

VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

Katedra cestovního ruchu

Vinařská turistika jako specifická forma cestovního ruchu

- Moravské vinařské stezky

bakalářská práce

Autor: Petra Zemanová

Vedoucí práce: Mgr. Eva Horňáková

Jihlava 2010

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16, 586 01 Jihlava

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce:	Petra Zemanová
Studijní program:	Ekonomika a management
Obor:	Cestovní ruch
Název práce:	Vinařská turistika jako specifická forma cestovního ruchu - Moravské vinařské stezky
Cíl práce:	Cílem této práce je doporučení pro rozvoj vinařské turistiky, zjištění povědomí, zda potenciální turisté znají vinařskou turistiku a vědí o možnostech a produktech, které právě tato forma turismu nabízí a jejich zájem tuto oblast navštívit. Práce by mohla být motivující pro cestovní kanceláře při tvorbě zájezdů s vinařskou tematikou a blíže jim specifikovat potřeby potenciálních zákazníků včetně vymezení segmentu zákazníků, na který se zaměřit. Rovněž by mohla být účelná v některých oblastech pro Národní vinařské centrum či samotné vinaře.

Mgr. Eva Horňáková
vedoucí bakalářské práce

RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.
vedoucí katedry
Katedra cestovního ruchu

Anotace

ZEMANOVÁ, Petra: Vinařská turistika jako specifická forma cestovního ruchu – Moravské vinařské stezky. Bakalářská práce. Vysoká škola polytechnická Jihlava. Vedoucí práce Mgr. Eva Horňáková. Stupeň odborné klasifikace: bakalář. Jihlava 2010. 78 stran.

Bakalářská práce je zaměřena na rozvoj vinařské turistiky na území Jižní Moravy a s tím související projekt Moravských vinařských stezek. Cílem práce je zjištění povědomí potenciálních turistů o vinařské turistice a jejich zájem o tuto formu turismu včetně produktů, které s sebou přináší a formulace doporučení pro rozvoj vinařské turistiky. Součástí práce je marketingový výzkum provedený dotazníkovým šetřením na území České republiky, na jehož základě lze určit zájem turistů o vinařskou turistiku.

Klíčová slova: Vinařská turistika, Moravské vinařské stezky, Vinařské podoblasti, Jižní Morava

Annotation

ZEMANOVÁ, Petra: Wine tourism as a specific type of tourism – Moravian winery footpath. Bachelor thesis. Polytechnic College Jihlava. Leader of work Mgr. Eva Horňáková. Degree of qualification: Bachelor. Jihlava 2010. 78 pages.

The thesis is focused on development of wine tourism in South Moravia and related project of Moravian winery footpath. The main aim of this thesis is findings awareness of potential tourists about wine tourism and their interest in this form of tourism including products which are offered and formulation of recommendation for development of wine tourism. The thesis includes marketing research, which had been implemented by questionnaire survey around Czech republic on its base can be establish interest of tourists in wine tourism.

Key words: Wine tourism, Moravian winery footpath, Winery subregions, South Moravian

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat vedoucí práce Mgr. Evě Horňákové za pomoc, připomínky a náměty, veškerý čas a trpělivost. Rovněž děkuji Národnímu vinařskému centru ve Valticích za poskytnutý materiál ke zpracování práce a všem respondentům, kteří se podíleli na marketingovém výzkumu.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušila autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, v platném znění, dále též „AZ“).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v knihovně VŠPJ a s jejím užitím k výuce nebo k vlastní vnitřní potřebě VŠPJ.

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje AZ, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že VŠPJ má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědoma toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠPJ, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených vysokou školou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše), z výdělku dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence.

V Jihlavě dne

.....

Podpis

Obsah

Obsah	7
1 Úvod a cíl práce.....	9
2 Teoretická část	10
2.1 Metodika	10
2.2 Vymezení cestovního ruchu.....	11
2.3 Definice cestovního ruchu	11
2.4 Typologie cestovního ruchu.....	12
2.4.1 Rozdělení venkovské turistiky.....	13
2.4.2 Venkovská turistika	13
2.5 Vinařství v České republice	15
2.6 Vinařská oblast Jižní Morava	16
2.6.1 Historie vinařství na Moravě	16
2.7 Folklor a tradice	17
2.8 Velkopavlovická vinařská podoblast	18
2.9 Slovácká vinařská podoblast.....	19
2.10 Vinařská podoblast Mikulovská	21
2.11 Vinařská podoblast Znojemská.....	22
2.12 Moravské vinařské stezky.....	24
2.12.1 Původní projekt.....	24
2.12.2 Hlavní cíle projektu	25
2.13 Charakteristika jednotlivých vinařských stezek	25
3 Experimentální část	37
3.1 Sběr primárních dat.....	37
3.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření.....	38
3.3 Celkové shrnutí marketingového výzkumu	53
3.4 SWOT analýza	55
3.5 Doporučení pro rozvoj vinařské turistiky	57
3.5.1 Propagace v oblasti vinařské turistiky	57
3.5.2 Kooperace	58
3.5.3 Podpora rozvoje vinařské turistiky ze strany cestovních kanceláří a agentur	58
4 Závěr	60

Seznam tabulek a grafů

Seznam tabulek:

Tabulka 1: Vinohradnictví a vinařství v České republice.....	17
Tabulka 2: Vinohradnictví na Velkopavlovicku.....	20
Tabulka 3: Vinohradnictví na Slovácku.....	21
Tabulka 4: Vinohradnictví na Mikulovsku.....	22
Tabulka 5: Vinohradnictví na Znojemsku.....	23

Seznam grafů:

Graf 1: Věková struktura respondentů.....	38
Graf 2: Pohlaví.....	39
Graf 3: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů.....	39
Graf 4: Struktura respondentů podle kraje původu.....	40
Graf 5: Návštěvnost Jižní Moravy.....	41
Graf 6: Hlavní cíl návštěvy Jižní Moravy.....	42
Graf 7: Povědomí respondentů o vinařské turistice.....	43
Graf 8: Informační zdroje.....	43
Graf 9: Oblíbenost vinařských podoblastí.....	44
Graf 10: Počet dní strávených na Jižní Moravě.....	45
Graf 11: Projekt Moravské vinařské stezky.....	46
Graf 12: Realizace cesty.....	47
Graf 13: Propagace vinařské turistiky.....	48
Graf 14: Ubytování.....	49
Graf 15: Doprava.....	50
Graf 16: Spolucestující.....	50
Graf 17: Motivace turistů.....	51
Graf 18: Služby CK/CA	52

1 Úvod a cíl práce

Bakalářská práce je zaměřena na rozvoj vinařské turistiky na území Jižní Moravy a s tím související projekt Moravských vinařských stezek. Podmětem k výběru tématu, které se zabývá právě vinařskou tematikou, byl osobní vztah k Jižní Moravě, ať už její osobitý charakter, folklor, udržování místních lidových tradic, ale také jistě s tím spojené pěstování vinné révy, vinobraní, košty vín či jiné slavnosti vína.

Součástí teoretické části bakalářské práce je zmapování území jižní Moravy z pohledu čtyř hlavních moravských vinařských podoblastí - Mikulovská, Slovácká, Velkopavlovická a Znojemská, včetně významných vinařských obcí. Práce dále obsahuje zmínky o historii vinařství na území jižní Moravy, folkloru a charakterizuje projekt Moravských vinařských stezek, jako nový potenciál rozvoje cestovního ruchu na jižní Moravě, neboť vinařské podoblasti nabízí řadu přírodních i kulturních atraktivit.

Vinařská turistika je vcelku novou formou cestovního ruchu, která se stále vyvíjí. Při zpracování práce jsem vycházela zejména z publikací, informačních brožur a materiálů, které vydalo Národní vinařské centrum ve Valticích. Dále také z průvodců po oblastech a internetových zdrojů, zejména Národního vinařského centra a jednotlivých vinařských obcí. Pro více informací a prvotní seznámení se s tematikou jsem navštívila Národní vinařské centrum ve Valticích a absolvovala půldenní přednášku paní Debry Jayne Kimlin z Austrálie, marketingové odbornice na rozvoj vinařské turistiky, která cestuje po celém světě za vinařstvím a má řadu objektivních názorů a nápadů pro zdejší vinaře, kteří se chtějí mimo jiné specializovat na poskytování služeb cestovního ruchu a pohostinství.

Cílem této práce je doporučení pro rozvoj vinařské turistiky, zjištění povědomí, zda potencionální turisté znají vinařskou turistiku a vědí o možnostech a produktech, které právě tato forma turismu nabízí a jejich zájem tuto oblast navštívit.

Práce by mohla být motivující pro cestovní kanceláře při tvorbě zájezdů s vinařskou tematikou a blíže jim specifikovat potřeby potencionálních zákazníků včetně vymezení segmentu zákazníků, na který se zaměřit. Rovněž by mohla být účelná v některých oblastech pro Národní vinařské centrum, vinaře a poskytovatele služeb cestovního ruchu.

2 Teoretická část

2.1 Metodika

Základem pro zpracování teoretické části bakalářské práce jsou informace čerpané z literárních zdrojů, internetových zdrojů a materiálů, které vydalo Národní vinařské centrum ve Valticích a turistická informační centra na jižní Moravě. Kompletní seznam použité literatury uvádím v části Seznam použitých informačních zdrojů. Cenné informace jsem načerpala na semináři, který byl pořádán Národním vinařským centrem na zámku ve Valticích. Přednáška byla zaměřena na rozvoj podnikání ve vinařské turistice s názvem Český vinařský turismus a byla prezentována paní Debrou Jayne Kimlin, australskou marketingovou odbornicí v dané problematice. Další materiály, které jsem rovněž použila při zpracování práce, jsem získala na veletrhu cestovního ruchu Go a Regiontour 2010 v Brně.

Experimentální část práce je zaměřena na zjištění povědomí potencionálních návštěvníků jižní Moravy, zda znají pojem vinařská turistika a jeví o tuto formu turismu zájem. V této části jsem provedla primární výzkum. Jedná se o sběr primárních dat formou marketingového výzkumu. Marketingový výzkum jsem prováděla metodou osobního dotazování a metodou dotazování přes internet. V obou případech šetření jsem využila dotazníky. Respondenty byli občané České republiky (dále jen ČR), všech věkových skupin a ze všech čtrnácti krajů, včetně šesti cizinců, kteří žijí na území ČR. Celkem bylo osloveno 100 respondentů. 75 % dotazovaných pochází z třinácti krajů ČR a ciziny a 25 % dotazovaných pochází z Jihomoravského kraje. Marketingový výzkum jsem prováděla v intervalu měsíců září – listopad 2009. Dotazník obsahuje celkem 17 otázek z nichž 13 je tématicky zaměřených a 4 otázky se zabývají demografickými údaji respondentů. 10 tematických otázek je uzavřených, čili je zde uvedena nabídka možností, 2 otázky jsou polootevřené, kdy poslední alternativa nabízí možnost doplnění, a 1 otázka je hodnotící, kde respondenti hodnotí odpovědi podle svých preferencí.

Dotazník je přiložen k nahlédnutí v české verzi – Příloha A.

2.2 Vymezení cestovního ruchu

Cestovní ruch svým původním významem byl považován za jiný výraz pro cestování. Současné vymezení cestovního ruchu umožňuje blíže charakterizovat jednotlivé formy a druhy účasti obyvatelstva na cestovním ruchu. Cestovní ruch (dále jen CR) je zapotřebí chápat v jednotě dvou rovin. V prvním případě z hlediska oblasti spotřeby, kdy je CR chápán jako způsob uspokojování potřeb, a z druhého hlediska se jedná o oblast podnikatelských příležitostí v mnoha různých oborech, kde je významnou součástí ekonomiky společnosti. CR se tedy projevuje jako mnohostranný společensko-ekonomický jev. [Ryglová, 2009, str.9]

Cestovní ruch se řadí mezi nejdynamičtější a nejvíce se rozvíjející odvětví ekonomiky a ve světě je považován za odvětví budoucnosti. Je významným faktorem zejména pro regionální rozvoj a ekonomiku země. V České republice se podle Českého statistického úřadu podílí cestovní ruch na tvorbě HDP 2,8 % (2008).

Česká republika disponuje značným přírodním, historickým i kulturním potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu. Nachází se zde množství kulturních, historických a technických památek, včetně dvanácti hmotných objektů a 1 památka nehmotného charakteru, zapsaných do seznamu kulturního dědictví UNESCO. Nabízí se zde hustě značená a vzájemně propojená síť turistických stezek a cyklotras. Na trhu cestovního ruchu se nadále uplatňují nové produkty například městského, kongresového a incentivního cestovního ruchu. Rovněž dobré podmínky nabízí Česká republika pro rozvoj venkovské turistiky – agroturistiky, ekoturistiky, poznání tradičních řemesel a technologií, vinařské turistiky. [Wokoun, 2007, str. 33, 34]

2.3 Definice cestovního ruchu

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický jev a v průběhu jeho vývoje se mění i přístup k jeho definování a vymezení.

Všeobecně uznávanou definicí cestovního ruchu je definice, která byla vytvořena na konferenci o statistickém sledování cestovního ruchu, pořádanou v červnu 1991 Světovou organizací cestovního ruchu (WTO-World Tourism Organization) v kanadské Ottavě, kde došlo k obsahovému vymezení většiny používaných pojmů z oblasti cestovního ruchu.

Podle UNWTO „*Cestovní ruch znamená dočasnou změnu místa pobytu, tj. cestování a přebývání mimo místo trvalého bydliště, ne déle než 1 rok, zpravidla ve volném čase za účelem rekreace, rozvoje poznání a spojení mezi lidmi.*“ [Ryglová, 2009, str.11]

2.4 Typologie cestovního ruchu

Základní formy cestovního ruchu

- potřeby primární, které jsou cílem účasti na CR,
- rekreační, kulturně-poznávací, sportovně-turistické, lázeňsko-léčebné.

Specifické formy cestovního ruchu

- uspokojují potřeby nejrůznějších spotřebitelských segmentů, jsou stále rozmanitější a nabídka se rozšiřuje,
- mezi perspektivní produkty, čili specifické formy cestovního ruchu (dále jen CR) je řazena zejména venkovská turistika, městský CR, zábavní a atrakční CR, kongresová turistika, incentivní turistika, kulturní turistika, sportovní turistika, cykloturistika, náboženský CR, CR mládeže, CR seniorů, CR zdravotně postižených, lovecký CR, nákupní CR, pivní a vinařská turistika a další formy CR.

Podle RYGLOVÉ znovuoživení zažívá v současnosti domácí turistika, jejíž objem stále vzrůstá. Zájem je o rodinné pobyty na horách a v blízkosti vodních ploch, stále žádanější jsou i pobyty v soukromých chatách či chalupách. Celkově lze konstatovat orientaci k jednoduššímu způsobu ubytování. Tento trend je důsledkem rozvoje různých forem turistiky na venkově. [Ryglová, 2009, str.119-122]

Venkovská turistika neboli rurální turistika (zelená turistika) „*je forma cestovního ruchu, jejíž aktivity jsou bezprostředně spjaty s přírodou, krajinou a venkovským prostředím.*“ Je založena na aktivním využití venkovského prostředí pro rekreačně turistický pobyt. Obsahuje prvky poznávacího turismu - poznávání způsobu venkovského života, lesů, zemědělství, vinařství apod. [Ryglová, 2009, str.132; Schejbal, 2008, str. 31]

Evropský svaz turistiky a dovolené na venkově EUROGITES

Sídlo svazu je ve Štrasburku a cílem je vzájemná spolupráce v oblasti agroturistiky pro všechny země Evropy. Činnost sdružení je v oblasti poradenství, informatiky, vzdělávání, technické i organizační činnosti. Nejnovějšími iniciativami, které jsou podporovány Evropskou Unií, je vznik nadnárodních regionů, tzv. euroregionů. Smyslem spolupráce regionů je ochrana životního prostředí, podpora cestovního ruchu, rozvoj společenských, kulturních a sportovních styků a podpora evropských integračních procesů. Součástí projektu je nadace ECEAT. V rámci rozvoje regionálních aktivit byl v roce 1997 vytvořen program Stezky dědictví / Greenways, jehož cílem je oživení vybraných venkovských oblastí. Do těchto programů se řadí program Moravské vinařské stezky. [Ryglová, 2009, str.137]

2.4.1 Rozdělení venkovské turistiky

Opakované rekreační pobyty

- chataření, chalupaření,
- většinou se jedná o pobyt ve vlastních či pronajatých chatách či chalupách,
- tato forma je zejména u nás velmi rozšířená.

Jednorázové turistické a rekreační pobyty

- vesnická turistika se svými sub-produkty,
- agroturistika, ekoturistika, ekoagroturistika, cykloturistika, pěší turistika a hipoturistika, vinařská turistika a další.

[Ryglová, 2009, str.132]

2.4.2 Venkovská turistika

Agroturistika

Je rekreační nebo turistický pobyt na venkově, rodinných farmách a její náplní je poznání způsobu života v kontaktu s přírodou, přímá účast při zemědělských pracích, poznávání původních technik výroby potravin, chov domácích zvířat, aktivní odpočinek, pěší turistika, cykloturistika.

Ekoturistika

Je forma cestovního ruchu, při ní jsou účastníci motivováni využitím chráněných výtvorů přírody, kulturních památek a akcí tak, aby nebyly cestovním ruchem nadměrně narušovány. Mezi ekoturistické aktivity se řadí například: fotografování, pozorování volně žijících živočichů, pozorování rostlin, montanistika, pěší turistika a další.

Ekoagroturistika

Je formou cestovního ruchu, kdy účastníci jsou motivováni pobytem na rodinných farmách. Mezi aktivity návštěvníků patří výhradně konzumace alternativně pěstovaných a upravovaných potravin, které byly na farmě vypěstovány, práce na farmě, jízda na koni, celkově bližší kontakt návštěvníka s přírodou. [Pásková, Zelenka, 2002, str.14,72,75]

Cykloturistika

Cykloturistika se řadí mezi perspektivní produkty, které jsou využitelné v regionálním rozvoji CR a těší se zájmu obyvatelstva. Součástí moderního života se stále více stává sport. Jízda na kole zažívá po celém světě určitou renesanci a je součástí životního stylu. Cykloturistika je definována jako *„moderní forma cestovního ruchu, jejíž aktivity jsou spojeny s přírodou a venkovským prostředím.“* [Ryglová, 2009, str. 144-146]

Vinařská turistika

Vinařská turistika je zcela novým odvětvím, není pouze o víně a vinařství, ale také o službách cestovních kanceláří, ubytovacích a stravovacích službách, infrastruktuře, kulturních památkách, památkách UNESCO, společenských akcích apod. Vinařská turistika není o jednotlivcích, ale celé vinařské komunitě.

Neexistuje žádná přesná definice vinařské turistiky, ale jak uvádí Debra J. Kimlin *„Vinařská turistika představuje široké spektrum aktivit soustředěných kolem vína, vinařství, sklepů, vinic a vinařských regionů domácím a zahraničním turistům.“*

Vinařský cestovní ruch podle Výkladového slovníku cestovního ruchu *„je forma cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni poznáváním způsobu pěstování vína v tradičních vinařských oblastech, ochutnávkami vín, procítěním atmosféry vinařských sklípků, vináren, vinoték, nákupem archivních i nových vín.“*

Vinařské stezky podle Výkladového slovníku cestovního ruchu „jsou tematické stezky, pro které je charakteristické propojení jednotlivých pěstitelů a poskytovatelů dalších služeb do uceleného produktu.“ [Pásková, Zelenka, 2002, str.311]

2.5 Vinařství v České republice

Dlouhá historická tradice spolu s klimatickými a geologickými podmínkami vytváří velmi dobré předpoklady produkce vysoce kvalitního vína s nezaměnitelným charakterem. Široký výběr je předurčen i škálou pěstovaných odrůd. Česká republika se člení na dvě vinařské oblasti – Čechy a Moravu. 4 % vína se produkuje v Čechách ve dvou podoblastech – Mělnická a Litoměřická. 96 % ploch registrovaných vinic, tj. 16734 ha vinohradů, se nachází na Jižní Moravě – vinařské podoblasti – Slovácká, Velkopavlovická, Mikulovská, Znojemská. [Stávek, 2008, str. 5-6]

Moravské vinařské oblasti leží na rozhraní Českého masivu a Západních Karpat, mezi 48°40' a 49°20' severní šířky v jižním cípu Moravy. Roční průměrná teplota vinařské oblasti Jižní Morava je 9,42 °C, průměr ročních srážek je 510 mm a průměrná roční délka slunečního svitu je 2244 hodin podle 78letého průměru zjištěného na šlechtické stanici ve Velkých Pavlovicích. Klima je přechodné s příklonem k vnitrozemskému, s občasnými vpády vlhkého atlantického vzduchu nebo i ledového z vnitrozemí. Vegetační období je poněkud kratší než v západní Evropě, ale zato vyniká ve většině let vyšší tepelnou intenzitou letních měsíců, což působí příznivě na zkracování vegetačních fenofází révy a umožňuje tak i pěstování odrůd s pozdním vyzráváním hroznů. Zrání hroznů probíhá na Moravě pomaleji, a proto se v nich udrží a koncentruje větší množství a větší rozmanitost aromatických látek. [Obůrková, 2009]

Tab. 1: Vinohradnictví a vinařství v České republice

Vinařská podoblast	Počet vinařských obcí	Počet pěstitelů	Výměra registrovaných vinic (ha)
Mělnická	37	83	384
Litoměřická	29	48	288
Ostatní		25	12
Mikulovská	30	2499	4454
Slovácká	115	8408	4335
Velkopavlovická	75	7209	4772
Znojemská	91	1140	3156
Ostatní		53	17
Celkem	377	19336	17419

zdroj: Situační a výhledová zpráva réva vinná, víno duben 2009, Ministerstvo zemědělství ČR

2.6 Vinařská oblast Jižní Morava

2.6.1 Historie vinařství na Moravě

Prvními pěstiteli révy vinné na našem území byli s největší pravděpodobností Keltové. Na Moravě pěstovali révu vojáci z Vindobony, což dokládá vinařský nůž nalezený pod pohořím Pálava. Archeologické nálezy vinařských nožů a semen révy potvrzují rozvinuté vinařství slovanského obyvatelstva v době Velkomoravské říše. Ve 12. a 13. století se zakládaly vinice ve větších celcích. Vztahy mezi šlechtou, měšťany, vinaři a viniční čeládkou řešily viniční řády a horenská práva. Na Moravě užívaly mnohé obce Falkenštejnské horenské právo z roku 1309. Pro Prahu a královská města vydal císař Karel IV. roku 1358 nařízení o zakládání vinic. Nově založené vinice měly stejnou výměru 28,5 arů a byly na 12 let osvobozeny od daní. Následně došlo k přebytku vína a císař musel zakázat dovoz cizích vín v období od sv. Havla do sv. Jiří. Největší plochy vinic u nás byly za Jiřího z Poděbrad a Jagellonců. Vladislav Jagellonský nařídil v roce 1497 povinný zápis vinic do viničních gruntovních knih. Současně nařídil jakostní kontrolu všech mladých vín prováděnou perkmistrem a jeho pomocníky. V roce 1558 sepsal pražský učitel Jan Had knihu *Vinice v jakém položení býti má* o správném pěstování révy a o výrobě vína. V roce 1590 vydal císař Rudolf II. obsáhlou instrukci o vinařství a napomíná, aby naše vína byla zachována tak, jak byla vzrostlá, a varuje před pančováním víny cizími. V této době se u nás hlavně produkovala vína bílá, teprve koncem 15. století stoupl zájem o vína červená. Třicetiletá válka způsobila velké škody na vinicích. Před válkou bylo na Moravě 17701 ha vinic rustikálních a 627 ha

vinic dominikálních. Více než polovina vinic zpustla. Od 18. století byla polovina ploch vinic opět obnovena. Patenty Josefa II. o zrušení roboty a o prodeji vína pod víchou oživily vinařství. V době, kdy se začal rozmáhat průmysl, odcházeli lidé z venkova za prací a silně poklesl zájem o pěstování vinné révy. Koncem 19. století se i u nás, tak jako v celé Evropě, objevil révokaz, kořenová mšice z Ameriky. Ta zničila všechny evropské vinice. Plocha u nás klesla v roce 1930 na pouhých 3870 ha. Ochrana proti révokazu byla vyřešena štěpováním ušlechtilých odrůd, a proti houbovým chorobám se začaly používat chemické postřiky. K rozšiřování odborných znalostí byly založeny vinařské školy roku 1868 ve Znojmě, roku 1873 ve Valticích, roku 1903 v Mikulově. Dnes je Střední vinařská škola ve Valticích a vysokoškolské vzdělání mohou studenti získat na Zahradnické fakultě Mendelovy zemědělské a lesnické university v Lednici. Vinaři mají svou profesní organizaci Svaz vinařů České republiky a svůj odborný časopis Vinařský obzor. Rozvoj velkovýrobní technologie s mechanizací viničních prací a v posledních letech podpora státu umožnily v současné době dosáhnout ploch vinic skoro 18400 ha. Tato plocha pro naši spotřebu vína kolem 17 litrů na osobu a rok nedostačuje. [Obůrková, 2009]

2.7 Folklor a tradice

Folklor označuje projevy lidové kultury, která se zpravidla zachovává po předcích z generace na generaci na určitém území. Jedná se především o přísloví, vyprávění, hádanky, pohádky a legendy, pořekadla, lidové písničky, balady, zvyky a tance, lidová řemesla. Folklor se projevuje i v hmotném vyjádření, například v malířství, architektuře, výrobky z textilu, šperky a v gastronomii. Lidové zvyky a tradice mají právě na Jižní Moravě své nezastupitelné místo. Typické jsou kroje, stavění máje a krojované hody, slavnost zarážení a otevírání hory, besedy u cimbálu, fašandy či vinobraní. S tím je spojována i lidová architektura – nesčetné množství božích muk, malované kapličky, žudra domů, vinné sklepy či celé sklepní ulice, tvoří kolorit jihomoravských obcí. [1]

Území jižní Moravy se člení do devatenácti národopisných oblastí: Brněnsko, Dolňácko, Haná, Hanácké Slovácko, Horácko, Hornácko, Kravařsko, Kyjovsko, Lašsko, Malá Haná, Moravské Kopanice, Podhorácko, Podluží, Strážnicko, Uherskobrodsko, Uherskohradištsko, Valašsko, Záhoří, Zálesí. [2]

Mezi nejznámější folklorní akce patří Jízda králů ve Vlčnově, která se koná poslední květnovou neděli. Jedná se o prastarý obyčej, který byl rozšířen v mnoha obcích Česka. Dnes je zachován jen ve třech obcích na Slovácku – Vlčnov (každoročně), Hluk (každý druhý rok) a v Kunovicích (pouze občas). [3]

Nedílnou součástí místního folkloru jsou lidové tance, mezi ně se řadí Slovácký Verbuňk, který je nehmotnou památkou světového dědictví UNESCO. Je to mužský tanec skočného charakteru. Je vázán přesnými choreografickými pravidly a neoddělitelnou součástí je předzpěv taneční písně. [4]

2.8 Velkopavlovická vinařská podoblast

Velkopavlovická vinařská podoblast je centrem vinařské oblasti Morava. Zahrnuje 75 obcí z pěti okresů: Břeclav (32), Brno-venkov (22), Brno-město (7), Vyškov (13), Hodonín (1). Podoblast je rozdělena ještě na několik menších regionů, které jsou charakteristické ať už geografickým nebo kulturním vývojem. Úrodné roviny ležící od Brna k Břeclavi, kopírují částečně západní hranici toku řeky Svratky, stejně tak táhlé viniční hory v severnější části regionu patří k nejteplejším místům České republiky. Vstupní jižní bránou do této oblasti je Lednicko-valtický areál, obec Podivín, Rakvice, Přítluky. Mimořádně členitý terén některých obcí neumožňoval jiné zemědělství, a tak zde docházelo k rozkvětu pěstování vinné révy, která je nenáročná. [Stávek, 2008, str. 23-25]

Velkopavlovická oblast se proslavila zejména nezaměnitelnými modrými odrůdami, neboť se zde vyskytují půdy bohaté na hořčík. Dominující odrůdou je Frankovka a Modrý Portugal. Z bílých odrůd se zde daří Veltlínskému zelenému, Rulandskému šedému, Muškátu moravskému a Tramínu červenému. Ve šlechtické stanici ve Velkých Pavlovicích se zrodily bílé odrůdy Aurelius a Pálava a modré odrůdy André a Agni. [Obůrková, 2009]

Tab. 2: Vinohradnictví na Velkopavlovicku

	Velkopavlovická podoblast
Počet vinařských obcí	75
Počet pěstitelů	7209
Počet viničních tratí	319
Výměra vinic (ha)	4772

zdroj: Situační a výhledová zpráva réva vinná, víno 2009, MZČR

- Turisticky atraktivní cíle

město Brno,

Slavkovské bojiště,

zámek Slavkov u Brna,

Podivín – židovský hřbitov,

zámek Bučovice,

Klobouky u Brna – větrný mlýn,

Kurdějov – opevněný gotický kostel sv. Jana Křtitele,

Těšany – barokní kovárna s expozicí – technická památka,

Židlochovice,

Němčičky – sportovní areál

- Vinařsky atraktivní cíle

Bořetice - Svobodná republika Kraví hora

Hustopeče

Čejkovice – Templářské sklepy

Kobylí

Velké Bílovice

Velké Pavlovice

Vrbice – sklepní kolonie Pod strážním kopcem

2.9 Slovácká vinařská podoblast

Minulost Slovácka je úzce spjata s působením sv. Cyrila a Metoděje, kteří přišli na Moravu v roce 863. Rozšíření vinic podpořila potřeba vína pro liturgické účely a

cyrilometodějská mise podtrhla jeho význam. Slovácko je typické svými lidovými písněmi, kroji, tanci, slavnostmi a tradičními řemesly. [Obůrková, 2009]

Vinařská podoblast Slovácká se rozkládá od nejjižnějšího výběžku Moravy, podél hranic se Slovenskem až k Uherskému Hradišti. V jižní části Slovácka se nachází Podluží a Mutěnicko. Strážnicko, Veselsko a Blatnicko se nachází na východní straně a kyjovské vinohrady jsou situované v jižních kopcích Ždánického lesa a Chřibů. Uherskohradištsko se vyznačuje severským rázem s nejseverněji položenými vinicemi. V této oblasti se daří Ryzlinku rýnskému, Rulandskému bílému i šedému, Müller Thurgau a Muškátu moravskému. Z modrých odrůd se nejvíce pěstuje Frankovka, Svatovavřínecké, Zweigeltrebe, Cabernet Moravia. [Baker, 2008, str. 27-30]

Tab. 3: Vinohradnictví na Slovácku

	Slovácká podoblast
Počet vinařských obcí	115
Počet pěstitelů	8408
Počet viničních tratí	407
Výměra vinic (ha)	4335

zdroj: Situační a výhledová zpráva réva vinná, víno duben 2009, MZČR

- Turisticky atraktivní cíle

zámek Milovice,

Batův kanál,

Břeclav,

Uherské Hradiště – Slovácké muzeum,

Kyjov,

Velehrad,

Archoskanzen Modrá,

hrad Buchlov,

zámek Buchlovice,

hrad Cimburk u Koryčan,

Hodonín,

Kuželov – větrný mlýn,

Mikulčice – slovanské hradiště,

Toporná – soubor lidových staveb,

Památník Velké Moravy „Na Valách“

- Vinařsky atraktivní cíle

Areál vinných sklepů Plže

Blatnice pod sv. Antonínkem

Mutěnice

Vinařské budy v trati Kojiny pod Starou horou

Areál vinných sklepů Nechory

Skanzen Strážnice, Ústav lidové kultury

Kyjov

Uherské Hradiště – Mařatické vinohrady

Bzenec

Prušánky a Nechory

2.10 Vinařská podoblast Mikulovská

Mikulovská podoblast je charakteristická vápencovými elevancemi Pavlovských vrchů. Podle nálezů slovanského osídlení lze datovat první zprávy o pěstování vinné révy na Mikulovsku. První vinice byly založeny římskými legionáři a nejvíce se vinařství rozvíjelo za dob Velkomoravské říše. K největšímu rozvoji vinařství vůbec došlo po roce 1249, kdy se Mikulovsko a Valticko stalo součástí panství rodu Lichtenštejnů a obchod s vínem byl zdrojem příjmů šlechty a měšťanů. Dnes je Mikulovsko přitažlivou oblastí nejenom pěstováním vína, ale i pravěkou historií. Poblíž obce Věstonice se nachází známé archeologické naleziště z období lovců mamutů, které se nazývá pravěké Pompeje. Dolní Věstonice jsou proslaveny soškou Věstonické Venuše, jejíž cena dodnes nebyla vyčíslena.

Na vápenitých podložích Pálavy se daří Ryzlinku vlašskému a Veltlínskému zelenému, Chardoney a Sauvignonu, Rulandskému bílému i šedému. Červená vína reprezentují Rulandské modré a Frankovka, Svatovavřínecké. Vyšlechtěna byla světle modrá odrůda Neronetu.

Přes 30 let se ve Valticích začátkem května koná jedna z nejprestižnějších tuzemských přehlídek vín. Nejedná se jen o soutěž vinařů, ale i společenskou událost – Valtické vinné trhy. [Obůrková, 2009]

Tab. 4: Vinohradnictví na Mikulovsku

	Mikulovská podoblast
Počet vinařských obcí	30
Počet pěstitelů	2499
Počet viničních tratí	182
Výměra vinic (ha)	4454

zdroj: Situační a výhledová zpráva réva vinná, víno duben 2009, MZČR

- Turisticky atraktivní cíle

město Mikulov,

město Valtice,

město Lednice na Moravě,

akvárium Malawi,

CHKO Pálava

jeskyně na Turoldu,

archeologická expozice Dolní Věstonice,

rekreační oblast Pasohlávky,

Novomlýnské nádrže,

Lednicko-valtický areál

Svatý kopeček

- Vinařsky atraktivní cíle

Valtice - Salon vín České republiky, Zámecký a křížový sklep

Vinařská expozice na zámku v Mikulově

Obecní vinotéka v Pavlově

Vinařská obec Sedlec

Šlechtická stanice Perná

2.11 Vinařská podoblast Znojemská

První vinice ve vinařském kraji založila v druhém století našeho letopočtu legie císaře Marca Aurelia. Dokazují to archeologické nálezy. Nejstaršími svědky historie znojemského vinařství jsou klášterní kroniky a listiny českých panovníků. Jedním

ze vzácných dokumentů je listina, kde Jan Lucemburský povolil městu Znojmu obchod se solí a vínem, tedy stejné právo prodeje, jaké v té době mělo Brno. Znojmo získalo postupně řadu privilegií a znojemská vína se často objevovala na hodovních tabulích českých králů, ba dokonce u Habsburského císařského dvora ve Vídni. Znojmsko je nejzápadnější moravskou vinařskou oblastí s ideálními přírodními i klimatickými podmínkami, které dodávají vínu kořenitou chuť. Středověké tradice se připomínají každoročně - Znojemské historické vinobraní v polovině září, doprovázené ochutnávkou vín, průvodem, jarmarky, rytířskými turnaji a dalšími akcemi.

Typickou odrůdou pro tuto podoblast je Veltlínské zelené, dále Müller Thurgau, Sauvignon, Ryzlink rýnský, Pálava, Muškát moravský, Chardoney. Menší je však podíl modrých odrůd – Svatovavřínecké, Zweigeltrebe, Rulandské modré. [Obůrková, 2009]

Tab. 5: Vinohradnictví na Znojmsku

	Znojemská podoblast
Počet vinařských obcí	91
Počet pěstitelů	1140
Počet viničních tratí	224
Výměra vinic (ha)	3156

zdroj: Situační a výhledová zpráva réva vinná, víno duben 2009, MZČR

- Turisticky atraktivní cíle

město Znojmo,

Národní park Podyjí,

Dolní Kounice – zřícenina kláštera Rosa Coeli,

Moravský Krumlov – kolekce monumentálních obrazů Alfonze Muchy na zámku

Ivančice,

Rajhrad,

Slup – technická památka renesanční vodní mlýn s expozicí,

Šatov,

zámek Vranov nad Dyjí,

hrad Bítov,

zřícenina hradu Cornštejn

- Vinařsky atraktivní cíle

Loucký klášter – Muzeum vinařství a bednářství

Vinice Šobes v Národním parku Podyjí

Malovaný sklep, Moravský sklípek v Šatově

Křížový sklep v Příměticích

Genofond vinné révy ČR

2.12 Moravské vinařské stezky

2.12.1 Původní projekt

Prvotní ideu o vinařské turistice a trasách propojujících vinařské sklepy na jižní Moravě měla Ing. Eliška Zimová a doc. Ing.,- arch. Jiří Low, jejichž představy vycházely jak ze zahraničních zkušeností z (Rakouska, Německa, Francie), tak i znalostí místních poměrů. S návrhem založit Sdružení vinařských obcí oslovili starosty jedenácti vinařských obcí. Toto sdružení poté v roce 1997 požádalo Program PHARE (rozvoj malého podnikání) o počáteční kapitál k rozvinutí projektu vinařské turistiky. Prvním zpracovatelem projektu se stala firma Low & spol.,s.r.o. z Brna a koordinátorem projektu byl Ing. Juraj Flamik. Projekt vznikl pod názvem vinařské obce a stezky jihomoravského příhraničí v září 1997.

Po vyčerpání finančních prostředků z PHARE a dokončení projektu se aktivity na ¾ roku zastavily do doby, kdy koordinátorství převzala nezisková organizace Nadace partnerství (2000) s programem Greenway – Zelené stezky.

Manažerem projektu je pan Jan Grombíř, koordinátorem Nadace partnerství a národní koordinátor Ing. Juraj Flamík.

Moravské vinařské stezky je dlouhodobý projekt, vytvořen za účelem ochrany kulturního dědictví a rozvoje vinařské turistiky na jižní Moravě. Je realizován od roku 1999 ve spolupráci s 280 vinařskými obcemi a dalšími partnery. Rozsahem a posláním se jedná o unikátní síť regionálních cyklistických tras, spojující vinařství a památky na jižní Moravě. Všechny z deseti okruhů jsou propojeny pátevní Moravskou vinnou stezkou a celková trasa sítě vinařských cyklostezek činí 1200 km. Na směrových a informačních tabulích je znázorněno logo Moravských vinařských stezek, každá stezka má svoji barvu. Zpravidla v každé z vinařských obcí jsou umístěny informační panely

s mapou tras v dané oblasti. Návštěvníci tak mají možnost jednodenních či více denních výletů za poznáním folkloru, památek i vína. Trasy jsou navrženy s ohledem na atraktivitu krajiny, polohu vinných sklepů, malebnost vinic a rozlišeny podle frekvence motorové dopravy, podle kvality povrchu a většinou vedou po vedlejších silnicích, polních či lesních cestách, přes vinice a sady. Podle koordinátorů projektu Moravských vinařských stezek je *„vinařská turistika přímo svázána s úctou ke krajině, zachováním lidových tradic a obnovou kulturního dědictví spojeného s vinařstvím.“* Síť cyklostezek a naučných stezek je pouze částí celého projektu, který je orientován na zlepšení infrastruktury, nabídky služeb a turistických cílů v regionu. [5] Viz příloha B - obr. 1 a obr. 2

2.12.2 Hlavní cíle projektu

Cíle projektu podle koordinátorů projektů jsou úzce spjatý s ekonomickou, sociální i kulturní sférou života místních obyvatel. Zaměřují se na:

- vytvoření nových pracovních příležitostí pro obyvatele
- rozšíření turistických produktů a služeb v souladu s udržitelným rozvoje venkova
- zachování tradic vinařství a zapojení vinařů do turistických služeb
- záchranu kulturního dědictví, obnovu památek, lidových staveb, místních tradic
- zlepšení životního prostředí – ozdravení a zkrášlení krajiny a lidských sídel
- cílenou profesní přípravu místních lidí pro služby v turistice
- trvalé zvyšování kvality produktů a poskytování služeb [6]

2.13 Charakteristika jednotlivých vinařských stezek

Veškeré informace a charakteristiky Moravských vinařských stezek pochází ze stejného zdroje - internetového portálu Moravské vinařské stezky [7], Vína z Moravy [8] a informačních materiálů Národního vinařského centra [Obůrková, 2009]. Citovány jsou pouze informace, které nepochází z výše uvedených zdrojů.

Moravská vinná stezka

Je páteční trasou sítě regionálních cyklistických tras. Vinařská magistrála vede mezi Znojmem, prochází Mikulovem, Hustopečemi, Velkými Pavlovicemi, Mutěnicemi,

Bzencem až do Uherského Hradiště. Stezka je značená červeně, prochází všemi moravskými vinařskými podoblastmi a protíná sedm z deseti okruhů Moravských vinařských stezek. Na trase leží 70 vinařských obcí, významné památky, ať už architektonické nebo historické, včetně chráněných přírodních lokalit. Délka trasy je 290 km.

Kyjovská vinařská stezka

Bývalá Kyjovská vinařská oblast je součástí podoblasti Slovácko a vyznačuje se bohatým odrůdovým sortimentem. Trasa stezky je 85 km dlouhá, netvoří uzavřený okruh, svým průběhem kopíruje a navazuje na Bzeneckou, Velkopavlovickou, Mutěnickou vinařskou stezku. Je charakteristická kopcovitým profilem a doporučuje se zkušeným cyklistům. 70 % tvoří silnice 3.-třídy, 30 % lesní a polní cesty. Maximální převýšení je 250 m. Stezka je značena zelenou barvou. Je význačná pro svoji pestrost a biologickou hodnotu krajiny. Viz příloha B.3 - obr. 3

Zajímavosti a turistické cíle na Kyjovské vinařské stezce

Kyjov

Město je centrem lidové kultury Slovácka a působí zde celá řada muzik a souborů. Jednou za čtyři roky se zde koná folklórní festival Slovácký rok, který patří k nejvýznamnějším národopisným slavnostem na Jižní Moravě. K vyhledávaným turistickým cílům patří soubor památek moderní architektury z 1. -poloviny 20.století, renesanční radnice, zámek s grafitovou výzdobou, který je dnes sídlem Vlastivědného muzea s etnografickými expozicemi, Jsou zde čtyři galerie, řada kostelů a kaplí. [9]

Bukovany a Bukovský mlýn

V obci se nachází výstavní síň s malým muzeem a exponáty z historie Bukovan.

Ždánice

Nachází se zde Vrbasovo muzeum s rozsáhlou expozicí, kde je soustředěna řada kuriozit a památek z napoleonských válek.

Žarošice

Po bitvě u Slavkova tady nocoval rakouský císař a ruský car.

Vlkoš

Obec je známá svými uličkami sklepů zvané Búdy.

Zdravice

Obec, kde byl dne 26. dubna 1616 vysvěcen na kněze Jan Amos Komenský.

Skalka

Obcí prochází stezka podél kolonie vinných sklepů Skoroňské budy.

Moravany, Kostelec, Čeložnice

Obce jsou známé pro prameny Kolomaznice a Smrdávka, jedná se o sirný pramen.

Vinařské cíle

Čejč, Hovorany, Kyjov,

Strážnická vinařská stezka

Stezka je z velké části rovinatá, vede Dolnomoravským úvalem směrem na východ, kde se zvedá v podhůří Bílých Karpat. Nejdelší úsek prochází zvlněnou Hluckou pahorkatinou. Trasa je dlouhá 101 km, z toho 80 % tvoří silnice 3.- třídy, 20 % zpevněné nebo travnaté polní cesty. Maximální převýšení činí 150 m. Strážnická vinařská stezka je modré barvy. Stezka se bohatě větví a propojuje s vinařskou stezkou Podluží. Délka stezky a bohatá kulturní nabídka vinařských zážitků vyžaduje na zdolání Strážnického okruhu asi dva dny. Viz příloha B.4 – obr. 4

Zajímavosti a turistické cíle na Strážnické vinařské stezce

Strážnice

Město patří k nejvyhledávanějším místům Slovácka. Nachází se zde skanzen Muzeum vesnice jihovýchodní Moravy. Jeho součástí je soubor vinohradnických staveb

s originálním vnitřním zařízením a vinohradem. Mezi další památky patří židovský hřbitov, novorenesanční zámek se sbírkou lidových hudebních nástrojů.

Tvarožná Lhota

V obci je muzeum oskeruší, muzeum kopaničářských roubených staveb, salaš.

Blatnice pod sv. Antonínkem

Nachází se zde památková rezervace lisoven a vinných sklepů v trati Stará hora, poutní kaple sv. Antonína Paduánského na Blatnické hoře. Obec proslavilo známkové víno Blatnický Roháč, které obdrželo medaili na Světové výstavě v Paříži roce 1896.

Petrov

Obec vyniká areálem vinných sklepů s výtvarným charakterem. Soubor sklípků s bílou vápennou ličkou a modrou podrovnávkou tvoří mimořádně hodnotný soubor, který byl v roce 1983 vyhlášen první vesnickou památkovou rezervací v České republice. Vinařské mini městečko tvoří devět desítek starých sklípků a historické prameny je zmiňují již v 15.století, kdy v nich místní lidé hledali úkryt při válečných událostech.
[10]

Veselí nad Moravou

Město s bohatou historií a památkami, jako je empírový zámek s anglickým parkem a exotickými dřevinami, vodní elektrárna na řece Moravě – technická památka z počátku 20. století.

Vinařské cíle

Blatnice pod Svatým Antonínkem, Blatnička, Boršice u Blatnice, Lipov, Petrov, Strážnice, Uherský Ostroh,

Brněnská vinařská stezka

Brněnská vinařská stezka prochází severním okrajem Velkopavlovické vinařské podoblasti, okrajovou oblastí přes Rajhrad, Židlochovice, Slavkov. Hustá síť vinařských tras jihovýchodně od Brna je spíše vzpomínka na vinařskou proslulost kraje v minulosti. Délka trasy činí 130 km a prochází Velkopavlovickou a Znojenskou podoblastí. Je

značena tmavě zelenou barvou. Stezka nabízí pozvolné putování krajinou, začíná v Moravanech, značně se větví a navazuje na Velkopavlovickou vinařskou stezku, trasa vede až do Slavkova u Brna. Viz příloha B.5 – obr. 5

Zajímavosti a turistické cíle na brněnské vinařské stezce

Slavkov u Brna a Slavkovské bojiště

Město je známé především bitvou Tří císařů, která se odehrála v přilehlém okolí města Slavkova v roce 1805. Historické jádro města je městskou památkovou rezervací a oblast Slavkovského bojiště je krajinnou památkovou rezervací. Mezi turistické zajímavosti patří barokní Slavkovský zámek, chrám Vzkříšení Páně, Židovská synagoga, Židovský hřbitov, hrobka Kouniců, kaple sv. Urbana. Mezi památky Slavkovského bojiště se řadí Mohyla míru, muzeum Brněnska, Stará pošta u Pozořic, návrší Žuráň a pahorek Santon nad obcí Tvarožná. [11]

Dolní Kounice

Vynikají zříceninou gotického kláštera Rosa Coeli. Pozoruhodná je zde i židovská čtvrť se hřbitovem a synagogou, v níž je umístěna expozice, která je věnovaná historii židovské obce.

Těšany

V obci je k vidění expozice kovářství a kolářství v místní zachovalé kovárně, která pochází z 14. století.

Vinařské cíle

Blučina, Ivaň, Pohořelice, Příbice, Rajhrad, Telnice, Vranovice

Uhersko-hradišťská vinařská stezka

Trasa vede mírně zvlněnou pahorkatinou, po klidných silnicích v blízkosti řeky Moravy a je vhodná pro celodenní rodinné výlety. Přijdou si zde na své milovníci vína, lidové architektury, historie i přírodních památek. Fialově značená trasa je 75 km dlouhá. Napojuje se na páteřní Moravskou stezku i Strážnickou vinařskou stezku. Viz příloha B.6 – obr. 6

Zajímavosti a turistické cíle na Uhersko-hradištské vinařské stezce

Uherské Hradiště

Město je středem Slovácka, proslulé folklorem, cimbálovou muzikou, kroji a lidovými tradicemi. Lidové kultuře je věnována stálá expozice ve Slováckém muzeu. Každoročně se zde konají Slovácké slavnosti vína, Letní filmová škola – druhý největší filmový festival v České republice. Mezi vinařské zajímavosti se řadí vinohrady s vinnými búdami a měšťanské vinné sklepy v městské části Mařatice.

Vinařské cíle

Uherské Hradiště –Mařatické vinohrady, Polešovice, Uherský Ostroh

Bzenecká vinařská stezka

Stezka vede částečně Kyjovskou pahorkatinou, pozvolna přechází v Dolnomoravský úval. Je nejkratší vinařskou stezkou, 26 km dlouhá, 180 m je maximální převýšení a z 90 % ji tvoří klidné silnice 3. třídy a zpevněné terénní úseky. Trasa je značena šedě a navazuje na Kyjovskou, Uherskohradištskou a Strážnickou vinařskou stezku, část stezky vede souběžně s pátevní Moravskou vinnou stezkou. Bzenecká vinařská oblast je součástí podoblasti Slovácko. Nejvyšším bodem trasy je Újezdec 380 m.n.m. Viz příloha B.7 – obr. 7

Zajímavosti a turistické cíle na Bzenecké vinařské stezce

Bzenec

Obec s vinařskou historií, kde vzniklo jedno z prvních vinařských družstev. Bzenec proslavilo známkové víno Bzenecká lipka a je zde muzeum s tradicí vinařství.

Vinařské cíle

Bzenec, Vážany,

Mikulovská vinařská stezka

Trasa stezky rámuje Mikulovskou podoblast, je 82 km dlouhá. Jižní část okruhu vede Lednicko-valtickým areálem přes Valtice, po bývalých vojenských signálkách (silnice

podél bývalé železné opony) a silnicích 3. - třídy. Severní úsek vede místy osídlenými od počátku lidské existence a okolím vodních nádrží Nové Mlýny. Trasa tvoří uzavřený okruh, povrchem i profilem je vhodná pro všechny cyklisty. Viz příloha B.8 – obr. 8

Zajímavosti a turistické cíle na Mikulovské vinařské stezce

Mikulov

Město se řadí mezi nejvýznamnější vinařská střediska na Moravě. V regionálním muzeu Mikulova, které je situované na zdejším barokním zámku, je kuriozitou obrovský desátkový sud z roku 1643 o objemu 1014 hektolitřů a je nejstarším ve střední Evropě. Město bylo po staletí centrem moravských Židů a to dokládá i soubor židovských památek např. Horní synagoga. Jednou z dominant města je vápencový vrch s barokním poutním kostelem sv. Šebestiána a křížovou cestou.

Lednicko-valtický areál

Areál se rozkládá mezi Lednicí a Valticemi a od roku 1996 je zapsán na Seznamu světového dědictví UNESCO, jako nejrozsáhlejší umělecky ztvárněná krajina na světě. Jedná se o soubor šlechtických sídel s parky, zahradami, rybníky, řekami a lesy, lovecké záměčky, kolonády a kaple. Výchozím místem je zámecký areál v Lednici. Zámek je ve stylu anglické tudorovské novogotiky, součástí je mořské akvárium Malawi a palmový skleník, vyhlídkové plavby k Minaretu a Janohradu.

Pavlov

Vinařská obec s vinařskými domy ve stylu selského baroka. Tradičně se zde organizuje jarní výstava vín, Léto otevřených sklepů a listopadový Den otevřených sklepů.

Dolní Věstonice

Obec s doklady o nejstarším osídlení jižní Moravy, archeologické naleziště, kde byla nalezena soška Věstonické Venuše.

Vinařské cíle

Brod nad Dyjí, Dolní Věstonice, Ivaň, Lednice, Mikulov, Milovice, Novosedly, Nový Přerov, Pasohlávky, Pavlov, Sedlec, Valtice

Mutěnická vinařská stezka

Stezka prochází bývalou Mutěnickou vinařskou oblastí, je dlouhá 65 km, vede mírně zvlněnou Kyjovskou pahorkatinou, přes sady a vinice, pole, 90 % tvoří zpevněný polní povrch a maximální převýšení je 100 m. Trasa má tvar ležaté osmičky, proto si turisté mohou zvolit jeden ze dvou menších okruhů. Mutěnicko je součástí Slovácka a půvab stezky se nejvíce ocení na podzim v období vinobraní, lidových slavností a hodů. Viz obr. 9 příloha B.9 – obr. 9

Zajímavosti a turistické cíle na Mutěnické vinařské stezce

Mutěnice

Jsou největší vinařskou obcí Slovácké podoblasti. Téměř každá rodina vlastní vinohrad a vinný sklep. Raritou obce je 500 vinných sklepů zvané Búdy, které tvoří samostatnou čtvrť obce. Nejznámější akcí jsou Mutěnické vinařské dny s tradiční ochutnávkou vín a burčáku na začátku září.

Čejč

Dříve měla obec právo vařit a prodávat pivo. Dnes se vinařská tradice soustřeďuje v lokalitě Pod Búdama.

Milovice

Nachází se zde barokní zámek, nazývaný Perla jihovýchodní Moravy a sklepní kolonie Šidleny, areál 250 vinných sklepů.

Vinařské cíle

Čejč, Dubňany, Hovorany, Milovice, Mutěnice, Svatobořice-Mistřín

Vinařská stezka Podluží

Trasa vinařské stezky je pestrá, střídají se silnice s úseky mezi vinicemi, lesem a je 115 km dlouhá. Jižní část stezky začíná v Břeclavi, vede přes dvě slovanská sídliště – Pohansko a Valy u Mikulčic, severní okraj stezky dosahuje až na Slovácko. Stezka je značena žlutě. Viz příloha B.10 – obr. 1

Zajímavosti a turistické cíle na vinařské stezce Podluží

Břeclav

Město je vstupní bránou do Lednicko-valtického areálu. Bylo prvním místem osídlení Slovanů.

Hodonín

Leží v jihovýchodní části Moravy, ve vinorodém Dolnomoravském úvalu u česko-slovenských hranic. Patří k nejteplejším oblastem republiky. Hodonín je rodiště Tomáše Garrigue Masaryka. Oblast je proslulá vínem, lidovými kroji a folklorními tradicemi. Lázně Hodonín patří k nejmladším lázeňským zařízením. Mezi nejznámější akce patří Svatovavřínecké slavnosti konané v srpnu. [12]

Dolní Bojanovice

Obec se nachází v Dolnomoravském úvalu, nedaleko Hodonína. Pro obec je charakteristické nejen pěstování révy vinné, ale i udržování tradic a bohatý kulturní život. [13]

Vinařské cíle

Břeclav, Dubňany, Kostice, Ratíškovice, Týnec, Prušánky,

Velkopavlovická vinařská stezka

Severní část stezky vede okrajovou vinařskou oblastí jižně od Brna, pokračuje Dolnomoravským úvalem a kolem nádrže Nové Mlýny přes Lednicko-Valtický areál. Trasa je bohatě větvená a lze ji rozdělit na několik menších celků. Jedna z větví začínající v Židlochovicích končí v Čejkovicích a prochází přes vinařské obce Boleradice, Kobylí, Vrbice. Jižní větev vede přes největší vinařskou obec Velké Bílovice, Podivín, kde trasa vstupuje do Lednicko-Valtického areálu, přes Janohrad do Rakvic, Zaječí a centra vinařské oblasti Velkých Pavlovic, proslavených mimořádnou kvalitou červených vín. Délka trasy je 110 km. Velkopavlovickou stezku protíná Moravská páteřní stezka a navazuje na ni několik dalších stezek včetně tematických stezek Modré hory a Krajem André. Je značena světle modrou barvou. Viz příloha B.11 – obr. 11

Zajímavosti a turistické cíle na Velkopavlovické vinařské stezce

Velké Bílovice

Jsou městem lidových tradic, vína a ovoce, leží v okrese Břeclav v Dolnomoravském úvalu a jsou největší vinařskou obcí v České republice. 1/3 obyvatel obce se věnuje vinařství a pěstování vinné révy. Město má své historické folklorní tradice. [14]

Kobylí

Je čtvrtou největší vinařskou obcí ve Velkopavlovické podoblasti. Místní zajímavostí je sklepní ulička zvaná Suchořádská zmla, kde se nabízí ke koštování typická kobylská vína.

Zaječí

Dominantou vsi je impozantní kostel sv. Jana Křtitele, který stojí na kopci navazujícím na Přítluckou horu. Ves byla založena ve 13. století a kolonizována německým obyvatelstvem. Členitý terén a rozlehlost obce přispívá k rozmanitosti vín, stejně tak jako velký počet mladých a středních vinařů. [Stávek, 2008, str. 118]

Šakvice

Obec se nachází v blízkosti nádrže Nové Mlýny a je známá i za hranicemi dechovou hudbou. [Stávek, 2008, str. 103,104]

Boleradice

Obec je nyní známá svým ochotnickým divadelním souborem. Zdejší vinné sklepy jsou situovány pod rodinnými domy nebo v lokalitě Cihelna, kde se nachází komplex sklepů a místní vinaři zde sdílí prostor před sklepy společně a je zde možná ochutnávka místních vín. [Stávek, 2008, str. 66]

Hustopeče

Lidová etymologie vysvětluje název města husto-peče, jako narážku na teplé podnebí a nedostatek stínu. Město bylo už v pozdním středověku největší vinařskou obcí na Moravě. Vinařská ulice pod Křížovým vrchem patří k nejstarším sklepním lokalitám. [Stávek, 2008, str. 78,79]

Vinařské cíle

Hustopeče, Kobylí na Moravě, Krumvíř, Kurdějov, Nosislav, Rakvice, Starovice, Šitbořice, Velké Bílovice, Velké Němčičky, Vrbice, Zaječí

Znojemská vinařská stezka

Je nejdelší vinařskou stezkou a spojuje 55 vinařských obcí. Délka trasy činí 165 km po rovných úsecích silnic, mezi poli, vinicemi a kolem řeky Dyje pro náročnější cyklisty. Trasa je značená tmavě zelenou barvou a vede přes nejznámější vinařské obce – Šaldorf, Hranice, Šatov, Chvalovice, Vrbovec, Jaroslavice, Olbramovice. Viz příloha B.12 – obr. 12

Zajímavosti a turistické cíle na Velkopavlovické vinařské stezce

Znojmo

Královské město, kde se v období Velkomoravské říše rozkládalo jedno z největších Velkomoravských hradišť. Současný renesanční ráz získalo přestavbou po ničivém požáru. Nejvýznamnější historickou památkou Znojma je rotunda sv. Kateřiny, jejíž malby zachycují počátky české státnosti. Mezi další památky patří Znojemský hrad, Znojenské podzemí, Minoritský klášter, Vlkova věž, Kostel sv. Mikuláše, sv. Michala, sv. Jana Křtitele, sv. Kříže, sv. Alžběty, sv. Hypolita, Premonstrátský klášter a další.

Moravský Krumlov

Je druhým největším městem na Znojemsku a nachází se zde k shlédnutí Slovanská epopej secesního malíře Alfonse Muchy.

Loucký klášter

Řadí se k nejvýznamnějším klášterním komplexům ve střední Evropě a po staletí je centrem uměleckého, hospodářského a duchovního života znojemského regionu. Nachází se zde prodejna vín, galerie výtvarných děl a muzeum vinařství a bednářství.

Malovaný sklep v Šatově

Vinný sklep je vyzdobený fantastickými plastickými malbami mořských panen, trpaslíků a alpských krajin. Sklep je vyhloubený v pískovcovém svahu. Nikdy se zde

víno nevyrábělo ani neskladovalo. Od počátku měl sloužit jako vinárna. Výzdoba je dílem Maxmiliána Appaltauera, šatovského rodáka, lidového umělce.

Národní park Podyjí a vinice Šobes

Leží v hlubokém údolí Dyje, v srdci Národního parku (dále jen NP) Podyjí. Vinice Šobes je jedna z nejstarších a patrně nejlépe situovaných evropských vinic. Šobes patří k nejcennějším lokalitám NP Podyjí. Národní park je nejmenším a druhým nejmladším v České republice, vyhlášen roku 1992 o rozloze 62 m², táhne se v meandru řeky Dyje od Znojma až do Vranova nad Dyjí, kde navazuje na rekreační oblast Vranovské přehrady.

Vinařské cíle

Dobšice, Hnanice, Kuchařovice, Rybníky, Šatov – Moravský sklípek, Malovaný sklep, Vlasatice, Znojmo, Šobes, Staré vinice – Havraníky, Křížový sklep v Příměticích.
[Obůrková, 2010]

3 Experimentální část

3.1 Sběr primárních dat

Záměrem marketingového šetření bylo získat odpovědi od respondentů ze všech krajů České republiky (dále jen ČR), včetně cizinců, kteří v ČR žijí trvale. K vyhodnocení výzkumu jsem využila 100 vyplněných dotazníků z původních 175 dotazníků a to z důvodu, že následujících 75 dotazníků pocházelo od respondentů z Jihomoravského kraje. Pokud by byly i tyto informace zpracovány, výzkum by byl příliš nesouměrný a neobjektivní. Tudíž 25 respondentů pocházejících z Jihomoravského kraje jsem vybrala náhodně, podmínkou byl pouze odpovídající poměr muži / ženy, a aby byly zastoupeny všechny věkové kategorie. 75 % dotazovaných pochází z třinácti krajů ČR a jiných zemí a 25 % dotazovaných pochází z Jihomoravského kraje.

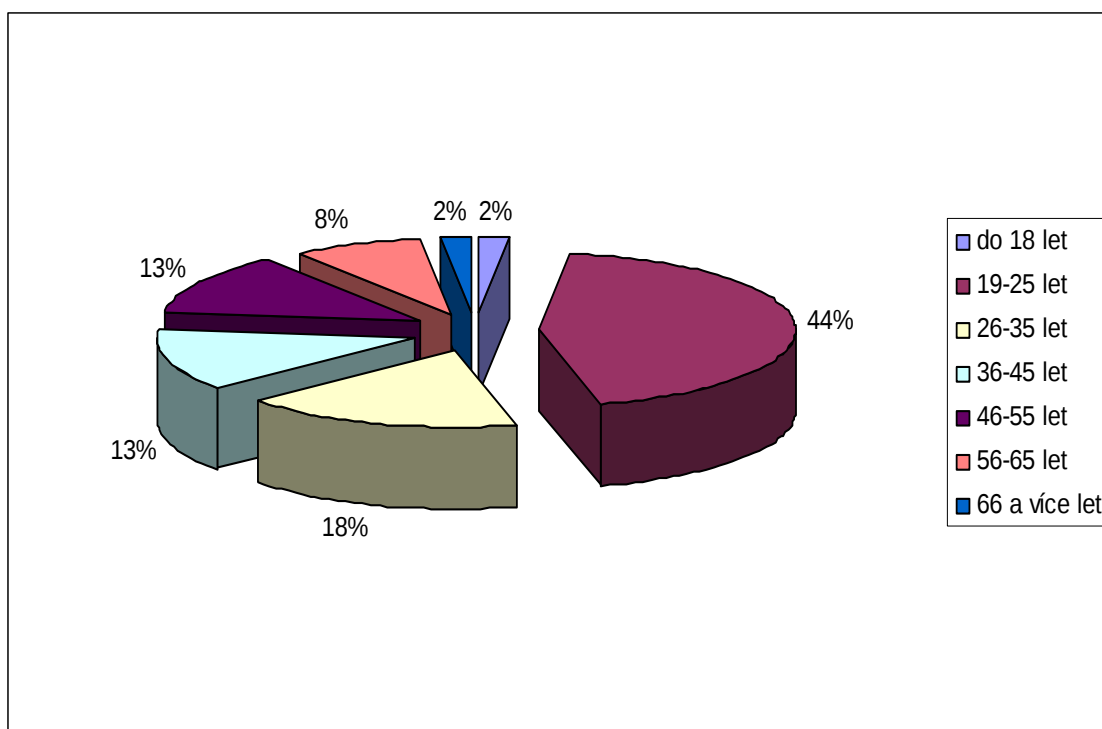
Marketingový výzkum jsem prováděla v intervalu měsíců září – listopad 2009. Dotazník obsahuje celkem 17 otázek, z nichž 13 je tematicky zaměřených a 4 otázky se zabývají demografickými údaji respondenta. 10 tematických otázek je uzavřených, čili je zde uvedena nabídka možností, 2 otázky jsou polootevřené, kdy poslední alternativa nabízí možnost doplnění a 1 otázka je hodnotící, kde respondenti hodnotí odpovědi podle svých preferencí.

Jednotlivé otázky jsem zpracovala do tabulek ve vztahu k věkovým skupinám nebo kraji, ze kterého respondenti pochází. Výsledky šetření jsem zpracovala graficky a ke každé otázce náleží slovní popis. Tabulky k jednotlivým grafům se nachází k nahlédnutí v příloze C.

3.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření

A) Věková struktura respondentů

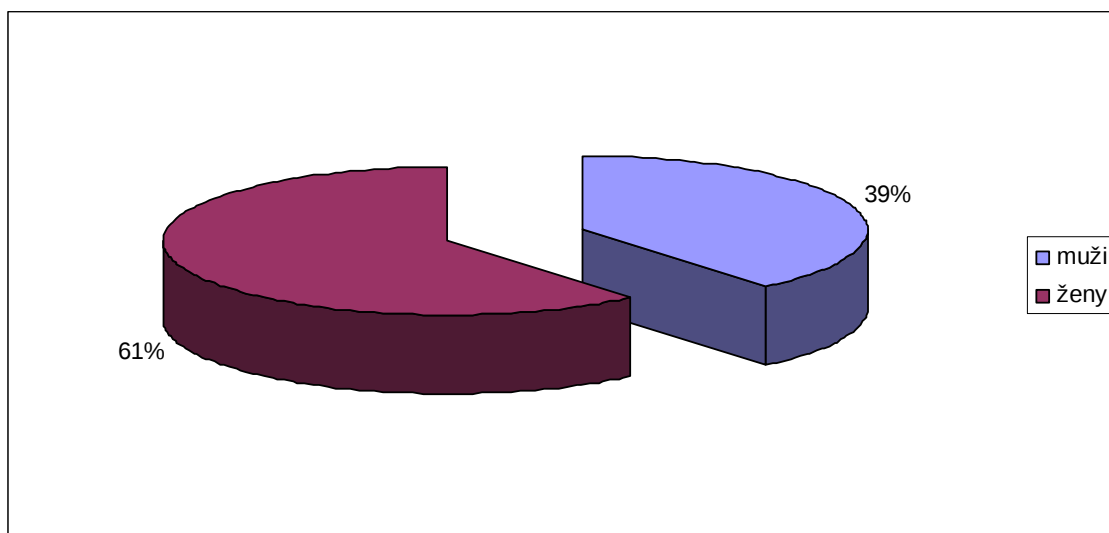
Graf 1 udává různorodé zastoupení věkových skupin respondentů. Nejčetnější podíl tvoří respondenti ve věku 19-25 let, tj. 44 %; druhou nejčetnější skupinou jsou respondenti od 26-35 let, tj. 18 %. Rovnoměrně zastoupenou skupinu tvoří lidé od 36-45 let a 46-55 let a to ze 13 %; 8 % respondentů bylo ve věku 56-65 let a nejméně četnou skupinu tvoří lidé do 18 let z 2 % a lidé starší 66 let z 2 %.



Graf 1: Věková struktura respondentů

B) Pohlaví

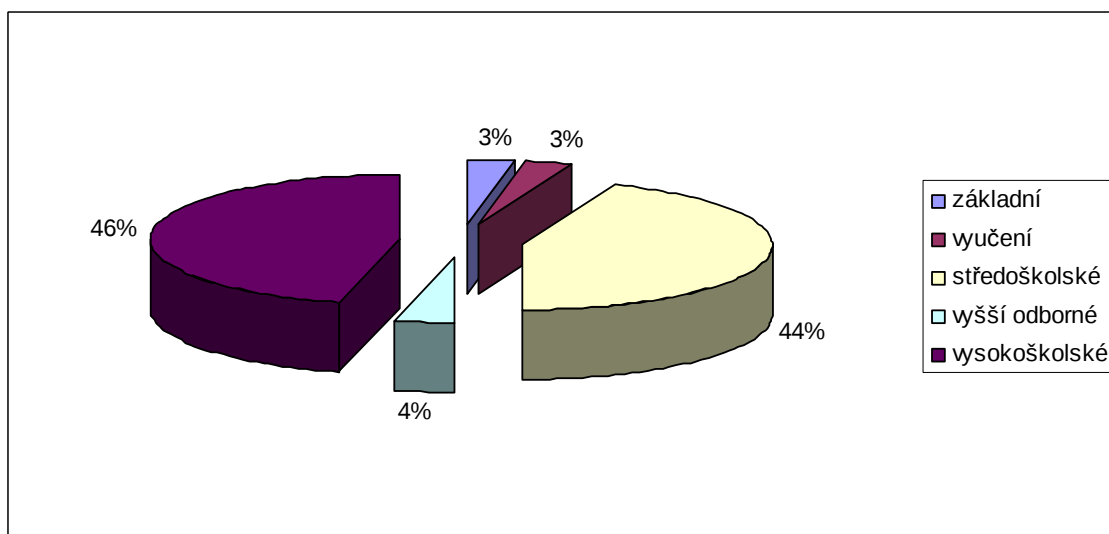
Graf 2 zobrazuje zastoupení mužů a žen, kteří byli osloveni při marketingovém výzkumu. Z celkového počtu 100 respondentů bylo osloveno 61 žen (61 %) a 39 mužů (39 %).



Graf 2: Pohlaví

C) Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů

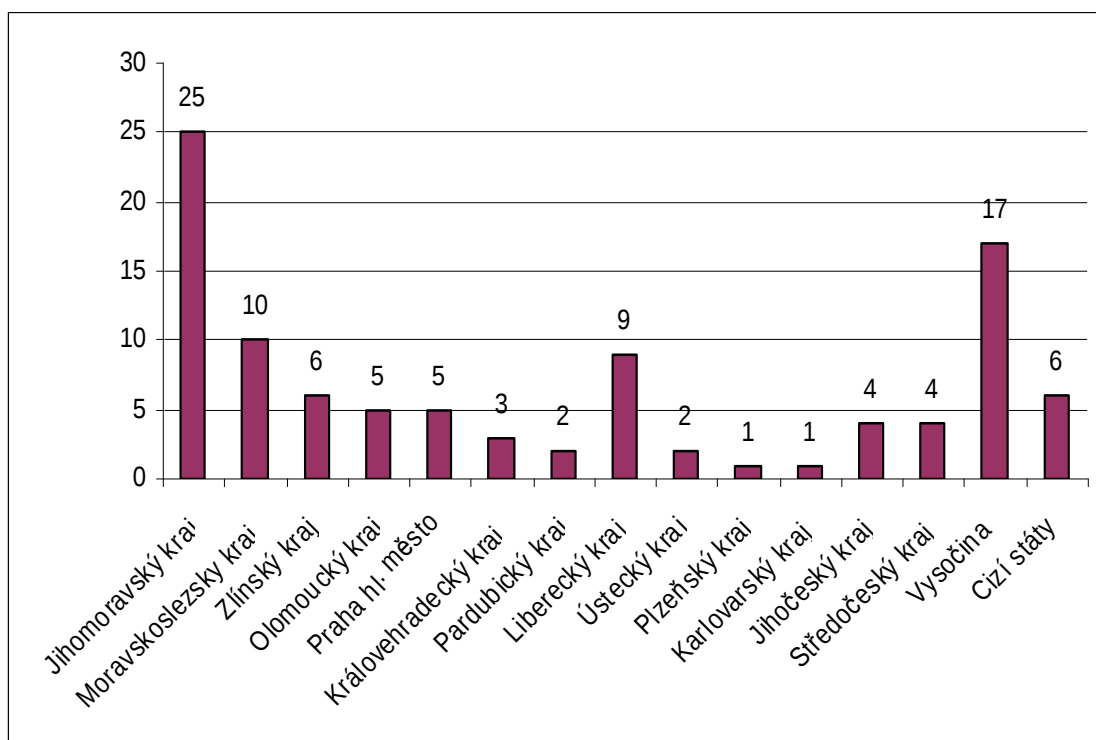
Graf 3 mapuje nejvyšší dosažené vzdělání všech dotazovaných. 46 % má vysokoškolské vzdělání, 44 % má středoškolské vzdělání, 4 % vystudovalo vyšší školu odbornou, 3 % dotazovaných jsou vyučení a 3 % mají pouze základní vzdělání.



Graf 3: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů

D) Struktura respondentů podle krajů v České republice

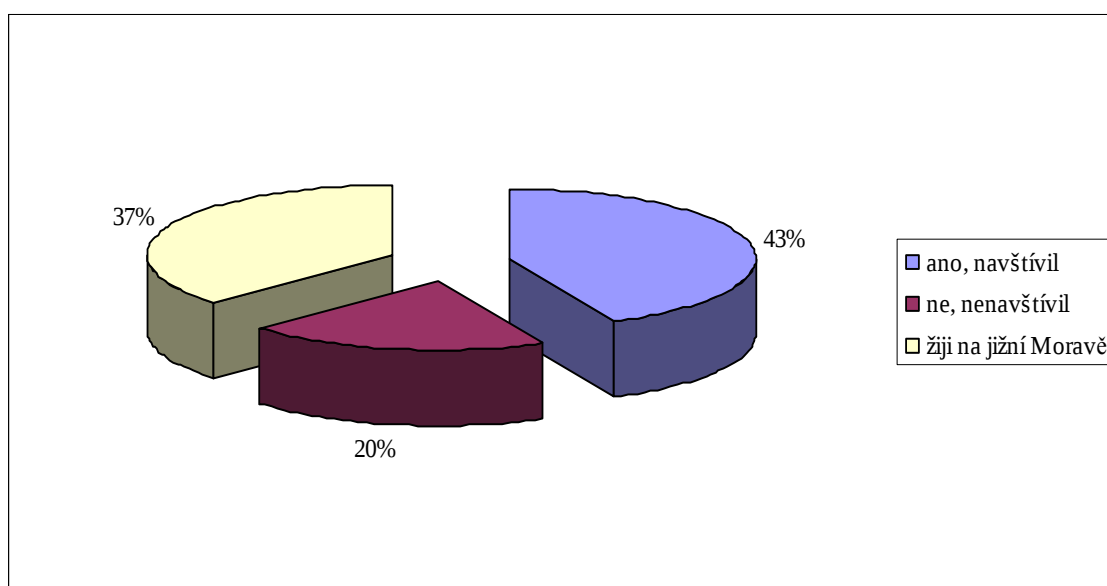
Graf 4 zobrazuje zastoupení jednotlivých krajů ČR respondenty při výzkumu. Jednoznačně nejvíce respondentů pochází z kraje Jihomoravského, i přestože jsem původní počet 100 respondentů eliminovala na 25 respondentů pro větší objektivnost (viz kapitola 3.1 Sběr primárních dat). 17 respondentů pochází z Vysočiny, 10 respondentů z Moravskoslezského kraje, 9 respondentů z Libereckého kraje, 6 respondentů z kraje Zlínského a také 6 dotazovaných z jiných států (Slovensko, Polsko, Řecko), 5 respondentů z Olomouckého kraje a hlavního města Prahy, 4 respondenti ze Středočeského kraje, rovněž i Jihočeského kraje. 2 respondenti pochází z Pardubického i Ústeckého kraje a pouze 1 respondent je z kraje Plzeňského a též 1 z Karlovarského.



Graf 4: Struktura respondentů podle krajů v České republice

1. Navštívil (a) jste v uplynulých dvou letech Jižní Moravu?

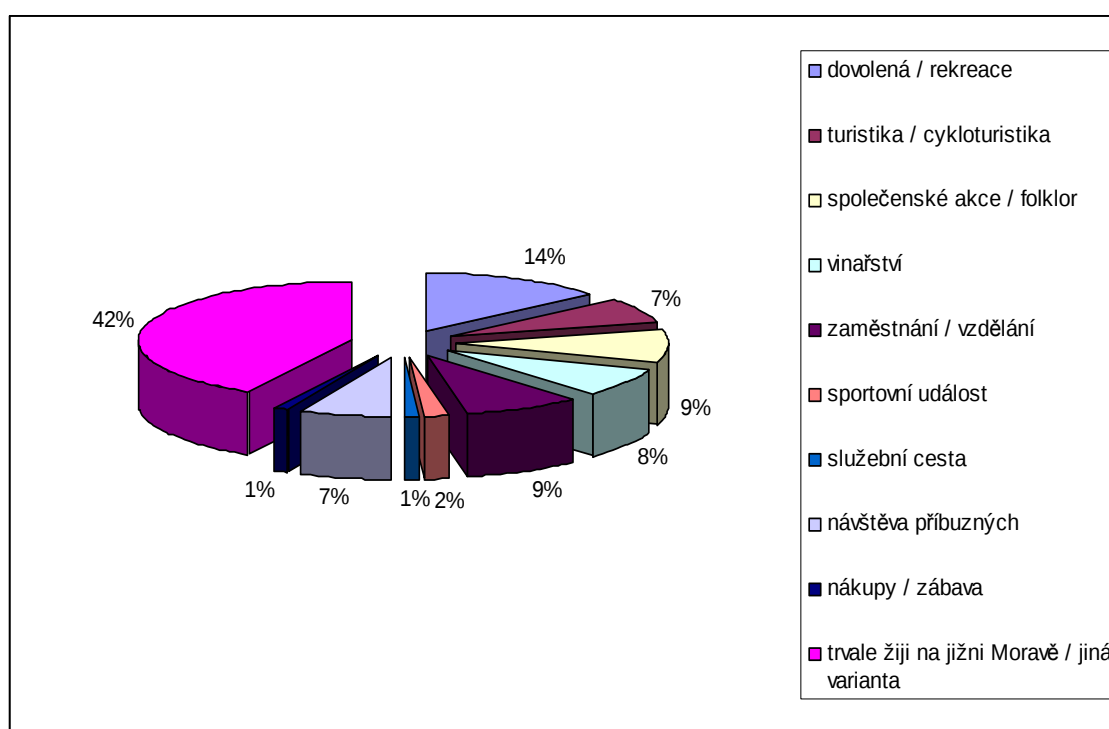
Otázka č.1 zjišťuje, kolik z dotazovaných respondentů navštívilo za uplynulé dva roky Jižní Moravu. Podle grafu vyplývá, že 43 % dotazovaných za poslední dva roky navštívilo Jižní Moravu, 20 % Jižní Moravu nenavštívilo vůbec a 37 % respondentů na Jižní Moravě žije, přičemž 25 osob z Jihomoravského kraje pochází a 12 osob z Jihomoravského kraje nepochází, ale přechodně zde žije.



Graf 5: Návštěvnost Jižní Moravy

2. V případě, že ano, jaký byl hlavní cíl Vaší návštěvy?

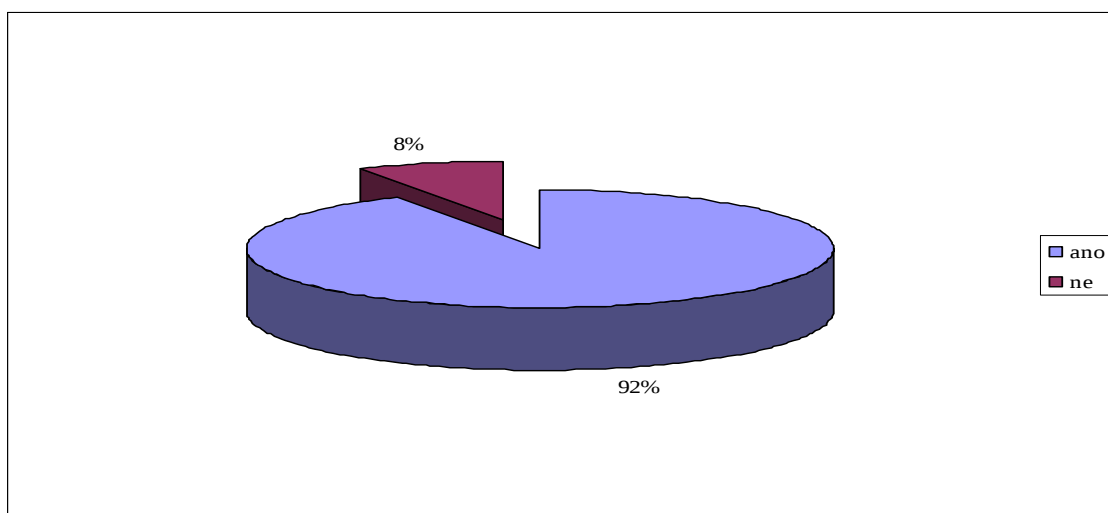
Otázka č. 2 navazuje na předchozí otázku a zjišťuje, jaký byl hlavní cíl návštěvy Jižní Moravy. 42 % dotazovaných se řadí mezi respondenty, kteří žijí na Jižní Moravě a neodpovídala jim žádná z uvedených odpovědí nebo Jižní Moravu nenavštívili (20 %; viz otázka č. 1), popřípadě sdílí jinou možnou variantu, která nebyla uvedena v nabídce. Pro 14 % respondentů byla hlavním cílem rekreace, pro 9 % respondentů byly cílem společenské akce a folklor, stejně tak odpovědělo i 9 % respondentů, kteří se vydali za vzděláním či zaměstnáním, 8 % respondentů přijelo za vinařstvím, pro 7 % respondentů byla hlavním cílem návštěva příbuzných, stejně tak ze 7 % turistika / cykloturistika, 2 % respondentů navštívily sportovní události, 1 % respondentů navštívilo Jižní Moravu za účelem služební cesty, stejně tak jako pro 1 % byly hlavním cílem nákupy a zábava. Pro přehlednější a přesnější zobrazení jsem údaje zpracovala v tabulce 8 – příloha C, podle kraje původu respondentů a pohlaví respondentů.



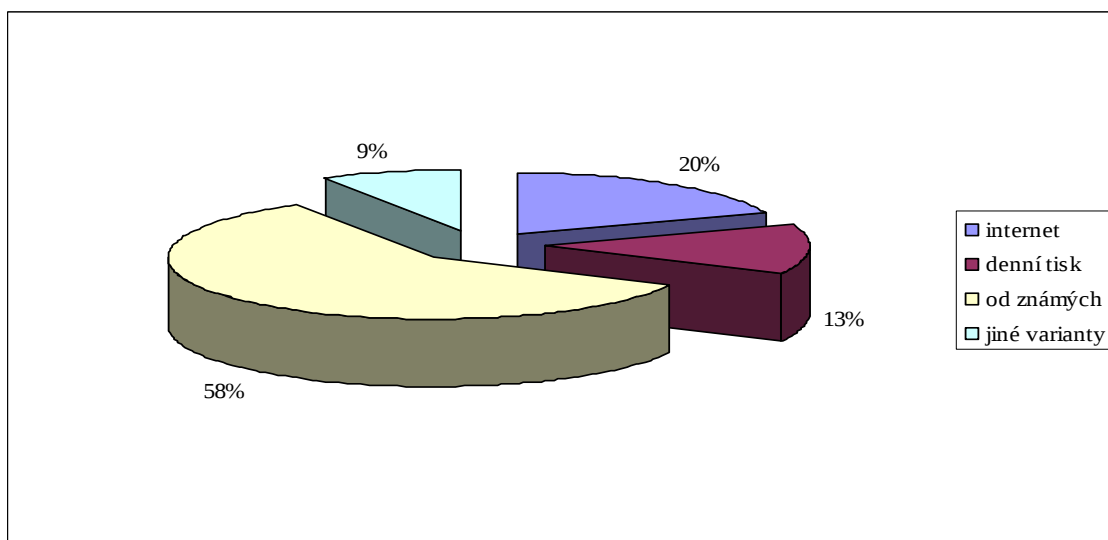
Graf 6: Hlavní cíl návštěvy Jižní Moravy

3. Na jižní Moravě se již několik let rozvíjí vinařská turistika. V rámci ní je možné navštívit vinné sklepy, vinařské stezky, folklorní akce, ochutnávky vín a akce s vínem spojené. Už jste slyšel (a) o vinařské turistice?

Otázka č. 3 zjišťuje, zda respondenti znají pojem vinařská turistika. Součástí je podotázka, která prověřuje, z kterých informačních zdrojů se respondenti o vinařské turistice dozvěděli. Otázku jsem zpracovala pro větší přehlednost podle krajů, odkud respondenti pocházejí v tabulce 9 – příloha C. 92 dotazovaných má vinařskou turistiku v povědomí a zná tento pojem. Pouze 8 respondentů o vinařské turistice ještě neslyšelo. Nejvíce dotazovaných 54 % se dozvědělo o této formě turismu od svých známých, 18 % z internetu, 12 % z denního tisku a 8 % z jiných zdrojů (rozhlas, televize, škola, reklamní materiály).



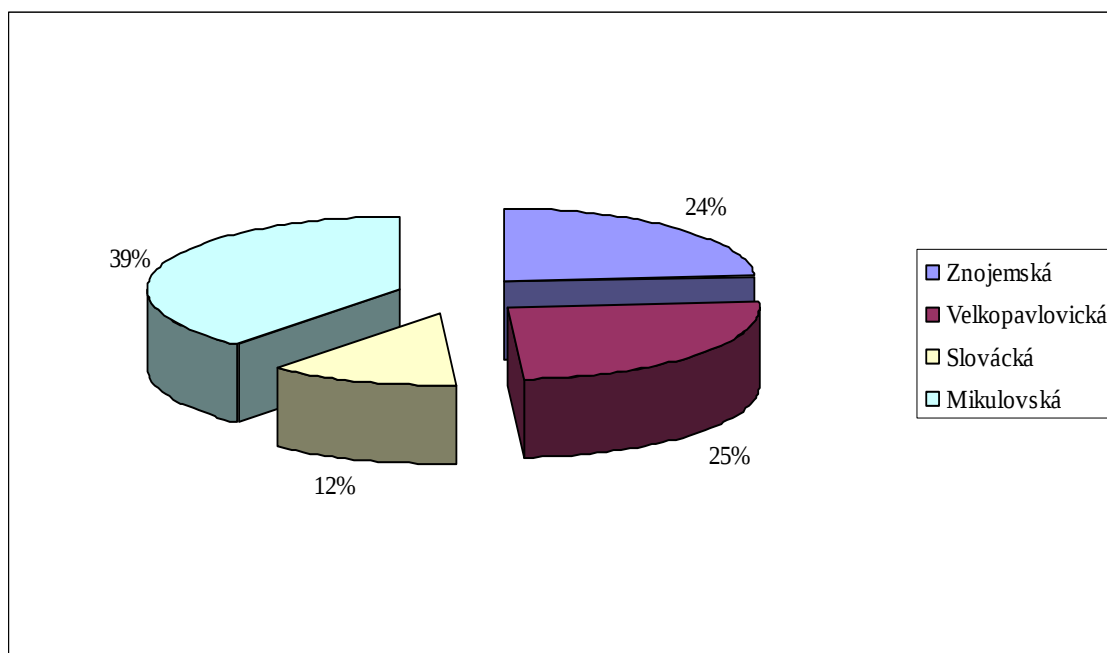
Graf 7: Povědomí respondentů o vinařské turistice



Graf 8: Informační zdroje

4. Pokud byste se rozhodnul (a) navštívit jednu z vinařských podoblastí, která by to byla nebo kterou navštěvujete nejčastěji / nejraději?

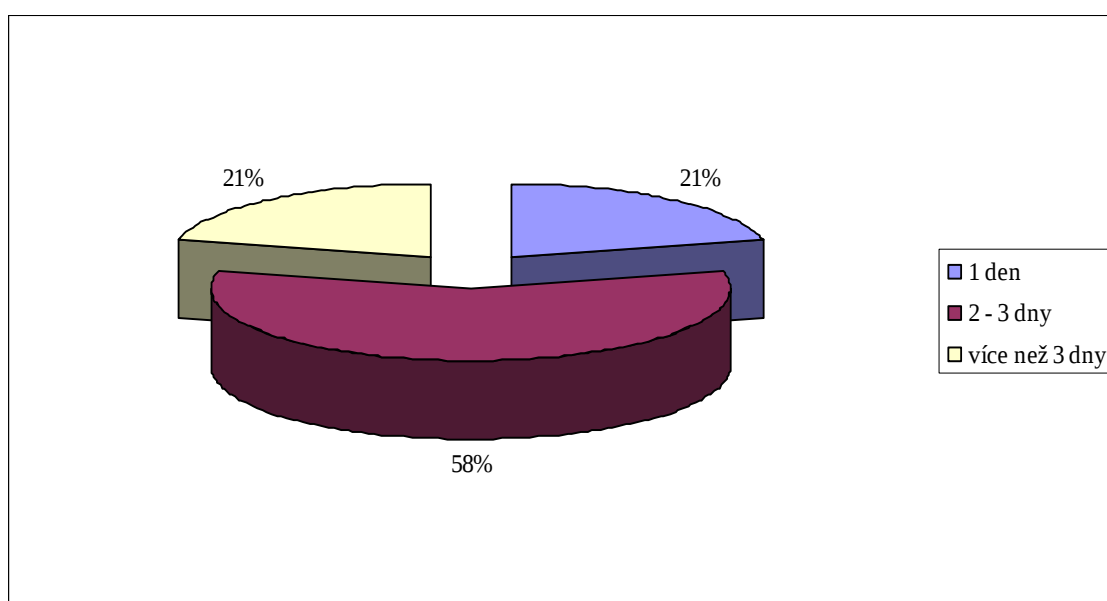
Otázka č. 4 zjišťuje oblíbenost jednotlivých vinařských podoblastí. Podle celkového hodnocení nejvíce navštěvovanou podoblastí by byla z pohledu respondentů Mikulovská podoblast, naopak nejméně navštěvovanou podoblastí by se stalo Slovácko. Pro zajímavost jsem tuto otázku zhodnotila z hlediska krajů, ze kterých respondenti pochází v tabulce 10 – příloha C. Mikulovskou podoblast preferují nejvíce respondenti z krajů: Jihomoravského, Zlínského, Královehradeckého, Ústeckého, Plzeňského, Jihočeského a Vysočiny. Velkopavlovickou podoblast preferují nejvíce respondenti z krajů: Olomouckého a Pardubického. Znojenskou podoblast preferují v Moravskoslezském kraji a Středočeském kraji. Slovácko preferují v Karlovarském kraji. Kraje, které nebyly zmíněny, preferují současně více uvedených podoblastí.



Graf 9: Oblíbenost vinařských podoblastí

5. Kolik dní byste byl (a) ochotný(á) strávit při cestě za vínem na Jižní Moravě?

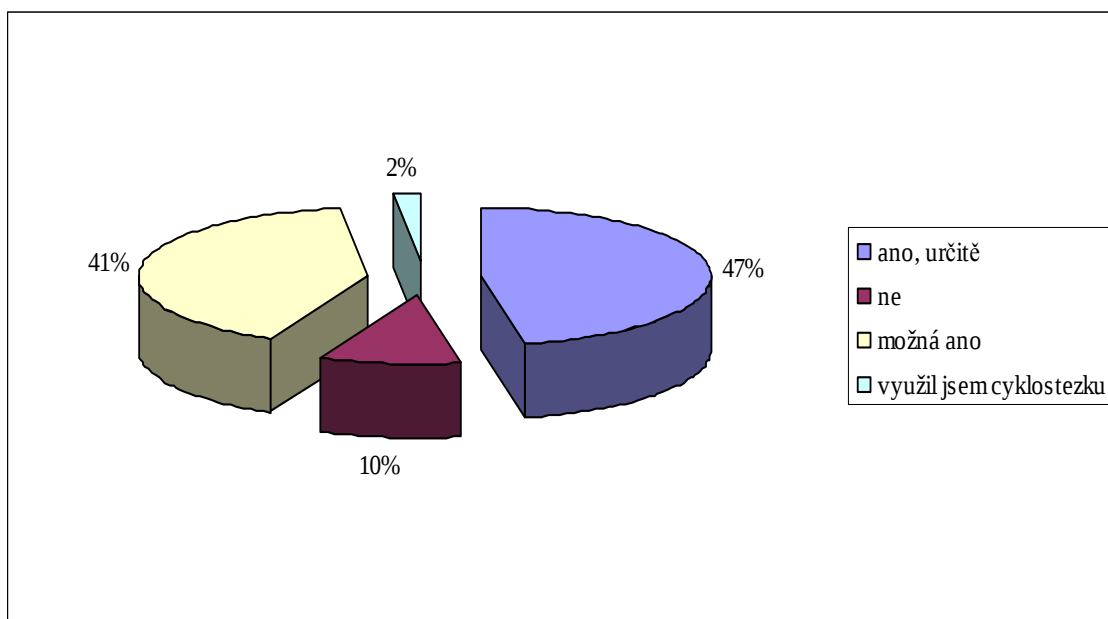
Otázka č. 5 zjišťuje, kolik dní by pravděpodobně respondenti chtěli strávit na Jižní Moravě, kdyby se vydali za vinařskou turistikou. 58 % respondentů by zde strávilo dva až tři dny. Jeden den by zde strávilo 21 % respondentů a stejně tak 21 % respondentů by zde strávilo více než tři dny. To znamená, že 79 % dotazovaných by zde přenocovalo. Tuto otázku jsem rovněž pro lepší přehlednost zpracovala z hlediska krajů, ze kterých respondenti pochází v tabulce 11 – příloha C.



Graf 10: Počet dní strávených na Jižní Moravě

6. Nadace Partnerství koordinuje program Moravské vinařské stezky, které propojují jednotlivé vinařské obce. Lákalo by Vás projet některou z těchto cyklostezek?

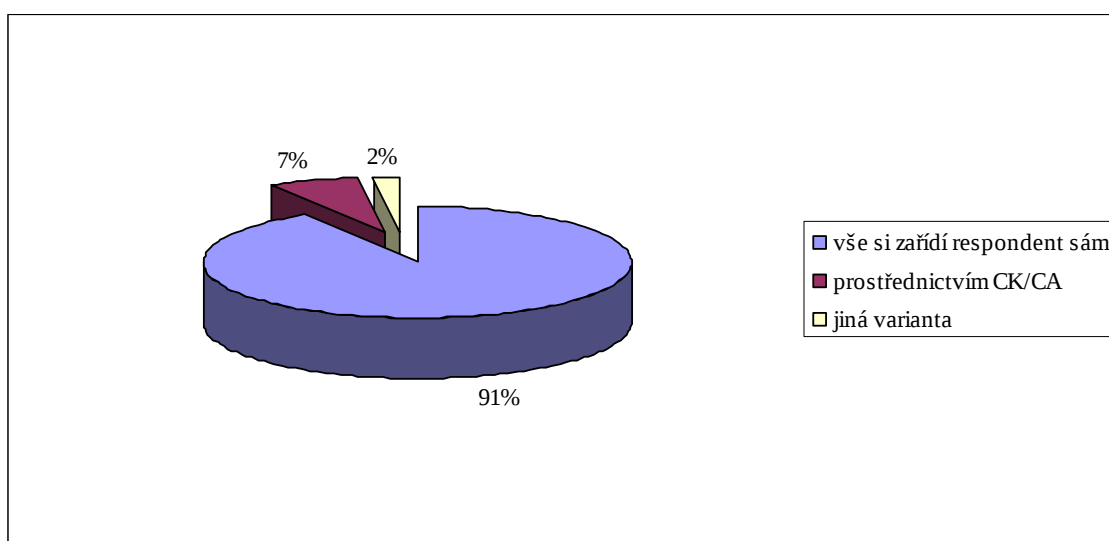
Otázka č. 6 zjišťuje, zda je program Moravské vinařské stezky zajímavý a zda respondenti jeví zájem o jeho využití. Z grafu je tedy možné vyčíst, že 47 % dotazovaných tento projekt oslovil a lákalo by je některou z cyklostezek navštívit. Zatímco pouze 10 % dotazovaných nejeví o cykloturistiku po vinařských stezkách zájem. 41 % dotazovaných by pravděpodobně tuto možnost využilo. Pouze 2 % respondentů využilo některou z vinařských stezek k účelům cykloturistiky. Lze tedy usuzovat, že tento program oslovil velkou většinu dotazovaných a při jejich cestě na jižní Moravu nebo za vínem, navštíví některou z Moravských vinařských stezek.



Graf 11: Projekt Moravské vinařské stezky

7. Pokud byste se rozhodnul (a) navštívit některou z vinařských podoblastí, jak byste cestu realizoval (a)? (ubytování, doprava, strava, vinný sklep..)

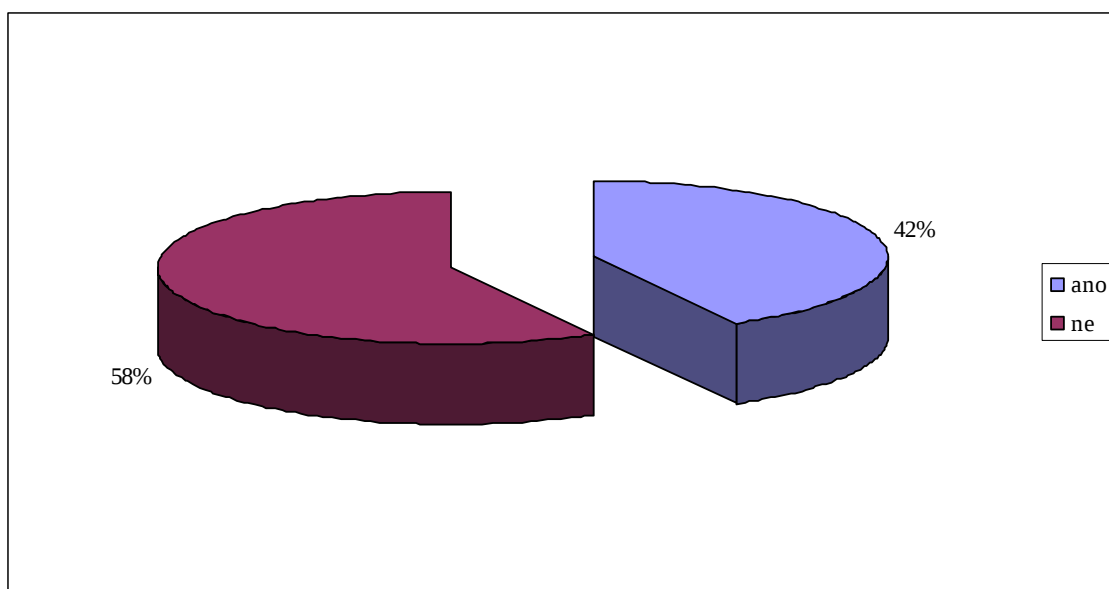
Z následujícího grafu je zřejmé, že 91 % respondentů, kteří se rozhodnou vydat za vinařstvím, si veškeré potřebné formality s cestou související, zařídí individuálně. Pouze 7 % by využilo služeb cestovní kanceláře nebo cestovní agentury a 2 % by zvolilo jinou z variantu. Otázku jsem rovněž zpracovala z hlediska věkových skupin respondentů v tabulce 12 – příloha C.



Graf 12: Způsob realizace cesty

8. Myslíte si, že je vinařská turistika dobře propagována?

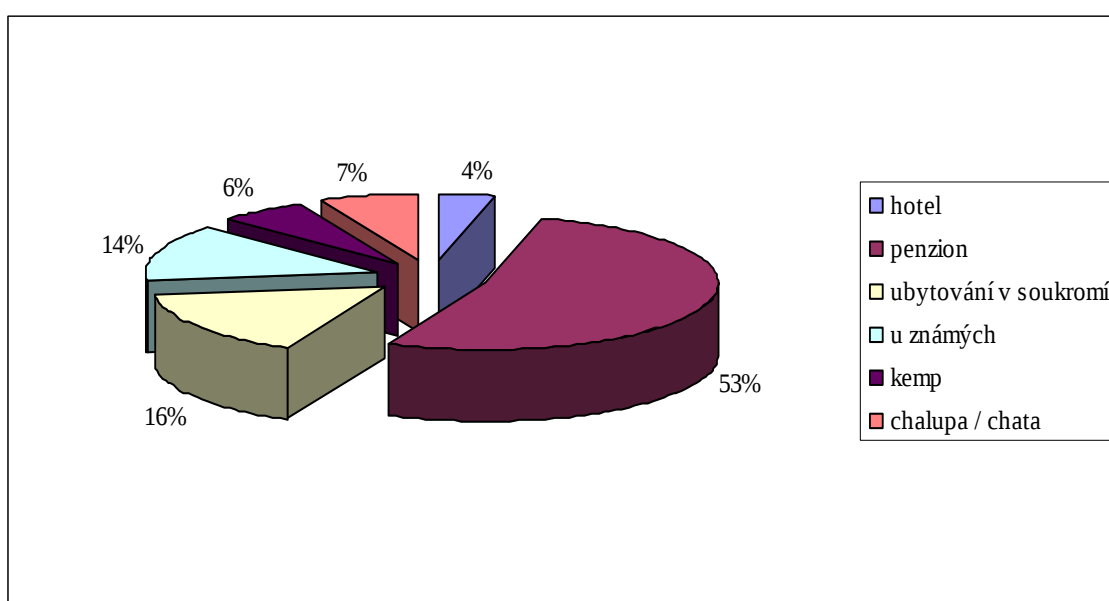
Podle grafu 11 je zřejmé, že více jako polovina respondentů 58 % si myslí, že vinařská turistika není dobře propagována. 42 % respondentů tvrdí, že propagace je dostatečná. Pro konkrétnější přehled jsem otázku vyhodnotila podle krajů, ze kterých respondenti pocházejí v tabulce 13 – příloha C. Pouze v Jihomoravském kraji 13 z 25 respondentů a Zlínském kraji 4 ze 6ti respondentů se domnívají, že vinařská turistika je dostatečně propagována, musí se však přihlížet k tomu, že respondenti z Jižní Moravy mohou vnímat propagaci vinařské turistiky intenzivněji.



Graf 13: Propagace vinařské turistiky

9. Které z ubytovacích zařízení byste zvolil (a), pokud byste chtěl(a) přenocovat?

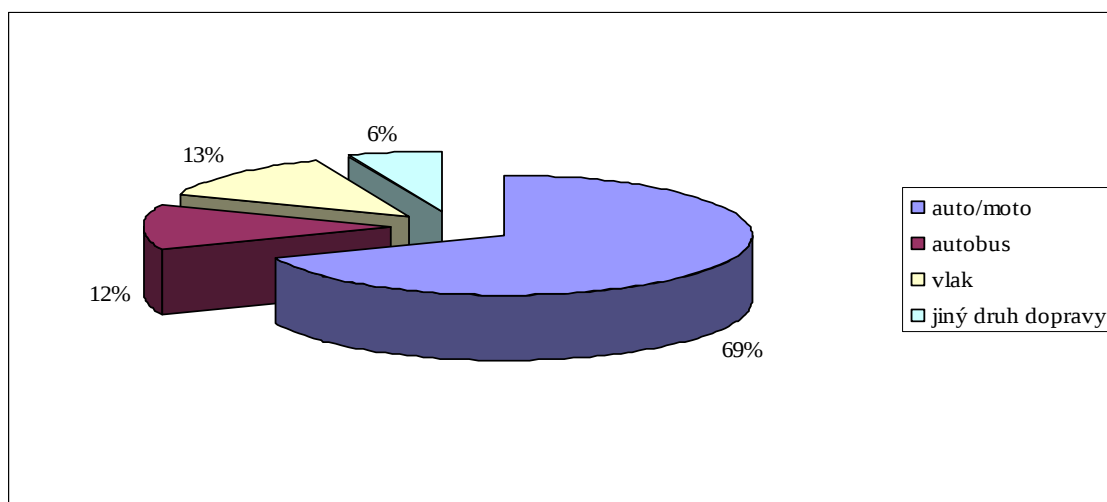
Z otázky č. 10 je jednoznačné, že nejčastější volbou ubytování jsou penziony, a to z 53%, 16 % dotazovaných by zvolilo obdobnou formu – ubytování v soukromí a 14 % respondentů by využilo ubytování u svých známých. 7 % respondentů by využilo pronájmu chaty / chalupy, 6 % respondentů by zvolilo ubytování v kempu a pouze 4 % dotazovaných by využilo ubytovacích služeb hotelů. Pro bližší upřesnění jsem tuto otázku hodnotila z hlediska věku respondentů v tabulce 14 – příloha C.



Graf 14: Ubytování

10. Jaký dopravní prostředek byste nejspíše zvolil (a) pro cestu do vinařských oblastí?

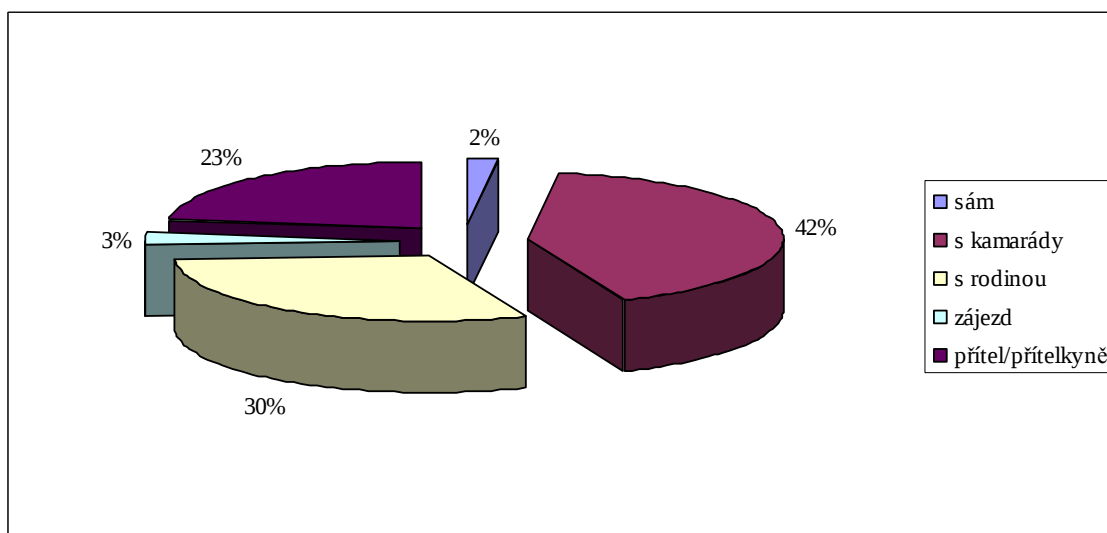
Podle grafu 15 by 69 % respondentů zvolilo pro cestování automobil nebo motocykl, nejspíše kvůli časové flexibilitě a komfortu cestování. 13 % by zvolilo dopravu vlakem a 12 % autobusem, pouze 6 % by volilo jiný druh dopravy, například kolo.



Graf 15: Doprava

11. S kým zpravidla cestujete?

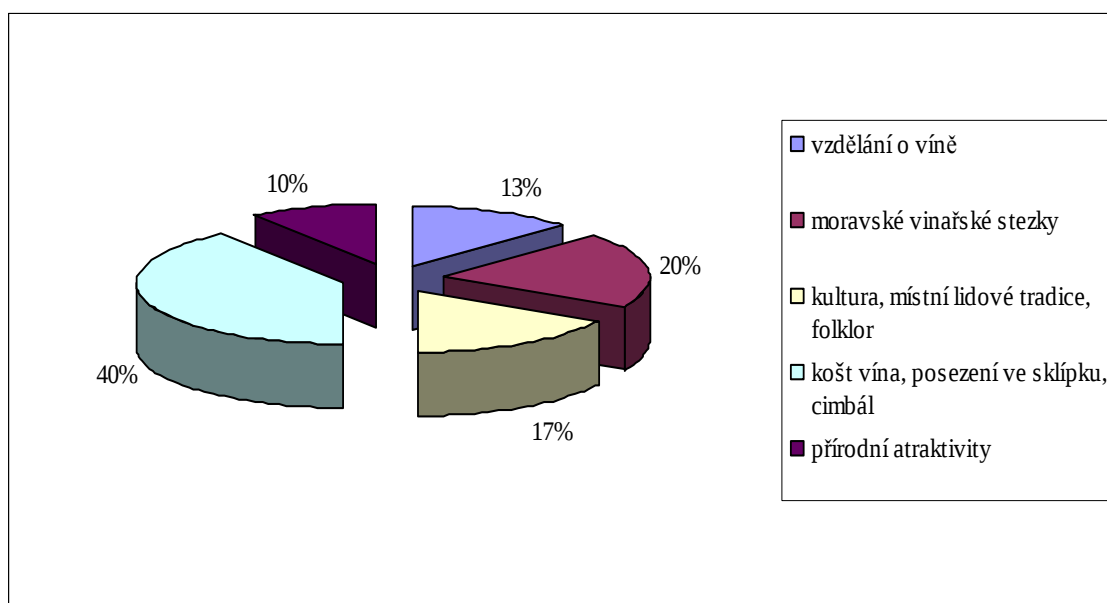
V otázce č. 11 zjišťuji, s kým nejčastěji respondenti cestují. Pro bližší přiblížení jsem tuto otázku hodnotila podle věku respondentů v tabulce 15 – příloha C. Podle celkového hodnocení nejčastěji dotazovaní cestují s kamarády, a to z 42 %, 30 % dotazovaných cestuje s rodinou, 23 % s přítelem / přítelkyní, 3 % se zájezdem a 2 % sami.



Graf 16: Spolucestující

12. Co by Vás nejvíce motivovalo k tomu se vydat na Jižní Moravu za vinařskou turistikou?

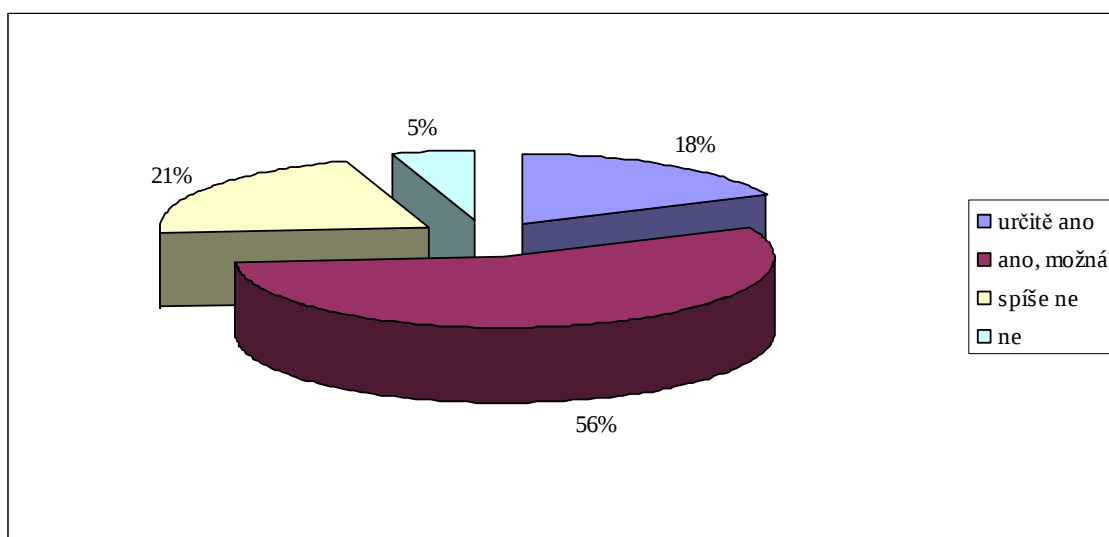
Otázka č. 12 je otázkou, kde respondenti hodnotili uvedené odpovědi podle toho, co by je nejvíce motivovalo k tomu, aby navštívili vinařské oblasti. Z grafu 17 vyplývá, že nejčastěji volenou odpovědí je košť vína s doprovodným programem, a to z 40 %, 20 % respondentů zajímá turistika a využilo by programu Moravských vinařských stezek nebo naučných stezek v tomto kraji. 17 % dotazovaných motivuje zdejší kultura, tradice a folklor, 13 % respondentů přitahuje vzdělání o víně, doplněné například vinobráním a zpracováním vína a 10 % by se na Jižní Moravu vydalo za přírodními atraktivitami vinařských podoblastí.



Graf 17: Motivace turistů

13. Zúčastnil (a) byste se zájezdu s vinařskou tematikou, kdyby Vám byl nabídnut ze strany cestovní kanceláře/agentury nebo organizován jinou institucí (zaměstnavatel, škola, apod.)?

Poslední otázka byla zaměřena na zjištění, zda veřejnost by měla zájem využít služeb cestovních kanceláří / cestovních agentur nebo organizovaných akcí s vinařskou tematikou. Více jak polovina dotazovaných tj. 56 % by možná nabídku využila, 18 % respondentů by se jistě zájezdu s vinařskou tematikou zúčastnilo, 21 % by pravděpodobně nabídku odmítlo a 5 % dotazovaných o tento typ zájezdu nemá zájem. Pro upřesnění jsem tuto otázku zpracovala z hlediska věkových kategorií v tabulce 16 – příloha C.



Graf 18: Služby cestovních kanceláří / cestovních agentur

3.3 Celkové shrnutí marketingového výzkumu

Z provedeného výzkumu, který se především zaměřuje na rozvoj vinařské turistiky na území Jižní Moravy, vyplývá, že tato forma turismu je v povědomí široké veřejnosti, současně se však respondenti shodli, že vinařská turistika je nedostatečně propagována. Pouze pro 8 ze 100 dotazovaných bylo hlavním cílem návštěvy vinařství. Mezi tři nejčastěji zmiňované cíle návštěvy Jižní Moravy se řadí rekreace, společenské akce a folklor, vinařství. Z toho 1/5 dotazovaných Jižní Moravu v uplynulých dvou letech vůbec nenavštívila. O vinařství mají větší zájem muži, zatímco turistika/cykloturistika byla hlavní cílem spíše žen, stejně tak jako rekreace.

Z výzkumu lze konstatovat, že nejspolehlivějším zdrojem propagace je forma ústní prezentace, jedná se tedy o spolehlivou reklamu zcela zdarma. V tomto případě by měli poskytovatelé služeb dbát na kvalitní plnění poskytovaných služeb a kvalifikovaný personál, neboť spokojený zákazník se rád vrací a poskytne širokému okolí dobré reference o místě, které navštívil.

Stabilním problémem, se kterým se tato destinace potýká, je průměrná délka pobytu návštěvníků. Více než polovina respondentů by zde strávila 2-3 dny, necelá 1/4 respondentů by pobyla déle než 3 dny. Jižní Morava disponuje širokou škálou kulturních akcí a přírodních předpokladů, je tedy potřeba na základě propagace vinařských oblastí a obcí, přilákat turisty a ukázat jim bohatství Jižní Moravy. Své zastoupení zde mohou uplatnit cestovní kanceláře a agentury, které svou nabídku mohou rozšířit o produkty s vinařskou tematikou.

Z výzkumu též plyne, že více než 90 respondentů v případě, že by se chtěli zúčastnit a vydat za vinařstvím, by si cestu zařídili individuálně. Tento fakt je podmíněn možností Internetu. Internet je v dnešní době dostupný široké veřejnosti, a tudíž si zde potencionální návštěvníci mohou vyhledat jednotlivé služby dle svých možností a představ, namísto toho, aby využili služeb cestovních kanceláří / agentur. Nevýhodou však je časová náročnost při vyhledávání. Právě služby cestovních kanceláří však mohou být úspěšné v případě, že by zájezdy s vinařskou tematikou byly zaměřeny na celkovou klientelu a segmentem by byla například firma, instituce, organizace, nikoli individuální klient. V tomto případě, jak i z výzkumu vyplývá, by více jak polovina, tj. 56 dotazovaných, se možná zájezdu zúčastnila, 18 dotazovaných by se zúčastnilo určitě. Především je zapotřebí se zaměřit na věkovou skupinu 19-25 let, kdy nejvíce

respondentů jevílo zájem se zúčastnit zájezdu, a také na všechny respondenty, kteří by se možná zúčastnili tohoto typu zájezdu.

Výzkum také zjišťuje, zda projekt Moravských vinařských stezek zaujal respondenty a měli by zájem projet některou ze zmiňovaných cyklostezek. Pro 47 respondentů je tento projekt zajímavý a určitě jeví zájem o jeho využití, 41 respondentů by možná vinařské stezky navštívilo, 10 respondentů nemá zájem a pouze 2 respondenti již Moravské vinařské stezky navštívili. Tato otázka dokládá mimo jiné nedostatečnou propagaci Moravských vinařských stezek.

V otázce předposlední, jsem se zabírala motivací, co by potencionální návštěvníky nejvíce motivovalo se vydat za vinařskou turistikou. Nejčastěji respondenti upřednostnili odpověď - košť vín, vinný sklípek, cimbál a z druhé nejčastější odpovědi vyznívá zájem o Moravské vinařské stezky. Je tedy patrné, že o vinařskou turistiku v současnosti lidé jeví zájem.

Doplňujícími otázkami jsem zjišťovala, který dopravní prostředek by nejspíše lidé využili k cestování. Není překvapující, že nejčastěji by využili automobil, zřejmě z důvodu pohodlí a časové flexibility a z hlediska dostupnosti do oblastí. Jihomoravský kraj však disponuje rozsáhlým integrovaným dopravním systémem KORDIS JMK, který zabezpečí dopravu do vinařských podoblastí. V případě volby ubytování, podle mého průzkumu, největší zájem jeví respondenti o penziony, ubytování v soukromí nebo u známých. Lidé v rámci tuzemských pobytů volí spíše levnější možnosti ubytování. Důležité je také vědět, s kým lidé nejčastěji cestují, neboť dle toho je třeba přizpůsobit program. V případě mého výzkumu jsem zjistila, že nejčastěji lidé cestují s kamarády, a to hlavně ve věku 19-25 let. Rovněž velká část respondentů ve věku 46-55 let cestuje s rodinou. Pro zajímavost jsem také zjišťovala, o kterou oblast mají respondenti největší zájem nebo kterou navštěvují nejčastěji. Překvapilo mě, že nejmenší zájem byl projeven o podoblast Slováckou, která je největší vinařskou podoblastí na Jižní Moravě a disponuje širokým kulturním i přírodním potenciálem.

3.4 SWOT analýza

Účelem analýzy SWOT je analyzovat informace o destinaci, které hodnotí její silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Tato analýza je nezbytnou součástí pro následné zhodnocení a formulaci doporučení rozvoje cestovního ruchu na Jižní Moravě, který je nedílnou součástí rozvoje vinařské turistiky v tomto kraji. SWOT analýzu jsem vytvořila na základě rozvojového programu Jihomoravského kraje. [15] K tomu, aby destinace byla plně konkurenceschopná, je třeba odstranit nebo alespoň minimalizovat slabé stránky a hrozby a naopak využít příležitosti a utužovat silné stránky.

Silné stránky – S	Slabé stránky - W
Výhodná geografická poloha v rámci ČR a Evropy Mezinárodní letiště Tuřany Zachovalý venkovský ráz, místní tradice, folklor Tradice vinařství, vinné sklepy Integrovaný dopravní systém JMK Významné kulturní a přírodní atraktivity Národní park Podyjí Mezinárodně uznávané a chráněné kulturní památky, památky UNESCO Dobré podmínky pro rozvoj venkovské turistiky Množství značených tras a cyklotras, naučných stezek Sít' Turistických informačních center Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava	Zhoršující se životní prostředí Nedostačující úroveň základní a doplňkové infrastruktury pro CR Nedostatek aktivních subjektů, které působí v CR na lokální a regionální úrovni Výrazná sezónnost Nízká průměrná doba pobytu návštěvníků Zanedbanost památek Nevýrazná propagace regionu Nevýrazná propagace Moravských vinařských stezek Nevýrazná propagace kulturních akcí Nekvalifikovaný personál ve službách CR Nízká spolupráce poskytovatelů služeb

Příležitosti – O	Hrozby - T
Brno – město obchodu a veletrhů Rozvoj kongresového a incentivního CR Rozvoj teambuildingových akcí v rámci firem Zvýšení povědomí o Jihomoravském kraji v zahraničí Výrazný multiplikační efekt v oblasti CR pro rozvoj ekonomiky Zvýšení zájmu zahraničních turistů o atraktivitu Jihomoravského kraje Vzájemná kooperace poskytovatelů služeb CR	Silná koncentrace ekonomických aktivit do Brna, vzhledem k ostatním částem Jihomoravského kraje Snižování konkurenceschopnosti CR v kraji, vzhledem k zahraničí nebo jiným krajům Tradice vinařství a služeb s vinařstvím související v Rakousku Rozšířená a kvalitní síť turistických tras a cyklotras v Rakousku Klesající zájem tuzemských i zahraničních turistů z důvodu nekvalitního poskytování služeb Finanční krize

3.5 Doporučení pro rozvoj vinařské turistiky

Pro formulaci doporučení jsem si vybrala 3 hlavní témata, na základě provedeného výzkumu a SWOT analýzy. V doporučení vycházím i z informací, které jsem načerpala při návštěvě Národního vinařského centra ve Valticích a veletrhu Go a Regiontour 2010 v Brně.

3.5.1 Propagace v oblasti vinařské turistiky

Jihomoravský kraj patří k nejnavštěvovanějším krajům v České republice. K tomu, aby se vinařský turismus rozvíjel, je zapotřebí vzájemné spolupráce, ale i propagace. Destinačním managementem na Jižní Moravě se zabývá Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava. Tato organizace koordinuje rozvoj cestovního ruchu na jižní Moravě a zaměřuje se na maximální využití potenciálu tohoto území. Organizace se zabývá také propagací kraje a nabízí vzájemnou spolupráci cestovním kancelářím, cestovním agenturám a dalším poskytovatelům služeb cestovního ruchu, a to bezplatně na turistických stránkách Jihomoravského kraje.

Pro rozvoj vinařské turistiky je důležité, aby se dostala do povědomí turistů a zaměřila se jak na náročné milovníky vína, tak i na turisty, kteří víno nekonzumují. Vinařská turistika nabízí široké spektrum aktivit. Nejedná se pouze o víno a vinařství, ale i o kulturní akce s vinařstvím související, turistiku, cykloturistiku, návštěvu památek apod.

Návrhy:

- propagace jednotlivých vinařských podoblastí na veletrhu cestovního ruchu Regiontour
- propagace Moravských vinařských stezek na veletrhu cestovního ruchu Regiontour
- propagace Moravských vinařských stezek na portálu Centrály cestovního ruchu Jižní Morava, v turistických informačních centrech
- propagace vinařské turistiky ze strany cestovních kanceláří a agentur
- propagace vinařské turistiky, Moravských vinařských stezek na celostátní úrovni – portál Kudy z Nudy
- reklamní poutače a bannery na www stránkách

- prezentace vinařských podoblastí a kulturních akcí v periodikách
- zvýšit propagaci folklorních akcí nejenom v rámci obcí
- propagace vinařských podoblastí v obchodních centrech a hypermarketech na celém území České republiky, s doprovodným programem a nabídkou místních produktů
- propagace Integrovaného dopravního systému Jihomoravského kraje, který umožňuje dopravu do vinařských oblastí a nabízí tipy víkendových výletů
- slevy a benefity pro stálé návštěvníky
- propagace vinařské turistiky na zahraničních veletrzích cestovního ruchu
- propagace vinařství a akcí na www.brnoexpats.com, uvedené stránky jsou často navštěvovány cizinci, kteří se v Brně nebo okolí zdržují, ať už z pracovního nebo jiného důvodu a hledají možnosti kulturního vyžití

3.5.2 Kooperace

Důležitým bodem pro rozvoj vinařské turistiky je vzájemná spolupráce. Je nezbytné, aby spolupracovali mezi sebou lidé, kteří mají stejné cíle a úroveň služeb. Spoluprací se snadněji dosahuje podnikatelských cílů a určitě se tím zlepší pocit návštěvníka, který se bude cítit součástí místní komunity. Příkladem smluvního partnerství může být propojení majitele ubytovacího zařízení, který nevlastní vinný sklep s majitelem vinného sklepu, který poskytne návštěvníkům ochutnávku vín, odborný výklad, popřípadě doplňkový program – cimbál. V širším pojetí se může jednat o spolupráci cestovní agentury x cestovní kanceláře x poskytovatele ubytovacího zařízení x poskytovatele stravovacího zařízení x informačních center x vinařů.

3.5.3 Podpora rozvoje vinařské turistiky ze strany cestovních kanceláří a agentur

V rámci zpracování tohoto doporučení jsem oslovila 10 cestovních kanceláří (dále jen CK) v České republice, které se zabývají domácím cestovním ruchem. Dotazovala jsem se, zda jejich nabídka obsahuje zájezdy na Jižní Moravu s vinařskou tematikou. Pouze 3 z 10ti cestovních kanceláří nabízí tento druh zájezdu. Jedná se o cestovní kanceláře: CK Régio, CK Čebus, CK ATIC. Mimo uvedené cestovní kanceláře se na vinařskou turistiku specializuje také CK Amber travel, příjezdová CK Jihomoravská s.r.o. a jiné subjekty, které nejsou cestovními kancelářemi / cestovními agenturami. Klienti stále

více upřednostňují v případě tuzemského pobytu, si pobyt zařídit individuálně. Podle mého názoru právě cestovní kanceláře mohou přispět k rozvoji vinařské turistiky v případě, že:

- nabídka bude směřována podnikatelským subjektům, organizacím, institucím a následně prezentována jejich zaměstnancům
- zaměří se na tvorbu zájezdů na míru (forfaitové zájezdy)
- zaměří se na teambuildingové akce firem
- zaměří se na propojení vinařství s kulturními akcemi
- prodlouží se průměrná délka pobytu návštěvníků

Pokud nabídka zájezdu bude prezentována ze strany cestovní kanceláře zaměstnavatelům, kteří předloží tuto možnost svým zaměstnancům, bude velká pravděpodobnost, že se zájezd popř. forfaitový zájezd uskuteční. Dalším potenciálem rozvoje vinařské turistiky mohou být tzv. teambuildingové akce. Jedná se o nástroj rozvoje týmu, např. pracovního, stmelování týmu, budování týmové spolupráce, aby tak byly zlepšeny pracovní výkony nebo výkony týmu na pracovišti. Teambuilling může být koncipován na bázi vzdělávání a aktivního vyžití, proto se domnívám, že zaměstnavatelé by měli znát možnosti vinařské turistiky, která nabízí jak aktivní vyžití – Moravské vinařské stezky – cykloturistika / turistika, tak kulturní zážitky spojené s návštěvou vinných sklepů, místních tradičních akcí a možnosti vzdělávání. Tato forma turismu jistě zaujme zaměstnance a utuží tak pracovní vztahy, současně se však bude podílet na rozvoji vinařské turistiky na Jižní Moravě. Neměly by se opomenout zahraniční firmy, kterých je na území České republiky mnoho, neboť pro jejich zaměstnance může být tato forma turismu zajímavým zpestřením pracovního pobytu. Prodej zájezdů s vinařskou tematikou se může podílet na prodloužení průměrné délky pobytu klientů ve vinařských oblastech, což umožní lépe poznat a prozkoumat tento kraj, využít možností, které právě vinařské oblasti nabízí, ať už z pohledu vinařství, turistiky, cykloturistiky, kulturních akcí nebo rekreace.

4 Závěr

Bakalářská práce je zaměřena na rozvoj vinařské turistiky na území Jižní Moravy a s tím související projekt Moravských vinařských stezek. V teoretické části jsem zmínila vymezení cestovního ruchu a zabývala se rozdělením venkovské turistiky. Hlavní součástí teoretické části je zmapování území Jižní Moravy z pohledu vinařských podoblastí a zaměření se na projekt Moravských vinařských stezek, včetně charakteristiky jednotlivých stezek.

Cílem bakalářské práce bylo formulovat doporučení, které by podmínilo rozvoj vinařské turistiky na území Jižní Moravy a zjistit povědomí potencionálních turistů o vinařské turistice a jejich zájem tuto oblast navštívit. Bakalářská práce by mohla být motivací pro cestovní kanceláře, poskytovatele služeb cestovního ruchu, Národní vinařské centrum i pro samotné vinaře.

Předem stanovených cílů bylo dosaženo na základě marketingového výzkumu a následně vyhodnocených údajů, SWOT analýzy a získaných informací na veletrhu Regiontour 2010 v Brně a semináři ve Valticích, který se zabýval rozvojem vinařské turistiky v České republice.

Sběr primárních dat jsem prováděla v intervalu měsíců září – listopad 2009 a zaměřila jsem se na všechny kraje České republiky a respondenty všech věkových kategorií. K vyhodnocení jsem využila 100 řádně vyplněných dotazníků. Výsledky jednotlivých otázek šetření jsem zpracovala v experimentální části formou grafů. Každý graf obsahuje slovní popis dané problematiky a pro podrobnější přehled jsem zpracované tabulky k otázkám umístila do příloh. Práce obsahuje celkové shrnutí marketingového šetření a SWOT analýzu. Analýzu SWOT jsem sestavila na základě zmiňovaného výzkumu a rozvojového programu Jihomoravského kraje. Hlavním bodem práce je formulace doporučení pro rozvoj vinařské turistiky. Na základě získaných informací jsem v doporučení stanovila 3 hlavní témata (viz kapitola 3.5)

- Propagace v oblasti vinařské turistiky
- Kooperace
- Podpora rozvoje vinařské turistiky ze strany cestovních kanceláří a agentur

Seznam použitých informačních zdrojů

Literatura

BAKER, Helena. *Slovácká vinařská podoblast : Průvodce*. Vyd. 1. Praha : Radix, 2008. 204 s. ISBN 978-80-86031-78-1.

PÁSKOVÁ, Martina; ZELENKA, Josef. *Cestovní ruch : Výkladový slovník*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s. ISBN není uveden.

RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch : Soubor studijních materiálů*. 3. rozš. vyd. Ostrava : KEY Publishing, 2009. 187 s. ISBN 978-80-7418-28-6.

SCHEJBAL, C. *Typologie cestovního ruchu*. Vyd. 1. Přerov : Vysoká škola logistiky o.p.s, 2008. ISBN 978-80-87179-03-01.

STÁVEK, Jan. *Velkopavlovická vinařská podoblast : Průvodce*. Vyd. 1. Praha : Radix, 2008. 192 s. ISBN 978-80-86031-76-7.

WOKOUN, René. *Regionální rozvoj a jeho management v České republice*. Vyd. 1. Praha : Oeconomica, 2007. 246 s. ISBN 978-80-245-1301-0.

Krajem vína: To nejlepší z vinařské turistiky na jižní Moravě. Texty: Eva Obůrková, et.al. Znojmo: Bravisimo, 2009. ISBN není uveden.

Tematické putování za vínem po sklepích a vinicích ve Znojmě a okolí. Texty: Eva Obůrková, et.al. Znojmo: Bravisimo, 2010. ISBN není uveden.

Internetové zdroje

- [1] dostupné z: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Folklor>>
[cit. 2010-04-12]
- [2] dostupný z: <<http://www.folklorweb.cz>>
[cit.2010-04-12]
- [3] dostupné z: <<http://www.czecot.com/cz/>>
[cit.2010-04-12]
- [4] dostupné z: <<http://www.unesco-czech.cz>>
[cit.2010-04-12]
- [5] dostupné z: <http://vinarske.stezky.cz/cze/o_nas/mvs/default.htm>
[cit.2010-03-28]
- [6] dostupné z: <http://vinarske.stezky.cz/cze/o_nas/mvs/kdojsme.htm>
[cit.2010-03-28]
- [7] dostupné z: <<http://vinarske.stezky.cz/>>
[cit.2010-03-28]
- [8] dostupné z: <<http://www.wineofczechrepublic.cz/>>
[cit.2010-03-28]
- [9] dostupné z: <<http://www.ickyjov.cz/>>
[cit.2010-04-02]
- [10] dostupné z: <<http://www.novinky.cz/cestovani/182481-vinne-skličky-v-plzích-na-slovacku>>
[cit.2009-11-14]
- [11] dostupné z: <<http://www.slavkov.cz/cz/pamatky-a-zajimavosti/ostatni/>>
[cit.2009-04-12]
- [12] dostupné z: <<http://www.hodonin.eu>>
[cit.2009-04-12]
- [13] dostupné z: <<http://www.dolnibojanovice.cz/informace-o-obci/obec-dolnibojanovice/>>
[cit.2009-04-12]
- [14] dostupné z: <<http://www.velkebilovice.cz/vinarstvi>>
[cit.2009-04-12]
- [15] dostupné z: <<http://www.partnerstvi-jmk.cz/page.php?action=detail&id=106>>
[cit.2010-05-05]

Seznam příloh

Příloha A Dotazník

Přílohy B Mapy cyklotras

Příloha B.1 Mapy moravských vinařských stezek

Příloha B.2 Cykloturistické značení vinařských stezek

Příloha B.3 Kyjovská vinařská stezka

Příloha B.4 Strážnická vinařská stezka

Příloha B.5 Brněnská vinařská stezka

Příloha B.6 Uherskohradišťská vinařská stezka

Příloha B.7 Bzenecká vinařská stezka

Příloha B.8 Mikulovská vinařská stezka

Příloha B.9 Mutěnická vinařská stezka

Příloha B.10 Vinařská stezka Podluží

Příloha B.11 Velkopavlovická vinařská stezka

Příloha B.12 Znojemská vinařská stezka

Přílohy C Tabulky ke grafům

Příloha C.1 Tab. 6: Věková struktura respondentů

Příloha C.2 Tab. 7: Rozčlenění respondentů podle dosaženého vzdělání

Příloha C.3 Tab. 8: Otázka č. 2

Příloha C.4 Tab. 9: Otázka č. 3

Příloha C.5 Tab. 10: Otázka č. 4

Příloha C.6 Tab. 11: Otázka č. 5

Příloha C.7 Tab. 12: Otázka č. 7

Příloha C.8 Tab. 13: Otázka č. 8

Příloha C.9 Tab. 14: Otázka č. 9

Příloha C.10 Tab. 15: Otázka č. 11

Příloha C.11 Tab. 16: Otázka č. 12

Příloha C.12 Tab. 17: Otázka č. 13