

MENDELOVA UNIVERZITA V BRNĚ

Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií

Cestovní ruch v mikroregionu Hustopečsko

Diplomová práce

Vedoucí práce:

Ing. Helena Lorencová, Ph.D.

Autor:

Bc. Zoja Neckařová

Brno 2016

Zadání diplomové práce

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem práci: *Cestovní ruch v mikroregionu Hustopečsko* vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace uvádím v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a v souladu s platnou Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně 20. 5. 2016

.....

Zoja Neckařová

Poděkování

Ráda bych poděkovala Ing. Heleně Lorencové, Ph.D. za vstřícný a ochotný přístup při vedení této diplomové práce a cenné rady a věcné připomínky při jejím vypracování. Poděkování patří rovněž všem respondentům, kteří byli velmi ochotní při vyplňování dotazníku a zástupcům vedení obcí, jenž si i při svém pracovním vytížení našli čas a reagovali na anketu.

Abstrakt

Předkládaná diplomová práce je zaměřena na cestovní ruch v mikroregionu Hustopečsko. Nastihuje současný stav problematiky, a to prostřednictvím základních charakteristik mikroregionu, lokalizačních a realizačních faktorů. Zahrnuje taktěž dotazník a anketu, které reflektují názory místních obyvatel, návštěvníků a veřejné správy na současnou situaci turismu v diskutované oblasti. Dále je uvedena SWOT analýza, která identifikuje silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. V závěru práce jsou uvedeny návrhy a doporučení, které by mohly přispět k dalšímu rozvoji cestovního ruchu.

Klíčová slova: cestovní ruch, mikroregion Hustopečsko, SWOT analýza, dotazníkové šetření, destinační management, destinační marketing, propagace

Abstract

This thesis is focused on tourism in microregion Hustopečsko. It aims to describe the current state of the matter through the basic characteristics of the microregion, localization and realization factors. It also involves a questionnaire and survey that reflex opinions of the locals, visitors and public servants on the current state of the tourism in the area studied. The thesis also presents a SWOT analysis that identifies strong and weak points, opportunities and threats. The conclusion of the thesis introduces suggestions and recommendations that may help with the advancement of tourism.

Key words: tourism, microregion Hustopečsko, SWOT analysis, questionnaire, destination management, destination marketing, promotion

Obsah

1	Úvod	8
2	Cíl práce	9
3	Literární rešerše	10
3.1	Cestovní ruch	10
3.1.1	Specifika cestovního ruchu.....	12
3.1.2	Pozitiva a negativa cestovního ruchu	13
3.1.3	Udržitelný cestovní ruch.....	13
3.2	Typologie cestovního ruchu	14
3.2.1	Druhy cestovního ruchu	14
3.2.2	Formy cestovního ruchu.....	14
3.3	Politika cestovního ruchu	17
3.3.1	Státní politika cestovního ruchu v České republice.....	18
3.3.2	Podpora cestovního ruchu v Evropské Unii	18
3.4	Nositelé politiky cestovního ruchu	19
3.4.1	Veřejnoprávní nositelé	19
3.4.1.1	Ministerstvo pro místní rozvoj.....	19
3.4.1.2	Další ministerstva	20
3.4.1.3	Česká centrála cestovního ruchu (CzechTourism)	20
3.4.1.4	Krajské úřady.....	20
3.4.1.5	Obecní úřady a sdružení obcí.....	21
3.4.2	Privátní nositelé.....	21
3.4.2.1	Asociace turistických informačních center (ATIC).....	21
3.4.2.2	Asociace turistických regionů (ATUR)	22
3.4.3	Smíšené formy.....	22
3.4.3.1	Místní akční skupiny (MAS)	22
3.5	Regiony a destinace	23
3.5.1	NUTS	23
3.5.2	Mikroregiony	23
3.5.3	Turistické regiony a euroregiony	24
3.5.4	Destinace	24
3.6	Metodiky hodnocení rekreačního potenciálu	24
3.7	Dotazování	26
3.7.1	Zahraniční zkušenosti s průzkumy v cestovním ruchu	26
3.8	Destinační management	28
3.8.1	Počátky destinačního managementu v zahraničí	29
3.8.2	Destinační marketing.....	30
4	Metodika práce	33
5	Vlastní práce	36
5.1	Základní charakteristika mikroregionu Hustopečsko	36
5.1.1	Vznik mikroregionu.....	36
5.1.2	Lokalizace území.....	36

5.1.3	Základní přírodní charakteristiky.....	37
5.1.4	Historie a vinařství.....	38
5.1.5	Obyvatelstvo.....	39
5.1.6	Obce mikroregionu Hustopečsko	40
5.2	Lokalizační faktory.....	49
5.2.1	Přírodní faktory.....	49
5.2.1.1	Flóra a fauna	49
5.2.1.2	Vodní toky a vodní plochy	51
5.2.1.3	Chráněná území	52
5.2.2	Společenské faktory	54
5.2.2.1	Kulturně-historické památky.....	54
5.2.2.2	Kulturní zařízení	58
5.2.2.3	Kulturní a společenské akce.....	59
5.2.2.4	Sportovní zařízení.....	61
5.2.2.5	Sportovní akce.....	62
5.2.2.6	Jiné akce a turistické atraktivity	63
5.3	Realizační faktory	64
5.3.1	Dopravní infrastruktura.....	64
5.3.2	Ubytování	68
5.3.3	Stravování.....	69
5.4	Destinační management a marketing mikroregionu Hustopečsko	70
5.4.1	Propagace mikroregionu Hustopečsko.....	71
5.4.1.1	Turistická informační centra	72
5.4.1.2	Televize a místní rozhlas	72
5.4.1.3	Tisk	72
5.4.1.4	Webové stránky	73
5.4.1.5	Další formy propagace	74
5.5	Regionální produkty	74
5.6	Dotazníkové šetření.....	75
5.6.1	Anketa pro zástupce vedení obcí	80
5.7	SWOT analýza.....	82
5.7.1	Shrnutí výsledků SWOT analýzy, dotazníku a ankety.....	84
5.8	Návrhy a doporučení	87
6	Závěr a diskuze	92
	Seznam použitých zkratk.....	95
	Seznam obrázků	97
	Seznam tabulek.....	99
7	Seznam použité literatury a zdrojů	100
	Seznam příloh	109
8	Přílohy	110

1 Úvod

Cestovní ruch představuje významný socioekonomický fenomén a neodmyslitelnou součást moderní společnosti. Je nezbytné si uvědomit, že zasahuje do celé řady ekonomických i mimoekonomických procesů a je důležitým determinantem regionálního rozvoje.

Potenciál turismu v dané oblasti je do jisté míry předurčen faktory, jež nelze příliš ovlivnit. V této souvislosti je možno zmínit především faktory lokalizační, které jsou dále děleny na přírodní a společenské. Těžko si představit, že budou změněny kupříkladu přírodní podmínky. Oproti tomu faktory realizační, kterými jsou doprava, ubytovací a stravovací zařízení, ovlivnit lze. Nicméně je nutno se nezaměřovat pouze na vybudování dostatečných kapacit zmíněných služeb, ale i na adekvátní zajištění jejich kvality, bez které by nebylo možno dlouhodobě udržet ekonomické benefity plynoucí z cestovního ruchu.

Nezbytná je v tomto ohledu vzájemná spolupráce jednotlivých aktérů (především místních obyvatel, soukromého sektoru a veřejné správy) a podpora principu partnerství. Nedostatečná kooperace může vést k závažnějším problémům, bariérám rozvoje cestovního ruchu a dokonce vygradovat až v útlum turismu.

Předkládaná diplomová práce si klade za cíl analyzovat současnou situaci cestovního ruchu v mikroregionu Hustopečsko a identifikovat potenciál jeho dalšího rozvoje. Jelikož existence turistických atraktivit a patřičné infrastruktury sama o sobě nezajistí jejich návštěvnost, je třeba vhodné nastavení a využívání dostupných marketingových nástrojů a koordinace veškerých aktivit. K tomuto účelu slouží především kvalitní a správně zaměřený destinační management a marketing, přičemž zvýšenou pozornost je třeba věnovat jednotlivým formám propagace. V závěru diplomové práce jsou nastíněny návrhy a doporučení, reflektující aktuální stav cestovního ruchu v dané oblasti a jeho vnímání všemi zainteresovanými subjekty, tedy rezidenty, návštěvníky a veřejnou správou.

2 Cíl práce

Cílem diplomové práce je analyzovat současnou situaci a identifikovat potenciál dalšího rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu Hustopečsko. K jeho naplnění slouží několik cílů dílčích, a to:

- rešerše literatury,
- rozbor současného stavu cestovního ruchu v mikroregionu Hustopečsko,
- dotazníkové šetření a anketa - reprezentující názory místních obyvatel, návštěvníků a veřejné správy,
- SWOT analýza.

Výstupem diplomové práce jsou návrhy a doporučení reflektující aktuální stav cestovního ruchu v dané oblasti a jeho vnímání všemi zainteresovanými subjekty (tedy rezidenty, návštěvníky a veřejnou správou).

3 Literární rešerše

3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch (dále též „CR“) představuje významný socioekonomický fenomén, a to jak z pohledu jednotlivce, tak i celé společnosti (Hesková a kol., 2006, s. 9). Jedná se o významnou, dynamicky se rozvíjející složku světového hospodářství a neodmyslitelnou součást moderní společnosti (Francová, 2003, s. 7). Zasahuje do celé řady ekonomických i mimoekonomických procesů. Je otevřeným systémem, což znamená, že není ovlivňován jen vnějším prostředím, jež ho obklopuje, ale sám vnější prostředí ovlivňuje (Kostková, 2013, s. 7). Cestovní ruch lze považovat za jev mnohostranný a průřezový, z čehož ovšem vyplývá problematika jeho přesného definování (Palatková, Zichová, 2014, s.11).

Žádná z existujících věd nemůže pojem cestovní ruch úplným a vyčerpávajícím způsobem charakterizovat jako objekt vlastních zkoumání, a proto se stal předmětem bádání několika vědních disciplín, jako je ekonomie, geografie, ekologie, sociologie, psychologie apod., přičemž autoři ve svých definicích zohledňují různé stránky tohoto jevu (Beránek a kol., 2013, s. 11-12). V průběhu geneze jednotlivých definic se měnilo i jeho vnímání. První definice byly zaměřeny zejména na odlišení cestovního ruchu od širšího pojmu cestování. Postupem času se objevila snaha postihnout jeho sociální či ekonomickou stránku (Palatková, Zichová, 2014, s. 11).

Za mezník z hlediska zkoumání a vymezení turismu se považuje dílo z roku 1942 „Základy všeobecné nauky cestovního ruchu“ švýcarských profesorů W. Hunziker a K. Krapfa, kteří položili základ ucelené teorie cestovního ruchu (Indrová a kol., 2009, s. 10). Vnímají ho jako „*souhrnné označení vztahů a jevů vznikajících na základě cesty a pobytu místně cizích osob, pokud se pobytem nesleduje usídlení a pokud s tím není spojena žádná výtěžná činnost*“ (Hunziker, Krapf, 1942, s. 21).

Na jejich práci navázal v roce 1975 švýcarský profesor C. Kaspar, jenž vidí cestovní ruch jako „*souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání*“ (Hesková a kol., 2006, s. 10). Toto vymezení se později stalo oficiální definicí Mezinárodního sdružení vědeckých pracovníků cestovního ruchu (AIEST) (Kostková, 2013, s. 7).

Pro potřeby statistického sledování turismu bylo třeba daleko přesnějšího vymezení, o což se pokoušela řada mezinárodních organizací (Palatková, Zichová, 2014, s.11). Za určitý mezník se proto považuje Mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu, která se uskutečnila v roce 1991 v kanadské Ottawě pod záštitou Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO). Hovořilo se zde především o unifikaci základních pojmů. Jejím výsledkem bylo nové vymezení cestovního ruchu, kterým se rozumí „*činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (místo bydliště) a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě*“ (Indrová a kol., 2009, s. 12). Stanovená doba činí u mezinárodního cestovního ruchu jeden rok, u domácího se jedná o šest měsíců. „Jiný účel než vykonávání výdělečné činnosti“ znamená, že tato činnost není v místě založena na trvalém či přechodném pracovním poměru, nevylučuje však služební, obchodní a podobné cesty s pracovní motivací. Definice UNWTO z oblasti cestovního ruchu vylučuje dlouhodobou migraci, cesty v rámci místa trvalého bydliště a dočasné přestěhování za prací (Hesková a kol., 2006, s. 11).

Obecně lze říci, že bez ohledu na odlišné definice má cestovní ruch několik společných rysů, a to (Foret a kol., 2013, s. 11), (Indrová a kol., 2009, s. 11):

- dočasnost změny místa stálého bydliště a dočasnost pobytu mimo něj,
- nevýdělečný charakter cesty a pobytu v navštíveném místě,
- vztahy mezi lidmi, jež cestovní ruch vyvolává.

V souvislosti s diskutovanou problematikou je třeba vymezit pojmy *návštěvník*, *turista*, *výletník* a *rezident*. *Návštěvník* je každá osoba, která cestuje do jiného místa, v němž nemá trvalé bydliště, a to na dobu nepřekračující 12 měsíců, přičemž hlavním důvodem cesty není výdělečná činnost (Foret a kol. 2013, s. 12). Stejně definici odpovídá i *turista* v případě, že v daném místě přenocuje (tzn. zdrží se alespoň 24 hodin). Bez přenocování se jedná o *výletníka*, někdy se též používá označení *jednodenní návštěvník*, který se zdrží méně než 24 hodin. Za stálého obyvatele (*rezidenta*) je považována v mezinárodním cestovním ruchu osoba, která žije v dané zemi alespoň jeden rok. V domácím cestovním ruchu se jedná o osobu, která žije v daném místě alespoň šest měsíců (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 19).

Jak již bylo zmíněno, je na cestovní ruch pohlíženo jako na otevřený a dynamický systém. Tento systém je tvořen dvěma podsystémy, a to subjektem a objektem, včetně vzájemných vazeb. Reciproční vazby existují taktéž mezi cestovním ruchem a jinými systémy (resp. vnějším prostředím). Zde hovoříme zejména o politickém, ekonomickém, sociálním, technicko-technologickém a ekologickém prostředí (Hesková a kol., 2006, s. 12-13). Někteří autoři dále hovoří ještě o třetím podsystému, kterým je předmět cestovního ruchu (Beránek a kol., 2013, s. 18). Subjektem je účastník cestovního ruchu, respektive nositel poptávky a spotřebitel produktu. Může jím být návštěvník (výletník či turista) nebo stálý obyvatel. Za objekt považujeme vše, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka (příroda, kultura, hospodářství apod.). Tvoří ho cílové místo, podniky a instituce, je tedy naopak nositelem nabídky (Hesková a kol., 2006, s. 15). Předmětem je produkt cestovního ruchu. Lze si ho představit jako jakýkoliv výrobek, službu či jejich soubor, který je zaměřený na uspokojování potřeb účastníků (Beránek a kol., 2013, s. 19).

3.1.1 Specifika cestovního ruchu

Pokud budeme nahlížet na cestovní ruch jako na ekonomické odvětví, setkáme se s řadou zvláštností. Ty vyplývají zejména ze skutečnosti, že předmětem nabídky jsou převážně služby. Mezi specifické rysy trhu cestovního ruchu patří (Francová, 2003, s. 14-15), (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 22), (Foret a kol., 2013, s. 24):

- místní a časová vázanost,
- podmínění rozvoje politicko-správními podmínkami (selektivní faktory),
- výrazná závislost na přírodních a historických atraktivitách (lokalizační faktory),
- komplex vzájemně provázaných služeb (ubytování, stravování, doprava apod.),
- vysoký podíl lidské práce,
- výrazná sezónnost,
- trh (nabídka a poptávka) je výrazně determinován přírodními faktory (např. počasí) a ostatními nepředvídatelnými vlivy (mimoekonomickými faktory),
- produkt nelze vyrábět na sklad (nehmotný charakter),
- těsný vztah nabídky a poptávky (změny v cenách a příjmech se obvykle bezprostředně projeví na trhu),
- obrácená distribuční cesta (zákazník si službu hledá),
- místní a časové oddělení nabídky, poptávky a spotřeby.

3.1.2 Pozitiva a negativa cestovního ruchu

Cestovní ruch je bezpochyby jedním z hlavních faktorů ekonomického rozvoje mnoha regionů a generátorem nových pracovních míst (Franke a kol., 2012, s. 12). Kromě ekonomické funkce plní také funkce rekreačně-zdravotní, kulturně-poznávací, informačně-výchovnou a kontaktní. Přispívá ke zvyšování životní úrovně obyvatel dané destinace, rozvoji infrastruktury a podpoře malého a středního podnikání.

S cestovním ruchem jsou však spojeny i negativní dopady. Kupříkladu lze zmínit oblasti životního a kulturního prostředí. V souvislosti s turismem dochází ke zvyšování úrovně znečištění a znehodnocování životního prostředí. Cestovní ruch mění charakter přírodního prostředí zejména necitlivou výstavbou a vyvolává náklady na zajištění ochrany kulturních a historických památek (Francová, 2003, s. 24). Dále může souviset s přelidněností, dopravními zácpami, hlukem, odpadem, kriminalitou apod. (Goeldner, Ritchie, 2014, s. 28).

3.1.3 Udržitelný cestovní ruch

Otázka trvale udržitelného rozvoje (dále též „TUR“) byla diskutována ve zprávě „Naše společná budoucnost“ z roku 1987. V současné legislativě České republiky je TUR definován jako *„rozvoj, který současným i budoucím generacím zachovává možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby a přitom nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystémů“* (Trávníček, Trojan, 2012, s. 21).

Environmentálním dopadům souvisejícím s rozvojem cestovního ruchu nebyla dlouhou dobu věnována adekvátní pozornost. Čím významnějším se cestovní ruch stával, tím větší byl tlak na řešení otázek jeho udržitelnosti. Problémy jsou spojeny zejména s poškozováním životního prostředí, nadměrným využíváním přírodních zdrojů (zejména neobnovitelných) a může docházet i ke konfliktním situacím mezi domácími obyvateli a zahraničními návštěvníky (odlišné zvyklosti, způsoby chování apod.). Intenzivní cestovní ruch mění mnohé destinace na základě předpokládaných potřeb návštěvníků. Spolu s potřebou reagovat na neustále se zvyšující nároky zákazníků, expanzi turismu do dalších přírodně a společensky cenných lokalit, globalizaci nabídky a konkurence a další faktory, by tyto problémy mohly vyústit v zastavení udržitelnosti cestovního ruchu, jelikož budoucím generacím by již nebylo co nabídnout (Kostková, 2013, s. 99).

Za udržitelný považujeme „*cestovní ruch, který bere plně v úvahu současné a budoucí ekonomické, sociální a environmentální dopady, řešení potřeb návštěvníků, průmyslu, životního prostředí a hostitelské komunity*“ (unwto.org). Jedná se tedy o to, aby byly zajištěny současné potřeby účastníků cestovního ruchu, aniž by bylo ohroženo uspokojení potřeb generací budoucích, s přihlédnutím k šetrnému využívání přírodních a kulturních hodnot, což vede k dlouhodobé prosperitě oblasti. To vše by mělo probíhat při co možná nejnižším znečištění životního prostředí a zachování základního životního standardu lidí. Realizace TUR by měla probíhat na úrovni regionů, firem a institucí a v chování samotných spotřebitelů (Kostková, 2013, s. 100).

3.2 Typologie cestovního ruchu

Dosud jsme v této práci pohlíželi na cestovní ruch ve všeobecné rovině, v praxi se však projevuje v různých formách. Nabývá zcela konkrétní podoby, která je odrazem obsahové a jevové stránky. V odborné literatuře se setkáváme s rozlišováním forem a druhů turismu. Autoři však využívají při jejich diferenciaci nejrůznější (mnohdy protichůdná) hlediska a často také dochází k jejich vzájemnému prolínání (Palátková, Zichová, 2014, s. 19).

3.2.1 Druhy cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu odráží převážně jevový průběh a způsob jeho realizace v závislosti na vnějších faktorech (geografických, ekonomických, společenských apod.) (Kostková, 2013, s. 14). Jako kritéria pro vymezení jednotlivých druhů cestovního ruchu můžeme uvést místo realizace, vztah k platební bilanci, délku pobytu, způsob zabezpečení nebo způsob financování (old.czechtourism.cz).

3.2.2 Formy cestovního ruchu

O formách cestovního ruchu hovoříme tehdy, dominuje-li hledisko motivů účasti na cestovním ruchu, které vystihují charakter trávení volného času ze strany účastníků. Primárními motivy realizace jsou motivy rekreační, kulturní, společenské, sportovní, ekonomické a specifické (Kostková, 2013, s. 14).

Mezi specifické formy cestovního ruchu řadíme mládežnický, seniorský, rodinný, městský, venkovský a náboženský cestovní ruch, golfovou turistiku, nákupní turistiku apod.

(Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 20). Pro účely diplomové práce se dále budeme zabývat následujícími specifickými formami cestovního ruchu, konkrétně se jedná o:

- agroturistiku,
- ekoagroturistiku,
- vinařskou turistiku,
- hipoturistiku,
- pěší turistiku,
- cykloturistiku,
- geocaching.

Venkovská (neboli rurální) turistika představuje formu cestovního ruchu, jenž probíhá ve venkovském prostoru (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 196), (Daniloska, Naumova-Mihajlovska, 2015, s. 309). Její součástí je agroturistika, která představuje pobyty na farmách, statcích či jiných zemědělských usedlostech a související turistické atraktivity (Konečný, 2013, s. 36). Nosnou myšlenkou této koncepce je propojení práce na statku, konzumace místních potravinářských produktů a relaxace, s cílem poznat život zemědělců, kontakt se zvířaty, zemědělskými plodinami, zlepšení vztahu k půdě apod. Může se jednat o agroturistiku na rodinné farmě nebo v zemědělském podniku (Šťastná a kol., 2015, s. 48).

Za ekoagroturismus považujeme turismus, který je realizován na ekologicky hospodařících farmách, kde jsou produkovány bioprodukty, které podléhají přísné kontrole a na základě splnění všech vyžadovaných podmínek mohou následně využívat ochrannou známku BIO (Konečný, 2013, s. 36).

Další z forem venkovského cestovního ruchu představuje vinařská turistika. Dle výkladového slovníku je vinařský cestovní ruch definován jako „*forma cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni poznáváním způsobu pěstování vína v tradičních vinařských oblastech, ochutnávkami vín, procítěním atmosféry vinných sklípků, vináren a vinoték, nákupem archivních i nových vín*“ (Pásková, Zelenka, 2012, s. 605). Nejedná se však čistě o návštěvu vinných sklepů a vinoték, ale o spousty dalších aktivit. Její specifikum tkví zejména v napojení na další formy cestovního ruchu. Bývá spjata s poznáváním významných kulturních i přírodních památek (lidová architektura a místní

folklor), gastroturistikou, cykloturistikou apod. Vinařská turistika je doprovázena řadou zajímavých akcí (Šťastná a kol., 2015, s. 49).

Hipoturistika (neboli jezdecká turistika) spočívá v cestování na koni. Stoupající počet jezdců dal vzniknout síti jezdeckých stezek, která se dále rozšiřuje. Hipostezky jsou v České republice rozmístěny nerovnoměrně - nejfrekventovanější jsou v Jihočeském kraji, nejhustší síť nalezneme v Jihomoravském kraji (dále též „JMK“) (Šťastná a kol., 2015, s. 50). V České republice se od roku 2004 intenzivně pracuje na zmapování současného stavu a vytváření podmínek pro rozvoj této formy turistiky (Špičáková a kol., 2009, s. 4). Značení stezek se věnuje i Klub českých turistů (dále též „KČT“). Na hipoturistiku je pohlíženo jako na perspektivní segment, a to na základě pravidla, že se zvyšující se životní úrovní roste i využití koní pro rekreaci. Zvláštní význam představuje léčebné využití koní (např. hipoterapie či hiporehabilitace) (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 198).

Cykloturistika symbolizuje významný fenomén posledních let (Czech Business and Trade, 2012, s. 31). Spojuje sportovní aktivitu s návštěvou zajímavých míst. Kolo je vnímáno jako dopravní prostředek, ale i jako nedílná součást životního stylu mnoha lidí. Tento „boom“ odstartoval také masové označování cyklotras, jehož garantem je Klub českých turistů. Je třeba vnímat rozdíly mezi cyklotrasou a cykloturistickou trasou (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 200). Cyklotrasy vedou po silnicích II. a III. tříd s malou frekvencí provozu, dobrých místních a účelových komunikacích, včetně polních a lesních cest (Pásková, Zelenka, 2012, s. 90). K jejich značení se používají tři základní cykloznačky, a to návěst před křižovatkou, směrová tabule a směrové tabulky (viz příloha 1, obr. 10). Cykloturistické trasy vedou ve většině případů po horších lesních a polních cestách nebo terénem (kct.cz) a mají odlišné značení (viz příloha 1, obr. 11). Dále rozlišujeme ještě cyklostezku, která je vždy ohraničena na svém začátku a konci a je určena výhradně pro cyklisty a in-line bruslaře. Za pozornost stojí koncept Nadace Partnerství nazývaný Greenways, tzv. zelené stezky. Jde o trasy komunikace nebo přírodní koridory, které jsou využívány v souladu s jejich ekologickou funkcí a potenciálem pro sport, turistiku a rekreaci. Jejich nejznámějším projektem jsou Moravské vinařské stezky, které protkávají celou Jižní Moravu sítí vinařských stezek (viz příloha 2, obr. 12). Zde se dostává do kolize problematika jízdy na kole a konzumace alkoholu, která je legislativně při této činnosti zakázána. Na jedné straně je tedy rozvoj vinařské turistiky podporován a cyklisté jsou

nabádání k návštěvě vinných sklípků lemujících jihomoravské stezky, na straně druhé podstupují riziko udělení vysoké pokuty v případě zjištění alkoholu v krvi policejní hlídkou. Celý projekt zatím nevyužívá plně svého potenciálu, a to zejména z důvodu nedostatečného partnerství mezi místními občany, podnikateli (vinaři) a veřejnou správou (Foret, 2013, s. 43). Další významnou iniciativou je projekt Cyklisté vítáni, který představuje celonárodní certifikační systém prověřující nabídku a vybavenost stravovacích a ubytovacích služeb, kempů a turistických cílů z pohledu cyklistů. Udělení této značky (viz příloha 2, obr. 13) je podmíněno splněním konkrétních podmínek (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 202).

Pěší turistika je poslední dobou stále více vytlačována zmíněnou cykloturistikou, která z pohledu uživatele představuje nižší stupeň závislosti na dopravě i potenciálně větší sportovní výkon. Jako inovaci pěší turistiky lze uvést v současné době populární nordic walking, tedy chůzi s pomocí hůlek. Dále je spojována např. s náboženskou turistikou, tzv. poutní cesty (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 202). Cyklisté i pěší turisté mohou využít tzv. naučných stezek. Jejich cílem je provést turisty viničními tratěmi a vinařskými obcemi a prostřednictvím informačních tabulí je seznámit se zajímavými tématy spojenými s vinohradnictvím v dané oblasti.

Geocaching spojuje sport, turistiku a moderní technologie. Cílem je najít ukryté schránky, tzv. cache s využitím zeměpisných souřadnic a GPS navigace. Ty se zpravidla umísťují na zajímavá místa a při jejich nalezení bývá vysvětleno, čím je dané místo zajímavé (kesky.cz). Zajímavou myšlenkou je i tzv. winecaching. Jedná se o volnou vinařskou variaci na geocaching. V blízkosti vinařství jsou umístěny žetony, které je možno následně proměnit v malou řízenou degustaci (winecaching.cz).

3.3 Politika cestovního ruchu

Politika cestovního ruchu představuje vědomou podporu a tvorbu cestovního ruchu různými společenstvími prostřednictvím ovlivňování daností relevantních pro cestovní ruch. Společenstvím rozumíme nositele této politiky, jako jsou veřejnoprávní instituce (stát, obce), soukromoprávní instituce (svazy, sdružení), ale i volně seskupené zájmové skupiny (akční sdružení) (Kostková, 2013, s. 45).

3.3.1 Státní politika cestovního ruchu v České republice

V roce 2013 byla schválena Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice (dále též „Koncepce“). Jedná se o střednědobý dokument, který je zacílen na turismus v letech 2014-2020. Koncepce se zaměřuje na zvyšování konkurenceschopnosti tohoto odvětví na národní i regionální úrovni. Dále reflektuje snahu o udržení jeho ekonomické výkonnosti i pozitivních dopadů na sociokulturní a environmentální rozvoj (mmr.cz).

Koncepce se zabývá vytvořením chybějícího systému řízení, včetně dlouhodobého financování. Zde můžeme hovořit například o srozumitelnějším vymezení postavení Ministerstva pro místní rozvoj (dále též „MMR“), agentury CzechTourism a dalších subjektů (kraje, obce apod.). Dále podporou spolupráce veřejného, soukromého a neziskového sektoru na základě tzv. destinačního managementu, který by se měl stát informačním a marketingovým základem pro kvalitní prezentaci ČR v zahraničí, ale i v rámci domácího cestovního ruchu. Státní politika cestovního ruchu a realizace národního marketingu, kterou představuje Marketingová koncepce cestovního ruchu agentury CzechTourism jsou vzájemně provázané, jelikož byly připravovány souběžně. Mezi hlavní priority diskutované státní politiky patří (mmr.cz):

- zkvalitnění nabídky cestovního ruchu,
- management cestovního ruchu,
- destinační marketing,
- politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj.

Priority vychází z globálního cíle, kterým je již zmíněné posilování konkurenceschopnosti. Ta je determinována řadou faktorů jako kvalita nabídky, lidské zdroje, organizace cestovního ruchu a efektivní destinační management a marketing. Zmíněnými prioritami průřezově prostupují prvky jako je kvalita, znalosti, inovace a udržitelnost (viz příloha 3, obr. 14).

3.3.2 Podpora cestovního ruchu v Evropské Unii

Česká republika je od roku 2004 členskou zemí Evropské unie (dále též „EU“), což zasahuje i do oblasti podpory cestovního ruchu. V současné době běží programové období 2014-2020, které zavádí určité změny, mezi něž patří mj. omezení veřejné podpory

podnikatelským subjektům, která přispěla k narušení tržního prostředí nebo povinnost věnovat pozornost udržitelnosti podpořených projektů v minimální délce trvání pěti let (Plzáková, Studnička, 2014, s. 157).

Čerpání prostředků ze strukturálních a investičních fondů EU se řídí Dohodou o partnerství. Jedná se o národní strategický dokument, který byl schválen Evropskou komisí v roce 2014 (strukturalni-fondy.cz). V aktuálním programovém období existuje řada operačních programů (dále též „OP“), na které je vyčleněno celkem 24 miliard EUR. Oblasti cestovního ruchu se dotýkají Integrovaný regionální operační program, Program rozvoje venkova, OP Přeshraniční spolupráce, OP Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost a OP Zaměstnanost (Plzáková, Studnička, 2014, s. 160).

3.4 Nositelé politiky cestovního ruchu

Nositeli politiky cestovního ruchu jsou subjekty, které se podílejí na formulaci hlavních směrů politiky cestovního ruchu, určování cílů, včetně postupů a nástrojů k jejich dosažení a v neposlední řadě stanovují postupy k získání prostředků pro jejich realizaci. Lze je dělit na základě nejrůznějších kritérií. Jedním z nich je právní hledisko, které dělí nositele politiky turismu na (Tittelbachová, 2011, s. 18):

- veřejnoprávní nositele,
- privátní nositele,
- smíšené formy.

3.4.1 Veřejnoprávní nositelé

Mezi veřejnoprávní nositele řadíme nejrůznější veřejnoprávní subjekty, které disponují rozhodovacími pravomocemi na národní, regionální nebo obecní úrovni. Jsou to zejména stát, parlament, vláda, ministerstva (jejich referáty a odbory), kraje, obce (včetně příspěvkových organizací), svazky obcí apod. (Tittelbachová, 2011, s. 18).

3.4.1.1 Ministerstvo pro místní rozvoj

MMR představuje stěžejní metodický a koordinační orgán pro všechny subjekty, které působí v oblasti cestovního ruchu (Trávníček, Trojan, 2012, s. 79). Zajišťuje přípravu strategických dokumentů, např. výše zmíněnou Koncepci státní politiky cestovního ruchu

v ČR či Dohodu o partnerství, navrhuje příslušnou legislativu, vydává prováděcí vyhlášky a je odpovědné za disponování s veřejnými finančními zdroji v rámci turismu (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 45). Spolupracuje s dalšími ministerstvy, sdruženími, organizacemi, s místní správou i samosprávou (Hesková a kol., 2006, s. 88).

3.4.1.2 Další ministerstva

V agendě každého ze 14 působících ministerstev lze najít přesah do cestovního ruchu (Palatková, Zichová, 2014, s. 232). Ministerstvo kultury se zabývá ochranou kulturního dědictví a správou částí památek, které jsou umístěny na Seznamu světového dědictví UNESCO prostřednictvím svých organizačních složek. Ministerstvo životního prostředí hraje klíčovou roli v oblasti udržitelného rozvoje, vymezuje chráněná území apod. (Trávníček, Trojan, 2012, s. 79). Ministerstvo dopravy zasahuje do oblasti dopravní infrastruktury, která taktéž souvisí s cestovním ruchem (cyklostezky apod.). Ministerstvo zemědělství ovlivňuje např. již zmíněnou agroturistiku, respektive venkovskou turistiku. Ministerstvo zahraničí působí v oblasti ambasad a víz. Ministerstvo průmyslu a obchodu garantuje zabezpečení zboží a služeb pro cestovní ruch (Francová, 2003, s. 49).

3.4.1.3 Česká centrála cestovního ruchu (CzechTourism)

Česká centrála cestovního ruchu je státní příspěvkovou organizací, jejímž zřizovatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 45). Funguje od roku 1993 a zabezpečuje koordinaci propagace ČR na centrální úrovni, a to jak v domácím prostředí, tak v zahraničí (Hesková a kol., 2006, s. 89). Její role je spíše metodická a koordinační (nedisponuje kompetencemi ve vztahu ke krajům a obcím). Z těchto funkcí plyne i zodpovědnost za značku „destinace Česká republika“ a realizaci národního komunikačního mixu. K tomu využívá reklamu tištěnou, billboardovou, televizní a internetovou (Palatková, Zichová, 2014, s. 234).

3.4.1.4 Krajské úřady

Krajské úřady jsou nižší správní orgány, které reagují na státní politiku v oblasti cestovního ruchu (Wahla, 2011, s. 60). Mají zodpovědnost za správu a rozvoj svého území (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 46). Vypracovávají strategie rozvoje CR, stanovují priority, vyčleňují finanční prostředky, zabezpečují webovou prezentaci atraktivit daného kraje, účastní se domácích i zahraničních výstav a veletrhů apod. (Wahla, 2011, s. 60).

Dále schvalují koncepce rozvoje CR v rámci svého územního obvodu, zajišťují jejich realizaci a kontrolují jejich plnění (Hesková a kol., 2006, s. 88).

3.4.1.5 Obecní úřady a sdružení obcí

Na místní úrovni působí v rámci cestovního ruchu obecní úřady a sdružení obcí (Palatková, Zichová, 2014, s. 235). Hlavním posláním obcí je zodpovědnost za celkový rozvoj jejich území. Realizují státní politiku CR na lokální úrovni, a to z hlediska finančního i propagačního. Mimo jiné garantují vybudování infrastruktury, a to včetně turistické. Zřizují informační centra, zabezpečují webovou prezentaci, organizují turistické akce, účastní se výstav a veletrhů apod. (Wahla, 2011, s. 60).

Sdružení obcí může mít mnoho forem. Lze hovořit o svazcích obcí, sdruženích s právní subjektivitou, i bez ní, nebo mohou obce zřídit agentury působící podnikatelským způsobem. Může se také jednat o podporu nějakého konkrétního produktu (cyklostezky apod.). Většinou se jedná o spolupráci v oblasti cestovního ruchu, a to zejména na úrovni mikroregionů (propojenost informačních center, rozvoj služeb CR, společná propagace oblasti apod.) (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 47).

3.4.2 Privátní nositelé

Svých zisků a výnosů dosahují privátní nositelé prostřednictvím trhu. Patří sem organizace v oblasti ubytovacích služeb, dopravy, cestovní kanceláře atd. Někdy dochází ke vzniku asociací, spolků, svazů apod. (Tittelbachová, 2011, s. 18).

3.4.2.1 Asociace turistických informačních center (ATIC)

V roce 1994 byla založena Asociace turistických informačních středisek České republiky. O tři roky později došlo k přejmenování na Asociaci turistických informačních center (dále též „ATIC“) (Plzáková, Studnička, 2014, s. 171). Jejím hlavním cílem je stát se takovým informačním centrem v oblasti CR, které by sloužilo k oboustrannému toku informací, potřebám hostů, obyvatelům měst, obcí a podnikatelským subjektů, dále ke zvyšování odborné úrovně a informovanosti, monitoringu, sumarizaci a přenosu zkušeností mezi členy (Kostková, 2013, s. 42), (aticcr.cz). Turistická informační centra (dále též „TIC“) jsou klasifikována a certifikována na základě rozsahu a šíře poskytovaných služeb.

Tato klasifikace a certifikace je platná od roku 2011 a TIC jsou rozdělena do tří kategorií (místo předchozích čtyř), a to (Palatková, 2011, s. 177):

- Kategorie A – centra jsou otevřena po celý rok (minimálně 7 dní v týdnu). Poskytují informace o celé České republice minimálně ve třech světových jazycích. Evidují počty návštěvníků a vedou vlastní informační databázi. Zajišťují průvodcovské služby, zprostředkovávají ubytování, nabízí turistické produkty a mají bezbariérový přístup.
- Kategorie B – centra jsou otevřena po celý rok (minimálně 6 dní v týdnu). Informace jsou poskytovány minimálně ve dvou světových jazycích. Poskytují bezplatné informace o celém regionu, zprostředkovávají průvodcovskou činnost a ubytovací služby.
- Kategorie C – centra jsou otevřena po celý rok (minimálně 5 dní v týdnu). Poskytují informace o místě své působnosti minimálně v jednom světovém jazyce.

3.4.2.2 Asociace turistických regionů (ATUR)

Asociace turistických regionů (dále též „ATUR“) je zájmovým sdružením právnických osob, které funguje od roku 2004. V současné době sdružuje 15 organizací cestovního ruchu v turistických regionech České republiky. Hlavním cílem je kvalitní rozvoj služeb cestovního ruchu v turistických oblastech a regionech. Mimo jiné zabezpečuje komunikaci mezi jednotlivými regiony a podílí se na koncepcích státní politiky a vypracovávání legislativy v rámci cestovního ruchu (atur.cz).

3.4.3 Smíšené formy

Nositelé politiky cestovního ruchu v rámci smíšené formy zahrnují organizace, jejichž členové jsou jak z veřejného, tak ze soukromého sektoru, a které jednají současně ve veřejném i soukromém zájmu. Tato forma se objevuje spíše ojediněle. Lze zmínit například místní akční skupiny (dále též „MAS“) (Tittelbachová, 2011, s. 19).

3.4.3.1 Místní akční skupiny (MAS)

Místní akční skupiny představují spolupráci občanů, neziskových organizací, soukromé sféry (podnikatelé) a veřejné správy (obce, svazky obcí apod.), a to v oblasti rozvoje venkova a získávání finančních prostředků z Evropské unie a národních programů

(metoda LEADER). Usilují o zlepšování kvality života a životního prostředí. První MAS začaly vznikat v roce 2002, v současné době jich existuje více než 150. Metoda LEADER je založena na principu „bottom-up“ neboli „zdola-nahoru“, což znamená, že o budoucnosti daného regionu rozhodují lidé, kteří v něm žijí, pracují a znají místní tradice, poměry a potřeby (nsmascr.cz). Mezi další principy patří partnerství veřejných a soukromých subjektů, místní rozvojové strategie, integrované a vícesektorové akce, důraz na inovativnost (snaha nalézat nová řešení) a síťování (výměna zkušeností mezi jednotlivými skupinami) (eagri.cz).

3.5 Regiony a destinace

3.5.1 NUTS

Nomenklatura územních statistických jednotek (dále též „NUTS“) je iniciativou Evropské unie, která byla vytvořena z důvodu srovnatelnosti statistických dat. Z hlediska cestovního ruchu se s tímto systémem setkávají zejména žadatelé o dotace (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 40). Územní celky byly rozděleny do následujících skupin:

- NUTS 0 – Česká republika jako administrativní jednotka (1),
- NUTS 1 – území celé ČR, neadministrativní jednotka (1),
- NUTS 2 – sdružené kraje, tzv. regiony soudržnosti (8),
- NUTS 3 – kraje (14),
- LAU 1 – okresy (77),
- LAU 2 – obce (6 254).

3.5.2 Mikroregiony

Mikroregiony reprezentují spíše pojem geografický, protože nezahrnují žádné oficiální administrativní členění země. Jedná se o území, které je tvořeno správními obvody několika obcí. Intencí takového sdružení je zpravidla dosažení společného cíle (Ryglová, 2009, s. 31). Do zmíněné spolupráce lze zařadit i kooperaci v oblasti cestovního ruchu. Mikroregiony vznikají z iniciativy obcí, nikoli příkazem nadřízeného orgánu nebo ze zákona (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 40).

3.5.3 Turistické regiony a euroregiony

Agentura CzechTourism rozdělila v roce 1999 Českou republiku na turistické regiony a turistické oblasti (viz příloha 4, obr. 15 a 16), a to zejména pro potřeby propagace a lepší regionální koordinace turistické nabídky. V současné době existuje v České republice 17 turistických regionů a 40 turistických oblastí (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 40). Pro přehled, sousední Slovenská republika má vymezených celkem 21 turistických regionů.

Euroregiony představují oblasti přeshraniční spolupráce, které vznikly na základě vzájemné dohody přeshraničních regionů dvou a více zemí. Euroregiony řeší společné strategické postupy v různých oblastech (doprava, životní prostředí, cestovní ruch apod.) (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 42).

3.5.4 Destinace

UNWTO definuje destinaci cestovního ruchu jako „*místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízením a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu zvolil pro návštěvu*“ (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 42). Destinace nevychází z administrativního členění a může být chápána jako cílové místo cestovního ruchu, ale i jako produkt CR s daným místem spojený (Hesková, 2006, s. 153).

3.6 Metodiky hodnocení rekreačního potenciálu

Rekreační potenciál území lze definovat jako „*souhrn ekologických, vegetačních, kulturních a sociálních faktorů určujících maximální schopnosti působení území na člověka a jeho rekreační aktivity*“ a je tvořen rekreační atraktivitou území a rekreační infrastrukturou (Schneider, Fialová, Vyskot, 2009, s. 11). Hodnocení krajiny z hlediska jejího rekreačního potenciálu představuje komplikovanou otázku, kterou se v tuzemsku zabývá řada autorů, přičemž jejich názory a přístupy se v této oblasti více či méně liší. Nejčastěji se uplatňují následující metodiky hodnocení rekreačního potenciálu (Schneider, Fialová, Vyskot, 2009, s. 12):

- posouzení rekreačních předpokladů území metodou TERPLAN,
- hodnocení potenciálu cestovního ruchu dle Bíny,
- hodnocení potenciálu cestovního ruchu dle Vepřeka.

Metoda TERPLAN je založena na rozčlenění zájmového území sítí čtverců (velikost strany čtverce činí 2,4 km), v rámci kterých je následně prováděna analýza. Základ pro výpočet rekreační hodnoty tvoří vzorec, v němž je obsažena celková délka okrajů lesa, délka okrajů vodních toků a ploch, výškové rozpětí území přepočtené na jednotku plochy, struktura půdního fondu a koeficient vyjadřující počet pobytových dnů v letní a zimní sezóně. Výsledkem je číslo, na základě kterého lze porovnat jednotlivé oblasti na principu - čím vyšší číslo, tím vyšší rekreační hodnota (Schneider, Fialová, Vyskot, 2009, s. 12).

Bína zahrnuje do hodnocení (z roku 2002) váhu jednotlivých kritérií, a to tak, že přiřazuje jednotlivým stupňům hodnocení rozdílné bodové hodnoty (1, 2, 3) na základě významnosti daného kritéria pro cestovní ruch a rekreaci. Aby bylo možné stanovit potenciál cestovního ruchu dané obce, je třeba zhodnotit co možná nejkomplexněji okruh lokalizačních podmínek a předpokladů pro další rozvoj cestovního ruchu (Schneider, Fialová, Vyskot, 2009, s. 15). Jelikož lokalizační podmínky vytváří složitý systém, je nutno ho nejprve zjednodušit a rozčlenit na měřitelná kritéria a následně, po provedení hodnocení, tyto dílčí potenciály opět seskládat pro zjištění potenciálu celkového. Aktualizace této metodiky, která proběhla v roce 2010, již pracuje s většími prostorovými jednotkami, kterými jsou správní obvody obcí s rozšířenou působností (dále též „SO ORP“). Hodnocení je rozděleno na dva segmenty, a to potenciál atraktivit cestovního ruchu a potenciál ploch a linií ovlivňujících CR. Závěrečným metodickým krokem je přiřazení bodových hodnot těmto dvěma skladebným prvkům potenciálu cestovního ruchu (Bína, 2010, s. 2-9).

Vepřek podrobněji rozšiřuje Bínovu metodiku z roku 2002. Základem hodnocení jsou bodovací tabulky, jež jsou rozčleněny do 4 okruhů (sportovně technická zařízení a trasy, přírodní atraktivity, obslužná zařízení a vybavenost a architektonické a stavební atraktivity). Zmíněné okruhy zároveň zahrnují rozlišení letní a zimní sezóny. Výsledkem je mapa, která je rozčleněna sítí polygonů a reflektuje nejen prvky zvyšující využitelnost tohoto „čtverce“, ale i ty elementy, jež využitelnost naopak snižují. Metodika je využívána jako přímý podklad pro územní plány velkých územních celků (Schneider, Fialová, Vyskot, 2009, s. 14).

Mezi další metodiky patří kupříkladu hodnocení rekreačního potenciálu dle Mariota, který svoji koncepci aplikoval na Slovensku. Dále posouzení rekreačních předpokladů dle Novotné, které je zaměřeno na hodnocení potenciálu lokalizačních a realizačních faktorů prostřednictvím metody GIS. Hodnocení potenciálu dle Klapky, Novákové

a Frantála, kteří se zaměřují výhradně na jednu složku celkového potenciálu, a to potenciál kulturně-historický, který se snaží přizpůsobit metodice stanovení přírodního potenciálu (Klapka, Nováková, Frantál, 2008, s. 1). V neposlední řadě metodika dle Carbola, která je vytvořena toliko pro hodnocení potenciálu katastrálního území obce. Rekreační potenciál je rozdělen na potenciál z hlediska rezidentů a rekreatů žijících mimo zkoumanou obec.

3.7 Dotazování

Jako další tři základní techniky výzkumu lze uvést dotazování, pozorování a experiment (Foret, 2012, s. 39). Dotazování, které umožňuje evidovat výskyt jevů i chování lidí, jejich postoje a motivy patří mezi konkrétní způsob sběru primárních dat. Podrobněji je technika dotazování rozepsána v kapitole 4 „Metodika práce“. Primární data získaná z dotazníkového šetření mohou být dále použita jako jeden z podkladů SWOT analýzy, která je také rozepsána ve výše uvedené kapitole.

3.7.1 Zahraniční zkušenosti s průzkumy v cestovním ruchu

Batra (2008) se ve své studii, jež se týká vinařství PB Valley v Thajsku, zabývá specifickými požadavky a charakteristikami účastníků vinařské turistiky. Testuje 20 hypotéz, které jsou zaměřeny na spotřebitelské preference při výběru vína, přičemž reflektuje jejich sociodemografické charakteristiky, jako pohlaví, věk či příjmy. Z výsledků vyplývá, že o víno a vinařskou turistiku se více zajímají ženy a věková skupina 30-35 let. Při rozhodování o nákupu vína je v první řadě klíčová možnost degustace, ale také doporučení přátel a známých. Velmi důležité je dle respondentů taktéž snoubení pokrmů s vínem. Studie předkládá konkrétní doporučení pro marketingové aktivity, jako například hledání zpětné vazby od návštěvníků, a tím pádem i možnost odhadu WOM marketingu (neboli osobních doporučení).

Tej a Matusikova (2015) poukazují na fakt, že kulturní potenciál regionů je důležitým faktorem ekonomického rozvoje a prostřednictvím kulturního cestovního ruchu může přispět k tvorbě nových pracovních míst. Zaměřují se na karnevaly (ve smyslu fašanků) jako turistický produkt na Slovensku. Respondenty byly dvě cílové skupiny, a to studenti cestovního ruchu a odborníci působící v CR. Z výsledků vyplývá, že prostřednictvím profesionální koncepce by bylo možno nabízet tento produkt CR jako jednu z atraktivit

v zimním období. Dále upozorňují na skutečnost, že zmíněný produkt již existuje, avšak pouze na úrovni obcí a místních nadšenců.

Ionel (2014) ve svém článku řeší vliv zapojení místní veřejné správy na rozvoj venkovského turismu v regionu Crisana v Rumunsku. V dotazníku se zaměřil na aktuální stav dopravního značení, silnic, infrastruktury cestovního ruchu a památek. Většina respondentů má za to, že právě tyto faktory svojí kvalitou buď pozitivně, či negativně ovlivňují cestovní ruch v daném regionu. Dále se respondenti shodují na tom, že veřejná správa buď nevykládá adekvátní prostředky na jejich rozvoj, anebo nejsou tyto investice dostatečně účinné. Alarmující je dle jejich názoru zejména fakt, že mezi rozvojem venkovského turismu a kvalitní dopravní infrastrukturou existuje přímá souvislost. Z tohoto pohledu je tedy třeba zásah veřejné správy.

Alonso a Northcote (2008) zkoumá vztah mezi lokálními vinaři a jejich místní komunitou na Kanárských ostrovech a v západní Austrálii. Většina obyvatel pozitivně vnímá jednak generování pracovních míst, ale i zapojování vinařů do různých aktivit, jako jsou např. místní slavnosti. Rozdíl mezi těmito dvěma destinacemi je v tom, že zatímco na Kanárských ostrovech mají vinaři odbyt i v rámci místní komunity, tak v západní Austrálii většina obyvatel nenakupuje svá místní vína. Přínos této studie spočívá zejména ve zjištění, že většina respondentů vnímá malá lokální vinařství jako formu oživování či udržování tradic a tyto aktivity dle jejich názoru vedou ke zvyšování celkové prosperity dané oblasti.

Begum (2014) se zabývá udržitelným rozvojem cestovního ruchu ve městě Melaka v Malajsii. Zaměřuje se na 3 zainteresované skupiny, a to na vládu, místní obyvatele a soukromé podnikatele. Ve své studii konstatuje, že všechny zmíněné subjekty jsou důležitým článkem ve formování udržitelného turismu a je nutná jejich kooperace.

Soldic Frleta (2014) řeší rozdíly mezi úrovní spokojenosti turistů a místních obyvatel na chorvatských ostrovech Rab a Lošinj. Oběma skupinám respondentů byly distribuovány odlišné dotazníky. Z výsledků je patrné, že místní obyvatelé hodnotí nabídku cestovního ruchu mnohem kritičtěji než turisté. Studie zahrnuje i stanovení segmentů nabídky, které mohou být dále zlepšovány.

3.8 Destinační management

Definice týkající se destinačního managementu je celá řada. Kupříkladu Bartl a Schmidt (1998, s. 2) ho vidí jako „*strategii – cestu pro turisticky silné (vyspělé) regiony, které mají odvalu ke koncentraci sil pro účely společného rozvoje, organizace a aktivního prodeje svých produktů (konkurenčních výhod)*“. Srb (2003, s. 1) na něj nahlíží jako na „*systém řízení a organizace cestovního ruchu v turistické destinaci založený na spolupráci poskytovatelů služeb*“. Výstižnější vymezení představuje definice Andersona (2000, s. 146), který uvádí, že se jedná o „*integrovaný proces řízení destinace*“. Za definicí, která více reflektuje specifika cestovního ruchu, stojí Holešinská (2010, s. 47) s tím, že „*destinační management neboli řízení destinace, je specifická forma řízení, která spočívá v procesu založeném na kooperaci (spolupráci) mezi jednotlivými zainteresovanými aktéry cestovního ruchu a na koordinaci v oblasti plánování, organizování a rozhodování v destinaci (tzv. princip 2K), přičemž klíčovým faktorem úspěšné realizace destinačního řízení je vzájemná komunikace (princip 3K)*“.

Destinační management představuje vlastně formu řízení určité oblasti za účelem zvýšení efektivity aktivit, které jsou spojeny s cestovním ruchem. Hlavním cílem je koordinace činností jednotlivých zájmových skupin, které se podílejí na rozvoji turismu v dané destinaci, vytváření strategických plánů, využívání podpůrných fondů, koordinace a podpora partnerství komerčního a neziskového sektoru, realizace nejrůznějších marketingových aktivit a celkové směřování k udržení a posílení konkurenceschopnosti. Výsledkem je produkt se specifickou přidanou hodnotou (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 163). Touto cestou vznikají destinace, které nabízí perfektně zorganizovaný řetězec služeb, jenž zahrnuje celý proces od informace a pohodlné rezervace přes bezchybný průběh pobytu až po návrat domů. Management destinací může nabývat mnoha forem, které se odvíjí od typu spolupráce, způsobu zapojení jednotlivých subjektů či geografické úrovně destinace. Zmíněná spolupráce může být realizována na několika úrovních, a to (Schneider, Fialová, Vyskot, 2009, s. 51):

- spolupráce mezi podnikatelskými subjekty,
- spolupráce mezi veřejnoprávními subjekty (např. obcemi),
- veřejno-soukromé partnerství (*public-private partnership*).

Aplikací principů destinačního managementu v praxi se zabývají organizace cestovního ruchu (dále též „OCR“). Jejich stěžejním úkolem je řízení cestovního ruchu a jeho rozvoje v destinaci, podpora spolupráce a vznik a prodej společných produktů, které vytváří turisticky atraktivní oblast generující příjmy z cestovního ruchu (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 163). V turisticky vyspělých zemích, jako je Švýcarsko či Rakousko, se o nich začalo nejvíce psát v 90. letech 20. století. Toto období je možno považovat za počátky praktické aplikace destinačního managementu. V Rakousku představuje stěžejní výstup zpráva *Destinationsmanagement*, která detailně analyzuje vývoj a nastiňuje směr spolupráce aktérů cestovního ruchu vzhledem k (mezinárodní) konkurenci. V České republice o problematice destinačního managementu jako jeden z prvních mluvil Mourek v roce 1998. Pojem organizace cestovního ruchu u nás poprvé použila Királová, jež v roce 2005 zpracovala dokument pro agenturu CzechTourism „Vytváření organizace cestovního ruchu v turistických regionech“ (Holešinská, 2012, s. 49).

3.8.1 Počátky destinačního managementu v zahraničí

Vývoj destinačního managementu byl zpočátku provázen problémy, které bránily „kooperativnímu“ managementu. Jednalo se zejména o přílišnou orientaci na vlastní uspokojení potřeb a věnování neadekvátní pozornosti potřebám trhu, z čehož vyplývala roztržitost služeb. Cestovní ruch byl pod kontrolou veřejného sektoru a chyběl zde prvek sektoru soukromého (podnikatelské sféry). Tyto skutečnosti se odrážely mimo jiné v marketingu, kde byla naprostá absence jakýchkoli inovací. Vedle toho lze zmínit jako agens dalších obtíží deficit kvalifikovaných pracovníků a nedostatek znalostí a zkušeností (Pechlaner, Tschurtschenthaler, 2003, s. 179).

První místa, kde došlo ke zlepšení, lze vysledovat v alpských zemích. Objevily se tlaky ze strany skupiny návštěvníků, kteří chtěli získat příležitost spotřebovat produkt splňující jejich očekávání. Obecně začaly růst požadavky na destinační marketing, které byly vyvolány zejména lepší informovaností návštěvníků a rostoucím objemem zkušeností s cestováním (tím pádem i větším výběrem konkurenčních produktů a destinací). To vyvolalo vyšší nároky na kvalifikaci zaměstnanců cestovního ruchu i finanční prostředky, zejména na marketing, který byl nezbytný pro rozvoj trhu. S tímto vývojem souvisela potřeba legitimizovat destinační organizace (Pechlaner, Tschurtschenthaler, 2003, s. 529). Z výše uvedeného vyplývá, že určitou destinaci nelze založit čistě na historickém kontextu, ale důležitým faktorem je i ekonomický a sociální rozvoj. Je třeba

reflektovat změny na mezinárodním trhu, které si žádají nejen odlišné aktivity, ale i změnu struktury spolupráce. V neposlední řadě je nezbytné se zaměřit na kvalifikaci, přípravu produktu CR a podporu ze strany politiky, zejména v oblasti marketingu. Na cestovní ruch musí být nahlíženo jako na odvětví, které je možno využít ku prospěchu místních obyvatel (Holešinská, 2012, s. 67).

V turisticky vyspělých destinacích pochopili, že z hlediska řízení a organizace CR je klíčová vzájemná spolupráce, založená na sdílených poznatcích a zkušenostech. Obecně lze říci, že tato kooperace probíhala ve třech vývojových fázích, které se odlišovaly organizací a předmětem spolupráce. Na počátku bylo zakládání sdružení, která měla za cíl „zlepšení destinace“. Spolupráce byla jednocílová a probíhala převážně na bázi společné propagace (budovací fáze). Dalším krokem bylo zapojení nejrůznějších subjektů CR, zejména formou strategického partnerství (růstová fáze). Kromě otázky marketingu bylo třeba řešit i externalitu, respektive vliv cestovního ruchu na životní prostředí a místní obyvatele. Poslední fáze (koncentrační) reprezentovala nejvyzrálejší formu spolupráce, která byla charakteristická strategickým řízením a silnými vazbami mezi kooperujícími subjekty. Výsledkem jsou regiony, které se transformují na strategicky řízené a konkurenceschopné jednotky fungující na obdobných manažerských principech jako podnikatelské subjekty (Holešinská, 2012, s. 69).

3.8.2 Destinační marketing

V soukromém sektoru reprezentuje marketing klíčový faktor odlišení úspěšných a neúspěšných společností. Právě v tomto smyslu má destinační marketing svoji nezastupitelnou roli z hlediska úspěšného fungování turismu v regionu (Peprný, 2006, s. 10). Jedna z definic říká, že *„marketing je uspokojování vlastních potřeb prostřednictvím uspokojování potřeb zákazníků“* (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 96). Jak již bylo nastíněno výše, cestovní ruch má svá specifika, i z tohoto důvodu je nezbytné uvědomit si pár základních rozdílů mezi marketingem „klasickým“ a destinačním. Marketing služeb se více zaměřuje na tzv. marketing vztahů (snaha o budování dlouhodobých vztahů) než na tzv. transakční marketing (jednorázový prodej či získání nového zákazníka) (Peprný, 2006, s. 10). Stěžejní myšlenkou je nabídnout „správný produkt, za správnou cenu, propagovaný správným způsobem, na správném místě“. Zmíněná věta reprezentuje základní marketingový mix, tzv. 4P (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 108), (Foret a kol., 2013, s. 49):

- produkt (*product*),
- cena (*price*),
- místo, způsob distribuce a dostupnost (*place*),
- propagace (*promotion*).

Produktem cestovního ruchu rozumíme jak fyzické předměty a služby, tak osoby, místa, organizace, myšlenky, kulturní výtvoř apod. (Foret a kol., 2013, s. 49). Vždy se jedná o kombinaci služeb základních (ubytování, stravování, dopravní služby apod.) a doplňkových (obchodní, směnárenské služby). Jeho specifíkem je závislost na přítomnosti spotřebitele, přičemž příprava i spotřeba probíhá časově i prostorově současně (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 111).

Cena odráží množství peněžních jednotek požadovaných za produkt. Je to jediný prvek marketingového mixu, který generuje výnosy (ostatní složky vyvolávají náklady) (Foret a kol., 2013, s. 51). Mezi základní determinanty pro stanovení ceny řadíme např. výši a strukturu nákladů, nabídku konkurence či úroveň poptávky (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 115).

Stěžejní součástí marketingu je distribuce, tedy rozhodnutí, jakými kanály se produkt dostane ke konečnému spotřebiteli. V zásadě jsou dvě skupiny distribučních cest, a to přímá a zprostředkovaná (cestovní kancelář, cestovní agentura, TIC apod.) (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 122).

Marketingovou komunikaci představuje propagace, která využívá přímé a nepřímé propagační nástroje. Mezi přímé nástroje řadíme osobní prodej (osobní či telefonická komunikace s potenciálními zákazníky), direct marketing (adresné oslovení klienta), telemarketing či virální marketing (zejména prostřednictvím sociálních sítí). Nepřímými instrumenty jsou reklama (tištěná, internetová, rozhlasová či televizní), produkt placement (např. propagace Jižní Moravy ve filmu Bobule), public relations (vztahy s veřejností) a podpora prodeje (např. veletržní slevy, first či last minute) (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 124-126).

V marketingu cestovního ruchu se tento klasický marketingový mix dále rozšiřuje (tzv. 8P) o (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 109), (Foret a kol., 2013, s. 49):

- lidé (*people*),
- tvorba nabídkových „balíčků“ (*packaging*),

- programování (*programming*),
- spolupráce (*partnership*).

Cestovní ruch je neodmyslitelně spjat s kvalitou lidských zdrojů, které jsou elementárním determinantem ovlivňujícím kvalitu služeb. Je zapotřebí věnovat velkou pozornost řízení, motivaci a zvyšování kvalifikace zaměstnanců, ale i řízení zákaznického mixu (resp. výběru zákazníků). V neposlední řadě je třeba neopomíjet místní obyvatelstvo, které může pozitivně či negativně ovlivnit turismus v dané oblasti (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 136).

Tvorba nabídkových balíčků představuje reciproční spojování jednotlivých služeb. K jádru produktu jsou přidávány další (doplňkové) služby, které reflektují přání turistů a tento „balíček“ je potom nabízen a prodáván jako celek. To umožňuje nabízet a prodávat služby, které by samy o sobě nebyly dostatečným důvodem k návštěvě dané destinace (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 134).

Programování úzce souvisí s výše zmíněnou tvorbou balíčků. Zahrnuje postupy, úkoly, časové rozvrhy, mechanismy, činnosti a rutiny, prostřednictvím kterých je služba klientovy poskytována (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 136).

Partnerství symbolizuje spolupráci všech zainteresovaných subjektů, která se může odehrávat na rozličných úrovních (např. při plánování CR, přípravě projektů nebo při jejich prodeji, a to na lokální i mezinárodní úrovni). Příkladem je spolupráce zemí Visegradské skupiny (Česká republika, Slovensko, Polsko a Maďarsko), která v rámci cestovního ruchu vystupuje pod jednotným heslem „*European Quartet – One Melody*“ (Evropský kvartet - jednotná melodie), pod kterým se zmíněné země společně prezentují na zaoceánských trzích. Takové kooperace taktéž posilují vyjednávací pozici ve vztahu k orgánům státní správy či samosprávy (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 136-137).

4 Metodika práce

Předkládaná diplomová práce je strukturována na teoretickou a praktickou část. Rešeršní část se opírá o dostupné literární a internetové zdroje. Je využita zejména odborná literatura zaměřující se na cestovní ruch a rekreaci obecně, politiku cestovního ruchu a metodiky hodnocení CR u nás a v zahraničí. Dalším podkladem jsou vědecké databáze, a to zejména EBSCO Discovery Service, Scopus a ScienceDirect. Z hlediska internetových zdrojů jsou nejvíce využity stránky mikroregionu Hustopečsko a jednotlivých členských obcí.

Praktická část nastiňuje základní charakteristiku mikroregionu Hustopečsko, a to zejména z pohledu lokalizačních a realizačních faktorů CR. Zmíněn je taktéž destinační management a marketing. V této pasáži jsou využity převážně zmíněné internetové stránky jednotlivých obcí a nejrůznější dokumenty a strategie mikroregionu.

Další etapou zpracování byl kvantitativní výzkum, respektive dotazníkové šetření, které probíhalo od 9. 9. 2015 do 22. 4. 2016. Dotazník byl anonymní a obsahoval celkem 24 otázek (14 uzavřených, 6 polouzavřených a 4 otevřené). Dotazování jako takové může být uskutečňováno prostřednictvím rozličných nástrojů (např. dotazník či záznamový arch). Důležitá je zde vhodně zvolená komunikace mezi výzkumníkem a dotazovaným, resp. respondentem, která může probíhat buď přímo (nejčastěji formou písemného dotazování) či zprostředkovaně pomocí tazatele (osobní dotazování). Od toho se odvíjí i nároky na strukturu konkrétního dotazníku. V prvním zmíněném případě musí dotazník adekvátně nahradit absenci tazatele, a proto musí být koncipován tak, aby v něm bylo respondentovi sděleno a vysvětleno vše podstatné. Ve druhém případě postačí stručnější záznamový arch.

Distribuce dotazníku pro účely šetření byla realizována jak v elektronické, tak v tištěné podobě. Elektronická verze (Google formulář) byla šířena prostřednictvím internetu, zejména Facebooku a e-mailu. Písemné dotazování bylo realizováno prostřednictvím dotazníku či ankety. Optimální délka dotazníku čítá 40-50 otázek, přičemž by neměl být příliš dlouhý, aby respondenty na první pohled „neodrazoval“. Na první pohled je patrné, že stěžená fáze představuje jeho správné sestavení, a to zejména v rovině účelově technické (co nejpřesnější zaměření na záležitost, která nás zajímá), psychologické (vyplnění by měl respondent vnímat jako snadné, příjemné a přínosné) a srozumitelné. Z těchto důvodů je třeba se zaměřit na jeho celkový dojem, formulaci a typy jednotlivých otázek

a manipulaci s dotazníkem. Na konečný výsledek má vliv zejména grafická úprava a úvodní text. Formulace otázek by měla být jednoznačná a srozumitelná. Nevhodné je v této souvislosti uvádění tzv. sugestivních otázek, které předem nabádají k očekávané odpovědi. Z hlediska typu otázek je možné využít otázky otevřené, uzavřené či polootevřené. Existují také tzv. filtrační otázky, které dělí respondenty na odlišné skupiny, resp. podsoubory. Manipulace s dotazníkem zahrnuje jeho distribuci a následnou návratnost. Zde lze zmínit dva nejčastěji užívané způsoby, a to elektronickou a osobní distribuci (Foret, 2012, s. 41-55). Jak již bylo zmíněno výše, pro účely diplomové práce byla zvolena převážně distribuce elektronická.

Tištěná forma byla předkládána na několika akcích mikroregionu Hustopečsko, a to formou osobního dotazování. Osobní dotazování zahrnuje rozhovor mezi tazatelem a respondentem. V rámci srovnání s výše zmíněným dotazníkem je časově, finančně i organizačně náročnější. Odpadají zde však problémy s návratností, ale i se správností a úplností vyplnění. Rozhovor může být buď standardizovaný (předem připraven) či nestandardizovaný (mající volný průběh) (Foret, 2012, s. 56-58). V tomto případě se jednalo o rozhovor standardizovaný.

Dotazník byl následně rozdělen a vyhodnocován zvlášť pro návštěvníky a zvlášť pro rezidenty, a to na základě filtrační otázky, zda respondent žije v mikroregionu Hustopečsko či nikoli. Celkem bylo získáno 217 odpovědí, z toho 98 reakcí od místních obyvatel a 119 od návštěvníků. Zmíněné vyhodnocení a tvorba výstupních grafů proběhly v programu Microsoft Excel.

Vedle dotazníku, který byl zaměřen na místní obyvatele a návštěvníky, byla v průběhu března až května 2016, provedena též anketa se zástupci vedení obcí (starosta, příp. místostarosta). Anketa je zpravidla tvořena menším počtem otázek, které se zaměřují na určité téma. Může být distribuována prostřednictvím tisku, rozhlasu, televize, e-mailu či rozdávána osobně (Foret, 2012, s. 56). V této diplomové práci byla anketa využita zejména ke zjištění názorů jednotlivých zástupců vedení daných obcí ve vybraných otázkách týkajících se cestovního ruchu v jejich obci. Oproti dotazníku se vyznačuje právě zmíněným menším počtem otázek a nižší reprezentativností získaných výsledků (Foret, 2011, s. 125). K oslovení starostů, příp. místostarostů byla využita elektronická, telefonická i osobní forma. Celkem bylo získáno 12 odpovědí.

Jak již bylo naznačeno, k získání primárních dat sloužil především dotazník, anketa, terénní šetření a vlastní znalosti o dané lokalitě. Pro účely sekundárních dat šlo o ČSÚ, AOPK, DIBAVOD a vlastní šetření na webových stránkách jednotlivých členských obcí. Mimoto byly v průběhu vypracování celé práce prováděny neformální rozhovory s obyvateli a podnikateli mikroregionu, které nejsou přímo uvedeny v této práci, avšak ovlivnily její zaměření.

Následně byla získaná data využita pro zpracování SWOT analýzy, jež identifikuje slabé a silné stránky, příležitosti a hrozby mikroregionu Hustopečsko. V závěru práce jsou na základě provedených analýz stanoveny návrhy a doporučení, jakým směrem by se měl (resp. mohl) dále cestovní ruch v mikroregionu Hustopečsko ubírat.

Mapové výstupy byly zpracovány v programu ArcGIS 10.2., přičemž podkladovými daty byly údaje z ArcCR 500, AOPK, DIBAVOD a MěÚ Hustopeče. Práce byla zpracována za využití programu Microsoft Word.

5 Vlastní práce

5.1 Základní charakteristika mikroregionu Hustopečsko

Následující kapitola popisuje vznik mikroregionu Hustopečsko (viz příloha 5, tab. 1) a vymezuje ho v rámci České republiky. Jsou zde uvedeny základní přírodní charakteristiky a stručně nastíněna historie mikroregionu, zejména vinařství, které determinuje celkový ráz diskutované lokality. V závěru jsou nastíněny základní informace o obyvatelstvu a představeny jednotlivé obce mikroregionu.

5.1.1 Vznik mikroregionu

Dobrovolný svazek obcí (dále též „DSO“) mikroregion Hustopečsko představuje právnickou osobu, která byla ustavena 29. 8. 2001. Jedná se o spádové území, jehož centrem je město Hustopeče. Hlavním smyslem je propojení a provázání jednotlivých akcí a aktivit v rámci více obcí k dosažení společných cílů. V roce 2006 došlo ke sloučení mikroregionu Hustopečsko s mikroregionem Kloboucko a k původním 21 obcím přibylo 8 dalších. V současné době tento svazek zahrnuje 29 obcí, a to Boleradice, Borkovany, Bořetice, Brumovice, Diváky, Horní Bojanovice, Hustopeče, Kašnice, Klobouky u Brna, Kobyly, Krumvůř, Křepice, Kurdějov, Morkůvky, Němčičky, Nikolčice, Popice, Pouzdřany, Starovice, Starovičky, Strachotín, Šakvice, Šitbořice, Uherčice, Velké Hostěrádky, Velké Němčice, Velké Pavlovice, Vrbici a Zaječí (Galvasová a kol., 2007, s. 10). Mezi orgány svazku obcí patří předseda, dva místopředsedové, kontrolní skupina a tajemník (hustopecko.net).

5.1.2 Lokalizace území

Mikroregion Hustopečsko leží v Jihomoravském kraji (cca 30 km jižně od Brna), v okrese Břeclav (viz obr. 1). Z hlediska administrativního členění se zde nachází dva pověřené obecní úřady, a to Hustopeče a Klobouky u Brna. Co se týká velikostní struktury, mají tři obce statut města (Hustopeče, Velké Pavlovice a Klobouky u Brna) a zároveň se jedná o tři populačně největší města v celém mikroregionu. Velké Němčice a Boleradice mají statut městyse. Nalezneme zde dvě vinařské podoblasti (Velkopavlovickou a Mikulovskou), což do značné míry determinuje potenciál a zaměření cestovního ruchu.

Mikroregion má výhodnou geografickou polohu, především díky blízkosti dálnice D2 a železničního koridoru Brno-Břeclav-Vídeň (Kolektiv autorů, 2007 a, s. 5). Spadá do příhraniční oblasti, která sousedí na jihu s Rakouskem a na jihovýchodě se Slovenskem.

Mikroregion spolupracuje s dalšími subjekty a na jeho území byla založena MAS Hustopečsko. Soukromý sektor v současné době zastupuje 12 subjektů, veřejný sektor 11 subjektů a neziskový sektor subjektů 14 (mashustopecko.net). Dále mikroregion spolupracuje se slovenským městem Modra, které má také významnou vinohradnickou tradici (Galvasová a kol., 2007, s. 14). Existuje také přeshraniční spolupráce mezi městem Hustopeče a slovenským městem Habovka, jejímž hlavním cílem je zachovat a rozvíjet tradice (hustopece-city.cz).



Obr. 1 Vymezení mikroregionu Hustopečsko (zdroj: ArcCR 500; vlastní zpracování)

5.1.3 Základní přírodní charakteristiky

Charakter krajiny determinuje poloha na okraji Karpat a příslušnost do panonské biogeografické provincie (Jan, Nezhodová a kol., 2010, s. 16). Výškopisně je zde značná

různorodost - nejnižší nadmořská výška je v obci Starovičky, naopak nejvyšší nalezneme v obci Nikolčice. Geograficky mikroregion spadá do Dyjsko-svrateckého úvalu v oblasti Novomlýnských nádrží a jižního okraje Ždánického lesa. Členitost krajiny podporují okolní vrchoviny Pavlovských vrchů, Ždánického lesa a Výhonu (Kolektiv autorů, 2009, s. 9). Zalesnění se zachovalo pouze ve střední části, mezi obcemi Kurdějov, Klobouky u Brna a Kobylí. V této oblasti je také lokalizována většina pěších turistických tras (Kolektiv autorů, 2007 a, s. 6-7). Teplé klima a úrodné půdy vytváří ideální podmínky pro pěstování révy vinné. Mikroregion patří do povodí řeky Dyje. Krajinu mezi městem Hustopeče a Pavlovskými vrchy změnilo vybudování soustavy tří přehradních jezer Nové Mlýny (Kolektiv autorů, 2009, s. 9).

5.1.4 Historie a vinařství

Z historického hlediska patří zmíněný mikroregion do oblasti nejstaršího osídlení, jehož stávající struktura vznikala od 13. do 15. století. Charakter krajiny ovlivnil i způsob života obyvatel, který byl zaměřen zejména na zemědělskou výrobu, konkrétně se jednalo o vinařství a sadařství (Kolektiv autorů, 2007 a, s. 24).

Alois Mrštík, který od roku 1889 působil na škole v Divákách, se spolu s bratrem Vilémem zasloužili o to, že se Diváky staly centrem literární Moravy. V knize „Rok na vsi“ zpracovali detailně kroniku obce a zasadili se o uchování historie a kultury v literárních dílech (Kolektiv autorů, 2007 a, s. 24). Mezi další významné osobnosti, které v mikroregionu působily se řadí i pozdější prezident T. G. Masaryk a spisovatel Jan Herben, kteří studovali na reálce v Hustopečích (Láznička a kol., 1972, s. 178). Masarykova matka se v Hustopečích narodila a oba jeho rodiče jsou zde pohřbeni (Kolektiv autorů, 2007 a, s. 24).

Vinná réva se na Jižní Moravě pěstovala již v době Velkomoravské říše. Zhruba od 13. století patřilo město Hustopeče mezi hlavní střediska moravského vinařství. Pěstování vína se po staletí řídilo vlastním právem, tzv. horenským (Jan, Nezhodová a kol., 2010, s. 673). V průběhu let se střídala období úpadku i rozkvětu. Válečné období místní vinice ničilo, v dobách míru opět docházelo k rozvoji. Třicetiletá válka měla na vinařství regionu devastační účinky a trvalo téměř jedno století, než došlo k obnově na původní úroveň. Historii dokládají i prastaré sklepy roztroušené po vesnicích nebo tvořící celistvé lokality (boretice.cz).

Většina území Hustopečska spadá do Velkopavlovické vinařské podoblasti. Pouze Pouzdřany, Popice a Strachotín patří do podoblasti Mikulovské. Velké Pavlovice bývají označovány za kolébku vinařství. V roce 1902 zde byla založena Státní zemská réвовá školka. Velké Pavlovice významně přispěly k vyšlechtění několika dnes velmi populárních odrůd, jako je Pálava, Aurelius, André nebo Agni (boretice.cz).

5.1.5 Obyvatelstvo

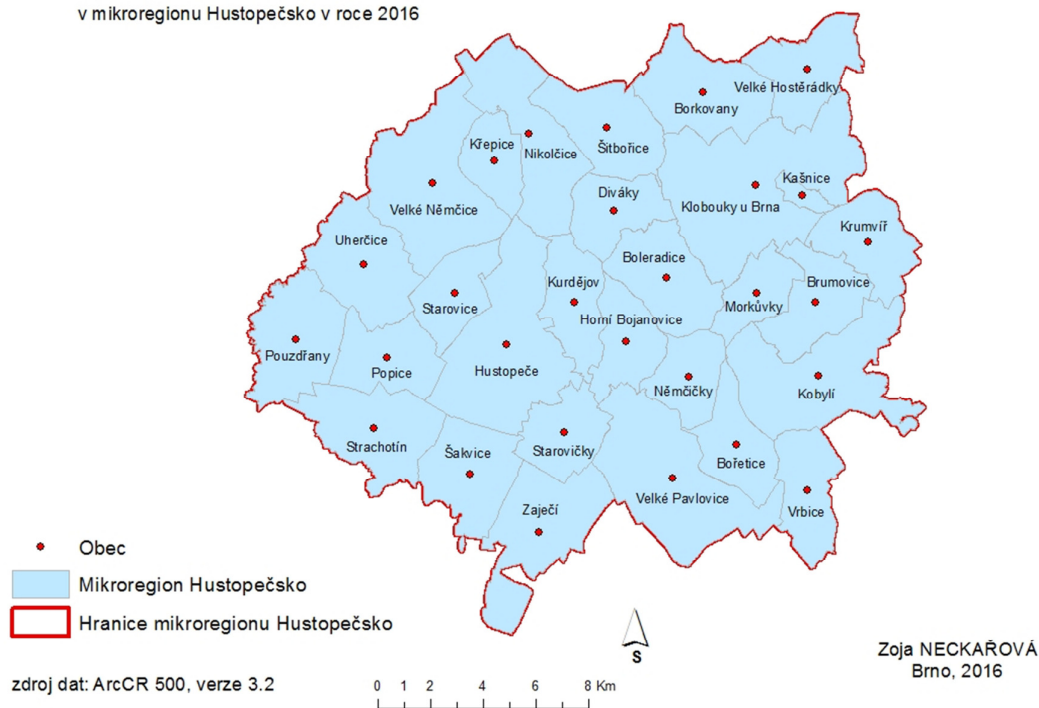
Počet obyvatel v mikroregionu Hustopečsko zaznamenal v průběhu 20. století mírný pokles, což je opačný trend než vykazuje celá Česká republika. Naopak od roku 1991 počet obyvatel v ČR kolísá, přičemž počet obyvatel Hustopečska stabilně roste (Galvasová a kol., 2007, s. 15).

Největšími městy jsou Hustopeče, Velké Pavlovice a Klobouky u Brna (viz příloha 5, tab. 2). Naopak nejmenší počet obyvatel mají Kašnice, Kurdějov a Morkůvky. Hustota osídlení vykazuje značnou diferenci mezi jednotlivými obcemi. Nejnižších hodnot dosahuje Kurdějov, Velké Hostěrádky a Nikolčice. Naopak nejvyšší hustota obyvatel je v Hustopečích, Křepicích a Šitbořicích.

5.1.6 Obce mikroregionu Hustopečsko

VYMEZENÍ JEDNOTLIVÝCH OBCÍ

v mikroregionu Hustopečsko v roce 2016



Obr. 2 Jednotlivé obce mikroregionu Hustopečsko (zdroj: ArcČR 500; vlastní zpracování)

Boleradice

Od 1. 12. 2006 jsou Boleradice městysem, který leží v údolí potoka Haraska a je z větší části pokryt lesy. Podle archeologických nálezů patří Boleradice k nejstarším slovanským sídlištím na brněnském Kloboucku. V současnosti zde funguje více než 19 spolků (hasiči, divadelní spolek, včelaři, zahrádkáři, letečtí modeláři atd.) (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 2). Velmi významný je Divadelní spolek bratří Mrštíků, jehož činnost a úspěchy proslavily Boleradice jak doma, tak ve světě. V roce 2004 zde bylo po náročné rekonstrukci otevřeno kamenné divadlo. K místní kultuře neodmyslitelně patří hody, které se zde konají hned dvakrát. První jsou Jánské hody v červnu a na podzim hody Martinské. Dění v obci dále podporuje Občanské sdružení Nedánov. Mezi zdejší produkty patří například keramika Šemorovi (Kolektiv autorů, 2007 c, s. 2).

Borkovany

První písemná zmínka o obci Borkovany pochází z roku 1210 v souvislosti se založením Zábřdovického kláštera. Nedílnou součástí okolí je borkovanský les Líchy, který představuje poslední výběžek Ždánického lesa (hustopecko.net). Pro tuto obec jsou typické Borkovanské kraslice. Zdobení kraslic technikou zvanou *gravírování* je známé snad po celém světě. V roce 2009 zde byla vybudována stálá expozice kraslic, kde si lze jednotlivé exponáty prohlédnout. Výstavou provází „maléřka“, která zájemcům „résování“ kraslic předvádí. Nejvýznamnějším folklorním svátkem jsou hody, které probíhají v srpnu. V době adventu zpestřuje život betlém s jesličkami, který zdobí park uprostřed obce (Kolektiv autorů, 2007 c, s. 3).

Bořetice

Obec Bořetice se poprvé připomíná v roce 1222. Dnes jsou Bořetice významnou vinařskou obcí, která žije bohatým kulturním a společenským životem. Obcí protéká říčka Trkmanka. Nejznámější lokalitou jsou tzv. Kraví hory, které zahrnují zhruba 260 sklepů. V roce 2000 zdejší vinaři založili recesistickou „Svobodnou republiku Kraví hora“ (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 4) (viz příloha 7, obr. 27 a 28). Jedná se o zajímavý koncept, který podporuje vinařství a turistiku. Tato „republika“ má svého prezidenta a vládu. Vydala také své pasy, poštovní známky a propagační materiály. Platidlem je tzv. Kravíhorec a „republika“ má také svoji hymnu (republikakravihora.cz). V obci působí řada tradičních spolků, jako jsou myslivci, rybáři, hasiči, ale také chrámový sbor „Deo Gratias“, mužský pěvecký sbor „Mužáci“ nebo občanské sdružení „Dobromysl“. Mezi tradiční společenské událostí patří plesy, hody, ostatky, otevřené sklepy a mnoho dalších (Kolektiv autorů, 2007 c, s. 4).

Brumovice

První záznamy o Brumovicích se datují do roku 1250. Brumovice leží ve vinařské oblasti a prochází tudy dvě vinařské stezky (brumovice.cz). Ze společenských událostí jsou proslulé krojované hody, které se konají v červenci. V listopadu zde probíhá podzimní hodová zábava. V zimním období je možno navštívit krojový ples, a to jak dětský, tak pro dospělé. Tradici zde mají pletené výrobky z orobince, který se v dnešní době kombinuje s modrotiskem. Vznikají tak nejrůznější ošatky, rohožky, sotůrky apod. (Kolektiv autorů, 2007 c, s. 5).

Diváky

První písemná zmínka o obci Diváky pochází z roku 1210. Nachází se zde zámecká budova, která je však v současné době nepřístupná. V Divákách působili bratři Mrštíkovi, kteří zde mají svůj památník (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 6). Kulturním svátkem jsou hody, které se konají v srpnu. Obcí prochází turistická trasa, která je využívána pěšími i cyklisty.

Horní Bojanovice

Obec Horní Bojanovice bývala již od středověku samostatnou farností. V současné době představuje vinařskou obec, která láká k návštěvě vinných sklepů. Prochází tudy vinařská cyklostezka a návštěvníci si mohou odpočinout v areálu tvořeném lesoparkem a řadou sportovišť (tenisové kurty, hřiště, koupaliště apod.). Kromě tradičních spolků zde nalezneme i známou dechovou kapelu „Hornobožani“ (hornibojanovice.cz).

Hustopeče

První písemné zmínky o Hustopečích se datují do 13. století. V roce 1572 byly Hustopeče povýšeny na město. Velkou výhodou města je napojení na dálnici D2, která vede z Brna do Bratislavy a na železniční trať Brno-Břeclav (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 8). Kulturní život je velmi bohatý. Probíhají zde nejrůznější košty, a to jak pod taktovkou Českého svazu zahrádkářů, tak i prestižní soutěžní přehlídky vín, jako je Světový duel vín, Král vín ČR či Hustopečská pečeť. V létě je možno navštívit tradiční krojované hody (viz příloha 7, obr. 19), které byly přesunuty z konce září na srpen. Na podzim otevírají Hustopeče své brány tisícům návštěvníků v rámci tzv. Burčákových slavností (Kolektiv autorů, 2007 c, s. 9). V listopadu probíhá Oslava Svatomartinských vín a husí. V březnu mohou turisté navštívit netradiční akci, která nese název Slavnosti mandloní a vína. Ochutnávka vín je spojena s řemeslným jarmarkem, mandlovými specialitami a vycházkou do mandloňových sadů. Ty se nacházejí severně od města a jsou unikátem v celé střední Evropě. V roce 2012 zde byla otevřena naučná stezka a rozhledna (hustopece.cz). Mezi další vyhledávané cíle v Hustopečích patří pomník kvasinky vinné, obří hrozen či pomník T. G. Masaryka. Od roku 2015 mají Hustopeče také Hradní pivovar, kde se vaří hustopečské pivo. Sportovní vyžití je taktéž velmi pestré. Nacházejí se zde tenisové kurty, víceúčelová hala, několik hřišť a koupaliště. Na přelomu ledna a února se zde koná Hustopečské skákání (hustopece.cz). Městem prochází několik vinařských cyklostezek.

Kašnice

Obec Kašnice vznikla v roce 1785 na pozemcích bývalého klášterního majetku Klobouky, který převzal Náboženský fond. V letech 1976-1991 došlo ke sloučení Kašnic s městem Klobouky u Brna, ale na žádost občanů se obec opět osamostatnila. Od roku 2000 byla obnovena tradice místních hodů, která je od té doby dodržována. Na jaře se děti i dospělí účastní brigády, jejímž cílem je zvelebit centrum obce. V roce 2005 se Kašnice zúčastnily soutěže Vesnice roku a získaly tzv. Bulínovu cenu za kvalitní květinovou výzdobu v rámci Jihomoravského kraje (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 8).

Klobouky u Brna

Klobouky u Brna mají od roku 1964 statut města. Klobouky představovaly oblast s nedostatkem vody a byly pro ně charakteristické větrné mlýny jako zdroj energie. Větrný mlýn, který byl renovovaný v roce 1985, se stal vyhledávanou technickou památkou. Stejně tak je možné navštívit kloboucký zámek, na jehož nádvoří je vlastivědné muzeum (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 12). Z kulturních akcí zde kromě hodů mohou turisté navštívit tradiční jarmarky, které se konají dvakrát do roka (Májový a Svatováclavský). Jednou za dva roky jsou zde pořádány Dětské folklorní slavnosti (Kolektiv autorů, 2007 c, s. 11).

Kobylí

Obec Kobylí má převážně zemědělský ráz, převažují zde vinice a ovocné sady. Patria Kobylí, a.s. představuje největšího producenta meruněk v České republice. V roce 2006 získalo Kobylí titul Vesnice roku Jihomoravského kraje (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 13). Konají se zde dvoje krojované hody, jedny v červnu a druhé na podzim. Další významnou tradicí je tzv. zarážení hory (poslední sobota v srpnu), jež symbolizuje uzavření vinohradů do období vinobraní. Obcí prochází turistická stezka, která má za cíl provést návštěvníky všemi zajímavými místy (Kolektiv autorů, 2007 c, s. 13).

Krumvív

Krumvív se řadí mezi menší obce mikroregionu. Velkou pozornost přitahuje přírodní rezervace Louky pod Kumstátem, kde se vyskytují botanické unikáty jako třemdava, koniklec, kavyl, katan nebo hlaváček. V roce 2003 byl na sever od Krumvíře vybudován mokřad (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 14). S touto obcí jsou spjaty folklorní slavnosti zvané

Kraj beze stínů. Ty jsou pořádány každé dva roky a střídají se s výše zmíněnými slavnostmi v Kloboukách u Brna. Dále mohou turisté navštívit hody, košty, Hubertovu jízdu, Štěpánskou zábavu či řadu plesů (Kolektiv autorů, 2007 c, s. 14).

Křepice

Dříve byla obec Křepice převážně zemědělsky zaměřená, dnes většina obyvatel za prací dojíždí do okolních měst (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 15). V jihovýchodní části obce se nachází tzv. Údolí kapliček, k jedné z nich konají věřící pouť. V srpnu zde probíhají Bartolomějské hody a dále nejrůznější výstavy vín, plesy, bály apod. (Kolektiv autorů, 2007 c, s. 15).

Kurdějov

Původně byla obec Kurdějov čistě vinařskou vesničkou, jejíž víno bylo odebíráno množstvím klášterů i šlechticů. V 90. letech minulého století zde došlo k rozmachu mnoha podnikatelských aktivit (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 16). Z hlediska přírodního dědictví je zde významná chráněná přírodní rezervace Kamenný vrch, kde nalezneme celou řadu chráněných druhů rostlin, či lesy, které mohou být využity k houbaření. V roce 2003 byla obnovena tradice krojovaných hodů. V lednu zde probíhá oblíbená akce s názvem Okus vín, kde je možno v několika sklepech ochutnat vína domácí i zahraniční. V obci se rovněž nachází fotbalové a volejbalové hřiště, tenisová hala atd. (Kolektiv autorů, 2007 c, 2007, s. 17).

Morkůvky

V malé obci Morkůvky funguje Speciální škola a Domov Narnie pro osoby s mentálním a kombinovaným postižením. Sportovní nadšenci mohou využít novou tělocvičnu či tenisový kurt. Jedná se o rodiště legendárního pilota 2. světové války genpor. Františka Peřiny. Jemu věnované muzeum je významným turistickým lákadlem. Z kulturních akcí můžeme navštívit krojované hody, burčákové (neboli císařské) hody, plesy atd. (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 17).

Němčičky

Němčičky jsou vinařskou a ovocnářskou obcí, která vyniká pěstování vinné révy a meruněk. Návštěvníci ocení zejména širokou škálu sportovního vyžití, kterou zabezpečuje TJ Sokol Němčičky. Nalezneme zde fotbalové hřiště, víceúčelové antukové hřiště, koupaliště a lyžařský vlek (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 18). Jedná se o nejnižší položený areál lyžařského vleku ve střední Evropě. Za příznivých sněhových podmínek jsou v provozu dvě sjezdovky, v případě, že počasí příliš nepřeje, je zde umělý povrch, který umožňuje stále lyžování (sportnemcicky.cz). Obcí prochází cyklostezka, naučná stezka a vycházkový chodník. Z kulturních akcí je možno navštívit hody, zarážení hory, letní noc a diskotéky na místním koupališti, plesy apod. (Kolektiv autorů, 2007 c, s. 18).

Nikolčice

Nikolčice jsou malou obcí mikroregionu, která je tvořena převážně bývalými zemědělskými usedlostmi a rodinnými domy. První písemné zmínky pochází z 11. století. Kulturním svátkem jsou Jakubské hody, které probíhají v červenci. Kromě nejrůznějších koštů a plesů je možno navštívit májovou zábavu, babské hody nebo dětský den. Nedaleko této obce je každoročně v srpnu pořádán motorkářský sraz Motonálet Nikolčice (nikolcice.cz).

Popice

Popické viniční tratě jsou odborníky řazeny mezi nejlepší na Moravě, a to zejména pro svoji půdní a klimatickou výjimečnost. V obci začíná turistická stezka vedoucí na Pálavu a do Mikulova. Také tudy prochází vinařská cyklostezka (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 20). Kromě tradičních akcí jako jsou hody, košty, masopust a výstavy vín Popice každoročně pořádají Cenu Pálavy. Jedná se o soutěž v parkurovém skákání koní, která probíhá v září (obecpopice.eu).

Pouzďřany

První písemná zmínka o obci Pouzďřany pochází z roku 1244. Zhruba jeden kilometr od obce se nachází národní přírodní rezervace Pouzďřanská step. Tento ojedinělý biotop je domovem vzácné flory, kterou doplňuje řada chráněných a ohrožených stepních

živočichů (pouzdrany.cz). Z kulturního vyžití je možno zmínit hody, košty nebo Den Země (Kolektiv autorů, 2007 c, s. 21).

Starovice

Starovice leží v bezprostřední blízkosti Hustopečí (cca 3 km). Obec je protkaná vinnými sklepy, které dokládají bohatou vinařskou historii obce. Jejich největší koncentrace je ve třech nepravidelných řadách, které jsou umístěny kaskádovitě nad sebou (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 23). Obcí prochází Velkopavlovická vinná stezka. Hody zde probíhají každoročně v srpnu. Mezi další kulturní události patří výstava vín, pálení čarodějnic, Kaštanfest, babské hody, drakiáda či recesistická akce Válka s městem, kde dochází k bitvě mezi městem Hustopeče a obcí Starovice (starovice.cz).

Starovičky

Obec Starovičky je charakteristická rozvojem podnikatelských aktivit a výstavbou rodinných domů. Nalezneme zde vinařské cyklostezky a návštěvníci mají možnost navštívit nedalekou vyhlídkovou plošinu, ze které je výhled na Pálavská jezera a Pálavské vrchy (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 23). Z kulturních akcí jsou hojně navštěvované hody, které probíhají na přelomu září a října a o týden později na ně navazují hodky. Zajímavostí je památník tankové bitvy druhé světové války (tank T 34 na betonovém podstavci), který se nachází nedaleko obce ve směru na Hustopeče (starovicky.cz).

Strachotín

Strachotín se nachází v blízkosti Pálavských vrchů na okraji druhé a třetí Novomlýnské nádrže, což vytváří podmínky k rybolovu. V obci působí množství spolků, jako myslivci, rybáři, dobrovolní hasiči, vinařský spolek či babinec. V roce 2011 získal Strachotín jednu z pěti stuh, a to Bílou stuhu za činnost mládeže v obci v soutěži Vesnice roku JMK (strachotin.cz). Obcí prochází Moravská a Mikulovská vinná stezka. V obci se nachází autokemp, který nabízí kromě ubytování i možnost sportovních aktivit (beachvolejbal, ping-pong, badminton, pétanque, kánoe apod.), večery s živou hudbou či řízené degustace (freestar.cz).

Šakvice

Obec Šakvice se nachází nad severním břehem Dolní nádrže VD Nové Mlýny s kempem Mars (sakvice.cz). Dlouholetou tradici zde má dechová hudba. Ze Šakvic pochází „DH Túfaranka“ a „DH Sokolka“. Mimoto zde působí dětský folklorní soubor „Hanýsek“, jehož členové sklízí úspěchy na nejrůznějších pěveckých a verbířských soutěžích (Kolektiv autorů, 2007 c, s. 25). V obci funguje množství sdružení. Z hlediska cestovního ruchu a podpory kulturního života lze zmínit občanské sdružení „Akce v Šakvicích“. Jeho členy je skupina mladých lidí, kteří se rozhodli obnovit tradice a organizují řadu kulturních událostí (hody, krojový ples, košty, otevřené sklepy, masopust apod.). Z velké části i díky jejich iniciativě získaly Šakvice v roce 2013 Zlatou stuhu v soutěži Vesnice roku Jihomoravského kraje (vesniceroku.cz). Kromě podpory a obnovování folklorních tradic obec zaujme, v rámci zmíněných kulturních akcí, i jejich originalitou, např. otevřené sklepy jsou propagovány jako „Z d'urky do d'urky“, košt mladých vín je spojen i s ochutnávkou a soutěží domácích pomazánek a na podzim se mohou turisté místo tradičního vinobraní zúčastnit tzv. „Důrkobranní“. Obcí prochází turistická trasa, cyklotrasa a hipostezka.

Šitbořice

Zajímavostí Šitbořic je sirovodíkový minerální pramen Štyngar, který má léčivé účinky. Ten je převážně využíván k pití místními obyvateli, ale v budově Společenského domu jsou vybudovány koupele, které jsou vyhledávány k léčení kožních onemocnění a nemocí pohybového ústrojí. Obcí prochází Velkopavlovická vinařská cyklostezka (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 27). Šitbořice jsou mimo jiné známy díky pořádání turnajů v kolové. Z kulturních akcí můžeme zmínit stavění máje, krojované hody, výstavy vín či podzimní Martinské hody (sitborice.cz).

Uherčice

Uherčice leží 8 km od Hustopečí podél řeky Svratky. Z kulturních událostí si oblibu získalo tradiční stavění máje doprovázené Májovou zábavou. Mezi další akce patří plesy, košty a hody. V Uherčicích působí divadelní ochotnický soubor „Bez kamen“, který je znám v širokém okolí (Kolektiv autorů, 2007 c, s. 28).

Velké Hostěrádky

Velké Hostěrádky se rozprostírají v údolí a jsou ze všech stran obklopeny lesy. Nedaleký Ždánický les je rájem houbařů a cyklistů (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 29). Významnou kulturní událostí jsou císařské hody, které probíhají poslední říjnový víkend. Zajímavou akcí je také Dýňování (Kolektiv autorů, 2007 c, s. 29).

Velké Němčice

Velké Němčice byly v roce 2006 ustanoveny městysem. Působí zde řada zájmových sdružení (myslivecké sdružení, modelářský klub, svaz zahrádkářů, rybářský kroužek, houbaři apod.). Obec je zemědělsky zaměřena, k největším firmám patří zemědělské družstvo Zemos (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 31). Z kulturních událostí se mohou návštěvníci zúčastnit v dubnu Noci otevřených sklepů, v srpnu se zde konají tradiční hody (Kolektiv autorů, 2007 c, s. 30).

Velké Pavlovice

První písemné zmínky o Velkých Pavlovicích pochází z roku 1252. V roce 1891 byly Velké Pavlovice povýšeny na městys a později (roku 1967) se staly městem. Jedná se o významné vinařské centrum, ve kterém se daří zejména červeným odrudám v čele s odrudou André, která zde byla vyšlechtěna. Dalším typickým zemědělským produktem jsou meruňky (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 33). V srpnu se zde konají tradiční krojované hody. Dále je potom možno navštívit plesy, výstavy vín nebo místní sklepy. Významnou akcí je Velkopavlovické vinobraní, které představuje oslavu vína, úrody a vinařství a probíhá na začátku září (Kolektiv autorů, 2007 c, s. 33).

Vrbice

Vrbice se nachází na nejvýše položeném vrcholu mikroregionu. Název byl odvozen od velkého množství vrb. Charakteristické jsou pro tuto obec vinné sklepy, které stojí až v sedmi patrech nad sebou. Touto lokalitu prochází dvě cyklistické stezky (Kolektiv autorů, 2007 b, s. 36). Na konci srpna se zde konají tradiční krojované hody, které jsou hojně navštěvované.

Zaječí

Obec Zaječí je moderní, rozvíjející se vesnice, která nabízí bohaté kulturní vyžití. Kromě tradičních akcí jako jsou hody, plesy a košty je možné navštívit i řadu zajímavých vinařství. Jedním z vyhledávaných cílů je Vinařství u Kapličky. Jedná se o rozsáhlý areál, který leží v krásném prostředí obklopeném vinicemi a spojuje vinařství, penzion, restauraci, wellness a diskotéku (vinarstviukaplicky.cz). Obcí prochází Velkopavlovická vinařská stezka.

5.2 Lokalizační faktory

Lokalizační faktory zastupují předpoklady pro cestovní ruch, které jsou spojeny s daným místem a nelze je tudíž přemístit. Jsou děleny na přírodní a člověkem vytvořené (Šťastná a kol., 2015, s. 11). První skupina představuje přírodní podmínky jako je klima, charakter a modelace terénu (geologie, geomorfologie, reliéf), hydrologické poměry, přírodní atraktivita, fauna a flóra. Druhou skupinu tvoří společenské atraktivita (památky, zvyky, slavnosti, gastronomie apod.). Všechny tyto faktory společně do jisté míry předurčují, jaký druh cestovního ruchu je vhodné v území rozvíjet. Taktéž je možno s jejich pomocí docílit odlišení daného území, tedy čím se bude oblast prezentovat a odlišovat od konkurence (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 34).

Následující podkapitoly jsou věnovány lokalizačním faktorům v mikroregionu Hustopečsko. Nejedná se však o taxativní přehled, nýbrž o výčet demonstrativní. Byly vybrány památky, atraktivita a společenské akce, které jsou buď hojně navštěvovány, nebo mají z jiného důvodu významnější vliv na cestovní ruch diskutované oblasti.

5.2.1 Přírodní faktory

Některé základní charakteristiky již byly zmíněny výše. Následující řádky jsou proto věnovány zejména chráněným územím, přehledu vodních toků a vodních ploch, flóře a fauně.

5.2.1.1 Flóra a fauna

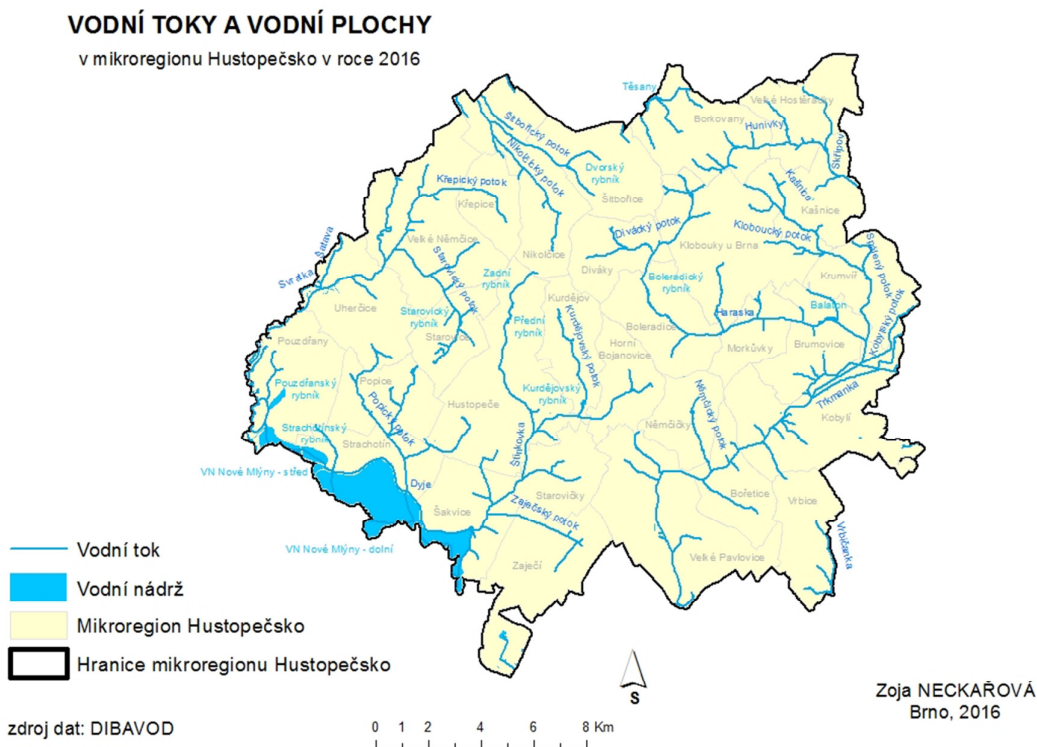
Z naznačeného historického vývoje, zejména v souvislosti s intenzivním zemědělstvím, by se na první pohled mohlo zdát, že se jedná o území značně poznamenané rukou člověka. I přes tyto skutečnosti však nalezneme řadu míst, která si zachovala svoji původní

„tvář“. Příroda mikroregionu Hustopečsko je velmi rozmanitá a v mnoha ohledech výjimečná.

Mikroregion Hustopečsko je charakteristický mísením panonských a karpatských prvků. Původní vegetace tvoří společenstva teplomilných doubrav nebo dubohabřin, na prudších svazích s dubem šípákem (lat. *Quercus pubescens*) (Kolektiv autorů, 2007 d, s. 6). Komplexy lesní vegetace jsou nespojité a na odlesněných plochách lze nalézt teplomilné trávníky. Svoji nezastupitelnou roli zde mají také lužní lesy, a to v nivních oblastech. Převažují rozsáhlé zemědělské kultury, jako jsou pole, sady a vinice, které dodávají této oblasti její typický krajinný ráz a charakter. Z vzácných druhů rostlin, které se zde vyskytují, můžeme zmínit například čilimník bílý (lat. *Chamaecytisus albus*), len chlupatý (lat. *Linum hirsutum*), hadinec nachový (lat. *Echium russicum*), vstavač osmahlý (lat. *Orchis ustulata*), kozinec rakouský (lat. *Astragalus austriacus*), kosatec nízký (lat. *Iris pumila*), kavyl sličný (lat. *Stipa pulcherrima*), hlaváček jarní (lat. *Adonis vernalis*), hvězdnicí chlumní (lat. *Aster amellus*) či třemdavu bílou (lat. *Dictamnus albus*) (mikroregion.wix.com).

Na zmiňovaném území nachází své útočiště teplomilná fauna se stepními, lučnými a lesními druhy. Přibližně 20 % z těchto druhů se nevyskytuje jinde než v Panonské oblasti Jižní Moravy. K typickým živočichům objevujícím se v této lokalitě řadíme bažanta obecného (lat. *Phasianus colchicus*), zajíce polního (lat. *Lepus europaeus*) nebo lišku obecnou (lat. *Vulpes vulpes*). K vzácným či ohroženým druhům patří zlatohlávek skvrnitý (lat. *Oxythyrea funesta*), tesařík řebříčkový (lat. *Rhagium bifasciatum*), drvodělka fialová (lat. *Xylocopa violacea*), vlha pestrá (lat. *Merops apiaster*), modrásek ligrusový (lat. *Polyommatus damon*), kudlanka nábožná (lat. *Mantis religiosa*), roháč obecný (lat. *Lucanus cervus*), modrásek vičencový (lat. *Polyommatus thersites*), okáč kostřavový (lat. *Arethusana arethusana*) či nesytka šalvějová (lat. *Chamaesphecia colpiformis*). Z velkých savců se zde dokonce pohybuje stádo muflonů (lat. *Ovis orientalis orientalis*), které čítá několik desítek kusů (mikroregion.wix.com).

5.2.1.2 Vodní toky a vodní plochy



Obr. 3 Vodní toky a vodní plochy v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: DIBAVOD; vlastní zpracování)

Důležitou součástí cestovního ruchu zastává rekreace u vody, a to především v letních měsících. Realizuje se u vodních toků, vodních nádrží či na umělých koupalištích. V mikroregionu Hustopečsko se nachází největší údolní nádrž v České republice - VD Nové Mlýny, která zasahuje na katastrální území obcí Pouzdřany, Strachotín a Šakvice. Prakticky ve všech obcích najdeme též potok či bezejmenný potůček. Mezi nejvýznamnější toky patří Dyje, Svatka, Trkmanka a Štinkovka. Rozsáhlou soustavu vodních toků, které náleží do povodí Moravy, doplňují vodní plochy, nejčastěji rybníky (Kolektiv autorů, 2014, s. 6). Z významných rybníků lze zmínit Balaton (obec Brumovice), Boleradický, Borkovanský, Dvorský (obec Šitbořice), Kurdějovský, Pouzdřanský, Strachotínský, Zadní a Přední rybník (město Hustopeče). Nejčastější využití je pro chov ryb, sportovní rybolov či rekreaci. V mikroregionu nalezneme rovněž zdroje přírodních minerálních vod. Konkrétně se jedná o obce Klobouky u Brna (jodo-bromové vody), Šitbořice (sirovodíkové vody), Krumvíř a Zaječí (síranové sodno-hořečnaté vody) (mikroregion.wix.com). Lokalizaci vodních ploch a vodních toků v mikroregionu ukazuje obrázek č. 3.

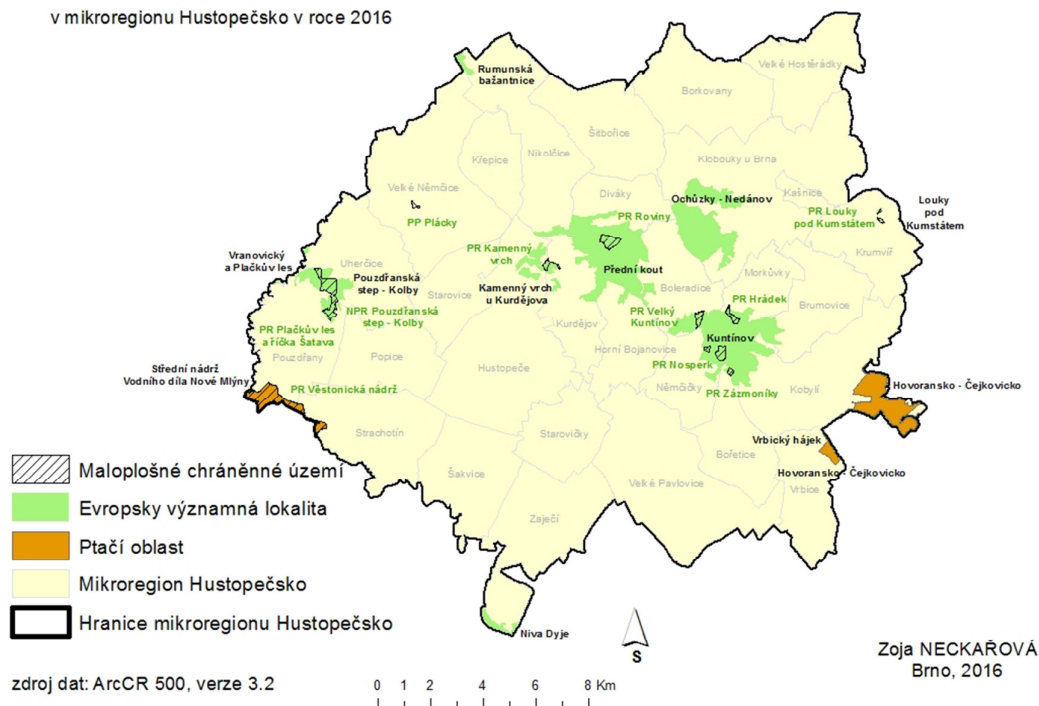
5.2.1.3 Chráněná území

V České republice je územní ochrana zakotvena v zákoně č. 114/1992 Sb., o ochraně přírody a krajiny, ve znění pozdějších předpisů (dále též „zákon o ochraně přírody a krajiny“). Je členěna na dvě úrovně, a to zvláště chráněná území (dále též „ZCHÚ“) a obecně chráněná území (dále též „OCHÚ“). Mezi OCHÚ řadíme například přírodní parky, významné krajinné prvky, územní systémy ekologické stability či památné stromy. Pro účely diplomové práce bude dále věnována pozornost ZCHÚ, která jsou členěna na (ochranaprirody.cz):

- velkoplošná zvláště chráněná území (dále též „VZCHÚ“),
 - národní park (dále též „NP“),
 - chráněná krajinná oblast (dále též „CHKO“),
- maloplošná zvláště chráněná území (dále též „MZCHÚ“),
 - národní přírodní rezervace (dále též „NPR“),
 - národní přírodní památka (dále též „NPP“),
 - přírodní rezervace (dále též „PR“),
 - přírodní památka (dále též „PP“).

CHRÁNĚNÁ ÚZEMÍ

v mikroregionu Hustopečsko v roce 2016



Obr. 4 Chráněná území v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: ArcCR 500; vlastní zpracování)

V mikroregionu Hustopečsko se nenachází žádné velkoplošné ZCHÚ. Nalezneme zde však 11 maloplošných ZCHÚ o celkové rozloze 1 145,5 ha (viz příloha 5, tab. 3). Nejčastěji jsou chráněny stepní a lesostepní ekosystémy, ve dvou případech jsou chráněny doubravy a dále také mokřad a umělá přehradní nádrž (Pálka a kol., 2014, s. 15).

Se vstupem České republiky do Evropské unie vyvstala povinnost vymezit soustavu chráněných území Natura 2000. Konkrétně se jedná o Evropsky významné lokality (dále též „EVL“) a Ptačí oblasti (dále též „PO“). EVL se týkají ochrany přírodních stanovišť, volně žijících živočichů a planě rostoucích rostlin a PO se zaměřují na ochranu volně žijících ptáků (Pálka a kol., 2014, s. 15).

V mikroregionu Hustopečsko bylo vyhlášeno celkem 10 EVL, přičemž jejich celková výměra činí 5 902,8 ha. Na území zasahují pouze 2 ptačí oblasti s celkovou rozlohou 2 459,9 ha (viz příloha 5, tab. 4). Lokalizaci ZCHÚ a soustavy Natura 2000 naznačuje obrázek 4.

5.2.2 Společenské faktory

Za společenské atraktivitu jsou považovány stálé objekty (hrady, zámky, divadla) a jednorázové akce (festivaly, koncerty, církevní akce apod.) (old.czechtourism.cz).

5.2.2.1 Kulturně-historické památky

Do kategorie kulturně-historických památek spadají architektonická díla (hrady, zámky, kláštery), užitkové stavby (větrné mlýny), sídelní komplexy (městská jádra), památníky a sakrální stavby. Vzhledem k množství obcí a faktu, že se téměř v každé z nich (s výjimkou Kašnic) nachází minimálně jedna kulturně-historická památka a žádná z nich nemá mezinárodní, nadnárodní či národní význam, je následující kapitola pojata jako demonstrativní přehled, a to na základě vlastního uvážení. Ze stejného důvodu jsou některé památky pouze zmíněny a jiné blíže specifikovány. Z hlediska kulturně-historických památek jsou zajímavé následující obce (Kolektiv autorů, 2007 e, s. 1-36) (hustopecko.net):

- Boleradice – v této obci nalezneme kostel sv. Jana Křtitele, který je jedním ze 4 nejstarších kostelů v okrese Břeclav. V jeho blízkosti se tyčí pískovcová socha sv. Jana Nepomuckého z roku 1832. Zajímavostí je i sousoší sv. Cyrila a Metoděje (viz příloha 7, obr. 35).
- Borkovany – kostel Nanebevzetí Panny Marie pochází z roku 1746 a pyšní se dvěma mohutnými zvony (sv. Cyril a Panna Marie). V Borkovanech, ale i v rámci celého Kloboucka, byli od pradávna hojně zastoupeni evangelíci. S touto skutečností souvisí hřbitovní brána evangelického kostela, která byla vystavěna roku 1857 a je chráněnou památkou.
- Bořetice – na nejvyšším místě stojí farní kostel sv. Anny. Nachází se v blízkosti hřbitova a spolu s jeho barokní branou tvoří významný architektonický celek. Zajímavostí je tzv. smírčí kámen, nad kterým je mramorová pamětní deska, připomínající událost z roku 1777, kdy byl na hody zastřelen Jan Vykydal z Kobylí pavlovskými občany.
- Brumovice – dominantou obce je kostel sv. Antonína Paduánského z roku 1784. K významným budovám patří rodný dům spisovatele a novináře Dr. Jana Herbena, na kterém je umístěna pamětní deska.
- Diváky – v severozápadní části obce se rozkládá zámek, který je obklopen parkem. V současné době má soukromého majitele a je nepřístupný. Z hlediska sakrálních

staveb je možno navštívit kostel Nanebevzetí Panny Marie. Obec je spjata s bratry Mrštíky. Je zde jejich rodný dům, památník (viz příloha 7, obr. 34) a Vilém Mrštík je pohřben na zdejším hřbitově.

- Horní Bojanovice – nejvýznamnější stavbou je kostel sv. Vavřince, jehož součástí je zvonice s renesančními zvony.
- Hustopeče – novorenesanční radnice, která se tyčí na Dukelském náměstí (viz příloha 7, obr. 26) pochází z let 1905-1906 a v současnosti slouží jako sídlo Městského úřadu. Kostel sv. Václava a sv. Anežky České (viz příloha 7, obr. 24) byl vysvěcen v roce 1994, nahradil původní starý kostel sv. Václava, u něhož došlo v roce 1961 ke zřícení věže na chrámovou loď, a proto byl v roce 1962 strhnut. V kryptě nového kostela se nacházejí náhrobky hustopečských měšťanů. Historické náměstí dále doplňuje Morový sloup se sousoším Nejsvětější trojice a renesanční kamenná kašna s Tritonem lidově nazývána „Žumberák“ (viz příloha 7, obr. 22). Pozůstatkem původní měšťanské renesanční zástavby náměstí je Dům U Synků, kde v současné době sídlí TIC a Městské muzeum a galerie. Procházkou lesoparkem na Křížovém kopci je možné dojít ke kapli sv. Rocha (viz příloha 7, obr. 23), která pochází z roku 1690. Zájmu turistů se těší taktéž sklepní ulice, jako je ulice Vinařská či Na Hradbách (tzv. Turhandly), která leží za původními městskými hradbami, jež oddělovaly vnitřní město od místních vinných sklepů. V roce 1886 byl na jižním okraji města vybudován židovský hřbitov. Mezi další zajímavosti patří nefigurální pomník T. G. Masaryka, pomník kvasinky vinné, který představuje plastiku kvasinky vinné ve stádiu dělení v 70 000 krát zvětšené podobě (po odhalení se dočkal zápisu do knihy českých rekordů jako největší zvětšenina živého organismu) či plastika obřího hroznu odrůdy André, která vítá návštěvníky přijíždějící do Hustopečí (nachází se uprostřed kruhového objezdu) a je taktéž zapsána do knihy českých rekordů.
- Klobouky u Brna – z církevních památek můžeme navštívit katolický kostel sv. Vavřince, katolickou faru, evangelický kostel či kapli sv. Barbory. Zajímavým objektem je zámek, který pochází z roku 1589. Od roku 1932 přešel do vlastnictví obce a v současné době slouží jako sídlo městského úřadu, muzea, knihovny, městské policie, obchodů atd. Typickou dominantou Klobouk je větrný mlýn, který je plně funkční (viz příloha 7, obr. 20).

- Kobylí – kostel sv. Jiří pochází z roku 1269 a má bohatou historii. V roce 1643 byl vypálen švédskými vojsky a k jeho obnově došlo až o 27 let později.
- Krumvůř – v obci se nachází kostel sv. Bartoloměje, na jehož věži jsou umístěny 4 zvony (dva železné, jeden ze zvonoviny a tzv. umíráček). Dalším zajímavým místem je kaplička k úctě slovanských věrozvěstů sv. Cyrila a Metoděje. Poutavou stavbou je budova železničního nádraží na trati Čejč-Ždánice, která je památkově chráněna.
- Křepice – obec se pyšní renesančním kostelem sv. Bartoloměje z roku 1791. V jihovýchodní části obce se rozkládá tzv. Údolí kapliček, jehož součástí je kaplička U Svaté a kaple Sv. Cyrila a Metoděje, ke které konají věřící každoročně pouť.
- Kurdějov – významnou dominantou je kostel sv. Jana Křtitele, který představuje jednu z nejvýznamnějších historických památek Hustopečska (viz příloha 7, obr. 25). Kostelnímu areálu vévodí 45 m vysoká mohutná věž, která je výjimečná svým odloučením od kaple s níž byla dříve spojena dřevěným mostem.
- Morkůvky – v obci se nenachází žádný kostel, nicméně jsou zde památkově chráněná trojboká boží muka. Za pozornost stojí také barokní zvonice ze 17. století.
- Němčičky – v Němčičkách je možno navštívit kostel Navštívení Panny Marie z roku 1678 či tři kapličky.
- Nikolčice – nachází se zde dva kostely, a to evangelický a kostel sv. Jakuba.
- Popice – na východním konci obce leží kostel sv. Ondřeje. Památku představuje také umělé homolovité návrší zvané Mohyla, které se rozpíná severně nad obcí.
- Pouzdřany – kostel sv. Mikuláše a sv. Václava je trojlodní stavba pocházející z roku 1498. Mezi další památky řadíme měšťanské domy. Z původních 30 se jich zachovalo jen několik. Nejzachovalejším z nich je dům č. 115, který je soukromě restaurován a sporadicky využíván ke kulturním účelům.
- Starovice – pod kostelem sv. Jiří a sv. Mikuláše, který pochází z 16. století, nalezneme faru. Za povšimnutí stojí taktéž kaplička Jana Nepomuckého, socha Immaculáty, kříž s Kristem či socha sv. Antonína.
- Starovičky – nejvýznamnější historickou památkou je kostel sv. Kateřiny z 15. století. Zajímavostí je i kamenná socha sv. Jana Nepomuckého v životní velikosti, kterou lze řadit k nejkvalitnějším plastikám tohoto druhu. Významnou

dominantou je památník tankové bitvy 2. světové války – tank T 34 na betonovém podstavci (viz příloha 7, obr. 33).

- Strachotín – na jižním okraji obce leží kostel sv. Oldřicha a Metoděje ze 13. století. Uprostřed návsi stojí socha sv. Floriana, patrona hasičů. U silnice, směrem na Dolní Věstonice stojí památník, který je věnovaný obětem válek 20. století s nápisem ve třech jazycích, a to češtině, němčině a ruštině.
- Šakvice – v obci se nachází kostel sv. Barbory, socha sv. Isidora či socha sv. Trojice.
- Šitbořice – nejstarší památkou v obci je socha sv. Jana Nepomuckého. Nalezneme zde farní kostel sv. Mikuláše a Šitbořickou faru, která patří k nejstarším farám v okrese.
- Uherčice – nejstarší budovou je pozdně renesanční radnice pocházející z roku 1620. V katastru obce stojí kostel sv. Jana Křtitele. Církevní památky doplňuje socha sv. Jana Nepomuckého a dvojice boží muka.
- Velké Hostěrádky – uprostřed hřbitova stojí římskokatolický kostel, který je zasvěcen sv. Šebestiánovi a sv. Rozálii.
- Velké Němčice – na severozápadní straně obce stojí kostel sv. Václava a sv. Víta. Památkově chráněna je řada plastik v obci i okolo kostela a kaple bývalého zámku z druhé poloviny 18. století.
- Velké Pavlovice – mezi významné památky v obci řadíme kostel Nanebevzetí Panny Marie, v jehož blízkosti nalezneme novorenesanční hřbitov. Obraz kostela dotváří sousoší Piety a socha sv. Jana z Nepomuku. Významnou stavbou technického charakteru je Kontribučenská sýpka. Budova zámku byla v roce 2012 předělána na Ekocentrum Trkmanka, které vytvořilo zázemí pro realizaci ekologického vzdělávání, výchovy, osvěty a environmentálního poradenství. Mezi technické a lidové památky patří taktéž prastaré vinné sklepy a lisovny.
- Vrbice – na nejvyšším bodě obce, na místě, kde dříve býval větrný mlýn, se tyčí kostel sv. Jiljí, jenž byl dostavěn v roce 1923. K občerstvení místních i turistů slouží vodní kaplička vystavěná v alpském stylu. Často vyhledávanou lokalitou jsou vinné sklepy Stráž, které jsou vykopány v pískovci.
- Zaječí – největší dominantou obce je kostel sv. Jana Křtitele s farou. Mezi další památky patří kaple sv. Floriána, plastika sv. Jana Nepomuckého či křížek na Hlavní ulici, který je ukázkou lidové architektury.

5.2.2.2 Kulturní zařízení

Další složkou společenských faktorů jsou kulturní zařízení, která byla dále rozdělena na zařízení shromažďující sbírky (muzea, galerie a knihovny) a zařízení, jejichž prostřednictvím se realizují kulturní a společenské akce (divadla, kina, kulturní domy, amfiteátry apod.) (old.czechtourism.cz).



Obr. 5 Kulturní zařízení v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: webové stránky obcí; vlastní zpracování)

V mikroregionu Hustopečsko se nachází celkem 86 kulturních zařízení (viz obr. 5). Největším množstvím disponuje město Hustopeče (celkem 9), naopak v obci Kašnice se nachází toliko knihovna. Knihovna je jediným kulturním zařízením, které se vyskytuje v každé obci. V diskutované lokalitě je 26 kulturních domů. Divadlo je možné navštívit pouze v Boleradicích, jedná se o jediné kamenné vesnické divadlo s pravidelným programem v České republice (kudyznudy.cz). V mikroregionu je 5 muzeí (Klobouky u Brna, Morkůvky, Krumvůř, Hustopeče a Kobylí), 4 expozice (Hustopeče, Diváky, Borkovany a Krumvůř) a 1 galerie (Hustopeče). V Hustopečích se jedná o Městské muzeum a galerii, kde se mohou návštěvníci dozvědět něco o historii města, případně navštívit jednu z mnoha pořádaných výstav. Milovníci vína mohou zavítat do stále

vinařské expozice, která spolu s muzeem a galerií sídlí v Domě U Synků (viz příloha 7, obr. 32). V domě rodiny Mrštíků v Divákách je dnes expozice Regionálního muzea v Mikulově, která je zaměřena na život a literárně-dramatické dílo obou umělců (Kolektiv autorů, 2007 e, s. 5). V Borkovanech je vybudována již zmíněná stálá expozice Kraslic. Další muzea se nachází v obcích Morkůvky (Muzeum generálporučíka Františka Peřiny), Kobylí (Obecní muzeum Kobylí) a Kloboukách u Brna (Národopisné muzeum). Ve Starovicích a Hustopečích jsou také amfiteátry. V první zmiňované obci amfiteátr plně využívá svého potenciálu a zejména v letních měsících se zde koná řada akcí. Město Hustopeče však bohužel tento areál prakticky nevyužívá. V 7 obcích (Hustopeče, Klobouky u Brna, Velké Němčice, Šakvice, Velké Pavlovice, Kobylí a Krumvír) je možno zajít do kina, ve městech Hustopeče a Klobouky u Brna navíc v období letních prázdnin funguje tzv. letní kino. V Hustopečích, Kobylí, Bořeticích a Kurdějově jsou i zařízení umožňující pořádání kongresů.

5.2.2.3 Kulturní a společenské akce

V jednotlivých obcích mikroregionu Hustopečsko probíhá velké množství nejrůznějších kulturních a společenských akcí. Prakticky v každé obci se konají hody, jsou pořádány nejrůznější košty, masopusty, zarážení hory, vinobraní apod. Z tohoto důvodu jsou v této podkapitole zmíněny spíše akce netradiční, které se vyznačují buď svojí originalitou či vysokou návštěvností, a to především:

- Den otevřených dveří Agrotec – každoroční akce pořádaná v Hustopečích na přelomu května a června firmou Agrotec. Má bohatý doprovodný program, jako vystoupení různých kapel, hry pro děti, možnost prohlídky a vyzkoušení zemědělské techniky apod.
- Otevřené sklepy – probíhají téměř ve všech obcích mikroregionu. Převážně se jedná o jednodenní či víkendové akce. V Šakvicích má tato událost originální název „Z d'úrky do d'úrky“ (viz příloha 7, obr. 17, 18 a 30). Další zajímavou akcí konající se v listopadu je tzv. Festival otevřených sklepů, který propojuje několik obcí, a to Hustopeče, Rakvice, Přítluky, Zaječí a Velké Němčice, avšak nepořádá se každoročně. Účastníci mohou celý víkend navštěvovat vinné sklepy a využít kyvadlové dopravy mezi zainteresovanými obcemi (otevrenesklepy.cz).
- Košty – jedná se o oblíbené akce, které probíhají ve většině obcí. V Šakvicích či Kloboukách u Brna jsou spojeny i s ochutnáváním domácích pomazánek

či buchet. Obecně lze tyto akce členit na košty, které fungují na principu sesbírání vzorků místních vinařů a následné degustaci. Druhou kategorií jsou košty soutěžní - zde můžeme zmínit vyhlášené akce konané ve městě Hustopeče, a to Hustopečskou pečeť, Královský košť, Národní soutěž vín Velkopavlovické vinařské podoblasti či Světový duel vín, kde mohou návštěvníci ochutnat vína z nejrůznějších koutů České republiky, ale i zahraničí.

- Hody – patří k tradičním svátkům každé obce a jsou pro většinu obyvatel z hlediska kulturního života jedním z nejdůležitějších období v roce. Není stanoven jednotný termín jejich konání, ale liší se v jednotlivých vesnicích podle toho, kterému svatému byl zasvěcen kostel. Vedle toho se lze setkat i s tzv. Babskými hody, např. v obcích Popice, Křepice či Pouzdřany. Město Hustopeče od loňského roku pořádá i tzv. Dětské krojované hody, které podporují zájem dětí o folklór.
- Morkůvská Heloudýně – jedná se o soutěž ve vyřezávání dýní, jejíž součástí je ochutnávka nejrůznějších dýňových specialit, jarmark a doprovodný kulturní program. Podobné akce jsou pořádány i ve Velkých Hostěrádkách (Dýňování) a Velkých Pavlovicích (Dýňobraní).
- Motonálet – probíhá v blízkosti Nikolčic na přelomu července a srpna. Je to dvoudenní motocyklový sraz s bohatým doprovodným programem (rozličné kapely, ohňostroj, ohňová show, tombola apod.). Součástí je i tzv. spanilá jízda po okolí, které každoročně přihlíží mnoho obyvatel z jednotlivých obcí (motonaletnikolcice.cz).
- Kaštanfest – probíhá v obci Starovice. Představuje big beatovou taneční zábavu, která se koná v přírodním areálu v kaštanové aleji.
- Velkopavlovický gulášfest – zahrnuje ochutnávku a hodnocení gulášů spolu s hudebním programem a tombolou.
- Meruňkobraní – je pořádáno od roku 2014 ve Velkých Pavlovicích. Součástí je ochutnávka různých meruňkových specialit a soutěž o nejlepší ovocný knedlík, které se účastní přední čeští kuchaři (velke-pavlovice.cz).
- Slavnosti mandloní a vína – představují netradiční akci, která probíhá v březnu v Hustopečích, jejíž součástí je řemeslný jarmark, vycházka do mandloňových sadů či soutěž o nejlepší mandlový dezert (viz příloha 7, obr. 31). Paralelně s touto akcí jsou otevřené sklepy a jednotlivé restaurace nabízí mandlové speciality (hustopece.cz).

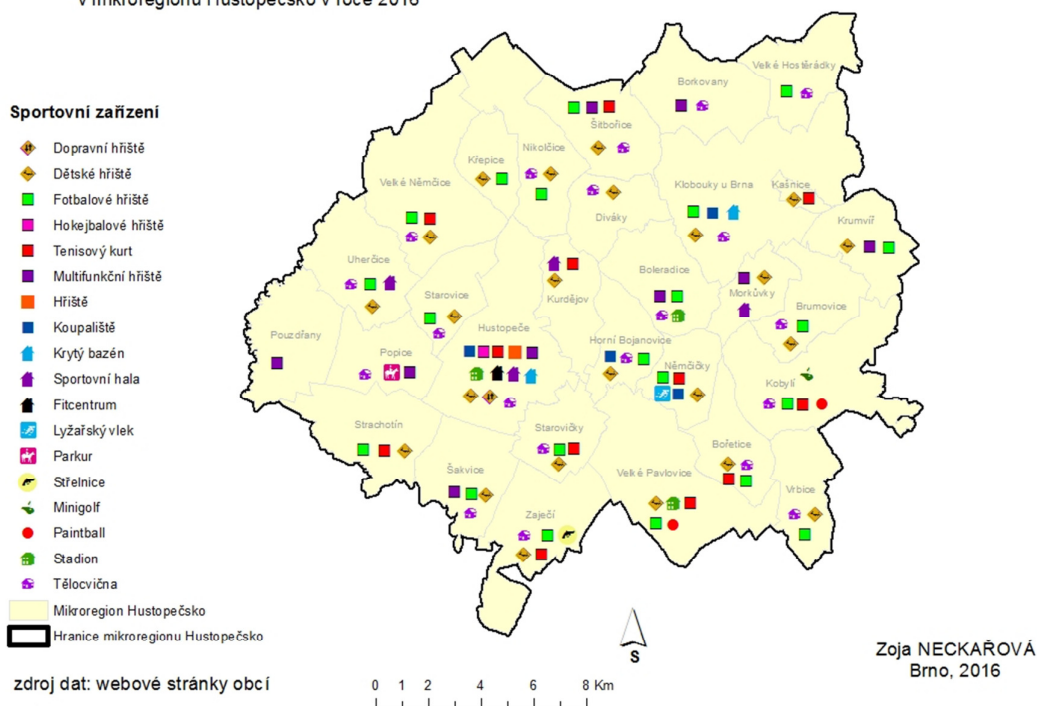
- Divadelní festival Pod širým nebem – probíhá v červenci na nádvoří historického domu U Synků v Hustopečích. Účinkují zde různé divadelní soubory, ale hlavním lákadlem jsou zejména známí herci. Po skončení představení probíhá malá degustace, ke které hraje cimbálová muzika (hustopece.cz).
- Burčákové slavnosti – probíhají v Hustopečích první říjnový víkend již od roku 1994 (viz příloha 7, obr. 36). Představují třídní oslavy burčákového moku, které začínají ve čtvrtek vystoupením amatérských kapel a končí v neděli dnem odpočinku. Celou akci provází jistá dávka recese a humoru. Turisté zde mohou potkat burčákovou polici, která hlídá pitný režim, navštívit mázhausy, které v pátek slavnostně otevírá burčáková unie či shlédnout folklórní vystoupení, divadla a koncerty různých kapel. V sobotu prochází Hustopečemi historický průvod a koná se tradiční jarmark (hustopece.cz). Tato akce je jednou z nejnavštěvovanějších v mikroregionu.
- Oslava svatomartinských vín a husí – je každoroční akce probíhající v listopadu v Hustopečích. Zahrnuje ochutnávku mladých vín, cimbálovou muziku a stánkový prodej. Dále mohou turisté zavítat do otevřených sklepů či do místních restaurací, které nabízejí Svatomartinské husí speciality.

5.2.2.4 Sportovní zařízení

V mikroregionu Hustopečsko je celkem 108 sportovních zařízení. Jak je patrné z níže uvedené mapy (obr. 6), v každé obci existuje zázemí pro sportovní vyžití. Největší zastoupení mají dětská hřiště (celkem 23), fotbalová hřiště (celkem 21) a tělocvičny (celkem 20). V současné době se zvyšuje počet tzv. multifunkčních hřišť (celkem 9), která mají široké spektrum využití. Největším počtem sportovních zařízení disponuje město Hustopeče. Mimo jiné je zde fitcentrum, dopravní hřiště, hokejbalové hřiště, koupaliště a krytý bazén. V mikroregionu lze nalézt také 3 stadiony a 4 sportovní haly. V letních měsících jsou hojně navštěvována koupaliště, která jsou kromě Hustopečí také v Němčičkách, Kloboukách u Brna a Horních Bojanovicích. Z hlediska cestovního ruchu je nepochybně atraktivní lyžařský vlek v Němčičkách, parkur v Popicích či střelnice v Zaječí. Hojně navštěvované jsou též tenisové kurty, které jsou ve 12 obcích. Ve Velkých Pavlovicích a Kobylí jsou zařízení na paintball, který je v posledních letech populární. Ve druhé zmíněné obci je také možnost zahrát si minigolf.

PŘEHLED SPORTOVNÍCH ZAŘÍZENÍ

v mikroregionu Hustopečsko v roce 2016



Obr. 6 Sportovní zařízení v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: webové stránky obcí; vlastní zpracování)

5.2.2.5 Sportovní akce

V mikroregionu Hustopečsko se uskutečňuje množství sportovních akcí, jako turnaje v badmintonu, futsalu, fotbalu, volejbalu, stolním či klasickým tenise nebo hasičské a rybářské závody. Mezi další netradiční a oblíbené akce patří zejména:

- Agrotec rally – koná se pravidelně v červnu v Hustopečích. Účastní se ho každoročně špičkoví závodníci českého mistrovství. Minulý ročník nabídl závod historických aut a následně i soudobých vozů (10 rychlostních zkoušek ve dne i v noci a 150 ostrých kilometrů) (hustopece-city.cz).
- Inline Alpine slalom – představuje adrenalinovou jízdu na inline bruslích mezi slalomovými tyčemi, která se koná v Němčičkách (sportnemcicky.cz).
- Cena Pálavy – soutěž v parkurovém skákání, kterou pořádá TJ Pálava.
- Kolová – v Šitbořicích je každoročně pořádán Turnaj mistrů světa (sitborice.cz).
- Hustopečský kameňák – jedná se o tradiční závod horských a trekingových kol, kterého se může zúčastnit široká veřejnost. Obdobnou akcí je i cyklistický maraton Mezi vinohrady, který probíhá v Němčičkách.

- Hustopečské skákání – na přelomu ledna a února se do Hustopečí sjíždí atleti z celého světa. Jedná se o mezinárodní halový závod ve skoku vysokém a největší sportovní akci v okrese Břeclav (viz příloha 7, obr. 21).
- Expedice krajem André – je každoroční cyklistická akce, která začíná v Hustopečích a vede přes Starovičky, Velké Pavlovice, Bořetice, Vrbice, Kobylí, Němčičky, Horní Bojanovice a Kurdějov. Po celé trase jsou otevřeny vinné sklepy a připraveny místní speciality (hustopece.cz).

5.2.2.6 Jiné akce a turistické atraktivity

S výše zmíněnými kulturními a sportovními akcemi souvisí i několik turistických atraktivit, které se nacházejí v mikroregionu Hustopečsko, a to:

- Modré hory – zahrnují 5 vinařských obcí (Velké Pavlovice, Němčičky, Bořetice, Kobylí a Vrbice). Jedná se o dobrovolný svazek obcí, jehož cílem je zejména společná propagace a podpora vinařské turistiky.
- Mandloňové sady – představují přírodní raritu střední Evropy (viz příloha 7, obr. 29). Nacházejí se v Hustopečích a mají dlouhou tradici. První rozsáhlé sady byly vysazeny v roce 1949. V dobách největšího rozmachu bylo v Hustopečích osazeno zhruba 185 ha. V průběhu času však začal jejich počet klesat ve prospěch perspektivnějších meruněk. Situace vyvrcholila v 80. letech, kdy zůstaly pouze dva malé sady, které byly nevyužívané a neudržované. V posledních několika letech jim město Hustopeče začalo věnovat zaslouženou pozornost a dokonce došlo k nové výsadbě (hustopece-city.cz). Aby byla zachována autenticita, byla vyšlechtěna původní odrůda Zora. V roce 2012 zde byla vybudována rozhledna, ke které vede několik turistických tras. Jedna trasa vede kolem ranče Valkýra, kde si mohou návštěvníci (zejména děti) prohlédnout nejrůznější zvířata (např. koně, osly, krávy, lamy, klokany apod.).
- Winecaching – v mikroregionu Hustopečsko je možno jej realizovat celkem v 10 vinařstvích. V případě nalezení vinného pokladu je možno ho směnit za malou řízenou degustaci.

5.3 Realizační faktory

Realizační faktory jsou takové faktory, které umožňují uskutečnit cestovní ruch (danou oblast dosáhnout a využít). Hovoříme zde o infrastruktuře území (dopravní, stravovací, kulturní, sportovní apod.) (Šťastná a kol., 2015, s. 11). Jedná se tedy o dopravu a materiálně-technickou základnu, do níž řadíme ubytování, stravování a další zařízení a služby. Bez dostatečné kapacity služeb není možné patřičně využít potenciál daného území. Pokud nabídka služeb není odpovídající, nelze správně sestavit turistické produkty, a tedy ani nabízet danou oblast na trhu. V případě, že je kapacita dostačující, ale chybí adekvátní kvalita služeb, není možné dlouhodobě udržet ekonomický přínos cestovního ruchu (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 35).

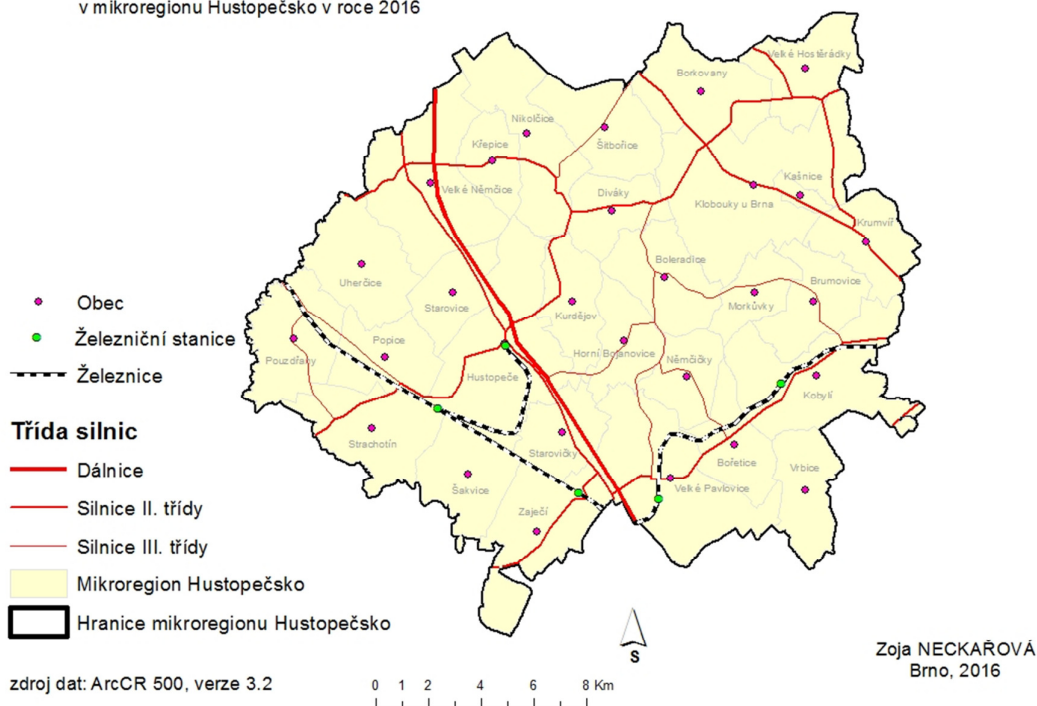
5.3.1 Dopravní infrastruktura

Základní podmínkou pro realizaci cestovního ruchu je doprava. Drtivá většina dopravní infrastruktury nebyla vybudována pro potřeby cestovního ruchu, čemuž odpovídá i její, mnohdy problematické, rozmístění. Příkladem dopravní infrastruktury, která byla vybudována primárně pro účely cestovního ruchu, jsou cyklostezky, lanovky či lyžařské vleky (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 64). Dopravu v mikroregionu Hustopečsko můžeme dále dělit na:

- automobilovou,
- autobusovou,
- železniční,
- cyklistickou.

DOPRAVNÍ INFRASTRUKTURA

v mikroregionu Hustopečsko v roce 2016



Obr. 7 Přehled dopravní infrastruktury v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: ArcCR; vlastní zpracování)

Z hlediska automobilové dopravy (viz obr. 7) tvoří páteřní komunikaci dálnice D2, která vede z Brna přes Hustopeče a dále pokračuje přes Břeclav až na Slovensko do Bratislavy. Sjezd z dálnice je v rámci mikroregionu pouze u města Hustopeče. V diskutované lokalitě se nenachází žádná silnice I. třídy, nalezneme zde však silnice II. třídy, které následně doplňují komunikace III. třídy. Silnic II. třídy je celkem 6, a to (mikroregion.wix.com):

- II/380 - Brno-Hodonín (přes obce Borkovany, Klobouky u Brna, Kašnice a Krumvíř),
- II/381 - Pohořelice-Uhřice (přes Velké Němčice, Křepice, Nikolčice, Diváky a Velké Hostěrádky),
- II/418 - Sokolnice-Krumvíř (přes Velké Hostěrádky),
- II/420 - Horní Věstonice-Nicolčice (přes Strachotín, Hustopeče, Kurdějov a Nikolčice),
- II/421 - Mikulov-Terezín (přes Velké Pavlovice, Bořetice, Kobyly),
- II/425 - Brno-Břeclav (přes Velké Němčice, Hustopeče a Starovičky).

Autobusovou a železniční dopravu v mikroregionu zajišťuje od roku 2008 Integrovaný dopravní systém Jihomoravského kraje (dále též „IDS JMK“). Jeho zavedení bylo ze strany obyvatel velmi problematické, protože došlo ke zrušení přímého spojení z Hustopečí do Brna. Cestující musí v současné době přestupovat buď v Židlochovicích (v případě autobusu), nebo v Šakvicích (v případě vlaku). Cesta z Hustopečí do Brna trvá autobusem zhruba hodinu. V případě vlaku lze využít vlak osobní (cca 65 minut) nebo vlak spěšný (cca 40 minut), který však zastavuje pouze v Šakvicích. Nyní se diskutuje o elektrifikaci tratě mezi Šakvicemi a Hustopečemi. V případě úspěchu by přímé vlakové spojení z Brna do Hustopečí mohlo vzniknout v roce 2019. Mikroregionem prochází následující železniční spojení (mikroregion.wix.com):

- železniční trať č. 250 – Brno-Břeclav-Kúty (stanice Pouzdřany, Popice, Šakvice a Zaječí),
- železniční trať č. 254 – Šakvice-Hustopeče,
- železniční trať č. 255 – Hodonín-Zaječí (stanice Brumovice, Bořetice, Velké Pavlovice a Zaječí).

Cyklistická doprava je realizována prostřednictvím sítě cyklotras (Moravské vinařské stezky), které protkávají celé zájmové území. Z těch nejvýznamnějších lze zmínit (mikroregion.wix.com):

- Moravská vinná stezka – spojuje Znojmo a Uherské Hradiště, přičemž celková délka trasy je 290 km. Na území mikroregionu prochází 16 obcemi (Strachotín, Pouzdřany, Popice, Hustopeče, Starovičky, Velké Pavlovice, Horní Bojanovice, Němčičky, Bořetice, Vrbice, Kobylí, Brumovice, Morkůvky, Klobouky u Brna, Kašnice a Krumvíř).
- Velkopavlovická vinařská stezka – v celkové délce 110 km protkává 18 obcí mikroregionu, a to Boleradice, Borkovany, Brumovice, Diváky, Hustopeče, Kobylí, Křepice, Krumvíř, Kurdějov, Nikolčice, Starovice, Šakvice, Šitbořice, Uherčice, Velké Hostěrádky, Velké Němčice, Velké Pavlovice a Vrbice.
- Cyklostezka Krajem André – má délku kolem 40 km. Vede obcemi Hustopeče, Starovičky, Velké Pavlovice, Bořetice, Vrbice, Kobylí, Němčičky, Horní Bojanovice a Kurdějov. Právě na této trase probíhá výše zmíněná sportovní akce Expedice krajem André.

- Cyklostezka Modré hory – v celkové délce 31 km provází návštěvníky obcemi Velké Pavlovice, Němčičky, Bořetice, Kobylí a Vrbice. Je využívána i pro pěší turistiku.

Z hlediska zmíněné pěší turistiky se v mikroregionu nachází (mikroregion.wix.com):

- Kravihorská turistická stezka – její délka je zhruba 12,5 km. Trasa začíná v Bořeticích (Svobodná spolková republika Kraví hora, rozhledna pod Kraví horou, přírodní rezervace Zázmoníky), pokračuje přes Němčičky (památný strom Oskeruše, Nové Hory) a končí opět na Kraví hoře v Bořeticích.
- Turistická stezka Přes kamenný vrch do Kurdějova – v celkové délce cca 6 km vede po červené a zelené turistické trase. Začíná v Hustopečích (autobusové nádraží, Hustopečské rybníky, mandloňové sady) a končí v Kurdějově (přírodní památka Kamenný vrch, kostel sv. Jana Křtitele).

V mikroregionu se nachází celkem 11 naučných stezek (dále též „NS“). Konkrétně se jedná o obce (mikroregion.wix.com):

- Boleradice – nachází se zde NS Paseky-Hrad (1,6 km a 7 zastávek) a Boleradice-Nedánov (9 km a 13 zastávek). Obě jsou zaměřeny na místní zajímavosti.
- Bořetice – NS bioplynovou stanicí je zaměřena na problematiku provozu bioplynových stanic z hlediska výroby energie z obnovitelných zdrojů.
- Hustopeče – NS Masaryk a Hustopeče (2,2 km a 6 zastávek) a přírodovědná Mandloňová stezka (9 km a 5 zastávek).
- Kobylí – přírodovědná NS Vrch Láčary (1 km a 3 zastávky) a Turistická stezka vinařskou obcí Kobylí (4,3 km a 6 zastávek), která je zaměřena na místní zajímavosti.
- Křepice – Vinařská naučná stezka v celkové délce 4,4 km se 6 zastávkami.
- Němčičky – Vycházkový okruh obcí (3,4 km a 4 zastavení) odhalující místní zajímavosti a Obecní vinařská stezka (10 km a 9 zastavení).
- Velké Pavlovice – NS Zastavení v kraji vína a meruněk představuje vlastivědnou naučnou stezku v celkové délce 10,5 km s 10 zastávkami.

Dopravní poloha jednotlivých obcí mikroregionu Hustopečsko je značně heterogenní. Obce nacházející se v blízkosti dálnice D2 a mezinárodního železničního koridoru

(Berlín-Praha-Budapešť) mají velmi dobrou dopravní obslužnost. Ty, které se nachází v blízkosti železniční tratě Hodonín-Zaječí a silnice II. třídy mají průměrnou dopravní polohu. Ostatní obce (zejména severní a severovýchodní část) lze označit spíše jako periferní (Galvasová a kol., 2007, s. 42).

5.3.2 Ubytování

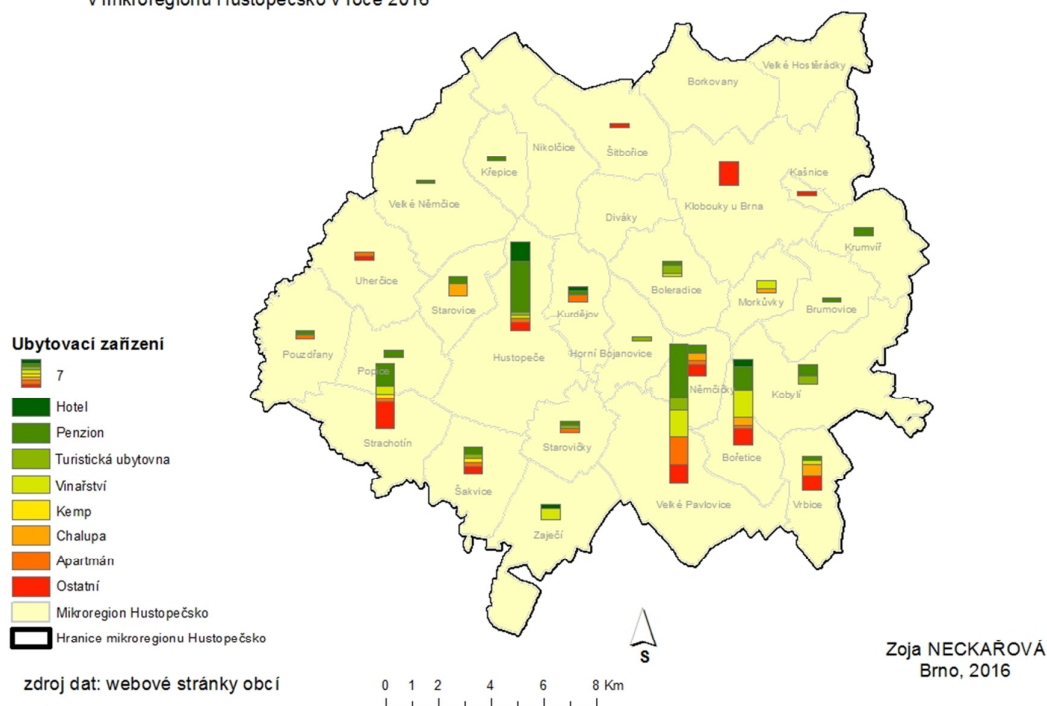
Spolu s rozvojem cyklistiky a automobilismu došlo k výraznému rozšíření ubytovacích zařízení. Ubytovací služby tvoří nejvýraznější část příjmů v cestovním ruchu i přesto, že ubytování jako takové není cílem cesty, nýbrž podmínkou pro naplnění jejího účelu (Rygllová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 49). Existuje několik členění ubytovacích zařízení, pro potřeby diplomové práce byla sestavena taková klasifikace, která reflektuje aktuální situaci v mikroregionu, a to:

- hotel,
- penzion,
- turistická ubytovna,
- ubytování spojené s vinařstvím,
- kemp/chatová oblast,
- chalupa,
- apartmán,
- ostatní.

Na území mikroregionu Hustopečsko se nachází 167 ubytovacích zařízení s celkovou kapacitou 4 145 osob (viz příloha 6, tab. 5). Největší počtem ubytovacích zařízení disponují Velké Pavlovice, Bořetice, Strachotín a Hustopeče. V obcích Velké Hostěrádky, Borkovany, Diváky a Nikolčice naopak nejsou ubytovací kapacity žádné. Z hlediska počtu zařízení vykazuje nejvyšší hodnoty město Velké Pavlovice (celkem 35), avšak z pohledu ubytovacích kapacit má prvenství město Hustopeče, které je schopno ubytovat 898 osob. V období hojně navštěvovaných akcí, jako jsou například Burčákové slavnosti, jsou ubytovací kapacity v Hustopečích i blízkém okolí zcela obsazeny. Jak je patrné z níže uvedeného kartodiagramu (obr. 8), z hlediska typu se nejčastěji vyskytují penziony (celkem 60), ostatní (zahrnuje různé ubytování v soukromí; celkem 34 zařízení) a ubytování spojené s vinným sklepem (celkem 24).

PŘEHLED UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ

v mikroregionu Hustopečsko v roce 2016



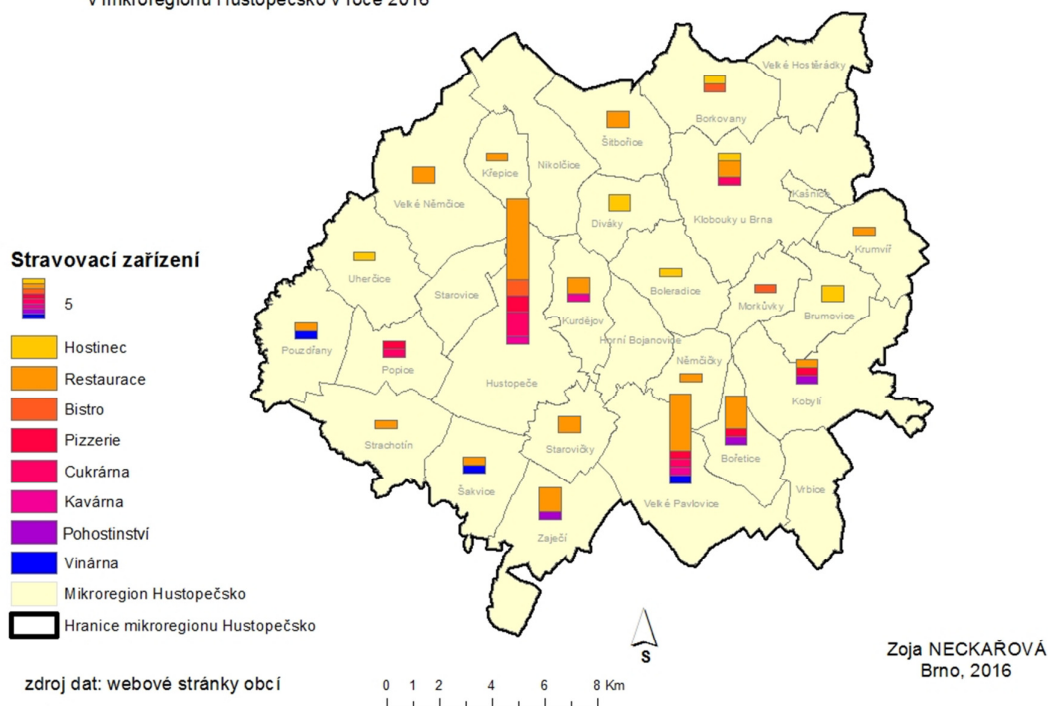
Obr. 8 Kartodiagram počtu ubytovacích zařízení v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: webové stránky obcí; vlastní zpracování)

5.3.3 Stravování

Paralelně s vývojem ubytovacích služeb proběhl i rozvoj služeb stravovacích. V posledních letech dochází k rozmachu tzv. gastronomické turistiky, tedy cestování za jídlem či nápoji, které je patrné i v mikroregionu Hustopečsko v souvislosti s vinařskou turistikou. Ubytovací zařízení zpravidla nabízí i možnost stravování, a to buď ve formě snídaní, polopenzí, plných penzí či all inclusive (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 56).

PŘEHLED STRAVOVACÍCH ZAŘÍZENÍ

v mikroregionu Hustopečsko v roce 2016



Obr. 9 Kartodiagram počtu ubytovacích zařízení v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: webové stránky obcí; vlastní zpracování)

V mikroregionu Hustopečsko je možno navštívit celkem 74 stravovacích zařízení (viz příloha 6, tab. 6). Nejčastějším typem jsou restaurace a hostince. Obr. 9 znázorňuje jejich prostorové rozmístění (nejsou zde zahrnuta zařízení, kde není podáváno jídlo). Nejvíce stravovacích zařízení je ve městě Hustopeče (celkem 18) a Velké Pavlovice (celkem 11). Naopak absenci vykazují obce Velké Hostěrádky, Kašnice, Vrbice, Horní Bojanovice a Starovice. Zmíněná stravovací zařízení v Hustopečích se angažují v rámci cestovního ruchu např. sestavením speciálních menu v době konání Oslav svatomartinských vín a husí či Slavností mandloní a vína.

5.4 Destinační management a marketing mikroregionu

Hustopečsko

Existence turistických atraktivit a patřičné infrastruktury sama o sobě nezajistí jejich návštěvnost. K tomu je třeba vhodné nastavení a využívání nejrůznějších marketingových nástrojů, prostřednictvím kterých se informace dostávají k návštěvníkům. Jestliže je v této oblasti tendence vyrovnat se vyspělým turistickým zemím, vyvstává potřeba organizace

nabídky turistického potenciálu celé Jižní Moravy, zejména prostřednictvím vybudování jednotného systému profesionální marketingové organizace, která by zajistila funkční propojení jednotlivých oblastí. V roce 2006 založil Jihomoravský kraj, Statutární město Brno a Svaz obchodu a cestovního ruchu Centrálu cestovního ruchu – Jižní Morava (dále též „CCRJM“) (Galvasová a kol., 2007, s. 63). Mezi její hlavní strategické cíle patří (ccrjm.cz):

- Jižní Morava - konkurenceschopná turistická destinace,
- zvýšení počtu návštěvníků a prodloužení jejich pobytu,
- zvýšení ekonomické výnosnosti cestovního ruchu.

Prostředkem k dosažení nastíněných cílů je vyvíjení rozličných aktivit v rámci cestovního ruchu (tvorba produktů CR, propagační činnost, účast na veletrzích apod.). Patříčná spolupráce a komunikace mezi jednotlivými aktéry cestovního ruchu tedy zastává pozici nezbytného předpokladu k nabytí úspěchu. Na krajské úrovni se marketingu aktivně věnuje JMK (Galvasová a kol., 2007, s. 63). Na úrovni turistických oblastí, jichž má Jihomoravský kraj pět, organizace cestovního ruchu ve většině případů neexistují. Výjimkou je OCR Slovácko, která sice dle rajonizace CzechTourism nezasahuje na území mikroregionu Hustopečsko (ta patří do turistické oblasti Lednicko-valtického areálu), avšak reálně zde působí. Její aktivity totiž přesahují i do širšího okolí. Absenci OCR často supluje turistická informační centra, turisticky atraktivní obce a větší města, neziskové organizace či provozovatelé ubytovacích a stravovacích služeb. Problémem zůstává, že jejich činnost nikdo nekoordinuje, takže se často jedná spíše o konkurenční boj než o kooperaci (Vejpustek a kol., 2014, s. 231).

Aby byl rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu Hustopečsko úspěšný, je třeba vzájemně komunikovat a koordinovat aktivity jednotlivých subjektů jako jsou obce, státní správa, TIC, podnikatelské subjekty, OCR a profesní sdružení. Na území mikroregionu působí v tomto směru DSO Mikroregion Hustopečsko, MAS Hustopečsko a DSO Modré Hory.

5.4.1 Propagace mikroregionu Hustopečsko

Mikroregion Hustopečsko využívá ke své propagaci různé marketingové nástroje. V následujících podkapitolách budou zmíněna turistická informační centra, televize a místní rozhlas, tisk, webové stránky a další formy propagace.

5.4.1.1 Turistická informační centra

V mikroregionu Hustopečsko se nachází tři turistická informační centra, a to v Hustopečích, Zaječí a Velkých Pavlovicích. Všechny mají certifikaci Asociace turistických informačních center v kategorii B.

Mezi služby zmíněných turistických informačních center patří poskytování turistických informací (oblasti jako ubytování, stravování, víno, sport, cyklotrasy, turistické trasy, historické objekty, sportovní a kulturní akce apod.), předprodeje vstupenek, prodej upomínkových předmětů, kopírování a umožnění přístupu k internetu. Turisté zde mohou obdržet zdarma nejrůznější propagační materiály, letáky, mapy či kalendáře kulturních akcí nebo si zakoupit pohledy, turistické známky, knihy a nejrůznější produkty mikroregionu Hustopečsko (velke-pavlovice.cz), (vinarstvinorsreti.cz).

5.4.1.2 Televize a místní rozhlas

Obyvatelé mají možnost sledovat internetovou televizi TV Region, která začala od počátku roku 2016 opětovně působit na území mikroregionu Hustopečsko. Lze ji nalézt na webových stránkách tv-region.cz, Facebooku i prostřednictvím Youtube. Občané zde mohou shlédnout reportáže z kulturních akcí, o zajímavých osobnostech, vinařství, zajímavých místech apod. (obecpopice.eu). Dále v mikroregionu působí Hustopečská televize (známá též jako HTV), která je součástí organizační složky Marketing a kultura města Hustopeče. Vysílá nepřetržitě 24 hodin denně informační textovou smyčku, která je pětikrát denně přerušována vysláním Hustopečského magazínu trvajícího 20-30 min (nový díl je dostupný každý týden vždy v pátek), jehož náplní jsou nejrůznější reportáže o dění ve městě, ale i pozvánky na nadcházející akce (hustopece-city.cz). V obci Popice funguje také Infokanál, který zprostředkovává informace z obecního úřadu, důležitá telefonní čísla, komerční sdělení, pozvánky na kulturní akce apod. (obecpopice.cz). Mimoto je možno nalézt reportáže o některých obcích mikroregionu i v regionální televizi RTA či České televizi. Většina obcí využívá ke sdělování informací rovněž místní rozhlas. Výjimkou je město Hustopeče, které však v současné době uvažuje o jeho obnově.

5.4.1.3 Tisk

V téměř všech obcích vychází rozmanité druhy místních zpravodajů. Z nepravidelného tisku (periodicita třikrát-čtyřikrát ročně) lze zmínit Štarvický panter (Starovice), Štengaráček (Šitbořice), Polehrad (Boleradice), Kobyly dědina, Zpravodaj Větrný mlýn

(Klobouky u Brna), Habrůvka (Diváky), Radniční listy (Uherčice a Zaječí), Obecní zpravodaj Brumovice, Bořetické listy, Zpravodaj Velké Němčice, Zpravodaj Morkůvky, Obecní zpravodaj Křepice a dále zpravodaj Hornobojanovský, Němčický, Popický, Krumvířský, Starovičský, Strachotínský, Velkopavlovický, Vrbecký a Šakvický. Jediným měsíčním periodikem jsou Hustopečské listy, které vycházejí vždy první týden v měsíci a v rámci kterých je pravidelně zveřejňován kalendář kulturních a sportovních akcí.

Články o jednotlivých obcích mikroregionu Hustopečsko se více či méně pravidelně objevují i v regionálních či celostátních denících jako např. Břeclavský deník Rovnost, Nový život či Mladá Fronta Dnes.

5.4.1.4 Webové stránky

Mikroregion Hustopečsko provozuje jednotný internetový informační systém www.hustopecko.net, kde mohou návštěvníci získat informace o mikroregionu, členských obcích, ubytování, stravování, vinařských stezkách, cyklostezkách, regionálních produktech apod. Stránky jsou relativně pravidelně aktualizovány, avšak mají ještě rezervy (kupříkladu některé záložky jsou neaktivní). Pozitivem je, že zmíněné stránky jsou dostupné ve velkém množství cizích jazyků a odkazují i na Facebookové stránky, které jsou pravidelně aktualizovány.

Internetové stránky mají také jednotlivé obce i organizace (Modré hory, MAS Hustopečsko, TIC apod.). Na tomto místě lze uvést webové stránky města Hustopeče www.hustopece.cz, které mají kromě svých „městských“ stránek i stránky zaměřené na turisty. Zde jsou přehledně zobrazeny možnosti ubytování, stravování (včetně aktuálního menu jednotlivých restaurací), kulturního a sportovního vyžití a mnoho dalších informací.

Dá se říci, že z hlediska webové prezentace a zejména zásluhou sociálních sítí, kde byla v minulosti nedostatečná komunikace s potenciálními účastníky cestovního ruchu, došlo v posledním roce ke značnému zlepšení. Jelikož je internet spolu s informacemi od příbuzných a známých jedním z neúčinnějších prostředků pro rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti, je třeba se mu nadále komplexně a systematicky věnovat a informace zde pravidelně doplňovat a aktualizovat.

5.4.1.5 Další formy propagace

Mikroregion Hustopečsko se zaměřuje zejména na vydávání propagačních materiálů (ty jsou zacíleny jak na celý mikroregion, tak na jednotlivé obce), prezentaci na místních slavnostech a komunikaci prostřednictvím webových stránek a Facebooku. Ostatní způsoby propagace jsou využívány minimálně a zpravidla se na ně zaměřují zejména soukromé subjekty. Na území mikroregionu taktéž schází cestovní kanceláře a agentury, které by se specializovaly na příjezdový cestovní ruch. Z hlediska výstav a veletrhů mikroregion Hustopečsko nevystupuje jako samostatný subjekt (zejména kvůli finanční náročnosti), ale jako součást Jihomoravského kraje. Konkrétně se jedná např. o Regiontour, naproti tomu zahraničních veletrhů se v současné době neúčastní vůbec. Z hlediska velikosti a potenciálu mikroregionu Hustopečsko není rozumné přemrštěné vynakládání finančních prostředků na propagaci v rámci zahraničních veletrhů, avšak oslovit turisty např. z pohraničních oblastí Slovenska či Rakouska by mohlo být přínosné. V mikroregionu naprosto absentují již běžně používané QR kódy, z nichž by si mohli návštěvníci načíst bližší informace o jednotlivých obcích, památkách či nejrůznějších zajímavostech. V jednotlivých obcích je možno nalézt rovněž informační tabule (např. ve městě Hustopeče jsou interaktivní). Na webových stránkách také chybí informace o možnosti geocachingu či winecachingu v mikroregionu. Zajímavostí je i kuchařka „Tak chutná hanácké Slovácko“, která byla vydána Hustopečskou chasou a prezentuje recepty, lidové obyčeje, tradiční gastronomii i místní suroviny.

5.5 Regionální produkty

Tradiční regionální produkty (zboží a služby) reprezentují významný prvek udržitelnosti, který souvisí i s cestovním ruchem. Jedná se o výrobky a produkty pocházející z oblasti určitého turistického regionu. Od roku 1992 byl v EU zaveden jednotný systém značení výrobků ekologických (Schneider, Fialová, Vyskot, 2009, s. 25).

V mikroregionu Hustopečsko zatím nejsou produkty, jež by byly certifikované, avšak produkty s vazbou na tuto oblast se zde nachází. Na tomto místě lze zmínit keramiku Šemorovi (Boleradice), Borkovanské kraslice či materiály na výrobu lidových krojů (Brumovice). Dále voskařství Partykovi (Morkůvky), které nabízí výrobky z včelího medu a vosku. Chráněná dílna Hands s.r.o. (Starovičky), jež zaměstnává osoby se zdravotním postižením a mimo jiné zahrnuje i tzv. levandulovou farmu. Léto ve skle (Velké Pavlovice)

se zaměřuje na výrobu domácích marmelád a džemů. Hustopečská mandlárna (Hustopeče) vyrábí nejrůznější produkty z mandlí (mandlovice, káva, paštika, sušená rajčata, marmeláda, olej, čokoláda apod.). Od roku 2015 mají Hustopeče také Hradní pivovar, kde se vaří hustopečské pivo. Z regionálních potravin (značka, která oceňuje nejlepší výrobky z každého kraje) lze uvést Moravskou pečínku či Kloboucký rohlík (regionalnipotravina.cz).

5.6 Dotazníkové šetření

V období od 9. 9. 2015 do 22. 4. 2016 proběhlo dotazníkové šetření (viz příloha 8). Účastníkům bylo položeno 24 otázek (14 uzavřených, 6 polouzavřených a 4 otevřené). Celkem jej vyplnilo 217 respondentů. Dotazník byl následně na základě filtrační otázky rozdělen a vyhodnocován zvlášť pro návštěvníky (119 respondentů) a zvlášť pro místní obyvatele (98 respondentů). Z hlediska návštěvníků bylo vyhodnocováno všech 24 otázek, u rezidentů se jednalo pouze o 17 otázek. Vybrané otázky byly kromě slovního hodnocení zpracovány též graficky. U některých dotazů jsou z důvodu větší přehlednosti uvedeny pouze tři nejčastěji zmiňované odpovědi.

Otázka č. 1: Za jakým účelem jste do mikroregionu Hustopečsko přijel/a?

Nejvíce respondentů z řad návštěvníků (41 %) uvedlo jako důvod své návštěvy vinařskou turistiku. Dalšími nejčastěji zmiňovanými odpověďmi byly návštěva příbuzných a známých (22 %) a cykloturistika (16 %). Naopak nejméně návštěvníků (1 %) přijelo do mikroregionu v rámci služební cesty. Vyhodnocení této otázky je graficky zpracováno v příloze 10, obr. 37.

Otázka č. 2: Už jste v minulosti navštívil/a mikroregion Hustopečsko?

Jedná se o filtrační otázku, na základě které byl dotazník rozdělen na místní obyvatele a návštěvníky. 53 % návštěvníků bylo v mikroregionu více než třikrát. Možnost jednou až třikrát uvedlo 32 % osob a pouze 15 % dotázaných zavítalo do mikroregionu poprvé.

Otázka č. 3: Jakým způsobem jste se do mikroregionu Hustopečsko dopravil/a?

Nejčastěji využívanými dopravními prostředky z pohledu návštěvníků jsou auto (64 %), vlak (16 %) a autobus (14 %). Kolo uvedlo 6 % a možnost jiné 1 % (zde byl nejčastěji uváděn motocykl).

Místní obyvatelé využívají v případě návštěvy kulturní či sportovní akce (či jiné aktivity v rámci cestovního ruchu) auto (60 %), pěší chůzi (17 %) a vlak (10 %). Minimálně jsou využívány autobus (6 %) a kolo (2 %). Zbytek respondentů uvedl možnost jiné.

Otázka č. 4: Jaká byla délka Vašeho pobytu?

Celých 41 % návštěvníků se zdrželo v mikroregionu 1-2 dny, 35 % uvedlo délku pobytu 3 a více nocí a 24 % pouze jednodenní návštěvu bez přespání.

Otázka č. 5: V jakém typu ubytovacího zařízení jste byl/a ubytovaný/á?

Nejvíce turistů, a to 34 %, bylo ubytováno u rodiny, případně známých. 27 % návštěvníků uvedlo možnost jiné (většinou se jednalo o osoby, které nevyužily ubytovací služby, protože navštívily mikroregion bez přespání) a 24 % využilo penzion.

Otázka č. 6: Jaký byl způsob Vašeho stravování během pobytu?

39 % dotázaných uvedlo střídavý charakter stravování, 26 % navštívilo při svém pobytu restaurace, 20 % si vařilo samo a 15 % využilo možnosti snídaní, polopenzí či plných penzí přímo v ubytovacím zařízení.

Stejná otázka byla položena i rezidentům, z nichž 49 % uvedlo, že při realizaci cestovního ruchu (např. návštěvě kulturních či sportovních akcí) preferuje vlastní stravování, 33 % využívá střídavý charakter stravování a 18 % navštěvuje restaurace.

Otázka č. 7 a 8: Je podle Vašeho názoru v mikroregionu Hustopečsko dostatek ubytovacích a stravovacích zařízení?

U otázek č. 7 a 8 bylo na výběr pouze ze dvou možností (ano a ne). 77 % návštěvníků je přesvědčeno, že je v mikroregionu Hustopečsko dostatek ubytovacích zařízení a 76 % uvedlo tutéž odpověď i v případě zařízení stravovacích.

Rezidenti hodnotili zmíněné dvě otázky rovněž pozitivně, přičemž 83 % si myslí, že ubytovací infrastruktura je dostatečná a 79 % uvedlo, že mikroregion disponuje dostatkem stravovacích zařízení.

Otázka č. 9: Znáte koncept winecaching?

Z odpovědí návštěvníků vyplývá, že zmíněnou aktivitu zná pouze 11 % respondentů, zbytek o ní nikdy neslyšel.

Obdobná situace nastala i u místních obyvatel, kde odpověď ano uvedlo pouze 13 % dotázaných.

Otázka č. 10: Pokud ano, zúčastnil/a jste se někdy hledání vinného pokladu? Ve kterém vinařství?

Ze 13 respondentů, kteří uvedli, že znají winecaching, se 9 účastnilo hledání vinného pokladu a 4 ne, přičemž ani jeden neuvedl konkrétní vinařství.

Z místních obyvatel mají s touto aktivitou osobní zkušenost pouze 4 respondenti, přičemž všichni uvedli vinařství Sonberk. 11 lidí, kteří uvedli, že winecaching znají, jej zatím nezkusili.

Otázka č. 11: Myslíte si, že by měla být tato aktivita v mikroregionu Hustopečsko více rozvíjena a propagována?

Respondentům bylo vysvětleno, co je koncept winecaching. 87 % návštěvníků uvedlo, že by měla být tato aktivita podporována, zbytek osob má názor opačný.

97 % místních obyvatel je přesvědčeno o tom, že by měla být tato aktivita rozvíjena a propagována.

Otázka č. 12: Jaká je dle Vašeho názoru kvalita poskytovaných služeb? (1-5, kde 1 - nejlepší, 5 - nejhorší)

Otázka č. 12 je pro lepší přehlednost zpracována graficky (viz příloha 10, obr. 38). Otázka na ubytovací a stravovací zařízení, rozsah a kvalitu dopravní infrastruktury, dopravní dostupnost do mikroregionu, možnosti pro volnočasové a sportovní aktivity a množství pořádaných akcí byla hodnocena návštěvníky kladně (v rozsahu dostupné škály převážně známky 1-3). Nákupní možnosti a vybavenost mikroregionu aktivitami pro děti ohodnotili návštěvníci v rozsahu známek 2-4.

Obdobně je tomu i v případě místních turistů. Většina zmíněných služeb byla ohodnocena v rozpětí stupnice známek 1-3. Jejich odpovědi podrobněji znázorňuje příloha 10, obr. 39.

Otázka č. 13: Jaká je dle Vašeho názoru úroveň cestovního ruchu? (1-5, kde 1 - nejlepší, 5 - nejhorší)

Informace o mikroregionu jsou hodnoceny návštěvníky vesměs kladně. Pouze 11 % z nich uvedlo známku 4. Místní orientační značení, památky a turistické atraktivity, životní

prostředí, bezpečnost návštěvníků, nabídka programů pro volný čas a přívětivost místních lidí k turistům dostaly ve většině případů známky 1-3. Mírná nespokojenost je patrná v případě drobného prodeje (občerstvení, suvenýrů a regionálních produktů). Podrobnější přehled odpovědí vyjadřuje příloha 10, obr. 40.

Hodnocení místních obyvatel je v drtivé většině případů kritičtější (viz příloha 10, obr. 41). Například známku 4 uvedlo u drobného prodeje téměř 20 % respondentů z řad místních obyvatel.

Otázka č. 14: Které z obcí mikroregionu jste navštívil/a?

Jednalo se o otevřenou otázku, jež byla vyhodnocována pouze pro návštěvníky (jsou uvedeny absolutní počty, nikoli procentní podíl). Cílem návštěvníků jsou nejčastěji Hustopeče (celkem 41 osob), Šakvice (celkem 32 osob), Velké Pavlovice (celkem 23 osob), Zaječí (celkem 22 osob) a Strachotín (celkem 15 osob). U ostatních obcí není patrné výraznější zastoupení.

Otázka č. 15: Jak jste se o této lokalitě, případně pořádané akci dozvěděl/a?

Nejčastěji získávají návštěvníci informace od známých (59 %), z internetu (20 %) a ze sociálních sítí (15 %). Ani jeden respondent neuvedl cestovní kancelář (viz příloha 10, obr. 42).

Shodné odpovědi uvedli i místní obyvatelé. Nejčastěji se o pořádaných akcích dozvídají od známých (39 %), z internetu (27 %) a ze sociálních sítí (21 %) (viz příloha 10, obr. 42).

Otázka č. 16: Navštěvujete některou z kulturních akcí pravidelně? Pokud ano, prosím uveďte, o jakou akci se jedná.

Jednoznačně nejnavštěvovanější akcí jsou z pohledu návštěvníků Burčákové slavnosti v Hustopečích. Tuto možnost uvedlo 40 lidí. Oblíbené jsou taktéž nejrůznější vinobraní (v této souvislosti byly zmiňovány Velké Pavlovice) a otevřené sklepy.

Rezidenti nejvíce uváděli rovněž Burčákové slavnosti v Hustopečích (celkem 56 lidí). Hojně navštěvovanými akcemi jsou i hody. Zde byly nejčastěji uváděny Šakvice, Hustopeče a Velké Pavlovice. 18 respondentů pravidelně navštěvuje Slavnosti mandloní a vína a vinobraní. Vysokého počtu odpovědí dosáhly také akce Oslava svatomartinských vín a husí v Hustopečích a otevřené sklepy.

Otázka č. 17: Je podle Vás mikroregion dostatečně propagován?

Otázka č. 17 umožňovala výběr ze dvou možností (ano a ne). 60 % návštěvníků uvedlo, že je mikroregion Hustopečsko dobře propagován a 40 % si myslí, že nikoli.

U místních obyvatel 57 % uvedlo, že je mikroregion dostatečně propagován a 43 % má názor opačný.

Otázka č. 18: Co Vám v mikroregionu Hustopečsko chybí případně co je dle Vašeho názoru potřeba v rámci cestovního ruchu zlepšit?

Většina návštěvníků uvedla, že jim v mikroregionu nic nechybí, případně, že nedokáží nedostatky posoudit. Ze zbývajících odpovědí vyplývá, že jsou turisté nespokojeni zejména s dopravní infrastrukturou a počtem autobusových spojů. Taktéž jim chybí přímá linka Brno-Hustopeče. Často zmiňovaná byla také nedostatečná propagace mikroregionu, absence kulturního vyžití mimo „velké akce“ a absence regionální značky.

Rezidenti spatřují problém zejména v dopravní infrastruktuře a počtu spojů. Stejně jako v případě návštěvníků byla i zde hojně zmiňována absence přímého spojení z Hustopečí do Brna. Dále propagace mikroregionu jako celku (nikoli pouze jednotlivých akcí či vinařství). Špatná je dle místních obyvatel i úroveň značení, a to jak v rámci pořádaných akcí, navštěvovaných míst, tak cyklostezek. Mezi další návrhy patřilo více kulturních a sportovních akcí mimo ty stěžejní a více prodejních míst regionálních produktů a suvenýrů.

Otázka č. 19: Odkud jste do mikroregionu Hustopečsko přijel/a (pokud zde nežijete)?

Nejvíce návštěvníků přijelo z Jihomoravského (34 %) a Libereckého kraje (10 %) a Hlavního města Prahy (9 %). 4 respondenti uvedli možnost jiné, zde byla zmíněna Bratislava (viz příloha 10, obr. 43).

Otázka č. 20: S kým jste přijel/a?

Turisté nejčastěji navštěvují mikroregion s přáteli (55 %), partnerem/partnerkou (40 %) či sami (10 %). Pouze 4 % dotazovaných uvedli, že přijeli s kolegy, 3 % s dětmi a 7 % jiné.

Otázka č. 21: Jaké je Vaše pohlaví?

Diskutovaný dotazník vyplnilo 49 % mužů a 51 % žen, a to jak z řad návštěvníků, tak místních obyvatel (viz příloha 10, obr. 44).

Otázka č. 22: Kolik je Vám let?

Nejvíce návštěvníků je mladších 25 let (celkem 33 %). Do věkové skupiny 26-40 let spadá 28 % respondentů, kategorii 41-55 let uvedlo 21 % a 18 % je starších 56 let (viz příloha 10, obr. 22).

Z hlediska věkového složení rezidentů je 62 % mladších 25 let, 20 % ve věkové kategorii 26-40 let, pouze 7 % v kategorii 41-55 let a 11 % je starších 56 let (viz příloha 10, obr. 22).

Otázka č. 23: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Nejčastěji je u návštěvníků uváděno vysokoškolské vzdělání (36 %), středoškolské s maturitou (32 %) a středoškolské bez maturity/vyučen (25 %). Nejmenší zastoupení má základní vzdělání (5 %) a vyšší odborné vzdělání (2 %) (viz příloha 10, obr. 23).

35 % rezidentů uvádí jako nejvyšší dosažené vzdělání vysokoškolské, 34 % středoškolské s maturitou a 19 % středoškolské bez maturity/vyučen. Pouze 9 % osob má základní vzdělání a 3 % vyšší odborné vzdělání (viz příloha 10, obr. 23).

Otázka č. 24: Uvažujete, že se jako návštěvník do mikroregionu Hustopečsko ještě vrátíte?

Celých 98 % návštěvníků uvedlo, že by se do mikroregionu Hustopečsko rádi vrátili. Pouze 2 % uvedli, že ne.

5.6.1 Anketa pro zástupce vedení obcí

V průběhu března až května 2016 byla provedena anketa se zástupci jednotlivých obcí mikroregionu Hustopečsko (viz příloha 9). Starostové, příp. místostarostové byli osloveni e-mailem, telefonicky i osobně. Bohužel se podařilo získat pouze 12 odpovědí z celkového počtu 29 obcí. Z oslovených na anketu reagovali starostové/starostky a místostarostové obcí Borkovany, Horní Bojanovice, Diváky, Popice, Morkůvky, Klobouky u Brna, Starovičky, Pouzdřany, Kurdějov, Velké Pavlovice, Hustopeče a Velké Němčice.

Z výsledků vyplývá, že největšími atraktivitami z hlediska cestovního ruchu jsou ve zmíněných obcích Borkovanské kraslice, koupaliště (Horní Bojanovice), památník bratří Mrštíků (Diváky), větrný mlýn (Klobouky u Brna), NPR Pouzdřanská step-Kolby (Pouzdrány), kostel s věží a torzo podzemních chodeb (Kurdějov), Mandloňové sady (Hustopeče) a vinařská turistika (Velké Němčice). V obci Popice vinařství Sonberk,

Gotberg a Židek. V Morkůvkách zejména klid, krásná příroda protkaná vinicemi a muzeum genpor. Františka Peřiny. V obci Starovičky rozhledna „U obrázku“ a celá přílehlá klidová zóna obsahující gotická boží muka a poznávací vinici. V obci Velké Pavlovice se jedná zejména o vinařskou turistiku, rozhlednu a opilé sklepy.

Druhá otázka byla zaměřena na nejzajímavější, příp. nejvíce navštěvované akce. Nejčastěji byly uváděny tradiční krojované hody, a to v obcích Horní Bojanovice, Diváky, Popice, Morkůvky, Klobouky u Brna, Starovičky, Pouzdřany, Velké Pavlovice a Velké Němčice. Dále Den zabíjačkových specialit (Borkovany), Heloudyně (Morkůvky), pálení čarodějnic a výstava vín (Pouzdrany, Velké Němčice), Okus vín (Kurdějov), Burčákové slavnosti (Hustopeče) a Velkopavlovické vinobraní.

Třetí otázka byla zaměřena na propagaci mikroregionu jako celku. Sedm starostů jednoznačně uvedlo, že je mikroregion propagován dostatečně, ve třech odpovědích bylo uvedeno, že je propagován dobře v rámci finančních možností a dvě odpovědi naznačují, že propagace je nedostatečná.

Obce nejčastěji zajišťují propagaci prostřednictvím tisku, webových stránek jednotlivých obcí a mikroregionu Hustopečsko, sociálních sítí, propagačních materiálů, obecních vývěsek, TIC, kabelové televize, plakátů a regionálních deníků.

Poslední otázka dávala možnost vyjádřit se k tomu, co je třeba v rámci cestovního ruchu zlepšit. Z odpovědí vyplývá, že by měla být pozornost zaměřena na cyklostezky, a to zejména v rovině bezpečnosti a jejich dobudování. Dále byla zmíněna síť půjčoven kol a vytvoření odpočinkových míst pro cyklisty (včetně sociálních zařízení a pitné vody). Taktéž se objevovaly názory, že je třeba zlepšit společnou propagaci a zvýšit provázanost a kooperaci jednotlivých obcí (např. společné akce celého mikroregionu). Objevily se i názory na využití dalších a inovativních možností propagace, například elektronické informační stojany (zatím jsou dostupné pouze v Hustopečích), modernější propagační materiály, využívání QR kódů či turistických aplikací pro chytré telefony. Taktéž byla zmíněna potřeba zaměření turistického ruchu více na děti a seniory, fakultativní zájezdy pro celou rodinu a zážitkové výlety. V neposlední řadě by měly být více podporovány regionální produkty, a to zejména prostřednictvím vzniku regionální značky, a rovněž zlepšení péče a obnova drobných sakrálních památek (křížů, božích muk apod.) mimo intravilán obcí. Starostové obcí také vidí jako důležitý krok možného rozvoje větší zapojení soukromého sektoru a místních organizací do cestovního ruchu.

5.7 SWOT analýza

SWOT analýza představuje situační analýzu, prostřednictvím které lze identifikovat silné (*strengths*) a slabé (*weaknesses*) stránky, příležitosti (*opportunities*) a hrozby (*threats*). SWOT analýza umožňuje formulovat klíčové problémy rozvoje regionu a následně stanovit strategické cíle jeho dalšího rozvoje. Silné a slabé stránky představují interní faktory, naopak příležitosti a hrozby jsou odrazem vnějšího prostředí. Výsledky analýzy mohou být využity pro identifikaci kritických oblastí, jako podklad pro zaměření celé rozvojové strategie destinace, jako východisko pro formulaci strategických cílů, směrů a rozvojových aktivit či jako základ pro stanovení pozice destinace vůči ostatním regionům (Kolektiv autorů, 2007 f, s. 31).

Jako podklady pro vypracování níže uvedené SWOT analýzy byla využita primární data získaná z výše uvedeného dotazníkového šetření a ankety, vlastní poznatky a znalosti o mikroregionu Hustopečsko a neformální rozhovory s místními obyvateli, podnikateli i veřejnou správou.

Silné stránky

- výhodná geografická poloha (dána zejména dálnici D2 a blízkostí hraničních přechodů se Slovenskem a Rakouskem)
- dopravní dostupnost autem (dálnice D2: Brno-Břeclav-Bratislava)
- mezinárodní železniční koridor (Berlín-Praha-Budapešť)
- dostatek stravovacích a ubytovacích zařízení
- jednotný web mikroregionu Hustopečsko
- významné přírodní lokality v mikroregionu (např. NPR Pouzdřanská step-Kolby či Mandloňové sady v Hustopečích; celkem 11 ZCHÚ, 10 EVL, 2 PO)
- tradice vinařství
- působiště významných osobností (T. G. Masaryk, bratři Mrštíkové, Jan Herben, genpor. František Peřina)

Slabé stránky

- dopravní dostupnost vlakem a autobusem (nutný přestup po zrušení přímé linky Brno-Hustopeče)

- nedostatek autobusových a vlakových spojů mezi obcemi (zejména o víkendech a v době konání „velkých akcí“)
- nedostatečná propagace cestovního ruchu „navenek“ (vůči ostatním regionům)
- absence prezentace mikroregionu prostřednictvím cestovních kanceláří
- nedostatečné zázemí pro cykloturistiku (sít' cyklostezek, odpočinkové zóny a sociální zařízení)
- nedostatečná kooperace jednotlivými obcemi v rámci cykloturistiky
- pobyty návštěvníků mikroregionu mají převážně krátkodobý charakter
- stav památek a péče o ně
- absence regionální značky
- nedostatečná spolupráce aktérů působícími v cestovním ruchu (veřejná správa, soukromý sektor apod.)
- omezená sezónní nabídka aktivit v rámci CR především v zimním období
- nekomplexní přístup k marketingu
- absence pestrých programů pro turisty mimo „hlavní akce“
- nízké zacílení CR na děti a seniory
- absence turistických balíčků

Příležitosti

- elektrifikace trati Hustopeče-Šakvice (přímé spojení Hustopeč s Brnem a Břeclaví)
- dobré klimatické podmínky
- koncept winecaching
- revitalizace a zatraktivnění přírodních lokalit
- regionální produkty a vznik regionální značky
- využití obchodních aktivit místních podnikatelů na podporu propagace regionu (mandle, víno apod.)
- lepší spolupráce obcí v rámci cykloturistiky
- systém sdílených jízdnic kol
- nabídka nových produktů CR (např. místní tradice, gastronomie, hipoturistika - zejména v zimním období a mimo „velké“ akce)
- vytvoření programových balíčků a atraktivit zacílených na seniory, mladé páry, rodiny s dětmi apod.
- pořádání společných kulturních a sportovních akcí (zapojení celého mikroregionu)

- udržování a podpora folklórních a kulturních slavností
- vytvoření a propagace jednotné image (především mimo mikroregion)
- lepší spolupráce jednotlivých aktérů v cestovním ruchu
- efektivní spolupráce mikroregionu s tuzemskými cestovními kanceláři
- vytvoření naučné stezky bratří Mrštíků
- poutní turistika
- zintenzivnění propagační činnosti na všech úrovních (lokální, celorepublikové a v přílehlých oblastech Rakouska a Slovenska)

Hrozby

- dopravní dostupnost některých obcí
- pokračující trend krátkodobých návštěv
- upadající zájem občanů o pořádané akce
- nedostatek financí na rozvoj CR a opravu památek
- malá vůle k regionálnímu projektování a propojování aktivit (absence profesionálního managementu)
- orientace CR pouze na vinařství
- nedostatek významných památek
- výrazná sezónnost (chybí využití kapacit v zimním období)
- konkurence jiných turistických oblastí z hlediska atraktivity, kvality a ceny (např. blízkost Lednicko-Valtického areálu)
- podcenění významu doprovodných služeb (např. zaměření na děti)
- podcenění významu zvyšování kvality služeb
- odliv turistů do okolních „aktivnějších“ obcí
- levné víno ze zahraničí

5.7.1 Shrnutí výsledků SWOT analýzy, dotazníku a ankety

Návštěvníci nejčastěji zavítají do mikroregionu Hustopečsko v souvislosti s vinařskou turistikou, návštěvou příbuzných a známých či cykloturistikou. Zacielení cestovního ruchu na vinařství a cykloturistiku představuje silnou stránku mikroregionu. V tomto ohledu je však třeba dobudovat síť cyklostezek, zajistit vyšší bezpečnost a vytvořit odpočinková místa pro cyklisty, a to včetně sociálních zařízení a přístupu k pitné vodě (což reflektuje i výše uvedená anketa). Jako příležitost se jeví zavedení systému sdílených jízdních kol.

Taktéž je třeba zajistit lepší spolupráci jednotlivých obcí. Z hlediska vinařství je třeba kupříkladu zlepšit doprovodný program pro děti v době, kdy jejich rodiče realizují vinařskou turistiku.

Drtivá většina návštěvníků do mikroregionu přijela autem. To je podpořeno mimo jiné výbornou dopravní dostupností (město Hustopeče je napojeno na dálnici D2), což představuje silnou stránku mikroregionu. Vlákem a autobusem dohromady přijelo dvakrát méně lidí než zmíněným autem. V této souvislosti vyvstává hned několik problémů, a to zejména vlaková a autobusová dopravní dostupnost. I přesto, že je mikroregion napojen na mezinárodní koridor, autobusová a železniční doprava je využívána málo. Daný fakt podporuje skutečnost, že mezi Hustopečemi, Brnem a Břeclaví neexistuje přímé spojení. Vždy je třeba přestupovat nejméně jednou, a to buď v Šakvicích, Židlochovicích či Hrušovanech u Brna. Jelikož Hustopeče představují v mnoha případech „přestupní stanici“ pro autobusové spoje do dalších obcí v rámci mikroregionu je třeba tento problém řešit. Krok, který by mohl výrazně pomoci k řešení zmíněného problému, představuje v současné době hojně diskutovaná elektrifikace tratě Hustopeče-Šakvice. Alarmujícím je i nedostatek autobusových spojů; minimálně v době konání větších a hojně navštěvovaných akcí by měly být tyto spoje posíleny.

Mezi slabé stránky mikroregionu patří délka pobytu návštěvníků. Pouhých 35 % respondentů jezdí do mikroregionu na 3 a více nocí, přičemž nejčastěji využívají soukromé ubytování u rodiny či známých. Tento trend lze v rámci SWOT analýzy identifikovat do budoucna jako hrozbu. Většina návštěvníků i místních obyvatel je přesvědčena, že mikroregion disponuje dostatečnou ubytovací a stravovací infrastrukturou. Další slabou stránkou je stav památek a péče o ně. Mělo by dojít především ke zlepšení péče a obnově drobných sakrálních památek (křížů, božích muk apod.) mimo intravilán obcí.

Z příležitostí lze zmínit winecaching. Jak vyplývá z výsledků dotazníkové šetření, tato aktivita není dostatečně propagována a většina turistů ani místních obyvatel o této aktivitě nikdy neslyšela. Když jim byl vysvětlen její princip, uvedlo 87 % návštěvníků a 97 % rezidentů, že by jí měla být věnována náležitá pozornost.

Při hodnocení úrovně cestovního ruchu byla zjištěna nespokojenost z hlediska drobného prodeje (občerstvení, suvenýrů a regionálních produktů). Názor na to, zda je mikroregion dostatečně propagován není jednoznačný, u návštěvníků uvedlo odpověď ano 60 % a u rezidentů 57 %. Kolem 40 % obyvatel však o této skutečnosti není přesvědčeno.

Z 12 starostů a místostarostů je pouze 7 jednoznačně přesvědčeno o dostatečné propagaci mikroregionu jako celku. Obce nejčastěji zajišťují propagaci prostřednictvím tisku, webových stránek jednotlivých obcí a mikroregionu Hustopečsko, sociálních sítí, propagačních materiálů, obecních vývěsek, TIC, kabelové televize, plakátů a regionálních deníků. Silnou stránkou mikroregionu je provozování jednotného webu, avšak i zde jsou ještě značné rezervy, na kterých je třeba pracovat. Návštěvníci, turisté i zástupci veřejné správy spatřují problém zejména v nedostatečné propagaci mikroregionu „navenek“, což představuje jednoznačně slabou stránku. Do budoucna je třeba zajistit komplexní přístup k marketingu, který zatím chybí. Často byla zmiňována i absence akcí, které by pořádal mikroregion jako celek. V neposlední řadě je důležité zejména zintenzivnění propagační činnosti na všech úrovních (lokální, celorepublikové a v přilehlých oblastech Rakouska a Slovenska).

Návštěvníci nejčastěji navštěvují Hustopeče, Šakvice, Velké Pavlovice, Zaječí a Strachotín. Jednoznačně nejnavštěvovanější akcí jsou Burčákové slavnosti (a to z pohledu turistů i rezidentů). Oblibě se těší taktéž Vinobraní ve Velkých Pavlovicích a otevřené sklepy v nejrůznějších obcích. Místní obyvatelé navštěvují zejména hody, vinobraní, Slavnosti mandloní a vína v Hustopečích a Oslavu svatomartinských vín a husí v Hustopečích.

Z hlediska komunikačních kanálů jsou u obou diskutovaných skupin na prvním místě informace od známých a následně internet a sociální sítě. Alarmující je, že žádný z respondentů nevedl cestovní kanceláře, což představuje jednu ze slabých stránek mikroregionu.

Často byla taktéž zmiňována absence turistického vyžití mimo „velké akce“ a během pracovního týdne. Jestliže sem přijedou turisté na celý týden, očekávají možnosti pro trávení volného času i po-čt, nikoli pouze o víkendu. V tomto ohledu je třeba vytvořit nové možnosti cestovního ruchu i mimo konání akcí jako jsou Burčákové slavnosti, vinobraní či hody (viz kapitola „Návrhy a doporučení“). Mezi příležitostmi patří zejména podpora regionálních produktů, vznik regionální značky (ta v mikroregionu jednoznačně chybí) a s tím související využití obchodních aktivit místních podnikatelů na podporu propagace regionu. V tomto směru je potřeba zohlednit také nabídku nových produktů (např. místní tradice, gastronomie, hipoturistika, vyšší zacílení na děti a seniory), a to zejména v zimním období. Starostové obcí také vidí jako důležitý krok větší zapojení

soukromého sektoru a místních organizací do cestovního ruchu. V případě, že nedojde ke zlepšení v této oblasti, hrozí odliv turistů do okolních atraktivnějších obcí, které nepodceňují význam rozšiřování a zvyšování kvality služeb.

Mezi další příležitosti lze zařadit vytvoření naučné stezky bratří Mrštíků, poutní turistiku či vytvoření programových balíčků a atraktivit zacílených na seniory, mladé páry, rodiny s dětmi apod.

Na základě identifikačních otázek bylo zjištěno, že nejvíce respondentů přijelo z Jihomoravského kraje, Libereckého kraje a Hlavního města Prahy, a to většinou v doprovodu přátel či partnera/partnerky. U obou skupin respondentů bylo 49 % mužů a 51 % žen. V rámci věkové struktury návštěvníků bylo nejvíce respondentů mladších 25 let (33 %). Ostatní skupiny byly relativně vyrovnány. U místních obyvatel byl podíl osob do 25 let významnější (62 %). U obou diskutovaných skupin se nejčastěji jednalo o lidi s vysokoškolským vzděláním či středoškolským s maturitou.

Pozitivním jevem je, že 98 % respondentů uvedlo, že by se do mikroregionu Hustopečsko rádo vrátilo.

5.8 Návrhy a doporučení

Kapitola Návrhy a doporučení reflektuje názory a připomínky respondentů dotazníkového šetření, ankety, výsledky výše zmíněné SWOT analýzy a vlastní postřehy a znalosti o mikroregionu Hustopečsko, na základě kterých jsou navržena doporučení, která by dle mého názoru mohla vést k dalšímu rozvoji cestovního ruchu v diskutované oblasti. Konkrétně se jedná o následující návrhy a doporučení.

Dopravní dostupnost

Výhodná geografická poloha a dopravní dostupnost autem představují silné stránky mikroregionu. Alarmující je však stav vlakové a autobusové dopravy, které naopak symbolizují stránku slabou. Bez vyřešení tohoto problému nemůže dojít k dalšímu rozvoji cestovního ruchu. V první řadě je třeba posílit počet a frekvenci spojů mezi jednotlivými obcemi, a to především v době konání významnějších akcí. Další problém představuje absence přímého spojení z Hustopečí do Brna a Břeclavi. Mohlo by se zdát, že se jedná o záležitost zmíněného města, avšak pokud vezmeme v úvahu skutečnost, že Hustopeče reprezentují jádrové město mikroregionu, které je pro značnou část obyvatel i návštěvníků

(především těch, jenž cestují z Brna) „přestupní stanicí“, týká se tento problém celého mikroregionu. Jako příležitost se jeví elektrifikace trati Hustopeče-Šakvice, o které se v současné době jedná. Tím by došlo k zavedení přímého vlakového spojení mezi Brnem, Hustopečemi a Břeclaví. V neposlední řadě by bylo ke zvážení opětovné zavedení (alespoň minimálního počtu) přímých autobusových spojů z Brna do Hustopečí (s využitím dálnice D2), které byly zrušeny v souvislosti s přechodem na IDS JMK.

Lepší propagace a podpora místních podnikatelů a jejich produktů

Jak již bylo zmíněno, v mikroregionu se nachází tři turistická informační centra, a to v Hustopečích, Zaječí a Velkých Pavlovicích. Z průzkumu však vyplývá, že mezi hojně navštěvované obce patří kupříkladu i Šakvice, Strachotín či Bořetice. Je na zvážení, zda by nebylo vhodné zřízení menších poboček TIC (minimálně v době konání významnějších akcí) či tzv. infokiosků, které se v současné době nacházejí pouze v Hustopečích. Vedle toho v mikroregionu naprosto absentují již běžně používané QR kódy, z nichž by si mohli návštěvníci načíst bližší informace o jednotlivých obcích, památkách či nejrůznějších zajímavostech. S tím souvisí i vytvoření aplikace pro chytré telefony, prostřednictvím které by mohl mikroregion oslovovat návštěvníky i místní obyvatele a zprostředkovávat jim informace o atraktivitách, aktualitách a nadcházejících událostech mikroregionu.

Problematická je rovněž propagace mikroregionu za jeho hranicemi. Vhodným řešením by bylo umístění billboardů mimo mikroregion s logem a mottem „Mikroregion Hustopečsko – srdce Jižní Moravy“. Jak již bylo zmíněno z hlediska výstav a veletrhů (např. Regiontour), mikroregion Hustopečsko nevystupuje jako samostatný subjekt (zejména kvůli finanční náročnosti), ale jako součást Jihomoravského kraje. Zahraničních veletrhů se dokonce neúčastní vůbec. Jestliže vezmeme v potaz velikost a potenciál mikroregionu Hustopečsko, není rozumné přemrštěné vynakládání finančních prostředků na propagaci v rámci zahraničních veletrhů, avšak oslovit turisty např. z pohraničních oblastí Slovenska či Rakouska by mohlo být přínosné.

Mikroregion sice disponuje jednotnými webovými stránkami, avšak mají své rezervy. Některé odkazy nefungují, případně neobsahují žádné informace (např. záložka „služby“ či „mapy turistických informací“). Dále by bylo třeba zapracovat na celkovém designu a architektuře stránek. Přehledně je zpracována úvodní strana, ale pokud návštěvník rozklikne jednotlivé odkazy, nalezne, dle mého názoru, neatraktivní seznamy, které mají několik úrovní. Mnohem efektivnější by v některých případech bylo vytvoření přehledné

interaktivní mapy, kde by si návštěvník našel daný objekt a po kliknutí na něj byl přesměrován na konkrétní webové stránky (např. sportovní, ubytovací a stravovací zařízení). Stejně tak v případě přírodních a kulturních atraktivit. Zde by postačila neinteraktivní mapa, kupříkladu v programu GIS. Kalendář kulturních akcí je aktualizován pravidelně. Zlepšením v této oblasti by mohly být odkazy na události vytvořené na sociálních sítích (především Facebooku), kde bývá poskytováno nejvíce aktuálních informací. Jako negativní vidím absenci informací o geocachingu a winecachingu v mikroregionu Hustopečsko.

Velkou rezervu má mikroregion v otázce regionálních produktů. Tuto skutečnost vnímají i návštěvníci a rezidenti. Ve svých odpovědích zmiňovali požadavek na více prodejních míst regionálních produktů a suvenýrů. Obecně je třeba zajistit větší propagaci a podporu regionálních produktů, jako jsou regionální gastronomie (meruňky, výrobky z mandlí atd.) a tradiční řemesla (Borkovanské kraslice, keramika Šemorovi, tradiční kroje apod.). Ke zlepšení stávající situace by mohl vést vznik regionální značky, jelikož regionální produkty přispívají k propagaci mikroregionu Hustopečsko. Typickým příkladem je Hustopečská mandlovice, která je v současné době známa v nejrůznějších krajích České republiky. Z vlastních zkušeností pozoruji, že tímto způsobem dochází i ke zvýšení povědomí o celém mikroregionu. Při návštěvě nejrůznějších krajů je většinou mikroregion spojován právě s Burčákovými slavnostmi a v poslední době též se zmíněnými výrobky z mandlí. K tomu přispívá fakt, že Hustopečská mandlovice je nabízena i v restauracích a hospodách po celé České republice (celkem na 170 místech).

Stav a péče o kulturní památky a přírodní lokality

V souvislosti se stavem kulturních památek lze uvést zlepšení péče a obnovu drobných sakrálních památek (křížů, božích muk apod.), a to především mimo intravilán obcí. Důležité je taktéž okolní prostředí, tzn. upravenost a čistota přístupových cest a okolí (likvidace drobných černých skládek v blízkosti polních cest, pravidelný sběr odpadků apod.). K vytvoření příjemnějšího prostředí by mohlo sloužit i zatraktivnění parků pro veřejnost. Měl by se zde nacházet dostatek laviček a odpočinkových zón, ale třeba i jednoduché posilovací stroje, které se běžně objevují v zahraničí (např. Tenerife) a oblíbě se začínají těšit i v České republice (např. Brno - Lužánky, Luhačovice – Pozlovice, Olomouc - Povel či Pohořelice).

Jak bylo nastíněno výše, v mikroregionu se nachází dva přírodní amfiteátry, a to ve Starovicích a v Hustopečích. Zatímco obec Starovice plně využívá jeho potenciálu a zejména v letních měsících se zde koná řada akcí, město Hustopeče nikoli. V Hustopečích se jedná o rozsáhlou plochu, která je zasazena do příjemného prostředí lesa, kde je vybudováno i zázemí pro pořádání kulturních akcí v podobě stálého pódia. Došlo zde k revitalizaci, která byla částečně financována z prostředků Evropské unie, avšak ke zvýšení počtu pořádaných akcí zatím nedošlo. Jedná se o krásné prostředí, kde by, mimo jiné, mohl probíhat např. Divadelní festival Pod širým nebem a spousta dalších rozličných akcí.

Kulturní vyžití mimo „velké akce“ a společné akce v rámci celého mikroregionu

Řada respondentů není spokojena s nabídkou kulturního vyžití mimo stěžejní a hojně navštěvované akce. Další slabinou je nabídka volnočasových aktivit pro návštěvníky během pracovního týdne. Kupříkladu v létě probíhají v Hustopečích Otevřené sklepy. Každý den od 1. 7. do 31. 8. jsou otevřeny jeden či dva sklepy pro veřejnost, avšak doba je stanovená od 18.00 do 21.00. Jedná se o nevhodně zvolené časové rozmezí, jelikož v této době jsou většinou podávány večeře. Reálně potom dochází k situaci, kdy vinaři mají do 20.00 prázdné sklepy a následně přicházejí návštěvníci hodinu před ukončením této akce. Řešením by bylo posunutí této doby např. od 20.00 do 23.00 (aby byla zachována návaznost na poslední noční spoje).

Mikroregion Hustopečsko má velký potenciál z hlediska kulturních akcí. Mimo jejich konání je však nabídka cestovního ruchu slabší. Řešením by bylo vytvoření stabilních atraktivit, které by mohly mít spojitost kupříkladu s historií mikroregionu. Příkladem dobré praxe je Stezka bosou nohou v nedalekých Valticích. Jedná se o zajímavý koncept, ke kterému není třeba žádných větších přírodních či kulturních předpokladů. Dalším příkladem je městská hra Stínadla, která probíhala v Brně. Mikroregion by mohl vytvořit kupříkladu obdobnou hru, jež by byla zaměřena na významné osobnosti (T. G. Masaryk, Jan Herben či bratři Mrštíci) nebo na historii vinařství. Prostřednictvím plnění úkolů a hledání jednotlivých stanovišť by návštěvníci byli provedeni zajímavými místy v rámci jednotlivých obcí celého mikroregionu. Další aktivitou s vysokým potenciálem je winecaching. Veřejná správa by měla v rámci cestovního ruchu více komunikovat s místními podnikateli, zejména vinaři a podporovat tento zajímavý koncept. Především by měl být propagován na jednotných webových stránkách mikroregionu. V mikroregionu

rovněž chybí jakákoli forma gastronomické turistiky, mimo již zmíněná speciální mandlová a svatomartinská menu.

Je třeba propagovat mikroregion jako celek, nikoli jednotlivé obce či vinařství. Částečná spolupráce je patrná například v souvislosti s konáním Expedice krajem André a obdobných akcí spojených s cykloturistikou. Mikroregion by měl iniciovat více společných akcí. Jedním z možných návrhů je „Gulášfest mikroregionu Hustopečsko“, kde by mezi sebou soutěžili zástupci jednotlivých obcí, a to v rovině nejlepšího pokrmu, případně i nejoriginálnějšího stánku. Možností je však nespočet.

Tvorba balíčků a zacílení cestovního ruchu

Je třeba podporovat netradiční a zajímavé akce a více zaměřit cestovní ruch na děti a seniory. Jak je patrné z dotazníkového šetření, hlavním účelem návštěvy mikroregionu je vinařská turistika. V této souvislosti chybí programy pro děti (např. animační programy), případně možnost hlídání či dětských koutků. Z hlediska seniorů by měla být zvýšena nabídka zdravotních a odpočinkových pobytů či wellness. Další možnostmi jsou také fakultativní pobyty pro celou rodinu či zážitkové výlety.

Vhodným nástrojem je vypracování a nabízení turistických balíčků, které by mohly být zacíleny kupříkladu na přírodní atraktivitu, poutní turistiku či vinařství. Uvedené balíčky by byly zaměřeny na různé cílové skupiny. Mohly by provádět návštěvníky zajímavými místy mikroregionu, se zakončením např. formou posezení s živou hudbou v ubytovacím zařízení.

Cyklostezky a místní orientační značení

V určitém ohledu je nutno zaměřit pozornost taktéž na cyklostezky, a to zejména v rovině bezpečnosti a jejich dobudování. Mělo by dojít k vyšší propojenosti a kooperaci jednotlivých obcí, ale i mezi veřejným a soukromým sektorem (resp. vinaři). Další možnostmi je systém sdílených jízdních kol, který by fungoval na principu „na jednom místě si půjčíš, na jiném vrátíš“. Do tohoto konceptu by však měly být zapojeny všechny obce napojené na cyklostezky. V rámci zvyšování kvality cyklostezek je nezbytné vybudovat odpočinková místa a sociální zařízení, včetně přístupu k pitné vodě.

Návštěvníci i místní obyvatelé poukazovali na nedostatečné značení, a to jak v rámci pořádaných akcí, turisticky atraktivních míst, silnic, tak cyklostezek. Tento problém je v kompetenci veřejné správy, která by se jím měla zabývat.

6 Závěr a diskuze

Předkládaná diplomová práce se věnuje cestovnímu ruchu v mikroregionu Hustopečsko. Jejím hlavním cílem je analyzovat současnou situaci a identifikovat potenciál dalšího možného rozvoje zkoumané oblasti. K naplnění stěžejního cíle vedlo několik dílčích kroků (resp. dílčích cílů). V první řadě bylo nezbytné seznámení se s problematikou cestovního ruchu v teoretické rovině a následně aplikace zmíněných poznatků na diskutovanou lokalitu.

Rešeršní část zahrnuje obecné vymezení cestovního ruchu, včetně jeho specifík, udržitelnosti, pozitivních a negativních dopadů na daný region. Nezbytné je i zasazení do kontextu politiky cestovního ruchu, a to především na národní a nadnárodní úrovni. S tím úzce souvisí i vymezení pojmů NUTS, mikroregion, destinace, turistický region a euroregion. Vedle toho zmiňuje teoretická část i nejrůznější metodiky hodnocení rekreačního potenciálu, dotazníkové šetření (včetně zahraničních zkušeností), destinační management a destinační marketing.

Na rešerši literatury navazuje praktická část diplomové práce, ve které jsou některé jevy pro větší přehlednost zpracovány do mapových výstupů. Nezbytnou součástí k pochopení veškerých souvislostí představuje uvedení základních přírodních charakteristik a stručné nastínění historie mikroregionu, a to zejména vinařství, které determinuje celkový ráz diskutované lokality. Taktéž jsou zde rozebrány lokalizační a realizační faktory, jež do jisté míry předurčují zaměření cestovního ruchu. Z lokalizačních faktorů jsou blíže specifikovány památky, atraktivity a společenské akce, které jsou buď hojně navštěvovány, anebo mají z jiného důvodu významnější vliv na cestovní ruch zkoumané oblasti. V mikroregionu se nenachází žádná kulturně-historická památka, jež by měla mezinárodní, nadnárodní či národní význam, avšak v jednotlivých obcích probíhá velké množství kulturních a společenských akcí. Z realizačních faktorů, které jsou nezbytnou podmínkou pro realizaci turismu, je zmíněna doprava a materiálně-technická základna, tedy ubytovací a stravovací zařízení. V této souvislosti se jeví jako problémová zejména autobusová a železniční doprava. Především je nutno řešit absenci přímého propojení Brna, Hustopečí a Břeclavi a rovněž zaměřit pozornost na počet a frekvenci spojů mezi jednotlivými obcemi.

Jelikož existence turistických atraktivit a patřičné infrastruktury sama o sobě nezajistí jejich návštěvnost, je třeba vhodné nastavení a využívání marketingových nástrojů a koordinace veškerých aktivit. K tomuto účelu slouží destinační management a marketing, který je taktéž diskutován. Pozornost je věnována zejména jednotlivým formám propagace, konkrétně turistickým informačním centrům, televizi, místnímu rozhlasu, tisku, webovým stránkám apod. Alarmující problém představují regionální produkty, jež v mikroregionu sice existují, ale jejich podpora a propagace je zcela nedostatečná. Chybí zde prvek principu partnerství mezi veřejnou správou a místními podnikateli. Odstranění této bariéry by mohlo vést ke vzniku regionální značky, a s tím souvisejícímu rozvoji propagace a cestovního ruchu jako takového.

Nedostatečná spolupráce jednotlivých aktérů cestovního ruchu může vést i k závažnějším problémům a dokonce vygradovat až v útlum turismu v diskutované oblasti. Typickým příkladem je aktuální situace ve městě Hustopeče. Menší vinaři se v současnosti setkali na posledních několika akcích s problémy v souvislosti s relativně vysokými pokutami od živnostenského a stavebního úřadu. Smyslem této závěrečné práce není nabádat k podpoře či tolerování nelegálního jednání, avšak poukázat na důležitost partnerství mezi soukromým a veřejným sektorem a případnou iniciaci změny stávající legislativy. Konkrétně se jedná o změny v zákoně č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství, ve znění pozdějších předpisů (dále též „vinařský zákon“), který je v současné době ve stádiu novelizace. Veřejná správa města Hustopeče se nakonec k této situaci postavila adekvátně a apelovala na příslušné legislativní orgány státu předložením tzv. „Hustopečské výzvy“, v níž žádá zákonodárce, aby zapracovali podmínky pro důstojnou existenci „malovinařů“ a rovněž upozorňuje na jejich postavení, jakožto neodmyslitelného prvku, který vytváří jedinečný charakter kulturního života a krajiny na Jižní Moravě. Předmětem žádosti je zejména povolení pěstovat hrozny do 0,5 ha rozlohy vinohradu a následná výroba a drobný prodej vína do 2 000 litrů za zjednodušených podmínek a bez zbytečné administrativní zátěže (hustopece-city.cz). Město taktéž poukazuje na fakt, že systém „malovinaře“ je součástí vinohradnického zákona jak v sousedním Rakousku, tak v Německu. Tento problém by mohl být pro „malovinaře“, a tím pádem i pro cestovní ruch, likvidační. Nebylo by správné obhajovat nelegální jednání, avšak jedná se o podobnou situaci jako v případě vinařské cykloturistiky. Při jízdě na kole je nulová tolerance alkoholu v krvi, avšak v souvislosti s cestovním ruchem je to „tolerováno“. Nastíněná situace není příliš odlišná. Ve chvíli, kdy nedojde ke změně legislativy

a „malovinaři“ budou tímto způsobem kontrolováni, dojde k situaci, že budou mít obavy otevírat své sklepy návštěvníkům v době konání kulturních a sportovních akcí, což by znamenalo výraznou bariéru rozvoje cestovního ruchu a vzhledem ke skutečnosti, že hlavním cílem návštěvy mikroregionu Hustopečsko je právě vinařská turistika, dokonce by mohlo dojít k jeho značnému útlumu.

Součástí diplomové práce je i dotazníkové šetření, kterého se zúčastnilo celkem 217 respondentů. Dotazník byl následně na základě filtrační otázky rozdělen a vyhodnocován zvlášť pro návštěvníky (119 respondentů) a zvlášť pro místní obyvatele (98 respondentů).

V průběhu března až května 2016 byla provedena anketa se zástupci jednotlivých obcí mikroregionu Hustopečsko (celkem se podařilo získat 12 odpovědí). Zmíněná primární data doplněná o vlastní poznatky, znalosti o mikroregionu Hustopečsko a neformální rozhovory s místními obyvateli, podnikateli i veřejnou správou byla následně využita jako podklad pro vypracování SWOT analýzy.

V závěru diplomové práce jsou nastíněny návrhy a doporučení reflektující aktuální stav cestovního ruchu v dané oblasti a jeho vnímání všemi zainteresovanými subjekty (tedy rezidenty, návštěvníky a veřejnou správou). Kapitola se zaměřuje na dopravní dostupnost, propagaci, podporu místních podnikatelů a jejich produktů, stav a péči o kulturní památky a přírodní lokality, kulturní vyžití mimo „velké akce“, společné akce v rámci celého mikroregionu, tvorbu turistických balíčků pro návštěvníky, zacílení cestovního ruchu, cyklostezky a místní orientační značení.

Rozvoj cestovního ruchu je „běh na dlouhou trať“ a jeho úspěšnost, či naopak neúspěšnost závisí nejen na schopnosti reflektovat aktuální trendy a zavádět inovace, ale vždy musí být založen na principu partnerství a kooperaci, a to v rovině místních obyvatel, soukromého sektoru i veřejné správy. Je třeba si uvědomit, že se nejedná o konkurenty, ale partnery, jelikož rozvoj cestovního ruchu přináší benefity všem zmíněným skupinám a je tedy v zájmu všech zainteresovaných subjektů.

Seznam použitých zkratk

AOPK – Agentura ochrany přírody a krajiny

AIEST - Mezinárodního sdružení vědeckých pracovníků cestovního ruchu

ATIC – Asociace turistických center

ATUR – Asociace turistických regionů

BIO – Certifikované označení pro produkty ekologického zemědělství

CCRJM - Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava

CR – Cestovní ruch

CzechTourism – Česká centrála cestovního ruchu

ČR – Česká republika

ČSÚ – Český statistický úřad

DIBAVOD – Digitální báze vodohospodářských dat

DH – Dechová hudba

DSO – Dobrovolný svazek obcí

EU – Evropská unie

EUR – Euro

GIS – Geografický informační systém

HTV – Hustopečská televize

IDS JMK – Integrovaný dopravní systém Jihomoravského kraje

JMK – Jihomoravský kraj

KČT – Klub českých turistů

MAS – Místní akční skupina

MěÚ – Městský úřad

MMR – Ministerstvo pro místní rozvoj

NUTS - Nomenklatura územních statistických jednotek

NS – Naučná stezka

OCR – Organizace cestovního ruchu

OP – Operační program

SO ORP – Správní obvod obce s rozšířenou působností

TIC – Turistické informační centrum

TUR – Trvale udržitelný rozvoj

UNWTO - Světová organizace cestovního ruchu

VD – Vodní dílo

Seznam obrázků

Obr. 1 Vymezení mikroregionu Hustopečsko (zdroj: ArcCR 500; vlastní zpracování).....	37
Obr. 2 Jednotlivé obce mikroregionu Hustopečsko (zdroj: ArcCR 500; vlastní zpracování)	40
Obr. 3 Vodní toky a vodní plochy v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: DIBAVOD; vlastní zpracování)	51
Obr. 4 Chráněná území v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: ArcCR 500; vlastní zpracování)	53
Obr. 5 Kulturní zařízení v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: webové stránky obcí; vlastní zpracování)	58
Obr. 6 Sportovní zařízení v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: webové stránky obcí; vlastní zpracování)	62
Obr. 7 Přehled dopravní infrastruktury v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: ArcCR; vlastní zpracování)	65
Obr. 8 Kartodiagram počtu ubytovacích zařízení v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: webové stránky obcí; vlastní zpracování)	69
Obr. 9 Kartodiagram počtu ubytovacích zařízení v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: webové stránky obcí; vlastní zpracování)	70
Obr. 10 Značení cyklostezek (zdroj: Klub českých turistů).....	110
Obr. 11 Značení cykloturistických tras (zdroj: Klub českých turistů).....	110
Obr. 12 Mapa Moravských vinařských stezek (zdroj: Greenways)	111
Obr. 13 Značka Cyklisté vítáni (zdroj: Greenways).....	111
Obr. 14 Schéma vazeb mezi konkurenceschopností, navrženými prioritami a opatřeními Koncepce a faktory (zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj)	111
Obr. 15 Turistické regiony České republiky (zdroj: CzechTourism)	112
Obr. 16 Turistické oblasti České republiky (zdroj: CzechTourism).....	112
Obr. 17 Ďůrkobraní v Šakvicích 2015 (zdroj: vlastní)	125
Obr. 18 Ďůrkobraní v Šakvicích 2015 (zdroj: vlastní)	125
Obr. 19 Hody v Hustopečích 2015 (zdroj: vlastní).....	125
Obr. 20 Větrný mlýn v Kloboukách u Brna (zdroj: vlastní)	125

Obr. 21 Hustopečské skákání 2016 (zdroj: vlastní).....	126
Obr. 22 Renesanční kamenná kašna s Tritonem v Hustopečích (zdroj: vlastní).....	126
Obr. 23 Kaple sv. Rocha v Hustopečích (zdroj: vlastní)	126
Obr. 24 Kostel sv. Václava a sv. Anežky České v Hustopečích (zdroj: vlastní).....	126
Obr. 25 Kostel sv. Jana Křtitele v Kurdějově (zdroj: vlastní).....	127
Obr. 26 Novorenesanční radnice na Dukelském náměstí v Hustopečích (zdroj: vlastní) .	127
Obr. 27 Svobodná republika Kraví hora (zdroj: vlastní)	127
Obr. 28 Svobodná republika Kraví hora (zdroj: vlastní)	127
Obr. 29 Mandloňové sady v Hustopečích (zdroj: vlastní)	128
Obr. 30 Z dřurky do dřurky v Šakvicích 2015 (zdroj: vlastní).....	128
Obr. 31 Slavnosti mandloní a vína v Hustopečích 2016 (zdroj: vlastní).....	128
Obr. 32 Stálá vinařská expozice v Hustopečích (zdroj: vlastní)	128
Obr. 33 Tank T 34 ve Starovičkách (zdroj: vlastní)	128
Obr. 34 Památník bratří Mrštíků v Divákách (zdroj: vlastní)	128
Obr. 35 Sousoší sv. Cyrila a Metoděje v Borkovanech (zdroj: vlastní)	129
Obr. 36 Burčákové slavnosti v Hustopečích 2015 (zdroj: vlastní).....	129
Obr. 37 Vyhodnocení otázky č. 1 – návštěvníci (zdroj dat: dotazníkové šetření; vlastní zpracování)	135
Obr. 38 Vyhodnocení otázky č. 15 – návštěvníci a místní obyvatelé (zdroj dat: dotazníkové šetření; vlastní zpracování).....	135
Obr. 39 Vyhodnocení otázky č. 12 – návštěvníci (zdroj dat: dotazníkové šetření; vlastní zpracování)	136
Obr. 40 Vyhodnocení otázky č. 12 – místní obyvatelé (zdroj dat: dotazníkové šetření; vlastní zpracování)	136
Obr. 41 Vyhodnocení otázky č. 13 – návštěvníci (zdroj dat: dotazníkové šetření; vlastní zpracování)	137
Obr. 42 Vyhodnocení otázky č. 13 – místní obyvatelé (zdroj dat: dotazníkové šetření; vlastní zpracování)	137
Obr. 43 Vyhodnocení otázky č. 19 – návštěvníci (zdroj dat: dotazníkové šetření; vlastní zpracování)	138

Obr. 44 Vyhodnocení otázky č. 21 – návštěvníci a místní obyvatelé (zdroj dat: dotazníkové šetření; vlastní zpracování)	138
Obr. 45 Vyhodnocení otázky č. 22 – návštěvníci a místní obyvatelé (zdroj dat: dotazníkové šetření; vlastní zpracování)	139
Obr. 46 Vyhodnocení otázky č. 23 – návštěvníci a místní obyvatelé (zdroj dat: dotazníkové šetření; vlastní zpracování)	139

Seznam tabulek

Tab. 1 Základní údaje o mikroregionu Hustopečsko (zdroj ČSÚ; vlastní zpracování).....	113
Tab. 2 Počet obyvatel a hustota zalidnění v mikroregionu Hustopečsko (zdroj: ČSÚ; vlastní zpracování)	113
Tab. 3 Maloplošná ZCHÚ v mikroregionu Hustopečsko (zdroj: AOPK; vlastní zpracování)	114
Tab. 4 Soustava Natura 2000 v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: AOPK; vlastní zpracování)	115
Tab. 5 Ubytovací zařízení v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: webové stránky jednotlivých obcí; vlastní zpracování)	116
Tab. 6 Stravovací zařízení v mikroregionu Hustopečsko (zdroj dat: webové stránky jednotlivých obcí; vlastní zpracování)	121

7 Seznam použité literatury a zdrojů

Literární zdroje:

- ANDERSON, Donald. *Destination management*. In JAFARI, Jafar. *Encyclopedia of tourism*. Abingdon/New York: Routledge, 2000, 146 s. ISBN 0-415-30890-9.
- BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Mag Consulting, 2013, 295 s. ISBN 978-80-86724-46-1.
- FORET, Miroslav. *Marketingová komunikace*. 3. aktualiz. vyd. Brno: Computer Press, 2011, 486 s. ISBN 978-80-251-3432-0.
- FORET, Miroslav. *Marketingový průzkum: poznáváme svoje zákazníky*. 2. aktualiz. vyd. Brno: BizBooks, 2012, 116 s. ISBN 978-80-265-0038-4.
- FORET, Miroslav a kol. *Cestovní ruch v regionálním rozvoji: Tourism in regional development*. I. 1. vyd. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2013. 140 s. ISBN 978-80-7375-739-7.
- FRANCOVÁ, Eva. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003, 119 s. ISBN 80-244-0719-1.
- FRANKE, Antonín a kol. *Zmírňování regionálních disparit prostřednictvím rozvoje cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012, 301 s. ISBN 978-80-7357-718-6.
- GOELDNER, Charles; RITCHIE, J.R. *Cestovní ruch. Principy, příklady, trendy*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2014, 545 s. ISBN 978-80-265-0298-2.
- HESKOVÁ, Marie a kol. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006, 223 s. ISBN 80-7168-948-3.
- HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Disertační práce. Brno: ESF MU, 2010, 135 s.
- HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012. ISBN 978-80-210-5847-7.
- INDROVÁ, Jarmila a kol. *Cestovní ruch: (základy)*. 2. vyd. Praha: Oeconomica, 2009, 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.
- KOSTKOVÁ, Miroslava. *Cestovní ruch: pro prezenční formu studia*. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2013, 128 s. ISBN 978-80-7248-834-6.

- LÁZNIČKA, Zdeněk; UNGER, Josef; HOSÁK, Ladislav; ZEMEK, Metoděj; ZIMÍKOVÁ, Alena; TRAP, Miloš; BARTOŠ, Josef; PROCHÁZKA, František. *Hustopeče*. 1. vyd. Brno: Muzejní spolek v Brně, 1972, 224 s.
- JAN, Libor; NEZHODOVÁ, Soňa a kol. *Hustopeče - Město uprostřed jihomoravských vinic*. 1. vyd. Hustopeče: Město Hustopeče, 2010, 775 s. ISBN: 978-80-254-8243-8.
- PALATKOVÁ, Monika; ZICHOVÁ, Jitka. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2. vyd. Praha: Grada, 2014, 262 s. ISBN 978-80-247-3643-3.
- PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 207 s. ISBN 978-80-247-3749-2.
- PÁSKOVÁ, Martina; ZELENKA, Josef. *Cestovního ruchu: Výkladový slovník*. 2. vyd. Praha: Linde, 2012. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.
- PLZÁKOVÁ, Lucie; STUDNIČKA, Petr. *Řízení cestovního ruchu v České republice - minulost, současnost, budoucnost*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2014, 204 s. ISBN 978-80-7478-593-1.
- RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 2. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009, 210 s. ISBN 978-80-7418-028-6.
- RYGLOVÁ, Kateřina; BURIAN, Michal; VAJČNEROVÁ, Ida. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- SCHNEIDER, Jiří; FIALOVÁ, Jitka; VYSKOT, Ilja. *Krajinná rekreologie II*. 1. vyd. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 2009, 132 s. ISBN 978-80-7375-357-3.
- SRB, Jan. *Řízení a organizace cestovního ruchu v turistické destinaci*. In SRB, Jan; ZELENKA, Josef; PÁSKOVÁ, Martina: *Řízení turistické destinace a trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu – modelová situace Český ráj*. Praha: MMR, 2003, 71 s.
- ŠŤASTNÁ, Milada; VAISHAR, Antonín; VAVROUCHOVÁ, Hana; ŠEVELOVÁ, Miloslava; DOSKOČILOVÁ, Veronika; LINCOVÁ, Helena; STONAWSKÁ, Kateřina; THONNOVÁ, Pavlína; VASYLCHENKO, Alona. *Cestovní ruch jako*

alterativní odvětví pro rozvoj jihomoravského venkova?. 1. vyd. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2015, 161 stran. ISBN 978-80-7509-316-5.

- TITTELBACHOVÁ, Šárka. *Turismus a veřejná správa: průniky, dysfunkce, problémy, šance, státní politika turismu České republiky, systémový přístup k řešení problémů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 196 s. ISBN 978-80-247-3842-0.
- TRÁVNÍČEK, Jan; TROJAN Jakub. *Cestovní ruch a udržitelný rozvoj*. Brno: Vysoká škola obchodní a hotelová, 2012, 122 s. ISBN 978-80-87300-21-3.
- WAHLA, Arnošt. *Obecná geografie cestovního ruchu*. 2. vyd. Brno: Mendelova univerzita, 2011, 103 s. ISBN 978-80-7375-497-6.

Internetové zdroje:

- Agentura ochrany přírody a krajiny České Republiky [online]. © 2016 [cit. 2016-03-28]. *Územní ochrana*. Dostupné z: <<http://www.ochranaprirody.cz/uzemni-ochrana/>>
- Agentura CzechTourism [online]. © 2005-2016 [cit. 2016-01-04]. *Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku*. Dostupné z: <<http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>>
- Asociace turistických informačních center České republiky [online]. © 2012 [cit. 2016-01-14]. *O nás*. Dostupné z: <<http://www.aticcr.cz/o-nas/ds-1126/p1=2342>>
- Asociace turistických regionů České republiky [online]. © 2000-2016 [cit. 2016-01-18]. *Zaměření asociace turistických regionů České republiky*. Dostupné z: <<http://www.atur.cz>>
- Autocamp Free Star [online]. © 2015 [cit. 2016-02-08]. *Aktivity v kempu*. Dostupné z: <<http://freestar.cz/aktivity-v-kempu>>
- Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava [online]. © 2014 [cit. 2016-04-18]. *O centrále*. Dostupné z: <<http://www.ccrjm.cz/cz/o-centrale/zakladni-informace/>>
- CZ geocaching [online]. © 2016 [cit. 2016-01-14]. *Co je to geocaching?*. Dostupné z: <<http://kesky.cz/zaciname-s-geocachingem/co-je-to-geocaching/>>
- Evropské strukturální a investiční fondy [online]. © 2012 [cit. 2016-01-14]. *Fondy EU v ČR*. Dostupné z: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Dohoda-o-partnerstvi>>

- Festival otevřených sklepů [online]. © 2016 [cit. 2016-04-08]. *Budoucí festivaly*. Dostupné z: <<http://www.otevrenesklepy.cz/Budouci-festivaly.aspx>>
- GaREP [online]. © 1994-2012 [cit. 2016-01-02]. *Průmysl cestovního ruchu*. Dostupné z: <http://www.garep.cz/wp-content/uploads/2013/03/Prumysl_CR.pdf>
- Horní Bojanovice [online]. © 2016 [cit. 2016-02-08]. *Informace o obci*. Dostupné z: <<http://www.hornibojanovice.cz/informace-o-obci/>>
- Hustopeče [online]. © 2016 [cit. 2016-02-08]. *Aktuality*. Dostupné z: <<http://www.hustopece-city.cz/category/aktuality/>>
- Hustopeče – srdce vinic a mandloní [online]. © 2012 [cit. 2016-02-14]. *Zajímavosti*. Dostupné z: <<http://www.hustopece.cz/o-meste-zajimavosti>>
- Klub českých turistů [online]. © 2011-2016 [cit. 2016-01-08]. *Turistické značení KČT*. Dostupné z: <<http://www.kct.cz/cms/turisticke-znaceni-kct>>
- Kudy z nudy [online]. © 2015 [cit. 2016-04-08]. *Divadlo Boleradice - jediné kamenné vesnické divadlo v Česku*. Dostupné z: <<http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/divadlo-boleradice.aspx>>
- Mikroregion Hustopečsko [online]. © 2016 [cit. 2016-02-08]. *Orgány DSO*. Dostupné z: <<http://www.hustopecko.net/organy-dso/d-1054/p1=1091>>
- Mikroregion Hustopečsko [online]. © 2016 [cit. 2016-03-24]. *Atraktivita*. Dostupné z: <<http://mikroregion.wix.com/hustopecko#!about1/c1oyx>>
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. © 2012 [cit. 2016-01-08]. *Podpora regionů a cestovní ruch*. Dostupné z: <[http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-\(1\)](http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-(1))>
- Ministerstvo zemědělství [online]. © 2009-2015 [cit. 2016-01-18]. *Místní akční skupiny*. Dostupné z: <<http://eagri.cz/public/web/mze/venkov/mistni-akni-skupiny/>>
- Národní síť místních akčních skupin České republiky [online]. © 2016 [cit. 2016-01-18]. *Místní akční skupiny*. Dostupné z: <<http://nsmascr.cz/o-nas/mistni-akni-skupiny/>>
- Motonálet Nikolčice [online]. © 2014 [cit. 2016-04-14]. *Úvod*. Dostupné z: <<http://www.motonaletnikolcice.cz>>
- Nikolčice [online]. © 2016 [cit. 2016-02-04]. *Kultura v obci*. Dostupné z: <<http://nikolcice.cz/right/kultura/default.htm>>

- Obec Bořetice [online]. © 2016 [cit. 2016-02-12]. *O obci Bořetice*. Dostupné z: <<http://www.boretice.cz/vinarstvi-z-pohledu-regionu>>
- Obec Brumovice [online]. © 2016 [cit. 2016-02-14]. *Obec*. Dostupné z: <<http://www.brumovice.cz>>
- Obec Starovice [online]. © 2016 [cit. 2016-02-14]. *Recesistická akce válka s městem*. Dostupné z: <<http://www.starovice.cz/recesisticka-akce-valka-s-mestem>>
- Obec Šitbořice [online]. © 2009 [cit. 2016-02-14]. *Historie obce*. Dostupné z: <<http://www.sitborice.cz/o-obci/historie/historie-sitboric/>>
- Popice [online]. © 2016 [cit. 2016-02-10]. *Kulturní a sportovní akce 2016*. Dostupné z: <<http://www.obecpopice.eu/zivot/kalendar/#18462>>
- Pouzdrany [online]. © 2016 [cit. 2016-02-10]. *Historie*. Dostupné z: <<http://pouzdrany.cz/informace/historie.htm>>
- Regionální potravina [online]. © 2015 [cit. 2016-04-22]. *Oceněné regionální potraviny*. Dostupné z: <<http://www.regionalnipotravina.cz>>
- Starovičky [online]. © 2016 [cit. 2016-02-14]. *Obec Starovičky*. Dostupné z: <<http://www.starovicky.cz>>
- Strachotín [online]. © 2016 [cit. 2016-02-08]. *Vesnice roku*. Dostupné z: <<http://strachotin.cz/p/obec/vesnice.htm>>
- Svobodná spolková republika Kraví hora [online]. © 2013 [cit. 2016-02-14]. *O republice Kraví hora*. Dostupné z: <<http://www.boretice.cz/vinarstvi-z-pohledu-regionu>>
- TJ Sokol Němčičky [online]. © 2011 [cit. 2016-02-02]. *Lyžařský vlek*. Dostupné z: <<http://www.sportnemcicky.cz/content/lyzarsky-vlek>>
- Velké Pavlovice [online]. © 2008-2016 [cit. 2016-04-18]. *Meruňkobraní? Spousta dobrot i osvěta*. Dostupné z: <<http://www.velke-pavlovice.cz/article.asp?nDepartmentID=490&nArticleID=7287&nLanguageID=>>>
- Vinařství Nosreti [online]. © 2016 [cit. 2016-04-20]. *Infocentrum Zaječí*. Dostupné z: <<http://vinarstvinosreti.cz/o-nas/infocentrum/>>
- Vinařství u Kapličky [online]. © 2016 [cit. 2016-02-14]. *Vinařství u Kapličky*. Dostupné z: <<http://www.vinarstviukaplicky.cz>>
- Winecaching [online]. © 2009 [cit. 2016-01-14]. *Winecaching co to je?*. Dostupné z: <<http://www.winecaching.cz>>

- World tourism organization [online]. © 2015 [cit. 2016-01-02]. *Sustainable Development of Tourism*. Dostupné z: <<http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>>

Podklady pro tvorbu map (není přímo citováno v textu):

- Klobouky u Brna [online]. © 2010 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <<http://www.kloboukyubrna.eu>>
- Křepice [online]. © 2016 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <<http://www.krepice.cz>>
- Městys Boleradice [online]. © 2016 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <<http://www.boleradice.cz>>
- Městys Velké Němčice [online]. © 2016 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <<http://www.velkenemcice.cz>>
- Obec Borkovany [online]. © 2016 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <<http://www.borkovany.cz>>
- Obec Diváky [online]. © 2015 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <<http://www.divaky.cz>>
- Vinařská obec Kobylí [online]. © 2016 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <<http://www.kobyli.cz>>
- Obec Krumvíř [online]. © 2016 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <<http://www.krumvir.cz>>
- Obec Kurdějov [online]. © 2016 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <<http://www.obec-kurdejov.cz>>
- Obec Morkůvky [online]. © 2016 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <<http://www.morkuvky.cz>>
- Obec Němčičky [online]. © 2016 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <<http://nemcicky.cz>>
- Obec Šakvice [online]. © 2016 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <<http://www.sakvice.cz>>
- Obec Uherčice [online]. © 2006 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <<http://www.uhercice.cz>>
- Obec Vrbice [online]. © 2016 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <<http://www.vrbice.cz>>
- Obec Zaječí [online]. © 2016 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <<http://www.zajeci.cz>>

- Velké Hostěrádky [online]. © 2016 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <<http://www.velkehosteradky.cz>>

Dokumenty, propagační materiály, zákony:

- GALVASOVÁ, Iva a kol. *Strategie rozvoje mikroregionu Hustopečsko*. 2007. Dostupné z: <<http://www.hustopecko.net/dokumenty%2Dmikroregionu/ds-1001/p1=1048>>
- KOLEKTIV AUTORŮ. *Případová studie – hodnocení krajinného rázu Hustopečska*. 2007 a. Dostupné z: <http://www.uake.cz/vyukove_materialy/frvs2185/kapitoly_v_pdf/Pripadova_studie.pdf>
- KOLEKTIV AUTORŮ. *Mikroregion Hustopečsko – srdce Jižní Moravy: Prezentace obcí mikroregionu Hustopečsko*. 2007 b, 36 s. Propagační materiál.
- KOLEKTIV AUTORŮ. *Mikroregion Hustopečsko – srdce Jižní Moravy: Tradice a folklór mikroregionu Hustopečsko*. 2007 c, 36 s. Propagační materiál.
- KOLEKTIV AUTORŮ. *Mikroregion Hustopečsko – srdce Jižní Moravy: Příroda a chráněná území mikroregionu Hustopečsko*. 2007 d, 26 s. Propagační materiál.
- KOLEKTIV AUTORŮ. *Mikroregion Hustopečsko – srdce Jižní Moravy: Památky a církevní stavby mikroregionu Hustopečsko*. 2007 e, 36 s. Propagační materiál.
- KOLEKTIV AUTORŮ. *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu – strategický rozvoj destinace cestovního ruchu*. 2007 f, 87 s. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/c4a98c3d-762a-4c15-adf6-6f8ddc97d08e/GetFile6_3.pdf>
- KOLEKTIV AUTORŮ. *Územně analytické podklady SO ORP Hustopeče 2014*. 2014, 30 s. Dostupné z: <<http://www.hustopece-city.cz/uzemni-planovani/uzemne-analyticke-podklady/>>
- KOLEKTIV AUTORŮ. *Strategický plán rozvoje města Hustopeče*. 2009, 123 s. Dostupné z: <<http://www.hustopece-city.cz/uzemni-planovani/>>
- PÁLKA, Přemysl a kol. *Strategie komunitně vedeného místního rozvoje 2014-2020*. 2014, 113 s. Dostupné z: <<http://www.mmr.cz/getmedia/3d1b81d5-a4fb-405f-b6f5-15563fccc9dd/MAS-Hustopecko-Strategie-komunitne-vedeneho-mistniho-rozvoje.pdf?ext=.pdf>>
- VEJPUSTEK, Leoš a kol. *Strategie území správního obvodu ORP Hustopeče v oblasti předškolní výchovy a základního školství, sociálních služeb, odpadového*

hospodářství a cestovního ruchu v období 2015 – 2024. 2014, 268 s. Dostupné z: <http://www.hustopecko.net/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=500105&id_dokumenty=1383>

- Zákon č. 114/1992 Sb., o ochraně přírody a krajiny, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství, ve znění pozdějších předpisů.

Vědecké články a příspěvky ve sborníku:

- ALONSO, Abel Duarte; NORTHCOTE, Jeremy. *Small winegrowers' views on their relationship with local communities*. Journal of Wine Research [online]. 2008, 19(3), 143-158 [cit. 2016-04-22]. DOI: 10.1080/09571260902891035. ISSN 09571264. Dostupné z: <<http://ebSCO.com>>
- BATRA, Adasha. *An Exploratory Study on Specific Preferences and Characteristics of Wine Tourists*. Anatolia: An International Journal of Tourism [online]. 2008, 19(2), 271-286 [cit. 2016-04-20]. ISSN 13032917. Dostupné z: <<http://ebSCO.com>>
- BEGUM, Halima et al. *Tourist's perceptions towards the role of stakeholders in sustainable tourism*. Procedia - Social and Behavioral Sciences [online]. 2014, vol. 144, s. 313-321 [cit. 2015-04-17]. DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.07.301. Dostupné z: <<http://www.sciencedirect.com>>
- BÍNA, Jan. *Aktualizace potenciálu cestovního ruchu v České republice*. Urbanismus a územní rozvoj. 2010, 5(1), 20 s. [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <<http://www.uur.cz/images/uzemnirozvoj/cestovni ruch/potencialCR/PotencialCR-text.pdf>>
- BRATL, H; SCHMIDT, F. *Destination management*. Wien: Wirtschaftsministerium, ÖAR-Regionalberatung, GmbH, 1998, 13 s.
- Czech Business. *South Moravia region - strong and stable with great potential*. Czech Business [online]. 2012, (3/4), 30-33 [cit. 2016-02-11]. ISSN 12112208. Dostupné z: <<http://ebSCO.com>>
- DANILOSKA, Natasha; NAUMOVA-MIHAILOVSKA, Katerina. *Rural tourism and sustainable rural development*. Economic Development / Ekonomiski Razvoj [Online]. 2015, 17(3), 307 – 319 [cit. 2016-01-20]. ISSN 14097893. Dostupné z: <<http://ebSCO.com>>
- IONEL, Barbu. *Involvement of local public administration on the development of rural tourism*. Annals of the University of Oradea, Economic Science Series

[online]. 2014, 23(2), 145-153 [cit. 2016-04-22]. ISSN 15825450. Dostupné z: <<http://ebSCO.com>>

- KLAPKA, Pavel; NOVÁKOVÁ, Eva; FRANTÁL, Bohumil. *Metodologické přístupy k hodnocení potenciálu cestovního ruchu území*. Miscellanea geographica [online]. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2008. s. 169-174, 5 s. [cit. 2015-04-14]. ISSN 1213-7901. Dostupné z: <<http://cenars.upol.cz/wp-content/uploads/2013/02/klapka-novakova-frantal.pdf>>
- PECHLANER, Harald; TSCHURTSCHENTHALER, Paul. *Tourism Policy, tourism organisations and change management in Alpine regions and destinations: a European perspective*. Current Issues in Tourism [online]. 2003, 6(6), s. 508-539 [cit. 2016-04-22]. Dostupné z: <<https://www.researchgate.net>>
- SOLDIC FRLETA, Daniela. *Island Destinations' tourism offer-tourists' vs. residents' attitudes*. Tourism [online]. 2014, 20(1), 1-14 [cit. 2016-04-22]. ISSN 13307533. Dostupné z: <<http://ebSCO.com>>
- ŠPIČÁKOVÁ, Hana a kol. *Hipoturistika jako forma rekreace, lesní hospodářství, ochrana přírody a krajiny - fakta a střety: sborník referátů : 8. dubna 2009*. Společenské a vzdělávací centrum zámek Křtiny, ŠLP ML Křtiny MZLU v Brně. Praha: Česká lesnická společnost, 2009, 92 s. ISBN 978-80-02-02122-3.
- TEJ, Juraj; MATUSIKOVA, Daniela. *Carnival as a tourist product and its place in the local development*. Economic Annals-XXI [online]. 2015, (11/12), 114-116 [cit. 2016-04-20]. ISSN 17286220. Dostupné z: <<http://ebSCO.com>>

Seznam příloh

Příloha 1 Značení cyklotras a cykloturistických tras.....	110
Příloha 2 Greenways.....	111
Příloha 3 Státní politika cestovního ruchu v České republice.....	111
Příloha 4 Mapové podklady CzechTourism.....	112
Příloha 5 Základní údaje o mikroregionu Hustopečsko.....	113
Příloha 6 Přehled ubytovacích a stravovacích zařízení v mikroregionu Hustopečsko.....	116
Příloha 7 Fotodokumentace.....	125
Příloha 8 Dotazník pro návštěvníky a místní obyvatele.....	130
Příloha 9 Anketa pro zástupce vedení obcí.....	134
Příloha 10 Grafy k dotazníkovému šetření.....	135