UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Katedra geografie

Kristýna CUPÁKOVÁ

VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH V OKRESE BŘECLAV

Bakalářská práce

Vedoucí práce: doc. Mgr. Jindřich Frajer, Ph.D.

Olomouc 2025

Bibliografický záznam

Autor (osobní číslo): Kristýna Cupáková (R220431)

Studijní obor: Geografie

Název práce: Venkovský cestovní ruch v okrese Břeclav

Title of thesis: Rural tourism in the Břeclav district

Vedoucí práce: doc. Mgr. Jindřich Frajer, Ph.D.

Rozsah práce: 40 stran

Abstrakt: Bakalářská práce se zaměřuje na venkovský cestovní ruch v okrese Břeclav, jeho současný stav a rozvojový potenciál. Praktická část práce je založena na kvalitativním výzkumu, konktrétně na polostrukturovaných rozhovorech s provozovateli turistických zařízení v regionu. Výsledky ukazují, že okres Břeclav má díky své geografické poloze, kulturnímu dědictví a vinařské tradici výrazný potenciál pro rozvoj venkovského cestovního ruchu. Práce rovněž poukazuje na potřebu lepší spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem a na možnosti zmírnění sezónnosti.

Klíčová slova: venkovský cestovní ruch, okres Břeclav, agroturistika, vinařství, kvalitativní výzkum

Abstract: The bachelor thesis focuses on rural tourism in the Břeclav district, its current state and potential for development. The practical part of the thesis is based on qualitative research, specifically semi-structured interviews with operators of tourism facilities in the region. The results show that the Břeclav district, due to its geographical location, cultural heritage, and winemaking tradition, has significant potential for the development of rural tourism. The thesis also highlights the need for improved cooperation between the public and private sectors and addresses possibilities for reducing seasonality.

Key words: rural tourism, Břeclav district, agrotourism, wine tourism, qualitative research

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně pod vedením doc. Mgr. Jindřicha Frajera, Ph.D. a za pomoci pramenů, které jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů a literatury.

V Olomouci dne 1.5.2025 .....

Podpis autora

Tímto bych ráda poděkovala svému vedoucímu bakalářské práce doc. Mgr. Jindřichu Frajerovi Ph.D. za odborné vedení, cenné rady a trpělivost během celého psaní. Poděkování patří také mé rodině, která mě po celou dobu studia podporovala, motivovala a měla pro mě pochopení. V neposlední řadě děkuji všem respondentům, kteří si udělali čas a ochotně se podělili o své zkušenosti v rámci výzkumu.

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Akademický rok: 2023/2024

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	**Kristýna CUPÁKOVÁ**
Osobní číslo:	**R220431**
Studijní program:	**B0532A330021 Geografie**
Téma práce:	**Venkovský cestovní ruch v okrese Břeclav**
Zadávající katedra:	**Katedra geografie**

Zásady pro vypracování

Bakalářská práce se bude zabývat analýzou současného stavu venkovského cestovního ruchu na území okresu Břeclav. Zhodnoceny budou selektivní, lokalizační i realizační předpoklady tohoto typu cestovního ruchu – a to jak jejich současný stav, tak potenciály a limity rozvoje. Počítá se s realizací dotazníkového šetření či rozhovory mezi provozovateli příslušných zařízení turistické infrastruktury, případně dalších účastníků cestovního ruchu.

Rozsah pracovní zprávy:	**5 000 – 8 000 slov**
Rozsah grafických prací:	**Podle potře zadání**
Forma zpracování bakalářské práce:	**elektronická**

Seznam doporučené literatury:

Jaković, B., Tubić, D., Durović, M. (2015): Sustainable development of rural tourism by developing new and authentic tourism products. ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe, Vol. 3, 103-114.

Jamal, T., Robinson, M. (eds.): The SAGE Handbook of Tourism Studies. Sage: London. 703 s.

Ondřej, P. (2012): Venkovský cestovní ruch v kontextu rozvoje českého venkova. Czech Journal of Tourism, 1 (2), 135–155.

Vaníček, J., Bejdáková, B., Jarolímková, L. (2021): Nové trendy ve venkovském cestovním ruchu. Oeconomia VŠE: Praha. 137 s.

Vystoupil, J., Šauer, M. et al. (2011): Geografie cestovního ruchu České republiky. Aleš Čeněk: Plzeň. 318 s.

Vedoucí bakalářské práce:	**doc. Mgr. Jindřich Frajer, Ph.D.** Katedra geografie

Datum zadání bakalářské práce: **2. dubna 2024**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2025**

L.S.

doc. RNDr. Martin Kubala, Ph.D.
děkan

doc. Mgr. Pavel Klapka, Ph.D.
vedoucí katedry

V Olomouci dne 2. dubna 2024

Obsah

1. **Úvod** ... 8
2. **Cíle práce** ... 8
3. **Metodika** ... 9
4. **Literární rešerše** ... 12
4.1. Cestovní ruch ... 12
4.2. Historie cestovního ruchu ... 13
4.3. Předpoklady cestovního ruchu ... 14
4.3.1. Lokalizační předpoklady ... 14
4.3.2. Selektivní předpoklady ... 15
4.3.3. Realizační předpoklady ... 15
4.4. Venkov a venkovský prostor ... 17
4.5. Venkovský cestovní ruch ... 18
4.5.1. Agroturistika ... 19
4.5.2. Ekoturistka ... 20
4.5.3. Ekoagroturistika ... 20
4.5.4. Cykloturistika ... 20
4.5.5. Hippoturistika ... 21
4.5.6. Vinařská turistika ... 21
4.6. Zájmové území okres Břeclav ... 22
4.6.1. Geografická a demografická charakteristika ... 22
4.6.2. Přírodní a kulturní charakteristika ... 23
5. **Praktická část práce** ... 25
5.1. Vybraná turistická zařízení ... 25
5.2. Rozbor rozhovorů ... 27
5.2.1. Důvody pro zahájení podnikání v oblasti venkovského cestovního ruchu? ... 27
5.2.2. Návštěvnost a sezónnost v turistických zařízeních ... 27
5.2.3. Nabízené aktivity a služby v turistických zařízeních ... 28
5.2.4. Vnímání konkurence mezi poskytovateli turistických zařízení ... 30
5.2.5. Vliv pandemie COVID-19 na turistická zařízení ... 31
5.2.6. Plány a výhledy do budoucna ... 32
5.2.7. Podpora od kraje, mikroregionu nebo obce ... 33
6. **Diskuze** ... 34
7. **Závěr** ... 36
8. **Summary** ... 37
9. **Seznam použité literatury** ... 38
10. **Seznam použitých internetových zdrojů** ... 40

1. Úvod

Cestovní ruch se stal v dnešní době neodmyslitelnou součástí lidského života. Lidé dnes necestují pouze za odpočinkem, ale i za prací, poznáním nebo za kulturními zážitky. V průběhu let se cestovní ruch vyvinul v komplexní odvětví, které zahrnuje různé formy cestování. Jednou z nich je venkovský cestovní ruch, jenž v posledních desetiletích získává na významu, zejména díky novým trendům.

V České republice venkovský cestovní ruch v minulosti souvisel především s chatařením a chalupařením, avšak v současnosti se rozšířil o novější formy, které přitahují účastníky cestovního ruchu hledající autentické zážitky a kontakt s přírodou. Tato forma je rozšířená i na jižní Moravě, kde se rozvíjí především díky vinařství, agroturistice a cykloturistice.

Okres Břeclav je známý svou vinařskou tradicí, přírodními krásami a kulturním dědictvím. Místní krajina, která zahrnuje Lednicko-valtický areál, Pálavu a vinařské oblasti, poskytuje ideální podmínky pro rozvoj této formy cestovního ruchu. Vzhledem k mému osobnímu vztahu k této oblasti a blízkosti regionu, je pro mě téma subjektivně velmi zajímavé.

2. Cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce je zjištění současného stavu venkovského cestovního ruchu v okrese Břeclav a jeho potenciál k rozvoji. Pozornost se bude zaměřovat na aktéry venkovského cestovního ruchu, především na provozovatele turistických zařízení, jejich nabídku služeb, vnímání konkurence a možnosti dalšího rozvoje tohoto sektoru.

3. Metodika

Metodická část mé bakalářské práce popisuje výzkum zaměřený na venkovský cestovní ruch v okrese Břeclav. Pro získání informací jsem si vybrala kvalitativní výzkum a provedla polostrukturovaný rozhovor s majiteli turistických objektů v této oblasti.

Kvalitativní výzkumná metoda se charakterizuje jako proces zaměřený na hlubší porozumění sociálnímu či lidskému problému, přičemž vychází z různých metodologických přístupů. Výzkumník při něm vytváří komplexní a ucelený pohled na zkoumané téma, analyzuje různé typy textů, zachycuje názory účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozeném prostředí (Hendl, 2023).

Respondenty výzkumu tvořilo šest majitelů turistických objektů v okrese Břeclav – Ekofarma Holý Vrch, Vinařský dům Sedlec, Vinařství & hotel Stanislav Mádl, Jáňův dvůr, Sklep 38 a Rodinné vinařství Skoupil. Výběr byl proveden autorkou záměrným způsobem s cílem zahrnout subjekty různého zaměření – farma zaměřená na agroturistiku, vinařské podniky s ubytováním nebo ekofarma. Data byla získávána prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů, které umožnily flexibilní kladení otázek a lepší porozumění názorům respondentů. Tento přístup umožnil získaní lepší představy o problematice venkovského cestovního ruchu v regionu.

Polostrukturovaný rozhovor je forma řízené konverzace, při níž tazatel klade otázky s cílem získat informace od respondenta. Ačkoli má předem připravený seznam otázek, průběh rozhovoru zůstává flexibilní, což umožňuje účastníkům rozvíjet témata, která považují za důležitá (Dunn, 2005 in Nicholas Cliffrord, a kol., 2010).

Jak je možné vidět z tabulky č. 1 rozhovory probíhaly osobně i online formou prostřednictvím Google Meet, vždy se souhlasem nahrávání rozhovoru a možností využití získaných názorů, v období od 20.01. 2025 do 23.02.2025, přičemž jejich délka se pohybovala v rozmezí 30–50 minut v závislosti na daném respondentovi.

Při rozhovorech byly použity tyto otevřené otázky:

- **Jaké byly důvody pro zahájení Vašeho podnikání v oblasti venkovského cestovního ruchu?**
  - Důležité bylo zjištění motivace podnikatelů pro vstup do sektoru cestovního ruchu. Tato otázka pomůže zjistit, zda byly hlavním impulsem ekonomické příležitosti, rodinná tradice nebo jiné faktory.
- **Jak ovlivňuje sezónnost návštěvnost Vašeho turistického zařízení?**
  - Zjištění návštěvnosti a sezónnosti je důležité k posouzení stabilnosti podnikání.
- **Jaké jsou Vaše nabízené aktivity a služby, které poskytujete v turistických zařízeních?**
  - Posouzení, služeb a aktivit jaké jsou nabízeny, pomůže analyzovat konkurenceschopnost a rozmanitost nabídky v okrese.
- **Vnímáte konkurenci mezi poskytovateli turistických zařízení?**
  - Tato otázka umožní pochopit, jak podnikatelé vnímají konkurenční prostředí a jaké strategie volí pro udržení své pozice na trhu.
- **Jaký vliv měla pandemie COVID-19 na Vaše turistické zařízení?**
  - Pandemie měla velký dopad na cestovní ruch. Touto otázkou lze získat přehled o tom, jak turistické zařízení reagovaly na tuto situaci a jaké dopady pandemie na jejich provoz měla.
- **Jaké jsou Vaše plány a výhledy do budoucna?**
  - Dotaz na plány a výhledy do budoucna poskytne informace o ambicích a očekáváních podnikatelů.

- **Dostáváte nějakou podpora od kraje, mikroregionu nebo obce?**
  - Otázka zaměřená na podporu ze strany veřejných institucí umožní zjistit, kdo, jak a jestli využívá dostupné a stávající dotace.

Tab.1 Přehled provedených rozhovorů

Turistické zařízení	S kým byl rozhovor veden	Kód respondenta	Forma rozhovoru	Datum rozhovoru	Délka rozhovoru
Vinařský dům Sedlec	majitel vinařství	1	online forma - Google Meet	20.01.2025	50 minut
Ekofarma Holý Vrch	majitelka farmy	2	online forma - Google Meet	29.01.2025	30 minut
Vinařství & hotel Stanislav Mádl	dcera majitele vinařství	3	osobní rozhovor	04.02.2025	45 minut
Jáňův dvůr	majitel dvora	4	osobní rozhovor	18.02.2025	40 minut
Sklep 38	majitel vinařství	5	osobní rozhovor	23.02.2025	50 minut
Vinařství Skoupil	syn majitele vinařství	6	osobní rozhovor	23.02.2025	35 minut

4. Literární rešerše

4.1. Cestovní ruch

Definicí popisující, co vlastně cestovní ruch je můžeme nalézt spoustu. Jednu z nejčastěji uváděných nabízí Světová organizace cestovního ruchu (WTO), jejíž definici cituje Kotíková (2013, s. 16) takto: „*Cestovní ruch představuje činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely.*“

Cestovní ruch vychází ze slova cestování, avšak oba termíny nelze zaměňovat. Zatímco cestování označuje přesun spojený s dočasným pobytem na jiném místě, cestovní ruch má mnohem širší význam. Dá se tvrdit, že o cestovním ruchu hovoříme tehdy, když se cestování stává masovým jevem a je doprovázeno poskytováním služeb, jako je ubytování, doprava či další služby zajišťované specializovanými organizacemi (Kotíková, 2013).

Obecně ale můžeme říct, že cestovní ruch je společenský jev, který zahrnuje aktivity osob cestujících mimo své trvalé bydliště, po dobu kratší než jeden rok a za účelem zábavy, rekreace, práce, vzdělávání či jiným osobně vybraným účelům a využíváním specifických služeb jako je ubytování, stravování, doprava a jiné (Zelenka a Pásková, 2012).

V různých krajinách vytváří nová pracovní místa v tomto sektoru a podporuje rozvoj regionů a ekonomiky v zemích méně rozvinutých a závislých především na cestovním ruchu. Tím pomáhá ke zlepšení kvality života místním obyvatelům (Linderová, 2015).

Pro samotný rozvoj cestovního ruchu je především důležitá diverzita, a to nejen diverzita prostředí, ale také diverzita ekonomická, kulturní a sociální. Lidé chtějí cestovat a poznávat místa, která se vymykají jejich běžnému prostředí (Kotíková, 2013).

4.2. Historie cestovního ruchu

Lze říct, že člověk cestuje od nepaměti. Původně bylo cestování motivováno zejména obstaráváním potravy či obchodem, později se k němu přidaly objevitelské výpravy, vojenské tažení, vzdělávání a náboženství. V minulosti však cestování nesloužilo primárně k zábavě ani jako samostatný cíl (Lejsek, 2011).

Moderní cestovní ruch se začal formovat až ve druhé polovině 19. století, kdy hospodářský rozvoj a rozmach průmyslu přinesly vyšší životní úroveň a více volného času. Zároveň se začala budovat infrastruktura cestovního ruchu – vznikaly stravovací, dopravní, sportovní a další zařízení, především v rekreačních oblastech (Lejsek, 2011). V 19. století také začaly vznikat první cestovní kanceláře, přičemž jedním z průkopníků byla společnost Thomas Cook & Son. Tato kancelář jako první zavedla organizované zájezdy pro skupiny, které zahrnovaly dopravu, ubytování a stravenky, což umožnilo snížit celkové náklady na cestování (Europeana, 2020).

Ve 20. století se začíná rozvíjet tzv. novodobý cestovní ruch, který se stal důležitou součástí trávení volného času a spotřeby obyvatelstva. Přispíval k fyzické i duševní regeneraci a osobnímu rozvoji. S jeho růstem rostla i potřeba specializovaného zázemí, což vedlo k vytvoření samostatné infrastruktury a rozvoji turistických středisek (Lacina, 2010). Nejvýraznější změna nastává s příchodem informační technologie – internetu, který zásadně ovlivnil chování zákazníků a dostupnost nabídek cestovního ruchu. Díky online prostředí si lidé mohli snadno vybírat a rezervovat zájezdy odkudkoli a kdykoli. Zároveň se prodlužoval volný čas a lepší ekonomická situace zpřístupňovala cestování širším vrstvám společnosti (Ryglová a kol., 2011).

V České republice se cestovní ruch začal rozvíjet až na počátku 20.století, a to především díky rozvoji lázeňství a trampingu (Lejsek, 2011). Během let se rozšiřoval jak domácí, tak zahraniční cestovní ruch. Vše se ale změnilo v roce 1948, kdy došlo ke změnám ve společensko-politických poměrech. Došlo k uzavření hranic a k velkému úpadku domácího i zahraničního cestovního ruchu. Koncem šedesátých a začátkem sedmdesátých let docházelo k opětovnému rozvoji, zejména k vývoji druhého bydlení. Největší nárůst nastává po roce 1990 (Vystoupil a kol., 2011). V krátké době začalo vznikat spoustu cestovních kanceláří a také jejich nabídek na trhu. Jejich nabídka převažovala o 30 % nad jejich poptávkou, což vzápětí vyvolalo krach mnoha z nich (Ryglová a kol., 2011).

V novém miléniu se postupně snižoval počet cestovních kanceláří, rozvíjeli se nové specifické formy cestovního ruchu s vyšší přidanou hodnotou, zvyšoval se důraz na regionální aspekty a rozvoj cestovního ruchu v regionech a prudce se změnily distribuční cesty jako online rezervační systém, platby kartou apod. (Ryglová a kol., 2011).

4.3. Předpoklady cestovního ruchu

Pro samotný vznik cestovního ruchu na určitém území je důležité, zda má dané území potenciál či předpoklad k rozvoji cestovního ruchu. Předpoklady cestovního ruchu lze tedy definovat jako soubor přírodních a antropogenních aspektů, které nám vytvářejí potenciál pro rozvoj cestovního ruchu na daném místě. Tyto předpoklady dále obvykle členíme do tří základních skupin (Zelenka a Pásková, 2002).

4.3.1. Lokalizační předpoklady

První skupinou jsou předpoklady lokalizační. Lokalizační předpoklady cestovního ruchu jsou takové, které umožňují aktivity cestovního ruchu v určitých regionech či oblastech. Prostřednictvím turistických atraktivit poskytují odpověď na otázku, za čím účastníci do destinace cestují (Kajzar, 2015). Zahrnují předpoklady přírodní a kulturně-historické. Z předpokladů přírodních sem řádíme například reliéf, podnebí, vodstvo, rostlinstvo a živočišstvo. Z hlediska předpokladů kulturně-historických sem patří lidmi vytvořené atraktivity, kulturní památky, lidovou architekturu či folklór a umění. Důležitým faktorem je tedy geografická poloha oblasti nebo její historický vývoj (Holeček a kol., 1999). Okres Břeclav může turistům v tomto případě hodně nabídnout. Z přírodních předpokladů zde nalezneme chráněnou krajinou oblast Pálava, biosférickou rezervaci Dolní Morava, Novomlýnské nádrže, které lze využít pro vodní sporty, rybaření nebo také pro rekreační plavby. Dále je okres Břeclav jeden z nejvýznamnějších vinařských oblastí, což může do tohoto území také přilákat spoustu turistů. Z hlediska kulturně – historických předpokladů je hlavním lákadlem pro turisty Lednicko-Valtický areál, který se řadí na Světové kulturní dědictví UNESCO. Dále sem můžeme zařadit folklór a tradice, pro které je také jižní Morava velmi známá.

4.3.2. Selektivní předpoklady

Druhou skupinou jsou předpoklady selektivní. Vyjadřují způsobilost dané země k aktivitám cestovního ruchu. Vyjadřují způsoby a podmínky určující kdo, kolik a jak často se bude cestovního ruchu účastnit. Nejčastěji tyto předpoklady dělíme na objektivní a selektivní (Holeček a kol., 1999).

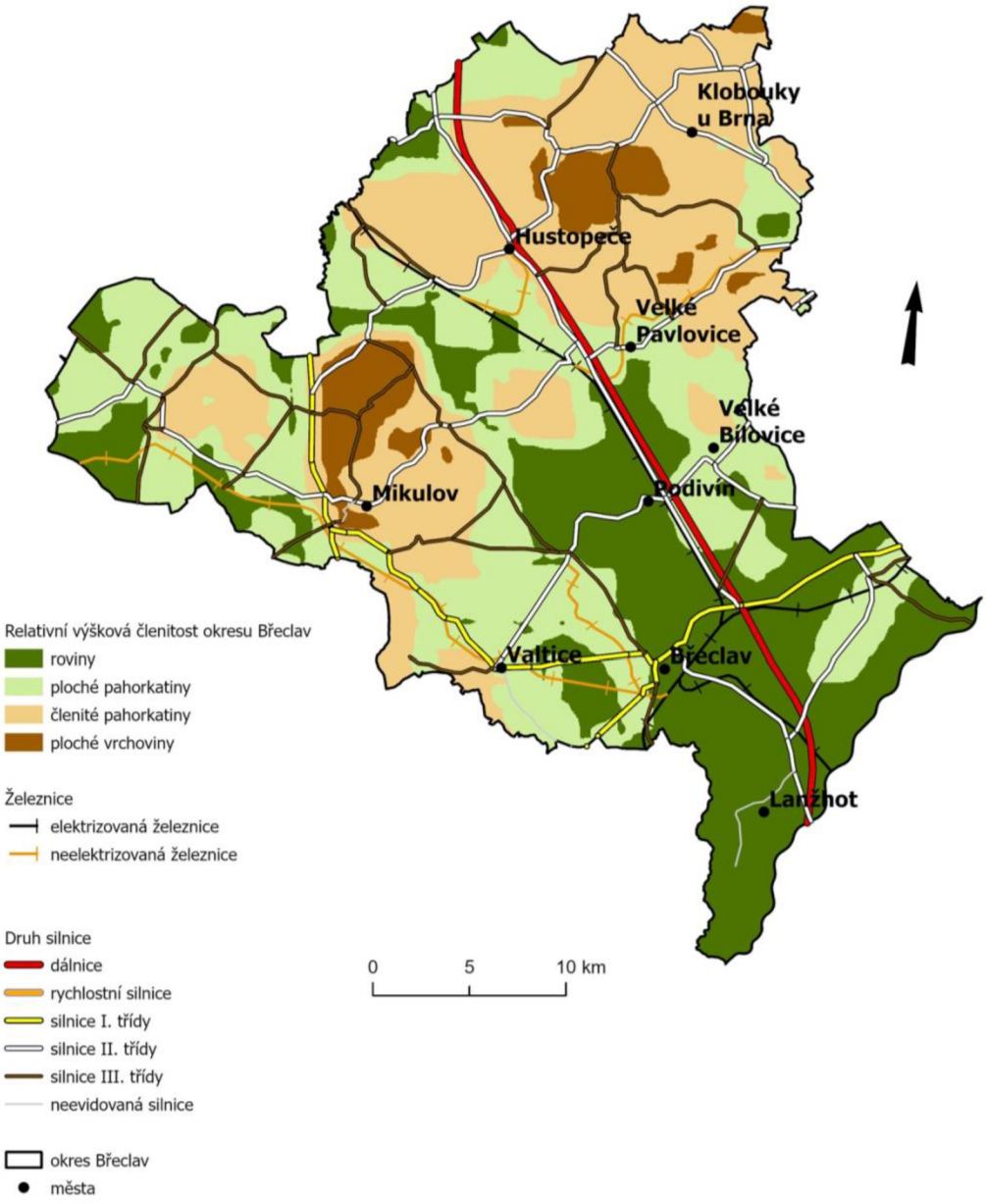
Mezi objektivní předpoklady řadíme politický systém (bezpečnost země), ekonomické předpoklady země, demografickou skladbu obyvatelstva, urbanizaci či stav životního a ekologického prostředí (Kajzar, 2015). Z tohoto hlediska je Česká republika, a tedy i samotný okres Břeclav vhodnou lokalitou pro cestovní ruch.

Subjektivní předpoklady ovlivňují rozhodování lidí o účasti na cestovním ruchu. Důležitost rozhodování ovlivňuje především reklama, propagace místa, cestovní kanceláře ale také vlastní subjektivní faktor jako je vlastní zkušenost a přesvědčení, znalost jazyků, životní úroveň nebo ekonomická situace jedince (Kajzar, 2015).

4.3.3. Realizační předpoklady

V neposlední řadě třetí skupina, a to předpoklady realizační. Spojují možnost příznivých lokalizačních podmínek a také možnost dopravení se na místa a využívání jich k pobytu, rekreaci či jiným jejich vybraným aktivitám. Jinými slovy tedy umožňují uskutečnit požadavky, nároky a přání účastníků cestovního ruchu. Tyto předpoklady dále dělíme na komunikační předpoklady a materiálně – technické předpoklady (Drobná a Morávková, 2013).

Mezi komunikační předpoklady patří dopravní dostupnost území (hustota a kvalita silnic, železnice a vybavenost místa veřejnou dopravou). Železniční dostupnost je v okrese dostatečná. Jak můžeme vidět na obrázku č. 1, nalezneme zde elektrifikovanou i neelektrifikovanou železnici. Důležitým železničním koridorem je hlavně město Břeclav. Vede přes ní trať spojující Břeclav, Brno i Prahu ale také Českou republiku se Slovenskem a Rakouskem. Z hlediska hustoty a kvality silnic je okres Břeclav opět dostatečně vybaven. Z obrázku č. 1 vidíme, že přes okres vede dálnice D2 i silnice I. třídy a mimo jiné samozřejmě i spoustu silnic II. a III. třídy.



obr.1 Silniční a železniční vybavenost okresu Břeclav
(zdroj: Data ArcČR, SRTM, vlastní zpracování)

4.4. Venkov a venkovský prostor

Před samotným vysvětlením pojmu venkovský cestovní ruch je důležité, určit si, co vlastně považujeme za venkov a venkovský prostor. Podle definice OECD (Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj), se venkovské oblasti rozlišují na dvou úrovních. Na lokální úrovni (v rámci obcí) se venkovem rozumí sídla s hustotou pod 150 obyvatel na km². Na regionální úrovni pak definice stanovuje vymezení regionů na:

- převážně venkovské, kde více než 50 % obyvatel regionu žije ve venkovských obcích
- významně venkovské, kde ve venkovských obcích žije 15–50 % obyvatel regionu
- výrazně městské, kde ve venkovských obcích žije méně než 15 % obyvatel regionu (Matoušková, 2011).

Vesnice je tvořena zastavěným územím s typickou rurální strukturou, přičemž venkovský prostor je chápán nejen jako samotná sídla, ale i jako kulturní krajina v jejich okolí. (Perlín a kol., 2010).

Z širšího pohledu je venkovský prostor brán jako neměstská oblast, kde se oproti městskému prostředí vyskytují odlišné jevy, vztahy, procesy či funkce. Zároveň se zde oproti městům liší vývoj nejen v socioekonomické rovině, ale i v oblasti sociokulturní a institucionální (Chromý a kol., 2011).

Obecně lze venkov definovat jako prostor, který zahrnuje jak krajinu, tak i venkovská sídla. Pro venkov jsou charakteristické menší intenzity sociálně ekonomických kontaktů a menší hustota vazeb mezi jednotlivými subjekty, které se ve venkovském prostoru pohybují (Perlín, 1999).

Podle Hany Svobodové a Antonína Věžníka (2014) současný venkov často vykazuje mnohé znaky města a také současná města mohou mít venkovský charakter. Pro možné lepší vymezení, můžeme dále venkov rozdělit pomocí kvalitativních a kvantitativních znaků.

Mezi kvalitativní znaky podle řadíme:

- urbanistické znaky (např. vysoký podíl rodinných domů a vysoký podíl zeleně v sídle)
- architektonické znaky (např. nízkopodlažní zástavba, domy doplněny hospodářským zázemím)
- sociální znaky (např. úzký kontakt mezi obyvateli, participace)

- ekonomické znaky (např. dominance zemědělství, primární výroba potravin) a administrativní znaky jako je statut sídla

Druhá skupina jsou tedy kvantitativní znaky, kam patří:

- počet trvale bydlících v obci
- hustota zalidnění

4.5. Venkovský cestovní ruch

Venkovský cestovní ruch není z historického pohledu žádnou novou záležitostí. Zájem o rekreaci na venkově se objevil již v polovině 19. století jako reakce na rodící se průmyslová města a aglomerace. V České republice došlo k prvním aktivitám tohoto druhu cestovního ruchu díky oblibě chataření a chalupaření od 60. let minulého století. Pravý venkovský cestovní ruch jako alternativa pro masový cestovní ruch se začala prosazovat až po roce 1990 (Vystoupil a kol., 2011).

Venkovský cestovní ruch lze definovat jako formu cestovního ruchu spojenou s vícedenním pobytem a volnočasovými aktivitami odehrávajícími se ve venkovském prostředí. Typickými činnostmi jsou pěší turistika, jízda na kole či na koni, péče o hospodářská zvířata nebo konzumace místně a podomácku vyrobených potravin. Ubytování je zpravidla zajištěno v soukromí nebo v zařízeních s omezenou kapacitou. (Zelenka a Pásková, 2002).

Rozvoj venkovského cestovního ruchu úzce souvisí s rozvojem venkova. Zahrnuje budování pěších a cyklistických tras, podporu farem s alternativním zemědělstvím, vznik místních muzeí a skanzenů, oživení tradičních řemesel a obnovu či rozšiřování ubytovacích a stravovacích zařízení. (Zelenka a Pásková, 2002). Rozvoj venkovského cestovního ruchu ve venkovských oblastech by měl být pečlivě zohledněn, aby se předešlo případným negativním dopadům na životní prostředí a dosáhlo se tak pozitivních efektů cestovního ruchu, které patří do forem udržitelného rozvoje (Janković &Tubić & Đurović, 2015).

Podle Jána Oriešky (2010) venkovský cestovní ruch zahrnuje vícedenní pobyt ve venkovském prostředí spojený s rekreačními aktivitami na venkově. Mezi hlavní formy venkovského cestovního ruchu řadí zejména agroturismus, ekoagroturismus a ekoturismus.

Naopak podle Jiřího Vystoupil, Martina Šauera a kolektivu (2011) venkovský cestovní ruch zahrnuje mnohem širší škálu různorodých aktivit, které se s ním mohou prolínat. Řadí mezi ně například agroturismus, ekoturismus, ekoagroturismus, pěší a cykloturistika, hippoturistika, enoturismus, ale i kulturní a poznávací turismus, který se prolíná s venkovským prostředím. Často sem bývá řazena také cykloturistika (Vystoupil a kol., 2011).

Venkovský cestovní ruch se spolu s výše vyjmenovanými aktivitami řadí do tzv. šetrných forem cestovního ruchu, v zahraniční literatuře označovaný také jako zelený cestovní ruch nebo alternativní cestovní ruch (Zelenka a Pásková, 2002). Tyto pojmy označují odpovědný způsob cestování, jehož cílem je minimalizovat negativní dopad na životní prostředí. Měl by představovat alternativu k masové turistice, která má na přírodu největší škodlivý vliv (Syrovátková, 2013).

4.5.1. Agroturistika

Jednou z výše vyjmenovaných forem venkovského cestovního ruchu je agroturistika. Za agroturistiku považujeme dovolenou na statku, rodinných domech nebo srubech. Provozují ji farmáři a další podnikatelé v zemědělství jako převážně doplňkový zdroj příjmů, který jim pomáhá udržet nebo rozšířit jejich hlavní činnost – produkci rostlinných a živočišných zemědělských produktů (Janotka, 1999).

Umožňuje zájemcům tohoto typu cestovního ruchu zažít domácí stravu a pobyt ve venkovských statcích či farmách, kde mají možnost se účastnit aktivit spojenými se zemědělskou činností a chovem hospodářských zvířat. (Drobná a Morávková, 2013).

Tento typ cestovního ruchu využívají zejména rodiny s dětmi, které hledají klidné prostředí, kde mohou děti poznat život na farmě, senioři, vyhledávající odpočinek a klid v přírodě nebo cyklisté a turisté, kteří chtějí spojit relaxaci se zapojením aktivního pohybu v přírodě.

V okrese Břeclav je jedním z příkladů agroturistiky Jáňův dvůr, který návštěvníkům poskytuje například vyjížďky na koních, půjčení kola, večerní grilování z vlastnoručně vyprodukovaných surovin nebo možnost posezení ve vinném sklípku nedaleko dvora.

4.5.2. Ekoturistka

Další zmiňovanou formou venkovského cestovního ruchu je ekoturistika. Ekoturistika klade důraz na ochranu životního prostředí a udržení ekologické rovnováhy. Nejde jen o turistický produkt, ale také o princip, který zajišťuje harmonii mezi rozvojem turismu a kvalitou životního prostředí. V tomto kontextu odmítá jednostranné využívání přírodních ekosystémů pro komerční a marketingové účely. Přestože tyto ekosystémy slouží jako zdroj pro cestovní ruch, je nezbytné zachovat jejich dlouhodobou obnovitelnost a udržitelnost. (Macháček, 2000). Proto také pomáhá zvyšovat povědomí o ochraně přírodních a kulturních statků, a to jak mezi místními obyvateli, tak mezi turisty. Vytváří ekonomické výhody pro místní obyvatelé, organizace a úřady spravující přírodní oblasti za účelem ochrany. Tímto nabízí místním komunitám nové pracovní možnosti a zdroje příjmů. (UN Tourism, 2025).

V okrese Břeclav je jedním z příkladů ekoturistiky Ekologická farma Holý Vrch, která chová koně na přírodním ekologickém základě. Mimo jiné nabízí návštěvníkům možnosti projížďky i obstarání jejich koní.

4.5.3. Ekoagroturistika

Ekoagroturistika spočívá v pobytu na ekologicky hospodařících farmách, které produkují biopotraviny a nacházejí se v prostředí příznivém pro zdraví. Tyto farmy dodržují přísné mezinárodní standardy ekologického zemědělství, přičemž jejich produkty podléhají důkladné kontrole a musí splňovat veškeré požadavky kladené na tento způsob hospodaření. Klíčovým rysem ekoagroturistiky je nejen úzký kontakt návštěvníků s farmářskou rodinou, ale také možnost zapojit se do zemědělských prací a ochutnat produkty ekologického hospodaření (Syrovátková, 2013).

4.5.4. Cykloturistika

Cykloturistika patří mezi dynamicky se rozvíjející formy cestovního ruchu a zároveň spadá pod ekologickou turistiku. Lze ji provozovat jak na zpevněných, tak na nezpevněných cestách. V posledních letech vzniká stále více tematických cyklotras, které propojují turisticky atraktivní místa se společným zaměřením. Mezi nejznámější z nich patří vinařské stezky vedoucí oblastmi s tradičním pěstováním vína, které návštěvníkům umožňují poznávat místní vinařství (Syrovátková, 2013).

Jižní Morava je pro cyklisty velmi oblíbená a samotným okresem Břeclav prochází tři vinařské stezky: Vinařská stezka Podluží, Velkopavlovická vinařská stezka a Mikulovská vinařská stezka (Břeclav, 2025).

4.5.5. Hippoturistika

Hippoturistika je kombinací rekreace a jízdy na koni. Blízký kontakt s koněm má prokazatelně pozitivní vliv na lidskou psychiku a přispívá k hlubšímu propojení člověka s přírodou. V dnešní uspěchané době se tak stává důležitou formou duševní relaxace. Známé jsou také blahodárné účinky hipoterapie, která je proto doporučována dětem i dospělým s různými duševními poruchami (Špičáková, 2009).

4.5.6. Vinařská turistika

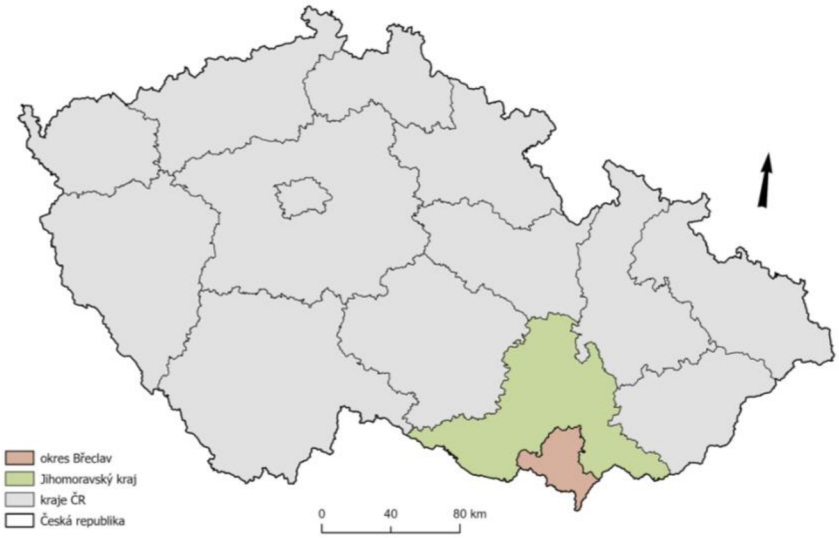
Vinařský cestovní ruch, známý také jako enoturismus, je specifická forma turistiky zaměřená na objevování tradičních vinařských oblastí. Návštěvníci se účastní degustací vín, poznávají způsoby jejich pěstování a výroby a nasávají jedinečnou atmosféru vinných sklípků, vináren a vinoték. (Zelenka a Pásková, 2002). Ačkoli se na našem území pěstuje vinná réva a vyrábí víno již po staletí, teprve v posledních letech se víno začíná výrazněji uplatňovat jako turistický produkt. Nejde přitom pouze o víno jako exkluzivní pochoutku pro úzký okruh znalců, ale o komplexní zážitek spojený s vinařstvím. Ten zahrnuje tradice, kulturní dědictví i různé aktivity, které jsou s vínem úzce propojené a zároveň tvoří nedílnou součást rozvoje cestovního ruchu ve větším měřítku (Vystoupil a kol., 2011).

A právě na jižní Moravě, která je součástí okresu Břeclav, je tato forma venkovského cestovního ruchu velmi rozšířená. Dáno je to především polohou okresu a velmi vhodnými podmínkami pro pěstování vinné révy. I podle mého průzkumu lze vidět, že většina dotazovaných majitelů turistických zařízení má k tomuto druhu venkovského cestovního ruchu blízko. Vlastní vinné sklepy, pořádají akce k poznávání vína a samozřejmě také svá vína prodávají.

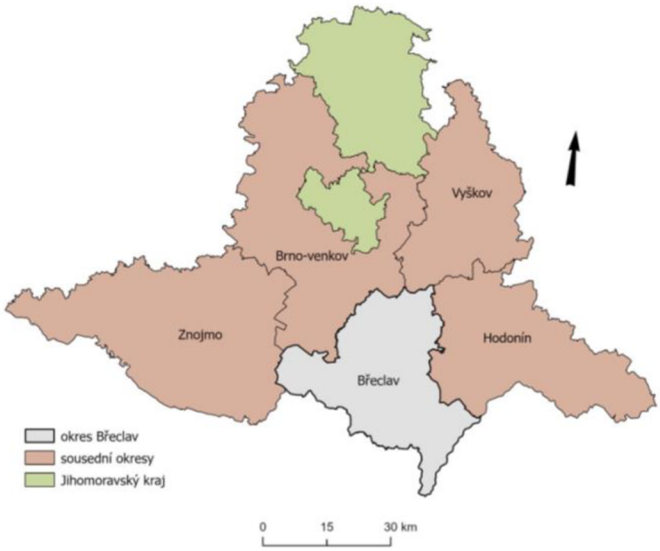
4.6. Zájmové území okres Břeclav

4.6.1. Geografická a demografická charakteristika

Okres Břeclav se nachází na jižním cípu Jihomoravského kraje i samotné České republiky a jde o celkově nejjižněji položený okres v České republice, jak lze vidět i na obrázku č. 2. Na jihu hraničí se Slovenskou republikou a na jihovýchodě s Rakouskem. Samotný okres sousedí s dalšími čtyřmi okresy, jak lze vidět na obrázku č. 3. Na západní straně s okresem Znojmo, na severozápadě s okresem Brno-venkov, na severu s okresem Vyškov a na severovýchodě s okresem Hodonín.



obr.2 Lokalizace okresu Břeclav v rámci České republiky (zdroj: Data ArcČR, vlastní zpracování)



obr.3 Sousední okresy okresu Břeclav (zdroj: Data ArcČR, vlastní zpracování)

Okres Břeclav je dále ještě rozčleněn do tří správních obvodů obcí s rozšířenou působností a to Břeclav, Hustopeče a Mikulov. Celkově okres čítá 63 obcí z toho pouze 9 měst jako je okresní město Břeclav, dále Mikulov, Valtice, Hustopeče, Velké Pavlovice, Klobouky u Brna, Podivín, Velké Bílovice a Lanžhot (Český statistický úřad, 2022).

Z geomorfologického hlediska se vyznačuje kombinací nížinných oblastí a pahorkatin. Rozkládá se na pomezí Západních Karpat a Západopanonské pánve. Většina území leží v Dolnomoravském úvalu, který je charakteristický rovinatým reliéfem s úrodnými půdami,

vhodnými pro zemědělství a vinařství. Výraznější vyvýšeninou okresu jsou Pavlovské vrchy s nejvyšším vrcholem Děvín (550 m n.m.).

S rozlohou 1038 km² se řadí do středně velkých okresů v republice. V Jihomoravském kraji je však Břeclav jedním z větších okresů. Počet obyvatel byl k 1.1. 2023 dle Českého statistického úřadu 118 828 a hustota zalidnění činila 113 obyv./km², což řadíme mezi podprůměrně zalidněné okresy v České republice, jelikož celorepublikový průměr je 137,3 obyv./km² (Český statistický úřad, 2023). Důvodem podprůměrného zalidnění může být větší zemědělská krajina okresu (velká část je využívána pro zemědělství jako jsou například orná pole a vinice) nebo více menších obcí s nízkým počtem obyvatel.

Zařazení okresu Břeclav mezi venkovské regiony není jednoznačné. Jak jsem již výše psala okres Břeclav se nachází v Jihomoravském kraji a zahrnuje jak městské, tak venkovské oblasti. Například město Břeclav je významným městským centrem, zatímco okolní menší obce mají převážně venkovský charakter. Proto nelze celý okres jednoznačně zařadit jako venkovský region.

4.6.2. Přírodní a kulturní charakteristika

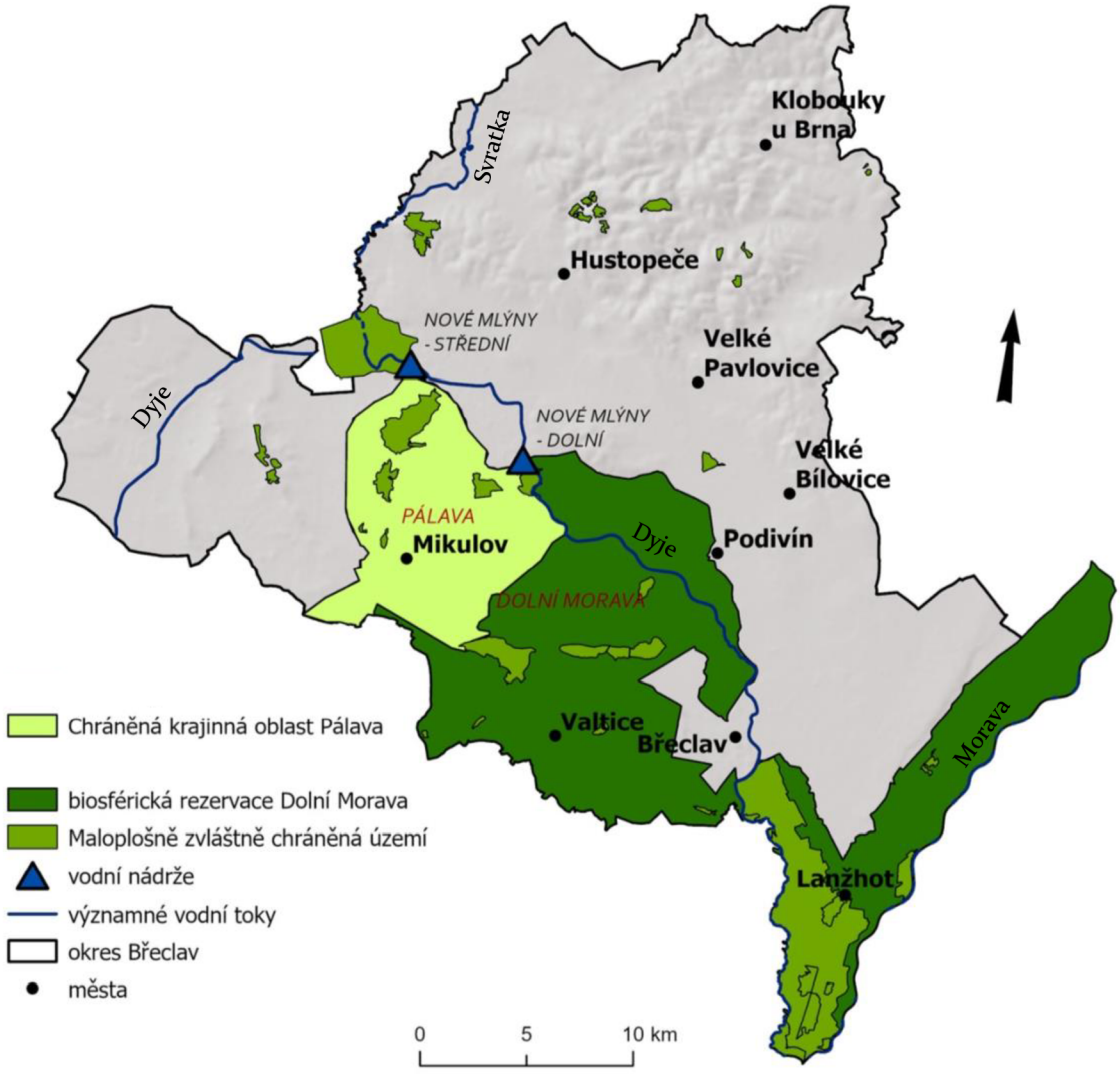
Zemědělství zde hraje velkou roli, oblast je proslulá vinařstvím a má pro celou jižní Moravu velký význam. Důvodem pro pěstování vinné révy, jak jsem již dříve psala, jsou dobré půdní a klimatické podmínky v této oblasti. Nalezneme zde úrodné černozemě a také teplé a suché klima s nízkými srážkami, které společně utvářejí ideální prostředí pro tento typ zemědělství. Mezi nejvýznamnější vinařské oblasti v okrese Břeclav patří Mikulovsko, Velkopavlovicko, Valtice a Lednicko-Valtický areál.

Z hlediska kulturní charakteristiky okresu má největší hodnotu určitě Lednicko-Valtický areál. Celý tento krajinný komplex s množstvím kulturních a přírodních památek byl zapsán na světové dědictví UNESCO v roce 1996 a je pokládán za nejrozsáhlejší komponovanou krajinu v celé Evropě. Najdeme zde zámky Lednice a Valtice, spoustu přírodních památek a rezervací, Janův hrad, Minaret a mnoho dalších. Od roku 2003 je celý areál součástí biosférické rezervace Dolní Morava (Národní památkový ústav, 2025).

Další neodmyslitelnou součástí kultury na jižní Moravě je folklór a lidová kultura. Kam spadají tradiční hody, různé krojované slavnosti a samozřejmě vinařské akce.

Přírodní bohatství okresu Břeclav je stejně významné jako jeho kulturní dědictví. Krajina je zde velice rozmanitá od vápencových skalních útvarů Pálavy přes rozsáhlé lužní lesy podél Dyje až po vodní plochy Novomlýnských nádrží.

Dominantním prvkem přírody je Chráněná krajinná oblast Pálava, vyznačující se vápencovými skalami a velmi teplým a suchým podnebím. Díky tomu se zde vyskytuje unikátní teplomilná flóra a fauna, kterou jinde v České republice najdeme jen velmi vzácně nebo vůbec (AOKP ČR, 2025). Za zmínku stojí i soustava Novomlýnských nádrží, která se skládá z Mušovské, Věstonické a Novomlýnské vodní nádrže, vhodné pro rybaření, vodní sporty a rekreaci.



obr.4 Přírodní bohatství okresu Břeclav
(zdroj: Data ArcČR, AOPKČR, SRTM, vlastní zpracování)

5. Praktická část práce

5.1. Vybraná turistická zařízení

Ekofarma Holý Vrch

Ekologická farma na kopci Holý Vrch s výhledem na celou jižní Moravu. Farma se nachází v naprostém soukromí, naleznete zde přibližně 50 koní, na kterých se lze projet v místní jízdárně i v blízkém okolí a několik krásných hříbat pro děti. K dispozici je také restaurace a ubytování. Farma je mimo jiné uzpůsobená ke konání různých společenských akcí jako jsou narozeniny, svatba nebo teambuildingy (Ekofarma Holý Vrch, 2025).

Vinařský dům Sedlec

Vinařský dům Sedlec je rodinný penzion a vinařství. Nachází se uprostřed trojúhelníku Mikulov – Valtice – Lednice a je vhodný pro rodiny s dětmi i větší skupiny přátel, které chtějí na kole cestovat po okolí nebo jen klidně posedět v prostředí vinného sklepu (Vinařský dům Sedlec, 2025).

Vinařství & hotel Stanislav Mádl

Jde o rodinné vinařství spojené s hotelem a restaurací nacházející se ve Velkých Bílovicích, v oblasti vinných sklepů a rozlehlých vinic. Rodina majitele Stanislava Mádla se zabývá pěstováním vinné révy již po několik generací. Bohaté zkušenosti se zpracováním hroznů vedly v roce 1993 k založení vinařské firmy. Vinařství & hotel Stanislav Mádl nabízí návštěvníkům možnost ubytování, navštívení restaurace, vinné degustace a příjemné prostředí jižní Moravy (Vinařství & hotel Stanislav Mádl, 2025)

Jáňův dvůr

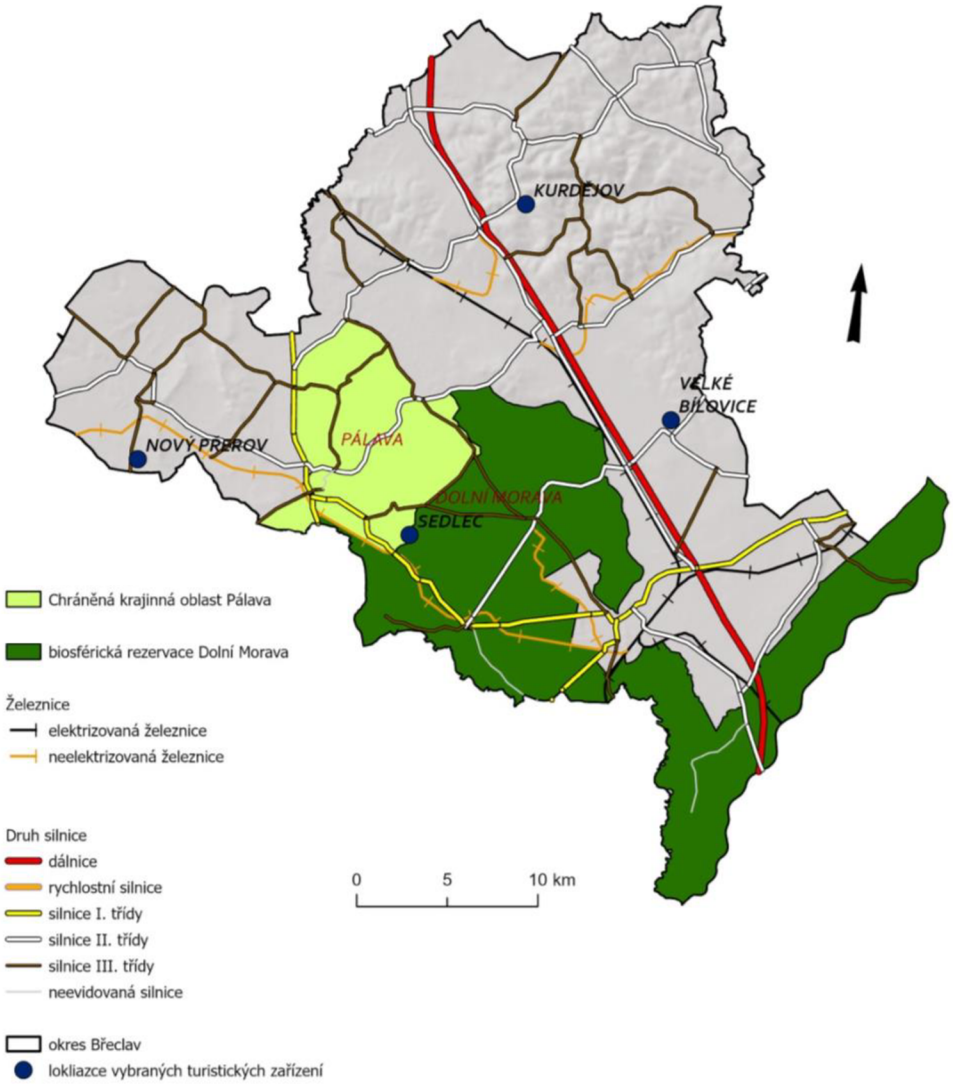
Zrekonstruovaný venkovský statek, nacházející se v nejjižnějším koutu naší republiky na křižovatce cyklostezek a zároveň hranici s Rakouskem, ve vinařské vesničce Nový Přerov. Jáňův dvůr nabízí ubytování a rekreaci pro všechny, kteří hledají formou agroturistiky tradiční venkovské hodnoty – klidné prostředí, kontakt s přírodou a zvířaty, rodinnou atmosféru, dobrou kuchyni a místní produkty (Jáňův dvůr, 2025).

Sklep 38

Sklep 38 navazuje na tradici vinných sklípků jižní Moravy. Za konceptem stojí Ing. Petr Skoupil ml., zástupce vinařské rodiny, která se ve Velkých Bílovicích věnuje vínu s láskou a oddaností už po několik generací. Sklep 38 nabízí boutique ubytování spojené s jedinečnou atmosférou moravského sklípku a vinného baru (Sklep 38, 2025).

Rodinné vinařství Skoupil

Rodinné vinařství spojené s restaurací a hotelem ve Velkých Bílovicích navazuje na rodinnou historii výroby vína. Kombinují tradici a přirozený respekt k přírodě s moderními postupy. Mimo jiné nabízejí možnosti uspořádání společenských akcí jako je stavba nebo firemní akce uprostřed kouzelných vinic (Rodinné vinařství Skoupil, 2025).



obr.5 Lokalizace vybraných turistických zařízení
(zdroj: Data ArcČR, SRTM, AOPKČR, vlastní zpracování)

5.2. Rozbor rozhovorů

5.2.1. Důvody pro zahájení podnikání v oblasti venkovského cestovního ruchu?

Z rozhovorů vyplynulo, že poskytovatelé turistických zařízení začali podnikat z různých důvodů, které lze rozdělit do dvou hlavních skupin. První skupinou jsou podnikatelé, pro které je jejich činnost srdeční záležitostí a mají k regionu i cestovnímu ruchu osobní vztah, baví je práce s lidmi a snaží se o rozvíjení a předání jejich vášně mezi ostatní.

„Je to pro mě srdcovka, chtěl jsem, aby se tento typ podnikání, které bylo komunismem zrušeno navrátilo.“ – (respondent 1, Vinařský dům Sedlec, 20. ledna, 2025)

Druhou skupinou jsou podnikatelé, kteří navazují na rodinnou tradici a jsou již několikátou generací, která v tomto druhu podnikání pokračuje a snaží se o udržování a vylepšování jejich objektu. Pro tyto respondenty je podnikání přirozeným pokračováním rodinného dědictví.

„Naše rodina se pěstování vína a provozem penzionu zabývá již po několik generací, byla to pro mě radost a čest v této tradici pokračovat.“ – (respondent 3, Vinařství & hotel Stanislav Mádl, 4. února 2025)

5.2.2. Návštěvnost a sezónnost v turistických zařízeních

Respondenti se jednoznačně shodli, že je jejich podnikání výrazně ovlivněno sezónností. Nejvyšší sezónnost je podle většiny majitelů v období letních měsíců – červen, červenec, srpen, případně jarní měsíce – duben a květen nebo začátek podzimních měsíců – září, říjen. Podzimní měsíce uváděli hlavně majitelé penzionů spojených s vinařstvím, jelikož se k podzimu váže vinná tradice spojená s výrobou burčáku.

„Hlavní měsíce jsou pro nás červenec, srpen a září, v tuto dobu hodně funguje náš kemp a je tu spoustu cyklistů. Září bývá také super hlavně skrz burčák. Květen a červen jsou slabší měsíce a v dubnu a říjnu máme otevřeno pouze víkend.“ – (respondent 4, Jáňův dvůr, 18.února 2025)

Některá zařízení mají mimo sezónu zavřeno, jiná omezený režim.

„Máme otevřeno celoročně ale sezóna je tu samozřejmě znát. Hlavní sezóna jsou pro nás letní měsíce a vedlejší začíná někdy v dubnu a končí v listopadu. Měsíce kdy se tu nic moc neděje je prosinec, a hlavně teď leden a únor.“ (respondent 3, Vinařství & hotel Stanislav Mádl, 4. února 2025)

5.2.3. Nabízené aktivity a služby v turistických zařízeních

Respondenti byli dotazováni na spektrum aktivit a služeb, které jejich turistická zařízení poskytují. Na základě jejich odpovědí lze aktivity rozdělit takto:

Ubytovací služby

Všichni dotazovaní respondenti provozují ubytování v různých formách. Většina nabízí ubytování v menších hotelech, penzionech nebo apartmánech, jiní mimo tuto variantu nabízí ubytování v kempu, popřípadě Jáňův dvůr poskytuje ubytování v sýpce. Převážně tedy pro větší skupiny návštěvníků nebo poutníky.

Stravovací služby

Nabídka stravování se mezi jednotlivými turistickými zařízeními výrazně liší. Odpovědi respondentů můžeme rozdělit na tyto skupiny:

1.Vlastní restaurace a občerstvení

První skupina jsou turistické podniky, které provozují vlastní restauraci a nabízejí kompletní stravovací služby pro své hosty i veřejnost. Zaměřují se často na tradiční místní nebo českou kuchyni. Mezi tyto podniky patří Vinařství & hotel Stanislav Mádl a Rodinné vinařství Skoupil.

2. Stravování z vlastních surovin

Stravování, které poskytuje Jáňův dvůr svým hostům pochází z velké většiny z vlastních a lokálních surovin, například z vlastních chovů a farmy. Tímto garantují svým hostům kvalitu jejich jídel.

3. Bez stravovacích služeb

Některá zařízení se rozhodla stravování vůbec neposkytovat a nechávají tuto oblast zcela na hostech. Vinařství Mádl disponuje pokoji i apartmány, které mají vlastní kuchyňku, a tedy i možnost vařit si samy dle svého. Naopak Sklep 38, často doporučuje pro stravování restauraci v rodinném vinařství Skoupil, jelikož jsou tyto dva turistické podniky vlastněny jednou rodinou a jsou jen pár minut chůzí od sebe.

4. Prostor pro restauraci k pronájmu

Ekofarma Holý Vrch prostory pro restauraci má ale sama ji neprovozuje. Využívají ji pouze k pronájmu pro externí cateringové služby, jako jsou například svatby.

Aktivity

Spoustu lidí využívá oblast jižní Moravy pro cyklistiku, proto mezi nabízené služby Jáňova dvoru, Vinařství & hotelu Stanislav Mádl a Vinařského domu Sedlec patří možnosti zapůjčení kola, jak pro děti, dospělé, tak i pro seniory nabízí k zapůjčení elektrokola. Někteří respondenti se naopak zaměřují na tematické pobyty a zážitkové aktivity. Příkladem může být možnost degustace a poznání vína – Vinařský dům Sedlec provozuje naučný vinný chodníček, kde návštěvníkům při jejich zájmu vysvětlí jak složité a co všechno pěstování vína obnáší. Dále mezi aktivity provozované některými turistickými zařízeními patří večerní grilování, vyjížďky na koních nebo aktivity a programy s hospodářskými zvířaty, které po domluvě zajistí Jáňův dvůr. Zajímavá a větší kulturní událost, kterou pořádá Vinařství Mádl je Den vína. Jde o tradiční gastronomickou akci s doprovodem cimbálové muziky, kde lze ochutnat spoustu druhů vína z moravských vinařství.

„Ano, degustace umožňujeme, samozřejmě záleží na lidech, kdo má zájem. Naučný vinný chodníček je novinka, lidé mohou po cestě vidět až 21 odrůd vína a já jim k tomu moc rád něco povím.“ (respondent 1, Vinařský dům Sedlec, 20. ledna 2025)

„Den vína jsme pořádali po třetí. Vždy pozveme další vinaře, kteří si zde mohou prezentovat svá vína a tradicí je také cimbálová muzika.“ (respondent 3, Vinařství & hotel Stanislav Mádl, 4. února 2025)

Mezi další formu aktivit či služeb některých zařízení patří nabídka prostor pro firemní školení, teambuildingy, narozeninové oslavy či svatby. V některých případech nabízejí nejen prostor ale také kompletní organizaci akce včetně cateringu a ubytování.

5.2.4. Vnímání konkurence mezi poskytovateli turistických zařízení

Konkurence v oblasti cestovního ruchu je jedním z klíčových faktorů, které ovlivňují fungování turistických zařízení. Okres Břeclav je vyhledávanou turistickou destinací, což značí vyšší koncentraci ubytovacích a rekreačních zařízení. Vedle tradiční konkurence mezi hotely, si zde respondenti konkurují i v rámci vinných sklípků nabízející ubytování.

Pan majitel Vinařského domu Sedlec zmínil rostoucí konkurenci, kterou představují platformy jako Airbnb. Umožňují soukromým osobám pronajímat své nemovitosti turistům. Tato forma ubytování je konkurencí hlavně z důvodu ceny, která bývá často o dost nižší, zejména kvůli nižším provozním nákladům neoficiálních pronajímatelů.

„Airbnb vnímám jako velký průšvih tzv. černé penziony, my musíme platit různé poplatky za hygienu, revize, hasiče oni nic.“ – (respondent 3, Vinařský dům Sedlec, 20.ledna 2025)

Naopak prakticky vůbec žádnou konkurenci nevnímá paní majitelka Ekofarmy Holý Vrch. Uvedla, že farma se specializuje především na koně, což ji činí jedinečnou v rámci regionu. Podle ní se v okolí nenachází žádné podobně zaměřené zařízení, a proto nepociťuje přímou konkurenci.

„Ne, konkurenci vůbec žádnou nevnímám.“ – (respondent 2, Ekofarma Holý Vrch, 29. ledna 2025)

Zajímavým zjištěním ohledně vnímání konkurence bylo, že někteří podnikatelé se nesnaží s konkurecní bojovat, ale naopak s ní i spolupracují – například formou vzájemného doporučování zákazníků.

„Samozřejmě konkurenci vnímám ale pokud máme plno posíláme si hosty navzájem mezi penziony. To platí i pro vinařství, každý má svoji klientelu a nepřebírá hosty ostatním.“ (respondent 3, Vinařství & hotel Stanislav Mádl, 4. února 2025)

5.2.5. Vliv pandemie COVID-19 na turistická zařízení

Pandemie COVID-19 měla výrazný dopad na sektor cestovního ruchu, včetně venkovských turistických zařízení v okrese Břeclav. Z odpovědí respondentů vyplynulo, že pandemie přinesla jak negativní, tak pozitivní změny.

Mezi negativní změny, které respondenti uvedli, měla největší dopad jednoznačně ztráta příjmů a nutnost zavřít provoz nebo jej alespoň výrazně omezit. Ačkoli podnikatelé mohli zažádat o určité kompenzace od státu, jejich získání bylo složité a spojené s velkým množstvím administrativy. Dále uvedli, že papírování a vyřizování dotací jim přineslo další stres a práci navíc.

„V první vlně covidu jsme o dotace žádali a dostali jsme alespoň menší podporu. Podruhé už ne – bylo to příliš složité a komplikované, museli jsme se různě registrovat. Byli jsme zavření, náklady jsme omezili a se raději uskromnili.“ (respondent 3, Vinařský dům Sedlec, 20.ledna 2025)

Mezi pozitivní změny naopak patří investice do rozvoje – někteří podnikatelé využili nucené pauzy k rekonstrukcím, vylepšení služeb nebo rozšíření nabídky. Pan majitel Vinařství Sedlec například uvedl jako novinku vznik kempovacího místa s výhledem na vinici z bývalého parkoviště nebo zavedení větších záloh (z 30 % na 50 %), pro případ rušení rezervací na poslední chvíli.

Změna struktury návštěvníků a větší zájem o venkovskou turistiku

Pandemie zásadně ovlivnila složení hostů turistických zařízení. Jelikož se nedalo během covidové doby cestovat do zahraničí, většina respondentů zaznamenala úbytek zahraničních turistů, například z Rakouska a Slovenska. Za to zaznamenali narůst domácích turistů. Lidé se více zaměřili na cestování po České republice a začali vyhledávat klidné lokality v přírodě namísto městské turistiky. To vedlo k výrazně vyššímu zájmu o venkovská ubytování a aktivity v přírodě, jako je cykloturistika nebo pobyty na farmách.

Majitel Jáňova dvoru uvedl, že pro něj bylo období covidu dobré:

„V době největší krize tedy období zimy a začátek jara míváme stejně zavřeno, naopak léto bylo už v klasickém provozu, lidé nejeli do zahraničí a u nás bylo nezvykle plno. “ (respondent 4, Jáňův dvůr, 18. února 2025)

5.2.6. Plány a výhledy do budoucna

Další dotazovaná otázka na respondenty se týkala plánů a vizí do budoucna. Všichni dotazovaní plánují a snaží se rozšířit svoji nabídku aktivit či služeb, popřípadě rozšířit nebo rekonstruovat stávající či nová turistická zařízení. Někteří majitelé plánují navýšení kapacity svých ubytovacích zařízení koupí nové krachující budovy nebo nového pozemku, jiní mají v plánu rekonstrukci svého dosavadního ubytování. Majitelé, kteří se zaměřují na vinařskou turistiku, navíc plánují rozšíření svých vinohradů.

Pro příklad majitel Jáňova dvora, který dosud vinici nemá, v budoucnu plánuje malou vinici založit. Díky ní by mohl návštěvníkům ukázat proces pěstování vína. Zároveň plánuje vybudovat kiosek poblíž statku na cyklostezce, kde by cyklisté mohli ochutnat jeho lokální potraviny z farmy, a občerstvit se během svých cest.

„Rozšiřovat ubytovací kapacity nechci, spíš dopilovat věci, aby zde bylo lidem příjemně a vlídně, proto bych také chtěl vybudovat malou vinici, kterou bych měl jako ukázkovou pro lidi, kteří se budou zajímat o víno. Pak mám ještě jeden pozemek poblíž cyklostezky, kde bych rád vybudoval kiosek.“ (respondent 4, Jáňův dvůr, 18. února 2025)

Mezi další plány některých respondentů patří zařazení wellness služeb, aby rozšířili sezónu a přilákali hosty i v zimních měsících, kdy bývá poptávka po ubytování nižší.

„Rádi bychom zařadili wellness, protože věříme, že by to přilákalo více lidí v zimě i na podzim. Navíc by to mohlo nabídnout další možnosti vyžití pro ty, kteří se nezajímají pouze o víno.“ (respondent 5, Sklep 38, 23. února 2025)

Své plány do budoucna má i majitelka Ekofarmy Holý Vrch, která uvedla, že již společenské akce jako jsou svatby pořádají ale vzhledem k rostoucímu zájmu o tuto událost plánují další rozšíření nabídky jako firemní akce, narozeninové večírky nebo dětské dny.

„Chtěli bychom dát možnost rozvoji těchto akcí a přidat další jako jsou firemní večírky nebo dětské dny.“ – (respondent 2, Ekofarma Holý Vrch, 29. ledna 2025)

5.2.7. Podpora od kraje, mikroregionu nebo obce

Z rozhovorů vyplynulo, že většina respondentů v současnosti žádnou finanční podporu od obcí či krajů nečerpá. Pouze výjimečně se setkali s jinými formami podpory. Paní majitelka Vinařství Mádl uvedla, že obec jim pomáhá například s propagací na internetu nebo se zapůjčením věcí při akcích, které pořádají.

„Obec pomáhá velmi ale ne finančně. Když pořádáme akci, pokud mají, zapůjčí nám vybavení nebo nám akci pomohou propagovat na stránkách obce.“ (respondent 3, Vinařství & hotel Stanislav Mádl, 4. února 2025)

Někteří podnikatelé uvedli, že v minulosti využili určitých dotací, avšak v současnosti se s žádnou podobnou podporou nesetkávají.

6. Diskuze

Tato část práce se věnuje srovnání zjištěných výsledků z praktické části s oficiálním strategickým dokumentem kraje – Strategií rozvoje cestovního ruchu JMK 2021–2027 (KPMG, 2021). Cílem je ukázat, zda se skutečné potřeby a zkušenosti provozovatelů turistických zařízení v okrese Břeclav shodují s prioritami a cíli, které kraj stanovuje pro rozvoj cestovního ruchu v regionu.

Podle strategie JMK (Jihomoravského kraje) patří mezi hlavní faktory rozvoje cestovního ruchu strategická poloha kraje, vinařská turistika, cykloturistika a kulturně-historické dědictví. Tato témata se promítla i v rozhovorech – většina respondentů se iniciuje v oblasti vinařství, nabízejí ubytování v blízkosti vinařských stezek a pořádají degustace či tematické akce spojené s vínem. Cílené propojení služeb (ubytování, gastronomické zážitky, vinařství) odpovídá prioritám kraje, který podporuje tzv. „balíčkování“ neboli propojování více služeb a rozvoj komplexních turistických produktů.

Podle SWOT analýzy ve strategii, představuje významnou příležitost rozvoje udržitelný cestovní ruch, a to především prostřednictvím agroturistiky, ekologických forem ubytování a lokálních produktů. V praxi se objevily prvky těchto trendů – například Jáňův dvůr nabízí ubytování v tradičních pokojích či sýpce a propaguje tradiční venkovské hodnoty, klidné prostředí a místní kuchyni. Rovněž další respondenti vyjadřovali zájem o ekologicky šetrnější provoz, a to například v oblasti stravování. Zájem o lokální gastronomii, která je úzce spojena s vinařstvím, byl zřejmý napříč všemi rozhovory. Více provozovatelů uvedlo, že plánují rozšíření vinic nebo posílení aktivit spojených s vínem.

Strategie dále zdůrazňuje potřebu zmírňovat sezónnost cestovního ruchu prostřednictvím nových produktů, jako je wellness, indoor aktivity nebo kulturní nabídka mimo hlavní sezónu. Tato oblast však v praxi naráží na problémy – většina respondentů potvrzuje silnou sezónnost a nízkou návštěvnost mimo léto. Aktivní snahu o prodloužení sezóny projevuje pouze malá část podnikatelů, kteří se snaží rozšířit svou nabídku například o wellness služby.

Krajská strategie se také opírá o systém destinačního managementu a zdůrazňuje význam spolupráce mezi veřejnou správou a soukromými subjekty. Respondenti však uváděli, že jejich spolupráce s obcemi, mikroregiony nebo destinačním managementem je často velmi omezená, pouze jeden respondent uvedl, menší spolupráci s městem ale pouze v rámci propagace na

obecních webových stránkách při akcích konaných v jejich zařízení. To poukazuje na nedostatečné využívání možností, které strategie nabízí, případně na slabou komunikaci mezi jednotlivými aktéry.

Zajímavým bodem je také nízká míra vnímání konkurence, která se v rozhovorech objevila. Strategie s tímto aspektem nepracuje přímo, nicméně podporuje vytváření partnerství a sítí mezi podnikateli. V praxi se ukazuje, že podnikatelé si často nekonkurují, ale spíše si vycházejí vstříc, což může být pro rozvoj venkovského cestovního ruchu výhodou.

Je ale vhodné znovu zmínit, že se jednalo o kvalitativní výzkum, a proto je třeba ho vnímat s určitým odstupem. Rozhovory byly vedeny s menším počtem vybraných poskytovatelů turistických služeb, a to na základě osobního výběru. Nejedná se tedy o reprezentativní vzorek všech aktérů v okrese. Zjištění nelze jednoduše zobecnit na celý okres Břeclav, spíše je možné je chápat jako konkrétní pohled na danou problematiku očima několika zapojených podnikatelů. Přesto tyto výpovědi poskytují užitečné poznatky z každodenní reality venkovského cestovního ruchu a umožňují srovnání se strategickými cíli kraje.

7. Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit současný stav venkovského cestovního ruchu v okrese Břeclav a jeho potenciál k dalšímu rozvoji. Na základě provedených rozhovorů s vybranými provozovateli turistických zařízení lze říci, že tato forma cestovního ruchu v daném regionu hraje významnou roli, a to především díky bohatému přírodnímu a kulturnímu dědictví, vinařské tradici a strategické poloze.

Z výzkumu vyplynulo, že respondenti se ve svém podnikání často opírají o rodinnou tradici, silný vztah k regionu a zájem o rozvoj venkovského prostředí. Nabídka služeb je různorodá a zároveň velmi specifická pro tuto oblast, jde tedy zejména o vinařství, agroturistiku a cykloturistiku.

Jedním z hlavních problémů, který se opakovaně objevoval, je výrazná sezónnost návštěvnosti. Venkovský cestovní ruch je typ cestovního ruchu, který je využívám zejména v jarních a letních měsících, zatímco podzimní, a především tedy zimní měsíce jsou zcela nevyužity. Někteří majitelé mají v plánu tento problém vyřešit vybudováním wellness zázemí, aby přilákaly hosty i v chladnějších obdobích, zatímco jiní využívají mimo sezónu k rekonstrukcím a úpravám svých zařízení.

Další výzvou je nerovnoměrné rozložení turistického ruchu v rámci okresu – většina návštěvníků míří především do známých oblastí jako je Lednicko-valtický areál, což může vést k přetížení těchto lokalit a naopak k opomíjení méně známých míst.

Přesto však lze říct, že venkovský cestovní ruch v okrese Břeclav má velký potenciál k dalšímu rozvoji, zejména v oblasti udržitelné turistiky, podpory lokálních produktů a rozšiřování nabídky služeb. Zároveň by bylo vhodné posílit podporu ze strany obcí, mikroregionů a kraje – nejen finančně, ale například i prostřednictvím lepší a větší propagace.

8. Summary

This bachelor thesis examines rural tourism in the Břeclav District, a region in South Moravia known for its wine tradition, natural landscape, and cultural heritage. The thesis aims to evaluate the current state of rural tourism and its potential for further development, focusing particularly on the perspective of local tourism service providers.

The theoretical part defines key concepts of tourism, with a focus on the specific characteristics of rural tourism, such as agritourism, wine tourism, cycling tourism, and ecotourism. It also introduces the geographical, demographic, and cultural context of the Břeclav District as a tourism destination.

The practical part is based on qualitative research using semi-structured interviews with six owners or representatives of tourism facilities in the region. The research aimed to explore their motivations, service offerings, seasonality of operations, perceptions of competition, and future visions. It also reflects on the impact of the COVID-19 pandemic and the extent of support from local authorities.

The results indicate that the majority of respondents are driven by either personal passion or a desire to maintain family tradition. Businesses are strongly influenced by seasonal patterns, with high demand in summer and autumn, especially in wine-related tourism. Although competition exists, some respondents reported cooperative relationships with other local entrepreneurs. Many aim to expand their services, introduce wellness features, or increase the attractiveness of their facilities throughout the year.

Overall, the thesis concludes that rural tourism in the Břeclav District has great potential for further development. Its success depends on better collaboration between public institutions and private stakeholders, enhanced marketing strategies, and a broader diversification of tourism products to reduce seasonality and promote sustainable tourism in the region.

9. Seznam použité literatury

CLIFFORD, Nicholas, FRENCH a VALENTINE, Gill. *Key Methods in Geography*. 2. vyd. 2010.

DROBNÁ, Daniela a MORÁVKOVÁ, Eva. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. 2. vyd. Praha: Fortuna, 2013. ISBN 978-80-7373-079-6.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 5. vyd. Praha: Portál, 2023. ISBN 978-80-262-1968-2.

HOLEČEK, Milan a kol. *Zeměpis cestovního ruchu*. 3. vyd. Praha: Nakladatelství České geografické společnosti, 1999. ISBN 978-80-86034-98-0.

CHROMÝ, Pavel, JANČÁK, Vít, MARADA, Miroslav a HAVLÍČEK, Tomáš. *Venkov – žitý prostor: regionální diferenciace percepce venkova představiteli venkovských obcí v Česku.* Geografie. 2011, roč. 116, č. 1, s. 23–45.

JAKOVIĆ, Božidar, TUBIĆ, Dejan a ĐUROVIĆ, Martina. Sustainable development of rural tourism by developing new and authentic tourism products. *ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe*. 2015, roč. 3, s. 103–114.

JANOTKA, Karel. *Venkovská turistika a agroturistika: specifické segmenty cestovního ruchu*. Pardubice: SOŠ cestovního ruchu, s.r.o., 1999.

KAJZAR, Patrik. *Vybrané kapitoly z geografie cestovního ruchu*. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, 2015. ISBN 978-80-7510-156-3.

KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v cestovním ruchu. In: *Tendence vývoje cestovního ruchu ve dvacátém a na počátku 21. století*. Praha: Grada, 2013, s. 15. ISBN 978-80-247-4603-6.

LACINA, Karel. In: *Tendence vývoje cestovního ruchu ve dvacátém a na počátku 21. století*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2010, s. 122–130. ISBN 978-80-7395-334-8.

LEJSEK, Zdeněk. *Cestovní ruch v historických souvislostech*. Statistika & My. 2011, č. 6, s. 20–21.

LINDEROVÁ, Ivica. *Cestovní ruch – Základy a právní úprava*. Praha: Idea Servis, 2015.

MACHÁČEK, Jaroslav. *Hledání ekonomické identity cestovního ruchu – základní pojmové kategorie.* Akademie věd ČR, 2000, s. 99–101.

MATOUŠKOVÁ, Kamila. NUTS 3 a EDORA k typologii městských a venkovských regionů. *Urbanismus a územní rozvoj*. 2011, roč. 14, č. 2, s. 5–10.

ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: IDEA SERVIS, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.

PÁSKOVÁ, Martina a ZELENKA, Josef. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. ISBN 80-239-0152-4.

PÁSKOVÁ, Martina a ZELENKA, Josef. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

PERLÍN, Radim. *Venkov, typologie venkovského prostoru*. Česká etnoekologie. 1999.

PERLÍN, Radim, KUČERA, Zdeněk a KUČEROVÁ, Silvie Rita. *Typologie venkovského prostoru Česka.* Geografie. 2010, roč. 115, č. 2, s. 161–187.

RYGLOVÁ, Kateřina, BURIAN, Michal a VAJČNEROVÁ, Ida. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 8024770598.

SVOBODOVÁ, Hana a VĚŽNÍK, Antonín. *Úvod do geografie venkova*. Brno: Masarykova univerzita, 2014.

SYROVÁTKOVÁ, Jaroslava. *Specifické formy cestovního ruchu*. Liberec: Technická univerzita, 2013. ISBN 978-80-7372-927-1.

ŠPIČÁKOVÁ, Hana. Hipoturistika, včera a dnes, tady a tam. *Hipoturistika jako forma rekreace, lesní hospodářství, ochrana příody, fakta a střety*. 2009.

VYSTOUPIL, Jiří a ŠAUER, Martin et al. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-340-7.

10. Seznam použitých internetových zdrojů

Agentura ochrany krajiny a přírody ČR. Online. 2025. Dostupné z: https://aopk.gov.cz. [cit. 2025-04-25].

ARCDATA PRAHA. ArcČR® 4.3. Online. Produkty. 2024. Dostupné z: https://www.arcdata.cz/cs-cz/produkty/data/arccr. [cit. 2025-03-02].

Český statistický úřad. Online. 2022. Dostupné z: https://csu.gov.cz/jhm/charakteristika_okresu_breclav?utm.%20[cit.%202025-02-19].. [cit. 2025-03-25].

Český statistický úřad. Online. 2023. Dostupné z: https://csu.gov.cz/docs/107508/3c9df006-36b5-e07e-32f3-8f8ff60f98ab/130055240101.pdf?version=1.0&utm.. [cit. 2025-03-25].

Ekofarma Holý Vrch. Online. 2025. Dostupné z: https://www.farmaholyvrch.cz. [cit. 2025-03-12].

Europeana. Online. 2020. Dostupné z: https://www.europeana.eu/en/stories/travelling-for-pleasure-a-brief-history-of-tourism. [cit. 2025-04-18].

Jáňův dvůr. Online. 2025. Dostupné z: https://www.januvdvur.cz. [cit. 2025-03-12].

KPMG ČR. Strategie rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje na roky 2021-2027. Online. 2021. Dostupné z: https://www.ccrjm.cz/wp-content/uploads/2021/12/Strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-Jihomoravskeho-kraje-na-roky-2021-2027.pdf. [cit. 2025-03-23].

Národní památkový ústav. Online. 2025. Dostupné z: https://www.zamek-valtice.cz/cs/tipy-na-vylet/9493-lednicko-valticky-areal. [cit. 2025-04-18].

Rodinné vinařství Skoupil. Online. 2025. Dostupné z: https://www.skoupil.com/?srsltid=AfmBOorCjKAEkojMTsFXAW075brkgdLXSAX_eH4qc-lEGRxKn__5bBFg. [cit. 2025-04-12].

Sklep 38. Online. 2025. Dostupné z: https://www.sklep38.cz. [cit. 2025-03-12].

USGS Science for a changing world. SRTMGL1. Online. 2025. Dostupné z: https://lpdaac.usgs.gov/products/srtmgl1v003/. [cit. 2025-03-15].

UN Tourism. Online. 2025. Dostupné z: https://www.unwto.org/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas. [cit. 2025-02-13].

BŘECLAV. Vinařské stezky. Online. 2025. Dostupné z: https://breclav.eu/kultura-cestovni-ruch-vinarske-stezky-1. [cit. 2025-03-18].

Vinařský dům Sedlec. Online. 2025. Dostupné z: https://vinarskydumsedlec.cz. [cit. 2025-03-12].

Vinařství & hotel Stanislav Mádl. Online. 2025. Dostupné z: https://vasvinar.cz. [cit. 2025-03-12].