

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Gastronomie, hotelnictví a cestovní ruch

Anna Ovečková

**VINÁRSKY TURIZMUS V PODOBLASTI
VELKOPAVLOVICKÁ**

WINE TOURISM IN THE VELKOPAVLOVICKÁ SUB-AREA

Bakalárska práca

Vedúci bakalárskej práce: Ing. Pavla Burešová, Ph.D.

Brno, 2021

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: Anna Ovečková

Osobní číslo: 14632766

Studijní program: Gastronomie, hotelnictví a turismus (B6503)

Studijní obor: Gastronomie, hotelnictví a cestovní ruch (6501R028)

TÉMA PRÁCE: VINAŘSKÝ TURISMUS V PODOBLASTI VELKOPAVLOVICKÉ

TÉMA PRÁCE V AJ: WINE TOURISM IN THE VELKOPAVLOVICKÁ SUB-AREA

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Pavla Burešová, Ph. D.

Katedra gastronomie a hotelnictví

Datum zadání bakalářské práce: 3. května 2020

Termín odevzdání bakalářské práce: 9. dubna 2021

prof. Ing. Květoslava Šustová, Ph.D.
vedoucí katedry

Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.
prorektor pro vzdělávací činnost

ANOTÁCIA

OVEČKOVÁ, Anna; Vinársky turizmus v podoblasti Velkopavlovická; Bakalárska práca;
Vedúci práce: Ing. Pavla Burešová, Ph.D., Brno, 2021

Cieľom bakalárskej práce je preskúmať vinársky turizmus v podoblasti Velkopavlovická. V teoretickej časti budú na základe preskúmania odbornej literatúry a iných zdrojov popísané pojmy spojené s vinárskym turizmom. Budú to napríklad pojem víno, vinárstvo, oblasti a podoblasti Českej republiky, vinárska podoblasť Velkopavlovická a predovšetkým vinársky turizmus a vysvetlenie tohto pojmu. V praktickej časti, teda v analytickej časti, budú na základe zvolenej metodiky preskúmané vinárstva a vinárske akcie vo vybranej podoblasti a bude preskúmaný záujem o tieto akcie. V navrhovanej časti bude na základe zistených informácií a skutočností navrhnutý spôsob, ktorý bude vhodný pre zvýšenie záujmu o vinárske akcie, podporu vinárskeho turizmu a zvýšenie povedomia o vinárskych obciach vo vybranej podoblasti.

KLÚČOVÉ SLOVÁ: víno, vinárstvo, vinárstvo v Českej republike, vinársky turizmus, vinárska podoblasť Velkopavlovická, vinárske obce, vinárske akcie

ANNOTATION

OVEČKOVÁ, Anna; Wine tourism in the Velkopavlovická sub-area; Bachelor thesis;
Supervisor of the thesis: Ing. Pavla Burešová, Ph.D., Brno, 2021

The goal of the bachelor thesis is to explore wine tourism in the Velkopavlovická sub-area. The theoretical part will be based on research in the professional literature and in the other sources. There will be explained concepts linked with wine tourism, such as wine, viticulture, areas and the sub-areas of Czech Republic, wine sub-area Velkopavlovická and the wine tourism and definition of this term. The practical part, therefore, the analytical part, will be based on the picked methodology and there will be exploration of the wineries and wine events in the selected sub-area and there will be exploration of the interests for these events. In the proposed part based by the found information and facts will be suggest method, which will be appropriate for increase of the interest for the wine events, support of the wine tourism and increase the knowledge of the wine villages in the picked sub-area.

KEY WORDS: wine, viticulture, viticulture in the Czech republic, wine tourism, Velkopavlovická wine sub-area, wine villages, wine events

Čestné prehlásenie

Čestne prehlasujem, že som bakalársku prácu vypracovala samostatne, pod odborným dohľadom Ing. Pavly Burešovej, Ph.D. a uviedla v nej všetky použité literárne a ostatné zdroje v súlade s aktuálnymi právnymi predpismi a vnútornými predpismi Vysokej školy obchodnej a hotelovej.

V Brne dňa 9.4.2021.

.....

Vlastnoručný podpis autorky

Pod'akovanie

Rada by som vyjadrila pod'akovanie mojej vedúcej bakalárskej práce, Ing. Pavle Burešovej, Ph. D., za jej odborné rady a pripomienky. Ďalej by som chcela pod'akovať mojej sestre, Ing. Eve Ovečkovej, za jej pomoc, rady a podporu pri spracovaní a odporúčaní pri formálnych úpravách.

OBSAH

Úvod.....	8
I. TEORETICKÁ ČASŤ	10
1. Víno.....	11
1.1. Od koreňa k vínu.....	11
2. Vinárstvo v Českej republike	13
2.1. História vinárstva na území Českej republiky	13
2.2. Súčasnú vinárstvo v Českej republike.....	14
2.3. Vinárske oblasti v Českej republike.....	17
3. Vinárska podoblasť Velkopavlovická	19
3.1. História Velkopavlovickej podoblasti.....	19
3.2. Kultúra a tradície.....	21
3.3. V. O. C. – Víno originálnej certifikácie.....	21
4. Vinársky turizmus	24
II. PRAKTICKÁ ČASŤ	26
1. Úvod do praktickej časti, metodika praktickej časti.....	27
2. Vyhodnotenie dotazníku	28
3. Prieskum vinárskych akcií vo vybraných obciach Velkopavlovickej podoblasti	36
3.1. Čejkovice	36
3.2. Němčičky	38
3.3. Velké Pavlovice	40
3.4. Vrbice.....	42
3.5. Kobyly	44
3.6. Velké Bílovice	45
3.7. Bořetice	46
3.8. Popis najčastejšie organizovaných akcií	48
3.9. Vyhodnotenie prieskumu vinárskych akcií.....	51
4. Navrhovaná časť – Návrhy ako zlepšiť vinársky turizmus vo Velkopavlovickej podoblasti.....	53
4.1. Propagácia vinárskeho turizmu.....	53
4.2. Nový typ vinárskej akcie – „Vinobraní s vinařem“	55
Záver.....	63
Zoznam ilustrácií.....	65
Zoznam literatúry a ostatných zdrojov:.....	66
Prílohy	70

Úvod

Táto bakalárska práca sa zaoberá problematikou vinárskeho turizmu v podoblasti Velkopavlovická. Tento pojem rieši dva obory v jednom celku. Ide o obor vinohradníctva a vinárstva a o obor cestovného ruchu, teda konkrétne o turizmus v určitej podoblasti.

Hlavným cieľom je preskúmať vinárske akcie v tejto vybranej podoblasti, zhodnotiť záujem o nich a na základe vyhodnotený navrhnúť správne kroky pre vylepšenie. Ďalšími cieľmi by sa dali zvoliť definovanie pojmu vinársky turizmus a pojmov s ním spojené.

V teoretickej časti sú na základe rešeršovania odbornej literatúry a iných odborných zdrojov pomenované a definované pojmy, ktoré sú spojené s pojmom vinársky turizmus.

Na prvom mieste je dôležité pomenovať a definovať pojem víno, čiže nápoj, ktoré je základným prvkom tejto bakalárskej práce. Ďalším definovaným pojmom je réva vinná, teda ker, na ktorom rastie plod, z ktorého sa vyrába víno. V krátkosti je popísaný priebeh pestovania révy vinnej, spôsob starostlivosti o tento ker, následné získavanie plodov a jeho spracovanie pri výrobe vína.

Ďalším pojmom spojeným s vinárskym turizmom je pojem vinárstvo, teda je vysvetlené, čo tento pojem znamená. Ďalej je krátko popísaná história vinárstva na území Českej republiky. V popise o súčasnom vinárstve v Českej republike je popísaná situácia z hľadiska počtu hektárov vinohradov, ktoré sa nachádzajú na jej území, je popísaná skladba najviac pestovaných odrôd. Taktiež sú v tejto časti krátko popísané oblasti a podoblasti Českej republiky. Pretože sa bakalárska práca zaoberá Velkopavlovickou podoblasťou, tak sa popisu iných podoblastí nevenuje príliš veľa pozornosti.

Vybranou a skúmanou je podoblasť Velkopavlovická a preto jej je venovaná celá kapitola. V tejto kapitole sa popisuje podoblasť z viacerých hľadísk, napríklad počet hektárov vysadených vinohradov, z hľadiska zloženia okresov a koľko konkrétne okresy pojímajú vinárskych obcí. Taktiež je krátko popísaná história vybranej podoblasti. V tejto kapitole bude taktiež opísaná kultúra Velkopavlovickej podoblasti, pretože je v nej dôležitou súčasťou vinárstva a taktiež vinárskeho turizmu. Ďalšou časťou kapitoly je definovanie pojmu VOC a aké VOC združenia sa v tejto podoblasti nachádzajú.

Posledná kapitola sa zaoberá pojmom vinársky turizmus, teda najdôležitejší pojem tejto bakalárskej práce. Pojem je definovaný, čo najpodrobnejšie z viacerých zdrojov, aby bol

dôkladne vysvetlený. Taktiež tu sú vymenované a popísané najtradičnejšie typy vinárskych akcií, s ktorými sa môžeme stretnúť po celom svete.

V praktickej časti, teda v analytickej a navrhovanej časti, je podľa zvolenej metodiky, ktorá je popísaná na začiatku teoretickej časti, preskúmaný vinársky turizmus vo Velkopavlovickej podoblasti. Dôležité je preskúmať záujem o vinárske akcie, vinárstva a vinárske obce vo vybranej podoblasti. Ďalej sú opísané a preskúmané vinárske akcie v konkrétnych obciach tejto podoblasti.

Následná navrhovaná časť, kde je na základe zistených informácií z prieskumu záujmu a na základe vyhodnotených analýz organizovaných akcií zvolená metóda a spôsob, ako zlepšiť vinársky turizmus v podoblasti Velkopavlovická. Pri vypracovaní navrhovanej časti je dôležité využiť študovaný obor a získané vedomosti na správne popísanie problému, ktorý musí byť následne vyriešený.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1. Víno

„In vino veritas“ jeden z najznámejších latinských výrazov, ktorý používa v podobnom zmysle skoro každý národ na svete a v konečnom dôsledku ani nevieme, kto ho použil ako prvý. Tento výraz sa našiel vo viacerých spisoch a už v starovekom Grécku bol zaužívaný v bežnej reči. Taktiež Plinius starší, rímsky bojovník a filozof, výraz použil v spise *Naturalis historia*. Každý národ si tento výraz prekladá a používa v inom znení, napríklad slovensky „Vo víne je pravda.“ je doslovný preklad, v ruštine sa používa výraz „Čo má triezvy na mysli, má opitý na jazyku.“ a v čínštine majú výraz „Po víne príde pravda.“ a mohli by sme povedať, že všetci tento výraz chápu správne. Základ je ten, že všetci by chceli vedieť pravdu o čomkoľvek a často ju hľadajú vo víne.

Konzumenti často výrazom „Vino“ nazývajú víno ako nápoj, vínom tiež nazývajú hrozno, z ktorého je víno vyrábané alebo vínom pomenúvajú révu vinnú, čiže ker, na ktorom rastie plod hrozno.

Kraus a kol. (2005) píše, že termín víno prvýkrát v Českej republike zadefinoval vinársky zákon z roku 1907. Víno bolo považované za nápoj, ktoré bolo vyrobené alkoholickým kvasením vinného muštu alebo rozdrveného, čerstvého hrozna (vinného rmutu). Vinným muštom sa rozumela tekutina z čerstvého hrozna. Za víno sa nepovažovali ovocné, bobuľové sladové vína a ani medovina.

Autori Pavloušek a Burešová (2015) zadefinovali révu vinnú ako kultúrnu rastlinu, ktorej plody sa využívajú ku konzumácii, výrobe štiav, vína a destilátov. Ďalej uvádzajú, že: *„Réva vinná se pěstuje ve vinicích nebo vinohradech. Často se mluví o pěstování vinné révy, nebo dokonce o pěstování vína. Oboje je však chybné. Ve vinicích se pěstuje pouze réva vinná. Tento správný botanický název vychází zejména rodového – Vitis – réva, a jména druhového – vinifera – vinná.“*

Často je možné se dočíst, že „vinaři pěstují víno v sadech“. Tato věta je plná chybných údajů. Nejedná se totiž o sady, ale vinice nebo také vinohrady.“ (Pavloušek, Burešová, 2015, st. 11)

Autor Jan Stávek (2008) píše, že dnes sa v Českej republike primárne využíva germánsky systém výroby odrodových vín. Teda, že sa vína označujú konkrétnou odrodou, z ktorej boli vyrobené.

1.1. Od koreňa k vínu

Pestovanie révy vinnej a výroba vína je veľmi zložitý a časovo náročný proces. Avšak táto bakalárska práca sa bude pestovaniu révy vinnej a výrobe vína venovať len okrajovo.

Zakladanie vinohradu a sadba révy vinnej je proces, ktorý môže trvať aj 5 rokov. V. Kraus a kolektív (2000) hovoria, že len príprava pôdy na sadbu môže trvať 1-3 roky a všetko závisí na výbere, zložení a type pôdy, kde chceme vinohrad zasadiť. Správny postup a správna môže zabezpečiť životnosť až 30 rokov.

Pavloušek a Burešová vymedzujú: „*Růst a vývoj révy vinné, zralost hroznů a kvalita vína jsou ovlivněné podmínkami, ve kterých se réva vinná pěstuje. Terroir se už dlouhodobě považuje za důležitý faktor v kvalitě a stylu vína.*“ (Pavloušek, Burešová, 2015, st. 34)

Kraus a kolektív (2000) opisujú révu vinnú ako trvalú, popínavú rastlinu s celoročným vegetačným cyklom. Tento vegetačný cyklus má tri obdobia:

- Rast – slzenie, pučenie, predlžovanie rastu, kvitnutie, rast plodu
- Dozrievanie – zrenie hrozna a dreva letorastu, prirodzené opadanie listov
- Kľud – počiatok zimného spánku, vynútený kľud a výstup z hibernácie. (Kraus a kolektív, 2000, st. 8)

Najdôležitejším obdobím vo vegetačnom cykle je dozrievanie, kedy po zbere hrozna začína proces výroby vína.

Predaj vína sa riadi podľa pravidiel, ktoré vymedzuje **Zákon 321/2004 Sb. – Zákon o vinohradníctví a vinařství**. Tento zákon upravuje všetky podrobnosti o pestovaní révy vinnej, starostlivosti o vinice, o výrobe vína a o pravidlách predaja vína alebo iných produktov z hrozna.

Kraus a kolektív (2000) podotýkajú, že jednou zo zásad je, že pozberané hrozno by malo byť v ten istý deň spracované. Než sa hrozno začne spracovávať, musia byť nachystané čisté kade a nádoby, na mušt alebo pre nakvasovanie rmutu z modrých odrôd hrozna.

Postup výroby vína sa líši podľa toho, z akej odrody vyrábame víno, koľko zvyškového cukru má víno mať, akú silnú chuť buketu má mať víno a iné náležitosti. Od zberu môže trvať 4-5 mesiacov než dostaneme výsledný čistý produkt, víno.

Ďalším krokom môže byť upravovanie, zlepšovanie, filtrácia, opakovaná stabilizácia alebo fľaškovanie vína.

2. Vinárstvo v Českej republike

Za storočia vinárstva na území Českej republiky sa dnes vinári dokážu kvalitou vína vyrovnat' a dokonca prekonať vinárov z vinárskych „mocností“ z celého sveta. Stávek (2008) opísal, že vhodné klimatické a geologické podmienky s tradíciou a kultúrou vo výrobe vína v Českej republike vytvárajú ideálnu kombináciu pre výrobu kvalitného vína. V konečnom dôsledku len jedna tretina konzumovaného vína je domácej výroby, zvyšok tvorí dovoz z iných krajín Európy. (Český statistický úrad, 2010)

V knihe **Nová Encyklopedie českého a moravského vína** (2015) uvádzajú autori definíciu: „*Vinařství zahrnuje zpracování hroznů, drtí, rmutů nebo vína povolenými technologickými postupy na víno optimální kvality, které může být po odpovídajícím zařídění a označení uvedeno do oběhu. Vinař je pěstitelem révy a současně i výrobcem vína, nebo jenom výrobcem vína v případě, že nakupuje hrozny od vinohradníka a zabývá se pouze jejich spravováním.*“ (Kraus a kolektiv, 2005, st. 293)

2.1. História vinárstva na území Českej republiky

Predpokladá sa, že prvú révu vinnú mohli na územie Českej republiky priniesť už Kelti v 5. storočí pred Kristom, ale jediné dochované dôkazy spájané s vínom sa objavujú až príchodom Rimanov v 2. storočí po Kristovi. Na južnej Morave v blízkosti obce Mušov mala X. rímska légia cisára Marca Aurelia základňu (Anonym, 2020). Túto skutočnosť potvrdzujú aj autori v knihe **Ej vínečko, víno** (1986): „*Počátky vinohradnictví a vinařství na jihovýchodní Moravě, která se obyčejně nazývá Slováckem, se datují do příchodu Římanů na Moravu, to jest do druhého a třetího století našeho letopočtu. Bylo to zejména v době císaře Proba (276-282), kdy v Panonii došlo k nebývalému rozvoji pěstování vinné révy (pozn. autora práce: Nesprávne pomenovanie rastliny v zdroji.). Nejen na jižní Moravě, ale i na jižním Slovensku nutno spojovat vznik prvních vinic s pobytem římským legií na tomto území, s římským vojenskými i obdobními stanicemi, jak o tom svědčí například římská stanice v okolí někdejšího Mušova, dnes zatopeného přehradním jezerem.*“ (Zemek, Šimončíč, Riabič, 1986)

V období Veľkomoravskej ríše (8.-10. storočie po Kr.) sa víno vyrábalo prevažne na liturgické účely a súviselo s rozvojom kresťanstva (Anonym, 2020). M. Zemek a kolektiv (1986) citujú kroniku Václava Hájka z Libočan, ktorý opisuje historickú povesť, v ktorej nitrianske knieža Svätopluk poslal pražskému vojvodcovi Bořivojovi, ku krstu jeho syna Svytlahy, sud dobrého vína a sv. Ludmily víno tak chutnalo, že rozkázala priniesť

sadenicu révy vinnej a vysadiť ho v okolí hradu Mělník. Takto sa dostalo vinohradníctvo do dnešnej vinárskej oblasti Čechy.

Obdobie 14.-16. storočia sa označuje ako „Zlatý vek“. Vinárstvo na území Českej republiky zažilo v tomto období veľký rozmach, zásluhu na tom mal aj český kráľ a rímsky cisár Karel IV. V tomto období malo české víno dobré meno, zásobovalo sa sním veľa šľachtických a meštianskych domov a záujem o neho mali aj u viedenského cisárskeho dvoru. (Anonym, 2020).

Koniec 19. a začiatok 20. storočia bol pre vinohradníctvo náročný. Nielen na území Českej republiky ale vo viacerých krajinách v Európe sa rozšírila fyloxéra viničová (*Viteus vitifolii*), v dôsledku toho na začiatku 20. storočia klesla vinohradov na území Moravy na 3 800 ha. Na konci 19. storočia sa začali zakladať špecializované vinárske školy (Valtice v r. 1873, Mělník v r. 1882, Bzenec v r. 1885). Po prvej svetovej vojne sa začali vinice obnovovať a najväčší rozmach zažilo vinárstvo na území Českej republiky v druhej polovici 20. storočia. Aj keď socializmus nebol veľmi dobré obdobie pre štát ako taký, mal veľmi dobrý vplyv na vinárstvo. Rozšírila sa výmera vinohradov na 14 tisíc ha, zvýšil sa výnos z vína a vyšľachtili sa nové odrody, ktoré sú v dnešnej dobe typické pre oblasť Morava, napr. Pálava, Aurelius, Muškát moravský, či André. (Anonym, 2020).

„Po roku 1995 došlo (i díky nové legislativě) k zásadnímu zlepšení kvality produkovaného vína. Vinaři orientovaní na budoucnost zaměřili svou strategii na kvalitu – vybavili se novými technologiemi a osvojili si moderní postupy vinifikace.“ (Jan Stávek, 2008)

Zvýšenie kvality koncom 20. storočia, po nežnej revolúcii, spôsobilo aj privatizovanie viníc a vznikanie nových podnikov. Vinársky zákon z roku 1995, sa v roku 2004 po vstupe Českej republiky do Európskej únie zosúladiť s existujúcou legislatívou (Anonym, 2020) a tým sa otvorili českým vinárom „dvere do sveta“ veľkých vinárskych štátov, ktorým bez problémov konkurujú v kvalite vín.

2.2. Súčasnú vinárstvo v Českej republike

Je 21. storočie a technológie neustále napredujú. Vinárstvo, či výroba vína v tomto ohľade nezaostáva. Povedali by sme, že už sa nedá vymyslieť nič nové avšak sa stále objavujú nejaké novinky, ako napríklad nová odroda, nový stroj alebo nová technológia na výrobu. Problém však nastáva pri zavedení technológií vo vinárstvach v Českej republike. Aj keď sa vďaka internetu informácie šíria rýchlejšie ako pred 30-timi rokmi stále je problém so zavedením technológií do výroby. Nielen, že stroje alebo patent na technológiu

býva často drahý, nie každý vinár si môže dovoliť novú technológiu požívať. Taktiež aby mohol vinár nejakú novú technológiu použiť a následne víno predávať najskôr musí Ministerstvo zemédelství České republiky novú technológiu schváliť. Proces môže trvať niekoľko týždňov až mesiacov. Tento zdĺhavý proces zavedenia nových technológií má zväčša za následok, že český vinári môžu zaostávať za ostatnými svetovými vinárskymi značkami. Napriek tomuto faktu dokážu české vína konkurovať medzinárodných vinárskych súťažiach.

Jaroslav Pátek (1998) v jeho knihe napísal o réve vinnej: „*Odhaduje se, že na světě se pěstuje více jak dvacet tisíc odrůd révy vinné. Odrůdy, které byly vyšlechtěny většinou v západní a jižní Evropě, jsou přizpůsobeny také naším klimatickým podmínkám. U nás, v Čechách a na Moravě, rodí právě některé tyto odrůdy vína výjimečně jakosti, neboť na samé jejich severní hranici ještě možného pěstování se chuťové i aromatické vlastnosti zvýrazňují. Naše odrůdová vína získala v minulých letech celou řadu těch nejvyšších ocenění na mezinárodních výstavách.*“ (Pátek, 1998, st. 104)

Pavloušek a Burešová (2015) popisali nové odrody pôvodom z Česka a z nich najznámejšie biele odrody sú Pálava, Muškát Moravský, Aurelius a Savilon. Menej známe biele odrody sú napríklad Erilon, Rinot, Florianka, Malverina, Lena, Vrboska, Verilon alebo Vesna. Z červených odrôd sú to najznámejšie André, Cabernet Moravia, Neronet a Rubinet. Menej známe a málo rozšírené sú Agni, Ariana, Cerason, Fratava, Kofranka, Laurot, Nativa a Sevar.

Pretože vinárstvo podlieha zákonu musia, byť aj odrody kontrolované a schválené než z nich vyrobené víno bude vinár predávať. Každá takáto odroda musí byť zapísaná v Štátnej odrodovej knihe. Zoznam odrôd a roky ich pridania sú uvedené v [Prílohe č. 2](#).

V Štátnej odrodovej knihe je spolu 61 muštových odrôd, ktoré sú povolené pestovať a následne z nich predávať vyrobené víno na území Českej republiky.

Ministerstvo zemédelství České republiky vydáva každý rok Situačnú a výhľadovú správu o réve vinnej a o víne. V tejto správe sú popísané všetky náležitosti týkajúce sa tohto odvetvia napr.: rozloha viníc na celom území Českej republiky, počet zaregistrovaných vinárskych obcí, počet zaregistrovaných vinárov, rozbor odrôd vysadených na území Českej republiky alebo množstvo vyrobeného a predaného vína.

Situačná a výhľadová správa v číslach zhrnula informácie o vinárstve z roku 2019.

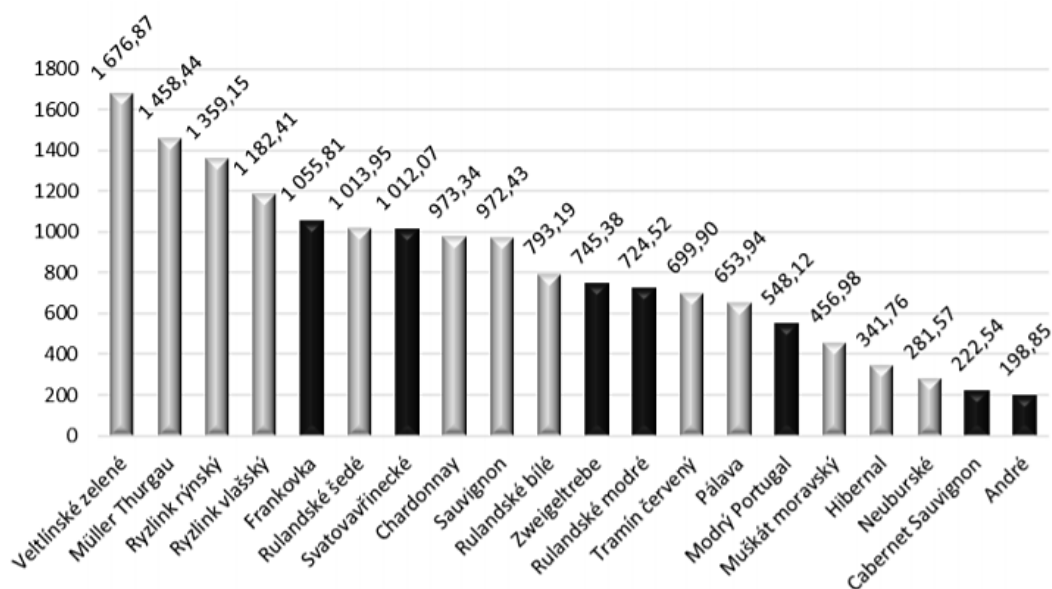
Tabuľka 1 – Číselné zhrnutie vinárstva v ČR za rok 2019

Druh údaju	Číselné zhrnutie
Obhospodarovaná plocha viníc	18 189 ha
Produkčný potenciál viníc	18 716 ha
Nové vysadené vinice	417 ha
Registrovaný pestovatelia	17 788
Pozberané hrozno révy vinnej	67 956 ton
Produkcia vína	680 tisíc hl
Vývoz vína z ČR	82 688 hl
Dovoz vína do ČR	1 378 972 hl

Zdroj: Situační a výhledová zpráva

Situačná a výhľadová správa taktiež sleduje, aké odrody révy vinnej sú vysadené na území Českej republiky a koľko hektárov plochy zaberajú konkrétne odrody. Za posledných približne 10 rokov sa poradie odrôd trochu zmenilo. Je to väčšinou dôsledok obľúbenosti konkrétnej odrody u konzumentov, ale taktiež staroba viníc a ich následné klčovanie.

Graf 1 – Prehľad najviac pestovaných odrôd v ČR (v ha) k 31.12.2019



Zdroj: Situační a výhledová zpráva

2.3. Vinárske oblasti v Českej republike

Každý milovník vína vie, že rovnaká odroda vína môže chutiť rozdielne na základe výrobcu a roku výroby. Túto skutočnosť ovplyvňuje „terroir“.

Pavloušek a Burešová (2015) definovali terroir ako stanovisko pre pestovanie révy vinnej s rôznymi faktormi a prírodnými podmienkami, ktoré na nich pôsobia. Sú to geologické podložie vinice, pôdne podmienky, topografické parametre, klimatické a kultúrne faktory. Zásah človeka môže taktiež ovplyvniť mikroklimu vinice, preto aj agrotechnické zásahy sa podľa autorov považujú za ovplyvňujúci faktor.

Rozdiely v prírodných a kultúrnych podmienkach mali za následok vznik vinárskych oblastí a podoblastí. Definuje ich vinársky zákon z roku 2004.

Česká republika je rozdelená na dve vinárske oblasti, Čechy a Morava. Českú vinársku oblasť tvorí mělnická a litoměřická podoblasť. Moravskú vinársku oblasť tvorí mikulovská, slovácká, veľkopavlovická a znojemská podoblasť.

Česká a Moravská vinárska oblasť sa v mnohom líšia predovšetkým v tradícii a výrobe vína. Na Morave je vinárstvo dôležitou súčasťou každodenného života. Celková plocha viníc je väčšia a objem výroby vína je vyšší ako v Čechách.

Tabuľka 2 - Porovnanie oblastí Čechy a Morava za rok 2019

Údaj	Oblasti	
	Čechy	Morava
Osadená plocha viníc	659 ha	17 529 ha
Vinárske obce	75	308
Pestovatelia	171	17 618

Zdroj: Situační a výhledová zpráva

Vo vinárskej oblasti Čechy je rozšírenejšie pestovanie a produkcia bielych odrôd révy vinnej. Najčastejšími sú Müller Thurgau, Ryzlink rýnsky, Rulandské šedé a Rulandské biele. Z modrých muštových odrôd sú najčastejšie pestované Svätovavrinecké, Rulandské modré a Modrý Portugal.

V Moravskej oblasti sa nachádzajú najväčšie vinárske obce ako Velké Bílovice (788 ha), Valtice (585 ha), Mikulov (518 ha) a Čejkovice (513 ha).

Terroir v oblasti Morava tvorí veľmi dobré podmienky na pestovanie bielych odrôd. V porovnaní s oblasťou Čechy je omnoho viac rozmanitejšia v ohľade pestovaných

muštových odrôd. Z bielych sú tu najčastejšie pestované odrody Veltínske zelené, Müller Thurgau, Ryzlink rýnsky, Ryzlink vlašský, Sauvignon, Rulandské šedé, Pálava, Tramín červený, Chardonnay, Neuburské, Sylvánske zelené a Muškát moravský. Modré muštové odrody sú tu najpestovanejšími Svätovavrinecké, Frankovka, Zweigeltrebe, Rulandské modré a Cabernet Moravia.

Dôležité je podotknúť, že v oblasti Morava bolo vypestovaných viacero typických odrôd z Českej republiky ako napríklad Pálava, Muškát moravský alebo Cabernet Moravia.

Obrázok 1 - Vinařské oblasti České republiky



Zdroj: cmb-brno2020.cz

3. Vinárska podoblasť Velkopavlovická

Táto bakalárska práca sa zameriava na vinársky turizmus vo Velkopavlovickej podoblasti a práve preto bude celá kapitola venovaná jej charakteristike, opisu jej kultúry, tradícií a prírodných podmienok.

Velkopavlovická podoblasť bola do roku 2015 najväčšou vinárskou podoblasťou na území Českej republiky v rozlohe osadených viníc. V roku 2016 ju ale predbehla Mikulovská vinárska podoblasť. Situačná a výhľadová správa uvádza, že k 31.12.2019 mala Velkopavlovická vinárska podoblasť osadených 4 871 ha viníc. Vinice sa zoskupujú do 321 viničných tratí a tieto trate sa nachádzajú v 70 obciach vinárskej podoblasti. Vinice spravuje dokopy 6 576 pestovateľov a z nich je oficiálne zaregistrovaných 286 výrobcov vína.

Pavloušek a Burešová popisujú, že *„Velkopavlovická podoblasť se nachází v Jihomoravském kraji. Na západní straně sousedí s podoblastmi mikulovskou a znojenskou, na východní části s podoblastí slováckou. Na severu sahá velkopavlovická podoblasť až do krajského města Brna. Na východ od Brna ve směru na Vyškov zahrnuje vinařské obce Viničné Šumice, Tvarožná a Sívce. Dále zasahuje při severní straně Ždánického lesa ke Slavkovu u Brna a Bučovicím. Další část podoblasti se nachází na jižním okraji Ždánického lesa v oblasti Velkých Hostěrádek. Na jih od Brna souvisle pokračuje až do Moravského Žižkova, kde hraničí se Slováckou podoblastí.“* (Pavloušek, Burešová, 2015, st. 22)

Dalo by sa povedať, že Velkopavlovická podoblasť je centrom vinárskej oblasti Morava. Veľa významných vinárskych obcí je súčasťou tejto podoblasti, napríklad Čejkovice, Velké Bílovice, Velké Pavlovice, Hustopeče a ďalšie. Spolu 31, sa nachádza v okrese Břeclav, 22 obcí sa nachádza v okrese Brno-venkov, 14 obcí je súčasťou okresu Vyškov, jedna obec je v okrese Hodonín a mesto Brno sa pokladá za jednu vinársku obec. (J. Stávek, 2008)

3.1. História Velkopavlovickej podoblasti

Na území Velkopavlovickej vinárskej podoblasti sa vinárstvo začalo rozširovať v čase Veľkomoravskej ríše.

Štěpánek a kolektív autorov (1998) napísali, že Templársky rád rytierov sa na začiatku 13. storočia usadil na území Českej republiky a na Morave. Zaslúžili sa za rozvoj vinárstva na tomto území. Jedno z najvýznamnejších bývalých sídiel bola obec Čejkovice. V tejto

obci si v roku 1232 začali budovať takzvanú tvrdzu, typ menšej stredovekej zemepanskej usadlosti. Súčasťou tejto tvrdrže boli rozsiahle vinné pivnice, kvelbeného typu. Templársky rád sa taktiež zaslúžil za veľké vysádzanie vinohradov v okolí Čejkovic.

J. Stávek vo svojej knihe píše: „*Patrně první zmínka o vinařství na tomto území je z roku 1252, kdy Boček z Obřan obdaroval nový cisterciánský klášter ve Žďáru třetinou výnosů svých vinogradů v Pouzdřanech, Zaječí a v Pavlovicích.*“ (Stávek, 2008, st. 15)

Stávek (2008) ďalej uvádza, že na konci 13. storočia sa Hustopeče stali vinárskym centrom na území Českého kráľovstva a sídlil tu najvyšší horenský súd, kde sa riešili dôležité spory týkajúce sa viníc a vína. Z konca 14. storočia pochádza vzácny register viničných „hôr“ (dnes viničných tratí) z obce Němčičky. Zvláštnosťou je, že to bol jediný register v tom čase napísaný v českom jazyku.

V 16. storočí sa na rozmachu vinárstva v tejto podoblasti podieľali osadníci z nemeckých krajín, takzvaný Habáni. Usadili sa v okolí obce Velké Bílovice a zanechali tu zaujímavé pamiatky ako napríklad „haushabeny“ alebo pivničné komplexy.

Pokles vinárstva v 17. storočí bol spôsobený presunom uhorských vojsk, morom a tridsaťročnou vojnou. Obce, ktoré stáli mimo hlavné cesty sa týmto negatívnym vplyvom vyhli.

V 18. storočí sa prvý krát objavili zmienky o pestovaní rôznych odrôd révy vinnej. Boli nimi Veltlínske zelené, Veltlínske červené, Sylvánske zelené, Ryzlink rýnsky, Frankovka a Modrý Portugal. Toto obdobie bolo taktiež pomerne náročné pre vinárstvo, pretože prebiehali napoleonské vojny, zaviedli sa nové poľnohospodárske plodiny a zvýšila sa konzumácia piva.

Koniec 19. storočia bol takmer skazou vinárstva v celej Európe kvôli „révokazu“. Malý vinári a živnostníci sa snažili nájsť východisko zakladaním vinárskych spolkov. Veľkou mierou pomohlo, že v roku 1907 založili prvý odborný vinársky časopis „Vinársky obzor“, v obci Velké Pavlovice. Časopis funguje dodnes, aktuálne so sídlom v obci Velké Bílovice. Veľkú mieru pri obnove vinohradov v podoblasti a na celej Morave mala „Šlechtitelská stanice vinařská“ v obci Velké Pavlovice.

V druhej polovici 20. storočia sa z poľnohospodárskeho produktu stvoril produkt, ktorý podliehal centrálnu plánovanej ekonomike. Nové technológie pestovania a zberu posunuli vinohradníctvo na novú úroveň. Bohužiaľ, spôsobil degradáciu vína zvyšovaním priemyselnej výroby. Až v roku 1995 sa situácia zmenila, keď vznikol prvý vinársky zákon, ktorý umožnil založenie vinárskych podnikov a produkciu vín, ktoré dokážu konkurovať na medzinárodných súťažiach.

3.2. Kultúra a tradície

Víno je vo Velkopavlovickej podoblasti dôležitou súčasťou každodenného života a je súčasťou tradícií, miestnej kultúry a folklóru.

Stávek (2008) popísal, že jednou z najdôležitejších tradícií sú tradičné krojové hody. Konajú sa väčšinou v termíne vysvätenia kostola v konkrétnej obci. Víno je veľkou súčasťou cirkvi, aj dôležitou súčasťou krojových hodov. Krojová mládež, takzvaná chasa, si volí „stárkov“ a „sklepníkov“, ktorých povinnosťou je organizácia hodov a postaranie sa o vinné občerstvenie návštevníkov.

V tejto oblasti je aj viacero zabudnutých tradícií ako napríklad „dožínky“ alebo zarážanie hory. „Dožínky“ sú oslavy poďakovania za úrodu obilnín. Zarážanie hory súvisí s dozrievaním hrozna vo vinohradoch a v tom čase by sa tejto úrody nemal nikto dotýkať. Hovorilo sa, že ak v tomto období, väčšinou posledný augustový týždeň a prvý septembrový týždeň, niekto vstúpi do vinice, spôsobí tým zničenie celej úrody hrozna. Dnes už sa táto tradícia berie skôr ako pre pobavenie a niektoré obce ako napríklad Kobylí, Němčičky, Velké Pavlovice a iné, sa snažia o obnovu tejto tradície. Horou sa nazýva dlhá, vysoká tyč, väčšinou ozdobená stuhami a vencom, ktorá sa zarazí do zeme pri vinohradoch a značí ich uzamknutie a zákaz vstupu.

Súčasťou kultúry a tradícií sú taktiež vinohradnícke a vinárske stavby. J. Stávek v jeho knihe popísal tieto stavby: *„Jejich rozmístění může být nepravidelné, v podobě búd – menších přístřešků roztroušených po vinicích, či drobných a větších sklepních staveb v obcích, nebo mohou tvořit souvislé sklepní zástavby s příznačnou architekturou průčelí jednotlivých sklepů a spojených s místním názvem. Jedná se například o pětipatrový komplex sklepů na Stráži ve Vrbici, recesistickou republiku Kraví Hora v Bořeticích nebo také takzvané Belegrady u Velkých Bílovic. Pro Velkopavlovickou podoblast jsou z větších staveb charakteristické především sklepy hanácko-slováckého typu. Jedná se většinou o patrové lisovny, které jsou štítově nebo okapově orientované. V přízemních lisovnách bývá umístěný lis, kolem kterého se šijí vchází do kvelbeného sklepa. První patro, do kterého je možné se dostat po schodech v rohu lisovny nebo zvenčí, často sloužilo jako sýpka a půdní prostor sloužil k ukládání sena nebo ovoce.“* (Stávek, 2008, st. 21)

3.3. V. O. C. – Víno originálnej certifikácie

V Českej republike sa využíva germánsky spôsob klasifikácie vín, teda zatriedenie podľa odrody a akosti, v posledných pár rokoch sa začal využívať aj románsky spôsob,

teda zatriedenie podľa terroir. Vína s označením VOC zaručujú kvalitu, ktorá musí byť vopred odsúhlasená a skontrolovaná. Vďaka tomuto označeniu si vinári môžu zabezpečiť „ochrannú známku“ pre víno, ktoré sa vyznačuje určitou kvalitou. Vinári patriaci pod spolok využívajúci značku VOC, dokážu prilákať viacero pozornosti, či už na ich vinárstvo alebo na obec, v ktorej sa vinárstvo nachádza.

V Situačnej a výhľadovej správe je presné vysvetlenie pojmu: *„Vína originální certifikace jsou produkována v rámci takzvaného apelačního systému. Jde o románsky způsob značení vín, kdy se u vína zohledňují především charakteristické znaky dané oblasti, tzv. terroir (kraj, půda, zem), tedy označení dle místa původu hroznů, respektive vína. Místo původu dává vínům jedinečný a nezaměnitelný charakter. VOC vína musí zároveň splňovat striktně daná a kontrolovaná kvalitativní i kvantitativní kritéria.“* (2020)

Každý spolok má vyhradené odrody, ktoré sa môžu označovať značkou VOC, pretože práve tieto odrody sa vyznačujú špeciálnou kvalitou, ktoré určitá lokalita vytvára.

Internetová stránka vinazmoravyvinazcech.cz uvádza, že v Českej republike je spolu 13 VOC spolkov a 4 z toho sa nachádzajú vo Velkopavlovickej podoblasti, ktorá sa vyznačuje špeciálnou kvalitou určitých odrodových vín a to predovšetkým modrými muštovými odrodami a niektorými bielymi odrodami.

VOC MODRÉ HORY sú jediným spolkom na území Českej republiky, ktoré majú skladbu povolených odrôd len z červených vín a to Frankovka, Svätovavrinecké a Modrý Portugal. Do tohto združenia patria obce Bořetice, Kobylí, Němčičky, Velké Pavlovice a Vrbice. VOC bolo registrované v roku 2011.

VOC Hustopečsko sa vyznačuje predovšetkým odrodami Veltlínske zelené, Ryzlink rýnsky, Tramín červený a Rulandské modré. Pod touto značkou sa združujú obce Hustopeče, Křepice, Kurdějov, Nikolčice, Popice, Starovice, Starovičky, Strachotín, Šakvice a Velké Němčice. Vína pod touto značkou lokality boli oficiálne zaregistrované v roku 2016.

VOC Kraví hora je najmenšou lokalitou tohto označenia, pretože sa jedná len o jednu viničnú trať v obci Bořetice. Takto môže byť označená len jedna odroda z týchto viníc a tou je modrá muštová odroda André, ktorej šľachtenie začalo práve v určenej viničnej trati. Táto odroda má najlepšie podmienky na pestovanie v tejto lokalite. Značka bola zaregistrovaná v roku 2017.

VOC vinice Velké Pavlovice je najmladšou zaregistrovanou značkou z roku 2019, kedy sa niekoľko spriatených vinárstiev rozhodlo ochrániť kvalitu vín zo svojich viníc

označením VOC. Vybrané odrody sú Neuburské, Veltlínske zelené, Tramín červený, André, Frankovka a Rulandské modré.

4. Vinársky turizmus

Cestovný ruch má mnoho podôb a foriem. Ľudia radi trávia svoj voľný čas objavovaním nových vecí, spoznávaním rôznych kultúr a všetkému čo k nim patrí. Často je súčasťou kultúry aj jedlo alebo konkrétne víno a preto vznikol takzvaný gastronomický turizmus. Jeho súčasťou je taktiež vinársky turizmus, alebo aj vinný cestovný ruch, enoturizmus alebo oenoturizmus.

Svetová organizácia turizmu, ktorá patrí pod Organizáciu Spojených národov popisuje význam gastronomického a vinárskeho turizmu v súvislosti s nárastom globálneho turizmu a konkurenciou medzi krajinami a regiónmi. V dnešnej dobe je udržať atraktivnosť destinácie náročné, preto sa krajiny snažia nehmotné kultúrne dedičstvo čoraz viac propagovať. Pre veľa destinácií výroba jedál, tak ako výroba vína, predstavuje neoddeliteľnú súčasť histórie a identity a stala sa kľúčovým elementom národného vzhl'adu. Gastronómia a vinný turizmus reprezentujú príležitosť revitalizácie a zmeny turizmu, propagácie rozvoja lokálnej ekonomiky, zapojenie rôznych profesijných sektorov a vzniku nového využitia primárneho sektoru. Takže gastronómia a vinný turizmus prispievajú k propagácii a zviditeľneniu destinácie, k udržiavaniu a podporovaniu lokálnych tradícií a rozmanitosti a k využívaniu a obohacovaniu autentickosti.

Enoturizmus alebo vinný turizmus, ako pod typ Gastronomického turizmu, sa dá popísať ako turizmus, ktorého účelom je návšteva vinohradov, vinárstiev, degustovanie alebo konzumácia vína a/alebo kúpa, väčšinou priamo pri zdroji.

Autori Ali-Knight a Charters (2001) vybrali viacero definícií vinného turizmu, napríklad, že je to cestovanie s účelom zážitku z vinárstiev a vinných regiónov a ich spojenie s životným štýlom obyvateľov konkrétnej destinácie. Prežitie vinného turizmu teda môže byť poskytnuté rôznymi spôsobmi, najčastejšie udalosťami a festivalmi o kultúrnom dedičstve, stravovaní, pohostinnosti, vzdelávaní, degustovaní a prehliadkami vinných pivníc.

Stávek (2008) opisuje vinný turizmus: *„Degustace vína v místě jeho vzniku, jeho prezentace vinařem a vzájemná výměna poznatků jsou zážitkem, kvůli kterému rozhodně stojí za to za vínem doputovat. Zážitkem natolik silným, že ani v budoucnu, když si otevřeme doma nebo objednáme v restauraci láhev vína, které jsme ochutnávali u vinaře, nebudeme už pít víno nám neznámé, ale spjaté s prožitkem, který se nám vryl do paměti.* (Stávek, 2008, st. 10)

Ako bolo vyššie uvedené, vinný turizmus sa môže uskutočňovať viacerými spôsobmi a vo vinárskej podoblasti Velkopavlovická je využívaná väčšina známych typov vinárskych akcií. Najklasickejšie z akcií sú otvorené „sklepy“, ktoré sa uskutočňujú vo väčšine obcí po celej podoblasti. Pretože sa Velkopavlovická podoblasť vyznačuje určitým vzhl'adom vinných pivníc, pre návštevníkov je veľkým lákadlom vidieť naživo ako pivnice vyzerajú a predovšetkým môžu nahliadnuť za dvere vinárstiev a vidieť ako vinár víno vyrába.

Ďalšou rozšírenou akciou bývajú vinné trhy. Na námestí alebo na iných rozľahlých miestach v obciach má každý vinár vlastný stánok, v ktorom ponúka svoje víno. Môže ísť o akciu v rámci obce, v ktorej vinári vyrábajú svoje víno ale taktiež môžu cestovať na akcie mimo „domácej“ obce. V rámci domácej obce takéto akcie uskutočňujú väčšinou spolky vinárov. V meste Brno sa často uskutočňujú vinné trhy, ktoré organizuje vedenie mesta pre rozvoj cestovného ruchu.

Obl'úbenou a rozšírenou akciou je taktiež „putovanie vinohradmi“. Návštevníci tak môžu vidieť okolitú prírodu obcí, vidia vinice, v ktorých bolo vypestované hrozno, z ktorého bolo následne vyrobené víno, ktoré práve degustujú.

V obciach sa taktiež organizujú súťaže, ktoré sú sprevádzané ochutnávkou, kedy má návštevník príležitosť ochutnať vína od rôznych vinárov, dokonca aj malých vinárov, ktorý vyrábajú víno predovšetkým na vlastnú spotrebu, často sa zúčastňujú vinári aj z iných obcí.

Menej rozšírenou a nie tak navštevovanou akciou bývajú aj edukačné kurzy pre vinárov aj začiatočníkov. Účastníci sa môžu naučiť veľa o víne ako takom, o pestovaní, staraní sa o vinice, o výrobe vína a o degustácii a hodnotení.

V posledných rokoch sa taktiež začínajú objavovať akcie, ktoré sa snažia o rekonštrukciu zabudnutých tradícií ako napríklad „dožínky“ alebo „zaráženie hory“. Aj tieto akcie sú často spojené s vinohradníctvom alebo vínom a preto sa stávajú aj medzi turistami veľmi obl'úbené.

II. PRAKTICKÁ ČASŤ

1. Úvod do praktickej časti, metodika praktickej časti

V praktickej časti tejto bakalárskej práci je dôležité preskúmať viaceré náležitosti vinárskeho turizmu, aby boli následne vhodne vybrané návrhy zlepšenia a podpory pre Velkopavlovickú podoblasť. Je potrebné preskúmať povedomie o vinárstve vo vybranej podoblasti, následne zistiť záujem o vinárske akcie a taktiež zistiť akými propagačnými kanálmi sa informácie šíria k potencionálnym návštevníkom.

Kvôli dodržaniu rozsahu bakalárskej práce nie je možné preskúmať všetky obce a ich vinárske akcie a preto bude vybraných niekoľko najvýznamnejších obcí v podoblasti v oblasti vinárstva.

Metodika pre túto bakalársku prácu bola zvolená, tak aby vhodne preskúmala potrebné náležitosti pre splnenie cieľov.

Prvým krokom bolo vytvorenie a distribuovanie dotazníku do náhodného prostredia, ktoré malo za úlohu, vo vzorku približne 100 ľudí, zistiť záujem o vinárske akcie, aké obce sú v rámci vinárskeho turizmu navštevované, aké sú objektívne názory na akcie od účastníkov a ďalšie. Na základe vyhodnotenia dotazníku boli následne vybrané potrebné náležitosti pre ďalšie vypracovanie dotazníku.

Pre skúmanie akcií organizovaných v podoblasti budú na základe odpovedí vybrané najviac spomínané obce z hľadiska vinárskeho turizmu. Každá obec bude krátko popísaná, budú konkrétne vymenované akcie, ktoré sú v obci organizované, dátum konania v roku 2020 a následne bude v krátkosti vyhodnotený význam pre vinársky turizmus.

Na základe vyhodnotenia dotazníku budú vybrané záporné náležitosti akcií a v navrhovanej časti budú zvolené vhodné možnosti zlepšenia z hľadiska podpory vinárskeho turizmu vo Velkopavlovickej podoblasti.

2. Vyhodnotenie dotazníku

V rámci vypracovávania tejto bakalárskej práce bolo uskutočnené dopytovanie prostredníctvom dotazníka, ktorý mal overiť návštevnosť vinárskych akcií v skúmanej vinárskej podoblasti.

Dotazník bol vytvorený cez portál Google Docs dňa 11.2.2021. Bol umiestnený na sociálnej sieti „Facebook“, na profile autora tejto bakalárskej práce. Taktiež bol distribuovaný cez sociálnu sieť „Instagram“. Odpovede boli prijímané do 17.2.2021. Do tohto dátumu bolo prijatých 101 odpovedí. Z tohto vzorku sa zúčastnilo 57,4% žien a 42,6% mužov. Najviac ľudí sa zúčastnilo vo vekovej kategórii 18-25 rokov, teda 67,3%. Najnižší počet účastníkov bol vo vekovej kategórii 50-65 rokov a to len 5% účastníkov, táto kategória bola taktiež najvyšší vek účastníkov dotazníku.

Dotazník sa zameriaval na otázky o vinárskych akciách preto bola súčasťou taktiež otázka, či účastník dopytovania obľubuje víno. Otázka mala účastníkov pripraviť na charakter dotazníku. Zo 101 účastníkov odpovedalo kladne, teda, že má rado víno 98% účastníkov. Zvyšné 2% odpovedali záporne teda, že nemajú víno v obľube.

Cieľ výskumu

Hlavným cieľom výskumu bolo zistiť záujem a návštevnosť vinárskych akcií vo vybranej vinárskej podoblasti. Ďalším cieľom bolo zistiť, ktoré z obcí účastníci dopytovania v rámci vinárskych akcií navštívili, aký bol ich objektívny názor na akcie a či majú v tejto podoblasti nejakého obľúbeného vinára.

Ďalšími zisťovanými informáciami bol spôsob, akým sa o akcii dozvedeli a či mali k organizácii alebo k priebehu akcie nejaké pripomienky. Tieto informácie boli zisťované pre účely navrhovanej časti, v ktorej bude odporúčanie ako podporiť a zlepšiť vinársky turizmus vo Velkopavlovickej podoblasti.

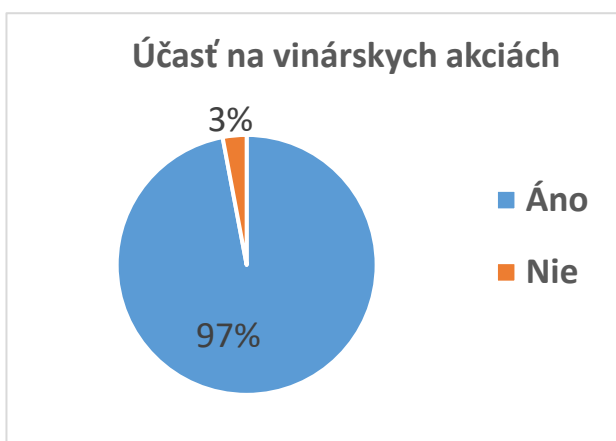
Vyhodnotenie otázok

Vzhľadom na stanovené ciele dotazníku boli pokladané otázky o vinárskych akciách, ktorých sa účastníci dopytovania zúčastnili.

1. Zúčastnili ste sa niekedy vinárskej akcie? A k tomu nadväzujúca otázka. Zúčastnili ste sa niekedy vinárskej akcie vo Velkopavlovickej podoblasti?

Otázka nie je v originálnom dotazníku ako prvá. Predchádzajúce otázky mali len preskúmať demografické prvky, pohlavie a vek. Taktiež tejto otázke predchádzala otázka zisťujúca obľúbenosť vína. Poradie týchto otázok je 4. a 5.

Graf 2 - Účasť na vinárskych akciách



Vlastné spracovanie

Graf 3 – Účasť na akciách vo Velkopavlovickej podoblasti



Vlastné spracovanie

Na základe odpovedí na prvú z týchto otázok sa dá vyhodnotiť, že zo vzorku 101 ľudí sa 98 ľudí, čo predstavuje 97%, už niekedy zúčastnili na vinárskej akcii. Preto sa dá povedať, že návštevnosť týchto akcií je na celkom vysokej úrovni a vinársky turizmus je veľkým lákadlom.

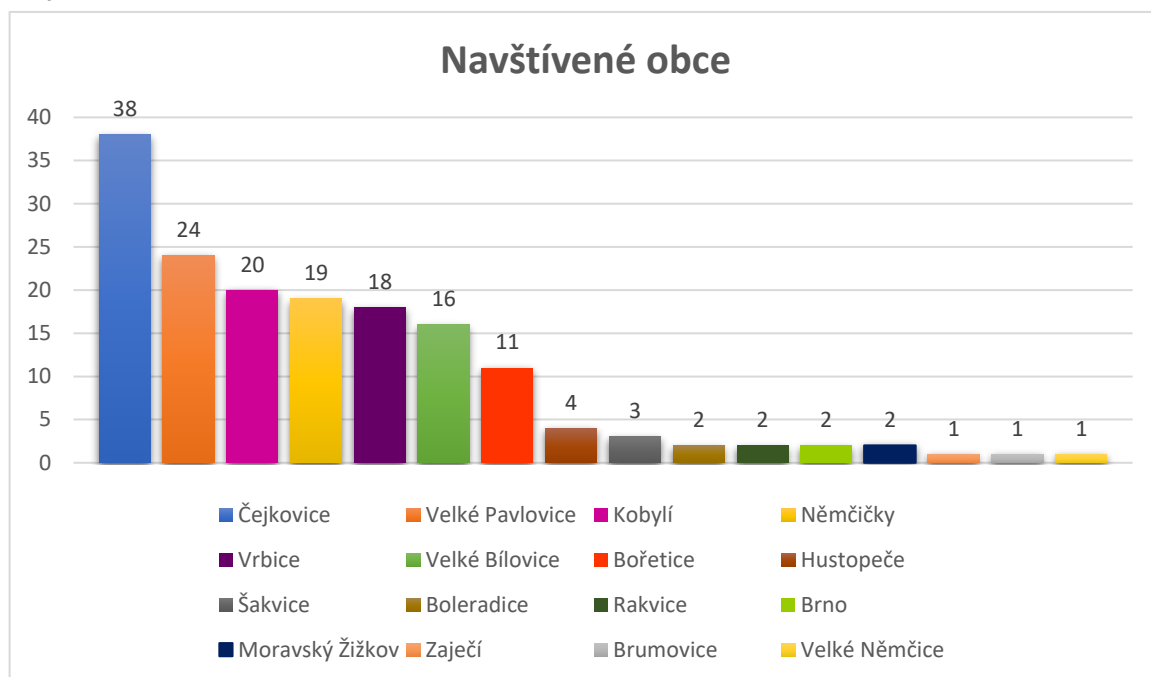
Na druhú z otázok o účasti na vinárskej akcii vo Velkopavlovickej podoblasti odpovedalo zo vzorku 101 ľudí, 81 účastníkov kladne, čo odpovedá 81%, že sa už niekedy zúčastnili akcie v tejto podoblasti. Z tejto odpovede sa dá vyhodnotiť, že je Velkopavlovická podoblasť dostatočne navštevovaná a vinárske akcie sú účastníkmi obľúbené aj v skúmanej podoblasti. Je ale dôležité dodať, že síce je výsledok pozitívny ale návštevnosť sa dá vždy zvyšovať a v dnešnej dobe je dôležité hľadať nové prostriedky a spôsoby ako dosiahnuť väčšej návštevnosti.

2. V akej obci ste sa vinárskej akcie zúčastnili?

Táto otázka mala za úlohu zistiť, v akých obciach zo skúmanej podoblasti sa dopytovaní zúčastnili akcie. Zúčastnení mohli uviesť v odpovedi viacero obcí. Taktiež

bola táto otázka využitá ako prostriedok výberu pre ďalšiu časť bakalárskej práce. Najviac spomínané obce budú vybraté pre bližšie skúmanie.

Graf 4 - Navštívené obce



Vlastné spracovanie

Z výsledkov dotazníku teda vyšlo, že najviac spomínanou obcou sú Čejkovice. Boli spomenuté až 38-krát. Ďalšie často spomínané obce sú Velké Pavlovice – 24-krát, Kobyly – 20-krát, Němčičky – 19-krát, Vrbice – 18-krát, Velké Bílovice – 16-krát a Bořetice – 10-krát. Ostatné obce boli spomínané veľmi málo. Predpokladá sa, že najviac spomínané obce organizujú vinárske akcie, ktoré sú zaujímavé a dokážu prilákať veľké množstvo účastníkov. Pre zvyšné obce by bolo vhodné zapracovať na propagácii a snahe prilákať účastníkov.

Dá sa povedať, že najviac spomínané obce sú taktiež pre túto oblasť veľmi významné. Majú predovšetkým dôležité zázemie vinárov, ktorý produkujú veľmi kvalitné vína vyhrávajúce viaceré súťaže a taktiež vinárstva sú známe v oblasti gastronómie po celom štáte a tie najlepšie dokonca aj v zahraničí.

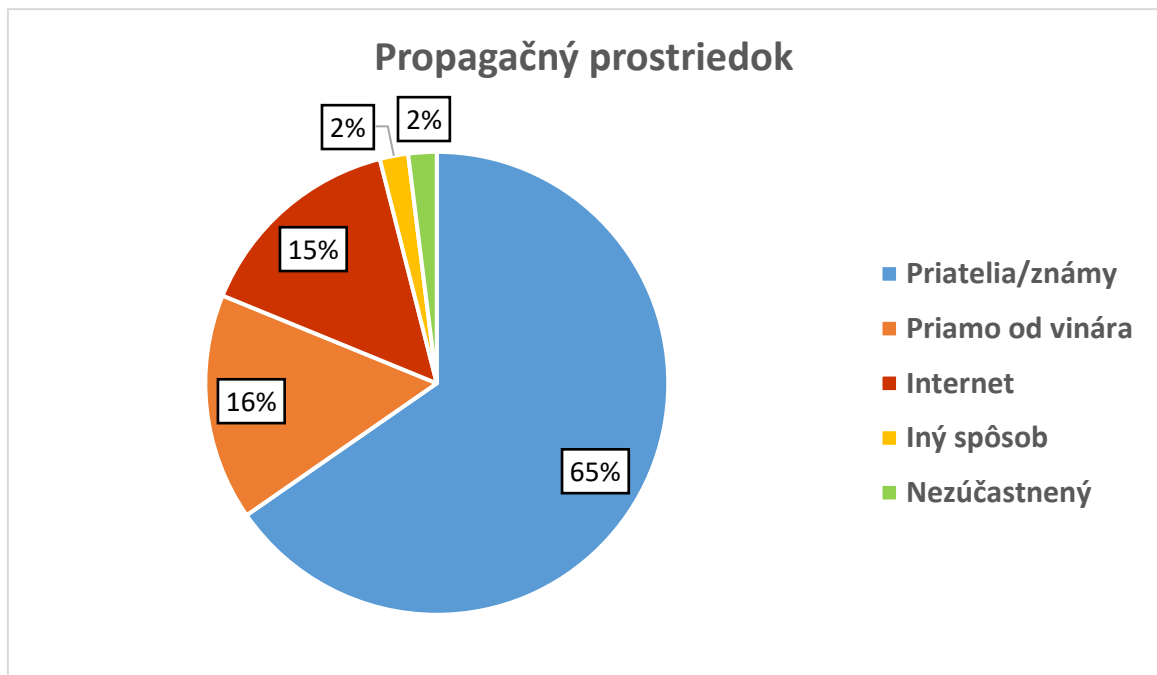
Vyššie spomínané obce, ktoré boli spomínané viac ako 10-krát boli vybrané pre ďalšiu časť bakalárskej práce a to pri bližšom skúmaní akcií, ktoré sa v týchto obciach konajú.

3. Ako ste sa o akcii dozvedeli?

Spôsob propagácie a cesta k zákazníkom je dôležitým prvkom organizácie najrôznejších akcií. Vinárske akcie nie sú rozdielom a preto bola táto otázka taktiež

súčasťou dopytovania. Išlo predovšetkým o zistenie, akým propagačným prostriedkom sa informácia o konaní akcie dostala k účastníkovi.

Graf 5 - Propagačné prostriedky



Vlastné spracovanie

Spôsob, akým sa účastníci dozvedeli o vinárskej akcii v skúmanej podobe, je dôležitým prvkom pri skúmaní akcií. Zo vzorku 101 ľudí odpovedalo 65%, čo zodpovedá 66 účastníkom dopytovania, že sa o akcii dozvedeli od priateľov alebo známych. Túto odpoveď môžeme chápať viacerými spôsobmi. Môže ísť o obyvateľov konkrétnej obce, ktorý účastníkov pozvali, alebo ide o priateľov/známych, ktorý sa akcie už niekedy zúčastnili a odporučili účastníkom dopytovania aby taktiež akciu navštívili.

Ďalším spôsobom zistenia informácie o konaní tejto udalosti je, že poznajú vinára z konkrétnej obce, ktorý ich pozval aby sa taktiež zúčastnili a mali možnosť poznať prostredie, v ktorom produkuje svoje vína. Túto možnosť zvolilo 16%, teda 16 účastníkov dopytovania.

V dnešnej dobe najdôležitejší propagačný prostriedok je Internet a túto možnosť zvolilo 15 ľudí, čo tvorí 15% z opýtaných. Ide predovšetkým o rôzne reklamy na internetových stránkach alebo oznámenia o udalosti prostredníctvom sociálnych sietí.

Zvyšok opýtaných zvolilo, teda 2% že sa o akcii dozvedeli iným spôsobom, alebo to boli nezúčastnený, ktorý predstavujú taktiež 2%.

Aj keď bolo v rámci otázky možnosť zvoliť propagačný prostriedok rádio alebo televíznu reklamu, nikto z opýtaných túto možnosť nezvolil.

Z odpovedí sa dá teda vyhodnotiť, že ak sa jedná o propagáciu vinárskych akcií je stále možnosť napredovania a zlepšovania. Väčšinou musí konkrétny zákazník poznať vinára alebo obyvateľa tejto obce aby sa k nim dostala informácia o udalosti. Ide teda o znak slabého využívania propagačných kanálov.

4. Ako by ste ohodnotili akciu?

Táto konkrétna otázka bola zameraná na objektívne hodnotenie akcie účastníkmi dopytovania. Mali možnosť vybrať si medzi 5-timi možnosťami: veľmi dobrá, vyhovujúca, dostatočná, nedostatočná, zlá.

Graf 6 - Hodnotenie akcií



Vlastné spracovanie

Z výsledkov dotazníku vyplýva, že účastníci dopytovania neohodnotili akciu horšie ako dostatočná. Zo vzorku 101 účastníkov odpovedalo 73%, že akcia bola veľmi dobrá. Dalo by sa povedať, že im na akcii nič neprekážalo a splnila ich očakávania.

Ďalej 20 % odpovedajúcich označili možnosť vyhovujúca. Z tejto odpovede sa dá vyvodiť, že akcia splnila ich očakávania ale vedeli by najst' maličkosti, ktoré neboli podľa ich predstáv a kazili im bezproblémový zážitok. Najmenej ľudí, teda 7% z dopytovaných, označili odpoveď, že akcia bola dostatočná. Z tejto odpovede predpokladáme, že akcia nespĺnila plne očakávania účastníkov a našli by veľmi veľa maličkostí alebo pár väčších problémov, ktoré im kazilo pokojné prežitie udalosti.

Pre vinárstva by malo byť dôležité zisťovanie spokojnosti účastníkov a mali by dbať na ich názory. Predovšetkým ide o zistenie konkrétneho problému alebo výčitky, ktorú účastník má a pokus o nápravu v budúcnosti. Ak sa totiž zákazník vráti a chyba, ktorá sa

mu nepáčila pri poslednej návšteve akcie, nie je opravená alebo problém nebol vyriešený môže sa stať, že už sa nebude chcieť vrátiť a znovu sa akcie zúčastniť.

5. Máte obľúbeného vinára z tejto podoblasti? Alebo z inej podoblasti?

Táto otázka mala za úlohu zistiť, či účastníci dopytovania poznajú a majú radi vinárov zo skúmanej podoblasti preto mali daného vinára alebo vinárstvo vypísať sami. V rámci vinárskych akcií sa dá rýchlo preskúmať ponuka rôznych vinárov, ochutnať ich víno a dokonca je možnosť osobne sa s vinárom porozprávať a spoznať ho. Väčšinou je rozhodujúcim prvkom kvalita vína ale taktiež osobnosť vinára môže ovplyvniť, či si v budúcnosti bude zákazník chcieť kúpiť konkrétne víno.

V dotazníku sa veľakrát vyskytla odpoveď, že účastník nemá obľúbeného vinára. Až 12 ľudí odpovedalo, že nepreferuje žiadneho konkrétneho vinára.

Výber z vinárstiev je vo Velkopavlovickej podoblasti pomerne veľký preto táto otázka nebola graficky znázornená grafom. Avšak niektoré vinárstvá boli v odpovediach spomenuté viackrát a preto aj budú tieto vinárstvá uvedené.

Veľmi známe vinárstvo, taktiež najviac spomínané v dotazníku, konkrétne 6-krát, ktoré pochádza z obce Němčičky je vinárstvo J. Stávek. Z tejto obce bolo taktiež spomenuté „Vinařství Pavel & Radim Stávkovi“, konkrétne 2-krát.

Z obce Čejkovice bolo spomenutých viacero vinárstiev. Najviac menované bolo „Vinařství Konečný“, konkrétne 5-krát, ďalšie boli napríklad „Vinařství Bíza“, spomenuté 2-krát a „Vinařství Škrobák“, ktoré bolo spomenuté v odpovediach 3-krát.

Ďalšie viackrát spomenuté vinárstvá, boli „Vinařství Mikulica“, konkrétne 2-krát a „Vinařství V&M Zborovský“, spomenuté 3-krát, z obce Velké Pavlovice.

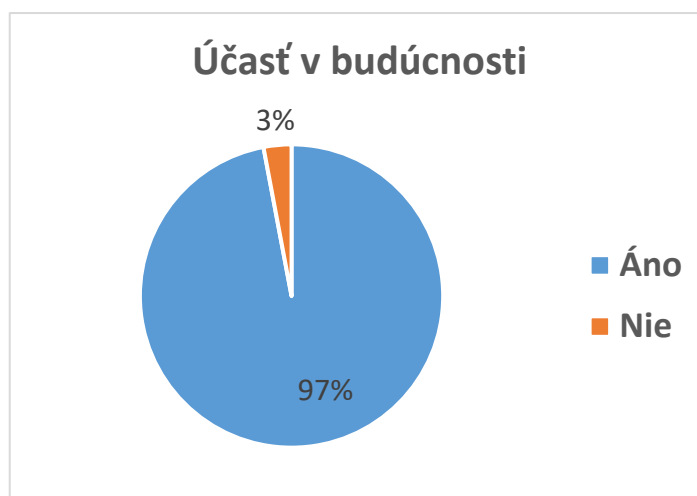
Posledné vinárstvo, ktoré bolo spomenuté viac ako 1-krát bolo „Vinařství Vajbar“ z obce Rakvice.

Ostatné vinárstvá boli spomenuté len raz, napríklad „Vinařství Springer Bořetice“, „Vinařství Hradil“, „Vinařství U Kapličky“, „Pavlovín – Vinařství Velké Pavlovice“, „Vinařství Tetur“ a viacero iných.

6. Máte v pláne sa ešte niekedy zúčastniť vinárskej udalosti?

Cieľ otázky bol jednoznačný a to, či účastníci dopytovania s ohľadom na skúsenosti, budú zvažovať možnosť znovu navštíviť podobnú udalosť, či už v skúmanej podoblasti alebo niekde inde.

Graf 7 - budúca účasť na vinárskych akciách



Vlastné spracovanie

Z odpovedí vyplýva, že ľudia, ktorí sa už niekedy zúčastnili nejakej vinárskej akcie, konkrétne 98 účastníkov dopytovania, ktorý zodpovedajú 97% zo vzorku 101 ľudí, uvažujú, že sa v budúcnosti budú chcieť znovu zúčastniť vinárskej akcie. Dá sa teda povedať, že účastníci dopytovania boli spokojný z udalosťami, ktorých sa v minulosti zúčastnili a chceli by si túto skúsenosť zopakovať.

7. Máte k akcii, ktorej ste sa zúčastnili nejaké poznámky? Čo sa vám páčilo/nepáčilo, čo by ste zmenili v programe alebo v organizácii?

Posledná otázka v dotazníku bola určená na dodatočné poznámky a vyjadrenia účastníkov dopytovania. Otázka nebola povinná takže 57 ľudí zo vzorku 101 odpovedajúcich sa zdržalo odpovede.

23 odpovedajúcich sa vyjadrili, že nemajú k akciám žiadne poznámky alebo, že im všetko vyhovovalo a boli spokojný.

Dve z odpovedí sa vyjadrovali ohľadom sprievodného programu ako napríklad cimbalová hudba alebo vystúpenie rôznych kapiel po konaní akcie. Jedna z odpovedí kladne hodnotila takýto dodatočný program, druhá z odpovedí zhodnotila, že by takýto program mal trvať dlhšie.

Jedna z odpovedí kladne hodnotila možnosť zálohovania pohárov. Jedná sa o možnosť, väčšinou na vinných akciách v meste Brno, kedy si účastník si zakúpi pohár, ktorý po skončení akcie odovzdá a budú mu vrátené peniaze.

Medzi odpoveďami boli taktiež dve protichodné, ktoré hodnotili propagáciu akcií. Jedna odpoveď hodnotila, že by mali byť akcie viacej propagované, aby sa informácia o konaní dostala k viac ľuďom. Naopak druhá odpoveď hodnotila príliš vysokú propagáciu, ktorá spôsobuje prevyšovanie kapacít miest konaní, ubytovacích kapacít a príliš veľký počet účastníkov akcií môže znepríjemňovať domácim obyvateľom obcí ich klud.

Dôležitá negatívna poznámka k priebehu akcií bola o nedostatočnej kapacite toaliet či už pri vonkajších alebo vnútorných akciách. Organizátori často na túto skutočnosť o vykonávaní potreby zabúdajú a preto sa stáva, že účastníci využívajú iných spôsobov alebo sa pri toaletách tvoria príliš dlhé rady.

Taktiež sa vyskytli poznámky o účastníkoch, ktorý preženú svoju toleranciu alkoholu, následne sa správajú neprimerane a môžu tým pokaziť zážitok iným účastníkom takýchto akcií. Organizátori by preto mali dbať na vhodný objem degustovaného vzorku, ktorý má naozaj slúžiť len na ochutnanie konkrétneho vína.

Na záver je potrebné zhodnotiť, že určený cieľ výskumu bol splnený, teda bolo zistené, koľko ľudí zo vzorku sa zúčastnilo vinárskych akcií, aké obce boli navštívené a či sa dopytovaný majú záujem niekedy v budúcnosti znovu zúčastniť podobnej udalosti.

Ďalší cieľ bol taktiež splnený a teda, že boli zistené informácie, ktoré budú využité pre ďalšiu časť bakalárskej práce, konkrétne prieskumu vinárskych akcií vo vybraných obciach a taktiež pre navrhovanú časť, kde budú možnosti zlepšenia vinárskeho turizmu v skúmanej podobe.

3. Prieskum vinárskych akcií vo vybraných obciach

Velkopavlovickej podoblasti

Hlavným zámerom tejto bakalárskej práce je preskúmať vinárske akcie, ktoré sa uskutočňujú v skúmanej podoblasti. Rozsah bakalárskej práce neumožňuje popísať vinárske akcie vo všetkých obciach tejto podoblasti, preto bolo na základe dotazníku, ktorý bol vyhodnotený v predchádzajúcej časti, vybraných 7 obcí. Menovite sú to Čejkovice, Němčičky, Velké Pavlovice, Velké Bílovice, Kobylí, Vrbice a Bořetice. Z hľadiska vinárstva sú tieto obce aj jedny z najvýznamnejších v tejto podoblasti a víno je v týchto obciach súčasťou kultúry a tradícia vinárstva je v nich už niekoľko storočí.

V tejto časti bude každá obec v krátkosti popísaná. Následne budú vymenované akcie, ktoré sa v obciach konali v roku 2020. V samostatnej časti budú popísané najčastejšie organizované akcie vo vybraných obciach. Bude popísaný charakter, priebeh a zámer akcií.

Z dôvodu pandémie ochorenia COVID-19 museli byť viaceré akcie zrušené alebo presunuté. Zasiahnuté akcie sú v prieskume riadne označené.

3.1. Čejkovice

Prvá zmienka o obci je z roku 1248 ale už v roku 1232 tu začal templársky rád rytierov budovať gotickú tvrdzu s rozsiahlymi vinnými „sklepmi“. Táto obec bola na niekoľko rokov taktiež bydliskom prvého Československého prezidenta, Tomáša G. Masaryka. Tieto dve historické udalosti sú spojované aj s dôležitými dominantami obce, teda rodinný dom Masarykovcov, z ktorého je aktuálne múzeum o živote T. G. Masaryka a tvrdza, z ktorej bol rokmi prerábok vytvorený zámok, v ktorom je aktuálne hotel a reštaurácia.

Obec Čejkovice sú jednou z najteplejších obcí Českej republiky, čo má za následok pozitívne prostredie pre pestovanie révy vinnej. Kedysi Čejkovice bojovali o prvenstvo najväčšej vinárskej obce, avšak aktuálne sa nachádzajú na 4. mieste. Zo všetkých strán okolia obce sú vysadené vinohrady, ktoré majú rozlohu 513 ha. Viničných tratí má táto obec 10, niektoré zdroje uvádzajú 11. V obci sa nachádzajú dve oficiálne vinárske združenia a veľké množstvo menších vinárov. „Spolek Vinaři z Čejkovic, z.s.“, ktorý je pomerne nový, založený v roku 2017 a z hľadiska vinárskeho turizmu sa pomaly začína zapojovať do podpory cestovného ruchu v obci. Druhým združením je „Vino z Čejkovic“, ktoré má dlhoročnú tradíciu a vzniklo z pôvodného neoficiálneho zoskupenia vinárov

„Čtvrtečníci“. Organizujú viaceré vinárske akcie v priebehu celého roku a vďaka tomuto spolku sa v tejto obci rozšíril cestovný ruch.

Organizované akcie

Tabuľka 3 –Vinárske akcie obec Čejkovice

Názov akcie	Dátum konania	Organizátor
Reprezentační ples vinařů a přátel vína	8.2.2020	Víno z Čejkovic
Školení degustátorů vína	14.2.2020	ZO ČZS Čejkovice (Zahrádkáři)
Tradiční výstava vín *zrušená*	14.3.2020	ZO ČZS Čejkovice
Velikonoční otevřené sklepy *presunutě*	12.4.2020	Vinaři z Čejkovic
Čejkovické Vinné trhy *zrušené*	30.-31.5.2020	Víno z Čejkovic
U vinaře v okýnku	30.5.2020	Víno z Čejkovic
Letní otevřené sklepy	25.6.-6.9.2020	Víno z Čejkovic
Čejkovická vinná stezka	4.7.2020	Víno z Čejkovic
Otevřené sklepy vinařů	25.7.2020	Vinaři z Čejkovic
Den otevřených sklepů	29.8.2020	Víno z Čejkovic
Svatomartinská vína *zrušené*	11.11.2020	Víno z Čejkovic

Zdroj: vinazmoravyvinazcech.cz

So zástupcom združenia Víno z Čejkovic Lukášom Kmentom, ktorý stojí za propagovaním tohto združenia a organizáciou všetkých akcií, bol uskutočnený rozhovor. Vymenoval organizované akcie a akým spôsobom združenie tieto akcie propaguje a ako ich financujú.

V prvom rade treba uviesť, že v združení sa nachádza 28 vinárstiev, teda podniky rôznej právnej formy podnikania. Združenie sa snaží o zviditeľnenie obce a podporu cestovného ruchu v obci a aj kvôli tejto skutočnosti si pre dve svoje akcie vyberajú priestory a priestranstvo v okolí historickej tvrdze, teda dnešného zámku, ktorý je dominantou obce.

Prípravy určitých akcií začínajú niekedy rok dopredu, teda po ukončení konkrétnej udalosti sa musí začať s plánovaním a objednávaním potrebných náležitostí pre ďalší ročník. Do reklamy a príprav investujú približne 200 tisíc Kč. Ohľadom propagácie sa stále zameriavajú aj na klasické médiá ako napríklad rádio alebo časopisy. Združenie má dlhoročnú spoluprácu so sieťou rádií a väčšinu vyplácajú barterovým obchodom. Oznámenie o udalostiach umiestňujú aj do magazínu Wine&Degustation. Uvedomujú si však, že dnes je najdôležitejšie umiestňovať reklamu aj na internete. Využívajú preto často sociálne siete Instagram a Facebook, kde tiež platia za väčší dosah príspevkov a Google Ads, ktorý zverejňuje reklamu na rôznych iných stránkach. Z hľadiska financií dostávajú dotácie od Vinárskeho fondu, ktorý im sponzoruje buď 50% nákladov alebo maximálne 60 tisíc Kč. Taktiež dostávajú podporu od rôznych sponzorov, ktorých mená a značky sú uvedené v brožúrkach o akcii.

Pán Kmenta uviedol, že po ukončenej akcii vždy musia urobiť vyhodnotenie, ktoré na spoločnej schôdzi zhodnotia z hľadiska financií a návštevnosti. Všimli si, že za posledné roky má návštevnosť stagnujúcu až klesajúcu tendenciu. Ohľadom kapacity akcií sa vyjadril, že pri „Vinnej stezke“ by mohla návštevnosť dosiahnuť aj 10 tisíc návštevníkov, pretože okolie obce ponúka dostatočne rozsiahle územie aby obsiahla takú vysokú návštevnosť. Naopak, pri akcii „Den otvorených sklepů“ sa skôr snažia aby návštevnosť nepresiahla 2 000. Dôvod tohto obmedzenia je, aby vinári nestratili osobný kontakt so zákazníkmi a aby obyvatelia obce neboli obťažovaný veľkým počtom turistov.

S ohľadom na pozitívny prínos týchto akcií na predajnosť vinárstiev z tohto združenia sa vyjadril, že ak by sa nekonali ich najdôležitejšie akcie „Vinná stezka“ a „Den otvorených sklepů“ mohlo by to menších vinárov zo združenia veľmi negatívne ovplyvniť, vo výške až 100 tisícovej straty v deň konania akcie a následne v možnosti nadviazať kontakt s potenciálnym stálym zákazníkom. Preto sa združenie snažilo nájsť náhradný dátum konania akcií pretože sa z dôvodu pandemických opatrení nemohli konať v tradičnom termíne. Taktiež sa snažili nahradiť akciu „Vinné trhy“ a vytvorili „K vinařovi do okýnka“, ktorá mala čiastočne nahradiť pôvodnú udalosť, aj keď sám zástupca združenia skonštatoval, že akcia bola skôr stratová.

3.2. Němčičky

Němčičky sú malá obec vo Velkopavlovickej podoblasti, ktorá je v oblasti vinárstva pomerne významná. Prvá zmienka sa objavila v roku 1349 a vlastníctvo obce sa predávalo

medzi viacerými šľachtickými rodmi až do skončenia feudalizmu. Dominantou tejto obce je kaplnka svätého Antonína, ktorá sa nachádza na mieste pôvodného veterného mlyna, ktorý stál do roku 1920. V obci si dávajú veľmi záležať na tradíciách a viaceré vinárske udalosti sú spojené s inou kultúrnou akciou. Obec je z hľadiska cestovného ruchu dôležitá vďaka rôznym športovým aktivitám, pretože sa tu nachádza lyžiarsky vlek, ktorý je najnižšie položený z celej strednej Európe a kúpalisko.

Z hľadiska vinárstva má obec 190 ha vinohradov a 12 viničných tratí, z ktorých je pre túto obec veľmi významná trať Bočky. V obci sa kedysi všetci živili vinohradníctvom a dnes je tu pár významných vinárov, z ktorých je niekoľko aj v združení VOC Modré hory. V obci je taktiež jedno oficiálne združenie vinárov „Vinaři Němčičky“, pod ktorým sa hlási 8 vinárstiev. Miestny vinári tu taktiež pre podporu enoturistiky vytvorili „Místní vinařskou stezku“, ktorá je určená pre peších turistov, aj pre cyklo-turistov a vedie do miestnych vinohradov a ponúka výhľady na okolie obce.

Organizované akcie

Tabuľka 4 – Vinárske akcie obec Němčičky

Názov akcie	Dátum konania	Organizátor
Vinařská zabíjačka	8.2.2020	Vino J. Stávek
Pinot Noir – Morava vs. Svět	10.2.2020	Mladí vinaři
Košť vín Němčičky *zrušené*	28.3.2020	Vinaři Němčičky
Grilování s Rosé víny	4.7.2020	Vino J. Stávek
Počítání hvězd ve vinicích	7.8.2020	Vino J. Stávek
Swing na Vinařském dvoře	15.8.2020	Vino J. Stávek
Vinařský den Němčičky	28.-29.8.2020	Vinaři Němčičky

Zdroj: vinazmoravyvinazcech.cz

Vinárstvo „Vino J. Stávek“ organizuje v obci viacero akcií samostatne a vďaka vlastným priestorom tzv. „Vinařského dvora“ nepotrebuje žiadne prenajaté priestory a má dostatočnú kapacitu pre viacero udalostí.

Prvou z nich je v kalendárnom roku „Vinařská zabíjačka“. Počas celého dňa majú účastníci možnosť zakúpiť čerstvé zabíjačkové špeciality napríklad jaternice, tlačenu,

škvarky a podobné, degustovať víno tohto vinárstva a užívať si atmosféru tradičnej dedinskej zabíjačky. Ďalšou akciou je „Grilování s Rosé víny“, ktorej program je pomerne jasný a teda, že účastníci sa môžu tešiť na grilované špeciality a k tomu degustovať viaceré rúžové vína z Vinárstva J. Stávek ale aj z iných. Využiť prírodu pre svoj prospech a postaviť na tom celú akciu sa rozhodli v prípade „Počítání hvězd ve vinicích“, kedy v auguste zorganizovali pozorovanie meteorického roju, ktorý je v tom čase najviac viditeľný a najpočetnejší.

V krátkom rozhovore, ktorý mi poskytol sám majiteľ vinárstva sa vyjadril, že mali šťastie, pretože väčšina akcií sa konala v plánovanom termíne a nemuseli ich presúvať alebo rušiť. Ohľadom organizácie sa vyjadril, že plánovanie začínajú rok dopredu, preferujú skôr jazzové kapely než cimbaloú hudbu a na organizáciu majú rozpočet od 10 do 80 tisíc Kč.

Propagáciu zamerali už len na internet a využívajú prevažne sociálne siete Facebook a Instagram.

3.3. Velké Pavlovice

Obec, podľa ktorej je pomenovaná skúmaná podoblasť, je veľmi významnou a bola osídľovaná už pred Veľkomoravskou ríšou. Prvá oficiálna písomná zmienka o tejto obci je z roku 1252. Podobne ako ostatné obce v okolí aj táto často menila svojho majiteľa a posledným z nich bola cisárska rodina Habsburgov od roku 1762 až do roku 1921. V tom čase sa tu nachádzal veľký statok a patrilo k nemu 8 obcí v okolí. Cisár František Jozef I. v roku 1891 udelil obci štatút mestečka, tzv. „městysu“ a v roku 1967 získala obec štatút mesta. Označuje sa ako mesto „Vína a meruněk“.

Obec má množstvo zaujímavých prírodných, historických a kultúrnych pamiatok. Vedenie mesta sa tu snaží podporovať cestovný ruch a veľa historických pamiatok bolo zrekonštruovaných. Bolo tu vytvorené Biocentrum pre ochranu mokradín alebo lesopark pri rieke, ktorá preteká mestom, bola vybudovaná rozhľadňa. Nachádza sa tu viacero sôch a kaplniek oslavujúcich historické kresťanské osoby, napríklad kaplnka svätého Urbana, patróna vína a vinárov, ktorá je v modernom prevedení. Najvýznamnejšie historické pamiatky sú vinné „sklepy“ zachované po Habánoch z prelomu 17. a 18. storočia, ktoré sú aktuálne v súkromnom vlastníctve. Historická Tereziánska kontribučná sýpka, v súčasnosti prerobená na hotel, nesie meno po cisárovi Františkovi Štefanovi Lotrinskom, manželovi českej a uhorskej kráľovnej Márie Terézie. Taktiež sú po ňom pomenované

historické vinné „sklepy“ z 18. storočia. Nachádza sa tu zrekonštruovaný barokový zámok, ktorý bol postavený ako tvrdza približne v 14. storočí. Teraz využívaný ako Ekocentrum pre vzdelávanie v oblasti ekológie, environmentalistiky a podobne. V areáli zámku sa taktiež nachádza obnovený rybník. Veľkým turistickým lákadlom mesta je taktiež vinárska ulička „Pod Starou Horou“, kde sa nachádzajú tzv. „opité sklepy“.

Z vinárskeho hľadiska je obec významnou vďaka tomu, že na začiatku 20. storočia tu bola založená šľachtiteľská stanica, kde vznikli odrody ako napríklad André alebo Agni a bolo tu započaté šľachtenie odrody Pálava. Aktuálne je šľachtiteľská stanica súkromný podnik vyrábajúci víno. Obec má dokopy 380 ha vinohradov na ôsmich viničných tratiach. V obci je jedno združenie vinárov „Vino z Velkých Pavlovic“, viaceré vinárstva z tejto obce sú v združení VOC Modré hory a v roku 2019 tu vinári založili VOC vinice Velké Pavlovice.

Organizované akcie

Tabuľka 5 – Vinárske akcie obec Velké Pavlovice

Názov akcie	Dátum konania	Organizátor
Základy sommelierství, vína a vinařství v ČR	15.2.2020	Vinařský institut
Réva vinná a víno (nadvazující školenie)	16.2.2020	Vinařský institut
Mistrovství ČR v řezu révy vinné	28.2.2020	Svaz vinařů
Promenáda červených vín	7.3.2020	VOC vinice Velké Pavlovice
Základy sommelierství, vína a vinařství v ČR *zrušené*	14.3.2020	Vinařský institut
Réva vinná a víno (nadvazující školenie) *zrušené*	15.3.2020	Vinařský institut
Letní otevřené sklepy *částečně s opatřeními*	27.4.- 4.10.2020	Vino z Velkých Pavlovic
Aprílová párty v růžovém *zrušené*	16.4.2020	Král vín – Jarovín Rosé
Májové otevřené sklepy *zrušené*	2.5.2020	Vino z Velkých Pavlovic

Krajem vína – Májové putování okolím Modrých hor *zrušené*	16.5.2020	Moravské vinařské stezky
30 vín Modrých hor *zrušené*	16.5.2020	DSO Modré hory
Festival vinařů Modrých hor *zrušené*	16.5.2020	VOC Modré hory
Víno v oranžovém anebo Noční otevřené sklepy	4.7.2020	Víno z Pavlovic
Poznej Modré hory	5.9.2020	DSO Modré hory
Apelace vín v České republice se zaměřením na Modré hory	5.9.2020	VOC Modré hory
Krajem vína – Putování za burčákem po Modrých horách	5.9.2020	DSO Modré hory
Velkopavlovické vinobraní *zrušené*	18.9.- 19.9.2020	Mesto Velké Pavlovice
Základy sommeliérství, vína a vinařství v ČR	5.12.2020	Vinařský institut
Réva vinná a víno (nadvazující školenie)	6.12.2020	Vinařský institut

Zdroj: vinazmoravyvinazcech.cz

V obci Velké Pavlovice sa organizuje počas roku množstvo vinárskych akcií. Je to predovšetkým kvôli tomu, že podľa tejto obce je pomenovaná celá podoblasť a teda je aj z pohľadu návštevníka prvou, ktorú chce navštíviť. Veľa akcií združenia VOC Modré hory, alebo Mikroregiónu Modré hory, sa organizujú práve v tejto obci, pretože má najlepšie podmienky zo všetkých obcí, patriacich do týchto združení, ako napríklad priestory na konkrétne akcie, alebo kapacitu ubytovacích zariadení.

Kvôli pandemickej situácii bolo viacero akcií v roku 2020 zrušených a organizátori nezvolili žiadny náhradný termín. Akcia, ktorá sa uskutočnila pred začiatkom núdzového stavu boli Majstrovstvá Českej republiky v reze révy vinnej. Je to zaujímavá súťaž zameraná na schopnosti vinohradníkov a zručnosť v tzv. zelených prácach vo vinohrade. V prípade tejto súťaže nejde o rýchlosť, ale predovšetkým o precíznosť vykonanej práce.

3.4. Vrbice

Obec sa vypína na vrchole kopca a je ju možné vidieť z širokého okolia. Prvá zmienka pochádza z roku 1222, kedy toto miesto obývali ľudia s vojenskou a strážnou povinnosťou. Na návrší, ktoré sa dodnes nazýva „Stráž“, zapalovali ohne na upozornenie pre okolité

obce, že hranice prekročil nepriateľ. Dnes sa na tomto kopci nachádzajú dve dominanty obce. Prvou dominantou je kostol, ktorý je postavený na najvyššom mieste tejto obce. Kostol je pomerne mladý, pretože pochádza zo začiatku 20. storočia. Druhou dominantou sú „sklepy“, ktoré sú vsadené priamo v kopci Stráž. Známe sú predovšetkým ich priečelím, ktoré je z kameňa, niekedy v kombinácii s tehlou. Vhodné je spomenúť taktiež Mohyla mieru, ktorá stojí na kopci vedľa kostola a pripomína porazenie nemeckých vojsk počas Druhej svetovej vojny.

Z hľadiska vinárstva je táto obec jednou z prvých, v ktorej sa zakladali vinohrady. Toto miesto bolo aj počas rímskeho obsadzovania osídlené vďaka svojej výhodnej pozícii na kopci. Dnes má obec 160 ha viníc na 8 viničných tratiach. Nachádza sa tu jedno vinárske združenie „Vinaři Vrbice“ a taktiež viacerí vinári patria pod združenie VOC Modré hory.

Organizované akcie

Tabuľka 6 – Vinárske akcie obec Vrbice

Názov akcie	Dátum konania	Organizátor
Velká degustace vín – Vinařství Vít Sedláček	28.2.-1.3.2020	Penzion u 3 růží
Výstava vín *zrušené*	4.4.2020	Vinaři Vrbice
Jarní degustace – Vinařství Vít Sedláček	22.4.- 24.4.2020	Penzion u 3 růží
Z kopca do kopca *presunuté*	9.5.2020	Vinaři Vrbice
Na Vrbicu pro opicu (letní otevřené sklepy)	5.6.-29.8.2020	Vinaři Vrbice
Degustace vín – Vinařství Horák	24.6.- 26.6.2020	Penzion u 3 růží
Z kopca do kopca (Otevřené sklepy)	25.7.2020	Vinaři Vrbice
Zarážení hory *obmedzená účast/len pre obyvatel'ov obce*	5.9.-6.9.2020	Vinaři Vrbice
Po stopách opičky Emilky za mladým vrbeckým vínem *zrušené*	14.11.2020	Vinaři Vrbice

Zdroj: vinazmoravyvinazcech.cz

Táto pomerne malá obec nezaostáva v počte a veľkosti vinárskych akcií a združenie vinárov z tejto obce sa snaží neustále prilákať turistov. Z hľadiska vinárskej turistiky je

veľkým lákadlom vzhľad „sklepov“, ktoré sa nachádzajú na kopci „Stráž“. Veľa vinárov z miestneho združenia vlastní niektorý z týchto „sklepov“ a taktiež väčšina udalostí sa v okolí týchto „sklepech“ aj odohráva.

Združenie, ktoré pôsobí v obci sa na zvýšenie záujmu rozhodlo organizované akcie pomenovávať originálnym a komickým spôsobom, čo je z marketingového hľadiska veľmi dobrý ťah. Bohužiaľ sú to stále akcie klasického charakteru, ktoré sa v každej obci opakujú a teda počet turistov sa nezvyšuje.

Avšak vďaka pôsobeniu viacerých vinárov pod značkou VOC Modré hory, a fakt, že obec je súčasťou mikroregiónu Modré hory, je viac propagovaná a teda láka viac turistov.

3.5. Kobyly

Ďalšia vinársky významná obec vo Velkopavlovickej podoblasti, bola osídľovaná dávno pred prvou písomnou zmienkou v roku 1252. Aj táto obec v priebehu storočí prešla vlastníctvom medzi viacerými panovníkmi. Dalo by sa povedať, že hlavnou dominantou obce je kostol, ktorého zvláštnosťou je zvonica oddelená od hlavnej lode kostola. Obec si zakladá na tradíciách a ich zachovávaní, preto tu v bývalej budove meštianskej školy vzniklo v roku 1997 múzeum. Veľkým turistickým lákadlom v posledných pár rokoch sa stala rozhľadňa vybudovaná v roku 2018, pomenovaná „Stezka nad vinohrady“. Populárna je vďaka tomu, že je jednou z mála rozhľadní v Českej republike, ktorá je svojím typickým vzhľadom kruhovej rampy bezbariérovo prístupná a teda na ňu majú prístup handicapovaní, starší občania alebo mamičky s kočíkmi.

Podobne ako pri ostatných obciach, aj v tejto sa založenie prvých vinohradov pripisuje Rimanom. Vinohradníctvo sa tu vždy udržovalo a využívalo ako obživa väčšiny obyvateľov. Obec sa nachádza na 9. mieste najväčších vinárskych obcí Českej republiky, má 301 ha vinohradov na 13-tich viničných tratiach. Je tu jedno vinárske združenie „Vinaři z Kobyly“ a viacerí vinári sú súčasťou združenia VOC Modré hory.

Organizované akcie

Tabuľka 7 – Vinárske akcie obec Kobyly

Názov akcie	Dátum konania	Organizátor
Společenský ples Modrých hor s ochutnávkou vín	1.2.2020	DSO Modré hory

Výstava vín	7.3.2020	ZO ČZS Kobylí
Po kobylyských uličkách za vínem *zrušené*	18.4.2020	Vinaři z Kobylí
Každý víkend u vinaře	1.5.-5.9.2020	Obec Kobylí
Zarážení hory	29.8.2020	Obec Kobylí
Po kobylyských uličkách za vínem a burčákem	19.9.2020	Vinaři z Kobylí

Zdroj: vinazmoravyvinazcech.cz

V obci je organizovaných pomerne málo vinárskych akcií a vinári sa zameriavajú podobne ako v iných obciach na klasické typy týchto udalostí.

Združenie mikroregiónu Modré hory organizuje spoločenský ples, ktorý sa každý rok uskutočňuje v inej obci. V roku 2020 bola pre túto udalosť vybraná obec Kobylí.

Z vybraných obcí sa v roku 2020 len v Kobylí konala výstava vín. Dá sa povedať, že sa akcia uskutočnila na poslednú chvíľu pretože víkend potom (13.3.-15.3.) nastal prvý lockdown v dôsledku pandémie.

Jedna z veľkých turistických dominánt obce je rozhľadňa „Kobylyský vrch“. Láka do obce mnoho turistov, predovšetkým v lete. Vďaka nej je veľa návštevníkov tejto dominanty následne účastníkmi vinárskych akcií alebo degustácií v rámci letných otvorených „sklepov“.

3.6. Velké Bílovice

Prvá písomná zmienka o obci pochádza z roku 1306, ale podľa archeologických nálezov bolo územie obce osídľované už dávno pred Veľkomoravskou ríšou. Počas socializmu sa v obci nachádzalo jedno z najväčších a najvýznamnejších družstiev v celom Československu. Obec získala štatút mesta v roku 2001. Turistickým lákadlom mesta, mimo vinárskych akcií, je „Hradištěk“, kaplnka postavená na návrší za obcou medzi vinohradmi. Zaujímavosť obce je, že viaceré „vinné sklepy“ sa nachádzajú v jednom zoskupení mimo obce, teda vytvárajú tzv. „sklepni dedinku“. Oficiálny názov tejto časti obce je Belegřady.

Najväčšia vinárska obec Českej republiky disponuje 788 ha vinohradov rozprestierajúcich sa na 7 viničných tratiach. V 16. storočí sa na území obce usadali Habáni, ktorý sem priniesli nové technológie výroby vína a vďaka nim sa tu v tom čase najviac rozšírilo vinárstvo. Zanechali po sebe viaceré „sklepy“, z ktorých je dnes najväčší v súkromnom vlastníctve, pod vinárskou spoločnosť Habánske sklepy. Nachádza sa tu jedno vinárske združenie „Velkobílovičtí vinaři“.

Organizované akcie

Tabuľka 8 – Vinárske akcie obec Velké Bílovice

Názov akcie	Obdobie konania	Organizátor
Vinařsky ples	Február	Velkobílovičtí vinaři
Ze sklepa do sklepa *zrušená*	Marec	Velkobílovičtí vinaři
Výstava vín *zrušená*	Apríl	Velkobílovičtí vinaři
Za vinařem do Velkých Bílovic	Od Apríla do Septembra	Velkobílovičtí vinaři
Zarážení hory	August	Vinári v spolupráci s obcou
Svatomartinská slavnost *zrušené*	November	Vinári v spolupráci s obcou

Zdroj: velkebilovice.cz

Bohužiaľ, nie je možné dohľadať pôvodné oficiálne dátumy, kedy sa dané vinárske akcie mali v roku 2020 konať.

Najväčšia vinárska obec Českej republiky láka veľa turistov aj vďaka tomuto „titulu“ a vinárske akcie sa môžu pýšiť veľkou účasťou. Avšak z hľadiska typu udalostí nemajú žiadne akcie, ktoré by neboli klasického charakteru, teda združenie sa nesnaží o originalitu, ani nehľadá nový spôsob prilákania väčšieho počtu účastníkov. Počtom akcií sa oproti iným vybraným obciam taktiež príliš nevyznačujú a teda dá sa zhodnotiť, že vinári tejto obce sa spoliehajú na popularitu z hľadiska svojho „titulu“, veľkosti a iných turistických atrakcií ako napríklad Belegřady alebo Hřadištěk.

3.7. Bořetice

Prvá písomná zmienka o poslednej vybranej obci je z roku 1222 avšak o vinárstve bolo prvýkrát napísané v roku 1335. Z historického hľadiska má obec dominantu len kostol zasvätený svätej Anne. Obec je bohatá skôr na vinárske pamiatky, ako je napríklad významná viničná trať Kraví hora a s ňou je spojované viacero významných miest a združení.

Predovšetkým je dôležité spomenúť, že v roku 2000 bola združením vinárov v Bořeticích vytvorená recesistická „Svobodná Spolková Republika Kraví Hora“ (ďalej ako SSRKH). Nápad na ňu vznikol už v osemdesiatych rokoch 20. storočia ako spôsob

prilákania turistov za vinárskymi akciami. „Kravíhorská“ republika má svojho prezidenta, premiéra a ministrov, ktorý sú volený v priamych voľbách. Táto republika má aj vlastnú ústavu, v ktorej sú zakotvené práva a povinnosti občanov. Za občanov SSRKH sú považovaní vinári a vinohradníci a republika má taktiež vlastné platidlo, Kravíhorec. Za Spolkovú republiku sa označuje pretože areál „sklepov“ má tri časti: Zahraničí, Hliníky a Kraví hora. Tento originálny a zaujímavý projekt je hlavným lákadlom turistov tejto obce.

Z vinárskeho hľadiska má obec 179 ha vinohradov na 7 vinárskych tratiach. V tejto obci sa začalo šľachtenie odrody André a na základe tejto skutočnosti bola vytvorená značka VOC Kraví hora, pretože odroda má v tejto viničnej trati najlepšie podmienky pre pestovanie. V obci sa nenachádza žiadne oficiálne vinárske združenie pretože vinári sú zoskupení pod republikou Kraví hora. Viacero vinárov taktiež patrí pod združenie VOC Modré hory.

Organizované akcie

Tabuľka 9 – Vinárske akcie obec Božetice

Názov akcie	Dátum konania	Organizátor
Velikonoční výstava vín *zrušené*	12.4.2020	SSRKH
Letní víkendy u vinaře	15.5.-22.8.2020	SSRKH
Den otevřených sklepů *zrušené*	30.5.2020	SSRKH
Svatovavřínecké noční otevřené sklepy	8.8.2020	SSRKH
Zarážení hory	29.8.2020	SSRKH
Putování za mladým vínem *zrušené*	7.11.2020	SSRKH

Zdroj: vinazmoravyvinazcech.cz, republikakravihora.cz

Najväčším lákadlom obce z hľadiska vinárskej turistiky je určite „Svobodná Spolková republika Kraví hora“. Tento originálny, komický a neobdobný nápad láka mnoho turistov a návštevníkov. Nejedná sa pri tom o miesto, ktoré by bolo niečím príliš výnimočným, pretože ide o klasický druh vinných uličiek, ktoré sú vo väčšine obcí. K veľkému záujmu zo strany turistov patrí fakt, že môže vzniknúť vinárska republika. Preto vznikla v ľudoch potreba zistiť, kde sa daná republika nachádza.

„SSRKH“ je taktiež jediným organizátorom vinárskych akcií v tejto obci. Rovnako ako pri ostatných obciach, aj tu sa opakuje rovnaký charakter vinárskych akcií a nie je v tomto ohľade pokus o odlišenie sa od iných. Podobne ako pri iných obciach, aj

v Bořeticích sa povedomie o ich akciách zvyšuje vďaka pôsobeniu v združení VOC Modré hory a zapojení sa v mikroregiónu Modré hory. Taktiež tu niekoľko rokov späť vzniklo združenie VOC Kraví hora, ktoré doposiaľ nijak neprispelo k rozšíreniu vinárskeho turizmu v tejto obci.

3.8. Popis najčastejšie organizovaných akcií

Vo väčšine obcí sa opakujú akcie s rovnakým charakterom a preto budú všetky spolu popísané v tejto časti práce. Zväčša sú tieto vybrané akcie, ktoré sú najnavštevovanejšie a najobľúbenejšie medzi návštevníkmi.

Vinársky ples

Počas plesovej sezóny aj vinári radi na chvíľu odložia pracovné úbory, pekne sa oblečú a jeden večer sa spoločne zabavia. Na ples si vstupenku môže kúpiť ktokoľvek a spolu s vinármi túto udalosť tiež prežiť. Počas týchto akcií je možnosť ochutnať vína od vinárov, ktorý vinársky ples organizujú. Tento typ akcie sa v posledných rokoch začína v skúmanej podobe rozširovať.

Výstava vín - „košť“

Jeden z najstarších typov vinárskej akcie, ktorá sa koná vo väčšine vinárskych obcí. Udalosť je väčšinou organizovaná mestom alebo združením Záhradkárov. Rôzni vinári môžu pred uskutočnením akcie doručiť svoje vína na ohodnotenie. Približne týždeň pred udalosťou sa uskutoční nezávislé hodnotenie, ktorého sa môžu zúčastniť profesionálni degustátori alebo laici. V deň uskutočnenia sa vyhlasujú víťazi z rôznych kategórií. Účastníci môžu ochutnať všetky vína, ktoré boli prihlásené do súťaže. Väčšinou je v priebehu akcie zabezpečená živá hudba v podobe cimbalovej hudby.

V roku 2020 nebolo možné vybrať náhradný termín konania týchto akcií, ktoré boli kvôli pandemickým opatreniam zrušené. Problém bol kvôli vínam, ktoré boli poskytnuté na konkrétne výstavy. Organizátori, ani vinári neboli pripravený na možnosť zrušenia akcií, kvôli zákazu združovania sa veľkých skupín ľudí a preto bolo mnoho vzoriek vín znehodnotených.

Vinné trhy/“vinobranie“

Pomenovanie tohto typu akcie sa často líši, ale charakter a princíp je stále rovnaký. Na určitom väčšom priestranstve, väčšinou sa jedná o námestie, má každý vinár vyhradený stánok alebo priestor, kde môže ponúkať svoje vína. Často je počas konania akcie zabezpečený sprievodný program v podobe hudby alebo predstavení. Typ takýchto akcií je obľúbený predovšetkým na Slovensku vo viacerých vinárskych obciach ale v skúmanej podoblasti sa vyskytuje taktiež pomerne často. Organizátormi sú väčšinou vinárske združenia preto vystavujú zväčša vinári z týchto spolkov. Môže sa ale taktiež jednať o akciu, kedy je organizátor obec alebo mesto a stánok si môžu prenajať rôzni vinári z viacerých obcí.

Otvorené „sklepy“

Podobne ako pri predchádzajúcej akcii, aj pri tejto sa môžeme stretnúť s rôznymi pomenovaniami, avšak charakter zostáva rovnaký. Otvorenými „sklepmi“ sa myslí fakt, že vinári z obce ukážu, kde sa vyrába ich víno. Typické pre obce vo Velkopavlovickej podoblasti je, že sklepy sú väčšinou zoskupené v jednej ulici, prípadne ako vo Velkých Bílovicích sa nachádzajú zoskupené na jednom mieste. Taktiež sa tu nachádzajú historické „sklepy“ alebo „sklepy“, ktoré majú typické architektonické prevedenie ako napríklad „kvelbené sklepy“. Tento fakt je dôležitým aspektom organizovania podobných akcií. Vinári často pri ich „sklepoch“ ponúkajú občerstvenie alebo iný program. Po skončení degustácie v „sklepoch“ organizátori často zabezpečujú večerný sprievodný program v podobe živej hudby na vyhradenom priestranstve.

Vinná „stezka“/Putovanie vinohradmi

Morava ako taká je bohatá na pekné prírodné scenérie a Velkopavlovická podoblasť nie je výnimkou. Okolie väčšiny obcí je osadené vinohradmi a mnohé z nich sa tejto skutočnosti snažia využívať. „Stezky“ sa dajú absolvovať pešo alebo na bicykloch, väčšinou záleží na tom aké široké okolie obce sa dá využiť pre organizáciu udalosti. Prechádzky a výlety do prírody boli vždy obľúbenou činnosťou turistov a vinári sa toho rozhodli využiť. Ponúkajú účastníkom možnosť vidieť vinice, v ktorých bolo vypestované víno, ktoré následne môžu degustovať. Väčšina vinárov sa snaží mať stánok pri vinohrade, ktorý patrí im ale niekedy sa môže stať, že sa nachádza na trase, ktorá nie je možné využiť alebo by bola trasa až príliš dlhá.

Letné otvorené sklepy

Viaceré obce sú turisticky atraktívne aj mimo vinárskych akcií a často v lete sa v obci nachádzajú cyklo-turisti alebo rodiny s deťmi. Vinári si tohto už dávno všimli a rozhodli sa to využiť ako príležitosť pre nový typ akcie. Počas letných mesiacov, väčšinou od konca mája do začiatku septembra, je možné navštíviť počas víkendu alebo počas celého týždňa skupinu vybraných vinárov. Otvorené „sklepy“ sa každý týždeň menia a podľa tohto si môžu turisti vybrať, v ktorom termíne obec navštívia, aby mohli prísť na degustáciu k ich obľúbenému vinárovi. Netreba platiť žiadne jednotné vstupné stačí prísť do miesta otvoreného „sklepa“, kde sa platí za konkrétnu degustáciu.

Školenia, semináre a prednášky

Viaceré združenia sa snažia o rozširovanie vedomostí a informácií o vinárstve medzi svojimi zákazníkmi a preto sa v posledných rokoch rozhodli organizovať rôzne školenia. Jedná sa o semináre alebo prednášky, prípadne riadené degustácie, kedy sa pod vedením odborníka môžu účastníci naučiť niečo nové o víne a jeho výrobe. Takéto degustácie sú často obmedzené počtom, aby sa každému účastníkovi mohol školiaci odborník dostatočne venovať.

Súkromné degustácie

Vinárstva dnes už často poskytujú riadené súkromné degustácie pre svojich zákazníkov. Väčšinou je to v priestoroch vinárstva alebo v priestoroch ubytovacieho zariadenia, ktoré vlastní konkrétny vinár. Takéto degustácie sú často využívané pre oslavy alebo ako spôsob utužovania vzťahov na pracovisku. Dátum a rozsah degustácie je vždy potrebné rezervovať dopredu, aby sa vinár mohol dostatočne pripraviť.

Nočné otvorené „sklepy“

Pomerne nový typ vinárskej akcie, ktorý má v konečnom dôsledku rovnaký charakter ako klasické otvorené sklepy. Tieto akcie sa však konajú v noci alebo sú ukončené degustáciou vo vinohradoch pod hviezdami.

Svätomartinské vinné trhy/výstavy

Sviatok svätého Martina sa nespája len s príchodom prvého snehu alebo sviatočného jedla ale je to tiež obdobie, kedy je možné prvýkrát ochutnať mladé víno. V obciach sa v posledných rokoch začal rozširovať tento typ akcie, kedy účastníci presne na dátum

11.11. môžu prísť ochutnať mladé vína. V niektorých obciach pre zvýšenie návštevnosti určujú dátum na prvú sobotu pred alebo po svätom Martinovi. Akcia sa tiež spája s požehnaním mladých vín miestnym farárom.

„Zarážení hory“

Ako sme už spomínali v časti pri popisovaní obcí často sa organizuje typ akcie „Zarážení hory“. Je to spôsob prepojenia tradičnej historickej udalosti s vinárskou akciou. Jedná sa predovšetkým o obnovovanie tradícií a vinári sa ju rozhodli prepojiť buď s otvorenými „sklepmi“ alebo inou podobnou akciou. Ako je taktiež spomínané v teoretickej časti tejto bakalárskej práce, v skúmanej podobe si ľudia veľmi vážia tradícií a histórie, a preto sa rozhodli v niektorých obciach zviditeľniť aj túto tradíciu.

3.9. Vyhodnotenie prieskumu vinárskych akcií

Po prieskume akcií vo vybranej podobe sa dá vyhodnotiť niekoľko záverov o týchto udalostiach. Viaceré zistené informácie sú pozitívne, avšak je aj niekoľko zistení, ktoré sa dajú vytknúť týmto obciam a združeniam pri organizácii akcií.

Veľmi pozitívnym prínosom a zistenou informáciou je fakt, že medzi určitými obcami funguje spolupráca na základe vytvorenia VOC značky a dobrovoľného združenia obcí – Mikroregión Modré hory. Tieto dve spolupráce medzi obcami podporujú vinársky turizmus a turizmus ako taký. Väčšie a známejšie obce tak dokážu posunúť pozornosť aj na menšie obce, ktoré nie sú turisticky tak silné. V prípade tejto spolupráce ide predovšetkým o mesto Velké Pavlovice, ktoré má viacero turisticky zaujímavých dominánt, ktoré prilákajú účastníkov a tí sa následne dozvedia o menších obciach a budú ich chcieť taktiež navštíviť. Dôležitou súčasťou prilákania účastníkov vinárskeho turizmu je dostatočné množstvo dominánt, ktoré nemajú vinársky význam a teda prilákajú aj turistov, ktorý nemajú primárny záujem o vinárstvo.

Ďalší pozitívny prínos pre vinársky turizmus je založená SSRKH v Bořeticích. Ako už bolo spomínané pri prieskume vinárskych akcií, v tejto obci je táto recesistická republika veľkým lákadlom. Potenciál republiky je obrovský a bohužiaľ vinári ho využívajú len minimálne. Za 20 rokov od vzniku sa tu konajú stále rovnaké akcie ako všade inde, pričom pri zapojení správneho marketingu by sa z tohto miesta mohla stať jedna z najnavštevovanejších lokalít podobe. Podobne je to aj pri VOC Kraví hora, ktorá za svoje pôsobenie nijak veľmi neprispela k vinárskemu turizmu v tejto obci, jej potenciál by bol taktiež veľmi veľký. Pretože toto konkrétne VOC sa zameriava výhradne na odrodu

André, mohlo by združenie fakt využiť pre špeciálnu ochutnávku vín tejto konkrétnej odrody. Mohli by taktiež pozvať vinárov mimo VOC združenia, ktoré vyrábajú taktiež vína odrody André a ukázať rozdiely medzi terroir, v ktorých boli odrody pestované.

V konečnom dôsledku sa dá zhodnotiť, že vinársky turizmus v tejto podoblasti je silným faktorom z hľadiska návštevnosti, ale má stále potenciál rásť, ak sa obce a organizujúce združenia rozhodnú využívať príležitosti a nápady na zlepšenia.

4. Navrhovaná časť – Návrhy ako zlepšiť vinársky turizmus vo Velkopavlovickej podoblasti

Navrhovaná časť nadväzuje na vyhodnotené analýzy a zistené informácie, ktoré sú výsledkom dotazníkového šetrenia a prieskumu vinárskych akcií vo vybraných obciach vo Velkopavlovickej podoblasti. Sú vytvorené návrhy, ktoré by mohli podporiť a zviditeľniť vinársky turizmus vo vybranej podoblasti. V tejto časti je dôležité aplikovať študovaný obor managementu, cestovného ruchu a marketingu.

Prvý návrh vedie k zlepšeniu propagácie a komunikácie s potencionálnymi účastníkmi. Budú navrhnuté konkrétne spôsoby ako propagovať vinársky turizmus.

Druhým návrhom je vytvorenie nového typu akcie, ktorá by prilákala nových zákazníkov a ozvláštnila by opakujúce sa stále rovnaké udalosti. Tento nový typ akcie je popísaný z hľadiska zámeru, priebehu, propagácie a sú vyhodnotené analýzy, ktoré udalosť hodnotia.

4.1. Propagácia vinárskeho turizmu

Dnešným trendom komunikácie so zákazníkom je predovšetkým „content marketing“. Veľa profesionálnych marketingových odborníkov popisuje tento spôsob propagovania podniku alebo produktu, že content marketing nie je šprint, ale maratón. Ide predovšetkým o udržiavanie pozornosti zákazníka, o zviditeľňovanie a prenikanie do širšieho okruhu potenciálnych zákazníkov.

Súčasťou content marketingu je predovšetkým využívanie internetu a komunikovanie so zákazníkom prostredníctvom internetovej reklamy alebo sociálnych sietí. V rámci Slovenskej republiky a Českej republiky je tento spôsob reklamy pomerne nový, ale veľké medzinárodné firmy, tento typ komunikácie využívajú dlhší čas ako primárny. Taktiež je internetová reklama lacnejšia ako klasické typy propagačných kanálov napríklad rádio, billboard, televízna reklama alebo iné. Predovšetkým reklama prostredníctvom influencerov je jedna z najlepších.

Často sa stáva, že ľudia nemajú radi pojem influencer, avšak medzinárodné podniky a marketingový odborníci už vedia, že tento spôsob propagovania je lacný, pomerne bezproblémový a informácia sa ľahko dostane k zákazníkovi.

V prípade influencera nemusí ísť ani o platenú reklamu, teda že verejne známa osobnosť dostane honorár, ale podnik im poskytne zadarmo ich produkty. Základom je, že

influencer poskytne recenziu, ktorá by samozrejme mala byť autentická a jeho obecenstvo si od neho vezmú príklad a konkrétny produkt vyskúšajú tiež. Pri výbere influencera je dôležité zvoliť osobu, ktorá je spojená alebo už pracovala s produktami podobného charakteru. Napríklad sa dá uviesť, že verejne známi muž na internete nie je vhodný pre propagovanie ženských hygienických pomôcok. Ďalším spôsobom využívania influencerov je vybrať jednu alebo viacero osôb ako ambasádorov produktu alebo značky. Tento spôsob sa často využíval pri televíznej reklame, kedy boli herci tvárou nejakého produktu. Ak je teda vybraný ambasádor pre konkrétnu značku, tak časom sa začne zákazníkovi spájať produkt s určitou osobnosťou a v konečnom dôsledku to potom ani nemusí daného influencera na sociálnej sieti podporovať.

Po vyhodnotení dotazníku bola otázka číslo 6 jednou zo základných dôvodov, prečo v tejto časti je ako návrh zlepšenia propagácia. Z odpovedí bolo očividné, že informácie o vinárskych akciách sa k potenciálnym novým účastníkom nemusí dostať. Ide predovšetkým o ľudí, ktorí primárne nevyhľadávajú alebo nepoznajú obec, združenie alebo vinára zo skúmanej podoblasti a teda sa k nim informácie o vinárskych akciách nemôžu dostať.

V prípade pravidiel propagácie alkoholu na internete je táto oblasť pomerne problematická. Podľa zákona v Českej republike č. 40/1995 Sb. § 4, reklama o alkohole nie je zakázaná, avšak nemôže byť propagované konzumovanie alebo nejaké pozitívne účinky na zdravie. Taktiež musí byť uvedené, že pre konzumáciu alkoholu je hranica viac 18 rokov.

Vhodným prostriedkom pre zviditeľnenie vinárskeho turizmu by mohlo byť určité prostredníctvom influencera, ktorý by propagoval účasť na takýchto akciách alebo by propagoval združenie, vinárstvo alebo obec. Taktiež by bol veľmi vhodný vybrať ambasádora pre konkrétnu podoblasť, združenie alebo obec.

Najvhodnejšou osobou pre propagovanie vinárskeho turizmu vo vybranej podoblasti by bol rodák z okolia alebo osoba, ktorá túto podoblasť dobre pozná a pravidelne ju navštevuje ju. Vhodné by bolo, aby verejne známa osobnosť mala určitú základňu sledujúcich na sociálnych sieťach. Ide predovšetkým o to, aby sa informácia dostala do širšieho okruhu potencionálnych účastníkov.

Pri propagovaní prostredníctvom influencera je taktiež potrebné dohliadnuť na to, aby konkrétna reklama bola dostatočne kreatívna a spĺňala požiadavky. Zadávateľ, ktorou je obec, združenie alebo vinárstvo určuje, čo má byť obsahom reklamy, tak aby bola výstižná a vyjadrovala podstatu. Všetky sociálne siete majú predpisy ako reklamu správne

zverejňovať. Pri internetovej reklame prostredníctvom influencerov sa môže stratiť význam alebo akékoľvek kreatívne spracovanie. V prípade zdieľania vinárskeho turizmu vo Velkopavlovickej podoblasti by spracovanie mohlo vyzeráť veľmi dobre ak by verejne známa osobnosť bola vyfotená pred dominantou obce, vo vinárovom „sklepe“ alebo s konkrétnymi vinármi pri poháre vína.

Využívanie moderných prostriedkov propagácie je vhodný spôsob zviditeľňovania spoločností a môžu takto prilákať rôzne vekové, demografické alebo spoločenské skupiny.

4.2. Návrh nového typu vinárskej akcie – „Vinobraní s vinařem“

V dnešnej dobe sa čoraz viac ľudí začína zaujímať o udržateľný rozvoj, o ekológiu, o prírodu a o podobné spôsoby ako zlepšiť našu planétu. Tento moderný ekologický spôsob životného štýlu sa začal premietáť aj do cestovného ruchu. Taktiež Svetová organizácia pre turizmus začala uprednostňovať a podporovať rast udržateľného cestovného ruchu a z tohto odvetia predovšetkým rozvoj agroturistiky.

Agroturistika je forma cestovného ruchu zameraná na prepojenie agrikultúry s turistikou. Vďaka tomu sa viaceré tradičné spôsoby výroby, ktoré boli na úpadku, mohli zachovať. Na území Slovenskej republiky a Českej republiky sa zatiaľ uprednostňuje predvádzanie rôznych spôsobov výroby a remesiel. V iných krajinách začali túto formu už dávno posúvať ďalej a účastníkov tohto cestovného ruchu zapojujú do procesov a do výroby. Napríklad v niektorých štátoch boli vytvorené farmy s rôznymi úžitkovými zvieratami a účastníci cestovného ruchu sa aktívne zapájajú do starostlivosti o zvieratá alebo do iných procesov, ktoré farmy ponúkajú.

Vo vinárskom turizme sa agroturistika už taktiež začala uplatňovať. V rôznej forme a rozsahu sa dá pozorovať v Spojených štátoch amerických alebo v štátoch Južnej Ameriky, kde sú účastníci priamo zapojovaný do zberu hrozna a výrobných procesov. Taktiež sa agroturistika vyskytuje už dlhé roky vo forme zábavy vo Francúzsku alebo Španielsku, kedy sa turisti zapájajú do tradičného šliapania hrozna vo veľkých kadiach.

Pretože agroturistika začína byť veľmi populárna a obľúbená forma bolo by veľmi prospešné pre vinársky turizmus vo Velkopavlovickej podoblasti taktiež využiť túto formu pre zvýšenie návštevnosti. Predovšetkým aktívne zapájanie účastníkov do výrobného procesu, teda pri zbere hrozna, spracovávaní a pri iných aktivitách.

Tento nový typ akcie by bol pre podoblasť dobrým spôsobom ako sa odlišiť. Predovšetkým po prieskume v predchádzajúcej o vinárskych akcií je očividné, že sa

v obciach opakujú podobné až rovnaké typy udalostí. Tento fakt môže časom začať odradzovať účastníkov akcií pretože nebudú mať príležitosť objaviť nič nové.

Akcia sa môže konať len za predpokladu, že nebudú protipandemické opatrenia z dôvodu ochorenia COVID-19.

Predstavenie nového typu vinárskej akcie

„Vinobraní s vinařem“ by bola vinárska akcia, kedy by sa účastníci aktívne zapojili do procesu zberu hrozna, výrobného procesu a ďalších aktivít. Cieľom je využiť čas vinobrania v spojení s vinárskou akciou. Väčšina vinárov vo vybranej podoblasti už využíva pre zber samochodný kombajn, ale stále sa v okolí obcí nachádzajú vinohrady, do ktorých sa takýto kombajn nemôže dostať a preto sa tam musí uskutočňovať klasický ručný zber. Do ručného zberu by mohli byť zapojení turisti, teda účastníci tejto vinárskej akcie. Pre akciu by bol obmedzený počet účastníkov, počet by záležal od počtu vinárov v určitom združení. Účastníci by boli rozdelení do skupín 5-10 ľudí na jedného vinára.

V priebehu jedného víkendu (od piatku do nedele) v období vinobrania od konca septembra do začiatku novembra, by mali účastníci možnosť vinobranie zažiť. Vyskúšali by si, aké práce sa vykonávajú počas príprav na zber, ako sa zbiera hrozno, ako sa hrozno spracováva a následne vo večerných hodinách absolvovať súkromnú degustáciu od vinára, ku ktorému boli priradení.

Takýto typ vinárskej akcie by bol vhodný ako aktivita pre celú rodinu, väčšiu skupinu priateľov alebo ako spôsob utužovania vzťahov na pracovisku. Účastníci musia byť pripravení na skutočnosť, že takáto aktivita nie je ľahká a v priebehu sa môžu aj zašpiniť. Avšak je to nová skúsenosť a príležitosť zistiť, akú náročnú prácu vykonávajú vinári. Taktiež po niekoľkých mesiacoch budú môcť účastníci prísť do konkrétnej obce na inú vinársku akciu a pri ochutnávaní niektorého vína si budú môcť povedať, že hrozno, z ktorých je víno vyrobené, prešlo aj pod ich rukami.

Program a priebeh nového typu akcie

V tejto časti bude popísané, ako bude akcia prebiehať, čo budú účastníci môcť očakávať a čo všetko bude zahrnuté v cene vstupného. Je dôležité podotknúť, že nejde o veľkú hromadnú akciu s tisíckami účastníkov. Ide predovšetkým o podporu agroturistiky a udržateľného cestovného ruchu, kde sa jedná o menší počet účastníkov s dôrazom na využitie tradičných výrobných procesov a remesiel.

V popise akcie už bolo uvedené, že by sa konala jeden celý víkend. Išlo by o víkend v čase vinobrania, čo je pre vinohradníkov a vinárov najdôležitejším obdobím. Koniec septembra až začiatok novembra býva najvyťaženejším obdobím, kedy sa takmer každý deň musí tráviť zberom a víkendy nie sú výnimkou. Taktiež pre potencionálnych účastníkov je najvhodnejší čas víkend, kedy by sa mohli zúčastniť.

V prípade tejto akcie sa budú musieť účastníci prihlásiť vopred a záväzne si zarezervovať miesto. Pred začiatkom víkendu, kedy sa táto akcia uskutoční si budú môcť účastníci vybrať, ku ktorému vinárovi by chceli patriť alebo budú rozdelí organizátormi. Taktiež dostanú všetky potrebné informácie napríklad, kde sa nachádza „sklep“ prideleného vinára a itinerár celého víkendu.

V prípade ubytovania si spôsob bude účastník vyberať podľa vlastných preferencií a potrieb. Väčšina vinárov už má vlastné ubytovacie zariadenia a teda si môžu vybrať účastníci aj túto možnosť. V prípade stravy budú mať „zberači“ zabezpečené obedy a večere u vinára, ku ktorému budú pridelený. Ak sa jedná o raňajky, tie majú účastníci zabezpečené v ubytovacom zariadení alebo si ich budú zabezpečovať sami.

Každá akcia má svoj itinerár a v prípade tejto udalosti je veľmi dôležitý. Počas vinobrania je pre vinára dôležité využiť každú chvíľu, čo najviac. Pretože sa jedná o udalosť, ktorá má účastníkov aj zabaviť, je tento itinerár odľahčenejší než by bolo reálny denný plán vinára počas vinobrania.

Itinerár:

- Piatok
 - 17:00-18:00 – príchod účastníkov, ubytovanie
 - 18:30 – Účastníci sa dostavia k vinárovi do jeho „sklepa“ alebo na iné miesto, ktoré bude vybrané vinárom
 - 18:45 – spoločná večera s vinárom, zoznámenie sa, príležitosť porozprávať sa
 - 20:30 – predstavenie programu na ďalší deň; opis činností, ktoré budú účastníci vykonávať
 - 21:30 – návrat na ubytovanie
- Sobota
 - 7:00 – raňajky, v prípade, že majú účastníci zabezpečené ubytovacím zariadením
 - 8:00-8:30 – zraz pred odchodom do vinohradov u pridelených vinárov
 - 8:45 – odchod, odjazd do vinohradov; ak nie je vinohrad prístupný pešo, zabezpečuje vinár dopravu

- 9:00-12:00 – priebeh vinobrania (čas je len orientačný, niekedy môže práca trvať aj dlhšie)
- (približne od) 12:30 – dopravenie na obed; obed na mieste, ktoré zabezpečuje vinár
- 14:00 – prepravenie sa do „sklepa“ alebo do priestorov, kde vinár spracováva hrozno.
- 14:30 – ukážka spracovávaní hrozna, aktívne zapájanie účastníkov do priebehu spracovávaní a do umývania používaného náradia
- 17:00 – návrat na ubytovanie
- 18:30-19:00 – príchod do miesta určeného vinárom, večera; večerný program (degustácia, cimbalová hudba, iné) zabezpečený vinárom; ukončenie nie je určené
- Nedeľa
 - 7:00-9:00 – raňajky, v prípade, že majú účastníci zabezpečené v ubytovacom zariadení
 - 9:30 – check-out
 - 10:30 – posledné stretnutie s vinárom, rozlúčka

V prípade konkrétneho itinerára sú určené časy aktivít orientačné a len pre predstavu, aký bude program a ako bude víkend prebiehať. Časy sa môžu meniť podľa vinára alebo podľa obce, v ktorej by sa akcia uskutočňovala.

Táto akcia sa dá taktiež prepracovať do rôznych foriem, veľkosti v zmysle počtu účastníkov a dá sa taktiež veľa prvkov neuskutočniť, nahradiť alebo pridať. Podobne ako pri iných akciách, kedy si konkrétne obce, združenia alebo vinári prispôsobujú viaceré udalosti podľa svojich možností a potrieb.

V prípade tejto vinárskej akcie majú účastníci možnosť byť s vinárom vo veľmi blízkom kontakte a môžu ho veľmi dobre spoznať. Ak teda majú nejakého obľúbeného vinára v konkrétnej obci, majú možnosť si pred uskutočnením akcie vybrať, ku ktorému vinárovi budú priradení. Taktiež by to bolo vhodné pre dlhodobých väčších odberateľov, ktorí chcú zabezpečiť zamestnancom teambuilding a prostredníctvom ich oboznámiť s vínom, ktoré predávajú alebo poskytujú v ich podniku.

Propagácia

Dá sa predpokladať, že pred prvým uskutočnením tejto akcie bude zavádzanie náročné a nebude o ňu taký vysoký záujem. Bude potrebné do prvej propagácie zapojiť čo najviac

prostriedkov a správne ju distribuovať, aby sa dostala k správnym skupinám potencionálnych záujemcov.

Táto udalosť musí byť vopred a dostatočne propagovaná, predovšetkým v prvom roku uskutočnenia. Taktiež je potrebné využitých najrôznejších propagačných kanálov na zviditeľnenie. Konkrétne pre túto akciu by bolo vhodné zvoliť propagačné kanály, ktoré sa nezaobierajú nielen vínom a vinárstvom. Ďalším dôležitým prostriedkom budú sociálne siete, pretože vďaka nim sa môže reklama dostať do širšieho okruhu záujemcov.

Ak sa jedná o propagáciu prostredníctvom magazínov, ide o to rozšíriť informáciu medzi ľuďmi, ktorí sa nielen zaujímajú o víno a vinárstvo, ale taktiež o kultúru a jej spoznávanie v iných skupinách. Išlo by o poskytovanie rozhovorov, články o význame agroturistiky a zámere celej akcie alebo klasické umiestňovanie reklám informujúcich o akcii.

V prípade využívania sociálnych sietí bude podobne, ako bolo spomínané v prvej navrhovanej časti, využívaný spôsob propagovania prostredníctvom influenceru alebo známej osobnosti. Táto konkrétna osoba by sa stala ambasádorom akcie a v priebehu dlhšieho obdobia by ju postupne propagovala. V prvom štádiu by zaujímavým spôsobom informovala o význame udržateľného cestovného ruchu a agroturistiky, následne by informoval o uskutočnení tejto akcie. Taktiež by sa s týmto ambasádorom mohla natočiť krátka reportáž alebo video, kde by on sám bol účastníkom vinobrania, predstavil by priebeh a význam akcie. Informácie o akcii by boli pridávané postupne v priebehu niekoľkých mesiacov.

Taktiež by boli informácie podávané prostredníctvom sociálnych sietí a oficiálnych stránok obce alebo združenia, kde sa akcia bude konať. Podobne ako pri ambasádorovi by boli zdieľané dôležité informácie ohľadom prospešnosti udržateľného cestovného ruchu, agroturistiky a o význame celej akcie pre celú podoblasť.

Analýza akcie

Pre potreby tejto bakalárskej práce a výskum tejto konkrétnej akcie budú použité dve analýzy, Porterov model 5 síl a SWOT analýza.

Prvou analýzou je 5F (Porter's Five Forces), táto analýza skúma vonkajšie prostredie a sily, ktoré môžu túto akciu ovplyvňovať.

Porterov model piatich síl:

- Existujúci konkurenti – V prípade tejto konkrétnej akcie zatiaľ nie je žiadna konkurencia. Hlavným dôvodom je, že je to úplne nové podujatie. Obec alebo

združenie, ktoré túto akciu zorganizuje prvý krát, musí počiatočnú sumu vhodne nastaviť.

- Potencionálni konkurenti – Každá vinárska obec alebo oblasť by mala napodobiť tento typ akcie. Je to zámer pretože sa tým podporuje agroturistika v štáte a predovšetkým sa začína uplatňovať udržateľný cestovný ruch.
- Dodávatelia – V tomto prípade je jediným dodávateľom príroda. Pri tejto akcii je dôležité, aby v čase konania nebola ešte príliš chladné počasie, pretože účastníci budú väčšinu času tráviť vonku. Bohužiaľ je to dôležitý aspekt predovšetkým, kvôli tomu, že sa nedá ovplyvniť. Stanovený termín udalosti musí byť vybraný opatrne aby sa nestalo, že počasie účastníkov odradí.
- Kupujúci – V tomto prípade ide o účastníkov akcie. Sú hlavným aspektom udalosti. V dnešnej dobe ľudia radi skúšajú a objavujú nové veci a preto by záujem o túto akciu mal mať niekoľko rokov len stúpajúcu tendenciu.
- Substitučné produkty – Vymyslieť alebo vytvoriť nový typ akcie je náročné. Konkrétna nová akcia môže mať viacero variant, ktoré sa dajú aplikovať, ale stále pôjde o rovnaký typ udalosti. Taktiež sú substitučným produktom už existujúce akcie, o ktoré bude stále záujem.

Druhou analýzou pre skúmanie tejto konkrétnej akcie je SWOT analýza, ktorá posudzuje aj vnútorné, aj vonkajšie prostredie.

Tabuľka 10 – SWOT analýza nového typu vinárskej akcie

	Silné stránky	Slabé stránky
Vnútorne prostredie	<ul style="list-style-type: none"> • Podpora rozvoja vinárstva v podoblasti • Nový typ vinárskej akcie • Využívanie miestnych poskytovateľov ubytovacích a stravovacích zariadení • Nepreťažovanie obce • Komunikácia cez sociálne siete 	<ul style="list-style-type: none"> • Môže sa zúčastniť len malý počet účastníkov • Poskytovanie vlastného know-how • Vyššia cena akcie • Náročná propagácia • Účastníci vykonávajú manuálnu prácu
	Príležitosti	Hrozby
Vonkajšie prostredie	<ul style="list-style-type: none"> • Príspevky pre vytvorenie agroturistickej akcie • Využívanie prírodných podmienok • Spolupráca s obcami v podoblasti • Rozvoj domáceho cestovného ruchu • Podpora udržateľného cestovného ruchu • Potencionálni konkurenti, nápad preberie iná obec alebo podoblasť 	<ul style="list-style-type: none"> • Slabá infraštruktúra v podoblasti • Ekonomické hrozby (kríza, pokles životnej úrovne) • Nestálosť počasia • Pandemické opatrenia • Nezájum verejnosti • Neschválenie akcie obcou

Vlastné spracovanie

Tieto analýzy mali za úlohu posúdiť, či by bolo výhodné ju organizovať a či by ju ohrozovali konkurenti a vonkajšie sily. Po vykonaní analýz sa dá predpokladať, že akcia by bola prospešná a vedela by si vytvoriť silnú pozíciu na trhu s veľkou konkurenčnou silou.

Záverečný popis akcie

Po celkovom popise a zhodnotení tejto novej vinárskej akcie „Vinobraní s vinařem“ sa dá zhodnotiť, že by to bol výhodný ťah pre viaceré obce v podoblasti a vinársky turizmus by získal výhodu oproti konkurenčným podoblastiam. V Európe sa nachádza len veľmi málo krajín, sú nimi napríklad Portugalsko alebo Francúzsko, kde je možné zúčastniť sa vinobrania a zažiť tento zážitok na vlastnej koži.

Kvôli organizácii a spôsobu prilákania zákazníkov je táto akcia veľmi náročná, ak sa vezme do úvahy celkový efekt na vinársky turizmus v konkrétnej obci alebo následne

v podoblasti, tak uskutočnenie je veľmi výhodné. Taktiež sa môže zviditeľniť podoblasť faktom, že sa snaží podporovať udržateľný cestovný ruch a zaujíma sa o životné prostredie.

Pretože sa jedná o udržateľný cestovný ruch a vytváranie vinárov, je počet účastníkov na tejto akcii obmedzený a nie je možné počty príliš prevyšovať. V tomto prípade nejde o zisk alebo veľké počty návštevníkov, ide predovšetkým o zvýšenie povedomia o podoblasti, jej kultúre a vinárskom turizme, o vinohradníctve, o víne a náročnosti niektorých procesov výroby vína.

Taktiež bol tento návrh vytvorený z dôvodu ozvláštnenia ponuky akcií v podoblasti a zlepšení vinárskeho turizmu. Dôvody sú napríklad stále sa opakujúci rovnaký typ akcie vo vybraných obciach v skúmanej podoblasti, alebo stagnácia až klesanie záujmu o vinárske akcie v podoblasti. Taktiež sa môže využiť na znovu naštartovanie turizmu po skončení pandémie ochorenia COVID-19.

Ak chcú obce zabezpečiť stály záujem potenciálnych účastníkov, je potrebné napredovať s trendami, vymýšľať nové podujatia, byť viditeľný aj počas neaktívneho obdobia a podobne. Je dôležité udržovať si zákazníkov, ak vinári chcú, aby bol záujem o ich vína a záujemcovia ich stále aktívne navštevovali.

Záver

V bakalárskej práci bola preskúmaná vinárska podoblasť Velkopavlovická z hľadiska vinárskeho turizmu. Boli popísané pojmy spojené s vinárskym turizmom ako napríklad víno, vinárstvo, oblasti a podoblasti v Českej republike, Velkopavlovická podoblasť a predovšetkým pojem vinársky turizmus.

V praktickej časti bola na začiatku zvolená vhodná metodika využívaná pri riešení cieľov tejto práce. Bol vytvorený dotazník a boli preskúmané vo vybraných obciach vinárske akcie, ktoré sa tam organizujú.

Vytvorený dotazník preskúmal záujem o vinárske akcie všeobecne a návštevnosť vinárskych akcií vo vybranej podoblasti. Výsledky boli pozitívne a teda bolo zhodnotené, že je o tieto akcie záujem a sú navštevované. Taktiež bolo na základe odpovedí vybraných 7 obcí: Čejkovice, Němčičky, Velké Pavlovice, Vrbice, Kobylí, Velké Bílovice a Bořetice, ktoré boli zhodnotené v 3. kapitole praktickej časti. Ďalej boli skúmané propagačné kanály, ktoré distribuujú informácie o akciách k potenciálnym zákazníkom. Táto otázka mala negatívny výsledok, pretože bolo zistené slabé využívanie propagačných kanálov. Na základe vyhodnotenia konkrétnej otázky bol zvolený prvý návrh zvýšenia povedomia o vinárskych akciách a o vybranej podoblasti pre navrhovanú časť.

V ďalšej kapitole praktickej časti boli popísané vybrané obce, boli preskúmané akcie, ktoré sa v konkrétnych obciach organizujú a bol zhodnotený význam týchto akcií. Boli zistené viaceré pozitívne výsledky, napríklad, že 5 z vybraných obcí sú súčasťou VOC združenia a taktiež sú súčasťou mikroregiónu Modré hory, ktorý je v tejto podoblasti veľmi významný aj z vinárskeho hľadiska. Negatívny výsledok bol z hľadiska typu vinárskych akciách, ktoré sú v obciach organizované a to konkrétne, že sa opakujú stále rovnaké typy týchto udalostí. Jediná obec, teda konkrétne vinár, ktorí sa snaží odlišiť od zvyšku je J. Stávek, ktorí vymýšľa stále nové spôsoby ako prilákať zákazníkov. Ďalší negatívny výsledok bolo slabé využívanie príležitostí, ktoré majú viaceré obce k dispozícii, ako napríklad obec Bořetice, kde bola vytvorená recesistická republika, ale je slabo využívaná pre zviditeľňovanie alebo pre podporu vinárskeho turizmu v obci. Na základe vyhodnotených negatívnych výsledkov bol zvolený druhý návrh pre podporu vinárskeho turizmu vo vybranej podoblasti.

V navrhovanej časti teda boli definované slabé stránky vinárskeho turizmu Velkopavlovickej podoblasti a na základe získaných vedomostí počas štúdia oboru autorky boli vybrané konkrétne riešenia problémov vinárskeho turizmu. Prvým bola potreba zvýšenia

propagácie, možnosť začatia využívania content marketingu a vyzdvihnutie možnosti využívať spôsob propagácie prostredníctvom influencerov na sociálnych sieťach. Vinári by mali využívať trendy v propagácii a v marketingu z dôvodu napredovania. Druhým spôsobom ako zlepšiť vinársky turizmus bolo navrhnutie nového typu vinárskej akcie. Je to typ akcie, ktorý sa využíva prevažne v západnej časti Európy, v USA alebo v štátoch Južnej Ameriky. Ide o vinobranie s vinárom, teda agroturistický cestovný ruch, kedy sa účastník priamo zapojuje do zberu hrozna a výrobného procesu vína. Touto akciou sa podporuje vinársky turizmus vo vybranej podobe a taktiež sa podporuje udržateľný cestovný ruch, pretože udalosť musí mať obmedzený počet účastníkov.

Úplným záverom práce bude podotknuté, že boli splnené ciele práce, podľa najlepšieho vedomia a schopností autorky. Pre vypracovanie praktickej časti, predovšetkým navrhovanej časti, boli využité získané vedomosti v rámci študovaného oboru.

Zoznam ilustrácií

Tabuľka 1 – Číselné zhrnutie vinárstva v ČR za rok 2019

Tabuľka 2 – Porovnanie oblastí Čechy a Morava za rok 2019

Tabuľka 3 – Vinárske akcie obec Čejkovice

Tabuľka 4 – Vinárske akcie obec Němčičky

Tabuľka 5 – Vinárske akcie obec Velké Pavlovice

Tabuľka 6 – Vinárske akcie obec Vrbice

Tabuľka 7 – Vinárske akcie obec Kobyly

Tabuľka 8 – Vinárske akcie obec Velké Bílovice

Tabuľka 9 – Vinárske akcie obec Bořetice

Tabuľka 10 – SWOT analýza nového typu vinárskej akcie

Graf 1 – Prehľad najviac pestovaných odrôd v ČR (v ha) k 31.12.2019

Graf 2 – Účasť na vinárskych akciách

Graf 3 – Účasť na akciách vo Velkopavlovickej podoblasti

Graf 4 – Navštívené obce

Graf 5 – Propagačné prostriedky

Graf 6 – Hodnotenie akcií

Graf 7 – Budúca účasť na vinárskych akciách

Obrázok 1 – Vinárske oblasti Českej republiky

Zoznam literatúry a ostatných zdrojov:

1. ANONYM 1, Historie a současnost vinařství v ČR | cmb-brno2020.cz [online] Copyright © [cit. 14.11.2020]. Dostupné z: <https://www.cmb-brno2020.cz/cs/vinarstvi-v-cr/historie-a-soucasnost/>
2. ANONYM 2, Vinařský obzor – Svaz vinařů | svcr.cz [online] Copyright © [cit. 18.1.2021]; Dostupné z: <https://www.svcr.cz/cs/vinarsky-obzor>
3. ANONYM 3, Zarážení hory | vinazmoravyvinazcech.cz [online] Copyright © [cit. 22.2.2021]; Dostupné z: <https://www.vinazmoravyvinazcech.cz/cs/aktuality/4908771-zarazeni-hory-2>
4. ANONYM 4, Vína originální certifikace (VOC) | vinazmoravyvinazcech.cz [online] Copyright © [cit. 22.2.2021]; Dostupné z: <https://www.vinazmoravyvinazcech.cz/cs/encyklopedie/jak-se-vyznat-v-nasich-vinech/vina-originalni-certifikace-voc>
5. ANONYM 5, Gastronomy and wine tourism | unwto.org [online] Copyright © [cit. 5.3.2021]; Dostupné z: <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>
6. ANONYM 6, Čejkovice; oficiální stránka obce; cejkovice.cz [online] Copyright © [cit. 9.3.2021]; Dostupné z: <https://www.cejkovice.cz/>
7. ANONYM 7, Vinaři z Čejkovic; oficiální stránka združení; vinarizejkovic.cz [online] Copyright © [cit. 9.3.2021]; Dostupné z: <http://www.vinarizejkovic.cz/>
8. ANONYM 8, Víno z Čejkovic; oficiální stránka združení; vinoxcejkovic.cz [online] Copyright © [cit. 9.3.2021]; Dostupné z: <http://www.vinoxcejkovic.cz/>
9. ANONYM 9, Němčičky; oficiální stránka obce; nemcicky.cz [online] Copyright © [cit. 9.3.2021]; Dostupné z: <https://www.nemcicky.cz/>
10. ANONYM 10, Víno J. Stávek; oficiální stránka vinařstva; jstavek.cz [online] Copyright © [cit. 9.3.2021] Dostupné z: <http://www.jstavek.cz/>
11. ANONYM 11, Vinaři Němčičky; oficiální stránka združení; vinarinemcicky.cz [online] Copyright © [cit. 9.3.2021]; Dostupné z: <http://www.vinarinemcicky.cz/>
12. ANONYM 12, Velké Pavlovice; oficiální stránka obce; velke-pavlovice.cz [online] Copyright © [cit. 9.3.2021]; Dostupné z: <https://www.velke-pavlovice.cz/>
13. ANONYM 13, Víno z Velkých Pavlovic; oficiální stránka združení; vinoxvelkyhpavlovic.cz [online] Copyright © [cit. 9.3.2021]; Dostupné z: <http://www.vinoxvelkyhpavlovic.cz/>

14. ANONYM 14, Vrbice; oficiální stránka obce; vrbice.cz [online] Copyright © [cit. 10.3.2021]; Dostupné z: <https://www.vrbice.cz/>
15. ANONYM 15, Vinaři Vrbice; oficiální stránka združení; vinarivrbice.cz [online] Copyright © [cit. 10.3.2021]; Dostupné z: <https://www.vinarivrbice.cz/>
16. ANONYM 16, Kobylí; oficiální stránka obce; kobyli.cz [online] Copyright © [cit. 10.3.2021]; Dostupné z: <http://www.kobyli.cz/>
17. ANONYM 17, Vinaři z Kobylí; oficiální stránka združení; vinarizkobyli.cz [online] Copyright © [cit. 10.3.2021]; Dostupné z: <https://vinarizkobyli.cz/>
18. ANONYM 18, Mikroregion Modré hory; oficiální stránky mikroregionu; modrehory.cz [online] Copyright © [cit. 10.3.2021]; Dostupné z: <https://www.modrehory.cz/>
19. ANONYM 19, VOC Modré Hory; oficiální stránka združení; vocmodrehory.cz [online] Copyright © [cit. 10.3.2021]; Dostupné z: <http://www.vocmodrehory.cz/>
20. ANONYM 20, Velké Bílovice; oficiální stránka obce; velkebilovice.cz [online] Copyright © [cit. 10.3.2021]; Dostupné z: <https://www.velkebilovice.cz/>
21. ANONYM 21, Velkobílovičtí vinaři; oficiální stránka združení; velkobilovictivinari.cz [online] Copyright © [cit. 10.3.2021]; Dostupné z: <https://www.velkobilovictivinari.cz/>
22. ANONYM 22, Bořetice; oficiální stránka obce; borenice.cz [online] Copyright © [cit. 11.3.2021]; Dostupné z: <https://www.boretice.cz/>
23. ANONYM 23, Svobodná spolková republika Kraví hora; oficiální stránka SSRKH; republikakravihora.cz [online] Copyright © [cit. 11.3.2021]; Dostupné z: <http://www.republikakravihora.cz/>
24. ANONYM 24, Viniční tratě; ovine.cz [online] Copyright © [cit. 11.3.2021]; Dostupné z: <http://www.ovine.cz/web/structure/vinicni-trate-28.html>
25. ANONYM 25, Digital marketing is a marathon, not a sprint; kayakmarketing.com [online] Copyright © [cit. 15.3.2021]; Dostupné z: <https://www.kayakmarketing.com/blog/digital-marketing-is-a-marathon-not-a-sprint>
26. ANONYM 26, Europe for wine lovers: 18 places to celebrate this year's harvest season; wander-lush.org [online] Copyright © [cit. 22.3.2021]; Dostupné z: <https://wander-lush.org/wine-harvest-season-festivals-europe/>
27. BUBLÍKOVÁ, Lenka; Odbor potravinářský MZe. Situční a výhledová zpráva réva vinná a víno; Vydalo Ministerstvo zemědělství, Praha, 2020, ISBN 978-80-7434-585-

28. ČESKO, § 4 zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb; Zákony pro lidi.cz [online] Copyright © AION CS 2010-2021 [cit. 1. 4. 2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1995-40#p4>
29. ČESKO, Zákon č. 321/2004 Sb. – Zákon o vinohradnictví a vinařství; Zákon pro lidi, Sbírka zákonů | zakonprolidi.cz [online] Copyright © [cit. 14.11.2020]; Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2004-321?citace=1>
30. CHARTERS, Steve; ALI-KNIGHT, Jane; Who is the wine tourist?; Australia; Odborná práca, 2002 [online] Copyright © [cit. 22.3.2021]; PII: S0261-5177(01)00079-6; Dostupné z: file:///C:/Users/annio/Downloads/Charters_S_and_Ali_Knight_J_2002_Who_is.pdf
31. JAN, Libor, ŠTĚPÁNEK, Václav, kolektiv autorov; Čejkovice 1248-1998; 1. Vydanie, Čejkovice 1998, Vydal Obecní úřad Čejkovice, ISBN 80-238-2766-9
32. KRAUS, Vilém. FOFFOVÁ, Zuzana. VURM, Bohumil. KRAUSOVÁ, Dáša, Nová Encyklopedie českého a moravského vína – 1. díl; 2. dotlač, Praha 2015, Vydala Praga Mystica; ISBN 978-80-86767-00-0
33. KRAUS, Vilém; HUBÁČEK, Miroslav; ACKERMANN, Petr: Rukověť vinaře; 1. vydanie, Praha, 2000, Vydal Český zahrádkářský svaz, nakladatelství KVĚT, ISBN 80-85362-34-1; Nakladatelství Brázda, s.r.o., ISBN 80-209-0286-4
34. LUDVÍKOVÁ, Ivana, kolektiv; Přehled odrůd révy 2020, Vydavatel: Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský se sídlem v Brně, Sekce rostlinné výroby, Oddělení vinohradnictví, Brno 2020; ISBN 978-80-7401-182-5; Online Copyright © [cit. 18.1.2021]; Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/649003/Reva_2020.pdf
35. ORDONEZ, Beatriz; What is enotourism? | winenium.com [online] Copyright © [cit. 5.3.2021]; Dostupné z: <https://www.winenium.com/what-is-enotourism/>
36. PAVLOUŠEK, Pavel; BUREŠOVÁ, Pavla: Vše, co byste měli vědět o víně... A nemáte se koho zaptat; 1. vydanie, Praha 2015, Vydala Grada Publishing, a.s.; ISBN 978-80-247-4351-6
37. PERNICA, Jakub; Velkopavlovicko | vinovnici.cz [online] 2018 Copyright © [cit. 20.1.2021]; Dostupné z: <https://www.vinovnici.cz/clanek/97-velkopavlovicko>
38. PIŠTORA, Ladislav, Vinohradnictví v České republice, 7. október 2010 | czso.cz [online] Copyright © [cit. 14.11.2020]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/vinohradnictvi_v_ceske_republice
39. STÁVEK, Jan a kol.: Velkopavlovická vinařská podoblast – Průvodce; 1. vydanie, Praha 2008, Vydalo nakladatelství Radix, spol. s.r.o.; ISBN 978-80-86031-76-7

40. SUMRA, Kiran; 5 things to know about agri-tourism; pebblemag.com; 25.3.2019
[online] Copyright © [cit. 15.3.2021]; Dostupné z:
<https://pebblemag.com/magazine/travelling/5-things-to-know-about-agri-tourism>
41. ZEMEK, Metoděj;. ŠIMONČIČ, Jozef; RIABIČ, Ivan. Ej, vínečko, víno; 1. vydanie,
Martin 1986, Vydalo vydavateľstvo Osveta, n. p.; IČSK 70-095-86

Prílohy

Príloha č. 1:

Dotazník je prístupný k nahliadnutiu na internetovom odkaze:

<https://docs.google.com/forms/d/1yM3m1dhk-e6GR93E6PRQDMcZ1CDr9ZCCD98ybmAENR0/edit>

Presné znenie otázok z dotazníku:

1. Aké je vaše pohlavie?
 - Žena
 - Muž

2. Aká je vaša veková kategória?
 - 18-25
 - 26-35
 - 36-49
 - 50-65
 - 65 a viac

3. Máte rád/a víno?
 - Áno
 - Nie

4. Zúčastnili ste sa niekedy vinárskej akcie? (degustácia, vinné trhy, otvorené sklepy,...)
 - Áno
 - Nie

5. Zúčastnili ste sa niekedy vinárskej akcie vo Velkopavlovickej podoblasti?
 - Áno
 - Nie

6. Ak ste sa zúčastnili, v akej obci ste boli? (napr. Čejkovice, Vrbice, Kobylí, Velké Pavlovice, Velké Bílovice,...) Môžete uviesť viac obcí
 - Otvorená otázka

7. Ako ste sa o akcii dozvedeli?
 - Známy/priatelia
 - Internet
 - Priamo od vinára

- Rádio
- Televízia
- Iné

8. Ako by ste ohodnotili akciu?

- 1 – veľmi dobrá
- 2 – vyhovujúca
- 3 – dostatočná
- 4 – nedostatočná
- 5 – zlá

9. Máte obľúbeného vinára z tejto podoblasti? Prípadne z inej podoblasti?

- Otvorená otázka

10. Máte v pláne sa ešte niekedy zúčastniť vinárskej akcie?

- Áno
- Nie

11. Máte k akcii, ktorej ste sa zúčastnili, nejaké poznámky? Čo sa vám páčilo/nepáčilo, čo by ste zmenili v programe alebo v organizácii?

- Otvorená otázka

Príloha č. 2:

Biele odrody

ODRODA	ROK PRIDANIA
Aurelius	1983
Auxerrois	2004
Devín	1998
Hibernal	2004
Chardonnay	1987
Irsai oliver	1975
Kerner	2001
Lena	2001
Malverina	2001
Muškat moravský	1987
Muškat ottonel	1952
Müller thurgau	1941
Neuburské	1941
Pálava	1977
Rulandské biele	1941
Rulandské šedé	1941
Ryzlink rýnsky	1941
Ryzlink vlašský	1941
Sauvignon	1952
Savilon	2010
Sylvánské zelené	1941
Tramín červený	1941
Veltlínske červené ranné	1952
Veltlínske zelené	1941
Veritas	2001
Vrboska	2004

Červené odrody

ODRODA	ROK PRIDANIA
Agni	2001
Alibernet	1975
André	1980
Ariana	2001
Cabernet moravia	2001
Cabernet sauvignon	1980
Domina	2004
Dornfelder	2004
Frankovka	1941
Laurot	2004
Merlot	2001
Modrý portugal	1941
Neronet	1991
Rubinet	2004
Rulandské modré	1941
Svätovavrinecké	1941
Zweigeltrebe	1980