	5,8	12,9	2,9	2,2	14,4	0	8,6	53,2
Česká republika	22,0	28,7	9,3	6,0	12,0	4,0	2,0	16,0
Maďarsko	17,1	19,5	7,3	2,4	9,8	0	4,9	39,0
Veľká Británia	8,5	17,6	13,7	4,6	22,2	0,7	24,2	8,5
Poľsko	4,9	32,1	13,6	1,2	44,4	1,2	0	2,5
Francúzsko	6,5	37,0	8,7	4,3	15,2	4,3	17,4	6,5
Taliansko	5,7	13,2	13,2	18,9	26,4	0	18,9	3,8
Iné	5,2	14,7	15,2	7,3	25,7	2,6	15,7	13,6

Veľmi diverzifikovaný bol aj spôsob organizácie dovolenky resp. výletu v BSK. Individuálne cez internet si cestu do BSK plánovalo najviac zahraničných návštevníkov – takmer tretina. Tento spôsob organizácie uprednostnili najmä Taliani a návštevníci z Veľkej Británie. Služby CK resp. CA využila takisto takmer tretina návštevníkov. Prevažovali medzi nimi starí ľudia (dôchodcovia). Služby CK využilo takmer 70% Poliakov a tretina Nemcov a Britov. Bez predošlej organizácie pricestovala do BSK pätina návštevníkov. Medzi touto skupinou turistov prevažovali Rakúšania a Maďari. Prostredníctvom známych si organizovali výlet najmä českí turisti. Služby miestnych informačných stredísk alebo TIK boli využité minimálne, najviac návštevníkmi z Francúzska.

Menej ako polovica zahraničných návštevníkov si vyhľadávala aj dodatočné informácie o svojej dovolenke/svojom výlete. Najpoužívanejším zdrojom informácií v tomto prípade boli internetové vyhľadávače – využila tretina respondentov. Národný portál použilo iba 14% návštevníkov.

Zahraniční návštevníci z typov dovolenky uprednostnili najmä dovolenky privátneho charakteru, podujatia zážitky, gurmánske dovolenky a adrenalínové dovolenky. Ďalej bola žiadaná aktívna letná dovolenka, poznávacia dovolenka po viacerých regiónoch a krajinách a aktívna zimná dovolenka.

Návštevníci v malej miere v porovnaní s inými službami CR pri návšteve BSK využívali sprievodcovské služby a miestne informačné služby (TIK, BKIS). So službami boli však zahraniční návštevníci prevažne spokojní. Spokojnosť ani s jedným druhom služieb nepoklesla pod hranicu 80% spokojných návštevníkov a prevažne dosahovala úroveň nad 90%.

Zahraniční návštevníci takisto ako domáci návštevníci priradili Bratislave a BSK najčastejšie prívlastky priateľský, príjemný, pohostinný, historický, dynamický. Najviac ich z BSK zaujala Bratislava ako historické mesto plné kultúry a umenia.

## 9.2 Cestovný ruch v BSK z pohľadu obyvateľov BSK

V júli 2007 agentúra GfK Slovakia na vzorke 250 respondentov uskutočnila prieskum o cestovnom ruchu v BSK medzi obyvateľmi BSK. Vzorka bola zvolená tak aby 55% respondentov pochádzalo z mesta Bratislava, 12% z Bratislavy – okolia, 8% zo Záhoria a zvyšok zo spádových oblastí (25%).

Skupina obyvateľov BSK, ktorí trávili letnú dovolenku na Slovensku mimo domova bola takmer takisto veľká ako skupina obyvateľov, ktorí za letnou dovolenkou cestovali do zahraničia (približne 40%). Pätina obyvateľov BSK dovolenku trávila doma, prípadne nechodila na letnú dovolenku. Do zahraničia častejšie cestovali obyvatelia Bratislavy a Bratislavy okolia v porovnaní s obyvateľmi Záhoria a spádových oblastí. Letnú dovolenku na Slovensku mimo domova pochopiteľne uprednostnili skôr obyvatelia, ktorí cestujú s priateľmi a rodiny s deťmi.

### Pobyt počas dovolenky

v %	na Slovensku, mimo domova	v zahraničí	letnú dovolenku trávim doma	nechodím na letnú dovolenku
18 - 25 rokov	35	42	21	2
26 - 49 rokov	43	39	12	6
50 - 69 rokov	41	36	16	6
Bratislava - mesto	35	42	17	6
Záhorie	48	29	5	19
Bratislava - okolie	37	50	13	0
Spádová oblasť	56	30	13	1
Partnerka/manželka	31	53	10	6
Priatelia	45	33	18	4
Vlastná rodina s deťmi	44	36	15	5
Priemer	41	39	15	5

Víkendy a výlety trávila väčšina obyvateľov regiónu na Slovensku (mimo domova). Medzi touto skupinou obyvateľov boli najmä obyvatelia v strednom veku od 26 do 49 rokov a obyvatelia žijúci v Bratislave-okolí a spádových oblastiach. Víkendy a výlety niekde v Bratislavskom kraji trávila približne tretina respondentov. Vôbec na výlety nechodilo 13% obyvateľov kraja a až tretina obyvateľov bývajúcich na Záhorí.

### Víkendové pobyty

v %	na Slovensku, mimo domova	niekde v Bratislavskom regióne	nechodím na víkendy, ani výlety	v hlavnom meste	v zahraničí
18 – 25 rokov	33	42	12	12	2
26 – 49 rokov	59	23	9	6	2
50 – 69 rokov	26	41	18	10	5
Bratislava - mesto	33	39	11	13	4
Záhorie	38	29	33	0	0
Bratislava - okolie	60	27	10	3	0
Spádová oblasť	64	20	10	3	3
Partnerka/manželka	38	33	10	12	7
Priatelia	47	31	9	13	0
Vlastná rodina s deťmi	46	33	13	5	3
Priemer	44	32	13	8	3

Pre obyvateľov je BSK výnimočný najmä históriou, pamiatkami, hradom a historickým centrom s atmosférou. Túto možnosť uviedla pätina respondentov. Na ďalších miestach uviedli veľa možností na malej ploche (atrakcie i príroda) a Karpaty s Dunajom a prírodou.

Spomedzi obyvateľov BSK viac ako pätina nevedela uviesť žiadne pozitíva BSK. Najviac obyvateľov ako pozitívum vyjadrilo krásnu prírodu, pekné prostredie a takisto historické centrum, pamiatky a atrakcie. Obyvatelia medzi pozitíva BSK radili aj kultúrne možnosti a fenomén hlavného mesta.

Najvýraznejším negatívom BSK bola podľa pätiny respondentov zlá situácia v doprave a dopravných službách. Na popredných miestach medzi negatívami sa umiestnilo zlé životné prostredie, slabá čistota a hygiena, nedostatočná infraštruktúra a všeobecne nízka kvalita služieb.

### Pozitíva a negatíva Bratislavského kraja

Pozitíva	%	Negatíva	%
neviem, žiadne	23,2	doprava a kvalita dopravných služieb v Bratislave i v Bratislavskom kraji	19,2
krásna príroda, pekné prostredie	14	životné prostredie, čistota a hygiena	14,8
historické miesta, atrakcie, pamiatky, staré centrum	13,6	zlá, nedostatočná infraštruktúra	13,2
kultúrne možnosti	12	kvalita služieb všeobecne	12,8
hlavné mesto Bratislava ako fenomén	10,8	slabá propagácia hlavného mesta i regiónu	10
výborná geografická poloha	9,6	prístup ľudí	8,4
bohatá ponuka atrakcií a zaujímavostí na malej ploche	8	vysoké ceny	8
zvyšujúca sa kvalita služieb	6,8	nevidím negatíva	4,4
		slabý cestovný ruch	3,2
		obmedzenie pre cyklistov	2,4

Najmä mladí ľudia najčastejšie ako atrakciu navštevovali bratislavské shopping centrá. Ďalším obľúbeným miestom v BSK bolo pre jeho obyvateľov bratislavské historické centrum a Bratislavský hrad. Väčšina obyvateľov takisto uviedla, že občas navštevujú bratislavské festivaly, divadlá a sezónne podujatia. Okrem bratislavských atrakcií a podujatí obyvatelia uviedli, že občas radi navštívia aj Modru ako centrum histórie, kultúry a tradícií (majolika, vinobranie). Ako cieľ histórie, kultúry a miestnych podujatí bolo pre obyvateľov zaujímavé aj mesto Pezinok. Mesto Senec a jeho Slnčné jazerá zvykli obyvatelia zase navštevovať najviac za účelom pobytov pri vode a pestovania vodných športov. Mestá ako Pezinok, Modra, Malacky a Senec najčastejšie navštevovali obyvatelia žijúci v okolitom regióne. Väčšina obyvateľov navštívila aspoň občas Malokarpatský región, ktorý je podľa nich vhodný na šport, turistiku, jazdecko, ale aj poznávanie histórie, kultúry a tradícií (hrad Červený kameň, Svätý Jur, Vinna cesta).

### Návštevnosť jednotlivých podujatí a atrakcií BSK v %

Podujatie/atrakcia	Často	Občas	Nikdy
Bratislava historická – hrad a historické centrum	22,8	64	13,2
Bratislava kultúrna – divadlá, festivaly, sezónne podujatia, gastro – dobré jedlo a víno, národné kuchyne	20,4	58,4	21,2
Bratislava športová – vrcholové súťaže, vodáci, iné športy	6	30,4	63,6
Bratislava ako shopping centrum	42	42,4	15,6
Malacky – história, kultúrne podujatia (Malacká hudobná jar, Malacké kultúrne leto, Streetfest...)	5,6	11,6	82,8
Modra – história, kultúra, tradície (majolika), podujatia (Vinobranie, Burčiak v keramike, Deň modranských pivníc..)	14,4	44	41,6
Pezinok – história, kultúra, miestne podujatia (Cibulák, Keramické trhy, Vinne trhy, vinobranie, festivaly...)	18,4	42	39,6
Senec – Slnčné jazerá v lete, pobyty pri vode, vodné športy	19,6	38,4	42
Senec – história, kultúra, (mesto, festivaly –mesto)	4,8	17,6	77,6

Podujatie/atrakcia	Často	Občas	Nikdy
Stupava – história, kultúra, miestne podujatia (Deň zelá, Stupavský širák, Stupavská krídlavka)	5,6	19,2	75,2
Svätý Jur – história, kultúra, podujatia (Hody)	1,6	25,6	72,8
Záhorie – šport (cykloturistika, jazdectvo, pobyt pri vode, vodné športy, turistika, huby)	12,8	26,8	60,4
Záhorie – podujatia, tradície, pútnicky CR (Slávnosti slnovratu, Cyrilometodské dni, Mariánska púť)	4	20	76
Malokarpatský región – Pezinok a Pezinská. Baba, Svätý Jur, Modra – šport (turistika - rozhľadňa, cyklo, jazdectvo)	13,2	40,4	46,4
Malokarpatský región – podujatia (Vínna cesta, husacie hody, fašiangy)	11,2	34	54,8
Malokarpatský región - Hrad ČK (Červenokamenská šermovačka, Remeselné trhy, Nočné prehliadky, Večer pre deti)	12,4	41,6	46
Podunajský región - Žitný ostrov (cykloturistika, vodné športy, jazdectvo, golf, šport. lietanie), Zdrž Hrušov, Čuňovo	7,2	32,8	60
Podunajský región – podujatia, zaujímavosti, tradície (Včelársky skanzen, Farma sibírskych tigrov, slávnosti patrónov)	2	14,8	83,2

V rámci BSK bol pre jeho obyvateľov najvýznamnejším druhom cestovného ruchu z hľadiska dĺžky pobytu jednoznačne jednodňový výletný cestovný ruch. V rámci neho obyvatelia BSK preferovali najmä návštevu jednorazových kultúrnych podujatí (až 72%), nakupovanie, výstavy a veľtrhy a poznávanie miest a kultúrnych pamiatok. V rámci víkendových pobytov boli pre obyvateľov najobľúbenejšími najmä pobyty u rodiny a priateľov (35%), letný šport a rekreácia a pobyty na vlastnej chate, chalupe. Domácu dovolenku prežívajú obyvatelia BSK najmä letným športom a rekreáciou, pobytom na vlastnej chate, chalupe alebo pobytom u rodiny a priateľov. Obyvatelia BSK v rámci BSK nechodia často na poľovačky a rybačky, na cirkevné podujatia, konferencie a odborné podujatia.

Pre obyvateľov BSK bola najvýznamnejším zdrojom informácií vlastná skúsenosť – vyjadrilo sa tak 90% respondentov. Informácie od známych využilo 85% respondentov a vyhľadávanie na internete 78% obyvateľov. Obyvatelia BSK najmenej využívali turistické informačné kancelárie. Ich služby vôbec nevyužívalo až 82% obyvateľov BSK.

Najdôležitejším rozhodovacím kritériom pre návštevu určitého miesta bol pre obyvateľov BSK charakter a vhodnosť miesta na základe ich potrieb a požiadaviek a dostatok potrebných informácií o mieste.

### 9.3 Podnikatelia v cestovnom ruchu v BSK

V auguste 2007 bol agentúrou GfK Slovakia spracovaný prieskum na vzorke 100 respondentov spomedzi podnikateľov v oblasti cestovného ruchu v BSK. Dve tretiny podnikateľských subjektov, ktoré boli zahrnuté do prieskumu podnikali na území mesta Bratislava (okresy Bratislava I-V) a zvyšok vo vidieckych oblastiach (okresy Pezinok, Malacky, Senec). Vo vzorke boli zastúpené subjekty, ktoré podnikali najmä v oblasti športu a zábavy – kúpaliská rekreačné centrá, aquaparky (38%), v oblasti stravovacích služieb (30%) a ubytovacích služieb (24%). Podnikateľov, ktorí sa venujú službám v oblasti turistiky – požičovne, sprievodcovské služby, turistické informačné služby bolo 8%.

Podnikatelia pod pojmom „podnikanie v Bratislavskom regióne“ chápali najmä viac možností a príležitostí uplatniť sa a podnikat' (20%) a ponuku prípadne príležitosti v oblasti cestovného ruchu (20%). Bratislavský región za centrum zábavy a gastronómie považovalo 17%

podnikateľov. Podnikatelia takisto uviedli, že Bratislavský región je vyspelým a bohatým regiónom s koncentráciou kapacít.

Z hľadiska kvality podnikateľského prostredia bol podľa vyjadrení podnikateľov región bezpečným miestom tak pre ich podnikanie ako aj pre návštevníkov. Takisto ich obchodné vzťahy boli ústretové a korektné. Dostupnosť atrakcií bola podľa podnikateľov vyhovujúca a región mal podľa ich názoru k dispozícii množstvo vhodných stravovacích a ubytovacích zariadení. Väčšine podnikateľov však v rámci kvality podnikateľského prostredia prekážali príliš vysoké ceny a zlý pomer ceny a protihodnoty.

Veľká časť podnikateľov sa nevedela vyjadriť či im úrady, alebo inštitúcie pomáhajú v ich podnikaní, resp. vytvárajú bariéry. Podnikatelia nevedeli objektívne posúdiť najmä činnosť regionálnych združení CR a sekcie pre CR Ministerstva hospodárstva SR. To naznačuje, že činnosť týchto subjektov nie je dosť viditeľná. Najviac podnikateľov sa vedelo vyjadriť k činnosti miestnej samosprávy, resp. obecných úradov. Dobré i zlé skúsenosti podnikateľov v tomto prípade boli takmer vyrovnané. Z prieskumu (ak neberieme do úvahy respondentov, ktorí sa nevedeli vyjadriť) vyšli najlepšie profesijné organizácie a združenia, ktoré nevytvárali takmer žiadne bariéry, ale pomáhali viac ako tretine podnikateľov. S BSK prevažovali u podnikateľov pozitívne skúsenosti.

v %	Veľmi pomáha	Skôr pomáha	Skôr vytvára bariéry	Vytvára samé bariéry	Neviem objektívne posúdiť
Miestna samospráva/ obecný úrad	7	34	29	8	22
BSK	7	29	16	3	45
SACR	6	24	9	3	58
Sekcia pre CR MH SR	2	16	10	5	67
Regionálne združenia CR	6	13	7	1	73
Profesijná organizácia, združenie	7	28	3	0	62

Spolupráca s profesijnými združeniami alebo inými subjektmi, ktoré združujú podnikateľov v oblasti cestovného ruchu nebola medzi podnikateľmi v BSK veľmi rozšírená. Dve tretiny podnikateľov nespolupracovali so žiadnym združením. Podnikatelia najväčšmi spolupracovali s BKIS (Bratislavským kultúrnym a informačným strediskom) a niektorými z Turistických informačných stredísk.

Z hľadiska služieb na ktoré má BSK potenciál chýbala podnikateľom najmä širšia ponuka zábavy a atrakcií, aktívneho športového vyžitia a iné produkty cestovného ruchu. Takto sa vyjadriло až 40% podnikateľov. Propagácia zo strany mesta, regiónu chýbali až 11% podnikateľom. Podnikatelia by takisto privítali viac informácií a informačných služieb a takisto vyššiu kvalitu služieb.

Práve pri propagácii regiónu a podpore akcií a priorít regiónu očakávajú podnikatelia najväčšiu pomoc od úradov a odborov BSK. Podnikatelia by privítali aj zjednodušenie úradného styku, vzájomnej komunikácie a zmenu prístupu k podnikateľovi. BSK by podľa podnikateľov mal viac pomáhať aj pri legislatívnych úpravách.

Bratislavskí podnikatelia predpokladali, že obyvatelia Slovenska netravia viac voľného času alebo dovolenku v rámci BSK pretože Bratislava je predražená a orientuje sa na zahraničnú klientelu, BSK neponúka atrakcie umožňujúce dlhší pobyt a obyvatelia preferujú zahraničné

destinácie a pobyt pri mori. Nízku kvalitu služieb a slabú propagáciu ako dôvod trávenia voľného času a dovolenky obyvateľov mimo BSK uviedla takmer pätina podnikateľov.

### Dôvody obyvateľov Slovenska na trávenie dovolenky mimo BSK podľa podnikateľov v CR v BSK



Báza: celá vzorka (100)

Podnikatelia takisto uviedli, že chýbajúce informácie domáceho obyvateľstva o atrakciách v regióne, nízky dopyt miestneho obyvateľstva po domácej ponuke CR a takisto nízka kúpna sila domáceho obyvateľstva sú významnými bariérami, ktoré ovplyvňujú ich podnikanie v oblasti CR. Takou istou bariérou bola podľa podnikateľov aj nízka návštevnosť regiónu mimo hlavného mesta zahraničnými turistami. Podľa väčšiny podnikateľov bol bariérou aj nedostatok kvalifikovaných pracovných síl a absentujúce odborné vzdelávanie v oblasti cestovného ruchu. Väčšina podnikateľov takisto ako prekážky pre ich podnikanie chápala aj ďalšie faktory napr. slabá propagácia regiónu, absentujúca marketingová stratégia CR, a. i.

### Vplyv bariér na podnikanie

v % Bariéra:	Vplyv na podnikanie			
	Významne ovplyvňuje	Skôr ovplyvňuje	Skôr neovplyvňuje	Vôbec neovplyvňuje
Slabá informovanosť miestneho obyvateľstva o atrakciách v regióne	38	41	17	4
Nízky dopyt miestneho obyvateľstva po domácej ponuke CR v regióne	27	52	18	3
Slabá kúpna sila miestneho obyvateľstva	25	40	24	11
Nízka návštevnosť regiónu mimo hlavného mesta zahraničnými turistami	34	38	21	7
Zlá štruktúra pracovných síl a nedostatok kvalifikovaných ľudí v brandži	44	33	16	7
Absencia odborného vzdelávania v oblasti cestovného ruchu	32	44	17	7
Silná konkurencia v bezprostrednom okolí	18	40	35	7
Málo atrakcií v lokalite	29	46	16	9
Slabá propagácia lokality/regiónu	54	33	8	5
Absencia, resp. slabá činnosť Turistických informačných kancelárií	36	40	17	7
Byrokratické bariéry v komunikácii s miestnou samosprávou/BSK	35	39	22	4
Absencia reálnej podpory zo strany štátnej správy, zlá legislatíva	41	39	15	5
Prísne legislatívne predpisy (vrátane hygienických noriem)	29	36	23	12
Absencia profesijných združení a kvalifikovanej lobistickej podpory pri tvorbe legislatívy	29	47	16	8
Absencia profesijných združení koordinujúcich tvorbu produktov CR v regióne	31	44	18	7
Zlá/žiadna marketingová koncepcia rozvoja CR v regióne	51	38	8	3
Absencia verejných poradenských služieb v oblastiach súvisiacich s cestovným ruchom	37	40	17	6



## **10. PRÍLOHA: Cestovný ruch v BSK očami profesionálov v CR**

GfK Slovakia uskutočnila počas apríla 2008 individuálne rozhovory s profesionálnymi pôsobiacimi v cestovnom ruchu v BSK. Celkovo bolo uskutočnených 5 rozhovorov, ktorých cieľom malo byť zistenie komplexného názoru na stav a možný vývoj cestovného ruchu v BSK očami odborníkov s dlhoročnou praxou v cestovnom ruchu.

### **Cestovný ruch v BSK**

Bratislavský samosprávny kraj má turistický potenciál, ktorý doteraz zostáva nevyužitý, a to tak v aktívnom ako aj domácom cestovnom ruchu. V porovnaní s okolitými regiónmi je v Bratislavskom samosprávnom kraji málo zahraničných aj domácich návštevníkov.

Tomu zodpovedá aj nedostatočná ponuka produktov, eventov a atrakcií určených pre návštevníkov regiónu a to zahraničných aj domácich.

Navyše výška finančných nákladov spojená s ubytovaním a stravovaním je relatívne vysoká, čo pre domácu klientelu a klientelu z krajín CEE vytvára značnú bariéru. Pre návštevníkov z ekonomicky vyspelejších krajín sa takýmto nastavením stráca výhodný pomer cena – kvalita (zážitok).

### **Aktívny cestovný ruch**

#### **Imidž Bratislavy**

Bratislava ako destinácia cestovného ruchu nemá pre zahraničných návštevníkov vyprofilovaný žiadny imidž (okrem návštevníkov z okolitých krajín). Nespája so žiadnou výraznou asociáciou. Zahraniční návštevníci majú o Bratislave predstavu skôr ako o neznámom nízkonákladovom meste (resp. regióne), kde sa dá dobre najesť a zabaviť, prípadne spoznať doteraz nespoznané oblasti.

Tento neexistujúci, resp. výrazne nevyprofilovaný imidž mesta ako turistickej destinácia, výrazne znižuje potenciál pritiahnúť cieľové skupiny návštevníkov. Navyše, pre návštevníkov z Rakúska a čiastočne aj Nemecka je Bratislava stále nedôveryhodnou destináciou.

#### **Návštevníci BSK**

Business klientela je hlavným segmentom návštevníkov bratislavských hotelov. S výrazne rozvíjajúcim sa hospodárstvom sa v posledných rokoch (najmä od vstupu Slovenska do EU) dynamicky zvyšoval počet business návštevníkov BSK. V poslednom čase sa však táto dynamika znižuje a segment business klientely sa stabilizuje.

#### **Leisure – individuálna turistika**

Hlavná časť leisure návštevníkov sú práve individuálni turisti. Ide najmä o dva základné segmenty návštevníkov. Prvým sú mladí ľudia, ktorých hlavným cieľom je zažiť pár dní intenzívnej zábavy (nemáme na mysli len skupiny britských mladíkov). Druhým segmentom sú ľudia v staršom veku, ktorí patria do strednej sociálnej aj príjmovej skupiny a ich cieľom je spoznať zatiaľ nenavštievené oblasti. Pomerne veľká časť z týchto návštevníkov však príde do BSK iba na jednodňový výlet.

Výnimkou je oblasť Senca, kam v letných mesiacoch prichádzajú desať tisíce dovolenkárov stráviť (najčastejšie) týždňovú dovolenku pri vode.

### **Leisure – organizované skupiny**

Tento segment je v Bratislave výrazne poddimenzovaný. Bratislava je, v lepšom prípade, zastávkou na jednu noc v prehliadke stredoeurópskeho regiónu alebo (menej často) v prehliadke iných slovenských regiónov.

Pre veľkú časť organizovaných skupín je Bratislava zastávkou len na niekoľko hodín. Vnímanie zaplneného mesta turistami v letnej sezóne vytvárajú najmä návštevníci z výletných lodí, ktoré sa plavia po Dunaji. Ich príspevok k rozvoju cestovného ruchu je však len minimálny.

Mimo Bratislavy, na územie BSK, sa organizované skupiny prakticky neodstanú.

### **Doprava**

Bratislavské letisko je, napriek prudkému rozvoju v rokoch 2004 – 2006, stále menším letiskom regionálneho charakteru. Neposkytuje, okrem niekoľko málo destinácií, plnohodnotné spojenie s európskymi metropolami, ktoré sa môžu stať zdrojové pre city break návštevníkov. Navyše v súčasnej dobe bratislavské letisko zažíva obdobie stagnácie. Viedenské letisko nie je zahraničnou klientelou vnímané ako letiskom na dopravu do BSK.

Železničné spojenie je na dostatočnej úrovni iba s Viedňou a čiastočne aj s Prahou. Kvalita železničnej dopravy je však, v porovnaní so štandardom v Západnej Európe nízka. Samostatnou kapitolou je úroveň Bratislavskej hlavnej stanice, ako vstupnej brány na Slovensko.

Pozitívne bolo hodnotené zavedenie lodnej linky Cityliner Viedeň – Bratislava, ktorá má veľký potenciál.

### **Ubytovacie zariadenia**

V Bratislave je momentálne nedostatok ubytovacích kapacít. Vzhľadom na vysoký dopyt (hlavne business klientely) a obmedzené kapacity sú ceny ubytovania v hoteloch veľmi vysoké. Často sú vyššie ako v okolitých metropolách.

V období niekoľkých rokov sa však v Bratislave otvoria nové hotely všetkých kategórií, s výraznou lôžkovou kapacitou. Táto dodatočná ponuka lôžok má potenciál znížiť priemernú cenu o 10 – 20%.

V okolí Bratislavy takisto nie je dostatok ubytovacích kapacít. Ubytovanie nižšieho štandardu v okolí Slniečnych jazier v Senci je často v prevádzke iba počas letnej sezóny. Niektoré ubytovacie zariadenia navyše slúžia ako ubytovne pre pracovníkov a robotníkov dynamicky sa rozvíjajúcich podnikov situovaných severne od Bratislavy.

### **Reštaurácie**

Bratislava ponúka veľké a rozmanité množstvo reštaurácií, ktoré sú však veľmi rozdielnej kvality. Niektoré reštaurácie ponúkajú vysokú kvalitu za primeranú cenu, cenová úroveň niektorých je však na úrovni viedenských reštaurácií, čo sa však nedá povedať o úrovni služieb. Navyše zahraniční návštevníci v Bratislave, vzhľadom na ich vnímanie mesta, očakávajú nižšiu cenovú úroveň.

### **Produkt cestového ruchu**

Asi najslabším miestom rozvoja aktívneho cestovného ruchu je nízka atraktivita Bratislavy a jej okolia pre zahraničných návštevníkov. BSK, žiaľ, nemá žiaľ, v porovnaní s okolitými regiónmi, žiadnu unikátnu a atraktívnu ponuku alebo konkurenčnú výhodu. Bratislava je síce kompaktné a príjemné mesto na strávenie predĺženého víkendu, ale neponúka žiadnu historický, kultúrny alebo architektonický skvost európskeho významu.

Ani iné atrakcie a podujatia nepresahujú regionálny význam a teda neponúkajú žiadny unikátny zážitok, ktorý by zahraničného návštevníka motivoval k návšteve BSK.

Okolie Bratislavy v ponuke produktu takisto nie je veľmi atraktívne pre zahraničných návštevníkov. Vínný turizmus v Malokarpatskej oblasti je menej vyvinutý ako v oblasti rakúskeho Burgenlandu. Cyklistické trasy na Záhorí a okolí Pezinka nemajú komplexný servis ani supraštruktúru.

### **Domáci cestovný ruch**

Domáci cestovný ruch je BSK výrazne pod svojim potenciálom. V bratislavských hoteloch sú návštevníci zo Slovenska výraznou menšinou. Domáci návštevníci uprednostňujú ubytovanie u rodiny a známych alebo BSK navštevujú len na jeden deň.

Čo platilo pre aktívny cestovný ruch, platí do veľkej miery aj pre domáci cestovný ruch. Bratislava nie je pre obyvateľov Slovenska dostatočne atraktívnym mestom. Na Slovensku chýba, v iných krajinách bežná, hrdosť na svoje hlavné mesto.

Navyše výraznou je cenová bariéra. Bratislava je pre Slovenského návštevníka finančne nákladnou destináciou. Obyvateľ vzdialenejšieho slovenského regiónu Slovenska za podobné náklady ako v Bratislave uprednostňuje návštevu atraktívnejšej destinácie.

V okolí Bratislavy je situácia o niečo iná. Senec pôsobí v letnej sezóne ako typická dovolenková destinácia pre menej náročných dovolenkárov. V súčasnosti je navštevovaná hlavne mladými ľuďmi. Tradičný segment návštevníkov – rodiny s deťmi, je na ústupe. Aj tu však, najmä v prípade horšieho počasia, chýba dostatočná ponuka aktivít na príjemné strávenie času dovolenky. Mimo letnej sezóny slúžia hotely v oblasti ako miesta na školenia, firemné stretnutia a podobne.

Okolie Pezinka a celá oblasť Malých Karpát sa definovala najmä ako rekreačné zázemie pre obyvateľov Bratislavy a čiastočne aj Trnavského regiónu. Všetky podujatia a atrakcie, ktoré sú organizované sú navštevované hlavne domácou klientelou z Bratislavského regiónu.

Hlavné dve devízy Malokarpatského regiónu – vínný turizmus a cykloturistika stále nedosahujú potrebnú kvalitu, hoci v prípade vínného turizmu sa situácia stále zlepšuje (zlepšovanie ponuky, otváracia doba, ľudský faktor, marketing...).

Rôzne podujatia kultúrneho alebo gastronomického charakteru (koncerty, divadelné predstavenie, vínne slávnosti, vinobrania, festivaly...) priťahujú aj záujem organizovaných skupín z takmer celého Slovenska. Veľmi často však ide iba o jednoduchové návštevy, bez využitia komplexných služieb cestovného ruchu.

### **Inštitucionálne zabezpečenie a marketingová podpora**

Súčasná podpora zo strany štátnych a samosprávnych orgánov je pociťovaná neutrálne až negatívne. Najväčšie výhrady smerovali k neexistencii marketingovej podpory cestovného ruchu na Slovensku v zahraničí. Ešte výraznejšie chýba marketingová podpora BSK ako regiónu a rovnako aj Bratislavy ako hlavného mesta Slovenska. Účasť na niektorých

výstavách sa dokonca zdala byť, vzhľadom na kvalitu prezentácie, možno až kontraproduktívna.

Marketing cestovného ruchu je v súčasnosti uskutočňovaný najmä prostredníctvom letákov a brožúr, čo už v súčasnej dobe nemôže vyhovovať potrebám návštevníkov.

Celkovo je veľmi pociťovaná neexistencia regionálnych destinančných centier, ktoré by manažovali a zároveň aj propagovali svoju destináciu. Ako vzor bol často krát spomínané Rakúsko so svojim systémom inštitucionálnej podpory cestovného ruchu.

Mnoho aktivít a zaujímavých podujatí, založených na nadšení niekoľkých osôb, po istom čase skončí na tom, že nedokážu obstáť v ekonomickej realite a neprekonajú prvé organizačné ťažkosti.

Podnikatelia v cestovnom ruchu v BSK navzájom málo spolupracujú. Je pociťovaný nedostatok efektívnej koordinácie a strategickej vízie zo strany štátu a samosprávy. Rozvoju neprosieva ani neefektívna komunikácia medzi samosprávami mesta Bratislavy a BSK.

### **Vízia do budúcnosti**

Podľa optimistických názorov všetky sprievodné služby cestovného ruchu na potrebnej kvalitatívnej úrovni, budú vytvorené na základe dopytu a ponuky. V súčasnosti však v BSK chýba kritický počet návštevníkov, aby vytvorili dopyt na vznik dostatočného počtu služieb v náležitej kvalite. Hlavným cieľom BSK by preto malo byť zabezpečenie postupného ale dynamického zvyšovania počtu návštevníkov v regióne.

Profesionáli v cestovnom ruchu navrhli niekoľko opatrení, ktoré by mohli zvýšiť počet návštevníkov a pomôcť rozvoju cestovného ruchu v BSK:

- Zlepšenie propagácie a image Slovenska, BSK a samotnej Bratislavy v zahraničí. Nevynechávať Bratislavu aj z toho mála propagácie, ktorá sa uskutočňuje.
- Vytvorenie nového systému podpory cestovného ruchu, vytvorenie regionálnych centier manažmentu destinácie. Tieto by organizovali CR v regióne, boli platformou na spoluprácu podnikateľov v regióne, vytvárali produkt a zároveň za starali o jeho propagáciu.
- Zlepšenie leteckej dostupnosti BSK z rozhodujúcich metropol Európy. Spolupráca s nízko nákladovými spoločnosťami a samotným letiskom Bratislava
- Zlepšenie komunikácie s Viedenským letiskom a zlepšenie dopravnej dostupnosti Bratislavy z viedenského letiska
- Intenzívna spolupráca s veľkými zahraničnými touroperátormi s cieľom zalistovať BSK vo svojich katalógoch, prípadne zvýšiť ponuku ciest do BSK.
- Vytvorenie kongresového centra v Bratislave prostredníctvom PPP projektov
- Zadefinovanie a vytvorenie turistických atrakcií v BSK ľahko dostupných z Bratislavy aj Senca, ktoré by boli atraktívne a zároveň unikátne pre náš región . Tieto atrakcie by však mali byť ekonomicky efektívne (nedotované) a byť nezávislé od štátu resp. samosprávy.
- Využitie MS v hokeji ako jeden z mála eventov svetovej úrovne v Bratislave
- Zorganizovať zaujímavé eventy, ktoré by mohli byť atraktívne pre zahraničných návštevníkov (ako príklad úspešného eventu môže slúžiť Silvester v Bratislave). Tieto eventy by bolo vhodné zorganizovať hlavne mimo hlavnej sezóny.
- Zlepšenie marketingu zo strany podujatí a kultúrnych podujatí organizovaných v BSK (BHS, Národné divadlo...), aby ich bolo možné ponúkať v zahraničí s dostatočným predstihom.

- Vytvorenie kvalitnej siete cyklistických trás, neskôr vybudovanie príslušnej infraštruktúry
- Spolupráca metropol Bratislava – Viedeň – Praha na všetkých úrovniach
- Spolupráca s okolitými regiónmi v rámci BSK (Senec – Pezinok, Bratislava – Pezinok a podobne).
- Dočasne, kým v BSK nie sú vybudované dostatočné atrakcie, pre návštevníkov BSK ponúkať aj atrakcie v okolí nachádzajúce sa na území Rakúska, Maďarska a Česka.

## 11. PRÍLOHA: Slovník použitých termínov

### Produkt cestovného ruchu

Všetko, čo je predmetom ponuky na trhu cestovného ruchu a čo môže uspokojiť potreby účastníka cestovného ruchu. Produkt tvorí súbor základných a doplnkových služieb, ktoré sú často ponúkané v rámci uceleného balíka. Produkt cestovného ruchu je špecifický z dôvodu prepojenia na prostredie v ktorom sa uskutočňuje. Z uvedeného dôvodu sa stáva produktom aj konkrétna lokalita alebo región, kde sa ponuka balíka služieb realizuje. Produkt cestovného ruchu je pre účastníka cestovného ruchu zaujímavý ak predstavuje symbiózu nasledovných troch úrovní. Jadro – základný produkt predstavuje úžitkovú hodnotu. Uspokojuje motiváciu účastníka cestovného ruchu. Reálny produkt - tvoria konkrétne služby a tovary, ktoré sú predmetom ponuky v danom prostredí na určitej kvalitatívnej úrovni. Rozšírený produkt – zahŕňa špecifiká prostredia a všetky ďalšie služby, ktoré môžu dotvárať maximálne uspokojenie potrieb účastníka cestovného ruchu.

### Druhy cestovného ruchu

Vyjadrujú základné členenie v zmysle UN WTO podľa nasledovných kritérií: \* miesto realizácie a vzťah ku platobnej bilancii: domáci (domestic tourism) , zahraničný príjazdový (inbound tourism) (podľa MH SR ZACR), zahraničný výjazdový (outbound tourism) (podľa MH SR ZPCR), \* dĺžka trvania pobytu: dlhodobý, krátkodobý, návšteva, \* spôsob zabezpečenia účasti: organizovaný, individuálny, \* spôsob úhrady: komerčný, sociálny (v minulosti viazaný)

### Formy cestovného ruchu

Predstavujú naplnenie jadra produktu cestovného ruchu s cieľom uspokojiť potreby účastníka cestovného ruchu, čiže vyplývajú z motivácie účastníka cestovného ruchu. Teoreticky ich možno vymedziť, v praxi sa však v rámci spotreby často prelínajú. Popri klasických, dlhodobou spotrebou overených formách cestovného ruchu (napr. rekreačný, kultúrno-poznávací, religiózny, športovo-turistický, kúpeľný, liečebný a zdravotný, poľovnícky a lovecký, nákupný, vidiecky, agroturizmus ) sa dopyt orientuje na novšie formy cestovného ruchu (napr. zážitkový -hedonistický, udržateľný a ekologický – sustainable and ecotourism, temný -dark, dobrovoľnícky -volunteer, virtuálny. V budúcnosti sa očakáva rozvoj vesmírneho cestovného ruchu.

### Infraštruktúra CR

Technická základňa, ktorá je využívaná domácim obyvateľstvom aj účastníkmi cestovného ruchu. Všeobecne – systém, akým je organizovaný súhrn zariadení a inštitúcií, ktoré sú nevyhnutným predpokladom na zabezpečenie náležitého chodu vlastnej produkcie v danej krajine, alebo regióne, či lokalite.

### Supraštruktúra CR

Technická základňa, ktorá je využívaná v prevažnej miere účastníkmi cestovného ruchu.

### Primárny potenciál CR

Potenciál vytvorený prírodou pre potreby účastníkov cestovného ruchu

### Sekundárny potenciál CR

Potenciál vytvorený ľudskou rukou pre potreby účastníkov cestovného ruchu

### **Long-haul (dlhá vzdialenosť) produkt**

Produkt späť s letmi na veľké vzdialenosti, spravidla bez prestupu, max. s jedným prestupom. Lety sú prevádzkované „klasickými“, teda nie lowcost spoločnosťami.

### **Short-haul (krátka vzdialenosť) produkt**

Produkt späť s cestovaním do 500 míľ, let do cca 3 hodín.

### **Produktová línia**

Skupina produktov, ktoré majú vzájomnú súvislosť z aspektu miesta realizácie, času realizácie alebo segmentu spotreby.

### **Disparita**

Rôznorodosť, rozdielnosť, nerovnomernosť, rôznosť

### **Multiplikačný efekt**

V prípade ekonomického prínosu CR ide o násobenie účinku priameho a nepriameho prínosu. Priamy prínos sú výdavky všetkých návštevníkov, nepriamy napr. platy zamestnancov v CR, dane, ktoré platia, platy zamestnancov v iných sektoroch hospodárstva, ktoré indukoval CR, vstupy do CR (napr. dodávatelia hotelov, reštaurácií), investície do CR, miestne dane atď.

### **Niche (výklenkový) marketing, podujatia**

Marketingový termín označujúci ne-strednoprúdové aktivity, zamerané na užšie záujmové cieľové skupiny (napr. rybárov).

### **MICE (meetings, incentive, convention, exhibition(event))**

Súhrnný termín označujúci široké spektrum aktivít „priemyslu stretávania sa“ (meeting industry).

### **USP (unique selling proposition)**

Jedinečné predajné atribúty, termín používajúci sa na označenie takých hodnôt, ktoré sú pre danú značku jedinečné, ktoré konkurencia nemá.

### **Event**

Podujatie.

### **Developovanie**

Rozvoj územia, spravidla spojený s investíciou do nehnuteľnosti.

### **B2B (business to business)**

Vzťah medzi podnikateľským subjektom a podnikateľským subjektom, napr. dodávateľ a odberateľ.

### **B2C (business to consumer)**

Vzťah medzi podnikateľským subjektom a konečným (masovým) spotrebiteľom.

### **E-marketing**

Všetky formy marketingu využívajúce online prostredie (internet, e-mail...).