

Komparácia českého a slovenského vinárskeho cestovného ruchu

Bakalárska práca

Vedúci práce:

doc. Ing. Helena Chládková, Ph.D.

Simona Margorínová

Brno 2016

Pod'akovanie

Touto cestou by som sa chcela pod'akovať doc. Ing. Helene Chládkovej, Ph.D. za cenné rady a odbornú pomoc pri písaní bakalárskej práce.

Takisto by som sa rada pod'akovala svojim rodičom za morálnu a finančnú podporu počas môjho štúdia na škole.

Veľké d'akujem patrí aj môjmu priateľovi Martinovi za trpezlivosť a psychickú podporu.

Čestné prehlásenie

Prehlasujem, že som túto prácu: **Komparácia českého a slovenského vinárskeho cestovného ruchu** vypracovala samostatne a všetky použité pramene a informácie sú uvedené v zozname použitej literatúry. Súhlasím, aby moja práca bola zverejnená v súlade s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách v znení neskorších predpisov a v súlade s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Som si vedomá, že sa na moju prácu vzťahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon a že Mendelova univerzita v Brne má právo na uzatvorenie licenčnej zmluvy a použitie tejto práce ako školského diela podľa § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Ďalej sa zaväzujem, že pred spísaním licenčnej zmluvy o využití diela inou osobou (subjektom) si vyžiadam písomné stanovisko univerzity o tom, že predmetná licenčná zmluva nie je v rozpore s oprávnenými záujmami univerzity a zaväzujem sa uhradiť prípadný príspevok na úhradu nákladov spojených so vznikom diela a to až do ich skutočnej výšky.

V Brne dňa 19. decembra 2016

Abstract

Margorínová, S. Comparison of the Czech and Slovak wine tourism. Bachelor thesis, Brno: Mendel University 2016.

Bachelor thesis deals with comparison of the Czech and Slovak wine tourism. There are defined important concepts related to tourism and its specifics. There are presented selected areas – south Moravia and Slovakia. There two areas are analyzed in terms of wine tourism and wine events. At the end are these parts compared with each other.

Keywords

Factors affecting tourism, forms of tourism, tourism, tourist, types of tourism, wine touring, wine tourism.

Abstrakt

Margorínová, S. Komparácia českého a slovenského vinárskeho cestovného ruchu. Bakalárska práca. Brno: Mendelova univerzita v Brne, 2016.

Bakalárska práca sa zaoberá komparáciou českého a slovenského vinárskeho cestovného ruchu. Vymedzuje dôležité pojmy súvisiace s cestovným ruchom a s jeho špecifikáciami. V rámci práce sú predstavené zvolené oblasti – južná Morava a Slovensko. Tieto dve oblasti sú analyzované z hľadiska vinárskej turistiky a vinárskych akcií a v závere sú porovnané.

Klíčové slová

Cestovný ruch, druhy cestovného ruchu, faktory ovplyvňujúce cestovný ruch, formy cestovného ruchu, turista, vinárska cykloturistika, vinársky cestovný ruch.

Obsah

1	Úvod	13
2	Cieľ práce	14
3	Prehľad literatúry	15
3.1	Cestovný ruch	15
3.1.1	Predpoklady a špecifika cestovného ruchu.....	17
3.1.2	Faktory ovplyvňujúce cestovný ruch	17
3.1.3	Formy a druhy cestovného ruchu.....	21
3.2	Špecifiká vinárskeho cestovného ruchu	24
3.3	Destinačný management a produkt destinácie	26
4	Metodika práce	29
5	Výsledky	30
5.1	Česká republika.....	30
5.2	Vinárska oblasť Južná Morava	31
5.2.1	Znojemská podoblasť	32
5.2.2	Mikulovská podoblasť	32
5.2.3	Veľkopavlovická podoblasť	33
5.2.4	Slovácka podoblasť.....	33
5.3	Vinársky cestovný ruch na južnej Morave.....	33
5.3.1	Vinárske akcie a udalosti.....	34
5.3.2	Cykloturistika	36
5.4	Slovenská republika	37
5.5	Vinárska oblasť Malokarpatská.....	39
5.5.1	Vinohrady Záhoria	39
5.5.2	Malokarpatské vinohrady	40
5.5.3	Vinohrady severného výbežku Malých Karpát.....	40
5.6	Vinársky cestovný ruch v Malokarpatskej oblasti.....	40
5.6.1	Vinárske akcie a udalosti.....	41

5.6.2	Cykloturistika.....	43
	Malokarpatská vinárska cesta.....	43
	Vinárska cesta Záhorie.....	43
5.7	Komparácia českého a slovenského vinárskeho cestovného ruchu.....	44
6	Diskusia	48
7	Záver	49
8	Literatúra	50
9	Zoznam tabuliek	56

1 Úvod

Cestovný ruch je dôležitou súčasťou hospodárstva množstva krajín. Dokáže generovať veľké množstvo pracovných miest vo veľa oblastiach, ako napr. stravovanie, ubytovanie, doprava, prevádzkovanie atrakcií, prevádzka kultúrnych pamiatok, múzeí a galérií, prevádzka rozličných športovísk, poskytovanie informácií, prevádzka požičovní dopravných prostriedkov a veľa ďalších. Pre rozvoj cestovného ruchu v určitej oblasti či v konkrétnych krajinách je dôležité, nielen aby táto oblasť mala čo ponúknuť, ale aby bol cestovný ruch podporovaný a povzbudzovaný z radov predstaviteľov týchto oblastí či rôznymi organizáciami, ale jeho rozvoj musí byť predovšetkým tiež realizovaný za pomoci spolupráce súkromných a verejných subjektov zainteresovaných v oblasti cestovného ruchu.

Cestovný ruch môže byť rozvíjaný v tých oblastiach, kde sa nachádzajú rôzne prírodné atraktivity, historické, kultúrne a technické pamiatky, nezabudnuteľné prírodné scenérie a také atraktivity, ktoré nie je možné nikde inde vidieť či navštíviť. Nemenej dôležitá je dostatočne rozvinutá infraštruktúra a kvalita poskytovaných služieb. Medzi ďalšie predpoklady rozvoja cestovného ruchu patria: dostatok voľného času, dostatok disponibilných zdrojov a sloboda pohybu.

Súčasná doba nahráva rozvoju množstva nových foriem cestovného ruchu, ako je napr. gurmánsky cestovný ruch, dobrovoľnícky cestovný ruch, cestovný ruch po miestach katastrof a nešťastí (dark tourism) či svadobný cestovný ruch. Svoje nezastupiteľné miesto má avšak aj vinársky cestovný ruch. V rámci vinárskeho cestovného ruchu jeho účastníci nielen poznávajú nové miesta, kde sa pestuje vinná réva, ale majú možnosť sa o pestovaní a výrobe vína niečo dozvedieť, zúčastniť sa degustácie vín, vyskúšať vinárske cyklotrasy, zúčastniť sa množstva kultúrnych udalostí spojených s vínom, ako je napr. vinobranie, krojované hody, burčiakové slávnosti a veľa ďalšieho.

2 Cieľ práce

Cieľom tejto bakalárskej práce bude porovnať vinársky cestovný ruch na južnej Morave a v Malokarpatskej vinárskej oblasti na Slovensku. K naplneniu cieľa bude analyzovaný súčasný stav vinárskeho cestovného ruchu v oboch vybraných oblastiach a následne budú v dielčich parametroch porovnané jednotlivé vinárske oblasti. Súčasťou práce sa stane tiež analýza ponuky oboch zvolených oblastí so zameraním na vinársku cykloturistiku, vinárske akcie a významné projekty vinárskej turistiky.

3 Prehľad literatúry

V rámci tejto kapitoly sú definované dôležité pojmy súvisiace s témou bakalárskej práce, ktoré poslúžia ako teoretický podklad pre nasledujúce kapitoly. Sú tu definované pojmy, ako: cestovný ruch, cestovanie, turista, vinársky cestovný ruch a ďalšie. Ďalej sú v tejto časti formulované predpoklady cestovného ruchu a je poukázané na faktory, ktoré umožňujú realizáciu cestovného ruchu a ktoré cestovný ruch ovplyvňujú. Nevyhnutnou súčasťou je definovanie špecifik vinárskeho cestovného ruchu.

3.1 Cestovný ruch

Cestovný ruch je neoddeliteľnou súčasťou ľudského života už od nepamäti. Nie vždy však bol súčasťou rekreácie a odpočinku, ale spočiatku sa cestovalo predovšetkým z dôvodu výmenného obchodu a z dôvodu získavania produktov z odlišných kultúr. V súčasnej dobe je nevyhnutnou súčasťou života ľudí nie len z dôvodu rekreácie a trávenia voľného času, ale tiež napr. z dôvodu cestovania do zamestnania, za príbuznými, za poznaním či z dôvodu cestovania za adrenalínovými zážitkami a športovými aktivitami. Cestovný ruch hrá tiež dôležitú rolu v hospodárstve takmer každej krajiny. Mnohé krajiny sú na ňom závislé tak, že je to v podstate jediné z odvetví ekonomiky ich krajiny, ktoré je schopné generovať veľké finančné obnosy.

Samotný pojem cestovný ruch (niekedy tiež nazývaný ako turizmus) je ťažké definovať, lebo zahŕňa nespočet aktivít a prelína sa veľa oblastami hospodárstva, a preto nie je možné v odbornej literatúre nájsť jednotnú definíciu. Jednotliví autori nahliadajú na cestovný ruch z iného uhla pohľadu a vo svojich definíciách uprednostňujú inú súčasť cestovného ruchu. Horner a Swarbrooke (2003) definujú cestovný ruch ako: „Krátkodobý presun ľudí na iné miesta, než sú miesta ich obvyklého pobytu, za účelom pre nich príjemných činností.“ Táto definícia však neberie do úvahy cestovanie za účelom presunu do zamestnania alebo napr. pracovnej cesty. Zároveň sami dodávajú, že táto definícia je nepresná a nepodchycuje napr. to, ako dlho musí byť človek na cestách alebo kde až musí dôjsť, aby bolo možné na neho hľadieť ako na turistu.

Kotíková (2013) odvodzuje pojem cestovný ruch od cestovania s tým, že cestovný ruch zahŕňa oveľa širší uhol pohľadu. Cestovný ruch popisuje takto: „Obecne je možné konštatovať, že o cestovnom ruchu (na rozdiel od cestovania) hovoríme vtedy, keď sa cestovanie stáva javom masovým a je spojené s poskytovaním špecifických služieb (ubytovanie, stravovanie, doprava a iné), ktoré zabezpečujú špecializované organizácie.“

Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011) pozerajú na cestovný ruch ako na priemysel, ktorý zahŕňa veľa rôznych služieb: „Cestovný ruch by mal byť chápaný ako

priemysel poskytujúci všetky služby spojené s cestovaním a turistikou, ktoré ide rozdeliť do jednotlivých sektorov: sektor ubytovacej služby, sektor atrakcie, sektor doprava, sektor sprostredkovatelia, sektor organizácie.“ Do sektoru ubytovacích služieb sú zahrnuté ako prevádzkovatelia hotelov, penziónov, ubytovní, tak napr. aj prevádzkovatelia kempov. V rámci sektoru atrakcie je možné turistom poskytovať najrôznejšie možnosti vyžitia od športových centier zameraných na určitý druh športu (lezecké steny, plavecké bazény, tenisové kurty atď.), cez historické zaujímavosti v podobe hradov, zámkov a pamätných miest po prírodné pamiatky (skalné mesteká, národné parky atď.). Sektor dopravy zahŕňa všetky dostupné druhy dopravy, ktoré je možné pre cestovanie využiť (letecká, námorná, cestná či železničná doprava) vrátane ich prevádzkovateľov. Sprostredkovatelia zaistujú zákazníkom rôzne druhy služieb, napr. sa jedná o cestovné kancelárie či rezervačné systémy. Do sektoru organizácii sa radia také organizácie, ktoré sa rôznymi spôsobmi podieľajú na realizácii cestovného ruchu v krajine (turistické asociácie, národné turistické centrály a pod.).

Ako možno vidieť, jednotlivé definície cestovného ruchu sú rôzne obsiahle a zdôrazňujú inú charakteristiku cestovného ruchu. Obecne ide zhrnúť, že v rámci cestovného ruchu teda dochádza k presunu ľudí z ich obvyklého miesta pobytu za rôznymi účelmi (zábava, poznávanie, vzdelanie, pracovné záležitosti, návšteva) s využitím mnohých rozličných služieb. Cestovný ruch je tiež nutné vnímať ako dôležitú súčasť hospodárstva. Nie len v Českej republike je cestovný ruch významným zdrojom devíz, pracovných príležitostí, podieľa sa na tvorbe HDP (hrubého domáceho produktu), napomáha zvyšovaniu životnej úrovne a rozvoju jednotlivých regiónov (Ryglová, 2009).

Každý človek má k cestovnému ruchu iný vzťah, niekto si nedokáže predstaviť život bez cestovania, bez dovolení a bez poznávania odlišných kultúr. Niekto cestuje iba z povinnosti, pretože mu to napr. ukladá pracovná zmluva a niekto necestuje vôbec. Napriek tomu je cestovný ruch masovo rozšírenou hospodárskou oblasťou, kedy turisti prinášajú veľké množstvo peňazí do cieľových destinácií. Turistu je možno definovať ako toho, kto sa účastní cestovného ruchu a v danom mieste či krajine (mimo svoje obvyklé miesto pobytu) sa zdrží aspoň 24 hodín, ale nie dlhšie ako 1 rok. Turistov je možno deliť podľa mnohých hľadísk a osobnostných charakteristík, a to napr. na turistov, ktorí najradšej trávia svoj voľný čas v známych rekreačných oblastiach, kde majú veľmi dobre dostupné všetky potrebné služby, alebo na turistov, ktorí sa týmto rekreačným oblastiam vyhýbajú a radšej zamieria do pokojnejších oblastí, kde sa nevyskytuje toľko ostatných turistov a kde môžu vychutnávať krásy okolitého prostredia. Ďalej sa môže jednať o turistov, ktorí radi nakupujú „hotové“ zájazdy od cestovných kancelárií, ktoré zahŕňajú balíčky služieb od dopravy, cez ubytovanie a stravovanie, po jednotlivé výlety, alebo naopak o takých turistov, ktorí si najradšej všetko zariaďujú sami a poskladajú si takéto služby, ktoré im najviac vyhovujú. Vzhľadom k číms d'alej

väčšiemu počtu rôznorodých foriem cestovného ruchu, si každý turista dokáže nájsť to svoje (Palatková, Zichová, 2014).

3.1.1 Predpoklady a špecifika cestovného ruchu

Aby sa mohol cestovný ruch rozvíjať, je nutné, aby boli splnené dôležité predpoklady. Jedným z týchto predpokladov je dostatok voľného času, ktorý je možné vložiť do realizácie cestovného ruchu. Pokiaľ by ľudia mali dostatok finančných zdrojov a možnosť voľne sa pohybovať takmer kdekoľvek po svete a nemali by dostatok voľného času, nemohli by sa cestovného ruchu vôbec zúčastniť. Druhým dôležitým predpokladom je tiež dostatok finančných zdrojov, ktoré môžu ľudia vkladať do nákupu služieb, ako sú doprava, ubytovanie, stravovanie, vstupy na historické a iné pamiatky a pod. Posledným zásadným predpokladom rozvoja cestovného ruchu (nie však svojou dôležitosťou posledným) je možnosť ľudí slobodne sa pohybovať, a to nielen po svojej vlasti, ale aj po ostatných krajinách Európy a ďalších kontinentoch. Cestovanie po rôznorodých destináciách dáva možnosť vzniku mnohým typom a formám cestovného ruchu. Dôležité je tiež zmieniť, že ani bez dostatočne zaistenej bezpečnosti a bez priaznivých politických, ekologických a administratívnych podmienok, by nebolo umožnené cestovnému ruchu rozvíjať sa tak, ako pri splnení všetkých týchto predpokladov (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Trh cestovného ruchu je špecifický tým, že zahŕňa poskytovanie množstva rôznych služieb a už aj samotný trh služieb je špecifický oproti trhu výrobkov. Služby (a to nielen v cestovnom ruchu) majú nehmotnú povahu, ich kvalita a povaha je závislá od poskytovateľa danej služby, službu nie je možné oddeliť od miesta jej poskytovania, nie je možné vyrábať služby na sklad a u služieb ide o dočasné vlastníctvo (napr. dočasný prenájom sedačky v lietadle, prenájom izby v hoteli, dočasný prenájom dopravného prostriedku na dovolenke a veľa ďalších). V prípade tvorby produktu destinácie cestovného ruchu majú národné turistické centrály len obmedzené možnosti ako strážiť kvalitu vytvoreného produktu, lebo tieto produkty bývajú vytvárané prostredníctvom spolupráce množstva subjektov (Palatková, 2006). Ryglová (2009) za špecifika trhu cestovného ruchu považuje napr. sezónnosť, kedy je dopyt po jednotlivých druhoch a službách cestovného ruchu rozdielna podľa ročného obdobia; medzinárodnú povahu; závislosť cestovného ruchu na politickej a ekonomickej situácii v danej krajine, vysoký podiel ľudských zdrojov v jednotlivých službách cestovného ruchu, závislosť na prírodných atraktivitách a ďalších historických či iných zaujímavostiach alebo miestne a časové oddelenie ponuky, dopytu a spotreby.

3.1.2 Faktory ovplyvňujúce cestovný ruch

Hoci dostatočné množstvo disponibilných finančných zdrojov, dostatok voľného času a možnosť slobodne cestovať pri dostatočne zaistenej bezpečnosti turistov výrazne napomáha rozvoju cestovného ruchu, nie sú to všetky predpoklady, ktoré musia byť dodržané, aby sa mohol cestovný ruch rozvíjať.

Pokiaľ by na zemi neexistovali krásne prírodné scenérie, jedinečné prírodné úkazy, historické pamiatky, pokiaľ by nebol v cieľovej destinácii dostatok poskytovateľov ubytovacích a stravovacích služieb a poskytovateľov ďalších dodatočných služieb (napr. adrenalínové športy, požičovňa dopravných prostriedkov, organizátori výletov) alebo pokiaľ by nebola dostatočne rozvinutá dopravná infraštruktúra, rozvoj cestovného ruchu by bol veľmi sťažený, alebo úplne znemožnený.

Faktory, ktoré ovplyvňujú cestovný ruch, je možné rozdeliť do troch kategórií: selektívne faktory (niektorými autormi tiež nazývané ako stimulačné faktory), lokalizačné faktory a realizačné faktory.

Selektívne faktory

Selektívne faktory definuje Hamarneh (2012) ako: „...predpoklady, ktoré stimulujú vznik turizmu vo funkcii ponuky. Vyjadrujú spôsobilosť danej oblasti či krajiny podieľať sa na turizme aktívne aj pasívne a umožňujú vybrať tých obyvateľov alebo tie oblasti, ktoré majú najlepšie predpoklady pre účasť na turizme.“ Selektívne faktory sa ďalej delia na objektívne a subjektívne faktory. Hamarneh (2012) do objektívnych faktorov zaraďuje: politické, ekonomické, demografické, urbanizačné a ekologické faktory. Ryglová (2009) k nim, okrem vyššie zmienených, ďalej radí administratívne a materiálno-technické faktory. Do subjektívnych faktorov potom patria hlavne psychologické faktory.

Politické faktory

Za politické faktory Ryglová (2009) považuje napr. to, aká je politická situácia v danej krajine, teda či sú tu mierové podmienky, alebo sa v tejto krajine často objavujú vojnové konflikty, ako často sa striedajú vlády, či sú krajiny súčasťou voľného pohybu osôb a kapitálu, či sa musí daná krajina stretávať s veľkou kriminalitou. Gúčík (2010) poukazuje v súvislosti s politickými faktormi tiež na to, že: „...štát je nositeľom politiky cestovného ruchu.“ Toto konštatovanie vychádza zo skutočnosti, že vo veľa ekonomicky vyspelých štátoch je práve cestovný ruch neoddeliteľnou súčasťou hospodárstva a politiky danej krajiny, a preto je v rámci politického prostredia cestovný ruch upravovaný, podporovaný a koordinovaný napr. tvorbou noriem, nastavením daňovej politiky, dotačnou politikou, výstavbou infraštruktúry či vzdelaním v tejto oblasti.

Ekonomické faktory

Akým spôsobom a či vôbec sa bude cestovný ruch rozvíjať, vo veľkej miere ovplyvňujú aj ekonomické faktory. Do týchto faktorov je možné zaradiť životnú úroveň obyvateľstva, ktorá sa prejavuje vo vzdelaní, v kultúre, v úrovni zdravotnej starostlivosti, v pracovnom živote či v pomere času stráveného v práci a voľnom čase. Veľmi zjednodušene ide povedať, že čím vyššia bude životná úroveň obyvateľstva (čím budú vzdelanejší, čím budú mať vyšší disponibilné dôchodky, čím bude vyššia produktivita práce, čím budú mať viac voľného času), tým sa bude cestovný ruch lepšie rozvíjať (Hamarneh, 2012). Dôležitými veličinami

ekonomického prostredia sú mimo iné miera inflácie, výdaje na cestovný ruch alebo úspory obyvateľstva (Gavlovský, 2002).

Demografické faktory

Pri ponuke jednotlivých služieb cestovného ruchu je potrebné brať do úvahy vekové zloženie potenciálnych spotrebiteľov, ich vzdelanie a fond voľného času, pohlavie, miesto bydliska, ekonomickú aktivitu, mobilitu a ďalšie, lebo všetky tieto charakteristiky určujú, či potenciálni spotrebiteľia budú aj skutočnými spotrebiteľmi. Zástupci rôznych vekových kategórií a rozličného vzdelania sa na cestovnom ruchu podieľajú rôzne, rovnako tak ako je rozdielny ich výber cieľových destinácií a formy cestovného ruchu. Cestovný ruch hrá dôležitú úlohu v životoch tých, ktorí si môžu dovoliť vynakladať finančné prostriedky na túto oblasť, ktorí túžia po poznaní a ktorí majú dostatok voľného času (Hamarneh, 2012).

Ekologické faktory

Cestovný ruch je vo veľkej miere ovplyvňovaný životným prostredím a tiež aj ekologickými faktormi. Rovnako tak má vplyv aj cestovný ruch na životné prostredie, preto je dôležité, aby rozvoj cestovného ruchu bol založený na princípoch trvale udržateľného rozvoja. Gavlovský (2012) rozdeľuje životné prostredie na obytné prostredie, pracovné prostredie a rekreačné prostredie, pričom s cestovným ruchom najviac súvisí práve rekreačné prostredie, kde si ľudia chcú oddýchnuť, poznávať nové kultúry a nové krajiny. Môže sa jednať napr. o lesy, hory, rieky, jazerá, moria a pod. Hoci rôzne prírodné krásy chce poznávať stále väčšie a väčšie množstvo ľudí, je nutné v niektorých prípadoch vykonávať tzv. demarketing, teda znižovať dopyt za účelom ochrany životného prostredia či konkrétneho prírodného úkazu (napr. obmedzené návštevné hodiny a zavedenie vysokého vstupného vo vzácných kvapľových jaskýň, v prírodných parkoch a pod.) (Ryglová, 2009).

Materiálno-technické faktory

Materiálno-technické faktory súvisia s rozvojom technológií, ktoré veľkou mierou môžu napomôcť a napomáhajú rozvoju cestovného ruchu. Veľkú úlohu v tejto oblasti hrajú informačné technológie, ktoré napr. umožňujú ľuďom z pohodlia domova zarezervovať si letenky a ubytovanie na druhej strane sveta a ešte sa môžu dočítať recenzie ma ich budúce miesto pobytu, ktoré napísali turisti zo všetkých možných kútov sveta. Do týchto faktorov ide zaradiť tiež technické zabezpečenie dopravy, výstavbu komunikácií, úroveň ubytovacích a stravovacích služieb, úroveň materiálov pri prevádzkovaní moderných športov pri trávení aktívnej dovolenky a veľa ďalších (Gavlovský, 2012).

Administratívne faktory

Do administratívnych faktorov, ktoré ovplyvňujú cestovný ruch a jeho rozvoj, sa radia rozličné zákony, vyhlášky, predpisy a nariadenia, ktoré je nutné

dodržiavať na území danej krajiny. Môže sa jednať ako o povinnosti, ktoré musí splniť každý turista, ktorý prekračuje hranice daného štátu (napr. colné predpisy, víza, pasové povinnosti, povinné očkovania), tak aj o také, ktoré musí dodržiavať aj tuzemskí obyvatelia a o ktorých by sa mali turisti informovať pred tým, ako do dané krajiny vstúpia (napr. dopravné predpisy, predpisy upravujúce správanie na verejnosti a pod.) (Gavlovský, 2012).

Selektívne faktory, ovplyvňujúce cestovný ruch zahŕňajú okrem vyššie zmienených objektívnych faktorov tiež subjektívne faktory, tými sú psychologické faktory.

Psychologické faktory

Psychologické faktory predstavujú zvyklosti a správanie ľudí a ich prístup k cestovnému ruchu, ktorý je pochopiteľne ovplyvnený aj kultúrou danej skupiny obyvateľov. Hamarneh (2012) k psychologickým faktorom uvádza: „Dôležitou úlohou v rámci subjektívnych predpokladov rozvoja turizmu hrajú skúsenosti s cestovaním. Významnú úlohu tu majú rôzne formy propagácie, najmä reklama a publicita, ktoré majú vplyv na vytváranie módnosti niektorých destinácií.“ Ryglová (2009) v súvislosti s psychologickými faktormi uvádza štyri faktory ktoré ovplyvňujú správanie ľudí v oblasti cestovného ruchu a ktoré sú dôležitým vodítkom pre vykonávanie marketingových segmentácií. Týmito faktormi sú: motivácia, vnímanie, učenie a postoje.

Lokalizačné faktory

Lokalizačné faktory predstavujú jednak také faktory, ktoré vychádzajú z charakteristiky daného územia a nie sú vytvorené ľuďmi, do tejto kategórie patria prírodné podmienky.

Ďalej sa sem radia také spoločenské atraktivity, ktoré sú naopak oproti prírodným podmienkam vytvorené ľuďmi a sú nimi zásadne ovplyvňované a utvárané (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Prírodné podmienky

Prírodné podmienky hrajú veľmi zásadnú rolu pri voľbe cieľovej destinácie množstva ľudí. Sú takí účastníci cestovného ruchu, ktorí si nevedia svoju dovolenku predstaviť bez mora a teplého podnebia, iní vyznávajú aktívne trávenie dovolenky na horách, pohoriach či ľadovcoch a niektorí majú najradšej kludné vidiecke prostredie s miernou klímou a všadeprítomnými lesmi, poliami a lúkami. Mnohí cestovatelia do úvah o mieste trávenia svojich dovolení a poznávacích ciest tiež zahŕňajú to, či sa v okolí nachádza zaujímavé prírodné úkazy a jedinečnosti, ako sú napr. kvapľové jaskyne, skalné mestečky, vodopády, pralesy, jazerá, národné parky a rezervácie, priepasti alebo tiež aká sa tu vyskytuje fauna a flóra a aké sú tu klimatické pomery. Zaujímavejšie a jedinečné miesta majú lepšie predpoklady pre väčší záujem turistov a tým aj pre väčší rozvoj cestovného ruchu.

Spoločenské atraktivity

Cestovný ruch si nie je možné predstaviť ani bez spoločenských atraktivít, ktoré majú veľký podiel na rozvoji cestovného ruchu v jednotlivých oblastiach. Jedná sa o historické a technické pamiatky, ako sú napr. hrady, zámky, pevnosti, zrúcaniny, významné stavby, architektonické skvosty, objekty spojené s českou históriou (miesto narodenia hudobného skladateľa Bedřicha Smetany, miesto pobytu Boženy Němcovej a pod.), pamiatky zapísané na zoznam svetového dedičstva UNESCO. Neopomenuteľné sú ale tiež umelo vybudované atrakcie, ako sú napr. zábavné parky, rozhľadne a nehmotné atraktivity, ktoré predstavujú napr. spoločenské akcie a udalosti, slávnosti, zvyky a gastronómiu (napr. slávnosti vína, dožinkové slávnosti, krojované hody, zahájenie kúpeľnej sezóny) (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Realizačné faktory

Realizačné faktory umožňujú, ako už názov sám napovedá, realizovať cestovný ruch na danom mieste. V dnešnej dobe už snád' ani nie je možné predstaviť si cestovanie bez veľkého počtu stravovacích zariadení, ubytovacích zariadení, bez dostatočne rozvinutej dopravnej infraštruktúry, bez športových zariadení, cestovných kancelárií či cestovných agentúr. Jednotlivé ponúkané služby musia mať dostatočnú kapacitu a kvalitu, aby boli schopné uspokojiť mnohokrát náročné prania zákazníkov. Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011) k tejto problematike dodávajú: „Bez dostatočnej kapacity služieb nie je možné technicky využiť potenciál území. Bez odpovedajúcej ponuky služieb určitej kvality nejde ani dobre zostaviť turistické produkty, a tým ani oblasť ponúkať na trhu. Bez dostatočnej kvality služieb aj pri uspokojujúcej kapacite nie je možný ekonomický prínos cestovného ruchu dlhodobo udržať, nieto ešte zvyšovať.“

3.1.3 Formy a druhy cestovného ruchu

Cestovný ruch je možné deliť podľa množstva rôznych hľadísk na rôzne formy a druhy. Jednotliví autori odbornej literatúry uplatňujú rozličné členenie cestovného ruchu a nedá sa povedať, že práve ich delenie je to jediné správne už z toho dôvodu, že na problematiku členenia cestovného ruchu je možné nazerať z množstva rôznych uhlov pohľadu a s prihliadnutím na množstvo vedných odborov. Dôležité je ale tiež poznamenať, že to, čo niektorí autori považujú za formy cestovného ruchu, iní autori naopak považujú za druhy cestovného ruchu a naopak. K tejto pojmovej nejednotnosti Kotíková (2013) dodáva, že v zahraničnej literatúre sa toto členenie nepoužíva a je tak bežné, že formy, typy alebo druhy cestovného ruchu majú rovnaký význam.

Pre účely tejto bakalárskej práce budú formy cestovného ruchu chápané ako delenie, ktoré je vykonávané na základe prevládajúcej aktivity a motivácie návštevníkov. Formou cestovného ruchu môže byť napr. rekreačný cestovný ruch, ktorý je najrozšírenejšou formou a predstavuje cestovanie ľudí, ktoré je spojené

s odpočinkom, s odreagovaním sa od všedných starostí a s načerpaním a obnovou duševných a fyzických síl. Ďalšou veľmi obľúbenou formou je kultúrno-poznávací cestovný ruch, ktorého sa zúčastnia ľudia, ktorí radi poznávajú nové krajiny, nové kultúry, radi navštevujú rôzne pamiatky a kultúrne akcie. Kúpeľno-liečebná forma cestovného ruchu je špeciálny cestovný ruch, ktorý zahŕňa cesty ľudí za účelom nápravy či zlepšenia aktuálneho zdravotného stavu. Táto forma je obľúbená aj v Českej republike, kde má dobré podmienky pre svoj rozvoj mimo iné aj vďaka celosvetovo známym kúpeľom v Karlových Varoch. Pre aktívnych cestovateľov je obľúbená forma športovo-rekreačného cestovného ruchu, ktorá môže zahŕňať napr. turistiku, cykloturistiku, lyžiarske zájazdy, cestovanie za vodnými športmi, horolezectvo a pod.

Formy cestovného ruchu je možné rozdeľovať aj podľa vekových kategórií, ako napr. seniorská forma cestovného ruchu či mládežnícka forma cestovného ruchu. K obom týmto kategóriám je potrebné pristupovať rozdielne, lebo každá z nich má iné požiadavky a iné predstavy o využívaní jednotlivých služieb spojených s cestovným ruchom (napr. seniori si radšej vyberajú pohodlnejší spôsob dopravy, radi sa pravidelne stravujú a pod.). Jednou z foriem cestovného ruchu je tiež kongresová turistika, ktorá je spojená s účasťou na rôznych odborných prednáškach, sympóziach, konferenciach, veľtrhoch a výstavách a zahŕňa aj obchodné cesty. Obľúbenou a stále rozširujúcou formou sú vidiecka turistika, agroturistika a ekoturistika, kedy sa ľudia vydávajú napr. do odľahlých dedín na rodinné farmy, kde trávajú svoj čas spoločne s majiteľmi fariem a učia sa, ako sa starať o domáce zvieratá, ako vyrábať domáci syr, podnikajú vychádzky na koňoch a pod. (CzechTourism, [online], cit. 2016-09-18).

Súčasná doba nahráva rozvoju množstva nových foriem cestovného ruchu, ktorými sa vo svojej publikácii nazvanej *Nové trendy v ponuke cestovného ruchu*, zaoberá Kotíková (2013). Za nové trendy považuje napr. gastronomický cestovný ruch, dobrodružný cestovný ruch, temný cestovný ruch (cestovanie na miesta tragédií nešťastí), event turizmus, dobrovoľnícky cestovný ruch, svadobný cestovný ruch, filmový turizmus či vesmírny cestovný ruch.

Jednotlivé druhy cestovného ruchu je opäť možné rozdeliť podľa množstva rôznych hľadísk, pričom druhy zohľadňujú spôsob realizácie cestovného ruchu. Hľadiská, podľa ktorých sa rozdeľujú jednotlivé druhy cestovného ruchu, sú nasledujúce: miesto realizácie, vplyv na platobnú bilanciu, dĺžka pobytu, spôsob zabezpečenia cesty a pobytu, počet účastníkov, spôsob financovania, vek účastníkov, prevažujúce miesto pobytu, ročné obdobie, spôsob ubytovania, použitý dopravný prostriedok, vplyv na životné a kultúrne prostredie a samozrejme sa v literatúre objavujú aj mnohé ďalšie, ako napr. cieľ cesty, typ destinácie a pod. (Indrová, 2007).

Členenie cestovného ruchu podľa miesta realizácie udáva, na akom území sa cestovný ruch odohráva. Môže sa teda jednať ako o domáci cestovný ruch, teda pohyb tuzemských obyvateľov po tuzemsku, tak aj o zahraničný cestovný ruch, ktorý spočíva v cestovaní tuzemských obyvateľov za hranice ich štátu. Zahraničný cestovný ruch sa potom ešte ďalej delí na výjazdový cestovný ruch, ktorý je tiež označovaný ako „outgoing“ alebo pasívny cestovný ruch a jedná sa o výjazdy tuzemských obyvateľov do zahraničia a na príjazdový cestovný ruch („incoming“, aktívny cestovný ruch), ktorý predstavuje príjazdy zahraničných turistov do danej krajiny. Delenie cestovného ruchu podľa vplyvu na platobnú bilanciu štátu predstavuje delenie na aktívny a pasívny cestovný ruch (ako v predchádzajúcom prípade) s tým, že pri aktívnom cestovnom ruchu prichádzajú turisti do danej krajiny, mňajú tu svoje peniaze za ubytovanie, stravovanie, dopravu a ďalšie produkty a služby a tento druh cestovného ruchu tak má kladný vplyv na platobnú bilanciu štátu. Pri pasívnom cestovnom ruchu naopak turisti vyvážajú svoje finančné prostriedky do zahraničia, kde za ne spotrebovávajú produkty a služby, čo má negatívny vplyv na platobnú bilanciu daného štátu.

Cestovný ruch podľa dĺžky pobytu je rozdeľovaný na krátkodobý a dlhodobý, pričom krátkodobý zahŕňa cesty, ktorý nie sú dlhšie ako tri prenocovania, dlhodobý cestovný ruch potom cesty dlhšie ako tri prenocovania. Hľadisko zabezpečenia cesty a pobytu udáva dva druhy cestovného ruchu – organizovaný, v rámci ktorého je cesta a pobyt zaisťovaný cestovnou kanceláriou a neorganizovaný cestovný ruch, pri ktorom si dopravu, ubytovanie a ďalšie služby vyberá a zaisťuje sám turista (Indrová, 2007).

Podľa počtu účastníkov sa cestovný ruch delí na individuálny a kolektívny. Individuálny zahŕňa cesty jednotlivcov prípadne jednotlivcov s rodinami a kolektívny potom cesty väčšieho počtu osôb, ako sú napríklad cesty rôznych záujmových krúžkov a klubov a pod. Spôsob financovania udáva, akým spôsobom a z akých zdrojov sú hradené náklady na cestovný ruch, pričom je rozlišovaný komerčný (voľný) a sociálny cestovný ruch (viazaný). Komerčný cestovný ruch je bežný cestovný ruch, kedy finančné náklady nesie sám účastník cestovného ruchu, ktorý sa tiež sám rozhoduje, kde pôjde, kedy pôjde a aké služby bude spotrebovovať. V sociálnom cestovnom ruchu sa na finančných nákladoch z určitej časti podieľa niektorá organizácia (napr. zdravotná poisťovňa hradí liečebné kúpeľné pobyty, zamestnávateľ hradí „zoznamovaciu“ cestu pre svojich zamestnancov a pod.). Cestovný ruch je tiež možné deliť na základe veku jeho účastníkov napr. na cestovný ruch detí, mládeže, seniorov, rodín s deťmi a pod. Každá z týchto vekových skupín má svoje špecifické požiadavky a je im potrebné prispôbiť ponuku služieb.

Podľa prevažujúceho miesta pobytu ide hovoriť o mestskom a vidieckom cestovnom ruchu, kedy každý z nich zahŕňa rozdielne aktivity. Mestský cestovný ruch zahŕňa napr. návštevu pamiatok, galérii či reštaurácii a vidiecky cestovný ruch športové aktivity, pobyt v prírode a pod. (Indrová, 2007).

Podľa vplyvu na životné a kultúrne prostredie je cestovný ruch rozdeľovaný na tvrdý a mäkký. Tvrdý cestovný ruch je taký, ktorý by nebolo možné uskutočňovať bez veľkých finančných investíc a bez výstavby rozsiahlych komunikácií, nákupných a zábavných centier a ďalších atraktivít. V prípade tohto druhu cestovného ruchu sa jedná o masový turizmus, pri ktorom nie sú príliš zohľadňované dopady na okolné prostredie. Naopak mäkký cestovný ruch je rozvíjaný s ohľadom na životné, kultúrne a sociálne prostredie (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

3.2 Špecifiká vinárskeho cestovného ruchu

Vinársky cestovný ruch je čím ďalej obľúbenejším cestovným ruchom, ktorý ale potrebuje špecifické podmienky pre svoj rozvoj. Vinársky cestovný ruch je podľa Páskovej a Zelenky (2002) definovaný ako: „forma cestovného ruchu, ktorej účastníci sú motivovaní poznávaním spôsobu pestovania vína v tradičných vinárskych oblastiach, ochutnávkami vín, precítením atmosféry vinných pivníc, vinární a vinoték, nákupom archívnych aj nových vín“.

Vinársky cestovný ruch nie je teda spojovaný iba s ochutnávaním vína a iných vinných produktov, ako by sa mohlo na prvý pohľad zdať, ale je súborom mnohých aktivít a činností, ktoré turistov zoznamujú s históriou vína, s procesmi a podmienkami jeho pestovania, s jeho rozlišovaním, zahŕňa tiež mnoho spoločenských udalostí a ďalších služieb.

Samotné vinárstvo má na území Českej republiky dlhoročnú tradíciu. Niektorí autori odbornej literatúry uvádzajú, že jeho počiatky siahajú až do tretieho storočia a niektorí dokonca do druhého storočia nášho letopočtu. Konkrétne obdobie počiatku vinárstva u nás nie je jednoduché doložiť, autori sa ale zhodujú aspoň na tom, že vinárstvo sa najskôr rozvíjalo na území Moravy a až neskôr v Čechách. K veľkému rozmachu vinárstva došlo v období Veľkomoravskej ríše a na jeho rozvoji malo veľký podiel aj kresťanstvo, kedy bolo potrebné zabezpečiť víno pre jeho použitie pri bohoslužbách (Mařík, 2006). V období 14. storočia sa za vlády Karla IV. vinohradníctvo rozvíjalo aj na území Čiech a boli tu hojne vysádzané vinice. V tejto dobe vzrástla produkcia vína a bol významne podporovaný aj jeho export do ostatných krajín. 15. a 16. storočie je potom označované za zlatý vek moravského a českého vinárstva. V 18. a 19. storočí dosahovalo veľkého ohlasu predovšetkým moravské víno, ktoré bolo omnoho kvalitnejšie ako to české. K ďalšiemu rozvoji vinárstva prispelo napr. novo zakladané vinárske družstvá. V roku 1995 začal platiť Vinársky zákon a legislatíva z oblasti vinárstva sa postupne od tejto doby približovala európskemu právu (Doležal, 1999).

Centrom pozornosti vinárskeho cestovného ruchu je víno. Motiváciou turistov nemusí byť ale iba jeho konzumácia, ale aj príjemne strávený čas s priateľmi vo vinnej pivnici, zisťovanie informácií a vzdelávanie sa v oblasti vinohradníctva, poznávanie nových krajín a pobyt na čerstvom vzduchu, aktívne strávený voľný čas jazdením na bicykli po vinárskych cyklistických chodníkoch či poznávanie nových priateľov a sociálna interakcia s ľuďmi, ktorí majú rovnaké záujmy. Vinársky cestovný ruch je možné brať ako špecifickú formu cestovného ruchu alebo ako nový trend, ale je možné ho tiež zaradiť do gurmánskeho cestovného ruchu v prípade, že motiváciou účastníka je konzumácia vína a ochutnávanie nových odrôd či jeho vychutnávanie spoločne s príhodnými jedlami, s ktorými sa vhodne dopĺňa.

Vinársky cestovný ruch je tiež možné zaradiť do vidieckeho cestovného ruchu, kedy je motiváciou účastníka cestovného ruchu pobyt v prírode, interakcia s miestnymi obyvateľmi, odpočinok od miest a miest plných ľudí spojený práve s konzumáciou vína či so získaním informácií o víne napr. pri riadení degustácii a ochutnávkach.

Bežnou a neodmysliteľnou súčasťou vinárskeho cestovného ruchu sú rozličné akcie spojené s vinárstvom a vínom. Snáď najznámejšou vinárskou akciou je vinobranie, ktoré je slávnosťou zberu vína. „Vinobranie je tradičná slávnosť vína, ktorá má v Českej republike hlboké historické korene. Vo väčšej miere sa však vinobranie rozšírilo až v posledných desaťročiach. Tradíciou organizovania vinobraní si udržiava predovšetkým hlavná vinárska oblasť – južná Morava.“ (Česká republika, [online], cit. 2016-09-20). Vinobranie sa koná najčastejšie v septembri a väčšinou zahŕňa aj historické sprievody, vystúpenie folklórnych súborov a cimbálových kapiel, remeselný jarmok či prezentácia ďalších ľudových tradícií. Hlavnou náplňou vinobraní ale zostáva degustácia vína a burčiaku. Najznámejšími miestami konania vinobraní v Českej republike sú: Znojmo, Valtice, Mikulov, Mělník, Litoměřice či Roudnice (Česká republika, [online], cit. 2016-09-20). Trendom poslednej doby je, že sa vinobranie koná aj v mestách alebo oblastiach, v ktorých sa nenachádzajú žiadne vinice. Tieto vinobrania usporiadávajú majitelia miestnych vinoték, ktorí majú väzby na vinárske oblasti a prezentujú tu vína, ktoré samy nakupujú od svojich dodávateľov. Tieto akcie ale majú omnoho menší rozsah, návštevnosť a náväznosť na tradície.

Pestovanie a výroba vína nie je jednoduchou záležitosťou, a to už len z toho dôvodu, že na svete existuje viac ako 15 tisíc odrôd vínnej révy. Nie však všetky tieto odrody sú pestované komerčne. V Českej republike sa pestujú ako svetové odrody, tak aj odrody vyšľachtené práve tu. Odrody vínnej révy sa delia podľa ich využitia na podpníkové, muštové, stolné a odrody pre výrobu hrozienok. Podpníkové odrody sa využívajú z dôvodu rozšírenia vošky révokazovej: „Tvorí koreňový systém révy vinnej, ale nevyužívajú sa pre produkciu hrozna. U podnoží je dôležitá predovšetkým výťažnosť kvalitného jednoročného dreva v podpníkovej vinici. Jednoročné drevo sa potom využíva vo forme podpníkových odrezkov pri

štepění a výrobe révových sadeníc.“ (Pavloušek, 2011). Muštové odrody, ako už názov sám naznačuje, sa využívajú predovšetkým pre výrobu muštov, ale aj vína, burčiaku a ďalších nealkoholických nápojov. Stolné odrody predstavujú také vinné hrozna, zo ktorých sa nevyrába víno, ale sú určené k priamej konzumácii. Odrody pre produkciu hrozienok sú určené práve pre sušenie a výrobu hrozienok. Medzi najznámejšie odrody tohto hrozna patrí Sultanina (hrozienka Sultánky) (Pavloušek, 2011).

Víno je možné deliť podľa niekoľkých hľadísk, pričom základné hľadisko delenia je farba. Podľa farby sa víno delí na biele, ružové a červené. Biele víno sa vyrába z bieleho alebo aj červeného hrozna a v Českej republike sa pestujú tieto odrody bieleho vína: Veltlínske zelené, Müller Thurgau, Ryzlink rýnský, Ryzlink vlašský a Sauvignon. Ružové víno sa vyrába ako z modrého hrozna, tak aj zo zmesi bieleho, modrého alebo aj červeného hrozna. Červené víno sa vyrába z modrého hrozna. Najviac pestovanými modrými odrodami vinnej révy v Českej republike sú: Svätovavrinecké, Frankovka, Zweigeltrebe, Rulandské modré a Modrý Portugal (Domů|Vína z Moravy a vína z Čech, [online], cit. 2016-10-05).

Ďalej sa môžu vína deliť napr. na tiché a šumivé a perlivé. Tiché vína boli skôr označované ako stolné vína. Sú vyrábané z muštových, stolných a neregistrovaných odrôd a sú to také vína, ktoré nešumia. Tieto vína sa môžu ďalej deliť na zemské vína, akostné vína odrodové, alebo známkové, akostné vína s prívlastkom, pričom jednotlivými prívlastkami sú: kabinetné víno, neskorý zber, výber z hroznu, výber z bobúľ, ľadové víno, slamové víno a výber z cibéb. Tiché vína sa ďalej delia podľa obsahu zostatkového cukru na suché, polosuché, polosladké a sladké. Šumivé a perlivé vína sú vyrábané prvotným alebo druhotným alkoholovým kvasením hroznového muštu alebo vína a obsahujú oxid uhličitý. Šumivé a perlivé vína je tiež možné, mimo iné, deliť podľa zostatkového cukru, a to na: „brut nature“ – „prírodne tvrdé“, „extra brut“ – „zvláštne tvrdé“, „brut“ – „tvrdé“, „extra dry“ – „extra suché“, „sec“ – „suché“, „demi-sec“ – „polosuché“ a „doux“ – „sladké“ (Domů|Vína z Moravy a vína z Čech, [online], cit. 2016-10-05).

3.3 Destinačný management a produkt destinácie

Destinačný management sa zaoberá riadením destinácie. Destináciu je možné podľa Páskovej a Zelenky (2002) definovať ako: „cieľovú oblasť v danom regióne, pre ktorú je typická významná ponuka atraktivít a infraštruktúry cestovného ruchu. Ide v širšom slova zmysle o krajiny, regióny, ľudské sídla a ďalšie oblasti, typické veľkou koncentráciou atraktivít cestovného ruchu, rozvinutými službami a ďalšou infraštruktúrou cestovného ruchu, ktorej výsledkom je veľká dlhodobá koncentrácia návštevníkov.“ Destinácia nemusí byť striktne vymedzená napr. hranicami krajov či inými administratívnymi hranicami, ale je definovaná predovšetkým trhom a zákazníkmi. Môže sa jednať napr. o destinácie: Krkonoše, Lednicko-Valtický areál, južná Morava, Český raj, Vysočina či jednotlivé hotelové

rezorty v zahraničí. Aby bolo možné jednotlivé destinácie cestovného ruchu lepšie riadiť, delí sa ďalej na prirodzené turistické regióny, ktoré by sa mali riadiť nasledujúcimi princípmi (Vajčnerová, 2009):

- „Byť založený s ohľadom na vecné jednotiace prvky.
- Byť geograficky/priestorovo scelené.
- Byť administratívne identifikovateľné (napr. výpisom obcí).“

Vnímanie destinácií môže byť rozdielne pre rôzne národnosti a vzdialenosti v tom zmysle, že napr. Američania môžu ako destináciu vnímať Európu či celú Českú republiku, Poliaci môžu vnímať ako destináciu Prahu a Česi potom napríklad Bezděz a okolie.

Destinačný management je možné podľa Vajčnerovej (2009) definovať ako: „formu riadenia určitej oblasti (destinácie) za účelom zvýšenia efektívnosti aktivít spojených s cestovným ruchom a jeho udržateľným rozvojom. Cieľom destinačného managementu je koordinovať činnosti jednotlivých záujmových skupín podieľajúcich sa na rozvoji cestovného ruchu destinácie, vytvárať strategické plány pre jej rozvoj...“ Spoločným úsilím sa jednotlivé subjekty, či už verejné alebo súkromné, snažia čo najlepšie spracovať ponuku produktov cestovného ruchu vo svojej destinácii, efektívne ju propagovať a potom sledovať prania a potreby turistov a tieto jej potreby reflektovať a v prípade ich realizovateľnosti uspokojovať.

Palatková (2011) destinačný management nazýva tiež ako marketingové riadenie destinácie a tieto oba pojmy vníma ako synonymá. Pod pojmom marketingové riadenie destinácie si predstavuje také činnosti, ako sú napr. vytyčovanie cieľov destinácie, tvorba komunikačnej stratégie a využívanie jednotlivých nástrojov marketingového mixu či prepojenie ponuky s dopytom po destinácii, aby boli nie len uspokojené potreby turistov, ale tiež aby bol braný ohľad na život miestnych obyvateľov, ktorých sa rozvoj cestovného ruchu v mieste ich bydliska veľmi dotýka.

Produkt cestovného ruchu alebo tiež produkt destinácie je možné vymedziť ako: „... to, čo je subjekty destinácie na trhu ponúkané a čo návštevníci destinácie dopytujú, nakupujú, spotrebovávajú a čo uspokojuje ich prania a potreby“ (Palatková, 2011). V tomto ohľade môžu byť produktom destinácie napr. jednotlivé služby (ubytovanie, doprava, návšteva reštaurácie, služby informačného centra, prehliadka zámku či múzea a pod.) Môže sa jednať tiež o kombináciu jednotlivých produktov a služieb, ako sú napr. pobytové balíčky zahŕňajúce ubytovanie, stravovanie, dopravu a napr. wellness procedúry.

Palatková a Zichová (2014) uvádza niekoľko zásad, ktoré by mali byť dodržiavané pri tvorbe produktu destinácie. Medzi tieto zásady patrí napr., že pro-

dukt by nemal byť tvorený náhodne bez ohľadu na to, čo daná destinácia môže ponúknuť a akým spôsobom komunikuje so svojimi zákazníkmi a ako sa ne chce pôsobiť. Musí byť tvorený v súlade s ostatnými marketingovými aktivitami. Tvorbe produktu by mala predchádzať podrobná analýza okolitého prostredia, konkurencie a možností danej destinácie. Z hľadiska rozdielných potrieb jednotlivých skupín zákazníkov by mal produkt destinácie vytváraný priamo pre vybraný konkrétny segment zákazníkov. Každý produkt by mal vychádzať z princípu trvale udržateľného rozvoja a byť tak v súlade s okolitým prostredím, miestnymi obyvateľmi a prírodou. Úspešné produkty destinácie môžu vzniknúť iba v spolupráci všetkých zainteresovaných subjektov z verejnej aj privátnej oblasti.

4 Metodika práce

Bakalárska práca sa zaoberá komparáciou vinárskeho cestovného ruchu v dvoch najväčších oblastiach v rámci Českej a Slovenskej republiky, ktorými sú oblasť južná Morava v Českej republike a Malokarpatská vinárska oblasť na Slovensku. Podklady pre spracovanie úvodnej časti práce, kde sú vymedzené dôležité pojmy z oblasti cestovného ruchu, sú čerpané z odborných publikácií, zaoberajúcich sa témou cestovný ruch a vinárstvom a tiež z tematicky zameraných webových stránok.

Informácie o jednotlivých oblastiach, ktoré sú podrobne rozoberané v rámci kapitoly Výsledky, sú čerpané z príslušných webových stránok. Dáta, zaoberajúce sa návštevnosťou a počtom ubytovacích zariadení v oblasti južnej Moravy sú získané z webových stránok Českého statistického úradu, rovnako tak sú odtiaľ čerpané informácie o počte obyvateľov, miere inflácie alebo priemernej hrubej mzdy. Poznatky o návštevnosti Českej republiky, o národnostnom zložení návštevníkov a o ich útratách sú získané zo záverečnej správy Českej centrály cestovného ruchu Czech Tourism.

Poznatky o hrubom domácom produkte či o priemernej mesačnej hrubej mzde sú čerpané z publikácie Slovenská republika v číslach 2016, čo sa týka štatistík o cestovnom ruchu na Slovensku, tie boli čerpané z webových stránok slovenského štatistického úradu.

Informácie o jednotlivých vinárskych oblastiach a podoblastiach sú prevzaté prevažne z webových stránok oblastí, z webových stránok organizácii cestovného ruchu alebo webových stránok miestnych spoločenstiev. V prípade charakteristiky jednotlivých vinárskych akcií a udalostí sú využívané webové stránky priamo popisovaných akcií.

V rámci tejto bakalárskej práce je čerpané z literárnych a internetových zdrojov, ktoré sú prehľadne uvedené v zozname bibliografických údajov na konci práce. Sú tu využívané štandardné vedecko-výzkumné metódy, ako sú:

- Analýza – rozbor celku na jednotlivé časti,
- Syntéza – spojenie jednotlivých častí ako celku,
- Indukcia – úsudok smerujúci od jednotlivých častí k obecnému vyjadreniu,
- Dedukcia – úsudok smerujúci od obecného vyjadrenia k jednotlivým častiam,
- Komparácia – porovnanie.

5 Výsledky

V rámci tejto kapitoly sú predstavené dve zvolené destinácie, v ktorých je rozvíjaný vinársky cestovný ruch. Vzhľadom na to, že sa jedna z destinácií nachádza v Českej republike a druhá na Slovensku, tak sú tu uvedené základné a dôležité informácie, týkajúce sa týchto štátov. V závere tejto kapitoly je vykonaná komparácia českého a slovenského vinárskeho cestovného ruchu.

5.1 Česká republika

Česká republika je pre mnohých zahraničných návštevníkov známa predovšetkým pre svoje hlavné mesto – Prahu, kde môžu navštíviť Karlov most, Pražský hrad, Vyšehrad či Staré Mesto Pražské, kde sa mimo iné nachádza Staromestské námestie s radnicou a svetoznáмым Staromestským orlojom alebo tiež Kostolom svätého Mikuláša. Česká republika má ale aj mnoho iných predností, zaujímavostí a pamiatok, ktoré sú známe v celoeurópskom, alebo dokonca aj v celosvetovom meradle. Do povedomia návštevníkov pamiatok a obdivovateľov kultúrneho dedičstva sa isto môže zapísať dvanástimi pamiatkami zapísanými na kultúrnom zozname svetového dedičstva UNESCO a tiež štyrmi nehmotnými kultúrnymi pamiatkami, ktoré sú súčasťou zoznamu UNESCO. Medzi tieto pamiatky patria: historické centrum Prahy, historické centrum Českého Krumlova, historické centrum mesta Telč, Pútnický kostol sv. Jana Nepomuckého na Zelenej hore, historické centrum Kutnej Hory spoločne s Chrámom svätej Barbory a Katedrálou Nanebovzatia Panny Márie v Sedlci, Záhrady a zámok v Kroměříži, Lednicko – Valtický areál, Holašovice, Zámok v Litomyšli, Stĺp Najsvätejšej Trojice v Olomouci, Vila Tugendhat v Brne a Židovská štvrť a bazilika sv. Prokopa v Třebíči. Medzi nehmotné kultúrne pamiatky UNESCO sa radia mužský tanec Slovácky Verbuňk, Fašiangy, Sokolníctvo a Jazda kráľov (České dědictví UNESCO [online], cit. 2016-10-03)

V Českej republike žije 10 553 843 obyvateľov (údaj za rok 2015), priemerná hrubá mzda v tomto období činila 27 297 Kč a miera inflácie činila 0,3%. HDP za rok 2015 v bežných cenách dosahoval výšku 4 554 615 miliónov Kč, čo znamená nárast oproti roku 2014 o 240 826 miliónov Kč. HDP v bežných cenách zatiaľ za 1. štvrťrok 2016 dosahoval výšku 1 095 105 miliónov Kč a v 2. štvrťroku rovnakého roku potom 1 193 946 miliónov Kč (Český statistický úřad|ČSÚ, [online], cit. 2016-10-03).

Cestovný ruch je dôležitou súčasťou hospodárstva veľa krajín rovnako tak, ako je aj dôležitou súčasťou hospodárstva Českej republiky. Oblasť cestovného ruchu generuje mnoho pracovných miest, konkrétne za rok 2014 ich bolo celkom 225 446, pričom počet zamestnaných osôb v oblasti cestovného ruchu bolo v rovnakom období 225 283 osôb. Jednotlivé pracovné miesta sú vytvárané v rôznych odvetviach cestovného ruchu, ako sú napr. osobná lodná doprava, osobná cestná

doprava, osobná železničná doprava, hoteli, reštaurácie, cestovné agentúry, kultúrne služby, športové a ostatné rekreačné služby a pod. (Modul zamestnanosti cestovného ruchu|ČSÚ, [online], cit. 2016-10-03).

Česká centrála cestovného ruchu Czech Tourism uvádza vo svojej záverečnej správe za rok 2015 výsledky vykonaného šetrenia s názvom Príjazdový cestovný ruch ČR 2015 – 2016 vykonaného agentúrou Stemmark. Medzi hlavné poznatky patrí napr. skutočnosť, že podľa odhadu navštívilo Českú republiku za rok 2015 viac ako 27 miliónov turistov, pričom 52% z nich boli jednodenní návštevníci, 39,2% zahraniční turisti a 8,8% tých, ktorí krajinou iba prechádzali. Oproti roku 2014 tak došlo k nárastu účastníkov cestovného ruchu o 2,2 milióna, teda o 8,6%. Za rok 2015 turisti v Českej republike podľa odhadu minuli 206 miliárd Kč, pričom 54% z tejto čiastky bolo minutých v priebehu cesty a pobytu a zvyšok čiastky pred samotným začatím cesty (napr. náklady na rezerváciu ubytovaní, nákup leteniek, a pod.). Z celkovej čiastky 206 miliárd 10,9% minuli jednodenní návštevníci, 87,9% zahraniční turisti a zvyšok potom tranzitujúci cudzinci. Oproti roku 2014 vzrástli celkové výdaje o 5 miliárd Kč, teda o 2,4% (Príjazdový cestovný ruch 2015 – 2016: Závěrečná zpráva 2015, [online], cit. 2016-10-03).

Jednodenní návštevníci boli v roku 2015 predovšetkým Nemci, ktorí zaujímali 60 % z celkového počtu jednodenných návštevníkov a dôvodom ich návštevy boli najčastejšie nákupy tovarov a pohonných hmôt. Zo zahraničných turistov do Českej republiky najčastejšie prichádzali Nemci, Slováci a Taliani a to z dôvodu dovolenky. 54 % z nich potom Českú republiku navštívilo aj opakovane. Najčastejšie navštevovali Prahu, najväčšiu časť ich výdajov tvorili výdaje na ubytovanie, dopravu, tovar a jedlo a strávili tu v priemere 5,8 dňa (Príjazdový cestovný ruch 2015 – 2016: Závěrečná zpráva [online], cit. 2016-10-03).

5.2 Vinárska oblasť Južná Morava

Vinárska oblasť Morava sa člení na ďalšie štyri podoblasti, pričom táto oblasť má zásadný vplyv na pestovanie a produkciu vína na území Českej republiky a má veľké predpoklady pre rozvoj vinárskeho cestovného ruchu. Jednotlivými podoblasťami sú: Znojemská, Mikulovská, Veľkopavlovická a Slovácka podoblasť. Najväčšou výmerou disponuje Veľkopavlovická podoblasť, najviac vinárskych obcí sa nachádza v Slováckej podoblasti a rovnako tak je tu aj najviac viničných trás. Celkovo disponuje oblasť Južná Morava výmerou 16 514 hektárov, 312 vinárskymi obcami a 1 126 viničnými trasami.

Tabuľka 1: Podoblasti vinárskej oblasti Morava

Ukazatele	Znojemská	Mikulovská	Veľko-pavlovická	Slovácka	Spolu
Výmera [ha]	3 153	4 432	4 741	4 188	16 514
Vinárske obce	90	30	75	117	312
Viničné trate	215	182	321	408	1 126

Zdroj: Domů[Vína z Moravy a vína z Čech, [online], cit. 2016-10-04

5.2.1 Znojemská podoblast'

Znojemská podoblast' je obľúbenou aj často navštevovanou oblasťou nielen medzi tuzemskými návštevníkmi, ale aj u tých zahraničných. Medzi odrody, ktoré sa tu pestujú, patrí predovšetkým Veltlínske zelené, Sauvignon, Ryzlink rýnsky či Pálava. Z červených odrôd to sú potom Frankovka a Svatovavrinecké (Krajem vína: Vinařská oblast Morava, 2013). Táto oblasť má ako jediná v Českej republike apelačný systém VOC Znojmo (víno originálna certifikácia). Jedná sa o označenie, ktorými môžu disponovať iba vybrané vína z konkrétnych vinárstiev, ktoré sú členmi združenia VOC Znojmo. Tieto vína sú prísne hodnotené a následne vyberené a vína s týmto označením sú teda zárukou vysokej kvality. Znojemská podoblast' môže svojim návštevníkom ponúknuť množstvo pamätihodností a prírodných atraktivít, medzi ktorými je možné menovať napr. Národný park Podyjí, barokný zámok vo Vranove nad Dyjí, gotický hrad v Bítove, múzeum vinárstva a debnárstva v Louckém kláštore v Znojme, rotunda svätej Kataríny v Znojme či benediktínsky kláštor a Pamätník písomníctva na Morave v Rajhrade (Znojmo a Znojemsko, [online], cit. 2016-12-05).

5.2.2 Mikulovská podoblast'

V Mikulovskej podoblasti sa darí predovšetkým odrodám, ako sú Ryzlink vlašský, Ryzlink rýnsky, Sauvignon, Veltlínske zelené, či Rulandské biele. Je tu možné navštíviť množstvo obľúbených turistických cieľov, napr. mesto Mikulov a jeho zámok alebo židovskú štvrť, miesto objavu Vestonickej venuše Dolné Věstonice, Lednicko – Valtický areál, ktorý je zapísaný na zozname pamiatok UNESCO, Chránenú krajinnú oblasť Pálavu či vinársky náučný chodník Stará hora v Novosedlech. Koná sa tu množstvo kultúrnych akcií v priebehu celého roka, a tak môžu turisti navštíviť napr. Leto otvorených pivníc, Mariánsku púť na Svätý kopček, Festival syrov, vinobranie, Krojované hody, hudobné koncerty a výstavy, cestovateľské besedy alebo rôzne divadelné predstavenia (Mikulovsko, [online], cit. 2016-12-05).

5.2.3 Veľkopavlovická podoblasť

Veľkopavlovickú podoblasť je možné označiť ako jedno z najteplejších a najslnečnejších miest v rámci celej Českej republiky, kde sa veľmi darí odrodám červeného vína, predovšetkým potom Frankovke, Modrému Portugalu a Svätovavrineckému vínu. Dobré podmienky pre pestovanie tu majú aj biele vína – Muškát moravský, Tramín červený a Müller Thurgau (Krajem vína: Vinařská oblast Morava, 2013). Táto oblasť je preslávená veľkým počtom zámkov a vďaka tomu je hojne navštevovaná. Je to napr. Barokný zámok v Slavkove u Brna, kde je možné napr. vždy v auguste navštíviť výstavy, vojenské prehliadky, atď.), Zámok v Kloboukách u Brna, Renesančný zámok v Bučovicích, Barokný zámok v Židlochovicích alebo Barokný zámoček vo Veľkých Pavloviciach. Ani milovníci prírody v tejto oblasti neprídu skrátka – môžu navštíviť prírodnú rezerváciu Kamenný vrch so vzácnymi a ohrozenými rastlinnými druhmi, Archeopark Cezava v Blučine, náučný chodník Krajinou Výhonu v Židlochovicích či lesnú pahorkatinou Kolby v Uherčiciach (Veľkopavlovicko, [online], cit. 2016-12-05).

5.2.4 Slovácka podoblasť

Slovácka podoblasť predstavuje ideálne podmienky pre pestovanie Ryzlinku vlašského, Rulandského šedého a bieleho alebo pre Frankovku a Zweigeltrebe. V tejto oblasti si prídu na svoje milovníci prírody, kultúry, historických pamiatok aj kultúrnych udalostí. Medzi prírodné poklady Slovácka môžeme zaradiť Biele Karpaty, Chříby, Ždánický les, Pálavu alebo Novomlýnske nádrže. Hojne navštevované je pútnické miesto Velehrad, ktoré je významným duchovným centrom, návštevníci by tiež nemali minúť Baťov kanál, hrad na Buchlove a zámok v Buchloviciach, renesančný zámok v Kyjove, múzeum dedinky juhovýchodnej Moravy v Strážnici, pamiatkovo chránenú pivničnú lokalitu v Uhorskom Hradišti či areál vinných pivníc vo Vlčnove (Slovácko, [online], cit. 2016-12-05).

5.3 Vinársky cestovný ruch na južnej Morave

Vinársky cestovný ruch by sa nemohol rozvíjať, pokiaľ by v danej oblasti nebol dostatok ubytovacích kapacít. Pre zistenie, koľko ubytovacích zariadení a lôžok sa na území južnej Moravy nachádza a aké sú počty návštevníkov a prenocovaní v jednotlivých rokoch, bola využitá dáta za celý Juhomoravský kraj, pretože nie sú k dispozícii dáta za samotnú oblasť. Konkrétne hodnoty sú uvedené v nasledujúcej tabuľke.

Tabuľka 2: Štatistika južnej Moravy

Juhomoravský kraj	2013	2014	2015
Ubytovacie zariadenia	872	816	813
Počet návštevníkov	1 427 154	1 499 974	1 536 172
Prenocovanie návštevníkov	2 838 285	2 972 285	3 072 995
Počet lôžok	46 074	44 213	45 236

Zdroj: Český statistický úrad

V roku 2013 sa na území Juhomoravského kraja nachádzalo 872 ubytovacích zariadení, kde sa mimo iné radia aj hoteli, penzióny a kempy. Od tohto roku počet ubytovacích zariadení do roku 2015 klesal a v roku 2015 dosahoval výšku 813 zariadení. Počet návštevníkov v roku 2013 činil 1 427 154 a od tohto roku do roku 2015 rástol, pričom index rastu dosahuje hodnoty 1,08. Prenocovanie návštevníkov v Juhomoravskom kraji od roku 2013 do roku 2015 tiež postupne rástlo a index rastu tu dosahuje výšky 1,08. Počet lôžok v roku 2013 činil 46 074 lôžok, do nasledujúceho roka tento počet klesol a v roku 2015 opäť vzrástol, ale už nedosiahol na výšku z roku 2013. Podľa údajov z Českého štatistického úradu na území Juhomoravského kraja na konci roku 2015 žilo 1 177 120 obyvateľov. Regionálny hrubý domáci produkt činil za rok 2014 celkom 465 032 miliónov Kč (Český štatistický úrad, [online], cit. 2016-12-07).

Na území južnej Moravy pôsobí Centrála cestovného ruchu – Južná Morava (CCRJM). Táto centrála vznikla za účelom koordinácie jednotlivých subjektov zainteresovaných na cestovný ruch v tejto oblasti. Svoje poslanie definuje nasledovne: „Ako organizácia cestovného ruchu koordinuje rozvoj cestovného ruchu na Južnej Morave so zameraním na maximálne využitie turistického potenciálu územia v súlade s princípmi udržateľného rozvoja. Východiskom je poznanie záujmov zainteresovaných osôb na rozvoji cestovného ruchu s cieľom poskytnúť návštevníkom komplexné služby, zabezpečiť prosperitu podnikov a tým aj konkurencieschopnosť Južnej Moravy“ (CCRJM, [online], cit. 2016-10-04). Medzi činnosti, ktoré táto centrála realizuje, patria napr. tvorba produktov cestovného ruchu, tvorba propagačných materiálov, vytváranie spoločnej ponuky oblasti južná Morava, poskytovanie informácií spojených s cestovným ruchom a turizmom v tejto oblasti, spolupráce s jednotlivými subjektmi z oblasti cestovného ruchu a ďalšie (CCRJM, [online], cit. 2016-10-04).

5.3.1 Vinárske akcie a udalosti

Južná Morava poskytuje svojim návštevníkom množstvo možností kultúrneho či športového vyžitia a ponúka množstvo rôznych kultúrnych udalostí spojených s vínom, miestnou kultúrou a spôsobom života.

Festival otvorených pivníc

Festival otvorených pivníc sa koná dvakrát do roka a jeho podstatou je predstaviť návštevníkom miestnych vinárov a umožniť im ochutnávku vín priamo v ich pivničkách. Tohto festivalu sa vždy zúčastňuje niekoľko susediacich obcí, keď miestny vinári sprístupňujú svoje pivnice návštevníkom a ponúkajú im vína z vlastnej produkcie. Medzi jednotlivými obcami je zaistená doprava a samozrejmosťou je tiež občerstvenie, ktoré k vínu nesmie chýbať. V roku 2017 sa tento festival koná 22. a 23. apríla a to v obciach Mutěnice, Hovorany, Šardice a Čejč. Vstupenky na tento festival sa dajú kúpiť v predpredaji za 980 Kč a zahŕňajú degustačný pohárik, tašku, bezplatnú dopravu medzi jednotlivými obcami, tlačeného sprievodcu, poukážku na odber vína v hodnote 200 Kč a jednorazové degustácie vína. Pokiaľ by účastníci festivalu chceli ochutnať všetky vína, museli by ochutnať 250 – 300 vzoriek. Súčasťou festivalu je tiež vinársky program (napr. súťaž v poznávaní vône vína, ukážka sekania hrdiel fliaš a špecialít, husacie špeciality, špeciality moravskej kuchyne a množstvo ďalšieho) (Otvorené sklepy – Aktuality, [online], cit. 2016-12-07).

Znojenské historické vinobranie

Znojenské historické vinobranie sa koná už od roku 1966 a každoročne ho navštevujú desaťtisíce návštevníkov, ktorí cestujú nielen za vínom, ale aj za kultúrnym programom. V roku 2017 sa vinobranie bude konať od 15. do 17. septembra a ponúkne tak bohatý trojdňový program. Súčasťou vinobrania sú hudobné koncerty, ochutnávka vín v otvorených mázhauszech, stánkový predaj remeselníkov a historická trhoviská, ohňostroje alebo tiež historický sprievod Jana Luxemburského s manželkou a dvoranmi (Znojenské historické vinobranie, [online], cit. 2016-12-07).

Valtické vinné trhy

Valtické vinné trhy sú prehliadkou a výstavou vín, ktorá sa koná každý rok, a to v Zámockej jazdiarni vo Valticiach. Tieto trhy sú hojne navštevované a majú dlhoročnú tradíciu, prvé trhy sa konali už na konci 19. storočia. V roku 1967 bola v rámci tejto akcie usporiadaná vinárska súťaž, ktorá je v súčasnej dobe veľmi prestížna a ocenenie, ktoré sú v rámci nej udeľované, sú medzi vinármi veľmi vysoko cenené. Súčasťou valtických vinných trhov je aj stánkový predaj, kde môžu predajcovia, či už vinárskych produktov, gastronomických produktov či ručne robených výrobkov, prezentovať a predávať svoje tovary (www.vinetrhy.cz|Nejstarší výstava vín v ČR, [online], cit. 2016-12-07).

Pálavské vinobranie

Pálavské vinobranie sa každoročne koná druhý víkend v septembri v Mikulove. Koná sa už od roku 1947 a je spojené s prezentáciou kulinárskych lahôdok a dobrého pitia, s bohatým kultúrnym programom, kde nesmie chýbať tradičný folklór, dychová hudba, cimbálová muzika, koncerty známych kapiel, vinárske trhoviská, stánkový predaj remeselných, gurmánskych a iných produktov. Pravi-

delne sa v rámci Pálavského vinobrania koná tiež spoločný výstup návštevníkov na Svatý kopeček alebo Majstrovstvo Českej republiky v rozoznávaní vône vo víne (Pálavské vinobraní – úvod, [online], cit. 2016-12-07).

Prehľad ďalších vinárskych akcií konaných na južnej Morave je možné dohľadať na webových stránkach CCRJM, ktorá tu zverejňuje kalendáre všetkých akcií tu konaných, alebo prehľad tých najlepších a najobľúbenejších akcií na južnej Morave. Medzi tieto top akcie nepatria iba akcie spojené s vinárskym cestovným ruchom a je tu tak možné nájsť a navštíviť napr. Veľkonočný festival duchovnej hudby, ktorý sa koná v priebehu marca a apríla v Brne, Slávnosti špargle konané v máji v Ivančiciach, divadelný festival Divadelný svet Brno, prehliadka ohňostrojev Ignis Brunensis v Brne alebo Medzinárodný folklórny festival Strážnice. Za zmienku isto stoja tiež veľtrhy Go a Regiontour, ktoré sa konajú v januári a sú to jedny z najvýznamnejších veľtrhov zameraných na cestovný ruch v strednej Európe. Tieto veľtrhy sa konajú na brnenskom výstavisku (CCRJM, [online], cit. 2016-10-20).

5.3.2 Cykloturistika

V oblasti južnej Moravy sa nachádza množstvo kilometrov cyklistických trás, ktoré sú starostlivo zmapované a ktoré ponúka návštevu rozličných turistických zaujímavostí. Prehľad o týchto cykloturistických trasách prináša web www.vinarske.stezky.cz (Moravské vinařské stezky, [online], cit. 2016-10-04). Cykloturistika má pozitívny vplyv na rozvoj vinárskeho cestovného ruchu v danej oblasti, a to nielen preto, že zahŕňa nový spôsob dopravy, ale umožňuje aj poznávanie okolia a kontakt s prírodou a všadeprítomnými vinicami. Vinárske trasy tvoria celkom 1200 km trás, ktoré sú rozdelené do desiatich okruhov a ktoré sa nachádzajú vo všetkých podoblastiach južnej Moravy. Všetky tieto cyklotrasy prepája Moravská vinná stezka.

Mikulovská vinárska trasa

Mikulovská vinárska trasa meria 82 km a je vedená po asfaltových cestách. Začína v Mikulove a vedie cez Sedlec, Valtice, Lednice, Bulhary, Milovice, cez Novomlýnske nádrže, Strachotín, Pasohlávky a Novosedly späť do Mikulova. Jedná sa o nie príliš náročný okruh, ktorý je zjazdový celoročne a je vhodný pre všetky kategórie cyklistov. Najvyšší bod má 290 m. n. m. a najnižší potom 190 m. n. m. Cestou je možné navštíviť tehlové lisovne v Březí, ktoré pochádzajú z 20. rokov 20. storočia a sú jednými z najpôsobivejších vinárskych stavieb na Morave (Moravské vinařské stezky, [online], cit. 2016-10-04).

Vinárska trasa Podluží

Vinárska trasa Podluží meria 115 km a hoci je pomerne dlhá, je vhodná aj pre rekreačných cyklistov. Vedie cez spevnené komunikácie a je zjazdová v každom počasí po celý rok. Nástupným miestom je Břeclav, u ktorého stojí za zmienku Po-

hansko, čo je veľkomoravské hradisko s empírovým loveckým zámočkom, ktorý bol vystavaný v 19. storočí. Pivničnú architektúru je možné obdivovať v Moravskej Novej Vsi, Mikulčiciach či v Prušánkach. Tu sa môžu turisti zúčastniť degustácie vín u miestnych vinárov (Moravské vinařské stezky, [online], cit. 2016-10-04).

Brnenská vinárska trasa

Brnenská vinárska trasa meracia 130 km je vhodná pre všetky kategórie cyklistov, ale nachádzajú sa tu aj obtiažnejšie kopcovité úseky. Prevýšenie tejto trasy je 145 m a nástupným miestom sú Moravy. Trasa je vedená pozdĺž severného okraja vinárskej oblasti Morava. Cestou cyklisti minú pútnickú kaplnku svätého Antonína a kláštor Rosa Coeli v Dolných Kouniciach, Kostol svätého Jakuba Staršieho s freskovou výzdobou presbytéra zo 14. storočia v Pohořeliciach, Rajhradský kláštor s pamätníkom písomníctva na Morave a v Rajhrade, Blučine alebo Židlochoviciach môžu ochutnať miestne výborné biele vína odrôd Veltlínske zelené či Tramín červený (Moravské vinařské stezky, [online], cit. 2016-10-04).

Vyššie zmienené trasy predstavujú iba malú časť trás, ktoré sa v tejto oblasti nachádzajú - celkom sa na južnej Morave nachádza 18 vinárskych trás, každá z týchto trás má svoj názov a svoje označenie.

5.4 Slovenská republika

Hlavným mestom Slovenskej republiky je Bratislava, ktorá má viac ako 400 000 obyvateľov. Je predovšetkým známa pre svoj hrad, ktorý je symbolom Bratislavy a nachádza sa tu tiež klenotnica, kde je možné vidieť najväčšie archeologické poklady Slovenska a historické múzeum. Ďalej tu môžu turisti navštíviť Katedrálu sv. Martina, ktorá je postavená v gotickom slohu, pochádza z 15. storočia a bola tu korunovaná Mária Terézia ako Uhorská panovníčka. Milovníci anglických gobelínov by mali navštíviť Primaciálny Palác, ktorý je vystavaný v klasicistickom štýle a pochádza z 18. storočia. Návštevníci by v Bratislave nemali opomenúť Michalskú bránu, ktorá je jedinou zachovanou bránou mestského opevnenia zo 14. storočia. Za zmienku iste stojí tiež hrad Devín, ktorý sa radí medzi najvýznamnejšie historické a archeologické lokality v strednej Európe. V Bratislave sa nachádza tiež najväčší vojenský pamätník v strednej Európe – Slavín, ktorý dosahuje výšky 52 metrov a je tu pochovaných 6 845 vojakov Sovietskej armády, ktorí padli za druhej svetovej vojny pri oslobodzovaní Bratislavy (VisitBratislava, [online], cit. 2016-10-17).

Tak ako v Českej republike, aj na Slovensku sa nachádzajú pamiatky zapísané na liste svetového dedičstva UNESCO. Týmito pamiatkami sú: Banská Štiavnica a technické pamiatky okolia; Levoča, Spišský hrad a pamiatky okolia, Rezervácia ľudovej architektúry Vlkolínec, historické jadro mesta Bardejov a drevené chrámy v slovenskej časti Karpatského oblúka. Do prírodných lokalít, zapísaných na zoz-

nam UNESCO, patria Jaskyňa Slovenského a Aggtelekského krasu (spoločná lokalita s Maďarskom) a Karpatské bukové pralesy a staré bukové lesy Nemecka (spoločná lokalita s Nemeckom a Ukrajinou). Medzi nehmotné pamiatky UNESCO sa radí hudobný nástroj fujara, Terchovská muzika a Gajdošská kultúra. (UNESCO, [online], cit. 2016-10-17).

Na Slovensku žije 5 426 252 obyvateľov (údaj k 31.12.2015). Priemerná mesačná hrubá mzda činila v roku 2015 čiastky 997 Eur (pri kurze 27 Kč/Eur mzda dosahovala výšku 26 919 Kč). Hrubý domáci produkt v bežných cenách dosahoval za rok 2015 výšku 179 462,8 miliónov Eur (pri kurze 27 Kč/Eur teda 4 845 495,6 miliónov Kč), čo znamená nárast oproti predchádzajúcemu roku 2014, kedy HDP dosahoval výšku 172 592,5 miliónov Eur (v prepočte 4 659 997,5 miliónov Kč) (Slovenská republika v číslach, 2016).

Za rok 2015 sa na území Slovenska uskutočnilo 4 736 851 dlhodobých a krátkodobých ciest, počet prenocovaní činil 18 311 661. Priemerné výdaje na jednu cestu činili 133,2 Eur. Okrem krátkodobých a dlhodobých ciest boli tiež na území Slovenska realizované služobné cesty, konkrétne 858 103 ciest, počet prenocovaní za rok 2015 bol vo výške 1 675 935 prenocovaní a priemerné výdaje na jednu služobnú cestu činili 125,6 Eur. Zo Slovenskej republiky do zahraničia bolo podniknutých 2 247 199 dlhodobých a krátkodobých ciest, pričom počet prenocovaní činil 16 859 354 prenocovaní. Priemerný počet prenocovaní na jednu cestu dosahoval hodnoty 7,5 nocí. Priemerné výdaje na jednu zahraničnú cestu činili 555,7 Eur. Za rok 2015 bolo tiež podniknutých 529 805 služobných ciest do zahraničia, celkový počet prenocovaní činil 2 228 376 a priemerný počet prenocovaní na jednu cestu bol vo výške 4,2 noci. Priemerné výdaje na zahraničné cesty dosahovali výšku 555,6 Eur (Štatistický úrad SR – Úvodná stránka, [online], cit. 2016-10-18).

Cestovný ruch je v rámci Slovenskej republiky riadený a podporovaný na základe Zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov a jeho zavedením a dodržiavaním má byť dosiahnuté zvýšenie konkurencieschopnosti jednotlivých destinácií, motivácia jednotlivých subjektov cestovného ruchu k spolupráci či snaha o prepojenie verejného a súkromného sektoru za účelom efektívneho regionálneho rozvoja. Aktéri destinačného managementu sú ustanovení na troch úrovniach – národnej, krajskej a oblastnej. Na národnej úrovni pôsobí Slovenská agentúra cestovného ruchu (SACR), na krajskej úrovni Krajské organizácie cestovného ruchu (KOCR) a na oblastnej úrovni potom Oblastné organizácie cestovného ruchu (OOCR) (Gúčík, 2012).

5.5 Vinárska oblasť Malokarpatská

Malokarpatská vinárska oblasť sa skladá z 5 359 hektárov viníc, 119 vinárskych obcí a je najväčšou vinárskou oblasťou na území Slovenskej republiky podľa veľkosti plochy. Je ďalej rozdelená do troch podoblastí: Vinohrady Záhoria, Malokarpatské vinohrady a Vinohrady na nížinách a pahorkatinách severného výbežku Malých Karpát a východne od Malých Karpát. Malokarpatská vinárska oblasť sa nachádza v juhozápadnej časti Slovenska pozdĺž pohoria Malé Karpaty a je najstaršou a najvýznamnejšou z vinárskych oblastí. Do tejto oblasti spadá aj hlavné mesto Bratislava a ďalej potom Svätý Jur, Pezinok, Modra a Trnava. Typickými vínami pre túto oblasť sú Veltlínske zelené, Rizling vlašský, Rizling rýnsky, Müller Thurgau, Sauvignon, Irsai Oliver, Tramín červený, Pálava, Devín, Neronet, André či Frankovka modrá (Malokarpatská vinohradnícka oblasť, [online], cit. 2016-10-19).

Konkrétna rozloha jednotlivých podoblastí Malokarpatskej vinárskej oblasti je dostupná vo vinohradníckom registri, ktorý vedie Ústredný kontrolný a skúšobný ústav poľnohospodársky (ÚKSÚP), Odbor vinohradníctva a vinárstva a evidujú sa tu vinári, obchodníci s vínom a ich osobné údaje a tiež rozloha vinohradníckych plôch. Tieto údaje sú ale bohužiaľ dostupné iba tomu, kto preukáže, že má na tieto veci právny záujem.

5.5.1 Vinohrady Záhoria

Vinohrady Záhoria sa rozprestierajú na severozápadnom okraji Malých Karpát, pričom najvýznamnejšia časť tejto oblasti sa nachádza v okolí mesta Skalica. V tejto vinárskej oblasti sa darí predovšetkým červeným vínam – Frankovke, Svätovavríneckému, Merlotu či odrode Zweigeltrebe alebo Cabernet Sauvignon (Topwine, [online], cit. 2016-12-06). Za typické odrody tejto oblasti sú považované Sklalká frankovka a Skalický rubín. V centre tejto oblasti – v meste Skalica – je možné navštíviť množstvo historických pamiatok a zúčastniť sa množstva rozličných kultúrnych akcií. Za zmienku stojí napr. Rotunda svätého Juraja, ktorá pochádza z prelomu 12. a 13. storočia, Františkánsky kostol Sedembolestnej Panny Márie a kláštor, secesná budova Domu kultúry či Kostol Najsvätejšej Trojice a kláštor milosrdných bratov. Na svoje si prídu aj milovníci prírody a športu, ktorý môžu navštíviť napr. Perúnsku lúku, kde sa vyskytuje množstvo živočíšnych a rastlinných druhov, rekreačno-turistickú oblasť Zlatnícka dolina alebo Baťov kanál (Turistická informačná kancelária Skalica, [online], cit. 2016-12-06).

5.5.2 Malokarpatské vinohrady

Malokarpatské vinohrady sa nachádzajú na juhozápadných svahoch Malých Karpát a spadajú sem mestá: Bratislava, Senec, Pezinok, Svätý Jur, Viničné, Modra alebo Horné Orešany. Predovšetkým oblasť okolo Pezinka bola v minulosti známa pre pestovanie bieleho vína, v súčasnej dobe sa v tejto oblasti pestuje zhruba štvrtina modrých odrôd a zvyšok tvoria biele odrody. Známe sú Veltlín zelený a Rizling vlašský (eStar magazine, [online], cit. 2016-12-06). Tým, že táto oblasť zahŕňa aj hlavné mesto Slovenska Bratislavu, sú tu veľké možnosti kultúrneho využitia. Nielen v Bratislave sa nachádza množstvo kultúrnych pamiatok (napr. Bratislavský hrad, Katedrála svätého Martina, Primaciálny palác), ale tiež v Pezinku (napr. Pezinský zámok, Turecký dom, Rímskokatolícky Farský kostol, Zámocký park), ktorý je známy aj pre konanie množstva tradičných kultúrnych udalostí, ako sú napr. Medzinárodný festival chrámových zborov Ad Una Corda, Medzinárodný súťažný festival malých dychových hudieb Dychovky v Preši, Vinobranie a ďalšie (Mesto Pezinok, [online], cit. 2016-12-06).

5.5.3 Vinohrady severného výbežku Malých Karpát

Vinohrady severného výbežku Malých Karpát nadväzujú na Malokarpatské vinohrady a rozprestierajú sa až cez Čachtice k Novému Mestu. Ďalšími mestami, ktoré spadajú pod túto vinársku oblasť, sú napr. Piešťany, Hlohovec, Vrbové. Táto oblasť je mladšia ako dve predchádzajúce a aj napriek tomu, že sa časť nachádza na severe, je aj tu možné vypestovať odrody vhodné pre kvalitné vína (Topwine, [online], cit. 2016-12-06). Darí sa tu týmto odrodám: Sauvignon, Irsai Oliver, Frankovka. Aj táto oblasť je hojne navštevovaná pre svoje pamiatky a zaujímavé miesta. Napr. v Čachticiach sa nachádza známy Čachtický hrad, v Hlohovci Vlastivedné múzeum, Františkánky kostol, Empírové divadlo, Kostol svätého Michala alebo Hvezdáreň a planetárium M. R. Štefánika a v Piešťanoch sa nachádzajú svetoznáme termálne kúpele.

5.6 Vinársky cestovný ruch v Malokarpatskej oblasti

Pre zistenie koľko ubytovacích zariadení a lôžok sa v Malokarpatskej oblasti nachádza a aké sú počty návštevníkov a prenocovaní v jednotlivých rokoch, boli využité údaje za Bratislavský a Trnavský kraj, na ktorých sa táto oblasť rozkladá, pretože nie sú k dispozícii údaje za samotnú oblasť. Konkrétne hodnoty sú uvedené v nasledujúcej tabuľke.

Tabuľka 3: Štatistika Malokarpatskej oblasti

Bratislavský a Trnavský kraj	2013	2014	2015
Ubytovacie zariadenia	509	486	535
Počet návštevníkov	1 337 563	1 223 250	1 492 172
Prenocovanie návštevníkov	3 261 312	3 136 287	3 735 916
Počet lôžok	44 085	42 330	44 513

Zdroj: Štatistický úrad SR

V roku 2013 sa na skúmanom území vyskytovalo 509 ubytovacích zariadení, do ktorých sa radia okrem iného aj hotely, penzióny a kempy. V roku 2014 sa tento počet znížil a v nasledujúcom roku 2015 opäť narástol a oproti roku 2013 bol tak dosiahnutý index rastu 1,05. Počet návštevníkov v roku 2013 dosahoval výšky 1 337 563, v ďalšom roku klesol a v nasledujúcom roku opäť dosiahol vyššie hodnoty ako v roku 2013. V tomto prípade je index rastu 1,12. Prenocovanie návštevníkov aj počet lôžok sa vyvíjal v súlade s ostatnými ukazateľmi, kedy v roku 2014 jednotlivé hodnoty klesli oproti roku 2013 a v roku 2015 vzrástli na vyššiu ako pôvodnú hranicu. Index rastu v prípade prenocovania návštevníkov dosahuje hodnoty 1,15 a u počtu lôžok je to potom hodnota 1,01. Podľa dát zo Štatistického úradu Slovenskej republiky na území Bratislavského a Trnavského kraja žilo ku koncu roka 2015 celkom 1 192 985 obyvateľov a regionálny hrubý domáci produkt za rok 2014 dosahoval výšky 29 713 miliónov Eur, čo je pri kurze 27 Kč/Eur 802 251 miliónov Kč.

Malokarpatská vinárska oblasť sa rozprestiera na území Bratislavského a Trnavského kraja. V Bratislavskom kraji pôsobí KOČR – Turizmus regiónu Bratislava, OOCR – Bratislavská organizácia cestovného ruchu a OOCR – Región Senec. Na území Trnavského kraja potom pôsobí OOCR - Trnava Tourism, OOCR – Rezort Piešťany, OOCR – Záhorie a OOCR – Žitný ostrov – Csallóköz (Slovenský turizmus, [online], cit. 2016-10-19). V roku 2015 sa súčasťou KOČR – Turizmus regiónu Bratislava stala OOCR Malé Karpaty, ktorá pôsobí práve na území Malokarpatskej vinárskej oblasti. Tento rok bol vykonaný za účelom rozvoja cestovného ruchu v tejto oblasti a jeho cieľom bolo tiež zjednotiť ponuku produktov cestovného ruchu v tejto oblasti a dosiahnuť spolupráce všetkých zainteresovaných subjektov (SME, [online], cit. 2016-10-20).

5.6.1 Vinárske akcie a udalosti

V Malokarpatskej vinárskej oblasti sa každoročne koná množstvo udalostí, ktorú sú spojené s vínom a kde si prídu na svoje nielen milovníci vína, ale aj gastronómie a kultúrnych zážitkov.

Deň otvorených pivníc v Skalici na Vínnej ceste Záhorie

Tento deň otvorených pivníc sa koná vždy na jeseň v Skalici a v roku 2017 sa bude konať už 8. ročník. Organizuje ho občianske združenie Vínna cesta Záhorie a jeho súčasťou je nielen prezentácia a predaj vína návštevníkom, ale aj prehliadky vinných pivničiek, gastronomické slávnosti, putovanie za vínom a vinármi a ich poznávanie, posedenie s miestnymi a poznávanie miestnej kultúry (Folklorfest.sk, [online], cit. 2016-12-07).

Deň otvorených pivníc

Deň otvorených pivníc sa koná každoročne v novembri a je oslavou práce vinárov, kedy viac ako 200 vinárov z malokarpatskej oblasti otvorí svoje pivničky a ponúkajú svoje vína návštevníkom. Do tejto akcie sa zapojujú vinári z Bratislavy, Vajnora, Svätého Jura, Modry či z Trnavy. Táto udalosť sa koná v troch dňoch, počas ktorých je možné navštíviť bohatý sprievodný program, do ktorého ide zaradiť hudobné vystúpenia populárnych, ale aj napr. miestnych folklórnych hudobných skupín (cimbálova muzika, cigánska muzika), výtvarné výstavy atď. Súčasťou zakúpenej vstupenky je taška s degustačným pohárom, mapa všetkých zapojených viníc, kalendár vinárskych akcií v Malokarpatskej oblasti, prehľad možností ubytovania a stravovania a predovšetkým prezentácia každého zo zapojených vinárov do tejto akcie (Malokarpatská vínna cesta, [online], cit. 2016-12-07).

Svätomartinské dni v Bratislave

Svätomartinské dni sú oslavou spolupráce a úsilia vinárov z Bratislavy a vinárov z Malokarpatskej vinárskej oblasti a snaží sa podporovať a posilňovať historické povedomie návštevníkov k vlastným tradíciám a propagovať prácu podnikateľov v oblasti vinárstva a gastronómie. Súčasťou tejto slávnosti je požehnanie mladých vín, bohoslužby, stánkový predaj tradičných pokrmov (lokše, pagáče, halušky, medovina), Víkend umeleckých remesiel a tiež kultúrny program (vystúpenie ľudových tanečných a hudobných súborov). V roku 2017 sa bude konať už 10. ročník (Bratislava, [online], cit. 2016-12-07).

Vinné trhy Pezinok

Vinné trhy v Pezinku sú veľmi obľúbené trhy, ktoré sa z pôvodne miestnej akcie vyvinuli v trhy známe a obľúbené medzi širokou verejnosťou. Koná sa tu medzinárodná súťaž, výstava a degustácia vín. V rámci súťaže sú vína hodnotené odbornou komisiou a tie najlepšie dostanú ocenenie, ktoré sú vnímané ako veľmi prestížne. Trhy sa konajú už od roku 1995 a to väčšinou tretí piatok a sobotu v mesiaci apríl a sú jednými z najvýznamnejších na Slovensku.

Medzi ďalšie akcie a udalosti, ktoré sa odohrávajú v Malokarpatskej vinárskej oblasti, patria aj také udalosti, ktoré nemajú v centre pozornosti iba víno, ale aj také, ktorých cieľom je stretávanie miestnych obyvateľov a návštevníkov pri nejakej kultúrnej alebo športovej udalosti. Napr. v januári, februári, marci a apríli

to sú plesy a výstavy vín, v júni otvorenie plavebnej sezóny a hudobné večery, v auguste vinobranie, v septembri dni otvorených pivníc, pívne slávnosti a festival burčiaku, v októbri hodové slávnosti a prehliadky speváckych zborov, v novembri jarmoky a v decembri potom vianočné a adventné jarmoky a vianočné trhy (Vínna cesta Záhorie, [online], cit. 2010-10-20). Okrem vyššie uvedených akcií, usporiadáva v tejto oblasti Združenie Malokarpatská vínna cesta tiež napr. someliárske kurzy alebo dni otvorených ateliérov (Malokarpatská vínna cesta, [online], cit. 2016-10-20).

5.6.2 Cykloturistika

Cykloturistika je ďalšou aktivitou, vďaka ktorej je možné podporovať rozvoj vinárskeho cestovného ruchu vo vinárskych oblastiach. V malokarpatskej vinárskej oblasti sa nachádza Malokarpatská vinárska cesta a Vinárska cesta Záhorie.

Malokarpatská vinárska cesta

Malokarpatská vinárska cesta vznikla začiatkom 90. rokov vďaka spolupráci občianskych združení a podnikateľov z oblasti Malých Karpát. Táto cesta meria 50km a spojuje hlavné mesto Slovenska Bratislavu a Trnavu. Zároveň vedie cez mestá Svätý Jur, Pezinok a Modra. Obce, nachádzajúce sa v tejto oblasti spoločne s miestnymi podnikateľmi založili Združenie Malokarpatská vínna cesta, ktoré vzniklo v roku 1996 a jeho cieľom je propagovať vinárstva a samotný región. Na význame tejto vinárskej cesty sa podieľa Národný salón vín, ktorý bol vytvorený v Pezinku a tiež veľké množstvo výrobcov vína, ktorí svoje produkty ponúkajú všetkým návštevníkom Malokarpatskej vinárskej cesty (Soukupová, Mach, 2010). Cestou po Malokarpatskej vinárskej ceste sa môžu turisti zastaviť v obci Slovenský Grob, ktorý je preslávený pečením husaciny. Vypiť si dobré víno s pečenou husou je tak možné v jednej z množstva reštaurácií, ktoré sa v Slovenskom Grobe nachádzajú. V obci Častá sa nachádza najväčšia vinica - Fuggerovská, v Senci turistické centrum s moderným aquaparkom. „Malokarpatská vinárska cesta v sebe spája niekoľko fenoménov – víno, krajinu, históriu a gastronómiu oblasti, rozložené medzi Bratislavou a Trnavou, ako veľkými centrami juhozápadného Slovenska“ (Malokarpatská vínna cesta, [online], cit. 2016-10-20).

Vinárska cesta Záhorie

Vinárska cesta Záhorie vznikla v roku 2003 a rozprestiera sa na území okresov Malacky, Skalica a Senica a nachádza sa tak v blízkosti hraníc s Dolným Rakúskom a južnou Moravou. Výsledkom spolupráce s oblastnou južnou Moravou je tzv. Skalická vinárska cesta, ktorá meria 37 km a je vhodná pre rekreačnú cyklistiku. Pri absolvovaní tejto cesty je možné navštíviť mestá Skalica, Holíč, Kopčany, Prietržka, Trnovec a Vrádište (Moravské vinařské stezky, [online], cit. 2016-10-

20). Centrom pozornosti na vinárskej ceste Záhorie je Turistické informačné centrum v Skalici, ktoré organizuje výlety a návštevy regiónu. Účelom tejto vinárskej cesty je zviditeľniť región, podpora miestnych podnikateľov a prezentácia na výstavách cestovného ruchu (Soukupová, Mach, 2010).

5.7 Komparácia českého a slovenského vinárskeho cestovného ruchu

Česká a Slovenská republika sú susediacimi štátmi, ktoré tvorili od roku 1918 do roku 1992 spoločný štát Československo. 1. januára 1993 došlo k rozdelení a Česká a Slovenská republika sa stali samostatnými štátmi. Vývoj oboch štátov v mnohých oblastiach teda vychádzajú z rovnakých historických súvislostí, ale napriek tomu je napr. situácia v oblasti vinárstva a cestovného ruchu rozdielna, a to mimo iné z dôvodu odlišného prístupu vlády, politických riešení, klimatických podmienok, prístupu rôzne zameraných organizácií a prístupu miestnych obyvateľov.

Obe krajiny, Česká aj Slovenská republika majú svojím návštevníkom veľa čo ponúknuť a sú dosť navštevovanými oblasťami hlavne v posledných rokoch. Obe krajiny majú veľký potenciál pre rozvoj cestovného ruchu. Jedným z predpokladov rozvoja cestovného ruchu je dostatok prírodných, historických a kultúrnych atraktivít, ktoré by nalákali turistov do daných destinácií. V rámci Českej republiky je možné navštíviť 12 pamiatok, ktoré sú zapísané na zozname kultúrneho svetového dedičstva UNESCO a 4 pamiatky, ktoré sú nehmotnými kultúrnymi pamiatkami, zapísanými do tohto zoznamu uvedené vyššie v kapitole 5.1 Česká republika.

Na Slovensku sa nachádza 8 pamiatok UNESCO a 3 nehmotné pamiatky, ktoré sú spomenuté v kapitole 5.4 Slovenská republika.

Pamiatky UNESCO bývajú prvými pamiatkami, o ktoré sa návštevníci, ktorí radi poznávajú kultúru rôznych krajín, zaujímajú ako prvý. Z tohto pohľadu majú obe porovnávané krajiny veľkú výhodu v tom, že týmito pamiatkami disponujú. Môžu v návštevníkoch vyvolať pozitívne vnemy a povzbudiť ich k budúcej návšteve, a to napríklad už aj k návšteve vinárskych oblastí v jednotlivých krajinách. V čom je však veľký rozdiel pri porovnávaní týchto dvoch krajín, je v spôsobe podávania informácií o pamiatkach UNESCO. V prípade Českej republiky je možné dohľadať jednotné informácie na webe www.unesco-czech.cz, kde sú prehľadne vypísané informácie o jednotlivých pamiatkach a v návštevníkoch týchto webových stránok nie je ani vzbudená neistota o presnom počte týchto pamiatok. Oproti tomu v prípade Slovenskej republiky je podľa dostupných webových stránok problém dohľadať, koľko pamiatok UNESCO sa tu vlastne nachádza, lebo jednotlivé weby poskytujú veľmi neprehľadné informácie a jednotlivé pamiatky nazývajú rozdielne. Obe oblasti samozrejme disponujú

mnohými ďalšími pamiatkami, pamätihodnosťami a prírodnými či kultúrnymi atrakciami, ktoré stoja za návštevu turistov. Na území Českej republiky je možné hovoriť napr. o hlavnom meste Praha, o kúpeľoch v Karlových Varoch, Mariánskych lázních či Františkových lázních, o Prachovských skalách, Adršpachu či o Českom raji.

Na území Slovenskej republiky je to potom napríklad hlavné mesto Bratislava, Vysoké Tatry, Levoča či Slovenský raj.

Česká aj Slovenská republika majú dostatočne rozvinutú infraštruktúru ako dopravnú, tak aj infraštruktúru služieb (ubytovacie a stravovacie zariadenia, zariadenia zábavného priemyslu a pod.) Vyznačujú sa adekvátnou politickou situáciou, ktorá so sebou prináša mierové podmienky bez vojnových konfliktov s pomerne stabilnými vládami.

Z hľadiska vinárstva a jeho histórie sa najskôr vyvíjalo vinárstvo na Slovensku a to mimo iné z dôvodu priaznivejších klimatických podmienok, ako sú v Českej republike. Čo sa týka plochy viníc, tak Česká republika disponuje 15 808 hektármi a Slovenská republika 18 285 hektármi viníc, pričom v Českej republike sa nachádzajú iba dve vinárske oblasti, oproti šiestim vinárskym oblastiam na území Slovenska. Dvomi porovnaným oblastiam v rámci tejto bakalárskej práce sú oblasť Južná Morava a Malokarpatská vinárska oblasť.

Oblasť Južná Morava zaujíma celkom 16 514 hektárov viníc a druhá zmienená oblasť potom 5 359 hektárov. Hoci je Malokarpatská vinárska oblasť viac ako 3x menšia ako Južná Morava, je zároveň najväčšou vinárskou oblasťou na Slovensku. A hoci ani jedna z týchto oblastí nie je celosvetovou vinárskou veľmocou, obe si svojimi kvalitnými vínami postupne vydobývajú miesto v povedomí nielen tuzemských zákazníkov a milovníkov vína.

Čo sa týka ubytovacích kapacít, tak vo všetkých sledovaných rokoch (2013 – 2015) bol počet ubytovacích zariadení väčší v rámci Juhomoravského kraja, ako na území Bratislavského a Trnavského kraja. Napr. v roku 2015 činil tento počet 813 v Juhomoravskom kraji a iba 535 v Bratislavskom a Trnavskom kraji. Rovnako tak počet návštevníkov bol vo všetkých skúmaných rokoch v rámci Juhomoravského kraja väčší, hoci počet návštevníkov v Bratislavskom a Trnavskom kraji dosahoval v roku 2015 väčších čísel ako v roku 2013 v Juhomoravskom kraji. Čo je ale zaujímavé je, že prenocovanie návštevníkov bolo naopak väčšie vo všetkých rokoch v Bratislavskom a Trnavskom kraji ako v Juhomoravskom kraji, čo značí, že síce do týchto dvoch krajov jazdí menej návštevníkov, ale zostávajú dlhšiu dobu a tým môžu do oblasti priniesť aj väčšie finančné prostriedky za svoje útraty. Počet lôžok bol za všetky skúmané roky väčší v Juhomoravskom kraji.

Obe porovnávané oblasti disponujú cyklotrasami. S prihliadnutím na to, že Malokarpatská vinárska oblasť je omnoho menšia ako oblasť Južnej Moravy a

nemá toľko možností pre vytyčovanie či výstavbu nových cyklotrás, ide aj cez to konštatovať, že Južná Morava má omnoho lepšie prepracovanú propagáciu týchto trás. Každý, kto by chcel podniknúť výlet na bicykli na južnú Moravu, môže najskôr navštíviť webové stránky www.vinarske.stezky.cz, kde získa prehľad o všetkých cyklotrasách v tejto oblasti aj s dôležitými informáciami, ako je dĺžka trasy, zaujímavosti, ktoré je možné na tejto trase navštíviť, aké je prevýšenie, pre koho je vhodný terén, kadiaľ trasa vedie a má tiež možnosť si všetko zobraziť na prehľadnej mape. Malokarpatská vinárska oblasť svojim návštevníkom ponúka iba dve cyklotrasy, o ktorých je veľmi neľahké zistiť adekvátne informácie. Hoci každú z týchto trás má na starosti jedno združenie – Združenie Malokarpatská vínná cesta a Vínná cesta Záhorie a obe disponujú webovými stránkami (www.mvc.sk, www.vcz.sk), je tu možné sa dočítať iba dĺžku trasy, prípadne niekoľko zmienok o zaujímavostiach na trase, ale informácie o teréne, prevýšení, presný popis trasy či mapa tu k dohľadaniu nie sú, čo môže mnohých potenciálnych návštevníkov tejto oblasti odradiť od návštevy.

Čo sa týka vinárskych akcií, v oboch porovnávaných oblastiach je možné tieto akcie navštíviť v priebehu celého roka a konajú sa tu „klasické“ vinárske akcie, ako sú burčiakové slávnosti, otváranie pivníc, hody, výstavy vín, svätomartinské slávnosti a veľa ďalších a rovnako tak udalosti, ktoré nie sú spojené s vínom. Veľkým rozdielom u týchto oblastí je ale opäť propagácia, kedy CCRJM dokáže využiť potenciálu Južnej Moravy a všetky jej prednosti propaguje pomocou webových stránok a prepracovaných propagačných materiálov prehľadne, ľúbivo a lákavo. Malokarpatská vinárska oblasť, hoci má veľký potenciál pre rozvoj cestovného ruchu, ho zatiaľ nedokázala plne využiť – propagácia je nejednotná, informácie sú neprehľadne roztrieštené na mnohých webových stránkach a celkovo je k vinárskemu cestovnému ruchu pristupované skôr ako k jednej z malých častí vidieckeho cestovného ruchu, ako k samostatnej oblasti.

Na území Južnej Moravy pôsobí Centrála cestovného ruchu – Južná Morava (CCRJM). Táto centrála má na starosti koordináciu jednotlivých subjektov zainteresovaných na cestovnom ruchu v tejto oblasti. Snaží sa maximálne využiť potenciál oblasti za dodržiavania princípov udržateľného rozvoja. O ich činnosti je možné sa dočítať na webových stránkach www.ccrjm.cz, kde sú ďalej uvedené napr. projekty, na ktorých pracuje, základné informácie o centrále, aktuality, stratégie a koncepcie či stiahnuť propagačné materiály.

Na území Malokarpatskej vinárskej oblasti na Slovensku pôsobí Oblastná organizácia cestovného ruchu (OOCR) Malé Karpaty, ktorá sa stala súčasťou KOOCR – Turizmus regiónu Bratislava. Tým, že sa táto oblasť rozprestiera na území Bratislavského s Trnavského kraja tu pôsobí ešte OOCR – Bratislavská organizácia cestovného ruchu, OOCR – Región Senec, OOCR – Trnava Tourism, OOCR – Rezort Piešťany, OOCR – Záhorie a OOCR – Žitný ostrov – Csallóköz. Veľké množstvo týchto organizácií veľmi sťažuje efektívne riadenie rozvoja cestovného ruchu a tiež komunikáciu medzi jednotlivými subjektmi, zainteresovanými na rozvoji ces-

tovného ruchu. Samotná OOCR – Malé Karpaty nedisponuje žiadnymi samostatnými webovými stránkami a tak je veľmi neľahké napr. zistiť, aké sú ciele a stratégie tejto organizácie, aké akcie či projekty zaistuje, či získať nejaké súhrnné propagačné materiály. Malokarpatskej vinárskej oblasti by veľmi prospelo zefektívnenie spolupráce a komunikácie medzi organizáciami cestovného ruchu, ktorá sa majú podieľať na zvyšovaní konkurencieschopnosti danej destinácie. K zefektívneniu komunikácie by mohlo pomôcť jasné rozdelenie kompetencií jednotlivých organizácií, stanovenie cieľov a podmienok spolupráce a ustanovenie plánov na jednotlivé obdobia.

6 Diskusia

Vinársky cestovný ruch v oboch skúmaných oblastiach má veľký potenciál pre budúci rozvoj. Záleží však na tom, ako k tejto veľmi dôležitej oblasti národného hospodárstva pristupuje tá ktorá vláda, ako sú nastavené zákony, aké inštitúcie sa cestovným ruchom zaoberajú a aké majú kompetencie, stratégie a ciele. Podľa môjho názoru je v tomto ohľade o dosť popredu Česká republika, kde sú jasne vytýčené organizácie, ktoré sa cestovným ruchom zaoberajú a rovnako tak ich kompetencie. Veľmi dobre tu funguje spolupráca jednotlivých subjektov zainteresovaných na cestovnom ruchu – napr. jednotná propagácia, kvalitná informovanosť, prehľadnosť propagácie jednotlivých produktov a pod. V prípade Slovenskej republiky sú kompetencie jednotlivých organizácií nejasné a nie je ani dobre možné sa o nich informovať prostredníctvom webových stránok. Pôsobnosť jednotlivých organizácií sa prekrývajú a ich činnosť pôsobí zmätočne.

Na rast návštevnosti a oblúby rôznych turisticky atraktívnych miest má tiež veľký vplyv dostupnosť adekvátnych informácií o cieľových destináciách, poskytovateľoch ubytovania, stravovacích službách či službách zábavného priemyslu. V prípade Českej republiky je informovanosť veľmi dobrá, adekvátne informácie ide nájsť o štatistikách návštevnosti jednotlivých krajov Českej republiky, tak aj podrobné informácie o podoblastiach vinárskej oblasti južná Morava, o atraktivitách, ktoré sa tu nachádzajú, o akciách a udalostiach, ktoré sú tu usporiadané aj o vinárskych cyklotrasách. Naopak Slovenská republika v tomto veľmi zaostáva, nakoľko takmer v každej oblasti, v ktorej bolo potrebné zistiť adekvátne informácie, nastal problém roztrieštenosti informácií, nejednotnosti jednotlivých údajov, alebo informácie celkom chýbali. V tomto ohľade by bolo vhodné, aby sa informovanosť zlepšila, a to napr. úpravou webových stránok jednotlivých organizácií a spolkov, ktoré sa angažujú v cestovnom ruchu a tiež úpravou webových stránok kultúrnych udalostí (Malokarpatská vínná cesta, Skalická vinárska cesta, Vinné trhy Pezinok atď.). Úpravou je myslené doplnenie nevyhnutných informácií, ako sú napr. základné informácie danej organizácie (prečo vznikla, čo je jej cieľom, aké sú jej kompetencie, aké akcie organizuje, v akej oblasti pôsobí). V prípade udalostí je to potom historický vývoj, miesto konania, termín, podmienky nákupu vstupeniek, čo je súčasťou programu, doplniť fotogalériu, prípadne doplniť odkazy na spolupracujúcich partnerov či na účinkujúcich. Pôsobí veľmi neprofesionálne, pokiaľ má vyhlásená vinárska udalosť, ktorá sa koná už niekoľko rokov, obyčajné webové stránky, kde nie je možné dohľadať adekvátne informácie, ktoré by mohli zaujímať potenciálnych účastníkov, návštevníkov, účinkujúcich či partnerov.

7 Záver

Táto bakalárska práca sa zaoberá komparáciou českého a slovenského vinárskeho cestovného ruchu. Delí sa dve časti, pričom v prvej časti sú na základe štúdia knižných a internetových zdrojov uvedené pojmy, súvisiace s témou práce, ako sú napr. cestovný ruch, cestovanie, turista a sú tu tiež rozobrané predpoklady, faktory a formy cestovného ruchu a špecifika vinárskeho cestovného ruchu.

V druhej časti sú predstavené zvolené oblasti – južná Morava v Českej republike a Malokarpatská vinárska oblasť na Slovensku. Jednotlivé oblasti sú charakterizované z hľadiska atraktivít, ktoré sa tu nachádzajú, organizácie, ktoré v tejto oblasti pôsobia, jednotlivých vinárskych podoblastí a sú tu tiež uvedené vinárske cyklotrasy, ktorými jednotlivé oblasti disponujú. Podklady pre spracovanie oboch týchto častí boli čerpané z literárnych a internetových zdrojov a z propagačných materiálov a sú všetky prehľadne uvedené v zozname bibliografických údajov na konci práce.

V rámci spracovania bakalárskej práce bolo zistené, že Česká aj Slovenská republika majú veľký potenciál pre rozvoj cestovného ruchu a to nie len vinárskeho cestovného ruchu, ale aj pre rozvoj množstva iných foriem cestovného ruchu (napr. kúpeľný, kultúrno-poznávací cestovných ruch, vidiecky cestovný ruch atď.).

V rámci komparácie skúmaných vinárskych oblastí z hľadiska cykloturistiky a vinárskych akcií sa ukázalo, že južná Morava disponuje väčším počtom cyklistických trás a má tak väčší potenciál pre rozvoj cykloturistiky. Zároveň má veľmi dobre prepracovanú propagáciu, ktorú zaistňuje Centrála cestovného ruchu južnej Moravy. Všetky potrebné informácie ohľadne cyklotrás aj ohľadom konaných akcií a udalostí spojených s vínom je možné dohľadať na pár webových stránkach, kde sú informácie uvedené prehľadne, zrozumiteľne a vecne. Oproti tomu Malokarpatská vinárska oblasť, aj vzhľadom k tomu, že má omnoho menšiu rozlohu, disponuje menším počtom cyklistických trás, ktoré ale aj tak stoja za návštevu, hoci jednotlivé organizácie pôsobiace v tejto oblasti, nedokážu ešte úplne využiť potenciálu tejto oblasti a efektívne ho propagovať.

Rovnako tomu je aj u vinárskych akcií a udalostí, ktorých sa v tejto oblasti koná veľa, ale informácie o nich sú roztrieštené na mnohých webových stránkach a orientácia v nich tak nie je príliš ľahká.

8 Literatúra

DOLEŽAL, Petr. *Lexikón českého vinařství: historie a současnost pěstování vína v českých zemích*. Nový Bydžov: Petr Iva, 1999. Evropská vína v podmínkách české gastronomie. ISBN 80-902-7481-1.

GAVLOVSKÝ, Emil. *Teorie turismu: Učební texty pro 1. ročník oboru Geovědní a montánní turismus*. Ostrava: Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava, 2008. Dostupné tiež z: <http://igdm.vsb.cz/igdm/materialy/turismus.pdf>

GÚČIK, Marian. *Cestovný ruch: úvod do štúdia*. Banská Bystrica: Dali-BB, 2010. Knižnica cestovného ruchu, 15. ISBN 978-80-89090-80-8.

GÚČIK, Marian. *Manažment cieľového miesta cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Dali-BB, 2012. Knižnica cestovného ruchu, 21. ISBN 978-80-8141-025-3.

HAMARNEH, Iveta. *Geografie turismu: Mimoevropská teritoria*. Grada Publishing a.s., 2012. ISBN 978-80-247-7546-8.

HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada, c2003. Expert (Grada). ISBN 80-247-0202-9.

INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1252-5.

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

MAŘÍK, Kamil. *Cesty za moravským a českým vínem*. 2. vyd. Praha: Professional Publishing, 2006. ISBN 80-869-4605-3.

PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2006. Manažer. ISBN 80-247-1014-5.

PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho finan-*

cování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika a turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

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

PAVLOUŠEK, Pavel. *Pěstování révy vinné: moderní vinohradnictví*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3314-2.

RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch*. 3. vyd. Ostrava: KEY Publishing, 2009. 187 s. Management. ISBN 978-80-7418-028.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

Slovenská republika v číslech 2016. Bratislava: Štatistický úrad Slovenskej republiky, 2016. ISBN 978-80-8121-466-0.

VAJČNEROVÁ, Ida. *Destinační management*. V Brně: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 2009. ISBN 978-80-7375-333-7.

Internetové zdroje

1. *Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku*. *CzechTourism* [online]. ©Copyright2005-2016 [cit. 2016-01-12]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku>

Booking.com: 1 073 647 hotelov po celom svete. *Rezervuj hotel hned!* [online]. 2016 [cit. 2016-11-16]. Dostupné z: www.booking.com

Bratislava – mesto, kde nájdete ozajstný život|*VisitBratislava* [online]. 2016 [cit. 2016-10-17]. Dostupné z: <http://www.visitbratislava.com/sk/>

CCRJM [online]. 2014 [cit. 2016-10-04]. Dostupné z: <http://www.ccrjm.cz/cz/>

Cestovný ruch. *Štatistický úrad SR – Úvodná stránka* [online]. 2016 [cit. 2016-10-18]. Dostupné z: https://slovak.statistics.sk/wps/portal/ext/themes/sectoral/tourism/indicators/!ut/p/b1/jZPZkqIwFIafxQewOGwhXEbAiCJLWOWmy7aUZhRs7R5Fn76jM14oNTDJVSrfn_OfjUIuZEJeL09lsfwu9_Vydzvn6C1xfDwaiQSoFolgu24YJziQPUfkwIID8I9F4K4nQRCETpIATaQx2LJIwY1jgAgJqZBFq3Njftln0zIZyCFAufCieOlBqkqL4_ojNqbh1in00q6b05C-S6vm0x8emupQHzW92X-85-Imky_f6SUu60hHGHypylbXzWHeGKsx2zEiFr-27LxJGZ6Ogq9Cqn4PNSinebqrpQyl4XUZKB7NfMVabUgwr_ZzS7Ws9T6yr-xwrMaXt625WRzotRgM_ubckVRXzkzr0XPgpg80-0_NPUO3wJ5OEFE0S1TwQ98BPomxy_h1RHzKpoolivqqbwM3_Tj0

CZECH TOURISM. *Příjezdový cestovní ruch 2015 - 2016: Závěrečná zpráva za rok 2015* [online]. 2015. Dostupné tiež z: <http://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Prijezdovy-cestovni-ruch/Prijezdovy-cestovni-ruch-rok-2015/2015-Zaverecna-zprava.pdf.aspx?ext=.pdf>

Česká republika od roku 1989 v číslech - 2015|ČSÚ. *Český statistický úřad|ČSÚ* [online]. 2016 [cit. 2016-10-03]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ceska-republika-od-roku-1989-v-cislech-vy42dggohg#10>

Český statistický úřad|ČSÚ [online]. 2016 [cit. 2016-12-07]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>

Domů/Vína z Moravy a vína z Čech [online]. 2015 [cit. 2016-10-04]. Dostupné z: <https://www.wineofczechrepublic.cz/>

Dvanáct českých divů světa - *České dědictví UNESCO* [online]. 2016 [cit. 2016-10-03]. Dostupné z: <http://www.unesco-czech.cz/>

eStar magazine [online]. 2016 [cit. 2016-12-06]. Dostupné z: <http://www.estar.sk/>

Folklorfest.sk: *Podujatia na voľný čas a tipy na víkend* [online]. 2016 [cit. 2016-12-07]. Dostupné z: <http://www.folklorfest.sk/>

HANZELYOVÁ, Katarína. *Správa o činnosti ÚKSÚP za rok 2015*. Ústredný kontrolný a skúšobný ústav poľnohospodársky v Bratislave, 2016. Dostupné tiež z: <http://www.uksup.sk/vyrocné-spravy/>

Malokarpatská vinná cesta, Modra - vinárstvo - Travelguide.sk. *Ubytovanie, Dovolenka na Slovensku - Travelguide.sk* [online]. Copyright©2002-2016 [cit. 2016-

10-19]. Dostupné z: http://www.travelguide.sk/svk/turisticke-zaujímavosti/malokarpatska-vinna-cesta_154_1.html

Malokarpatská vinárska oblasť je už začlenená do Bratislava region tourism. *SME* [online]. Petit Press, 2015 [cit. 2016-10-20]. Dostupné z: <http://bratislava.sme.sk/c/8111364/malokarpatska-vinarska-oblast-je-uz-zaclenena-do-bratislava-region-tourism.html>

Malokarpatská vínná cesta [online]. 2016©Malokarpatská vínná cesta® [cit. 2016-10-20]. Dostupné z: <http://www.mvc.sk/sk/home>

Mesto Pezinok|Úvodná stránka [online]. 2016 [cit. 2016-12-06]. Dostupné z: <http://www.pezinok.sk/>

Mikulovsko [online]. 2016 [cit. 2016-12-05]. Dostupné z: <http://www.mikulovskoregion.cz/>

Modul zaměstnanosti cestovního ruchu|ČSÚ. Český statistický úřad|ČSÚ [online]. 2016 [cit. 2016-10-03]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/modul_zamestnanosti_cestovniho_ruchu

Moravské vinařské stezky - *Moravské vinařské stezky* [online]. Copyright©2000-2016 [cit. 2016-10-04]. Dostupné z: <http://vinarske.stezky.cz/uvod.aspx>

Otevřené sklepy – Aktuality [online]. 2016 [cit. 2016-12-07]. Dostupné z: <http://www.otevrenesklepy.cz/Aktuality.aspx>

OVV Registru a zoznamy|ÚKSÚP Bratislava. ÚKSÚP Bratislava [online]. 2016 [cit. 2016-10-19]. Dostupné z: <http://www.uksup.sk/ovv-register/>

Pálavské vinobraní – úvod [online]. 2016 [cit. 2016-12-07]. Dostupné z: <http://www.palavske-vinobrani.cz/>

Slovácko [online]. 2008 [cit. 2016-12-05]. Dostupné z: <http://www.slovacko.cz/>

Slovensko - Země vína, Chef de caveau. *Země vína, Chef de caveau* [online]. [cit. 2016-10-19]. Dostupné z: <http://www.zemevina.cz/slovensko-c-23.html>

Slovenský turizmus [online]. 2012 [cit. 2016-10-19]. Dostupné z: <http://www.slovenskyturizmus.sk/>

SOUKUPOVÁ, J. a F. MACH. Vínné cesty na Slovensku. *Nezisková organizácia rozvoja vidieckej turistiky* [online]. 2010 [cit. 2016-10-20]. Dostupné z:

<http://www.tik.sk/region/spravodajstvo-z-regionu/rok-2010/vinne-cesty-na-slovensku/>

Štatistický úrad SR - Úvodná stránka [online]. 2016 [cit. 2016-12-07]. Dostupné z: https://slovak.statistics.sk/wps/portal/ext/home/!ut/p/b1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfGjzOIDzT0tnJwMHQ0s_IJcDTxDHAPcg7xMDA1MTIEKIoEKDHAARwNC-sP1o8BKnn0dPUzMfQwMLHzcTQ08HT1CgywDjY0NHI2hCvBY4eeRn5uqX5AbYZBl4qgIAL9TbiU!/dl4/d5/L2dJQSEvUUt3QS80SmtFL1o2X1E3SThCQjFBMDhOUkUwSVRBUEdSSjQxMDQ1/

Turistická informačná kancelária Skalica [online]. 2016 [cit. 2016-12-06]. Dostupné z: <http://www.tikskalica.sk/>

Unesco [online]. 2016 [cit. 2016-10-17]. Dostupné z: <http://www.unesco.sk/>

Velkopavlovicko [online]. 2016 [cit. 2016-12-05]. Dostupné z: <http://www.velkopavlovicko.cz/>

Vínna cesta Záhorie [online]. 2015 [cit. 2016-10-20]. Dostupné z: <http://www.vcz.sk/>

Vinobraní a burčák. Česká republika [online]. [cit. 2016-09-20]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/100044-vinobrani-a-burcak>

Výsledky vyhledávání - Stránka|ČSÚ. Český statistický úřad/ČSÚ [online]. 2016 [cit. 2016-10-03]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/aktualniinformace?p_p_id=3&p_p_lifecycle=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&_3_struts_action=%2Fsearch%2Fsearch&_3_redirect=%2Fweb%2Fczso%2Fkatalog-produktu-vydavame&_3_keywords=hrub%C3%BD+dom%C3%A1c%C3%AD+produkt&_3_groupId=0

Výsledky vyhledávání - Úvodní stránka|ČSÚ. Český statistický úřad/ČSÚ [online]. 2016 [cit. 2016-10-04]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/domov?p_p_id=3&p_p_lifecycle=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&_3_struts_action=%2Fsearch%2Fsearch&_3_redirect=%2Fportal%2Flayout%3Fp_l_id%3D20137706%26p_v_l_s_g_id%3D0&_3_keywords=rozloha+vinic&_3_groupId=0

Www.vinetrhy.cz|Nejstarší výstava vín v ČR [online]. ©Copyright-www.vinetrhy.cz2016-2017 [cit. 2016-12-07]. Dostupné z: <http://www.vinetrhy.cz/>

Znojenské historické vinobraní [online]. 2016 [cit. 2016-12-07]. Dostupné z: <http://www.znojemskevinobrani.cz/>

Znojmo a Znojemsko - turistický průvodce - ubytování a turistika [online]. ©2016 [cit. 2016-12-05]. Dostupné z: <http://www.znojemsko.info/>

Propagačné materiály

Krajem vína: vinařská oblast Morava: mapa. Znojmo: Pro Národní vinařské centrum vyrobila Agentura Bravissimo, 2013. ISBN 978-80-87498-23-1.

Malokarpatská vinohradnícka oblasť. Hlavné mesto SR Bratislavy. Dostupné tiež z: http://m.bratislava.sk/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=700000&id_dokumenty=11017625

9 Zoznam tabuliek

Tabuľka 1: Podoblasti vinárskej oblasti Morava	32
Tabuľka 2: Štatistika južnej Moravy	34
Tabuľka 3: Štatistika Malokarpatskej oblasti	41

