

# **Projekt vytvoření zájezdu zaměřeného na venkovský cestovní ruch v oblasti Slovácka**

Bc. Gabriela Myšínská

---

Diplomová práce  
2018



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Gabriela Myšínská**  
Osobní číslo: **M160087**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Podniková ekonomika**  
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Projekt vytvoření zájezdu zaměřeného na venkovský cestovní  
ruch v oblasti Slovácka**

Zásady pro vypracování:

### Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

#### I. Teoretická část

- Zpracujte odborné literární prameny zaměřené na venkovský cestovní ruch.
- Interpretujte poznatky o venkovském cestovním ruchu.

#### II. Praktická část

- Analyzujte dosavadní návštěvnost regionu Slovácko a nabídku venkovské turistiky.
- Na základě provedené analýzy vytvořte produkt zájezdu "Venkovem Slovácka".
- Výsledný produkt podrobte ekonomické analýze.

### Závěr

Rozsah diplomové práce: cca 70 stran  
Rozsah příloh:  
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

NEWSOME, David, SUSAN A. MOORE a ROSS K. DOWLING. Natural area tourism. Buffalo, NY: Channel View Publications, 2013, 480 s. ISBN 18-454-1381-4.  
ORIEŠKA, Ján. Služby v cestovním ruchu. Praha: IDEA SERVIS, 2010, 397 s. ISBN 978-80-85970-68-5.  
POUROVÁ, Marie. Marketing a management venkovského cestovního ruchu. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu a teritoriálních studií, 2010, 91 s. ISBN 978-80-254-7787-8.  
ŠIMKOVÁ, Eva. Sustainability in Tourism and Rural Areas. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013, 189 s. ISBN 978-80-7435-361-1.  
ZÁVODNÁ, Lucie Sára. Udržitelný cestovní ruch. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015, 124 s. ISBN 978-80-244-4576-2.

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Ing. Barbora Haltořová  
Ústav managementu a marketingu  
Datum zadání diplomové práce: 15. prosince 2017  
Termín odevzdání diplomové práce: 17. dubna 2018

Ve Zlíně dne 15. prosince 2017



doc. Ing. David Tuček, Ph.D.  
děkan



Ing. Petr Novák, Ph.D.  
ředitel ústavu

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

### Prohlašuji, že

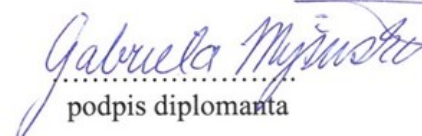
- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

### Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 16.4.2018

Jméno a příjmení: GABRIELA MYŠIŇSKÁ

  
podpis diplomanta

## **ABSTRAKT**

Tato diplomová práce se zabývá vytvořením nového produktu venkovského cestovního ruchu – Projekt vytvoření zájezdu zaměřeného na venkovský cestovní ruch v oblasti Slovácka. V praktické části jsou nejprve vysvětleny pojmy cestovní ruch, činitelé rozvoje a rozmístění cestovního ruchu, udržitelný cestovní ruch, venkovský cestovní ruch a jeho služby, zájezdová činnost, produkt cestovního ruchu a analytické a projektové metody, které jsou použity v praktické části práce. Praktická část práce se nejdříve zabývá analýzou oblasti Slovácka a dále samotnou tvorbou nového produktu, návrhem jeho propagace, kalkulací a také jeho riziky a přínosy.

Klíčová slova: Cestovní ruch, Venkovský cestovní ruch, Udržitelný cestovní ruch, Region Slovácko, Zájezd, Vinařské stezky, Produkt cestovního ruchu.

## **ABSTRACT**

This Diploma Thesis deal with the creation of new rural tourism product- Project of Creating a Trip Focused on Rural Tourism in the Moravian Slovakia Area. In the theoretical part there are explained terms like tourism, agents of the development and deployment of tourism, sustainable tourism, rural tourism and its services, trip activity, tourism product and analytics and projects methods used in practical part in this Diploma Thesis. Firstly, the practical part deals with analysis of the Moravian Slovakia area and finally deals with the creation of a new product, suggestion for promotion, its calculation and project risks and benefits.

Keywords: Tourism, Rural tourism, Sustainable tourism, Moravian Slovakia region, Trip, Wine Trails, Tourism Product.

Ráda bych poděkovala Ing. Andree Liškové z cestovní kanceláře Veligrad Tour za pomoc a odborné rady při kalkulaci zájezdu, dále za poskytnuté informace o cenách a průměrné délce pobytu jednotlivých navštěvovaných objektů a ubytovacích zařízení i autobusové dopravě. Dále bych chtěla za rady a konzultaci poděkovat tajemnici regionu Slovácko paní Lence Durdákové a také vedoucí mé diplomové práce paní Mgr. Ing. Barboře Haltofové za rady při vypracování práce. Závěrem chci také poděkovat mé rodině, svému snoubenci i mým nejbližším za veškerou podporu při mém studiu.

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

*„Jestli najdeš v životě cestu bez překážek, určitě nikam nevede.“*

*- Arthur C. Clarke*

# OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>10</b>
<b>CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE.....</b>	<b>12</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>14</b>
<b>1 CESTOVNÍ RUCH .....</b>	<b>15</b>
1.1    DEFINICE POJMU CESTOVNÍ RUCH A DEFINICE TYPŮ ÚČASTNÍKŮ CESTOVNÍHO RUCHU.....	15
1.2    TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU.....	16
1.3    DRUHY CESTOVNÍHO RUCHU .....	20
1.4    FORMY CESTOVNÍHO RUCHU .....	21
1.5    NEGATIVNÍ VLIVY CESTOVNÍHO RUCHU .....	22
1.6    POZITIVNÍ VLIVY CESTOVNÍHO RUCHU .....	23
1.7    UDRŽITELNÝ CESTOVNÍ RUCH .....	24
<b>2 ČINITELÉ ROZVOJE A ROZMÍSTĚNÍ CESTOVNÍHO RUCHU .....</b>	<b>27</b>
2.1    LOKALIZAČNÍ ČINITELÉ .....	27
2.2    REALIZAČNÍ ČINITELÉ .....	27
2.3    SELEKTIVNÍ ČINITELÉ .....	28
<b>3 VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH A JEHO FORMY A DRUHY .....</b>	<b>30</b>
3.1    VÝZNAM VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU.....	31
3.2    PŘÍNOSY A RIZIKA VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU.....	32
3.3    PŘÍČINY ROZVOJE VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU .....	32
3.4    SLUŽBY VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU .....	32
3.4.1    Stravovací služby .....	33
3.4.2    Ubytovací služby.....	34
3.4.3    Dopravní služby .....	35
3.4.4    Doplňkové služby.....	36
<b>4 ZÁJEZDOVÁ ČINNOST CESTOVNÍHO RUCHU .....</b>	<b>37</b>
4.1    DEFINICE ZÁJEZDU .....	37
4.2    DĚLENÍ ZÁJEZDŮ .....	37
4.3    TECHNIKA TVORBY ZÁJEZDŮ.....	38
4.3.1    Trasování zájezdů.....	39
4.3.2    Sestavování programu .....	40
4.3.3    Zajištění služeb.....	40
4.3.4    Kalkulace ceny zájezdu.....	41
<b>5 PRODUKT CESTOVNÍHO RUCHU .....</b>	<b>43</b>
5.1    TVORBA PRODUKTU CR .....	44
5.2    PROCES TVORBY PRODUKTU.....	44
5.3    PRODUKT CESTOVNÍ KANCELÁŘE .....	45
<b>6 ANALYTICKÉ METODY .....</b>	<b>46</b>
6.1    MARKETINGOVÝ VÝZKUM.....	46
6.2    SWOT ANALÝZA .....	47
<b>7 SHRNUÍ TEORETICKÉ ČÁSTI.....</b>	<b>49</b>

<b>II PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>52</b>
<b>8 ANALÝZY .....</b>	<b>55</b>
8.1 ANALÝZA LOKALIZAČNÍCH, REALIZAČNÍCH A SELEKTIVNÍCH ČINITELŮ SLOVÁCKA .....	55
8.1.1 Lokalizační činitelé .....	55
8.1.1.1 Přírodní předpoklady .....	55
8.1.1.2 Kulturní památky .....	58
8.1.2 Realizační činitelé .....	59
8.1.2.1 Dopravní infrastruktura .....	59
8.1.2.2 Infrastruktura stravovacích služeb .....	60
8.1.2.3 Infrastruktura ubytovacích služeb .....	61
8.1.3 Selektivní činitelé .....	61
8.1.3.1 Politické faktory .....	61
8.1.3.2 Demografické faktory .....	61
8.1.3.3 Společenství a spolupráce mezi subjekty a propagace Slovácka .....	62
8.2 ANALÝZA KONKURENCE .....	63
8.2.1 Nabídka vytvořených produktů venkovské turistiky v České republice .....	63
8.2.2 Cestovní kanceláře a agentury nabízející produkty se zaměřením na venkovský cestovní ruch .....	65
8.3 ANALÝZA DOSAVADNÍ NÁVŠTĚVNOSTI REGIONU SLOVÁCKO .....	67
8.4 ANALÝZA DOSAVADNÍ NÁVŠTĚVNOSTI UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ V LOKALITĚ SLOVÁCKO .....	67
8.4.1 Analýza počtu přenocovaných hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v oblasti Slovácka .....	67
8.4.2 Analýza návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení v oblasti Slovácka dle jejich kategorizace .....	69
8.4.3 Analýza kapacity hromadných ubytovacích zařízení v oblasti Slovácka a jejich vývoj .....	70
8.5 MARKETINGOVÝ VÝZKUM ZAMĚŘENÝ NA ZJIŠTĚNÍ ZÁJMU O VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH V OBLASTI SLOVÁCKA – DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ .....	71
8.5.1 Dotazníkové šetření .....	71
8.5.2 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření .....	86
8.6 SWOT ANALÝZA REGIONU SLOVÁCKA .....	87
8.7 ANALÝZA DOSAVADNÍ NABÍDKY VENKOVSKÉ TURISTIKY V OBLASTI SLOVÁCKA .....	88
8.7.1 Hipoturistika .....	89
8.7.2 Skanzeny .....	91
8.7.3 Ubytovací zařízení .....	92
8.7.4 Moravské vinařské stezky .....	96
8.7.5 Pěší turistika - Naučné stezky .....	96
<b>9 PROJEKT .....</b>	<b>98</b>
9.1.1 Proces tvorby produktu .....	98
9.1.2 Základní informace o zájezdu .....	99
9.1.3 Trasování zájezdu, program zájezdu .....	101
9.1.4 Charakteristiky a zajímavosti navštívených atraktivit .....	102
9.1.5 Kalkulace zájezdu .....	112
9.1.5.1 Kalkulace strava .....	112



9.1.5.2	Kalkulace ubytování .....	113
9.1.5.3	Kalkulace vstupy do objektů.....	113
9.1.5.4	Kalkulace doprava .....	114
9.1.6	Ekonomická analýza projektu .....	116
9.1.7	Rizika a přínosy projektu .....	117
<b>ZÁVĚR</b>	.....	<b>118</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</b>	.....	<b>120</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK</b>	.....	<b>129</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ</b>	.....	<b>130</b>
<b>SEZNAM TABULEK</b>	.....	<b>131</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH</b>	.....	<b>132</b>

## ÚVOD

Tématem diplomové práce je Projekt vytvoření zájezdu zaměřeného na venkovský cestovní ruch v oblasti Slovácka. Práce je rozdělena do dvou částí. První část práce je věnována teorii. Následuje část praktická, která je rozdělena na dva větší celky – a to část analytickou a část projektovou.

V teoretické části jsou jako první vysvětleny základní definice cestovního ruchu, dále jeho typy, druhy a formy následuje objasnění negativních dopadů cestovního ruchu a také jeho pozitivních vlivů, se kterými souvisí i menší podkapitola, která se zabývá udržitelným cestovním ruchem. V druhé kapitole teoretické části je přiblíženo prostředí, které vytváří potenciál pro cestovní ruch – tedy i vhodné prostředí pro produkt cestovního ruchu – v jednotlivých podkapitolách jsou definováni tři ovlivňující činitelé, které toto území rozvíjí – lokalizační, realizační a selektivní činitelé. Třetí kapitola práce objasňuje jedno z hlavních témat této práce a to venkovský cestovní ruch, u kterého je rozebírán jeho význam, přínosy a rizika, dále příčiny jeho rozvoje a také podrobně popsány služby venkovského cestovního ruchu – služby stravovací, ubytovací, dopravní a doplňkové. Čtvrtá kapitola teoretické části práce je věnována zájezdové činnosti cestovního ruchu, Nejprve je definován pojem zájezd, dále jeho dělení a v dalších úsecích jsou přiblíženy techniky tvorby zájezdů, jejich trasování, sestavování programů zájezdů a s nimi související zajišťování služeb a v neposlední řadě také teorie kalkulace ceny tohoto zájezdu. Pátá kapitola navazuje na předchozí kapitolu a blíže definuje produkt cestovního ruchu. Dále tato kapitola vysvětluje tvorbu a proces tvorby nového produktu cestovního ruchu, se kterým tato práce souvisí. V další podkapitole je také definován produkt cestovní kanceláře, která tento vytvořený produkt nabízí k prodeji. V šesté kapitole teoretické části práce jsou rozebírány analytické metody, se kterými se později pracuje v práci praktické – jedná se o marketingový výzkum a SWOT analýzu. V sedmé kapitole práce jsou shrnuty poznatky všech kapitol této teoretické části a je zároveň poslední kapitolou této teoretické části práce.

Praktická část je rozdělena na dva větší celky. První část, je částí analytickou a budou zde objasněny analýzy lokalizačních, realizačních a selektivních činitelů přímo sledované lokality Slovácka. Dále je v práci analyzována konkurence již vytvořených produktů souvisejících s venkovským cestovním ruchem a také stručný výčet cestovních kanceláří a agentur nabízejících produkty zaměřené na venkovský cestovní ruch. Další podkapitola se zaměřuje na analýzy návštěvnosti Slovácka, přesněji analýzu ubytovacích zařízení v regionu Slo-

vácka, jelikož data související s návštěvností tohoto regionu nejsou k dispozici. V další podkapitole analýz je využit marketingový výzkum prostřednictvím dotazníkového šetření, jehož cílem je zjistit povědomí a zájem o venkovský cestovní ruch a nově vytvářený produkt v této lokalitě. Toto dotazníkové šetření je v této podkapitole komentováno a graficky znázorněno pomocí grafů. Závěrem je toto dotazníkové šetření shrnuto a interpretováno. Další podkapitola věnuje pozornost druhé analytické metodě, použité v této práci a to SWOT analýze, která je aplikována na sledovanou lokalitu Slovácka. V další podkapitole je pak analyzována dosavadní nabídka venkovského cestovního ruchu v této lokalitě.

Druhý celek praktické části navazuje na marketingový výzkum, ze kterého vychází tvorba nového produktu - zájezdu s venkovskou tematikou v oblasti Slovácka, který je klíčovou částí celé této práce. Nejprve je zde prakticky aplikován proces tvorby produktu, dále jsou zde definovány základní informace o tomto novém produktu – zájezdu, jeho trasování a program, zajímavosti projížděných a navštívených míst, dále také jeho kalkulace. Poté je tento produkt podroben ekonomické analýze a jsou definovány jeho přínosy a rizika.

## CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Cílem této práce je analýza současné venkovské turistiky na území Slovácka, analýza konkurence, poptávky, návštěvnosti ubytovacích zařízení a analýza návštěvnosti Slovácka jako celku a na těchto poznacích je navrhnout nový produkt venkovského cestovního ruchu v lokalitě Slovácka. V mé práci jsou použity metody:

Teoretická část této práce začíná první kapitolou, ve které je definován pojem cestovní ruch, typologie jeho účastníků, dále také typy, druhy a formy cestovního ruchu. Dále jsou zde definovány negativní a pozitivní dopady cestovního ruchu na různé oblasti a v neposlední řadě je zde definován udržitelný cestovní ruch. V této kapitole byla použita literární rešerše, která hodnotí různé pohledy autorů na cestovní ruch a byla použita pro objasnění základních pojmů, které se vyskytují v celé této práci. Druhá kapitola definuje pomocí literární rešerše lokalizační, realizační a selektivní činitele pro rozvoj a rozmístění cestovního ruchu. Literární rešerše byla v této kapitole použita pro objasnění, co vlastně do těchto činitelů rozvoje a rozmístění cestovního ruchu náleží, jelikož v praktické části práce je tento prostor cestovního ruchu analyzován přímo v oblasti Slovácka a bylo tedy nutné objasnit, co vše do těchto činitelů této oblasti zařadit. Třetí kapitola je taktéž tvořena na základě literární rešerše a definuje jednu z klíčových kapitol této práce – venkovský cestovní ruch jeho formy a druhy, význam, přínosy a rizika. Dále jsou zde zpracovány služby venkovského cestovního ruchu, které úzce souvisí s předešle definovanými činiteli rozvoje cestovního ruchu, tyto služby náleží do jedné z těchto faktorů – a to faktorů realizačních. Tyto kapitoly na sebe tedy navzájem navazují a je zde tedy nutné odborně zpracovat literární prameny k jejich objasnění. Čtvrtá kapitola praktické části opět pomocí literární rešerše definuje základní dělení zájezdové činnosti a také techniku jeho tvorby. I zde je nutné z tohoto teoretického úvodu vycházet při tvorbě nového produktu v praktické části, kterým je zájezd. Pátá kapitola práce pomocí literární rešerše nejprve definuje produkt cestovního ruchu, jeho proces tvorby a produkt cestovní kanceláře. Tyto pojmy je nutné pomocí studia odborné literatury a následné literární rešerše opět definovat kvůli praktické části práce – konkrétně kvůli kapitole 9, ve které bude vytvářen nový produkt cestovního ruchu, nýbrž bylo nutné nastudovat jeho náležitosti a postup jeho vytváření. Poslední šestá kapitola praktické části odborně vysvětluje analytické metody – konkrétně SWOT analýzu a marketingový výzkum, které budou prakticky realizovány v osmé kapitole práce, bylo tedy opět nutné tyto konkrétní metody odborně definovat a pochopit jejich význam pro následnou aplikaci přímo na oblast Slovácka. Sedmá kapitola práce je souhr-

nem teoretické části práce a obsahuje výčet autorů odborné literatury, která byla použita v jednotlivých kapitolách při literárních rešerších, dále také shrnuje poznatky o venkovském cestovním ruchu, které jsou klíčové pro tuto práci. Osmou kapitolou začíná praktická část práce a zde jsou použity analytické metody – pomocí předchozích kapitol z praktické části práce jsou zde přímo aplikovány analýzy na oblast sledovaného regionu Slovácko – analýza jeho lokalizačních, realizačních a selektivních činitelů. V této kapitole je také provedena analýza navštívených ubytovacích zařízení Slovácka a dále pomocí sběru dat, je zde vytvořeno dotazníkové šetření pro marketingový výzkum dané lokality. Tato kapitola také obsahuje analytickou metodu – SWOT analýzu oblasti Slovácka. Poslední kapitola práce je věnována novému projektu – v tomto případě novému produktu cestovního ruchu – informace o jeho tvorbě, procesu jeho tvorby a dalších náležitostech vychází z literární rešerše páté kapitoly teoretické části práce. V této kapitole je pomocí této teoretické základny nový produkt prakticky vytvořen, popsán, zkalkulován a podroben ekonomické analýze.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 CESTOVNÍ RUCH

V této kapitole jsou nejprve vysvětleny základní definice cestovního ruchu, jeho typy, druhy a formy jednotlivých autorů. V podkapitole budou vysvětleny základní typologie účastníků cestovního ruchu, protože v praktické části jsou tyto typy návštěvníků uváděny ve statistických tabulkách. Dále tato kapitola vymezuje jak pozitivní vlivy cestovního ruchu, tak i negativní dopady, kterým se bohužel jako u většiny činností nelze vyhnout. Značná část této kapitoly je věnovaná i udržitelnému cestovnímu ruchu, který se tyto negativní dopady snaží eliminovat a také je zmíněna Agenda 21, která je nedílnou součástí udržitelného cestovního ruchu.

### 1.1 Definice pojmu cestovní ruch a definice typů účastníků cestovního ruchu

V průběhu vývoje cestovního ruchu dochází díky společensko-ekonomickému jevu ke změnám jeho definic a vymezení. Cestovní ruch lze chápat jako souhrn aktivit osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí a pobývajících v těchto místech po dobu ne delší než jeden rok, za účelem trávení volného času, podnikání či jiným účelem (WTO). (Vystoupil a Šauer, 2011, s. 263)

Z toho vyplývá, že základními rysy cestovního ruchu jsou tedy dočasná změna místa, ve kterém účastník cestovního ruchu trvale pobývá a s ním spojený pobyt mimo toto místo, dále to, že tyto cesty a pobyty jsou realizovány ve volném čase a mají nevýdělečný charakter.

**Tyto cesty podnikají různé typy účastníků, jedná se o:**

a) **Rezidenty** – neboli stálí obyvatelé – v domácím cestovním ruchu jde o osobu, která žije alespoň 6 po sobě jdoucích měsících v jiném místě před příchodem do jiného místa na dobu kratší než je půl rok. V zahraničním cestovním ruchu je tato osoba vymezena tak, že v zemi žije alespoň jeden rok před příchodem do jiné země, ve které bude pobývat dobu kratší než 1 rok. (Hesková, 2006)

b) **Návštěvníky** – V mezinárodním cestovním ruchu se jedná o osobu, která cestuje mimo svoji zemi, než tu v které má trvalé bydliště na dobu, která nepřesahuje 1 rok a hlavním účelem této cesty není výdělečná činnost. V domácím cestovním ruchu se jedná o osobu, která cestuje mimo zemi svého trvalého bydliště na dobu kratší 6 měsíců. (Malá, 2002)

c) **Turisty** – Turistou je osoba, která v domácím, nebo zahraničním cestovním ruchu splňuje kritéria návštěvníka. Podmínkou je jedno přenocování tohoto turistu v daném místě. (Hesková, 2006)

d) **Výletníky** – Jedná se o jednodenního návštěvníka, který se v dané zemi zdrží pouze jeden den, aniž by v této zemi přenocoval. (Petrů, 2007)

## 1.2 Typologie cestovního ruchu

V další podkapitole jsou definovány typologie cestovního ruchu. Typologií cestovního ruchu rozumíme hledání nějakých společných vlastností, jejichž výsledkem jsou různé typy středisek, nebo různé typy oblastí cestovního ruchu.

### a) Podle místa realizace cestovního ruchu

- **Zahraníční cestovní ruch** – Můžeme sem zařadit příjezdový cestovní ruch, neboli incoming, který zahrnuje soubor aktivit, které jsou spojeny s příjezdem zahraničních hostů do dané země. Dále sem patří tranzitní cestovní ruch, který je souborem aktivit, které souvisejí se zahraničními občany, kteří touto zemí pouze projíždějí. Posledním podtypem zahraničního turismu je výjezdový cestovní ruch, který je spojen s výjezdem občanů dané země do země zahraniční. (Janotová, 2011)

- **Domácí cestovní ruch** – Jedná se o cestovní ruch, při němž účastníci nepřekračují státní hranice své vlastní země. (Petrů, 2007)
- **Národní cestovní ruch** – Národní cestovní ruch zahrnuje veškerý cestovní ruch obyvatelstva státu – tedy domácí cestovní ruch i výjezdový cestovní ruch. (Beránek, 2013)
- **Mezinárodní cestovní ruch** – Zahrnuje veškerý cestovní ruch, při němž dochází k překročením hranic státu a zahrnuje jak příjezdový, tak výjezdový cestovní ruch. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011)
- **Cestovní ruch světa** – Patří sem veškerý realizovaný turismus ve světě, který zahrnuje jak domácí, tak i zahraniční turismus. (Palatková a Zichová, 2011)
- **Světový cestovní ruch** – Je veškerým cestovním ruchem, který je spojen s překročením hranic. (Janotová, 2011)

### b) Typy turismu podle platební bilance státu

- **Aktivní cestovní ruch** – Tento typ turismu zahrnuje příjezdy zahraničních návštěvníků. Jejich výdaje na produkty turismu znamenají příliv devizových prostředků



a aktivně ovlivňují platební bilanci daného státu. Jedná se o stejný kladný vliv na platební bilanci státu, jako například export zboží a služeb. (Palatková a Zichová, 2011)

- **Pasivní cestovní ruch** – Tento typ cestovního ruchu znamená vycestování tuzemského obyvatelstva a s ním související pobyt v zahraničí, který je doprovázen vývozem devizových prostředků a tím působí na bilanci státu pasivně. (Hladká, 1997)

#### c) **Typy turismu podle plátce nákladů**

- **Komerční cestovní ruch** – Neboli volný, je druhem cestovního ruchu, kdy si účastník hradí tuto účast sám a tato účast není ničím podmíněna. (Janotová, 2011)
- **Sociální cestovní ruch** – Náklady v tomto typu cestovního ruchu jsou z části nebo zcela hrazeny jiným subjektem než samotným účastníkem turismu. Do tohoto typu turismu spadá například příspěvková, nebo komplexní lázeňská péče, nebo turismus, na který účastníkovi přispívá jeho zaměstnavatel a také cestovní ruch pro zdravotně, sociálně, nebo ekonomicky handicapované skupiny obyvatelstva (senioři, handicapovaní). (Palatková a Zichová, 2011)

#### d) **Podle způsobu organizování**

- **Klubový cestovní ruch.** (Hesková, 2006)
- **Organizovaný cestovní ruch** – Jedná se o druh turismu, při kterém je cesta a pobyt zajišťován zprostředkovatelskými subjekty jakými jsou například cestovní agentury, nebo cestovní kanceláře.
- **Neorganizovaný cestovní ruch** – Jedná se o typ turismu, kdy si účastník turismu zabezpečuje cestu i pobyt sám a vylučuje se zde nákup jednotlivých služeb u zprostředkovatelských subjektů. (Palatková a Zichová, 2011)

#### e) **Podle věku účastníků**

Tento typ cestovního ruchu vychází z toho, že různé věkové skupiny mají různé potřeby a omezení a mají i odlišné spotřební chování.

- **Cestovní ruch dětí** – Děti se cestovního ruchu mohou účastnit i samy například na školních výletech, většinou se ale cestovního ruchu účastní spolu s dospělými, nejčastěji rodiči, kteří za ně rozhodují a usměrňují jejich chování. (Orieška, 2007)
- **Cestovní ruch mládeže** – Jedná se o turismus mladých lidí ve věku 16 – 24 let, kteří cestují samostatně a nemají ještě vlastní rodiny. (Palatková a Zichová, 2011)

- **Rodinný cestovní ruch.** (Hesková, 2006)
- **Cestovní ruch osob v produktivním věku** – Jedná se o nejméně homogenní skupinu. Většinou se jedná o osoby v produktivním věku, které necestují s dětmi, ale mají dostatek volného času a prostředků.
- **Seniorský cestovní ruch** – Jedná se o turismus osob v postproduktivním věku, seniorský cestovní ruch je velmi perspektivní a stále rostoucí segment, díky stárnutí obyvatelstva a zvyšující se délce života. (Palatková a Zichová, 2011)

#### **f) Podle délky pobytu**

- Výletní cestovní ruch. (Hesková, 2006)
- Krátkodobý turismus – tento typ zahrnuje jedno až tři přespání.
- Dlouhodobý cestovní ruch – jedná se o cestovní ruch, který zahrnuje 4 a více přenocování. Celková délka pobytu je omezená délkou 6 měsíců v domácím cestovním ruchu a délkou 1 roku v mezinárodním turismu. (Palatková a Zichová, 2011)

#### **g) Podle převažujícího místa pobytu**

- **Městský cestovní ruch** – Rozvoj tohoto typu cestovního ruchu souvisí s návštěvami měst, které nabízí bohatou nabídku kulturních, historických, architektonických a staveních památek. Pro tento typ cestovního ruchu je charakteristické, že je přirozeným centrem kultury, služeb a obchodu. Významné zastoupení zde mají lázeňská města a horská střediska. (Vystoupil a Šauer, 2011)
- **Venkovský cestovní ruch** – Jedná se o typ cestovního ruchu, pro který jsou charakteristické vícedenní pobyty a rekreační aktivity v prostředí venkova. Jeho nejvýznamnějšími formami je agroturistika, ekoturistika, cykloturistika a ekoagroturistika. (Houška, 2014)
- **Cestovní ruch ve střediscích turismu** – Do tohoto typu patří resorty, které byly vybudovány primárně pro účely turismu. Můžeme sem zařadit resorty lázeňské, resorty sportovní, resorty přímořské, nebo zábavní. (Palatková a Zichová, 2011)

#### **h) Podle převažujícího motivu cesty**

- Osobní motiv.
- Dovolená, rekreace, volný čas.

· **Relaxační cestovní ruch** – motivem účastní na tomto typu cestovního ruchu je regenerace fyzických a psychických sil, která ale nemusí znamenat pouze pasivní odpočinek, proto bývá často tento typ turismu kombinován s aktivnějšími činnostmi, jako jsou například kulturně poznávací turismus, nebo turismus se vzdělávacími motivy. Můžeme sem zařadit chataření a chalupaření, plážový turismus apod. (Palatková a Zichová, 2011)

· **Kulturně-poznávací cestovní ruch** – Je spojen s rekreační formou turismu a cílem je návštěva historických objektů, nebo kulturních akcí. Do tohoto druhu cestovního ruchu můžeme zařadit například muzea, galerie, divadla, folklorní a hudební festivaly apod. (Janotová, 2011)

· **Cestovní ruch s přírodních atraktivit** – Jedná se o cestovní ruch zaměřený na poznávání flóry a fauny. Řadíme sem návštěvy přírodních rezervací, národních parků, chráněných krajinných oblastí a přírodních útvarů.

· **Návštěva příbuzných a známých** – Typ cestovního ruchu, který buduje, obnovuje a upevňuje sociální vazby. Můžeme sem také zařadit diaspora turismus, což je turismus emigrantů, kteří navštěvují příbuzné a známé. (Palatková a Zichová, 2011)

· **Zdravotně orientovaný cestovní ruch** – Neboli medical tourism. Česká republika je vyhledávanou zemí pro zdravotní zákroky, jako jsou plastická chirurgie, reprodukční turistika a estetická chirurgie. (Janotová, 2011)

#### • **Obchodní a profesní cestovní ruch**

Účastníci tohoto typu cestovního ruchu jsou motivováni setkáním s odborníky a odborným programem. Patří sem kongresy, konference, symposia – což je vědecká konference, která má užší speciální obor a zahrnuje vědeckou diskusi o probírané problematice. Další druhy akcí, které se sem řadí, jsou semináře, přednášky, výstavy a veletrhy (Vystoupil a Šauer, 2011)

- Další typy cestovního ruchu podle motivace jejich účastníků:

Kulinářská turistika, dark tourism – což je druh turistiky, který zahrnuje cestování na místa, kde se odehrála nějaká tragédie, neštěstí, nebo historické události například návštěva Terezína, filmový cestovní ruch a voluntary tourism (cestovní ruch spojený s dobrovolnickou prací). (Janotová, 2011)

### 1.3 Druhy cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu členíme z několika hledisek, například z hlediska počtu návštěvníků, geografického hlediska, podle způsobu organizace. Jednotlivé druhy cestovního ruchu mohou mít různé jevové formy, například rekreační cestovní ruch má více forem jako individuální rekreace, nebo rodinná rekreace. Jednotlivé druhy cestovního ruchu se navzájem kombinují a jeden je vždy dominantní. Například zdravotní cestovní ruch se nejčastěji kombinuje s kulturním cestovním ruchem apod.

Druhy cestovního ruchu můžeme rozdělit následovně:

- **Podle motivace** – dovolená, volný čas, rekreace, návštěva příbuzných, vzdělávání a školení, zdravotní turismus, náboženský a poutní turismus, nákupní turismus, tranzitní turismus, obchodní a profesní turismus. (Palatková a Zichová, 2011)
- **Z geografického hlediska** - Domácí, zahraniční, vnitrostátní, národní, mezinárodní, regionální, příjezdový a výjezdový cestovní ruch. (Gúčík, 2010)
- Podle délky- Jednodenní, krátkodobý, dlouhodobý cestovní ruch. (Palatková a Zichová, 2011)
- **Podle místa pobytu, které převažuje** – Městský, příměstský, venkovský, nížinný, horský, vysokohorský, přímořský cestovní ruch. (Gúčík,2010)
- **Podle věku návštěvníků**- Cestovní ruch dětí, mládeže, rodin s dětmi, osob v produktivním věku, seniorů. (Palatková a Zichová, 2011)
- **Ze sociologického hlediska** – Návštěva příbuzných a přátel, sociální, etnický, genealogický cestovní ruch. (Gúčík,2010)
- **Podle způsobu organizace** – Organizovaný cestovní ruch, neorganizovaný cestovní ruch. (Syrůvková, 2013)
- Podle počtu návštěvníků – Individuální, skupinový, masový cestovní ruch. (Gúčík,2010)
- **Podle rozložení během roku** – Celoroční cestovní ruch, sezónní cestovní ruch (letní, zimní), mimosezónní (jarní, podzimní). (Syrůvková, 2013)
- **Z hlediska trvalé udržitelnost** – Ekologický cestovní ruch. (Gúčík,2010)
- **Podle použitého dopravního prostředku** – Železniční, lodní, motorizovaný a letecký. (Gúčík,2010)
- **Z hlediska dynamiky** – Putovní, pobytový cestovní ruch. (Gúčík,2010)

## 1.4 Formy cestovního ruchu

Formami cestovního ruchu se rozumí hlavní motivace účastníků na cestovním ruchu, tedy účel, pro který cestují a přechodně pobývají na určitém místě. Formy cestovního ruchu vystihují charakter trávení volného času ze strany účastníka. Mezi primární motivy cestovního ruchu patří motivy rekreační, kulturní, společenské, sportovní specifické a ekonomické. Nyní si podrobněji rozebereme všechny tyto formy.

- a) **Kulturní cestovní ruch** – Radíme zde náboženský cestovní ruch (religiózní a poutní). V rámci kulturního cestovního ruchu jsou nejčastěji navštěvovány památky architektonické – sem můžeme zařadit hrady, zámky, skanzeny, kláštery. Dále se jedná o návštěvu technických děl. Nedílnou součástí kulturního cestovního ruchu jsou také návštěvy parků a zahrad a z kulturních zařízení pak galerie, muzea, hvězdárny apod. (Syrůvková, 2013)
- b) **Rekreační cestovní ruch** - Neboli relaxační cestovní ruch, jehož motivem je fyzická a psychická regenerace prostřednictvím nejen pasivního, ale také aktivního odpočinku. Bývá většinou a doplňován ještě s dalšími formami cestovního ruchu, například kulturně – poznávacím, sportovně orientovaným cestovním ruchem a podobně. Patří sem hlavně plážový cestovní ruch, dále chataření a chalupaření, nebo rekreace u vodních ploch. (Palatková a Zichová, 2011)
- c) **Společensky orientovaný cestovní ruch** – Hlavním znakem společensky orientovaného cestovního ruchu je setkávání se se známými, nebo příbuznými. Do této formy cestovního ruchu můžeme také zařadit takzvaný klubový cestovní ruch – jedná se o různé skupiny se stejnými zálibami a zájmy. (Syrůvková, 2013)
- d) **Sportovní cestovní ruch** – Charakteristické pro tuto formu cestovního ruchu je častá změna prostředí. Základním předpokladem je existence vhodného přírodního předpokladu a také fyzické schopnosti a dovednosti účastníka zájezdu. Zařadit sem můžeme pěší turistiku, vodní turistiku, cykloturistiku, vysokohorskou a lyžařskou turistiku. (Hladká, 1997)
- e) **Ekonomicky orientovaný cestovní ruch** – Tato forma cestovního ruchu převážně probíhá v pracovní době účastníka a je spojen s jeho ekonomickými aktivitami. (Syrůvková, 2013)

Řadíme sem například kongresový cestovní ruch, jehož účastníci jsou motivováni zájmem setkat se s odborníky z teorie, nebo praxe za účelem výměny odborných a vědeckých poznatků a zkušeností. Patří sem kongresy, konference, symposia, semináře, školení nebo kurzy. (Orieška, 2010)

- f) **Specificky orientovaný cestovní ruch** – Poslední formou cestovního ruchu je specificky orientovaný cestovní ruch, který zahrnuje různé motivy, nebo jejich kombinace. Do těchto motivů můžeme zařadit například motiv nákupů – nákupní cestovní ruch, vojenský cestovní ruch apod. (Syrůvková, 2013)

## 1.5 Negativní vlivy cestovního ruchu

Do negativních vlivů, které souvisí s rozvojem cestovního ruchu, řadíme dopady ekonomické, negativní dopady na životní prostředí a negativní dopady socio – kulturní.

### Negativní ekonomické dopady cestovního ruchu

Do těchto dopadů patří rizikové návratnosti investic spojené s cestovním ruchem, nebo jednostranná orientace na masový cestovní ruch. (Janotová, 2011)

### Negativní dopady na životní prostředí

Navzdory obecnému vnímání cestovního ruchu jako velmi výhodného průmyslu v případě jeho masivního rozvoje spolu s nekoordinovaným a neefektivním řízením může negativní účinek snadno převážit pozitivní vliv cestovního ruchu. (Šimková, 2013) To platí například při neúměrném zvyšování návštěvnosti dané lokality, nebo nedostatečná kapacita kanalizace. (Vavrečková a Škrobálková, 2013)

Dále sem patří emise, které jsou způsobeny silniční a leteckou dopravou a při výstavbě a provozování zařízení cestovního ruchu., které způsobuje znečišťování povrchových i podzemních vod a půdy, dále eroze- které narušují povrch přírodnin například díky rozšiřování a prohlubování cest, horolezeckou činností, vodáctvím a pohybem lidí po nezpevněných komunikacích ve volné přírodě, dalším negativním dopadem je zavlečení nepůvodních druhů, které je největší hrozbou pro chráněné území např. CHKO a NP a dále také vandalismus. (Pásková, 2009) Všechny tyto negativní dopady mohou vést ke znehodnocení,

nebo ničení ekosystému a narušení ekologické stability krajiny. (Vavrečková a Škrobálková, 2013)

### **Negativní vlivy socio – kulturní**

Do těchto vlivů patří nechtěné změny životního stylu obyvatel v místě cestovního ruchu, dále změny systémů hodnot, nebo střet kultur, které ohrožují původní způsob života. (Janotová 2011)

Můžeme sem zařadit například růst cen pozemků a nemovitostí v dané lokalitě, růst cen zboží a služeb, které se pro místní obyvatele mohou stát hůře dostupnými, nebo růst kriminality. (Vavrečková a Škrobálková, 2013)

## **1.6 Pozitivní vlivy cestovního ruchu**

Do pozitivních vlivů, které jsou spojeny s rozvojem cestovního ruchu, můžeme zařadit pozitivní vlivy na ekonomické prostředí, životní prostředí a také na sociální prostředí.

### **Pozitivní vlivy na ekonomické prostředí**

Mezi pozitivní vlivy cestovního ruchu v oblasti ekonomického prostředí řadíme fakt, že pomáhá vytvářet nová pracovní místa, tvoří část příjmů státního rozpočtu a má také vliv na příjmy rozpočtů regionů. (Janotová, 2011)

Tyto příjmy jsou realizovány prostřednictvím příjmů ze vstupného do přírodních objektů a atraktivit, daněmi a poplatky (lázeňské poplatky, nebo poplatky za vjezd do rekreační zóny). (Vavrečková a Škrobálková, 2013)

Dále pomáhá posilovat hospodářsky oslabená a postižená území a zvyšuje jeho konkurenceschopnost a také podporuje zachování a rozvoj tradičních řemesel a zvyků. (Janotová, 2011)

### **Pozitivní vlivy na životní prostředí**

- Podpora alternativního zemědělství a péče o krajinu. (Pásková, 2009)
- Finance ze získaných vstupů do přírodních oblastí a atraktivit jsou zpětně využívány na ochranu životního prostředí. (Vavrečková a Škrobálková, 2013)
- Zvyšování přístupnosti a prostupnosti krajiny – obnova a údržba cest, budovná naučných cyklostezek a hipo stezek. (Pásková, 2009)

- Regulace počtu návštěvníků v chráněných oblastech. (Vavrečková a Škrobálková, 2013)
- Podporu upadajících řemesel, využívání upadajících, církevních, těžebních, zemědělských, nebo církevních areálů formou agroturismu, venkovského cestovního ruchu, religiózního cestovního ruchu apod. (Pásková, 2009)

### **Pozitivní vlivy na sociální prostředí**

Pozitivním vlivem na sociální prostředí je záchrana kulturních a historických tradic a řemesel. (Vavrečková a Škrobálková, 2013)

Dále je s rozvojem cestovního ruchu spojena zvyšující se kvalita života a životní úroveň v dané lokalitě. (Janotová, 2011)

Dalším přínosem je vzájemná komunikace mezi místními obyvateli a návštěvníky, která vede ke ztrátě předsudků a odbourávání bariér. (Vavrečková a Škrobálková, 2013)

## **1.7 Udržitelný cestovní ruch**

Udržitelný cestovní ruch je schopnost destinace udržet si potenciál konkurence v soutěži s novými a historicky méně využívanými destinacemi, které přitahují první i opakované návštěvy, drží si kulturní jedinečnost a jsou v rovnováze s životním prostředím. (Zelenka a Pásková, 2012, s. 591)

Dále je udržitelný cestovní ruch založený na řízení všech aktivit a zdrojů cestovního ruchu, tak, aby vedly k uspokojení jak současných, tak i budoucích ekonomických, sociálních a zážitkových potřeb návštěvníků a domácích obyvatel se zachováním kulturní integrity, biodiversity, procesů a vazeb v ekosystémech a rozvíjení systému životních hodnot návštěvníků i těchto místních obyvatel regionu. (Houška, 2014)

Veškerý cestovní ruch by tedy měl být udržitelný, a to ekonomicky, ekologicky a společensky. Udržitelnost přírodních zdrojů byla již v mnoha zemích uznána za klíčový princip při řízení lidské činnosti. Velmi důležitá pro udržitelný cestovní ruch je tedy ekoturistika, která je ekologicky udržitelným cestovním ruchem v přírodním prostředí. Výzvou pro ekoturistiku v jakékoli zemi a regionu je rozvíjení cestovní kapacity a kvality produktů bez nepříznivého vlivu na životní prostředí, ekoturistika toto prostředí naopak udržuje a podporuje. (Newsome, Moore a Dowling, 2013)



Dosažení udržitelnosti cestovního ruchu vychází ze základních přístupů udržitelného rozvoje a nalezením rovnováhy mezi ekologickými, ekonomickými, socio- kulturními a regionálními aspekty rozvoje. Každý typ cestovního ruchu sebou totiž nese i řadu efektů. Tyto efekty cestovního ruchu obsahují takzvané indikátory, které lze členit na základě mnoha kritérií, nejčastěji se dělí na ukazatele dopadů na ekonomické a ekologické prostředí. (Pásková, 2009)

WTO definovala 11 hlavních indikátorů, které jsou součástí základního rámce pro management udržitelného cestovního ruchu, patří sem:

1. Ochrana prostředí.
2. Zatížení.
3. Intenzita využívání.
4. Sociální dopad.
5. Kontrola rozvoje.
6. Management dopadu.
7. Proces plánování.
8. Kritický ekosystém.
9. Spokojenost zákazníka.
10. Lokální spokojenost.
11. Přispění cestovního ruchu k lokální ekonomice. (Závodná, 2015, s. 78)

Cestovní ruch se tedy vyvíjí tam, kde existují přírodní, nebo kulturně-historické zdroje rozmístěné v krajině a to souvisí i s jejich narušováním. Narušení rovnováhy ovzduší, půdy, vody, rostlinstva, živočišstva jako díla člověka, mohou vést k likvidaci cestovního ruchu, který se zde vyvinul. Tyto hrozby vedly OSN, aby v roce 1992 uspořádalo mezinárodní konferenci o Zemi. Výsledkem této konference byla strategie trvale udržitelného rozvoje. (Gúčik, 2010).

Ta vedla ke vzniku takzvané Agendy 21. Tato agenda umožňuje uspokojovat potřeby současné i budoucí generace.

**Příklad obecných zásad Agendy 21 pro průmysl cestovního ruchu.**

- Cestovní ruch pomáhá lidem k dosažení zdravého a aktivního života, spolu se spojením přírodou a může přispívat, jak k zachování a ochraně ekosystému na zemi, tak i k jeho regeneraci.
- Dále jsou aktivity cestovního ruchu založeny na udržitelnosti produkce a spotřeby.
- Životní prostředí a cestovní ruch jsou navzájem závislé a neoddělitelné a proto je při rozvoji cestovního ruchu důležitá ochrana životního prostředí a to, aby byl rozvoj cestovního ruchu řízen ve spolupráci s místními komunitami.
- Potenciál cestovního ruchu lze využívat jako příležitost pro vytvoření nových pracovních míst. (Houška, 2014)

Negativní vlivy cestovního ruchu na životní prostředí lze snížit, pokud se z cestovního ruchu odstraní masovost, které je protipólem ekologický cestovní ruch, který také zahrnuje venkovský cestovní ruch. (Gúčík, 2010)

## 2 ČINITELE ROZVOJE A ROZMÍSTĚNÍ CESTOVNÍHO RUCHU

Faktory, které ovlivňují cestovní ruch, rozdělujeme do tří skupin – faktory lokalizační, realizační a selektivní viz schéma zobrazeno v obrázku 1. Tyto faktory je velmi důležité charakterizovat a poměřovat z pohledu obchodní úspěšnosti dané lokality a z pohledu dlouhodobé ekonomické využitelnosti ve stále sílícím konkurenčním prostředí.

### 2.1 Lokalizační činitelé

Lokalizační faktory jsou tedy takové faktory, nebo podmínky pro cestovní ruch, které jsou dány územím cestovního ruchu a jsou neměnné (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011)

Mezi lokalizační předpoklady cestovního ruchu řadíme buď přírodní předpoklady jako fauna a flóra, reliéf, struktura a přírodní atraktivita krajiny, vodstvo, klima, kvalita vzduchu. (Vystoupil a Šauer, 2011)

U přírodních podmínek platí pravidlo, čím příjemnější klima a neobvyklý terén, scenérie, fauna a flóra, tím lepší předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. To je jedním z důvodů, proč jsou velmi vyhledávanými cíli oblasti horské a pobřežní s mnoha geologickými zvláštnostmi jako jsou například krasové oblasti, gejzíry, prameny, nebo národní parky.

Do těchto faktorů také zahrnujeme estetickou dispozici krajiny, kdy jsou její půvaby a krása vnímána zrakem. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Jako další do lokalizačních předpokladů řadíme kulturně – historické předpoklady. Patří sem například kulturní akce, kulturní zařízení (muzea, galerie) nebo kulturně – historické památky. Další velmi významnou skupinou, patřící do kulturně-historických předpokladů jsou atraktivita zapsané do světového kulturního dědictví UNESCO. (Vavřečková a Škrobáková, 2013)

### 2.2 Realizační činitelé

Tyto faktory jsou nezbytné pro dosažení dané lokality prostřednictvím dopravy a následně této lokality prostřednictvím infrastruktury služeb, služeb ubytovacích, stravovacích a dalších. Souhrnně lze výše uvedené nazvat jako materiálně – technickou základnu cestovního ruchu.

Do realizačních činitelů jak bylo výše zmíněno, řadíme dopravní dostupnost – bez rychlé, kvalitní a bezpečné dopravy by nemohly tak velké počty osob cestovat na velké – mnohdy

i mezikontinentální vzdálenosti, navíc bez dopravy by existence cestovního ruchu nebyla možná. (Vystoupil a Šauer, 2011).

Dále do těchto faktorů řadíme materiálně-technické předpoklady, které tvoří ubytovací a stravovací zařízení a zařízení poskytující doplňkové služby. (Vavrečková a Škrobálková, 2013)

### 2.3 Selektivní činitelé

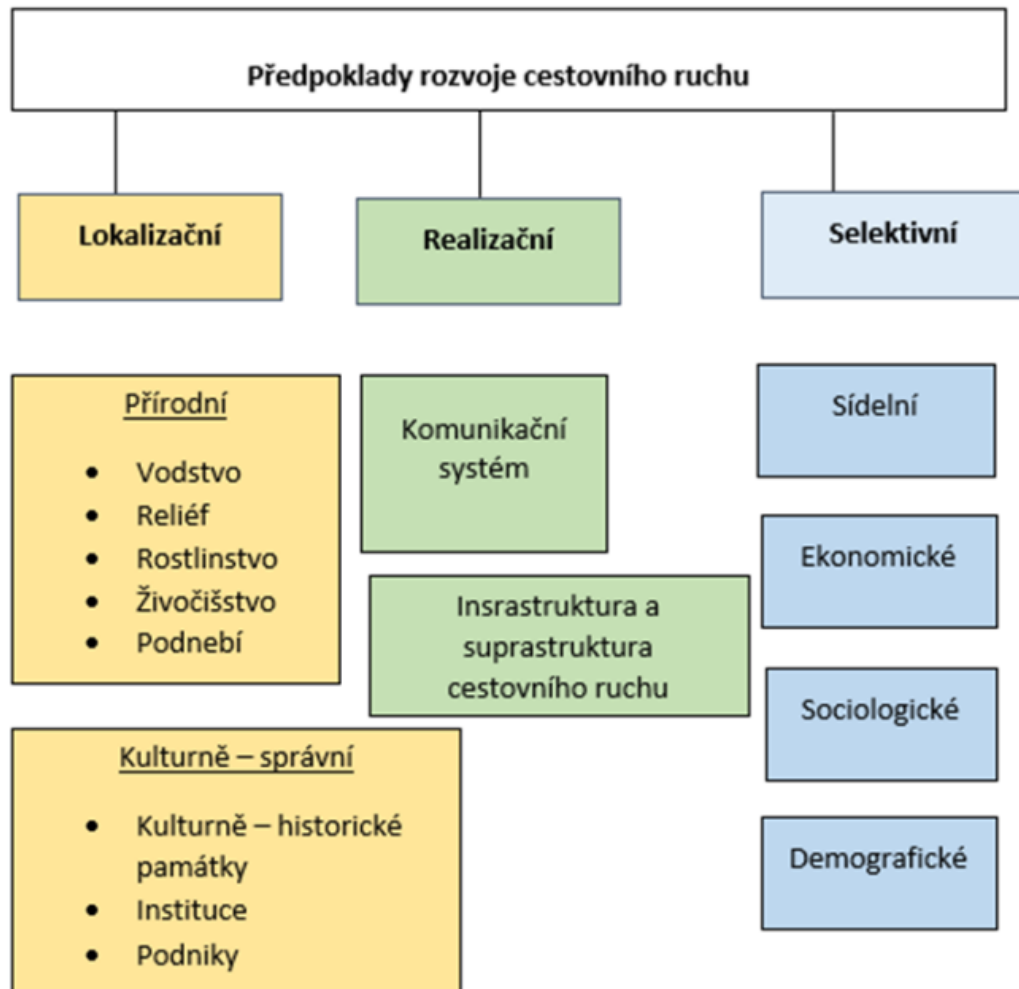
Selektivní, neboli stimulační faktory stimulují vznik rozvoje cestovního ruchu. Tyto faktory jinak řečeno určují, zda sem návštěvník vůbec přijede a pokud přijede, tak v jakém počtu a také to, zda v dané lokalitě cestovní ruch může vůbec existovat. Do těchto faktorů řadíme například úroveň řízení destinace, úroveň spolupráce mezi jednotlivými subjekty, veřejná podpora cestovního ruchu, příjmová situace potenciálních hostů – v tomto případě se jedná o objektivní stimulační faktory. Do objektivních stimulačních faktorů řadíme:

- **Politické faktory** – aktuální politická situace (stabilita/nestabilita), riziko terorismu, války, rasismus a bezpečnostní situaci. (Vavrečková a Škrobálková, 2013)
- **Ekonomické faktory** – směnitelnost měny, výše reálných mezd, volné disponibilní peníze lidí, ukazatel podílu služeb cestovního ruchu na tvorbě HDP, výše výdajů obyvatelstva na služby spojené s turistikou, podíl pasivního cestovního ruchu, výše devizových příjmů z aktivního cestovního ruchu apod. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011)
- **Demografické skutečnosti** – Patří sem neustálý nárůst populace, počty obyvatel, hustota osídlení a biodiverzita. Velmi významným globálním demografickým trendem v současné době je stárnutí populace. (Palatková a Zichová, 2011)
- **Administrativní podmínky** – Do těchto předpisů řadíme předpisy, zákony, vyhlášky apod.

Dalšími faktory jsou faktory psychologické, marketingové, hodnocení postavení v konkurenci, schopnost naplnit očekávání cílových skupin apod. V tomto případě se řadí do subjektivních stimulačních faktorů. Subjektivní stimulační faktory souvisí s chováním spotře-

bitele, které je ovlivňováno čtyřmi psychologickými faktory a to jsou: motivace, učení, postoj a vnímání. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011)

Obrázek 1 – Předpoklady rozvoje cestovního ruchu



Zdroj: Plesník, 2010, s. 8

### 3 VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH A JEHO FORMY A DRUHY

Tato kapitola se zabývá venkovským cestovním ruchem, který je klíčový pro celou tuto práci a pro vytvoření nového produktu cestovního ruchu s tímto zaměřením. Proto je v této kapitole dopodrobna vymezena jeho definice, formy a druhy a dále také význam venkovského cestovního ruchu, jeho principy, příčiny jeho rozvoje a také služby, které jsou pro venkovský cestovní ruch, stejně jako pro ostatní druhy cestovního ruchu velmi důležité, tedy služby stravovací, ubytovací, dopravní a doplňkové.

Venkovský cestovní ruch se dá také označit jako venkovská turistika, nebo venkovský turismus a má mnoho podob, které jsou uváděny jako sub-produkty. Venkovský cestovní ruch zahrnuje všechny činnosti, které se odehrávají v prostředí venkova (Janotová, 2011).

Dále je venkovský cestovní ruch spojen s rekreačními aktivitami na venkově například procházkami, pěší turistikou, projížděkami na kole, na koni, pozorování a péče o domácí zvířata a konzumace potravin vlastní výroby s ubytováním. Ubytování je pak zaměřeno na pobyty v soukromí nebo v menších hromadných ubytovacích zařízeních (Zelenka a Pásková, 2012)

#### **Mezi nejtypičtější formy venkovského cestovního ruchu řadíme:**

- **Vesnický turismus-** je zaměřen na pobyt v přírodě a na pobyty ve vesnických osídleních. Náplní pobytu je rekreace spojená s poznáváním venkovského prostředí a jeho atraktivit (rybníky, jezera, louky). Dále je tento pobyt spojený s řemesly, nebo folklórem (Sysel a Zurynek, 2009)

K ubytování jsou využívána komerční ubytovací zařízení, jako jsou hotely, penziony, selská stavení, rekreační chalupy, chaty, sruby i ubytování v soukromí. (Janotová, 2011)

- **Agroturismus-** Agroturismus je založen na trendu návratu do přírody a aktivní formě odpočinku. S agroturistikou jsou spojeny netradiční zážitky a poznávání života a prací na zemědělském hospodářství, poznávání řemesel a tradic a příprava gastronomických specialit. (Hesková, 2006)

Dále je s agroturistikou spojena účast na zemědělských a domácích pracích v aktivní, nebo pasivní podobě. (Sysel a Zurynek, 2009)

- **Hipoturistika** – Jedná se o mladá odvětví cestovního ruchu. Hipoturistika je trávení času na hřbetu koně spojená s pobytem v přírodě a patří sem i takzvaná hipoterapie, které pozitivně působí na nervový systém a je velmi vhodná pro osoby s tělesným postižením. Dále do hipoturistiky řadíme para jezdectví, které je určeno zdravotně handicapovaným osobám. (Syravátková, 2013)
- **Ekoagroturismus**- Zahrnuje pobyt na ekologicky hospodařících farmách produkujících bioprodukty bez hnojiv, pesticidů a herbicidů. Tyto farmy jsou umístěny ve zdravotně příznivém životním prostředí. Znakem této specifické formy agroturistiky je nejen spojení s farmářskou rodinou a účastí na zemědělských pracích, ale i konzumace produktů jejich ekologického zemědělství. (Janotová, 2011)
- **Chataření a chalupaření**- Jde o vícedenní pobyt ve venkovském prostředí, který je spojený s rekreačními aktivitami. V České republice má chataření a chalupaření dlouholetou tradici a k jeho rozvoji došlo především v době budování socialismu kvůli ztíženým možnostem cestovat a také útěku z panelových domů a vlastnictví chalup a chat byly v té době prestižní záležitosti. (Syravátková, 2013)
- **Venkovský turismus**- Zahrnuje dovolenou v přírodě, pěší turistiku, cykloturistiku, horolezectví a jezdectví na koni, sportovní turistiku, myslivost, rybaření a další činnosti provozované v klidném venkovském prostředí. (Janotová, 2011)
- **Cykloturistika** – Jedná se o aktivní druh cestovního ruchu spojené s poznáváním přírodních a kulturně-historických atraktivit dané lokality na kole, které je upravené na trekingové nebo horské kolo. (Houška, 2014)

### 3.1 Význam venkovského cestovního ruchu

Venkovský cestovní ruch má významný přínos pro zemědělce a rezidenty, kteří touto formou venkovského cestovního ruchu získávají doplňkové příjmy a zlepšují tím svou ekonomickou a sociální situaci, která navíc napomáhá k ekonomické stabilizaci venkova. Poskytovatelé těchto služeb navíc chápou individuální potřeby a aktivity hostů a poskytují jim kompletní, ale i doplňkové služby, které jsou na velmi vysoké úrovni. Návštěvníci poznávají tradice, řemesla a způsoby provádění zemědělských prací a péči o zvířata v místě navštívené lokality. (Lacina, 2010)

### 3.2 Přínosy a rizika venkovského cestovního ruchu

Stejně jako u ostatních druhů cestovního ruchu, má i venkovský cestovní ruch své přínosy. Venkovský cestovní ruch je považován za podpůrný prvek hospodářského a sociálního rozvoje, protože vychází z kulturního dědictví a přírodního prostředí. (Šimková, 2013)

Jedná se tedy o přínosy v oblasti zachování a rozvoje venkovského prostoru, tradic, řemesel a zvyků. Dále přispívá k vytváření mnoha nových pracovních příležitostí a snižuje odchody obyvatel z venkova do měst. Dalším přínosem je rozvoj infrastruktury v daném místě. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011)

Za rizika spojené s rozvojem venkovského cestovního ruchu lze považovat například ekologické škody způsobené návštěvníky - znečištění půdy, vody a ovzduší, ničení fauny a fauny poškození historických objektů, rizika spojená s likvidací odpadu, sociálně-kulturní změny v regionu, změny životního stylu a podobně. (Šimková, 2013)

### 3.3 Příčiny rozvoje venkovského cestovního ruchu

Aktuální a hlavní příčinou rozvoje venkovského cestovního ruchu včetně agroturistiky je celosvětový trend návratu k přírodě a harmonické soužití s ní. Stále více obyvatel z ruchu velkoměsta a přetechnizovaného světa hledá klid na venkově, který je spojen s bezprostředním stykem s přírodou a poklidným venkovským stylem života. (Pourová, 2010)

Rozvoj tohoto druhu cestovního ruchu je také zapříčiněn urbanizací a rychlým životním stylem života a tyto faktory čím dál více táhnou obyvatele měst k návratu do přírody. (Gúčik, 2010)

Dále tato rostoucí přitažlivost a rozvoj venkovského cestovního ruchu tkví v některých aspektech skutečného nebo fabulovaného venkovského způsobu života, například klidná, tichá a rozsáhlá krajina, čistý vzduch, pracovní aktivity a zvyky, folklór, rozmanité stromy a zvířata, které jsou pravým opakem již zmíněného rychlého životního tempa. (Vystoupil a Šauer, 2011)

### 3.4 Služby venkovského cestovního ruchu

Služby slouží k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, které jsou různorodé a uspokojují dvě skupiny potřeb. Za prvé jde o primární- cílené potřeby účastníků cestovního ruchu (například potřeba sportovního vyžití, poznávání kulturních a historických



atraktivit, odpočinek, zábava apod.), za druhé jsou to potřeby sekundární- realizační, které stimulují uspokojování cílových potřeb (např. dopravit se do rekreačního prostoru, potřeba výživy a ubytování apod.). Význam služeb cestovního ruchu roste, protože kromě každodenních existenčních potřeb účastník chce a musí uspokojit i své další potřeby, které jsou podmíněny rekreačními aktivitami (např. lyžování, plavání apod.)

### 3.4.1 Stravovací služby

Stravovací zařízení mají velký vliv na cestovní ruch jak ve městech, při hlavních komunikacích, tak i v centrech pěší turistiky. Podle funkcí se tyto zařízení rozdělují na:

- Zařízení se stravovací funkcí (restaurace, jídelny).
- Se společenskou funkcí (kavárny, vinárny).
- S funkcí doplňkového stravování (bufety, občerstvení). (Mirvald, 1996)

Kategorizace hostinských zařízení:

- Restaurace- Pro tuto kategorii hostinských zařízení je dominantní prodej pokrmů a nápojů s možností společenské zábavy. Řadíme sem samoobslužné restaurace (jídelny), rychlé občerstvení (bistra, hamburgerové restaurace), motoresty, stánky s občerstvením, rybami a hranolky a železniční jídelní vozy. (Petrů, 2007)
- Bary- do této kategorie patří bary, noční kluby, pivnice, vinárny, kavárny a espressa. Bary jsou dále členěny na grill bary, pizzerie, snack bary, lobby bary, noční bary, kluby, varieté a danciny, vinárny, espressa, hostince, pivnice a výčepy piva. (Orieška, 1996)

Účastník venkovského cestovního ruchu, ubytovaný v soukromí očekává, že mu stravování poskytne přímo poskytovatel ubytování. V případě vesnické turistiky je velmi časté, že jsou nabízeny produkty vlastní výroby, nebo jiných místních producentů tak, aby tento sortiment byl zajímavý (například mléčné produkty vlastní výroby, vlastní plody ovoce a zeleniny, vína nebo destiláty.) Dalším případem může být i vlastní kuchyňka, kde si účastník bude moci uvařit sám podle vlastní chuti. (Janotová, 2011)

### 3.4.2 Ubytovací služby

Úroveň ubytovacích služeb je dána kvalitou ubytování a počtem lůžek. Tyto zařízení lze rozdělit na pevná hromadná ubytovací zařízení (hotely, motely, botely, autokempinky, ubytovací hostince, turistické ubytovny, chatové osady) a na pohyblivá ubytovací zařízení (lůžkové železniční vozy, rotely, lodě a automobilové přívěsy). (Mirvald, 1996)

Kategorizace ubytovacích zařízení:

Při kategorizaci jsou určovány druhy ubytovacích zařízení a tyto druhy jsou označovány třídami, které stanovují minimální požadavky na úroveň, vybavení a rozsah služeb spojených s ubytováním, tyto třídy jsou označovány hvězdičkami. Ubytovací zařízení je děleno na hromadné ubytování a individuální ubytování.

#### 1. Hromadné ubytování

- Hotel – Je nejrozšířenější kategorií ubytovacích zařízení. Jedná se o ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, které je vybavené pro přechodné ubytování a nabízí služby s ním spojené jako je recepce, stravování, úklid a podobně. Hotely můžeme dělit na lázeňské, butik, baby, tranzitní hotel, wellness, resor, golf resort, hotl garni, apartmánový hotel, boarding house, motel, botel. (Beránek, 2013)
- Penzion - menší ubytovací zařízení v klidnějším a útulnějším prostředí s omezenějším rozsahem a nižší úrovní společenských a doplňkových služeb. (Hladká, 1997)
- Kemp – Jedná se o ubytování ve vlastním zařízení hostů (stan, přívěs), nebo v objektu provozovatele (chatka, bungalov).
- Chatová osada – Jedná se o ubytování v chatkách, srubech a bungalovech. (Beránek, 2013)
- Turistická ubytovna – Jedná se o jednodušší ubytovací zařízení pro přechodné ubytování hostů. (Hladká, 1997)

## 2. Individuální zařízení

Individuální zařízení je prostorem, který je ve vlastnictví, nebo užívání občana a jedná se o prostor, který je poskytován celý, nebo z části a toto zařízení je poskytováno a vybaveno pro účely přechodného ubytování za úhradu včetně navazujících služeb. (Orieška, 1996)

- Vlastní příbytek – rekreační chaty, chalupy a domy, které využívají členové domácnosti.
- Pronajímané pokoje v rodinných domech – tráví pobyt s rodinou, která v tomto domě bydlí a platí jí pronájem.
- Bydlení pronajaté od soukromníků, nebo jejich prostřednictvím – apartmá, vily a podobně, které jsou s celým svým vybavením pronajímány pro turistické ubytování.
- Ubytování, které je zajišťováno příbuznými a přáteli – jedná se o bezplatné užívání tohoto objektu.
- Jiné typy individuálního ubytování – plavidla a podobně. (Petrů, 2007)

Ubytovací služby v případě vesnické turistiky a agroturistiky mohou mít nejrůznější formy a to jak ubytování v soukromí, tak i ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních, ale v případě agroturistiky se jedná spíše o ubytování v soukromí., kdy se jedná o menší ubytovací zařízení do 50 lůžek a v případě ubytování na farmě se jedná pouze o maximálně 12 lůžek. (Janotová, 2011)

### 3.4.3 Dopravní služby

Dopravní služby jsou pro venkovský ruch velmi významné, stejně jako služby ubytovací a stravovací, doprava, která působí ve venkovském cestovním ruchu je následující:

- **Železniční doprava-** Tento druh přepravy zajišťuje pravidelné i nepravidelné přepravy. Do pravidelných patří přeprava veřejnosti a k nepravidelné pak jízda rekreačními vlaky, parní vlaky a nostalgické vlaky. Vlaky dělíme podle kategorií na osobní, rychlíky, InterCity (IC) EuroCity (EC), dále pendolina která dokáže jet rychlostí až 250 km/hodinu a rychlovlaky s rychlostí nad 500 km/hodinu. Tyto

rychlou vlaky se vyskytují pouze v zahraničí například ve Francii – TGV, nebo ve Španělsku – AVE. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011)

Mezi výhody železniční dopravy patří hromadnost, plynulost a bezpečnost. Mínusem tohoto druhu dopravy je cena, která je vyšší než u přepravy autobusové, na druhé straně je pohodlnější a komfortnější než cestování autobusem.

- **Silniční doprava-** - Jedná se o přepravu účastníků cestovního ruchu silničními dopravními prostředky po silnicích a ty jsou rozděleny na dálnice a silnice první, druhé a třetí třídy. Předností tohoto typu dopravy je rychlost a nevýhodou malá kapacita. Silniční doprava se uskutečňuje dvěma formami a to autobusovou dopravou a individuální mototuristikou. (Hladká, 1997)
- **Vodní doprava-** tento typ dopravy dělíme na námořní a říční dopravu. Můžeme sem zařadit také raftování, vory a další plavidla, která účastníci cestovního ruchu využívají. (Petrů, 2007)

#### 3.4.4 Doplnkové služby

Doplnkové služby se dělí na dvě skupiny. V první skupině jde o služby, které jsou poskytovány nejen účastníkům cestovního ruchu, ale také místnímu obyvatelstvu. (Janotová, 2011) V první skupině služeb se jedná například o peněžní ústavy, pojišťovny, pasové a celní orgány. (Orieška, 2010)

Do druhé skupiny těchto služeb řadíme ty služby, které převážně uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu. Jedná se například o lázeňské služby, sportovně-rekreační služby, nebo turistická informační centra a služby CK a CA. (Orieška, 2010)

## 4 ZÁJEZDOVÁ ČINNOST CESTOVNÍHO RUCHU

Třetí kapitola práce je zaměřena na zájezdovou činnost, v této kapitole bude definován zájezd, dále jeho dělení z různých hledisek, technika tvorby zájezdů a trasování. Dále se kapitola zabývá sestavováním programu zájezdu, zajištění jeho služeb a v neposlední řadě také kalkulací ceny zájezdu, která je velmi důležitá pro sestavení nového produktu cestovního ruchu.

### 4.1 Definice zájezdu

Nejprve je nutné definovat si pojem zájezd. Zájezd je organizovaná účast skupiny osob na cestovním ruchu po určité trase, podle předem sestaveného programu, který má poznávací, vzdělávací, rekreační nebo jiný cíl. (Schwartzhoffová, 2013)

Zájezd je podle zákona č. 159/1999Sb, o některých podmínkách v podnikání v cestovním ruchu předem sestavená kombinace alespoň dvou služeb dopravních, ubytovacích a jiných služeb cestovního ruchu, které nejsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část zájezdu, nebo jejich cena tvoří alespoň 20 % souhrnné ceny zájezdu. (Beránek, 2013)

### 4.2 Dělení zájezdů

- **Z geografického hlediska**
  - Domácí zájezdy – zájezdy na území České republiky.
  - Zahraniční zájezdy – jsou součástí pasivního (výjezdového) cestovního ruchu. (Orieška 2010)
- **Podle délky trvání**
  - krátkodobé (do 3 dnů)
  - dlouhodobé (nad 3 dny) (Schwartzhoffová, 2013)
- **Podle druhu přepravy**
  - vlakové zájezdy
  - autokarové zájezdy
  - letecké zájezdy
  - lodní zájezdy
  - zájezdy vlastními dopravními prostředky (Kunešová a Farková, 2004)

- **Z hlediska tematické náplně**
- Kulturně poznávací zájezdy – Kulturně poznávací zájezdy jsou zaměřené na aktivní poznávání atraktivních míst a oblastí cestovního ruchu. Jedná se o tzv. doprovázený zájezd, kdy se vše řídí podle předem stanoveného časového i prostorového plánu a skupiny účastníků jsou zde doprovázeny průvodcem. (Drobná a Morávková, 2010)
- Rekreační zájezdy – Při tomto typu zájezdu se jedná o aktivní odpočinek spojený s načerpáním nových psychických a duševních sil v pěkném prostředí. (Kunešová a Farková, 2004)
- Sportovní a turistické zájezdy – Zájezd spojen se sportem nebo turistikou – vodní turistiku, horolezectví, golf, tenis. Dále sem řadíme také zájezdy diváků na různé sportovní akce (olympiády, mistrovství). (Orieška, 2010)

Dále sem patří zájezdy na veletrhy a výstavy, zájezdy za incentivní turistikou, zájezdy zaměřené na kongresovou turistiku a podobně.

- **Z hlediska přípravy**
- standartní - připraveny předem, uvedeny v katalogu.
- forfaitové – připraveny na objednávku. (Schwartzhoffová, 2013)
- **Podle ročního období**
- zájezdy v letní sezóně – od poloviny června do poloviny září.
- zájezdy v zimní sezóně – od konce prosince do konce března.
- zájezdy v mimosezóně (Kunešová a Farková, 2004)

### 4.3 Technika tvorby zájezdů

Organizování zájezdu, tvoří tři části, které se navzájem prolínají a doplňují. Jedná se o:

1. Organizačně-technická stránka – patří sem trasování, sestavení programu a zajištění služeb.
2. Ekonomická stránka – sem patří náklady, účetnictví a ceny.
3. Právní stránka – zahrnuje záruční a všeobecné podmínky, které jsou aktuálně platné pro vztah zákazníka a cestovní kanceláře.

Východiskem pro tvorbu a zpracování zájezdu mohou být výsledky průzkumů trhu, podnikatelský záměr a další faktory. Zájezdy, které mají přesně určený termín, se zpracovávají

před publikací nabídky a ostatní balíčky služeb až po objednání zákazníkem. (Orieška, 2010)

#### 4.3.1 Trasování zájezdů

Trasování zájezdu obsahuje níže uvedené tyto údaje.

- Výchozí a cílové místo trasy. (Orieška, 2010)
- Jednotlivé vzdálenosti mezi těmito místy zájezdu a celkovou vzdálenost zájezdu. (Hladká, 1997)
- Charakteristiku trasy – přírodní a uměle vytvořené podmínky cestovního ruchu, které se vyskytují na trase i v místě pobytu. (Orieška, 2010)
- Informace o materiálně – technických podmínkách rozvoje cestovního ruchu – informace o ubytovací, stravovací, sportovní a technické vybavenosti. (Hladká, 1997)

Pro vybraný zájezd této práce nás bude nejvíce zajímat trasa autokarového zájezdu, která je díky dobře vybudované a velmi husté silniční síti dobře dostupná k jednotlivým místům cestovního ruchu.

Při zpracování autokarového zájezdu je velmi důležitý denní harmonogram zájezdu, ten se sestavuje podle vzdáleností, počtu objektů a zařízení, které mají účastníci navštívit. V časovém harmonogramu zájezdu je potřeba počítat s dobou návštěv jednotlivých objektů, s časem na zastávky, odpočinek, občerstvení a také s průměrnou hodinovou rychlostí dopravního prostředku. (Orieška, 2010)

U autokarového zájezdu je tedy velmi důležitý výběr silnic. Trasa zájezdu po dálnici je sice rychlá, ale pro účastníky zájezdu nezajímavá a nudná. Ostatní silnice mimo dálnice sice nepovolují vysokou rychlost, ale pro cestující je zajímavější. (Kunešová a Farková, 2004)

Do dalšího trasování řadíme i trasování vlakového zájezdu, leteckého zájezdu, lodního zájezdu, nebo kombinovaného zájezdu kdy používáme dva a více dopravních prostředků. Toto trasování ale vzhledem k náplni práce dále rozebírat nebudeme.

### 4.3.2 Sestavování programu

Při sestavování programu zájezdu v návaznosti na vypracovanou trasu zájezdu je nutné brát v potaz tematický směr zájezdu (neboli shodu programu s účelem zájezdu.) Sestavení programu zájezdu by mělo mít tyto náležitosti:

- Optimální dopravní trasu bez zbytečných přejezdů a plýtvání času účastníků (Ilina, 2006)
- Atraktivnost programu tak, aby byl zážitek účastníků zájezdu co nejlepší. (Orieška, 2010)
- Vyslyšení požadavků a přání turistů (například podle průzkumu trhu). (Ilina, 2006)
- Zpracování programu služeb, který poskytuje přehled o rozsahu a struktuře služeb, které je třeba zajistit od jednotlivých dodavatelů. Tento program služeb obsahuje informace o termínu zájezdu, počtu účastníků, trase, pobytovém místě, druhu dopravního prostředku a podobně. (Orieška, 2010)

Tento program služeb je podkladem pro sestavení kalkulace zájezdu a musí být s touto kalkulací v souladu. (Kunešová a Farková, 2004)

### 4.3.3 Zajištění služeb

Cestovní kancelář pro své zákazníky zabezpečuje služby prostřednictvím tuzemských, nebo zahraničních obchodních partnerů (dodavatelů), nebo zprostředkovatelů služeb. (Orieška, 2010)

Do zajišťovaných služeb řadíme služby dopravní, ubytovací, stravovací, transfery cestovní pojištění, průvodcovské služby, sportovní a kulturní služby, prodej cenin, prodej průvodců a brožur a směnářské služby. (Palatková a Mráčková, 2013)

Tyto zajišťované služby by měly být vždy kvalitní, protože v konečném důsledku se kontakt s turisty během celého zájezdu uskutečňuje právě na úrovni těchto poskytovaných služeb a jeho hodnocení zájezdu jako celku se taktéž odvíjí od těchto služeb. Je tedy nutné při výběru dodavatele těchto služeb přihlížet i k jeho pověsti, dále je nutné dodržet slíbenou úroveň a druh ubytovacích, dopravních a stravovacích služeb a odborný a pozorný přístup k sepisování smluvní dokumentace s těmito poskytovateli služeb. (Ilina, 2006)



**Při výběru dodavatelů těchto služeb vychází cestovní kancelář z následujících faktorů:**

- Solidnosti, stability, plnění smluvních závazků dodavatelů a také z vlastních zkušeností nebo z informací o těchto dodavatelích. (Kunešová a Farková, 2004)
- Průzkumu trhu, cílů zájezdu, struktury účastníků zájezdu a cenové nabídky služeb. (Orieška, 2010)
- Optimální cena není ta nejnižší, ale ta, která zajistí největší objem tržeb a přitahuje zákazníky. (Palatková a Mráčková, 2013)

#### **4.3.4 Kalkulace ceny zájezdu**

V kalkulaci zájezdů se využívá výsledná kalkulace a předběžná kalkulace. Výsledná kalkulace se sestavuje po uskutečnění zájezdu a poté se porovnává s kalkulací předběžnou. (Orieška, 2010)

V předběžné kalkulaci se stanovují náklady a cenu zájezdu ještě před jeho zařazením do nabídky cestovní kanceláře. (Kunešová a Farková, 2004)

Tato nabízená cena je poté uvedena v nabídkovém katalogu a za tuto částku se podává zákazníkům. (Orieška, 2010)

Pro kalkulaci zájezdů, je podstatné rozlišit náklady přímé a nepřímé.

##### **Nepřímé náklady**

- Tyto náklady je nutné uhradit i tehdy, pokud se nějaká místa v zájezdu neobsadí. (Orieška, 2010)
- Jsou to tzv. nepřímé náklady, tedy společné náklady a rozpočítávají se na jednoho účastníka. (Kunešová a Farková, 2004)
- Tyto náklady jsou společnými náklady na zájezd bez ohledu na skutečný počet účastníků. (Orieška, 2010)
- Patří sem náklady na dopravu, náklady na průvodce, náklady na akce za pevné ceny a také kurzové riziko. (Kunešová a Farková, 2004)

Náklady na dopravu u autokarového zájezdu tvoří kalkulace nákladů vycházejících z počtu ujetých kilometrů, přístavných kilometrů (z garáže a zpět), nákladů na objížďky (5% z celkově ujetých kilometrů) a také čekací doby, které se u vícedenních zájezdů nepočítají od 6:00 hodin do 18:00 hodin, pokud se v tuto dobu autokar nevyužívá. Důležitá je zde sazba

za jeden ujetý kilometr a sazba za čekací dobu. Tyto sazby jsou předmětem smluvních cen mezi dopravcem a cestovní kanceláří. Do kalkulace nákladů řadíme také náklady na stravu a ubytování řidiče autokaru. (Kunešová a Farková, 2004)

Do nepřímých nákladů také patří náklady na průvodce, obvykle dle sazebníku cestovní kanceláře v závislosti na počtu hodin, nebo pobytových dní. U průvodců s živnostenským listem je nutné zvýšit sjednanou cenu o DPH (protože jsou neplátcí DPH). (Němčanský, 2001)

Pokud mají účastníci zájezdu zajištěnou stravu ve formě plné penze, má i průvodce nárok na plnou penzi ve stejném rozsahu. Není-li strava v rámci zájezdu zajištěna plnou, nebo jinou penzí, má průvodce nárok na stravné, v rámci cestovních náhrad. Dále zde řadíme i náklady na ubytování průvodce. (Kunešová a Farková, 2004)

Výše těchto cestovních náhrad je uvedena v Zákoníku práce § 163 stravné a zobrazuje jej tabulka 1.

Tabulka 1 – Výše cestovních náhrad

Doba pracovní cesty	Výše stravného za 1 kalendářní den
5 – 12 hodin	70,- Kč
12 – 18 hodin	106,- Kč
Déle než 18 hodin	166,- Kč

Zdroj: Zákoník práce

Dále do nepřímých nákladů na jednoho účastníka řadíme poplatky za užití silnic, poplatky za parkování, a také sem řadíme daň z přidané hodnoty.

### **Přímé náklady na jednoho účastníka**

Jedná se o náklady, které můžeme stanovit přímo na jednoho účastníka zájezdu. Jedná se o náklady na ubytování, stravování, vstupné, pojištění a podobně. (Drobná a Morávková, 2010)

V případě, že se účastník zájezdu nezúčastní, je možné tyto náklady reklamovat, nebo neuhrazovat. (Kunešová a Farková, 2004)

Do přímých nákladů také kalkulujeme přírážku cestovní kanceláře, neboli marži, která bývá vyjádřena v procentech. (Němčanský, 2001) Tato marže má cestovní kanceláři pokrýt její režijní náklady a náklady na povinné pojištění a kalkulovaný zisk. (Kunešová a Farková, 2004)

## 5 PRODUKT CESTOVNÍHO RUCHU

Produktem cestovního ruchu na trhu cestovního ruchu je všechno, co má schopnost uspokojovat potřeby zákazníků a tvořit komplexní soubor zážitků. (Hesková, 2006)

Produkt cestovního ruchu může dosahovat různé úrovně komplexnosti od poskytnutí, či zprostředkování jednotlivé služby (například dopravy), přes komplex služeb (zájezd) až po destinaci jako ucelenou nabídku atraktivit, služeb a zážitků. (Zelenka, 2010)

Sestavení produktu cestovního ruchu probíhá pomocí paketování (packaging), což je proces konkrétního sestavování vzájemně se doplňujících služeb do ucelené nabídky, která je zákazníkovi prodávána za jednotnou cenu. (Palatková a Mráčková, 2013)

### **Z hlediska tvorby produktu v cestovním ruchu rozlišujeme tři úrovně:**

**1. Jádru produktu-** Jedná se o základní produkt, který je to, co zákazník skutečně kupuje. (Horner a Swarbrooke, 2003)

**2. Očekávaný produkt** - Je to produkt, se kterým se ve skutečnosti zákazník setká a kterým se producent této služby odlišuje od konkurentů. Mezi takové odlišnosti můžeme zařadit například značku, kvalitu. V tomto případě se jedná o skutečný produkt, který vyplývá z očekávání hostů. (Hesková, 2006)

**3. Rozšířený produkt** – Tato úroveň vypovídá o tom, jakým způsobem zákazník tuto službu obdrží. Cílem je překonat zákazníkovo očekávání například prostřednictvím kvality, atmosféry. Tato úroveň je klíčová v diferenciaci od konkurence. (Vajčnerová a Rygllová, 2017)

### **Produkt cestovního ruchu můžeme dále diferencovat na produkt:**

- produkt podnikový - produkt producenta, zprostředkovatele
- produkt cílového místa - regionu, střediska
- produkt státu
- nadnárodní produkt

Pro všechny tyto typy produktů je nezbytné, aby jejich tvorba byla založena na analýze trhu, tedy vhodné segmentaci účastníků cestovního ruchu. (Hesková, 2006)

## 5.1 Tvorba produktu CR

Produkt cestovního ruchu je většinou kombinací několika hlavních součástí, které tvoří služby ubytovací, stravovací, dopravní, dále služby touroperátorů a agentů, služby organizační destinačního marketingu. (Palatková a Mráčková, 2013)

Z pohledu zákazníka je tedy produkt cestovního ruchu vždy souborem (balíkem) individuálních služeb spojených jako články řetězu. (Orieška, 2007)

Každý zákazník má své specifické očekávání a potřeby a předpokládá, že dostane dobré služby jako protihodnotu za cenu, kterou zaplatil. Je ale téměř nemožné vyhnout se příležitostné chybě- nedostatku v řetězu služby. Je nutné si pamatovat, že zákazníci tvoří jak goodwill podniku a cílového místa, ale i šíření zlého jména, které pro nás může znamenat ztrátu tohoto zákazníka. (Gúčik, 2010)

## 5.2 Proces tvorby produktu

Produkt je sestavován v závislosti na typu turismu buď samotným účastníkem, nebo zprostředkovatelem. (Palatková a Zichová, 2011)

Pro sestavení procesu tvorby produktu jsou klíčové takzvané podprocesy. Do těchto podprocesů patří:

**1. Plánování produktu** - Toto plánování se liší podle toho, zda se jedná o pasivní, domácí, nebo aktivní turismus. Patří sem sestavení programové náplně, trasování zájezdu, časový harmonogram zájezdu, sestavení služebního programu a kalkulace. (Palatková, 2013)

**2. Výběr dodavatelů** – Vychází z průzkumu nabídky a snaží se najít optimálního dodavatele stravovacích, ubytovacích, nebo dopravních služeb. (Kunešová a Farková, 2004)

**3. Kompletace služeb s ohledem na předchozí segmentaci trhu** - Důležitou úlohou product managera, který se touto kompletací zabývá, je rozhodnutí, které služby zařadí do balíčku a jaké služby zařadí do nabídky za příplatek jako volitelné. Součástí této kompletace služeb je cenová kalkulace a jejich srovnání s cenami konkurence. (Palatková, 2013)

**4. Uzavření smluv s dodavateli** - Při placení dodavatelům služeb vycházíme z předem uzavřených smluv. (Kunešová a Farková, 2004)

### 5.3 Produkt cestovní kanceláře

Standartním produktem cestovních kanceláří je zájezd nebo pobyt, který bývá většinou nabízen v katalogu zájezdů, nebo na internetu s fixní cenou a zahrnuje alespoň dvě z těchto služeb: ubytování, stravování, služby na místě – transfery, výlety, služby delegáta nebo průvodce cestovní kanceláře. (Sysel a Zurynek, 2009)

#### **Standartní produkty cestovních kanceláří můžeme rozdělit na produkty:**

- Standartní produkty CK – výjezdový a domácí cestovní ruch.
- Standartní produkty CK – příjezdový cestovní ruch.
- Produkty kongresového a incentivního cestovního ruchu a CK.
- Specifické produkty CK. (Sysel a Zurynek, 2009)  
Tyto produkty se tvoří na základě poptávky. (Gúčík, 2010)
- Forfaitové produkty CK (Sysel a Zurynek, 2009)  
Tyto produkty se tvoří na základě přání zákazníků. (Gúčík, 2010)

#### **Mezi další poskytované služby (produkty) CK patří například:**

- Peněžní a směnárenské služby. (Schwartzhoffová, 2013)
- Rezervování míst v dopravních prostředcích. (Gúčík, 2010).
- Prodej dopravních cenin. (Sysel a Zurynek, 2009)
- Cestovní pojištění. (Schwartzhoffová, 2013)
- Informační a poradenské služby. (Gúčík, 2010)
- Vízové služby. (Sysel a Zurynek, 2009)
- Lázeňské služby. (Schwartzhoffová, 2013)

## 6 ANALYTICKÉ METODY

V této kapitole budou objasněny analytické metody, které jsou použity v této práci. Nejprve se jedná o marketingový výzkum a následuje SWOT analýza.

### 6.1 Marketingový výzkum

Marketingový výzkum je spojením firmy, která poskytuje služby, s trhem prostřednictvím informací. Tyto informace jsou systematicky získávané, analyzované a jejich použití slouží k marketingovým činnostem firmy i k řízení firmy jako celku. (Janečková, 2000)

Marketingový výzkum tedy umožňuje organizaci zhodnotit její současnou výkonnost, dále rozpoznat její příležitosti a rozvíjet produkty a komunikaci, která pomůže využít zjištěné příležitosti. Jde tedy o zlepšování efektivity marketingu organizace. (Horner a Swarbrooke, 2003)

**Podle různých hledisek lze marketingový výzkum rozdělit podle:**

- **Podle metody získávání informací**
  - Primární výzkum – Takzvaný výzkum v terénu, kdy jsou informace a názory získávané prostřednictvím přímého kontaktu s respondenty (řízené rozhovory, společné vyplňování dotazníků, kontakt přes různá média – e-mail, dotazník na webu). (Zelenka, 2010)
  - Sekundární výzkum – Jedná se o interpretaci údajů, které již byly získány dříve a jsou dostupné dané organizaci. Patří sem například údaje publikované státními orgány, nebo turistickými informačními kanceláři, záznamy o návštěvnících a podobně. (Horner a Swarbrooke, 2003)
- **Podle časového hlediska**
  - Výzkum orientovaný na minulost (analýza dopadu reklamní kampaně).
  - Výzkum orientovaný na současnost (aktuální segmentace zákazníků).
  - Modelování a projekce do budoucna. (Zelenka, 2010)
- **Podle zaměření a výstupů**
  - Kvalitativní výzkum – Zaměřuje se na dojmy, názory a postoje zákazníků. (Návštěvy výstav a veletrhů, skupinové diskuse nebo individuální pohovory s cílovými zákazníky. (Horner a Swarbrooke, 2003)
  - Kvantitativní výzkum – Zaměřuje se na fakta a čísla – například souhrn otázek cílových respondentů. (Horner a Swarbrooke, 2003)

**Při marketingovém výzkumu nás zajímají například následující otázky:**

Kolik turistů ročně navštíví danou lokalitu? Jaký je jejich cíl návštěvy a kdy tyto návštěvy uskutečňují? Odkud návštěvníci pochází? Kolik finančních prostředků zde utratí? Kdo tyto návštěvníci jsou – děti, dospělí, senioři? Co si o dané lokalitě myslí a jak ji srovnávají s konkurenční lokalitou a plánují se sem vrátit? (Horner a Swarbooke, 2003)

**Cíle marketingového výzkumu jsou následující:**

Vytvoření vhodné segmentace zákazníků a zajištění jejich spokojenosti, analýza aktivit podnikatelského subjektu v uplynulém období a analýza globálních, národních a regionálních trendů. (Zelenka, 2010)

## 6.2 SWOT analýza

SWOT analýza vychází nejprve ze zkoumání vnějšího (externího) prostředí, které leží mimo kontrolu firmy a působí na ni nekontrolovatelnými vlivy a faktory. Tato oblast zahrnuje ekonomické, politické, legislativní, demografické, kulturní, sociální, technologické a ekologické prostředí. Dále se SWOT analýza zabývá zkoumáním vnitřního (interního) prostředí firmy, které tvoří tržní prostředí trhu firmy, její zákazníci, konkurence a dodavatelé. (Janečková, 2000)

SWOT analýza je tedy komplexní metodu kvalitativního vyhodnocování veškerých důležitých stránek firmy a je silným nástrojem pro celkovou analýzu těchto vnitřních a vnějších činitelů, které jsou rozděleny do 4 základních skupin viz. obrázek 2.

**S** - strengths – neboli silné stránky ve vnitřním prostředí organizace.

**W** - weakness – neboli slabé stránky ve vnitřním prostředí organizace.

**O** - opportunities – neboli příležitosti ve vnějším prostředí organizace..

**T** - threats – neboli hrozby ve vnějším prostředí firmy. (Křížek a Neufus, 2014)

SWOT analýza vychází z předpokladu, že organizace dosáhne strategického úspěchu maximalizací předností a příležitostí a minimalizací hrozeb, nebo změnou slabých stránek na silné stránky, nebo změnou hrozeb na příležitosti. Některé faktory ale mohou být zařazeny do dvou různých kategorií SWOT analýzy (například globální konkurence je pro firmu zároveň příležitostí, ale i hrozbou). (Zelenka, 2010)

Obrázek 2 - SWOT analýza

	<b>S – silné stránky</b>	<b>W – slabé stránky</b>
<b>O – příležitosti</b>	Strategie SO	Strategie WO
<b>T – hrozby</b>	Strategie ST	Strategie WT

Zdroj: Křížek a Neufus, 2014, s. 98

Strategie SO – využití silných stránek k získání výhod

Strategie WO – překonání slabých stránek využitím příležitosti

Strategie SW – využití silných stránek a čelit hrozbám

Strategie WT – minimalizace nákladů a čelit hrozbám



## 7 SHRNU TÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

Cílem teoretické části bylo nejprve v první kapitole definovat pojem cestovní ruch pomocí odborné literatury Vystoupil a Šauer. Dále zde byly definovány typy účastníků cestovního ruchu pomocí literatury Hesková, Malá a Petřů. Typologie cestovního ruchu pak byla objasněna pomocí odborné literatury Janotová, Petřů, Beránek, Ryglová, Burian a Vajčnerová, Palatková a Zichová, dále Hladká, Hesková, Oriška, Vystoupil a Šauer, nebo Houška. S první kapitolou souvisí podkapitola objasňující udržitelný cestovní ruch, zde bylo využito literatury od Zelenky a Páskové, Houška, Newsome, Moore a Dowling, Gúčík, Pásková, nebo Závodná. V druhé kapitole byly dále definovány činitele rozvoje cestovního ruchu, pomocí odborné literatury, zejména autorů Vystoupil a Šauer, Ryglová, Burian a Vajčnerová, Vavrečková a Škrobálková, nebo Palatková a Zichová. Třetí kapitola pomocí autorů Janotová, Syrovátková, Šimková, Sysel a Zurynek, Hesková, nebo Zelenka a Pásková pomohla definovat hlavní téma této práce – venkovský cestovní ruch a jeho služby, u služeb venkovského cestovního ruchu bylo čerpáno zejména z odborné literatury autorů Mirvald a Oriška, nebo Ryglová, Burian a Vajčnerová. Čtvrtá kapitola teoretické části práce definuje zájezdovou činnost a s ní související aktivity jako je například trasování, zde byla využita literatura Kunešová a Farková, Beránek, Ilina, Schwartzhoffová, nebo Drobná a Morávková, Oriška a v neposlední řadě také Palatková a Mráčková. Předposlední kapitola teoretické části práce definuje produkt cestovního ruchu a jeho tvorbu s využitím literatury od Hesková, Gúčík a Palatková a Mráčková, nebo Vajčnerová a Ryglová. Oriška, nebo Zelenka. Poslední – šestá kapitola teoretické části práce je věnována analytickým metodám, zde je marketingový výzkum a SWOT analýza definována s využitím odborné literatury od autorů Palatková a Zichová, Palatková a Mráčková, Kunešová a Farková, Sysel a Zurynek. Gúčík, Schwartzhoffová, dále také autorka Janečková, Zelenka, Horner a Swarbrooke a pro grafické znázornění SWOT analýzy autoři Křížek a Neufus.

Teoretická část práce se skládá z 6 kapitol, sedmá kapitola pak interpretuje získané poznatky předešlých šesti kapitol.

První kapitola je zaměřena na definici cestovního ruchu, jeho typologii, druhy cestovního ruchu, formy cestovního ruchu a dále také na pozitivní a negativní vlivy cestovního ruchu a s nimi související udržitelný cestovní ruch.

Druhá kapitola práce se věnuje činitelům rozvoje a rozmístění cestovního ruchu, které rozděluje na 3 činitele – lokalizační, realizační a selektivní, které jsou v této kapitole všechny vysvětleny.

Třetí kapitola práce definuje venkovský cestovní ruch a jeho význam, přínosy a rizika. Dále jsou v této kapitole uvedeny jak přínosy venkovského cestovního ruchu, tak i jeho rizika. Část kapitoly také vysvětluje příčiny rozvoje venkovského cestovního ruchu a v neposlední řadě také definuje služby tohoto cestovního ruchu – služby dopravní, ubytovací a stravovací.

Čtvrtá kapitola práce definuje zájezdovou činnost – definici zájezdů a jejich dělení, dále se zájezdy související techniku jejich tvorby, trasování, sestavování programu, zajišťování služeb a kalkulaci těchto zájezdů.

Pátá kapitola práce definuje produkt cestovního ruchu a jeho tvorbu a proces tvorby. Dále je zde také definován produkt cestovní kanceláře, který je výsledkem tvorby produktu cestovního ruchu.

Poslední šestá kapitola teoretické části práce věnuje pozornost analytickým metodám, které jsou dále používány v části praktické. Jedná se o SWOT analýzu a marketingový výzkum.

Z teoretické části jsou pro venkovský cestovní ruch klíčové následující poznatky: Venkovský cestovní ruch je vícedenním pobytem spojeným s pobytem ve venkovském prostředí, který je spojený s aktivitami typickými pro venkov. Venkovský cestovní ruch má několik forem například agroturismus, který se specializuje na zemědělské hospodaření, které je spojeno s typickými řemesly a pracemi. Další formou venkovského cestovního ruchu je hipoturistika, kterou se rozumí jízda a péče o koně, další formou je ekoagroturistika, která je typická pobytem na ekologicky hospodařící farmě, která produkuje lokální produkty v bio kvalitě. Dále sem řadíme i chataření a chalupaření a do typických aktivit venkovského cestovního ruchu spadá pěší turistika, cykloturistika, horolezectví jezdeckví na koni, sportovní turistika, myslivost a rybaření. Venkovský cestovní ruch jako celek tedy spadá do aktivnější formy rekreačního cestovního ruchu, který je spojen s obnovou fyzických a psychických sil člověka. Typickým rysem venkovského cestovního ruchu je snaha k návratu k přírodě, jako důsledek rychlého životního stylu. Jedná se o formu cestovního ruchu spadající pod udržitelný cestovní ruch. Jde tedy o typ cestovního ruchu, který zabezpečuje zajištění současných a budoucích potřeb účastníků cestovního ruchu a přitom pomáhá rozvoji tohoto území díky šetrnému využívání přírodních a kulturních hodnot a vede

k dlouhodobé prosperitě dané oblasti. Přínosem venkovského cestovního ruchu je tedy zachování a rozvoj venkovského prostoru, zachování a šíření tradic, řemesel a zvyků. Typickými ubytovacími zařízeními pro tento typ cestovního ruchu jsou menší hotely, penziony, chaty nebo chatové osady, kempy a farmy (ekofarmy, biofarmy). V oblasti stravovacích služeb jsou pro tento typ cestovního ruchu typické ochutnávky lokálně pěstovaných produktů – ovoce, zeleniny, nebo produktů vlastní výroby – kozí sýr. Často jsou s těmito produkty také spojeny práce, které s nimi souvisejí – například práce na vinohradě, sběr ovoce a podobně. V oblasti dopravních služeb jsou pro tento typ cestovního ruchu využívány především dopravní prostředky měkkého cestovního ruchu – například autokary, nebo vlaková doprava, která přepravuje najednou větší množství osob a méně zatěžuje životní prostředí.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

Praktická část této práce se nejprve věnuje analýze sledované lokality Slovácka. Tyto analýzy jsou velmi důležité pro sestavení nového produktu, nejprve je tedy nutné analyzovat tento prostor z hlediska polohy, klimatických podmínek, vodstva, flóry a fauny a také dosavadní nabídku přírodních a kulturních atraktivit této oblasti, ze kterých pak bude vycházeno při samotné tvorbě nového produktu. Nejprve jsou tedy v této části analyzovány činitelé pro rozvoj cestovního ruchu – v této části práce jsou vymezeny základní údaje o regionu Slovácko – jeho poloha a vymezení pomocí 4 okresů, flóra a fauna, vodstvo a chráněné krajinné oblasti. Dále jsou zde definovány kulturní památky této oblasti, která zahrnuje například Jízdu Králů, nebo Strážnický modrotisk, dále řemesla, hody, fašanky. Dále je v této části práce analyzována dopravní, stravovací a ubytovací infrastruktura regionu Slovácko, ale také demografické a politické faktory, které tuto oblast ovlivňují. Další podkapitola se věnuje analýze konkurence – nejprve produktům venkovského cestovního ruchu, které již byly vytvořeny na území České republiky a dále analýzy cestovních kanceláří a agentur nabízející produkty se zaměřením na venkovský cestovní ruch. Další podkapitola praktické části měla být věnována dosavadní návštěvnosti regionu Slovácko – tyto informace bohužel nejsou k dispozici, k dispozici jsou pouze statistiky o počtu návštěvností hromadných ubytovacích zařízení v oblasti Slovácka z let 2012 – 2016. Dalšími dostupnými statistickými údaji jsou pak návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení podle jejich kategorizace z roku 2016 a v neposlední řadě statistické údaje o vývoji počtu a kapacitách ubytovacích zařízení, stanů a karavanů. Tyto údaje jsou sledovány za roky 2012 – 2016. Všechny tyto dostupné statistické údaje jsou nejprve srovnávány a následně i interpretovány. Další podkapitola analýz se věnuje marketingovému výzkumu prostřednictvím dotazníkového šetření, které má za cíl zjištění povědomí a zájmu o venkovský cestovní ruch v oblasti Slovácka – tento marketingový výzkum předcházet tvorbě samotného produktu a tento produkt byl vytvářen s ohledem na názory těchto respondentů. Toto dotazníkové šetření bylo distribuováno náhodným respondentům prostřednictvím sociální sítě Facebook, e-mailem a v tištěné podobě. Toto dotazníkové šetření je anonymním standardizovaným dotazníkem, který obsahuje 21 otázek. V další podkapitole analýz byla uplatněna druhá analytická metoda – konkrétně SWOT analýza, která byla aplikována na region Slovácko a uvádí zde tedy jeho silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Stejně jako marketingový výzkum, tak i SWOT analýza by měla předcházet tvorbě nového produktu – je nutno si uvědomit všechny tyto faktory, které mohou tuto lokalitu a i její výsledný produkt ovlivňovat. Další podkapitolou analýzy regionu Slovácka je analýza jeho dosavadní

nabídky v oblasti venkovského cestovního ruchu. Zde byly zařazeny ubytovací zařízení zaměřené na venkovský cestovní ruch a aktuální ceny jejich poskytovaných služeb. Dále jsou zde také zařazeny atraktivity, které tato lokalita nabízí – a to skanzeny (jejich výčet i aktuální ceny vstupného), dále objekty zaměřené na hipoturistiku (jejich výčet i aktuální ceny jejich poskytovaných služeb) a dále také přírodní atraktivity venkova Slovácka, kde byly zařazeny naučné stezky a moravské vinařské stezky. V této podkapitole je tedy vytvořen stručný přehled této dosavadní nabídky venkovského cestovního ruchu v regionu Slovácko. Poslední a také klíčová kapitola praktické části práce je věnována tvorbě nového produktu cestovního ruchu – zájezdu s tematikou venkovského cestovního ruchu v oblasti Slovácka. V první podkapitole je uveden proces tvorby tohoto produktu a jeho stručná charakteristika. Dále jsou zde již uvedeny základní informace o tomto zájezdu – počet osob, termín konání, typ dopravních, ubytovacích a stravovacích služeb a také segment, na který bude tento zájezd zacílen. Na tyto základní informace dále navazuje trasování zájezdu a jeho program, včetně kilometráže a doby trvání jednotlivých aktivit. Průměrné doby návštěv navštívených objektů byly od těchto poskytovatelů jednotlivě zjišťovány přes e-mailovou komunikaci pro co největší přesnost sestavení tohoto harmonogramu. Dále následuje popis atraktivit navštívených míst na trase tohoto zájezdu. Další podkapitola se pak zabývá kalkulací tohoto zájezdu – kalkulací stravy, kalkulací ubytování, kalkulací vstupů do objektů a kalkulací dopravy a průvodcovských služeb. Tyto náklady jsou pak rozděleny na přímé a nepřímé. Dále je tento produkt v další části práce podroben ekonomické analýze, která má prostřednictvím zjištěného výsledku hospodaření poukázat na ziskovost, nebo ztrátovost tohoto nově vytvořeného produktu. Dále je v této části zjišťována návratnost investic (ROI) tohoto nově vytvořeného produktu, která ukáže, zda se daný projekt vyplatí, nebo nevyplatí realizovat. Nakonec je tento produkt hodnocen z hlediska jeho přínosů a rizik.

## 8 ANALÝZY

V této části práce je analyzována oblast Slovácka. Tento rozbor se nejprve zabývá analýzou lokalizačních, realizační, selektivních činitelů pro rozvoj této oblasti, dále analýzou dosavadní nabídky venkovského cestovního ruchu v oblasti Slovácka, návštěvností ubytovacích zařízení Slovácka a dále také analýzou poptávky po venkovském cestovním ruchu v oblasti Slovácka pomocí dotazníkového šetření, při kterém bylo osloveno 100 respondentů.

### 8.1 Analýza lokalizačních, realizačních a selektivních činitelů Slovácka

Tato atraktivní lokalita má jako všechny ostatní oblasti má 3 druhy činitelů, které utváří podmínky pro cestovní ruch. Jedná se o činitele lokalizační, realizační a selektivní viz obrázek 1.

#### 8.1.1 Lokalizační činitelé

Do lokalizačních předpokladů řadíme polohu a územní vymezení dané lokality, její faunu a flóru, vodstvo, chráněné krajinné oblasti a také kulturní památky.

##### 8.1.1.1 Přírodní předpoklady

**Poloha Slovácka:** Slovácko leží na pomezí Moravy a Slovenska. Táhne se od Napajedel až k soutoku Moravy s Dyjí. Na východě tvoří jeho přirozenou hranici Bílé Karpaty, na jihu hranice s Rakouskem, na západě je hranicí lesnaté pohoří Chřiby a na severu zlínská vrchovina, kde Slovácko sousedí s Valašskem. Z národopisného hlediska se Slovácko rozděluje na Hornácko (horská oblast moravských Kopic v okolí Starého Hrozenkova), luhačovické Zálesí (tvoří přechod mezi Slováckem a Valašskem) a Dolňácko (nížinatá oblast v Pomoraví). Jižní část Slovácka tvoří národopisná oblast Podluží v nížinné krajině dolnomoravského úvalu. Krajem Slovácka protéká dolní tok Moravy. Východní část regionu tvoří zmíněné pohoří Bílé Karpaty, na jehož území byla vyhlášena CHKO Bílé Karpaty. Biosférická rezervace UNESCO v Bílých Karpatech je významná unikátní flórou, lze zde najít na sedm set rostlinných druhů, mezi nimiž vévodí vzácné orchideje - vstavače. Pohoří Chřiby má střední výšku 346,6 m, je nejvyšším a nejčlenitějším územím Středomoravských Karpat a táhne se téměř středem Moravy. Chřiby oddělují roviny Hané od jižních rovin Slovácka. (Turistická podoblast Bílé Karpaty a Slovácko, © 2007)

**Region Slovácko tvoří celkem 4 okresy:** okres Zlín, okres Uherské Hradiště, okres Hodonín, okres Břeclav. Podrobný výčet obcí a měst patřící do jednotlivých okresů viz příloha P I.

### **Flóra Slovácka**

Příroda Slovácka je velice pestrá. Nechybí v ní horské louky a lesy, vyprahlé vápencové skály ani rybníky a vlhké lužní lesy. Tři chráněná území - Bílé Karpaty, Pálava a Lednicko-valtický areál - byla pro své kvality zařazena na seznamy světové organizace UNESCO. Východní část Slovácka pokrývají Bílé Karpaty, pro něž jsou typické táhlé hřebeny, druhově bohaté louky se skupinami osamělých stromů a rázovité obce s výraznou lidovou architekturou. V okolí Strážnice, Mikulčic a Lanžhota dodnes přežily unikátní lužní lesy. Bukové lesy Chřibů a Ždánického lesa na severozápadě skrývají vzácné rostliny a živočichy. V blízkosti druhé významné řeky - Dyje - se na jižním okraji Slovácka nacházejí dvě pozoruhodná území: Pálava a Lednicko-valtický areál. Pálava poskytuje domov teplomilné květeně a živočichům obývajícím vápencové skály, stepi a lesostepi. Lednicko-valtický areál je milovníkům přírody znám hlavně díky soustavě Lednických rybníků, které představují mezinárodně významnou ornitologickou lokalitu. ([www.slovacko.cz](http://www.slovacko.cz))

### **Fauna Slovácka**

Z fauny se v této lokalitě vyskytují cenná společenství lučních, stepních, lesostepních a lesních druhů. Na slunných bělokarpatských loukách s pestrout vegetací žijí různé druhy střevlíků, tesařík obrovský, kudlanka nábožná, různé druhy sekáčů, cikáda chlumní, cvrček polní, různé druhy motýlů – perleťovec dvouřadý, pestrokřídlec podražcový, žluťásek jižní, modrásek jetelový a mnoho dalších. (David, Dobrovolná a Soukup, 2005)

V lužních krajinách se kromě desítek druhů vodních ptáků vyskytují také bobři a vydry. Nad Novomlýnskými nádržemi se pak vyskytují mořští orli, nebo husy. ([www.slovacko.cz](http://www.slovacko.cz))

Dále se zde z ptáků vyskytuje křepelka polní, žlutava hajní, krutihlav obecný, strnad luční, čáp černý, potápka malá, husa velká, rákosník velký, ostříž lesní. (David, Dobrovolná a Soukup, 2005)

Úživné vody Nových Mlýnů, Dyje, jezer u Ostrožské Nové Vsi nebo nádrže u Ordějova jsou bohaté na sumce, amury, kapry nebo štiky. ([www.slovacko.cz](http://www.slovacko.cz))

Z plazů pak v tomto regionu vyskytuje ropucha obecná, kuňka žlutobřichá, mlok skvrnitý a podobně.



Na lokalitách vátých písků se pak daří hmyzu, jako střevlíkovi, pačmelákům, sarančatům, kobyilkám a kudlankám. (David, Dobrovolná a Soukup, 2005)

### **Vodstvo Slovácka**

Nejvýznamnějším tokem Slovácka je řeka Morava, která tvoří osu celého tohoto regionu. Do vodstva také zařazujeme minerální vody, které se vyskytují v lázeňských střediscích. Velmi důležité lázně v této oblasti jsou: Lázně Leopoldov, Lázně Ostrožská Nová Ves, Lázně Hodonín, Lázně Luhačovice. Do vodstva také zařazujeme minerální vody, které se vyskytují v lázeňských střediscích.

- **Lázně Leopoldov:** Tyto sirnaté lázně na Smrad'avce, jsou součástí Buchlovic, se nachází v malebném údolí Chřibů nedaleko buchlovského zámku a hradu Buchlova. Tyto lázně byly založeny v roce 1805 Leopoldem Berchtoldem, který pobýval na zámku v Buchlovicích a v údolí Chřibů na Smrad'avce v Loveckém zámečku. Přírodním léčivým zdrojem v těchto lázních je minerální voda, která pomáhá při atopickém a chronickém ekzému, lupénce, akné, revmatismu a podobně. (Lázně Leopoldov, © 2014)
- **Lázně Ostrožská Nová Ves:** Tyto lázně leží v srdci Moravského Slovácka, v kraji vína a vinic, uprostřed rozsáhlého lesoparku. Lázeňská léčba v těchto lázních je zaměřená na nemoci kožní (zejména lupénky), pohybové, oběhové, neurologické a onkologické v remisi. Nachází se zde přírodní léčivý pramen, kterým je sirná, přírodní minerální voda. (Sirnaté lázně Ostrožská Nová Ves, © Royal Spa, a.s)
- **Lázně Luhačovice:** Lázně Luhačovice mají více jak 300 letou lázeňskou tradici. Jsou největšími lázněmi na Moravě a jedny z nejkrásnějších lázní v České republice. Luhačovice nabízejí jedinečné přírodní léčivé prameny. Společnost Lázně Luhačovice, a.s. spravuje Vincentku a 9 dalších minerálních pramenů. Tyto minerální vody mají vysoký obsah minerálních látek a vynikající proplynění volným oxidem uhličitým. Jejich teplota se pohybuje mezi 10 a 14°C. Jsou považovány za jedny z nejúčinnějších v Evropě. Prameny: nejznámější minerální voda Vincentka, minerální voda Aloiska, Ottovka, Pramen MUDr. Františka Šťastného, Pramen Nový jubilejní, Nová Janovka, Nová Čítárna, Elektra, Jubiljení, Vladimír. (Lázně Luhačovice, © Lázně Luhačovice, a.s.)

Velmi významné jsou také **Lednické rybníky**, které jsou národní přírodní rezervací. Tuto rybníční soustava tvoří pět rybníků. Tím největším je Nesyt (320 ha), který je zároveň největším rybníkem na Moravě. Dále pak rybník Mlýnský (107 ha), Hlohovecký (104 ha), Prostřední (48 ha) a Zámecký (30 ha). Rybníky Nesyt, Hlohovecký, Prostřední a Mlýnský stojí v jedné linii a jsou napájeny potokem Včelínkem. (Lednické rybníky, © 2007) Dále **Novomlýnské Nádrže**, které jsou soustavou tří přehradních vodních nádrží pod Pálavou na řece Dyje - Horní Mušovská, Střední Věstonická a Dolní Novomlýnská nádrž.

### **Chráněné krajinné oblasti**

**CHKO Pálava**- Chráněná krajinná oblast Pálava je ukázkou harmonické krajiny jihu Moravy s charakteristickým reliéfem Pavlovských vrchů. Její rozloha činí 83 km<sup>2</sup>. CHKO byla v roce 1986 zapsána na listinu biosférických rezervací pod patronací UNESCO. Po svém rozšíření o cenná území sousedního Lednicko-valtického areálu a část dolního Pomoraví získala nový název - Biosférická rezervace Dolní Morava. Pálava je i ptačí oblastí soustavy Natura 2000. (Slovácko, © 2008)

**CHKO Bílé Karpaty**- Bílé Karpaty návštěvníkům nabízejí jedinečnou přírodu a krajinu plnou krásných panoramat. Chráněná krajinná oblast (CHKO) Bílé Karpaty je území, které se vyznačuje nejvyšší druhovou rozmanitostí orchidejí ve střední Evropě. To byl také jeden z důvodů, proč byly Bílé Karpaty v roce 1996 zařazeny na seznam biosférických rezervací UNESCO, tedy seznam světového kulturního a přírodního dědictví. K nejznámějším místům v CHKO patří národní přírodní rezervace Čertoryje, Zahrady pod Hájem a Javořina. K jejich návštěvě můžou turisté využít značených pěších turistických tras Klubu českých turistů. Cyklisté mohou v Bílých Karpatech vyzkoušet dálkovou Beskydsko-karpatskou magistrálu či některou z regionálních tras. Lyžaři mohou využívat služby několika zimních středisek rozmístěných převážně na Uherskobrodsku. Pokud turisté preferují běžecké lyžování, mají možnost několikanásobně větší, protože kvalitní trasy najdou téměř ve všech oblastech Bílých Karpat. (Bílé Karpaty, © 2018)

#### **8.1.1.2 Kulturní památky**

Do lokalizačních předpokladů dále můžeme zařadit i kulturu a památky Slovácka. Pro mnoho návštěvníků je Slovácko synonymem nejen folklóru a lidových tradic, ale také řemesel. Tato oblast je velmi bohatá na lidové kroje, zvyky, lidové písně a slovesnost. S tímto jsou spojeny slavnosti, například ta na přelomu měsíce února a března - fašank. Jedná se o masopustní obchůzky tanečníků a muzikantů v maskách. Další tradicí jsou prů-

vody chlapců s klepači a hrkači o Zeleném čtvrtku, Velkém pátku a Bílé sobotě. Další velmi významnou událostí je poslední den v dubnu- tento den se staví máje se zdobenými vršky. Tyto máje dříve stavěli chlapci pod okny svých „galánek“. Mezi nejvýznamnější událostí tohoto kraje patří Jízda králů, tu můžou návštěvníci vidět buď ve Vlčnově, nebo Kyjově. Dalšími významnými kulturními událostmi jsou hody s právem – například v Popovicích, Buchlovicích, Jarošově, Mařaticích, Boršicích, Zlechově a podobně.

### **Jízda králů – Vlčnov**

Jízda králů je od roku 2011 zapsána do seznamu nehmotného kulturního dědictví lidstva UNESCO a koná se každoročně v květnu a není tedy cílem této cesty. Přesto o této slavné jízdě zmíníme pár zajímavostí: Jízda Králů ve Vlčnově má minimálně dvoustletou tradici, a koná se každou poslední neděli v květnu. Tato jízda se skládá s jízdy legrútů, kteří doprovázejí krále na koni. Koně jsou zdobené květinami a pentlemi, šátky a prapory. Králem se může stát jen mladý chlapec, který je panicem a koně tohoto krále vede jeho otec, matka pak zdobí tohoto koně pentlemi. Pro rodinu, ve které je vybrán tento král je to obrovská pocta. ( Jízda Králů Vlčnov, © 2018)

Dalšími neméně významnými událostmi jsou, slavnosti, vinobraní, nebo zarážání a otevírání hory. Dlouhou tradici zde mají i řemesla, například modrotisk ve Strážnici. Modrotisk je tradiční lidová tkanina, která sloužila k ženskému odívání, později jako ženský krojový oděv. Řemeslná výroba modrotisku je náročná. Tkanina, která se na modrotisk používá, je 100% bavlna. Ta se nejprve naškrobí, usuší a mandluje. Na takto připravenou tkaninu se dřevěnou formou nanáší rezerva. Po zaschnutí rezervy (popu) se tkanina barví za studena v lázni, jejímž základem je indigo. Poslední fází výroby je důkladné praní, ustalování ve slabém roztoku kyseliny sírové, máchání, sušení a mandlování. (Kudy z Nudy, © 2018)

### **8.1.2 Realizační činitelé**

Do realizačních činitelů, které působí na rozvoj místa cestovního ruchu, řadíme dopravní služby, ubytovací služby a stravovací služby.

#### **8.1.2.1 Dopravní infrastruktura**

Slovácko je dobře dostupné vlakem, autem, autobusem i letadlem.

- Vlakem - vlakovým spojením přes Břeclav projíždějí mezinárodní rychlíky, expresy, vlaky Intercity a Eurocity od Vídně a Bratislavy a pokračují dále přes Brno na Prahu, nebo přes Hodonín, Staré Město směrem na Přerov a Ostravu. Z významných železničních uzlů se turisté jednoduše dostanou vlakem nebo autobusem do dalších míst regionu.
- Autem a autobusem – Meziměstské autobusové linky dopraví návštěvníky na Slovácko z Prahy, Brna, Ostravy, Bratislavy i Vídně. Autem lze přijet po dálnici z Prahy přes Brno. Dálnice protíná region a za Břeclaví pokračuje směrem na Bratislavu. Příjezd z Vídně umožňuje silnice I. třídy E 461, od Ostravy silnice I. třídy č. 55 přes Přerov, Uherské Hradiště a Břeclav.
- Letadlem - Velká mezinárodní letiště jsou v Praze přibližně 300 km, ve Vídni přibližně 100 km. Nejbližší větší vnitrostátní letiště jsou v Brně, Ostravě a Kunovicích.

Po Slovácku lze cestovat všemi možnými dopravními prostředky: autem, autobusem, vlakem, na kole, lodí i letadlem. Návštěvníkům regionu jsou k dispozici půjčovny aut i kol, v okolí Bařova kanálu i půjčovny lodí. Hustá silniční síť a stovky kilometrů vyznačených cyklotras návštěvníkům umožní dojet autem nebo na kole ke každé památce v regionu. Problémem může být parkování v centrech větších měst. Při přepravě na kratší vzdálenosti, hlavně ve městech je vhodné využít služeb taxi. Stálá stanoviště taxi bývají většinou u vlakových nebo autobusových nádraží a u hotelů.

#### **8.1.2.2 *Infrastruktura stravovacích služeb***

V oblasti Slovácka je velmi dobře vyvinutá infrastruktura stravovacích služeb. Najdeme zde restaurace, hostince, rychlé občerstvení, kiosky, motoresty ale také klasické restaurace, zaměřující se přímo na Slováckou kuchyni. Mezi tyto restaurace se slováckou kuchyní řadíme například: Slovácká hospoda v Hradčovicích, která nabízí například typickou slováckou kyselici, zabijačkovou máčku nebo Slovácké lívance. Další takovou restaurací je restaurace Panský Dvůr v Ostrožské Nové Vsi, která je typická svým vzhledem pro tuto oblast a také nabídkou slovácké kuchyně. Dále tuto kuchyni nabízí i Hospůdka a farma Na Haldě v Boršicích, mlynářská restaurace v Hotelu Bukovanský Mlýn v Bukovanech a mnoho dalších.

### **8.1.2.3 *Infrastruktura ubytovacích služeb***

Slovácko má bohatou nabídku jak stravovacích služeb, tak i ubytovacích služeb. Najdeme zde všechny typy ubytovacích zařízení od hotelů všech kategorií, penziony, farmy, chaty a chalupy a kempy. Z hotelů v této oblasti jsou to například: Hotel Buchlovice, Hotel Bukovanský Mlýn - Bukovany, Hotel Skanzen - Modrá, Hotel Koníček – Mařatice, Hotel Slovácký Dvůr – Ostrožská Nová Ves, Hotel Buchlov, Hotel Slunce – Uherské Hradiště a podobně. Z penzionů jsou to například: Penzion Slovácká Chalupa - Ratíškovice, Baloncentrum Břestek. Z farem to jsou Farma Na Haldě – Boršice, Farma Ovčí terasy – Němčičky, Ekofarma Sádky- Kunovice, více těchto farem a dalších ubytovacích zařízení souvisejících s venkovským cestovním ruchem bude podrobněji analyzováno v této práci v následující kapitole. Z kempů v této oblasti jmenujeme například autokemp Buchlovice – Smraďavka, Kemp Merkur – Pasohlávky a podobně.

### **8.1.3 *Selektivní činitelé***

Tyto selektivní činitelé určují, zda v dané lokalitě cestovní ruch může vůbec existovat a to, zda sem návštěvníci vůbec přijedou. Níže jsou rozebrány faktory řadící se do těchto selektivních činitelů - politické faktory, demografické faktory, spolupráci mezi subjekty a propagaci dané lokality.

#### **8.1.3.1 *Politické faktory***

Česká republika, do které náleží region Slovácko, patří k ekonomicky vyspělým a politicky stabilním a bezpečným státům pro cestování, bez hrozeb terorismu, epidemií, nebo přírodních katastrof. Na tomto území nedochází k žádným politickým ani vojenským nepokojům a osoby se zde mohou volně pohybovat.

#### **8.1.3.2 *Demografické faktory***

Do těchto faktorů řadíme údaje o obyvatelstvu dané lokality, její společnosti a spolupráci mezi subjekty, propagaci a podobně.

#### **Hustota osídlení**

Hustota osídlení v tomto kraji (informace o hustotě osídlení Slovácka nejsou k dispozici) orientačně je to cca 164 obyvatel/km<sup>2</sup>, což je nadprůměr, jelikož průměrná hustota zalidnění v České republice je 133 obyvatel / km<sup>2</sup>.

### Věkové složení obyvatelstva

Průměrný věk v této oblasti podle ČSÚ ze začátku roku 2016 dosahoval 42 let a toto číslo je dále aktuální. O rok dříve tato statistika ukazovala průměrný věk 41,9 let a v roce 2014 41,6 let. Jak vidíme, průměrný věk se neustále zvyšuje díky stárnutí populace a nižší porodnosti. (Český statistický úřad)

#### *8.1.3.3 Společenství a spolupráce mezi subjekty a propagace Slovácka*

Region Slovácko je členem destinační společnosti z. s. , která je neziskovou nestátní organizací, jejímž hlavním posláním je podpora všestranného a trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu na území přirozeného turistického regionu Slovácko. Jedním z hlavních principů destinační společnosti je otevřenost a budování partnerské spolupráce obcí, podnikatelské sféry a všech dalších organizací, které mají zájem podílet se na rozvoji cestovního ruchu turistického regionu Slovácko. Destinační společnost Region Slovácko je založena dle oficiálních standardů činnosti destinačních společností. Jejím hlavním úkolem je podpora aktivit cestovního ruchu, spolupráce poskytovatelů služeb, pomoc při realizaci společné propagace a podpora tvorby a nabídky turistických produktů v rámci regionu Slovácko. Destinační společnost Region Slovácko plně respektuje fungování dalších organizací cestovního ruchu na území dílčích částí TO Slovácko (region Slovácko – sdružení pro rozvoj cestovního ruchu, jako organizace působící primárně ve zlínské části Slovácka a Turistická asociace Slovácko z. s. působící v jihomoravské části Slovácka) a je připravena k efektivní spolupráci. Mezi členy jsou zastoupeny obce, turistické cíle a poskytovatelé služeb z celého území TO Slovácko, jak ze Zlínského, tak Jihomoravského kraje. (Region Slovácko, © 2017)

Slovácko je také podporováno a propagováno celou řadou turistických informačních center viz příloha P II.

- A dále také oficiální stránky regionu Slovácko [www.slovacko.cz](http://www.slovacko.cz).
- Další propagací tohoto regionu je například Miniveletrh cestovního ruchu Slovácka, který se koná každoročně v Uherském Hradišti v areálu Reduty, kde se návštěvníci dozvědí o nových turistických nabídkách a můžou si prohlédnout nové propagační materiály. Součástí tohoto mini veletrhu je i doprovodný kulturní program.
- K podpoře návštěvnosti a propagaci tohoto regionu přispívá i tzv. Sphere karta. Tento věrnostní program je největším svého druhu realizovaným na území České a Sloven-

ské republiky a nabízí výhody u téměř 15.000 subjektů. Toto spojení vynese Region Slovákko pas na výsluní benefičních systémů nejen v oblasti cestovního ruchu, ale také v rámci výhod pro mladé lidi. Výhodou karty Region Slovákko pas je dvouletá délka platnosti a její funkčnost na území celé České i Slovenské republiky. Po ukončení pobytu na Slovákku, se karta nestává jen upomínkovým předmětem, ale její majitel může čerpat výhody i v místě svého bydliště, ať už na cestování či služby každodenní potřeby. Karta Region Slovákko pas Sphere je letos rozšířená i o skupinu YOUNG, tedy pro mladé držitele do věku 28 let a výše poskytovaných výhod až do výše 50%. Návratnost investice do karty Region Slovákko pas Sphere je během několika hodin a výhody mohou dosáhnout v průběhu dvouleté platnosti až několika tisíc. Tato karta má čtyři podoby. Tři karty s tématy-folklor, Bařův kanál a víno, které jsou určeny dospělým osobám a čtvrtá karta pro již zmiňovanou skupinu YOUNG s letními radovánkami v tobogánu mládeži do 28 let. (Slovákko, © 2008)

## 8.2 Analýza konkurence

Tato podkapitola věnuje pozornost konkurenci v oblasti venkovské turistiky. Zařazeny jsou sem nejen propagátoři objektů venkovské turistiky a prodejci zájezdů této formy turismu, ale také již vytvořené produkty venkovské turistiky v České republice. Analýzu této konkurence je nutné provést před vlastním zahájením projektu, ať už kvůli lepší orientaci na trhu, nebo pro zjištění silných, nebo slabých stránek vlastního produktu. Analýza konkurence je také nezbytná ke zjištění příležitostí, nebo hrozeb, které tato konkurence představuje.

### 8.2.1 Nabídka vytvořených produktů venkovské turistiky v České republice

V této oblasti nebyla nalezena žádná relevantní nabídka podobného produktu v oblasti Slovákka. Uvedme tedy alespoň produkty, které s tímto venkovským cestovním ruchem souvisí a působí v rámci České republiky.

- **Portál Prázdniny na venkově**

Prázdniny na venkově jsou jednou z hlavních aktivit Svazu venkovské turistiky a agroturistiky. V současnosti představuje nejširší tematickou nabídku zařízení a služeb venkovské turistiky a agroturistiky v České republice. Webové stránky s touto nabídkou se nachází na adrese [www.prazdninynavenkove.cz](http://www.prazdninynavenkove.cz) (viz obrázek 3) a byl spuštěn v roce 2012. Tyto stránky umožňují poskytovatelům služeb venkovské turistiky jejich služby propagovat

nejen na tomto webu, ale i na veletrzích cestovního ruchu. Při návštěvě těchto webových stránek si návštěvník může vybrat z filtrů, kterými může zvolit požadovaný druh ubytování (hotel, penzion, ubytování v soukromí, kemp, ubytovnu, chatu nebo chalupu dále druh zážitku, kde si můžou návštěvníci vybrat koně a jezdeckví, řemeslo, farmy, restaurace a místní speciality například alkoholické nápoje a víno, mléko a mléčné výrobky, ovoce a ovocné produkty, zelenina a zeleninové produkty a podobně. Další kategorií v menu je druh zvířete, se kterým bude pobyt turisty v dané lokalitě spojen, jedná se například o drůbež, koně, poníky, krávy, ovce, kozy, prasata a mnoho dalších. Dále si turista může vybrat druh certifikace – ECEAT, cyklisté vítáni, ekologická farma, regionální produkt, svaz venkovské turistiky. Jedná se tedy o portál, který propaguje mnoho konkurentů z odvětví venkovské turistiky.

Obrázek 3 – Prázdniny na venkově



Zdroj: Prázdniny na venkově

Jedná se tedy o konkurenty v oblasti objektů, které tyto ubytovací, stravovací a doplňkové služby nabízí. Z dané lokality Slovácka zde najdeme například tyto objekty (viz tabulka 2).

Tabulka 2 – Přehled ubytovacích zařízení a jejich cen na portále Prázdniny na venkově

Název zařízení	Lokalita	Cena - dospělý/1noc	Druh objektu
Janův Dvůr	Nový Přerov	630,- Kč	Ekofarma
Usedlost Pod Vinohrady	Hlohovec	650,- Kč	Penzion
Slovácký Dvůr	Němčičky	400,- Kč	Ubytování v soukromí
Horňácká farma	Hrubá Vrbka	450,- Kč	Ekofarma

Zdroj: Prázdniny na venkově

### Zelené stezky – Greenways

Nadace Partnerství – je největší českou nadací pro lidi a přírodu. Jedním z témat, kterým se tato nadace věnuje je mimo jiné i šetrná turistika a cykloturistika. Klade se zde také velký důraz na udržitelný rozvoj v cestovním ruchu, který je založený na ohledu k životnímu prostředí a vyrovnaném ekonomickém a společenském přístupu. Tato nadace tuto myšlenku podporuje pomocí rozvoje zelených stezek Greenways, tematických cyklotras a mezinárodních tras EuroVelo.



Greenways v České republice – viz obrázek 4: Cyklostezka Brno- Vídeň, Greenway Berounka – Střela, Greenway Jizera, Greenway Krakov – Vídeň, Greenway Praha – Vídeň, Labská stezka, Lichtenštejnské stezky, Moravské vinařské stezky, Stezka železné opony, Vltavská cyklistická cesta. (Greenways, © 1998)

Obrázek 4 – Greenways v České republice



Zdroj: Greenways

### 8.2.2 Cestovní kanceláře a agentury nabízející produkty se zaměřením na venkovský cestovní ruch

Nebyla nalezena CK ani CA, která by se zaměřovala přímo na venkovský cestovní ruch v oblasti Slovákka. V rámci České republiky pak byly nalezeny níže uvedené cestovní kanceláře a agentury, které se specializují přímo na venkovský cestovní ruch.

- **Cestovní agentura Na farmu, na venkov!:** Tato cestovní agentura nabízí pobyty na ekofarmách nejen v České republice, ale i v zahraničí. (Na farmu)
- **CA Česká pohoda:** Tato cestovní agentura nabízí agroturistiku v oblasti Šumavy, Janova nad Nisou, v Jizerských Horách, v Jeseníkách, Českém Středohoří, na Pálavě. (Česká pohoda)

- **Cestovní kancelář SALVE tour:** Tato cestovní kancelář nabízí ubytování na venkovských usedlostech a farmách v Toskánsku s vlastní dopravou, vinařskou turistiku. (SALVE tour, ©)
- **Cestovní kancelář ATIS:** Tato cestovní kancelář nabízí zájezdy se zajímavým zaměřením na venkov: dovolenou na houbách, které jsou zaměřeny na milovníky hub a jejich sběru. Dále nabízí také dovolenou na rozhlednách, která se zaměřuje na rozhledny, stezky v korunách stromů a stezky v oblacích. (© ATIS a.s. Všechna práva vyhrazena)
- **Cestovní kancelář LUDOR:** Tato cestovní kancelář se zaměřuje na agroturistiku v oblasti Toskánska s ubytováním na samotě v typických toskánských usedlostech. (© Cestovní kancelář Ludor, spol. s r. o.)
- **GEOPS cestovní kancelář:** Tato cestovní kancelář nabízí zájezdy za vínem a gastronomií do vinných sklípků v Burgundsku, Bordeaux či rakouského Weinviertlu, oblasti tokajského vína, rýnských vín, Toskánska, oblasti Vipava ve Slovinsku, nebo údolí Rhône. (GEOPS – CK, © 2008)

### **8.3 Analýza dosavadní návštěvnosti regionu Slovácko**

Určit přesnou návštěvnost tohoto regionu zatím bohužel není možné, vzhledem k tomu, že pokusy o sběr těchto dat pro analýzu návštěvnosti proběhly, bohužel bez výsledku, jelikož některé obce s uveřejněním dat nesouhlasí, nebo je neposkytly, nebo nemají o tuto spolupráci jednoduše zájem. Tyto informace byly sděleny p. Lenkou Durdákovou – tajemnicí regionu Slovácko. Sběr těchto dat je dále ztížen tím, že na ně nejsou dostatečné finanční prostředky. Data zkoumající návštěvnost by tedy byla zkoumána v rámci kraje, což by byly údaje zkreslující a nerelevantní. Obdobná data nebyly k dispozici ani na webových stránkách Českého statistického úřadu, jelikož ČSÚ sleduje údaje podle územně samosprávných celků, turistické regiony jsou však přirozené a hranice s těmito celky se různí, proto data nejsou pro turistické oblasti takto sledovaná. Jediná data, která se týkají regionu Slovácko a byly zpracovány Českým statistickým úřadem, jsou uvedeny ve třech tabulkách uvedených níže a jedná se o statistiky počtu přenocovaných rezidentů, nebo ne-rezidentů na tomto území a také jaký typ ubytování byl těmito návštěvníky zvolen, tyto údaje jsou již z předchozích let, novější k dispozici nejsou. Výsledky analýzy návštěvnosti budou tedy vzhledem k okolnostem nepřesné, ale alespoň trochu přiblíží tuto zkoumanou situaci o návštěvnosti této lokality.

### **8.4 Analýza dosavadní návštěvnosti ubytovacích zařízení v lokalitě Slovácko**

Z dostupných informací tedy alespoň analyzujeme návštěvnost ubytovacích zařízení v této lokalitě, které alespoň přiblíží situaci návštěvnosti v této oblasti.

#### **8.4.1 Analýza počtu přenocovaných hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v oblasti Slovácka**

V této podkapitole jsou zpracována dostupná data z Českého statistického úřadu o oblasti Slovácko, poslední aktualizace těchto údajů proběhly v roce 2016, novější bohužel nejsou k dispozici. Kvůli nedostatku informací a statistik, které by sledovaly region Slovácko, byly tedy zpracovány alespoň tyto data. Jedná se o data zobrazující počet hostů, kteří přenocovali v hromadných ubytovacích zařízeních v tomto regionu (viz tabulka 3), další tabulka pak zobrazuje návštěvnost těchto hromadných ubytovacích zařízení podle jejich kategorizace (viz tabulka 4). Poslední tabulka vyobrazuje vývoj počtu ubytovacích zařízení v oblasti Slovácka, jejich počet, počet lůžek a počty míst pro stanování (viz tabulka 5).

Tabulka 3 – Počet hostů a počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních

Počet hostů a počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních									
Rok	Hosté celkem	Z hostů celkem		Celkem přenocování	Z celkem přenocovaných		Průměrný počet počet přenocování (noci)	Z průměru přenocování	
		rezidenti	nerezidenti		rezidenti	nerezidenti		rezidenti	nerezidenti
2012	127 724	86 698	41 026	319 112	253 914	65 198	2,5	2,9	1,6
2013	131 997	87 544	44 453	307 928	240 894	67 034	2,3	2,8	1,5
2014	122 625	84 013	38 612	307 591	247 043	60 548	2,5	2,9	1,6
2015	126 661	95 728	30 933	327 168	269 132	58 036	2,6	2,8	1,9
2016	125 182	91 811	33 371	328 989	266 802	62 187	2,6	2,9	1,9
2017	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Zdroj: Český statistický úřad

Tabulka 3 zobrazuje počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v regionu Slovácko od roku 2012 – 2016, novější údaje prozatím nebyly zpracovány. Z tabulky je patrné, že počet celkově příjezdějících hostů, kteří v tomto regionu přenocovali, meziročně kolísá. Oproti roku 2012 hromadná ubytovací zařízení zaznamenala v roce 2013 nárůst celkově přenocovaných hostů, avšak v následujícím roce tento ukazatel opět klesnul a v roce 2015 se opět nepatrně zvýšil. Poslední sledovaný rok je celkový počet těchto celkově přenocovaných na druhé nejnížší úrovni za sledovaná období, naopak nejvyšší návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení zaznamenal rok 2013. Dále tabulka ukazuje, že ve všech sledovaných letech tvoří větší část ubytovaných hostů tuzemští návštěvníci, kdy jejich počet střídavě meziročně stoupá a pak se opět snižuje. Nejvyšší návštěvnost tuzemských návštěvníků zaznamenává rok 2015 a nejmenší návštěvnost rok 2014. Od roku 2012 po rok 2013 vzrostl zájem o ubytování v tomto regionu ze strany zahraničních návštěvníků, následující rok ale zase poklesl a oproti dalšímu roku vzrostl až v roce 2016. Nejvyšší návštěvnost zahraničních turistů zaznamenává rok 2013 tedy ve stejném roce, kdy byl počet celkově ubytovaných hostů na nejvyšší úrovni ze všech sledovaných let. Nejnížší návštěvnost zahraničních turistů pak zaznamenal rok 2015, je zajímavé, že v tomto roce je naopak nejvyšší návštěvnost tuzemských návštěvníků za všechny tyto sledované období. Celkový počet přenocování tvoří opět větší část tuzemští návštěvníci. Nejnížší počet celkově přenocovaných má rok 2014, což je logické, protože v tomto roce přijelo nejmenší množství hostů za všechny sledované roky. Nejnížší počet přenocování tuzemských návštěvníků nastal v roce 2013, nejvíce pak v roce 2015, u zahraničních turistů tomu bylo právě naopak, v roce 2015 kdy jejich počet přenocování byl v tomto roce nejnížší. Nejvyšší úroveň přenocovaných zahraničních hostů zaznamenal rok 2013.

Průměrný počet nocí strávený v těchto ubytovacích zařízeních ze strany tuzemských návštěvníků kolísá okolo průměru 2,8 a 2,9, zatímco u zahraničních návštěvníků se tento průměr od roku 2015 – 2016 nezměnil a zůstává na nejvyšším průměru od roku 2012.

#### 8.4.2 Analýza návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení v oblasti Slovácka dle jejich kategorizace

Tabulka 4 – Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie

Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie							
	Z hostů celkem			Z přenocování celkem			Průměrný počet přenocování (noc)
	Hosté celkem	rezidenti	nerezidenti	Přenocování celkem	rezidenti	nerezidenti	
<b>HUZ návštěvnost celkem</b>	<b>128 152</b>	91 811	33 371	<b>328 989</b>	266 802	62 187	<b>2,6</b>
<b>Hotel ****</b>	N	N	N	N	N	N	N
<b>Hotel, motel, hotel ****</b>	N	N	N	N	N	N	N
<b>Hotel, motel, hotel, ***</b>	<b>51 836</b>	25 857	25 979	<b>88 645</b>	40 766	47 879	<b>1,7</b>
<b>Hotel, motel, hotel **</b>	DÚ	DÚ	DÚ	DÚ	DÚ	DÚ	DÚ
<b>Hotel, motel, hotel *</b>	<b>2 682</b>	1 752	930	<b>4 127</b>	2 663	1 464	<b>1,5</b>
<b>Hotel gaml*, **, ***, ****</b>	DÚ	DÚ	DÚ	DÚ	DÚ	DÚ	DÚ
<b>Penzion</b>	<b>28 504</b>	24 266	4 238	<b>59 975</b>	51 731	8 244	<b>2,1</b>
<b>Kemp</b>	<b>13 000</b>	12 172	828	<b>30 736</b>	28 844	1 892	<b>2,4</b>
<b>Chatová osada</b>	DÚ	DÚ	DÚ	DÚ	DÚ	DÚ	DÚ
<b>Turistická ubytovna</b>	<b>8 795</b>	8 351	444	<b>18 774</b>	17 866	908	<b>2,1</b>
<b>Ostatní HUZ</b>	<b>16 494</b>	16 020	474	<b>120 334</b>	119 270	1 064	<b>7,3</b>
<b>N - údaje nejsou k dispozici</b>							
<b>DÚ - důvěrný údaj</b>							

Zdroj: Český statistický úřad

Hromadné ubytovací zařízení – je zařízení s minimálně pěti pokoji a zároveň deseti lůžky sloužící pro účely cestovního ruchu. Tabulka 4 obsahuje údaje o návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení v regionu Slovácko podle jejich kategorie za rok 2016. Pole označená písmenem N dle ČSÚ nejsou bohužel k dispozici a pole s označením DÚ jsou dle ČSÚ důvěrné, bohužel tyto chybějící údaje mohou výsledek poměrně zkreslovat. Z dostupných údajů, že hromadná ubytovací zařízení v regionu Slovácko navštěvují více tuzemští návštěvníci, čemuž také odpovídá předchozí tabulka, z které vyplývá, že tento region je více navštěvován právě tuzemskými turisty. S dostupných údajů lze odvodit, že tuzemští návštěvníci nejvíce preferují ubytování v tříhvězdičkových hotelech, motelech, nebo botelech. U zahraniční klientely je z dostupných informací patrné, že stejně jako tuzemští turisté nejvíce preferují hotely, botely a motely této tříhvězdičkové kategorie, stejně tak na druhém místě v preferencích zahraniční klientely jako u domácí klientely preferují návštěvnost penzionů. Ubytování ve formě kempů jsou tuzemskými klienty více preferovány, než například hotely, botely a motely kategorie jedné hvězdy, naopak u zahraničních

návštěvníků jsou více preferovány hotely, botely a motely kategorie jedné hvězdy, než kempy. Je tedy vidět, že tuzemští turisté více preferují pobyt přímo v přírodě – kempu, než zahraniční turisté. Je také zajímavé, že turistická ubytovna z dostupných informací je pro tuzemské návštěvníky o opravdu značnou část oblíbenější, než u zahraničních, u těchto zahraničních turistů zůstává turistická ubytovna na posledním místě v návštěvnosti – znamená to tedy, že tuto kategorii zařízení považují za nejméně atraktivní a požadují tedy ubytování na vyšší úrovni. Je velmi zajímavé, že ačkoliv jsou hotely, motely a motely kategorie tří hvězd nejvíce preferovány oběma typy návštěvníků, avšak zahraniční turisté zde nocují větší počet nocí než tuzemští. To se dá odůvodnit tím, že tuzemští návštěvníci zde nepotřebují trávit tolik nocí, díky tomu, že cestují do menší vzdálenosti, než hosté ze zahraničních zemí, kteří se zde zdrží více nocí a jsou ochotni připlatit si za větší komfort. Největší počet přenocování obsadila jiná hromadná ubytovací zařízení a hotely, motely a botely třetí kategorie skončily až na místě druhém. V počtu přenocování v penzionech jsou tuzemští hosté na prvním místě.

#### 8.4.3 Analýza kapacity hromadných ubytovacích zařízení v oblasti Slovácka a jejich vývoj

S tabulkou výše souvisí také následující tabulka, která obsahuje údaje o kapacitách hromadných ubytovacích zařízení.

Tabulka 5 – Kapacity hromadných ubytovacích zařízení

Kapacity hromadných ubytovacích zařízení				
Rok	Počet zařízení	Pokoje	Lůžka	Místa pro stany a karavany
2012	104	2 055	5 594	445
2013	106	2 062	5 666	295
2014	100	1 970	5 346	395
2015	102	2 023	5 521	665
2016	101	2 049	5 533	625

Zdroj: Český statistický úřad

Z tabulky 5 je patrné, že v počet ubytovacích zařízení je nejmenší v roce 2014 a nejvyšší pak v roce 2013, jedná se tedy o největší pokles mezi dvěma roky za celé toto sledované období, což zapříčinilo i největší pokles pokojů v těchto zařízeních za toto sledované období. Počty pokojů v posledním sledovaném roce meziročně vzrostly o 26 pokojů, nejvíce jimi disponovali ubytovací zařízení v roce 2013, stejně jako počet lůžek v posledním roce

se meziročně zvýšily o 12, i když se počet zařízení v roce 2015 snížil oproti roku 2016 o 1 jednotku. Znamená to tedy, že ačkoliv se počet zařízení v předposledním roce snížil, zvýšil se počet pokojů ve stávajících ubytovacích zařízeních. Nejvíce lůžek bylo pak v roce 2013 – což souvisí i s předchozím údajem o nejvyšším počtu pokojů v roce 2013. Nejnižší počet lůžek pak zaznamenal rok 2015. Pokles zaznamenaly i místa pro stany a karavany, které od roku 2015 klesly, ačkoliv největší růst počtu těchto míst zaznamenal rok 2015 oproti roku 2014. (Český statistický úřad)

## **8.5 Marketingový výzkum zaměřený na zjištění zájmu o venkovský cestovní ruch v oblasti Slovácka – dotazníkové šetření**

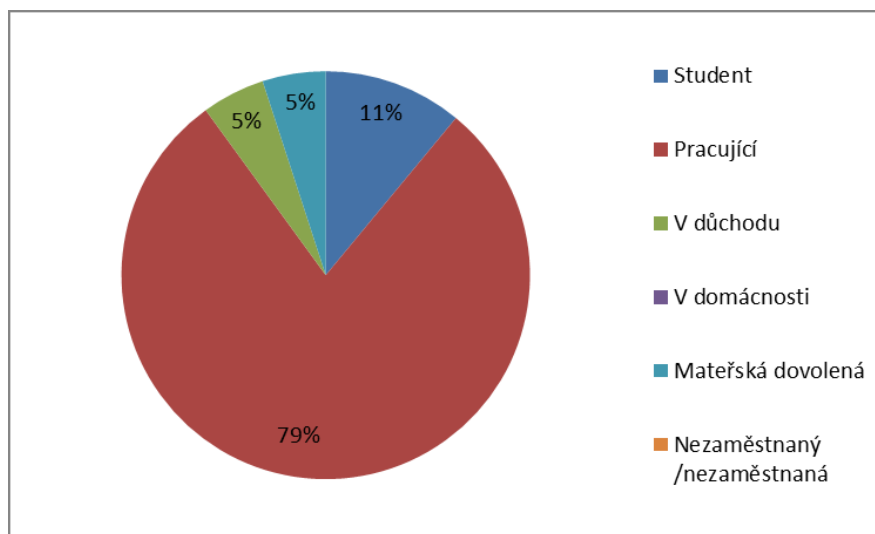
Tato podkapitola se zabývá marketingovým výzkumem, který má pomoci zjistit zájem o venkovský cestovní ruch v oblasti Slovácka prostřednictvím dotazníkového šetření. Cílem této analýzy bylo zjistit, zda oslovení respondenti již navštívili tento region, zda se sem vracejí, nebo o tuto lokalitu mají zájem. Dále byl zjišťován zájem o produkt venkovského cestovního ruchu v této oblasti.

### **8.5.1 Dotazníkové šetření**

Při tomto dotazníkovém šetření bylo osloveno celkem 100 náhodných respondentů, pomocí online dotazníku, vytvořeném na internetu. Tento odkaz na toto dotazníkové šetření byl umístěn na sociální síť Facebook, dále byla část rozeslána e-mailem a část v tištěné podobě. Výběr respondentů byl náhodný a to proto, aby tento dotazník byl různorodý, byli tedy osloveni respondenti různého složení, různé věkové kategorie i obou pohlaví. Jedná se o anonymní standardizovaný dotazník s pevně danou strukturou. Výhodou tohoto dotazníkového šetření je především nízká časová i finanční náročnost. Výhodou pro respondenty je zase vysoká míra anonymity a časová nenáročnost. Cílem bylo tedy sestavit takový dotazník, který budou respondenti při této uspěchané době ochotní vyplnit – stručný, objektivní, jasný, anonymní a bez nepříjemných otázek.

## 1. Do jaké skupiny patříte?

Obrázek 5 – Graf 1. otázka dotazníkového šetření

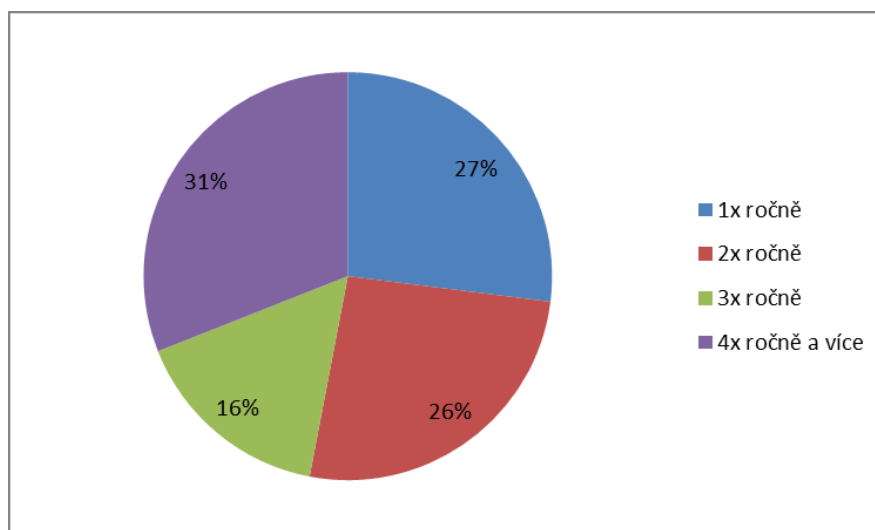


Zdroj vlastní zpracování

První otázka vyobrazená v obrázku 5 poukazuje, o jakou skupinu respondentů se jedná. z největší části se dotazníkového šetření zúčastnili pracující respondenti na druhém místě pak studenti a stejné procento obsadili respondenti v důchodu, nebo na mateřské dovolené. Naopak se průzkumu neúčastnil ani jeden respondent bez zaměstnání, nebo v domácnosti.

## 2. Jak často cestujete?

Obrázek 6 – Graf 2. otázka dotazníkového šetření



Zdroj vlastní zpracování

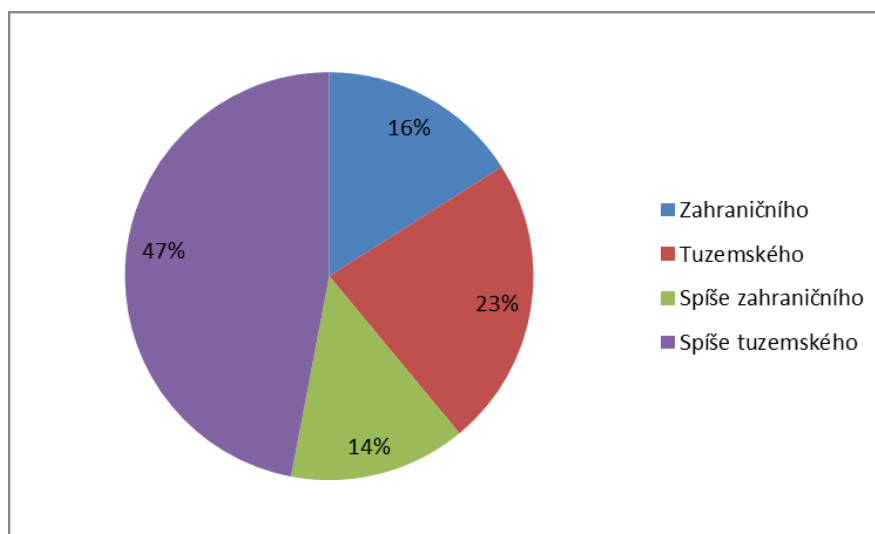
Z obrázku 6 vyplývá, že oslovení respondenti nejvíce cestují až 4x ročně, to může být zapříčiněno rostoucí životní úrovní obyvatelstva a zálibou v cestování. Druhé místo obsadili



respondenti, kteří cestují jen 1x ročně a hned za nimi respondenti cestující 2x ročně. Nejméně cestují respondenti 3 x do roka.

### 3. Jedná se o cestování v rámci tuzemského, nebo zahraničního cestovního ruchu?

Obrázek 7 – Graf 3. otázka dotazníkového šetření

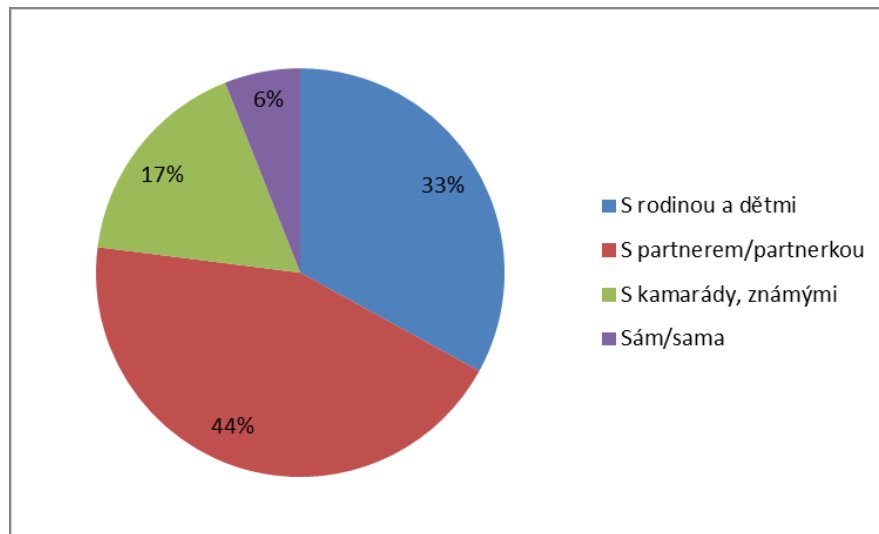


Zdroj vlastní zpracování

Třetí otázka dotazníkového šetření navazuje na otázku předchozí – obrázek 7 ukazuje, že největší část oslovených respondentů – tedy 47 % cestuje spíše v rámci tuzemského cestovního ruchu a druhá největší část respondentů cestuje pouze v rámci tuzemského cestovního ruchu. Je tedy vidět, že oblíbenost a poptávka po cestování v rámci domácího cestovního ruchu stoupá, což může být ovlivněno například teroristickými hrozbami v zahraničí, které jsou bohužel stále aktuální, nebo stoupající záliba procestovat „svou vlast“. Tuzemský cestovní ruch oslovených respondentů tedy v oblíbenosti převažuje nad zahraničním, což je pro tento výzkum a nový projekt velmi pozitivní zjištění, protože o produkty v rámci domácího cestovního ruchu je zájem a má tedy i význam vymýšlet projekty nové.

#### 4. S kým nejčastěji cestujete?

Obrázek 8 – Graf 4. otázka dotazníkového šetření

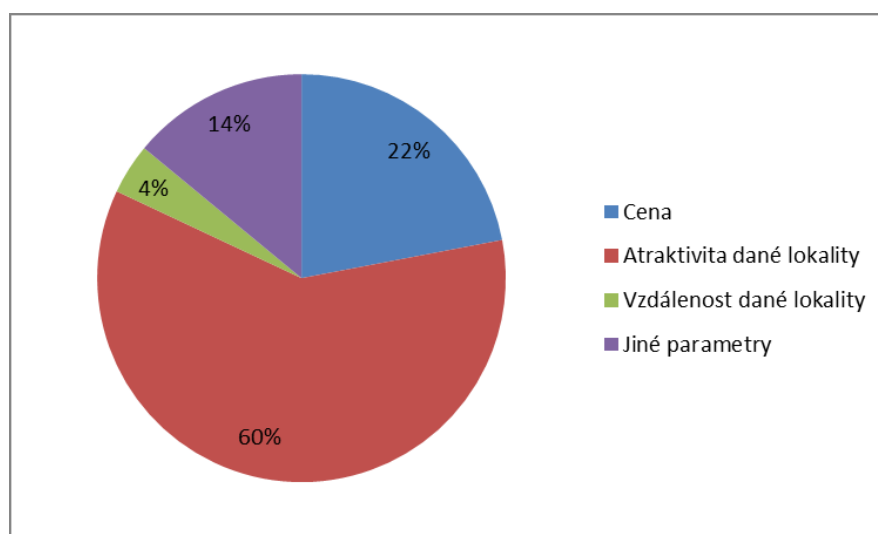


Zdroj vlastní zpracování

Nejčastěji oslovení respondenti cestují s partnery, druhou největší část pak rodiny s dětmi, dále s 17 % s kamarády a známými a nejmenší část oslovených respondentů cestuje nejčastěji sama (viz obrázek 8), což je i v tomto případě pozitivní zjištění v rámci nového produktu venkovského cestovního ruchu, jelikož zamýšlený segment pro tento projekt se více hodí pro páry, nebo menší skupinky lidí, kteří už se znají (například teambuildingový zájezd).

#### 5. Čemu nejvíce věnujete pozornost při výběru místa pro dovolenou?

Obrázek 9 – Graf 5. otázka dotazníkového šetření

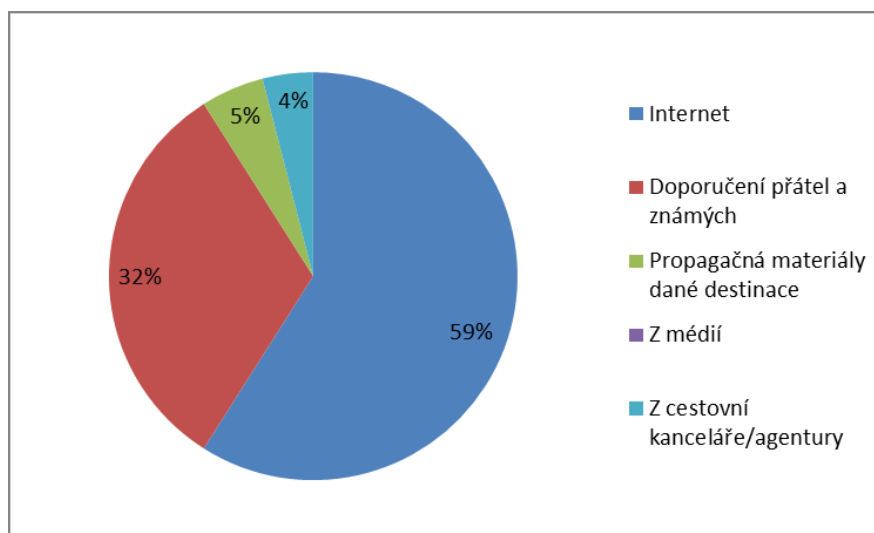


Zdroj vlastní zpracování

Z následující otázky, kterou vyobrazuje obrázek 9 je patrné, že pro respondenty je nejdůležitějším faktorem pro výběr dovolené atraktivita dané lokality a tato atraktivita je upřednostňována před výběrem dané lokality podle ceny, což poukazuje buď na rostoucí životní úroveň obyvatelstva, nebo na to, že jsou lidé ochotni do dovolené investovat více finančních prostředků, aby mohli navštívit lokalitu, která je oslovila a chtějí ji i za cenu vyšších nákladů poznat. I toto zjištění je pro výzkum této práce velmi pozitivní, jelikož oblast Slovákka nabízí nespočet jak kulturních, tak přírodních atraktivit. Cena se pak umístila na druhém místě při výběru dovolené. Další skupinou pro výběr dané destinace s 16 % jsou pak jiné parametry, kam můžeme zařadit módnost, trendy, doporučení známých/přátel, počasí, bezpečnost dané lokality a podobně. Nejméně obsazovaný faktor pro výběr dovolené je pak vzdálenost dané lokality se 4 %, což znamená, že dopravní infrastruktura je na velmi dobré úrovni a dané lokality, které respondenti chtějí navštívit, jsou dobře dostupné, navíc lze zvolit pohodlné druhy dopravy, takže lidé jsou ochotni za destinací, kterou chtějí navštívit strávit a urazit klidně i více kilometrů, toto malé procento zapříčiňuje určitě i to, že v této době téměř každý vlastní automobil, nebo není problém si jej pronajmout a dostat se tak kamkoliv chtějí, bez jakéhokoli omezení.

## 6. Na základě jakých informací se rozhodujete pro návštěvu daného místa?

Obrázek 10 – Graf 6. otázka dotazníkového šetření



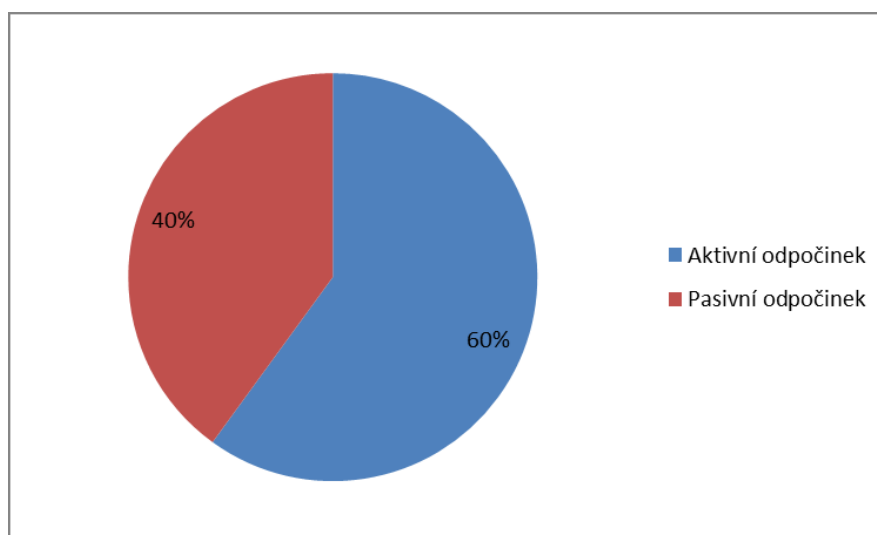
Zdroj vlastní zpracování

U této otázky se dalo očekávat, že většina oslovených respondentů k vyhledávání informací o daném místě využívají internet a to z 59 %. V případě nového produktu by tedy bylo

nejvhodnější propagovat je na internetu, kde by ho shlédlo nejvíce lidí v pohodlí svého domova. Na druhém místě oslovení respondenti k zjištění informací o daném místě využívají doporučení a zkušenosti svých známých a přátel. Z toho tedy vyplývá, že dané zkušenosti lidí, kteří již danou lokalitu navštívili, mohou jak pozitivně, tak i negativně ovlivnit výběr budoucích návštěvníků dané lokality a je tedy nutné aby byli tito předchozí klienti spokojeni, aby jejich pozitivní ohlasy přivedly další návštěvníky. Pouze 5 % respondentů vyhledává informace v propagačních materiálech a ještě méně – 4% u cestovních kanceláří (viz obrázek 10).

### 7. Upřednostňujete na dovolené aktivní, nebo pasivní odpočinek?

Obrázek 11 – Graf 7. otázka dotazníkového šetření

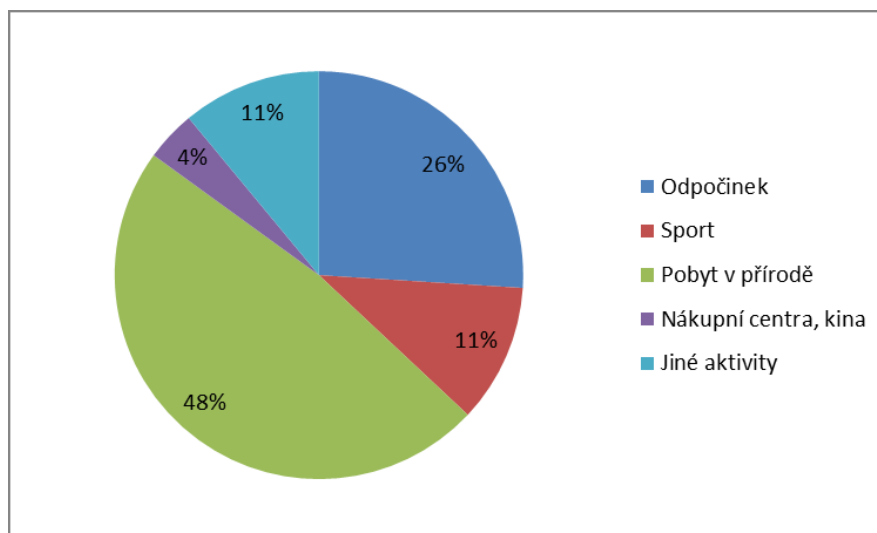


Zdroj vlastní zpracování

Z obrázku 11 je patrné, že lidé na své dovolené upřednostňují aktivní formu odpočinku, tomu odpovídá stále větší rozvoj cyklotras, nebo naučných stezek. Do aktivní formy odpočinku můžeme zařadit i péči o dobytek, výrobu produktů, hipoturistiku – tyto všechny aktivity zahrnuje i venkovský cestovní ruch, který je pro tuto práci zásadní, tyto odpovědi respondentů jsou dalším důkazem toho, že nový produkt venkovského cestovního ruchu by si rozhodně našel své zákazníky. Pasivní forma odpočinku, jako je například pobyt na jednom místě v přímořských rezortech na přeplněných plážích ustupuje do pozadí a lidé chtějí čím dál více objevovat a jsou ochotní i ve svém volném čase – o dovolené podnikat nej-různější aktivity k objevování různých kulturních a přírodních atraktivit a zkusit neustále něco nového.

## 8. Jaké aktivity ve svém volném čase dáváte přednost?

Obrázek 12 – Graf 8. otázka dotazníkového šetření

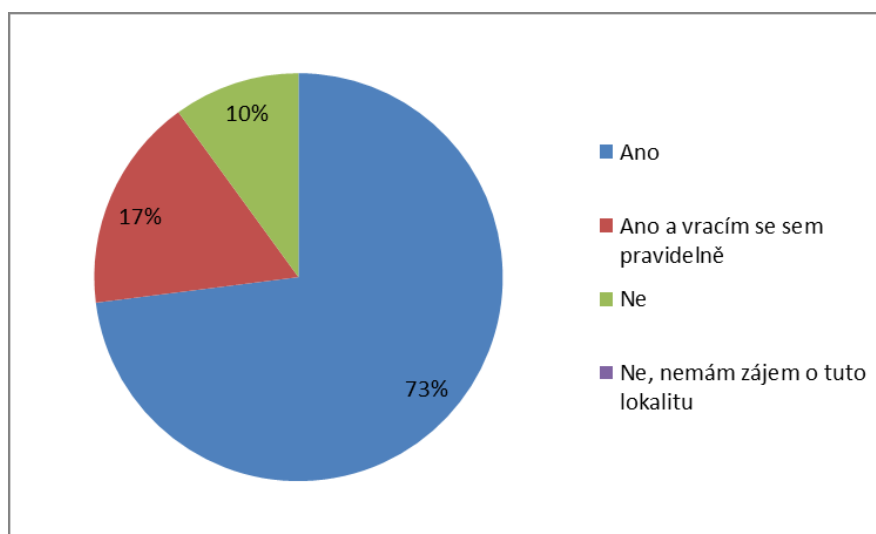


Zdroj vlastní zpracování

Tento graf vyobrazený v obrázku 12 zobrazuje upřednostňované aktivity ve volném čase oslovených respondentů. Nejvíce, tedy 48 % respondentů nejraději svůj volný čas tráví v přírodě, jedná se tedy o neustále se zvyšující trend „návratu k přírodě“ kdy lidé utíkají před každodenním shonem a přeplněnými městy do klidných částí přírody, kde mohou relaxovat a zapomenout na své starosti. Druhou nejjobsazovanější odpovědí s 26 % je odpočinek, který úzce souvisí s první nejjobsazovanější aktivitou. Poměrně obsazovaná je i možnost jiných aktivit, která může zahrnovat například sebevzdělávání, návštěvy příbuzných, návštěvy kaváren, restaurací, barů a mnoho dalších aktivit. Nejmenší procento oslovených respondentů nejraději tráví svůj volný čas v kinech, nebo nákupních centrech. I tato část dotazníkového šetření je ku prospěchu rozvoje nového produktu v oblasti venkovského cestovního ruchu.

## 9. Navštívili jste někdy oblast Slovácka?

Obrázek 13 – Graf 9. otázka dotazníkového šetření

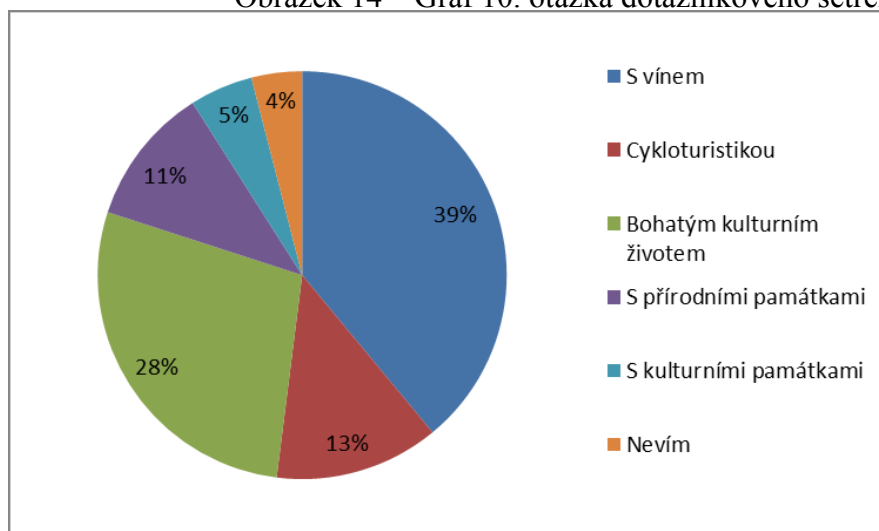


Zdroj vlastní zpracování

Tento graf zobrazený v obrázku 13 zachycuje, zda oslovení respondenti navštívili tuto lokalitu. Většina z nich 73 % tuto lokalitu již navštívila a také velká část 17 % se sem vrací pravidelně. 10 % dotazovaných tuto lokalitu ještě nenavštívilo a mohou být potenciálními novými návštěvníky. Ani jeden z respondentů pak neodpověděl, že by o tuto lokalitu neměl zájem, což je opět pozitivní poznatek. Jde tedy vidět, že tato lokalita je atraktivní a je o ni zájem.

## 10. Se kterou z níže uvedených možností máte nejvíce spojenou oblast Slovácka?

Obrázek 14 – Graf 10. otázka dotazníkového šetření

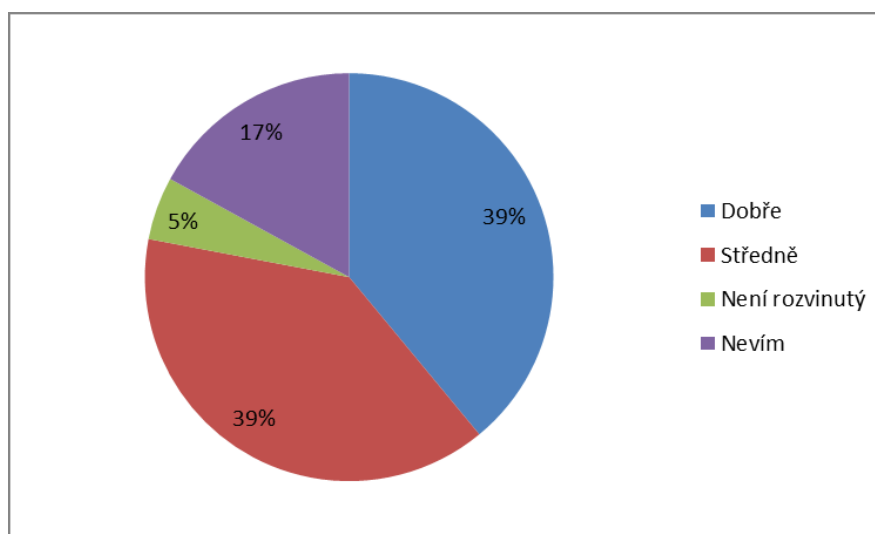


Zdroj vlastní zpracování

Nejvíce si oslovení respondenti oblast Slovácka spojují s vínem (viz obrázek 14), tato oblast je jím vyhlášená a může tedy podporovat i rozvoj enoturismu, neboli vinařského cestovního ruchu. Z toho vyplývá, že nový produkt této oblasti, by měl být zaměřen na návštěvníky ve věku nad 18 let. 28 % respondentů si spojuje Slovácko s bohatým kulturním životem – vinné slavnosti, vinobraní, poutě, hody a mnoho dalších. 5 % respondentů si tuto oblast spojuje s významnými kulturními památkami – jako je například proslulý Lednicko – Valtický areál. 13 % respondentů si spojuje oblast s cykloturistikou, Slovácko je protkáno cyklistickými stezkami a atraktivními vinařskými stezkami a je tedy pro cyklisty rájem. 11 % si při vzpomínce na Slovácko nejvíce vybavilo přírodní památky – Chřiby, Bílé Karpaty s bohatou flórou a faunou. 4% respondentů neznalo odpověď na tuto otázku.

### 11. Jak se podle vašeho názoru rozvíjí cestovní ruch v oblasti Slovácka?

Obrázek 15 – Graf 11. otázka dotazníkového šetření

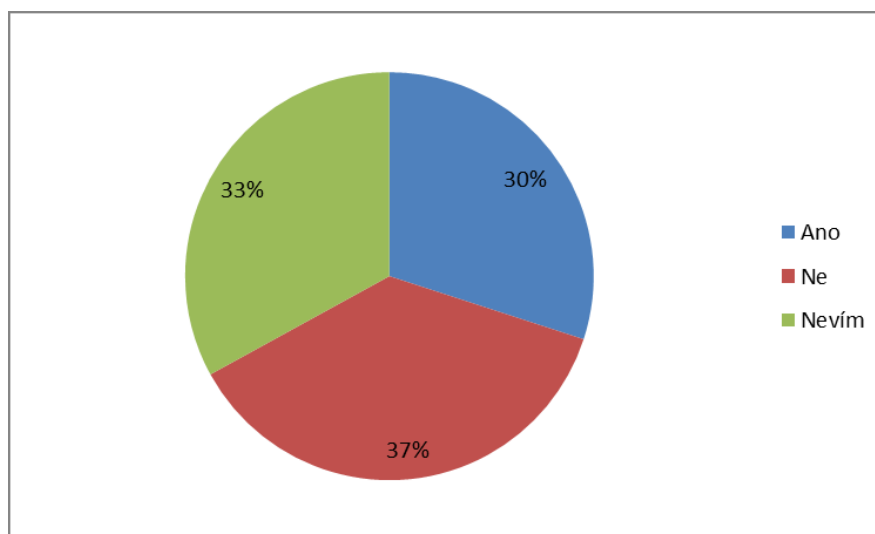


Zdroj vlastní zpracování

Tento graf zobrazuje povědomí respondentů o rozvoji cestovního ruchu v oblasti Slovácka. Stejně procento – tedy 39 % dotazovaných si myslí, že je tato oblast cestovního ruchu dobře rozvinutá, nebo středně dobře rozvinutá. 17% těchto respondentů nemá o rozvoji cestovního ruchu v této oblasti tušení a nejmenší část z nich si myslí, že je v této oblasti cestovní ruch nerozvinutý (viz obrázek 15).

## 12. Myslíte si, že je lokalita Slovácka dostatečně propagovaná?

Obrázek 16 – Graf 12. otázka dotazníkového šetření

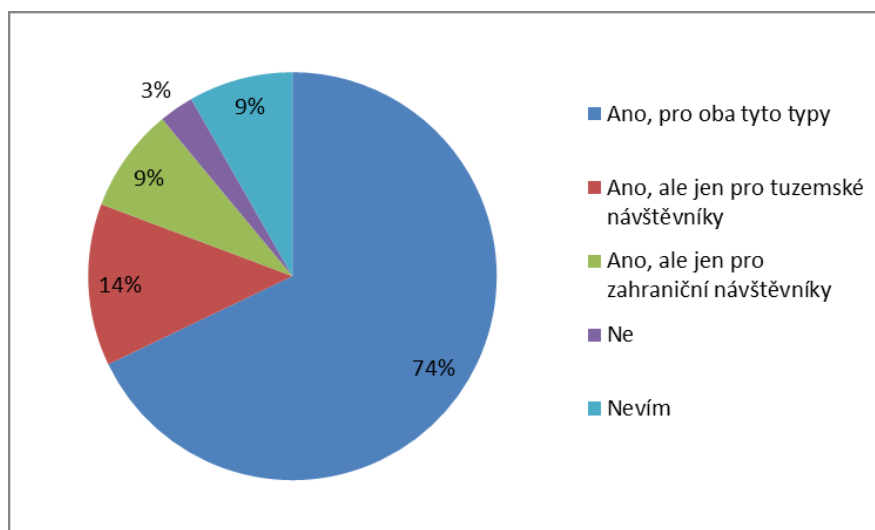


Zdroj vlastní zpracování

Tento graf zobrazuje, že tato lokalita je podle většiny dotazovaných špatně propagovaná – 37 %, tato informace se bohužel potvrdila již několikrát, což je velký nedostatek této lokality, které bohužel odpovídají i nedostatečné a nedostupné statistiky návštěvnosti Slovácka, nebo nechuť spolupráce obcí v této lokalitě. 33 % pak o propagaci této lokality nemá tušení, 30 % respondentů si zase myslí, že Slovácko je dostatečně propagováno (viz obrázek 16). Tito respondenti nejspíše znají a využívají oficiální stránky [www.slovacko.cz](http://www.slovacko.cz), nutno dodat že tyto stránky jsou velmi dobře zpracovány a návštěvníkům poskytují velké množství informací a nejspíše tuto lokalitu nejvíce propaguje právě tento web.

## 13. Pokud jste tuto lokalitu navštívili, myslíte si, že je atraktivní pro tuzemské i zahraniční návštěvníky?

Obrázek 17 – Graf 13. otázka dotazníkového šetření



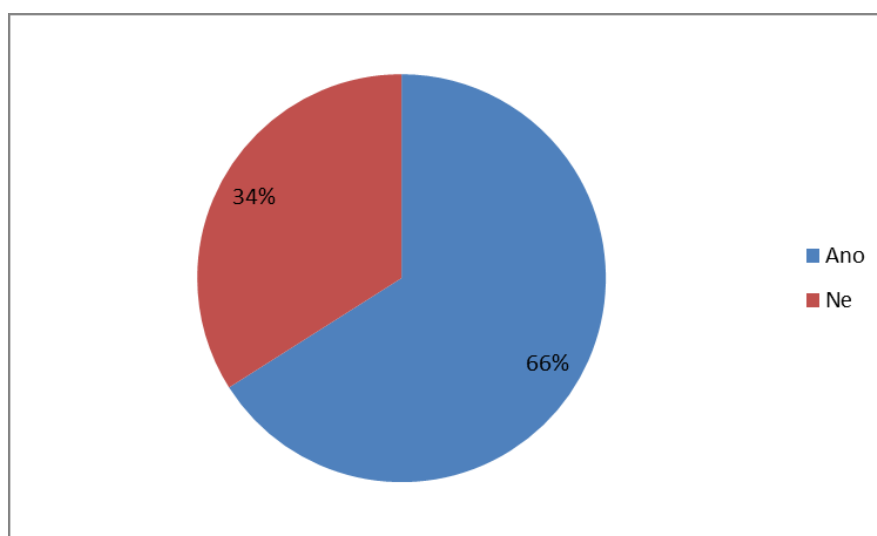


Zdroj vlastní zpracování

Tento graf zobrazuje názory oslovených respondentů ohledně atraktivity dané lokality pro tuzemské a zahraniční návštěvníky. Největší část – tedy 74 % oslovených si myslí, že tato lokalita je vhodná pro oba typy návštěvníků, důvodem je rozhodně rozmanitost tohoto kraje, výborné víno a jídlo, krásná příroda i pohostinnost, všechny tyto faktory rozhodně mají předpoklady přitahovat zahraničních i domácí klientelu. 14 % oslovených si zase myslí, že tato lokalita může přitáhnout jen tuzemské návštěvníky a není atraktivní pro zahraniční klientelu a pouze 2 % oslovených si myslí, že tato lokalita není přitažlivá ani pro jeden typ návštěvníků (viz obrázek 17).

#### 14. Slyšeli jste už někdy pojem venkovský cestovní ruch?

Obrázek 18 – Graf 14. otázka dotazníkového šetření

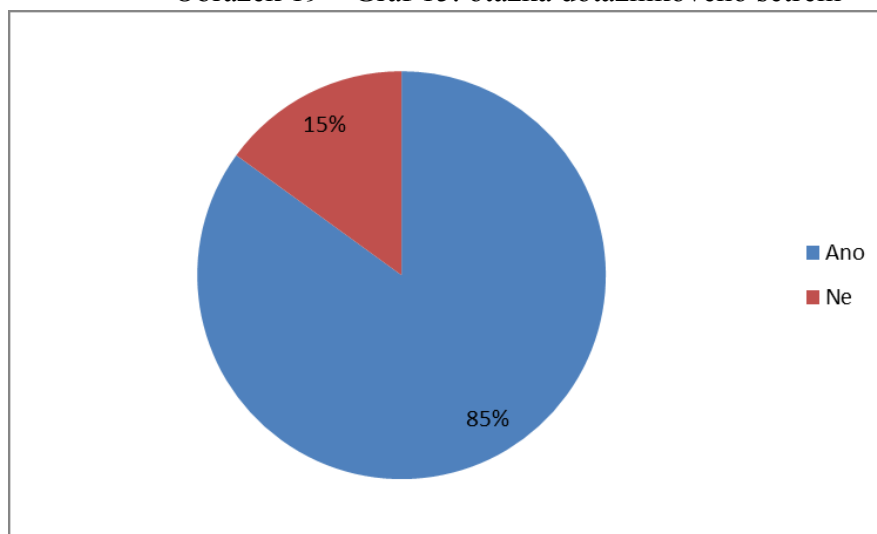


Zdroj vlastní zpracování

Většina oslovených – 66 % pojem venkovský cestovní ruch zná, respondenti si tedy nejspíš vybavili pod-formy tohoto cestovního ruchu, jako jsou například hipoturistika, ekoturistika, agroturistika, ekoagroturistiky. 34 % oslovených tento pojem nezná. (viz obrázek 18).

**15. Zaujal by vás zájezd s degustací vína, návštěvou skanzenů, pobytem na biofarmě, nebo ekofarmě a ochutnávkou lokálních produktů a péčí o dobytek, jízdou na koni, koupáním v přírodním biotopu a s exkurzemi po tradičních řemeslech v oblasti Slovácka a výrobou vlastních produktů, například medu?**

Obrázek 19 – Graf 15. otázka dotazníkového šetření

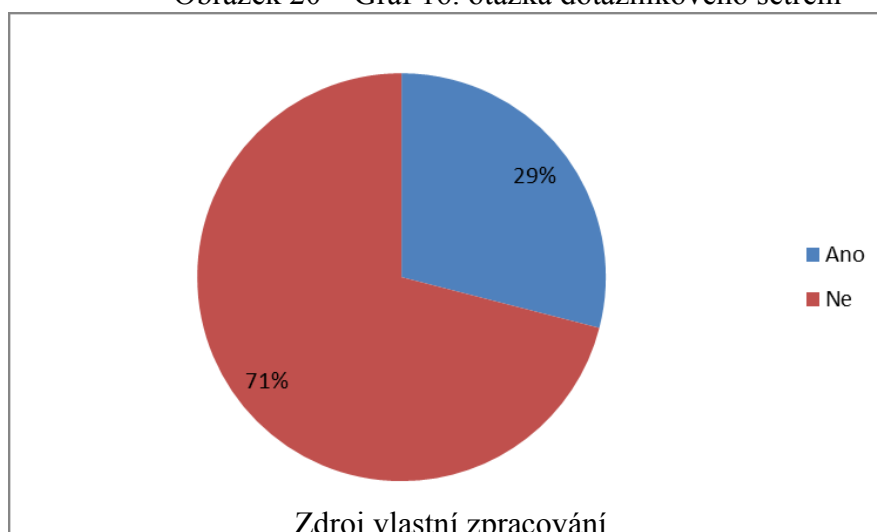


Zdroj vlastní zpracování

Tento graf zobrazuje zájem dotazovaných o produkt, který je předmětem této práce. Tato informace je velmi důležitá a odpovídá na otázku, zda by tento produkt mohl vzbudit zájem a poptávku u lidí a zda je pro ně atraktivní. Pro tuto práci je to tedy velmi významné zjištění, jelikož 85 % dotazovaných tento stručný popis tematického zájezdu zaujal. Pouze u 15 % dotazovaných tento nový produkt zájem nevzbudil (viz obrázek 19) – je možné, že tito respondenti preferují spíše jiný druh cestovního ruchu – například přímořský, městský, kongresový a podobně, nebo je nezaujala tematická náplň tohoto zájezdu.

**16. Slyšeli jste již o nějakém podobném zájezdu, který by byl uskutečňován v této lokalitě a se stejnou tematickou náplní?**

Obrázek 20 – Graf 16. otázka dotazníkového šetření

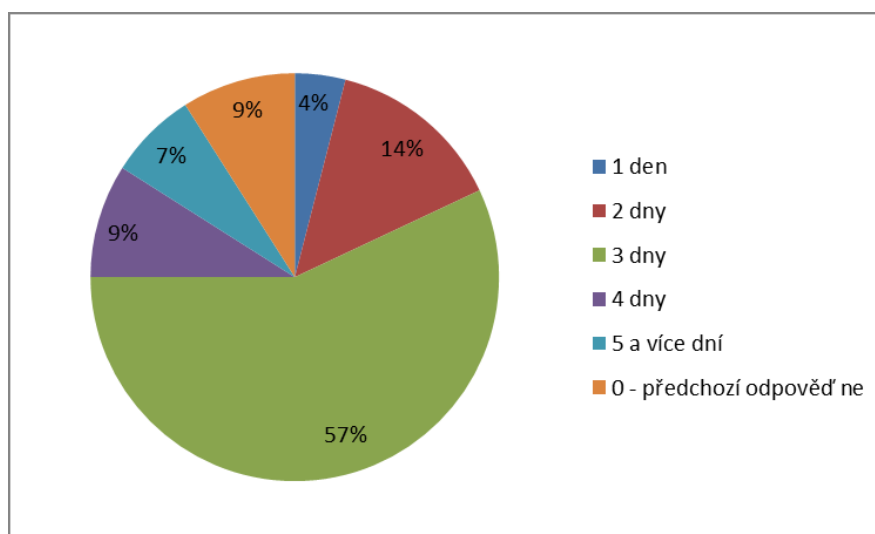


Zdroj vlastní zpracování

Cílem této otázky bylo zjistit, zda mají oslovení respondenti povědomí o nabídce, která konkuruje zamýšlenému novému produktu. Většina dotazovaných 71 % se s podobným zájezdem v této lokalitě ještě nesetkala a mohl by tak pro ně být něčím novým a atraktivním. 29 % už o podobné nabídce slyšelo. (viz obrázek 20).

### 17. Pokud by vás zájezd s touto tematikou oslovil, jak dlouhý by měl být?

Obrázek 21 – Graf 17. otázka dotazníkového šetření

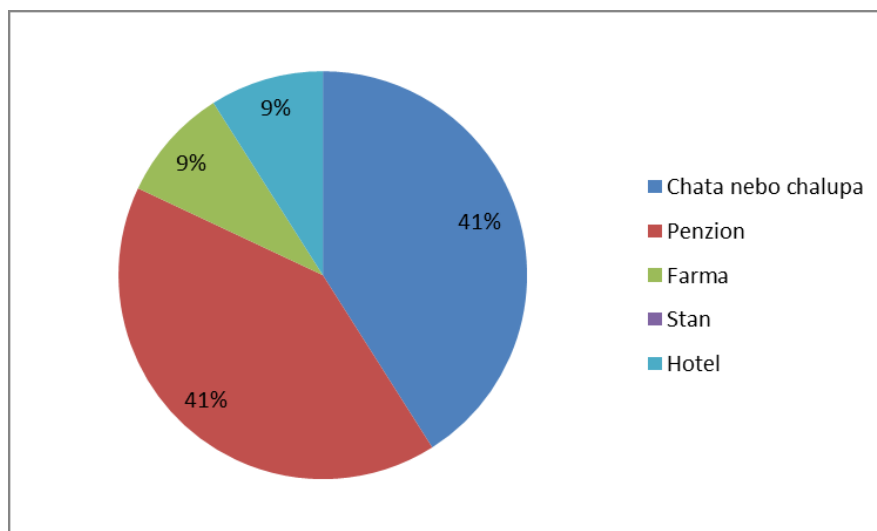


Zdroj vlastní zpracování

Tento graf zobrazuje počet dnů, který by dotazovaní respondenti preferovali při absolvování tohoto zájezdu. Nejčastější odpovědi a zároveň i zamýšlenou délkou tohoto zájezdu jsou 3 dny s 57 %, 3 dny jsou dostatečná doba pro návštěvu různých atraktivit a vytvoření bohatého programu. Druhý nejpreferovanější počet dnů strávený na tomto zájezdu jsou dva dny – 14 %, toto poměrně vysoké procento může odrážet myšlení dotazovaných, kteří by tento zájezd nejspíše pojali jako víkendový. Stejně procento dotazovaných (9%) by na zájezd buď nejelo – jelikož z předchozí otázky by je tato nabídka nezaujala – proto 0 dní a 9 % obsadil 4 denní zájezd po této lokalitě (viz obrázek 21).

**18. Jakému ubytovacímu zařízení byste na letní dovolené na Slovácku dali přednost?**

Obrázek 22 – Graf 18. otázka dotazníkového šetření

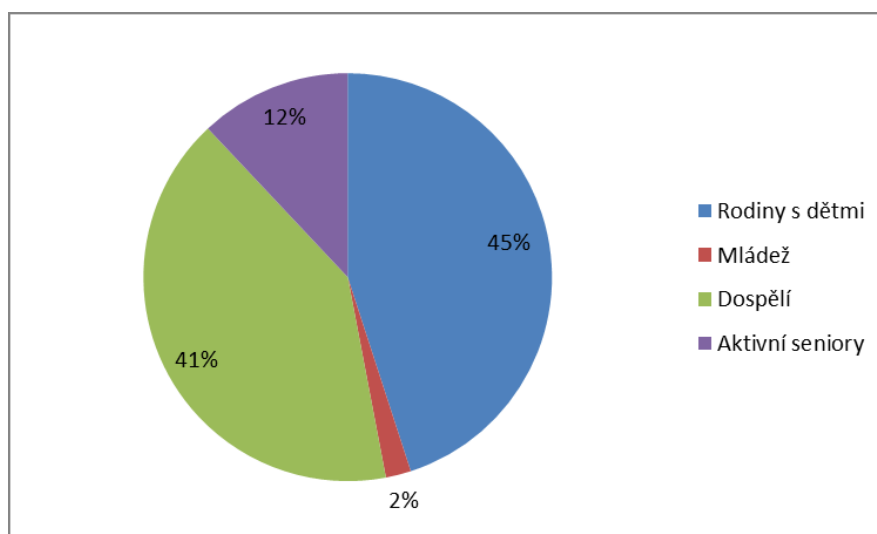


Zdroj vlastní zpracování

Tato otázka dotazníkového šetření opravdu potvrzuje, že lidé nyní více preferují soukromější formy ubytování, které jsou spojeny s přírodou. Většina dotazovaných by svoji letní dovolenou v oblasti Slovácka nejraději trávila na chatě nebo chalupě, a stejné procento by ji trávilo v penzionu (41 %). Opět stejné procento (9 %) obsadily farmy a hotely (viz obrázek 22). Toto nízké číslo může být zapříčiněno nezajímavým pobytem v hotelu, kterých je ve všech lokalitách plno a malý zájem o farmy zase může poukazovat na nedůvěru lidí v tuto poměrně mladou formu ubytování.

**19. Jaký segment zákazníků si myslíte, že by zájezd s touto tematikou ocenil?**

Obrázek 23 – Graf 21. otázka dotazníkového šetření

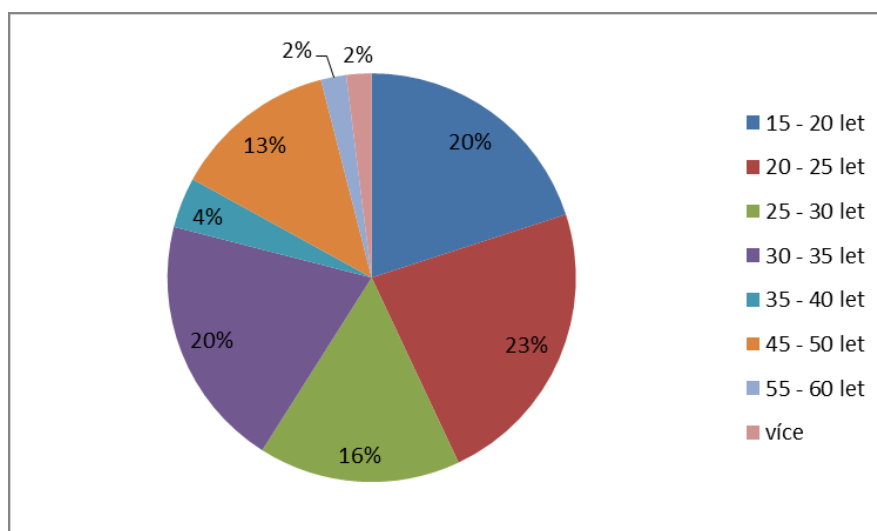


Zdroj vlastní zpracování

Většina respondentů (45 %) si myslí, že tento zájezd by nejvíce oslovil rodiny s dětmi, to by bylo možné, pokud by z nabídky byla vypuštěna například degustace vína, nebo odborné výklady a exkurze, které by tyto děti nezaujaly a nudily by je. Druhé největší procento respondentů (41%) si myslí, že by tento zájezd byl nejvhodnější pro dospělé osoby – což je i zamýšlený segment tohoto projektu. Nejmenší část (2%) si myslí, že je tento zájezd vhodný pro mládež. Poměrně malá část (12 %) oslovených si myslí, že tento zájezd je vhodný pro aktivní seniory (viz obrázek 19).

**20. Jaký je váš věk?**

Obrázek 24 – Graf 20. otázka dotazníkového šetření

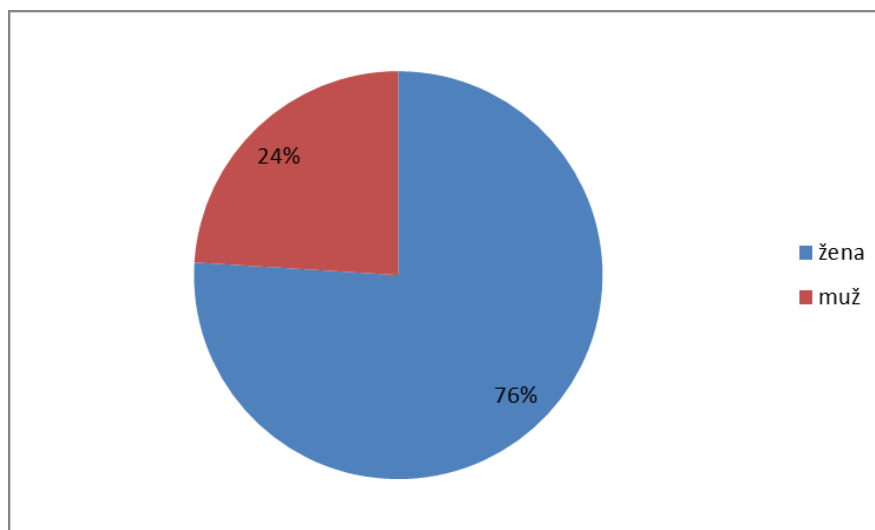


Zdroj vlastní zpracování

Předposlední otázka ukazuje, jaká věková skupina účastníků byla do dotazníkového šetření zapojena. Z grafu je patrné, že byly osloveny všechny věkové kategorie. Největší část – 23 % tvořili respondenti ve věku 20 – 25 let, stejným podíl procent dotazovaných – 20 % odpovídali respondenti ve věku 15 – 20 let a 30 – 35 let, v 16 % pak dotazník vyplnili respondenti ve věku 25 – 30 let, 13 % respondentů, kteří vyplňovali dotazník, byli ve věku 45 -50 let. Ve 4 % pak odpovídali respondenti ve věku 35 – 40 let. Nejmenší procento dotazovaných (2%) obsadili respondenti ve věku 55 – 60 let, nebo více let. Toto věkové složení respondentů zobrazuje obrázek 24.

## 21. Jste muž nebo žena?

Obrázek 25 - Graf 21. otázka dotazníkového šetření



Zdroj vlastní zpracování

Z poslední otázky tohoto dotazníkového šetření je patrné, že se dotazníku účastnily z větší části ženy (viz obrázek 25).

### 8.5.2 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření

Většina oslovených respondentů (79%) jsou pracující lidé – viz obrázek 5. Nejvíce oslovených respondentů (31%) cestuje 4 x ročně – viz obrázek 6 a z největší části (47%) cestují v rámci spíše tuzemského cestovního ruchu – viz obrázek 7. Největší část z oslovených (44%) cestuje se svým partnerem, nebo partnerkou – viz obrázek 8. Nejvíce rozhodujícím faktorem pro volbu návštěvy dané destinace je z 60% atraktivita dané lokality – viz obrázek 9. Nejvíce informací o dané destinaci čerpají oslovení respondenti z internetu (60%) –

viz obrázek 10. Většina z oslovených upřednostňuje na své dovolené aktivní formu odpočinku (60%) – viz obrázek 11 a jejich nejoblíbenější aktivitou na této dovolené je pobyt v přírodě (48%) – viz obrázek 12. Dále 73 % procent oslovených respondentů už lokalitu Slovácko navštívilo – viz obrázek 13, největší část z nich (39%) si s touto oblastí nejvíce spojuje víno – viz obrázek 14. Největší část respondentů (39%) si myslí, že cestovní ruch v této oblasti je středně rozvinutý – viz obrázek 15, bohužel největší část z oslovených respondentů si myslí, že tato oblast není dobře propagovaná (37%) – viz obrázek 16. Na další otázku, zda si myslí, že je tato oblast atraktivní pro domácí a zahraniční klientelu většina z nich (74%) odpověděla, že je atraktivní pro oba tyto typy návštěvníků – viz obrázek 17. Další otázka se týkala venkovského cestovního ruchu – tento pojem zná většina oslovených (66%) – viz obrázek 18. Zájezd na téma venkovského cestovního ruchu by respondenty velmi zaujal (85% - viz obrázek 19, navíc dotazovaní o podobném produktu, který je zaměřen na zájezd v oblasti cestovního ruchu ve většině případů vůbec neslyšeli (71%) – viz obrázek 20. Dle dotazovaných by měl zamýšlený zájezd trvat nejlépe 3 dny a myslí si to 57 % z nich – viz obrázek 21. K ubytování by si většina oslovených v této lokalitě zvolila stejným procentem (41%) chatu nebo chalupu, nebo penzion – viz obrázek 22. Většina oslovených (45%) si myslí, že tento zájezd by byl vhodný pro rodiny s dětmi – viz obrázek 23. Dotazníkového šetření se z největší části zúčastnily ženy (76%) – viz obrázek 25, největší procento oslovených respondentů je ve věku 20 – 25 let (23%) – viz obrázek 24.

## 8.6 SWOT analýza regionu Slovácka

### Silné stránky regionu Slovácko:

- Tradice, zvyky, řemesla, folklór.
- Přírodní a kulturní atraktivity.
- Významné vinařské lokality známé po celé ČR.
- Pohostinnost obyvatel.
- Hustá síť cyklostezek, vinařských stezek a naučných stezek.
- Snadná dostupnost a dobrá dopravní infrastruktura.
- Příjemné klimatické podmínky.
- Velké množství turistických informačních center.

**Slabé stránky regionu Slovácko:**

- Nedostatečná propagace.
- Nedostatečná finanční podpora tohoto regionu.
- Nedostatečné sledování vývoje tohoto regionu (návštěvnost, spokojenost).
- Špatná spolupráce mezi obcemi a městy.

**Příležitosti:**

- Měkký cestovní ruch.
- Zlepšení propagace.
- Zlepšení spolupráce mezi obcemi a městy.
- Vytváření nových pracovních míst spojených s dalším rozvojem cestovního ruchu v této oblasti.
- Spolupráce s příhraničními státy – přilákání zahraniční klientely.
- Rozvoj a důraz na propagaci unikátního vinařského cestovního ruchu v této významné oblasti.
- Vytváření nových a zajímavých produktů formou balíčků.

**Hrozby:**

- Škodlivé zásahy do přírody.
- Nedostatek finančních prostředků pro další rozvoj cestovního ruchu v této oblasti.
- Ztráta zájmu o tuto lokalitu v důsledku špatné finanční podpory a propagace.

**8.7 Analýza dosavadní nabídky venkovské turistiky v oblasti Slovácka**

Při tvorbě nového produktu venkovského cestovního ruchu je nutné analyzovat dosavadní objekty a atraktivitu, které jsou s tímto cestovním ruchem v této oblasti spojeny. Bude tedy analyzována nabídka venkovských aktivit a služeb v tomto regionu. Analyzovány budou jednotlivé objekty, které nabízejí ubytování, nebo služby spojené s venkovským cestovním ruchem a dále budou analyzovány jednotlivé ceny těchto objektů a jejich služeb. Dále jsou analyzovány tzv. Hipofarmy, které se zabývají výukou jízdy na koni a jejich chovem a také náleží do venkovského cestovního ruchu, i u nich budou zkoumány ceny jejich jednotlivých poskytovaných služeb. V neposlední řadě budou analyzovány také atraktivitu této oblasti, jako jsou skanzeny – jejich výčet a aktuální ceny jednotlivých služeb, dále také



vinařské stezky a naučné stezky, kterými je tato oblast protkaná. I tyto stezky souvisí s venkovským cestovním ruchem, jelikož se jedná o aktivní pobyt v prostředí přírody.

### 8.7.1 Hipoturistika

**Ranch Nevada – Smrad'avka** patří již od roku 1997 k navštěvovaným turistickým cílům v okolí Buchlovic. Tradičně se zde pořádají vyjížďky na koních do přírody vhodné jak pro pokročilé jezdce, tak i pro úplné začátečníky. Aktuální ceny a poskytované služby zobrazuje tabulka 6. (Ranch Nevada, © 2012)

Tabulka 6 – Ceník Ranch Nevada - Smrad'avka

Vyjíždka do přírody	1 hodina - 250,- Kč	2 hodiny 500,- Kč	
Výcvik jízdy na koni	45 minut 350,- Kč		
Vození dětí na koni	15 minut 70,- Kč	30 minut 140,- Kč	
Vození dětí na ponících	15 minut 60,- Kč	30 minut 120,- Kč	1 hodina 200,- Kč
Jízda kočárem	1 hodina 1200,- Kč	Další hodina od 900,- Kč	
Zapůjčen jezdecké výstroje	Přilba 20,- Kč	Bičik 10,- Kč	

Zdroj: Ranch Nevada

**Ranč Kostelany – Kostelany** se chovem koní zabývá již od roku 2002, kdy se na Ranč dovezli první koně. Jednalo se o plemeno koně AQH, toto plemeno se na Ranči chová i dnes. V nabídce služeb ranče je například vodění na koni, která probíhá v krásném areálu Ranče. V závislosti na klientovi nabízí vodění po celém Ranči, nebo za nepříznivého počasí v jezdecké hale. Nejmenší děti se mohou projet na poníkovi. Dále jsou v nabídce vyjížďky na koni po okolí ranče a do přírody v doprovodu zkušeného instruktora. Vyjíždka je možná pro osoby starší 18 let, u nezletilých dětí je potřeba souhlas rodičů a základní znalost ježdění na koni, kterou si instruktor před jízdou ověří. V doprovodu zákonného zástupce dítěte je možné vzít dítě na vyjíždku na poníkovi. Dále je možné využít výcviku jízdy na koni, který je zaměřen nejen na úplné začátečníky, ale i pokročilé, kteří se chtějí ve westernovém ježdění zdokonalit. Pro tento výcvik slouží na Ranči výcvikové koně a jezdecký výcvik probíhá ve venkovní aréně, ale také v kryté jezdecké hale. Jezdecký výcvik je určen pro jakoukoliv věkovou kategorii. Dále se mohou v jízdě na poníkovi zdokonalovat i děti. Aktuální ceny a poskytované služby zobrazuje tabulka 7. (Ranč Kostelany, © 2016)

Tabulka 7 – Ceník Ranč Kostelany

Vodění na koni	30 minut 200,- Kč	
Vyjíždka na koni	50 minut 350,- Kč	
Výcvik jízdy na koni	50 minut 400,- Kč	jezdecká helma v ceně
Pony škola	50 minut 300,- Kč	jezdecká helma v ceně

Zdroj: Ranč Kostelany

**Black Rose Ranch** – jedná se o rodinný ranč, který se nachází na kraji vinařské obce Němčičky. Nabízí kompletní jezdecké a vozatajské služby, včetně ustájení soukromých koní. Aktuální ceny a poskytované služby zobrazuje tabulka 8. (Black Rose Ranch, © 2012)

Tabulka 8 – Ceník Black Rose Ranch

Výcvik jízdy na koni	45 minut 450,- Kč
Vození dětí	10 minut 100,- Kč
Vyjíždka kočárem	1 hodina 100,- Kč
Ustájení koní	5000,- Kč

Zdroj: Black Rose Ranch

**Farma na Haldě – Boršice** Tuto farmu tvoří komplex budov, který byl uveden do provozu v září 2012. Nachází se zde hospůdka s bowlingem, penzion, venkovní posezení, vnitřní dvorek a stáje a chlévy pro hospodářská zvířata se zázemím a také rybník. Tato farma nabízí pro začínající či nezkušené jezdce možnost výuky na koni na pískové jízdárně pod vedením odborného cvičitele s platným osvědčením a certifikací. Tyto jezdecké zkušenosti lze doplnit i o teoretickou část výuky. Aktuální ceny a poskytované služby zobrazuje tabulka 9. (Halda Boršice, © 2012)

Tabulka 9 – Ceník Farma na Haldě - Boršice

Výcvik jízdy na koni v jízdárně	1 hodina 500,- Kč
Pronájem jízdárny	1 hodina 300,- Kč

Zdroj: Halda Boršice

**Ranč Montana Trail** – tento ranč nabízí ježdění na koních, vyjíždky do přírody hodinové, vícehodinové i celodenní. Aktuální ceny a poskytované služby zobrazuje tabulka 10. (Montana Trail)

Tabulka 10 – Ceník Ranč Montana Trail

Vyjíždka na koni 1 hodina	300,- Kč
Vyjíždka na koni 1,5 hodina	400,- Kč
Vyjíždka na koni 2 hodiny	500,- Kč
Půldenní vyjíždka	900,- Kč
Celodenní vyjíždka	1600,- Kč
Výcvik jízdy na koni 1 hodina	400,- Kč
Jezdecká školička 30 minut	200,- Kč
Jezdecký kroužek/1 den	250,- Kč
Vození na koních	400,- Kč
Dvoudenní putování	3500,- Kč

Zdroj: Montana Trail

### 8.7.2 Skanzeny

**Skanzen Strážnice** – Tento skanzen návštěvníkům nabízí nahlédnutí do řemesel je zde možno vidět například práci hrnčíře, tkaní na stavu, ruční výrobu rukavic, pletení košíků, výrobu krpců a další. Při tematicky laděných programech se představují návštěvníkům i Nositelé tradice lidových řemesel (od roku 2001 uděluje ministr kultury České republiky každoročně vybraným lidovým výrobcům titul Nositel tradice lidových řemesel) se svou prací i se svými výrobky. Dále je zde k vidění králíci, z opeřenců husy, kachny a slepic, v ohradách pasoucí se ovce, kozy, krávy a koně. Ve skanzenu se návštěvníkům dále prezentuje vinohradnictví, které se nachází v samostatném areálu, v němž jsou představeny rozmanité typy lisoven a sklepů z obcí Veletiny, Vrbice, Prušánky a Blatnice. Aktuální ceny služeb zobrazuje tabulka 11. (Skanzen Strážnice, © 2018)

Tabulka 11 – Ceník Skanzen Strážnice

Vstupné dospělí	120,- Kč
Vstupné děti do 6 let	20,- Kč
Děti do 15 let	60,- Kč
Studenti do 26 let	60,- Kč
Osoby nad 60 let	60,- Kč
Permanentní vstupenka	500,- Kč

Zdroj: Skanzen Strážnice

**Archeokanzen Modrá** – Tento skanzen se nachází v lokalitě původního velkomoravského osídlení a představuje ideální podobu slovanského opevněného sídliště z doby Velké Moravy (9. století). Je tvořen stavbami, jejichž do země zahloubené části mají předlohy

ve skutečných archeologických objektech. Nadzemní hmota staveb má charakter hypotetických rekonstrukcí, které však vznikly na podkladě konkrétních nálezů. Aktuální ceny a služeb zobrazuje tabulka 12. (Kudy z nudy, © 2018)

Tabulka 12 – Ceník Archeoskanzen Modrá

Vstupné dospělí	80,- Kč
Děti od 6 do 15 let	60,- Kč
Studenti do 26 let	60,- Kč
Senioři	60,- Kč
ZTP	60,- Kč
Rodinné vstupné	180,- Kč

Zdroj: Kudy z nudy

### 8.7.3 Ubytovací zařízení

**Ekofarma Sádky – Kunovice.** Tato bio farma se nachází v blízkosti Kunovic na rozloze téměř 5 ha. Majitelé tuto farmu získali v roce 1988 ve zdevastovaném stavu a od té doby proběhla intenzivní rekultivace zničené přírody a v roce 2007 se jim podařilo získat certifikát BIO, to znamená, že všechny produkty pěstované na této farmě splňují nejpřísnější ekologické normy. Uvidíme zde téměř 4 hektary sadů, především jabloní a švestek, dále také oskoroše, meruňky, mirabelky, hrušky, třešně a ořechy. Srdcem této farmy je rybník, ve kterém žijí kapři, karasi, žáby a mnoho dalších živočichů. Západní hráz rybníka tvoří domov pro ledňáčky. Tato farma je jen jednou ze šesti lokalit, kde žije vzácný motýl Pestrokrídlec podražcový. Na farmě se nepoužívají žádné chemické přípravky a jsou zde vybudovány desítky budek pro ptáky. V zimě všechny obyvatele farmy přikrmují. Na této farmě tedy absolvujeme prohlídku a je zde možnost poobědvat, tato farma nabízí hlavní jídla, polévky, dezerty, saláty i sladká jídla. Z nápojů pak tato farma nabízí například BIO mošt vlastní výroby. Aktuální ceny služeb zobrazuje tabulka 13. (Ekofarma Sádky, © 2018)

Tabulka 13 – Ceník Ekofarma Sádky

	Dospělý	Děti 3- 12 let
Dvoulůžkový pokoj	980 Kč /noc	
Přistýlka	490 Kč /noc	390 Kč /noc
Místo pro stan (dvě osoby ve stanu)	140 Kč / noc	
Poplatek za další osobu ve stanu	40 Kč /noc	30 Kč /noc
Příplatek za večeři (jeden nápoj k večeři v ceně)	99 Kč / den	-
Příplatek za oběd + večeři	199 Kč /den	-
(jeden nápoj k obědu a večeři v ceně)	99 Kč /den	-
Příplatek za snídani (pro ubytované ve stanu, jinak v ceně)	200 Kč /den	-
Zapůjčení kola na den (pouze pro ubytované)	100 Kč /den	-
Příplatek za psa, nebo kočku na pokoji	50 Kč /den	-

Zdroj: Ekofarma Sádky

**Farma na Haldě - Boršice.** Nachází se zde minifarma s kočkami, morčaty, králíky, mini prasátka, kozami, ovce, domácími prasaty, krávy, husami, kachny, slepicemi, divokými prasaty a koňmi. V areálu farmy se nachází soukromý rybářský revír, takzvaný rybník Halda, který rozlohu 2,3 ha a je bohatě zarybněn. Osádku rybníka tvoří kapři, amuři, štiky, candáti, sumci, jalci, jeseteři, okouni, pstruzi a mnoho dalších a je zde možnost rybaření. Aktuální ceny služeb zobrazuje tabulka 14. (Halda Boršice, © 2012)

Tabulka 14 – Ceník Farma na Haldě - Boršice

Dvoulůžkový pokoj 1 osoba/noc	650,- Kč
Dvoulůžkový pokoj 2 osoby/noc	1300,- Kč
Dítě do 5 let	zdarma
Přistýlka/noc	450,- Kč
Zvíře na pokoji/noc	200,- Kč

Zdroj: Halda Boršice

**Biofarma Juré** – na této biofarmě chovají masný skot plemene Limousine, ovce plemene Merinolandschaft se zaměřením na masnou produkci. Také se zde nachází 20ha orné půdy, kde pěstují nahý oves, pohanku. Dále 8ha ovocných sadů, jejíž produkci zpracovávají a tyto výrobky mají certifikaci a logo ekologického zemědělství. K této produkci například patří sušené ovoce různých tvarů a druhů (hrušky, jablka, třešně), jablečné chipsy, jablečné kostičky a mnoho dalších. Dále je na biofarmě nabízeno ubytování a agroturistiku. Aktuální ceny služeb zobrazuje tabulka 15. (Biofarma Juré, © 2014)

Tabulka 15 – Ceník Bio-farma Juré

1 den /apartmán / 4 lůžka	2200,- Kč
2 a více dní / aparmán/ 4 lůžka	1800,- Kč
Obsazenost 2 dospělí/den	1500,- Kč
Obsazenost 2 dospělí/den + 1 dítě bez nároku na lůžko	1500,- Kč
Obsazenost 2 dospělí/den + 1 dítě na lůžku + 1 dítě bez nároku na lůžko	1800,- Kč

Zdroj: Biofarma Juré

**Farma Ovčí terasy – Němčičky.** Tato farma se nachází v klidném farmářském prostředí, které se nachází uprostřed malebné přírody. Ovčí terasy jsou rodinná farma, která vaří z vlastních či lokálních surovin a nabízí vlastní nápoje. Na této farmě jsou chované východo - fríské ovce a z jejich mléka pak vyrábí vlastní sýry a v klimaticky příznivých měsících zásobujeme kuchyň vlastní zeleninou, ovocem i bylinkami. Farma leží na samotě a nabízí absolutní klid a možnost nerušené relaxace. Můžeme si zde užít procházky po cca 20 ha hospodářství v úchvatné krajině Modrých hor jižní Moravy s neopakovatelnými výhledy. Pro aktivnější návštěvníky jsou připraveny denní povinnosti jako jsou: pasení oveček, je zde možnost vzít si pamlsky pro ovečky a jít si odpočinout na jednu z přilehlých pastvin se stádem oveček. Součástí této aktivity je také malé občerstvení a víno (600 Kč 2os./den) Dále například vinohradnické práce, stříhání – jarní stříh vinohradu, jedna z nejdůležitějších prací, ovlivňující vývoj růstu v sezóně. Vyplétání a vázání výhonků. Zelené práce jako je pletí révy vinné, kultivace keřů v době růstu s občerstvením přímo na vinohradě: Vinařské práce v období vinobraní – sběr hroznů, třídění, dále mletí, lisování, které je následným krokem po vinobraní. Sadařské práce - kdy si návštěvník může zasadit strom, dále štěpkování a mnoho dalších zajímavých aktivit. Aktuální ceny služeb zobrazuje tabulka 16. (Farma Ovčí terasy)

Tabulka 16 – Ceník Farma Ovčí terasy

Osoba na dvoulůžkovém pokoji se snídaní	690,- Kč
Osoba na jednolůžkovém pokoji se snídaní	990,- Kč
Dítě 3 - 12 let se snídaní	360,- Kč
Děti do 3 let	zdarma

Zdroj: Farma Ovčí terasy

**Hotel Bukovanský Mlýn** – V areálu tohoto hotelu se nachází Mlynářská stáj s výběhem koní a poníků a ohradu s ovečkami. Dále je zde k dispozici minigolf, pétanque či masážní chodníček pro unavená chodidla, dále střelnice pro rekreační lukostřelbu a kozí výběh s volným vstupem. Bukovanský mlýn ocení i cyklisté, jelikož je areál zapojen do programu

„Cyklisté vítání“ a nachází se na Kyjovské stezce. Navíc se zde nachází unikátní větrný mlýn s rozhlednou a výstavou. Aktuální ceny služeb zobrazuje tabulka 17. (Hotel Bukovanský Mlýn, © 2012)

Tabulka 17 – Ceník Hotel Bukovanský Mlýn

1 osoba na dvoulůžkovém pokoji	1390,- Kč
2 osoby na dvoulůžkovém pokoji	1590,- Kč
Přistýlka	450,- Kč
1 osoba na třílůžkovém pokoji	1390,- Kč
2 osoby na třílůžkovém pokoji	1590,- Kč
3 osoby na třílůžkovém pokoji	2090,- Kč
Mlynářský aparmán 1 osoba	2290,- Kč
Mlynářský aparmán 2 osoby	2490,- Kč
Chata pro 4 osoby	1200,- Kč

Zdroj: Hotel Bukovanský Mlýn

**Vinařský dům Sedlec** – Tento rodinný penzion a vinařství se nachází v klidném prostředí malebné jihomoravské vesnice kousek od Mikulova, Valtic a Lednice. V okolí je k vidění mnoho památek, krásná příroda a celá oblast je protkána cyklostezkami. Tento penzion je vhodný pro rodiny s dětmi i větší skupiny přátel. Aktuální ceny služeb zobrazuje tabulka 18. (Vinařský Dům Sedlec, © 2017)

Tabulka 18 – Ceník Vinařský Dům Sedlec

Dospělý 1 noc	550,- Kč
Dospělý 5 a více nocí/1 noc	400,- Kč
Děti do 3 let	zdarma
Domácí mazlíček	150,- Kč
Snídaně dospělý	90,- Kč
Snídaně děti do 12 let	70,- Kč
Půjčení kola/1 den	250,- Kč
Pronájem celého penzionu	1500,- Kč

Zdroj: Vinařský Dům Sedlec

**Hornácká Farma** – Tato farma sídlí v Hrubé Vrbce a zaměřuje se na ekologické zemědělství a agroturistiku. Na farmě chovají skot, prasata, miniprasata, ovce, kozy, husy, koně a osla. Všechna zvířata chovaná na farmě mají možnost volného pohybu a jsou krmena výhradně krmivem, které si farma sama vypěstuje na loukách a polích, které nijak chemicky neošetřují. Farma také nabízí prohlídky farmy a jízdu na koni. Návštěvníci mohou dále podniknout projížďku po tzv. Hornáckém Safari v terénním autě po pastvinách farmy - na kozí pastvu v Ležhorách, kravské pastvy na Drínové a na Vápence a ovčí pastvu

u Kociánské jámy. Výlet je možné obohatit o zastávku u rozhledny Drahy či u Kuželovského mlýna (cena je 300,- Kč/1 osoba). Tato farma spolupracuje při péči o krajinu se Správou CHKO Bílé Karpaty a to na území Vojšických luk a v lokalitě Velické zahrady. Obě zmíněné oblasti spadají do soustavy chráněných území Natura 2000, což je soustava chráněných území určených k ochraně biologické rozmanitosti v celé Evropské unii. Aktuální ceny služeb zobrazuje tabulka 19. (Hornácká Farma, © 2018)

Tabulka 19 – Ceník Hornácká Farma

Dospělý 1 noc	450,- Kč
Děti 3 - 10 let	310,- Kč
Děti do 3 let	zdarma
Přístýlka	300,- Kč
Jízda na koni 30 minut	250,- Kč

Zdroj: Hornácká Farma

#### 8.7.4 Moravské vinařské stezky

Region Slovácko je doslova protkaný Moravskými vinařskými stezkami s celkem 1200 km značených vinařských cyklotras, které návštěvníky provedou jihomoravskou krajinou mezi vinohrady od starobylého Znojma až po slováckou metropoli Uherské Hradiště. Návštěvníci se na těchto stezkách seznámí s malebnými městy, vinařskými vesnicemi, s typickou sklepní architekturou, historickými a přírodními památkami UNESCO a také folklórem a výborným vínem. Nachází se zde tyto vinařské stezky: Mikulovskou vinařská stezka, Znojemská vinařská stezka, Moravská Vinná – Mikulovská stezka, Moravská – Vinná Slovácká, Moravská vinná – Velkopavlovická, Mutěnická vinařská stezka, Kyjovská vinařská stezka, Strážnická vinařská stezka, Velkopavlovická vinařská stezka, Bzenecká vinařská stezka, Moravská vinná – Znojemská, Uherskohradištská vinařská stezka, Brněnská vinařská stezka, Vinařská stezka Stará hora, Vinařská stezka Krajem André, Vinařská stezka Modré hory. Podrobný popis těchto stezek a jejich mapky obsahuje příloha IV. (Moravské vinařské stezky, © 2000)

#### 8.7.5 Pěší turistika - Naučné stezky

Tato oblast také nabízí velké množství naučných stezek, které jsou vhodné jak pro pěší, tak pro cykloturisty. Jedná se o druh venkovní značené turistické trasy, která seznamuje návštěvníky s přírodními a kulturními atraktivitami okolí. Od běžné turistické trasy se tyto naučné stezky liší informačními tabulemi, které jsou rozmístěné na jednotlivých zastave-



ních po trase této naučné stezky. Naučné stezky regionu Slovácko: Naučná stezka Ždánickým lesem, Naučná stezka Okolo Hrozenka, Naučná stezka Rochus (Naučná stezka Rochus, Turistik, © 2000), Naučná stezka Květná, Naučná stezka Šumárnická, Naučná stezka Důbrava, Naučná stezka Javořinská, Naučná stezka Lopeník, Naučná stezka Koménka, Naučná stezka Moravské Kopanice, Naučná stezka Moravské Kopanice, Bojkovická naučná stezka (Slovácko – krajina naučné stezky, © 2000), Naučná stezka Váté písky (portál Jižní Moravy), Naučná stezka lednické rybníky (Ochrana přírody - Pálava, © 2018), Archeostezka Dolní Věstonice (Portál Jižní Moravy). Podrobnější popis těchto stezek obsahuje příloha P V.

## 9 PROJEKT

Poslední kapitola praktické části práce se zabývá tvorbou nového produktu cestovního ruchu, který je zaměřen na tvorbu nového zájezdu, se zaměřením na venkovský cestovní ruch v oblasti Slovácka-

### 9.1.1 Proces tvorby produktu

Cílem tohoto projektu je sestavení produktu, který bude komplexním souborem služeb - stravovacích, ubytovacích, dopravních a doplňkových, které se vzájemně doplňují – jedná se tedy o tzv. paketování a tyto služby budou sestaveny do ucelené nabídky, která bude zákazníkům nabízena za jednotnou cenu. Nejprve je nutné naplánovat tento produkt, ten je zaměřen na zájezd v oblasti Slovácka s názvem „Zájezd venkovem Slovácka“, jak již název vypovídá, bude orientován na venkovský cestovní ruch. Jedná se tedy o krátkodobý tuzemský zájezd a patří spíše do aktivního cestovního ruchu. Uvažujeme cestovní kancelář, která bude tento produkt nabízet a při němž bude využíváno služeb průvodce, který je v této cestovní kanceláři zaměstnán. Jako typ dopravy kvůli nízkým kapacitám venkovských ubytovacích zařízení a snahy o tzv. měkký cestovní ruch a snahu o rodinnou atmosféru bude zvolen mikrobus pro 24 lidí – zájezd tedy bude organizován pro menší počet účastníků zájezdu - 22 a jednoho průvodce a řidiče tohoto minibusu. Harmonogram zájezdu, program a kalkulace jsou uvedeny níže.

Výběr dodavatelů: Auto Šťastný, který pronajímá mikrobus pro 24 osob (včetně řidiče) - Mikrobus **Caetano Optimo De LUX** s 24 místy (viz obrázek 26). Tento mikrobus disponuje tažným zařízením, ledničkou a pásy na všech sedadlech. Cestovní kanceláří, která nabízí tento produkt je **cestovní kancelář**, která zaměstnává i průvodce, který bude tento zájezd doprovázet. Pro ubytovací služby byl zvolen **Hotel Bukovanský Mlýn** (viz obrázek 27) – který přímo dýchá venkovskou atmosférou jak svým typickým vzhledem, tak i atraktivitou, kterou je funkční větrný mlýn přímo u hotelu a dále zvířata chované v areálu tohoto hotelu. Bukovanský Mlýn nabízí typickou kuchyni pro tuto oblast. Druhým ubytovacím zařízením je **Farma Ovčí Terasy** (viz obrázek 28), která se nachází v Němčičkách a nabízí pro své návštěvníky řadu pracovních aktivit spojených s farmou, nebo vinohradem a chovají ovce, o které se návštěvníci v případě zájmu mohou starat a pást je. Kompletace služeb: všechny poskytnuté služby jsou zahrnuty v paketu.

### 9.1.2 Základní informace o zájezdu

- Název: Zájezd venkovem Slovácka
- Počet osob: 22 + 1 řidič, + 1 průvodce
- Termín: 20. 7. – 22. 7. 2018, 3 dny, 2 noci
- Cílová skupina: Aktivní senioři, dospělí, mladé páry. Tento zájezd může být také poskytnut menšímu počtu zaměstnanců firem, jako incentivní zájezd, nebo teambuildingový zájezd. Zájezd není vhodný pro děti a osoby mladší 18 let (Program není uzpůsobený pro děti – výklady na exkurzích – technika Modrotisk, technika pálenic, řízená degustace vína apod.)
- Strava: Plná penze (snídaně, oběd, večeře) v ceně nejsou zahrnuty nápoje. Snídaně nabízí v ceně ubytovací zařízení.
- Průvodce: zaměstnanec cestovní kanceláře. Průvodci je poskytnuta strava i ubytování v plné výši, včetně vstupů do objektů – mimo programu na Farmě Ovčí terasy – pasení a starání se o ovce.
- Doprava: Cestovní kancelář najme dopravce, který bude odpovídat za dopravu z Uherského Brodu mezi místy konání a po všech cílových destinacích na trasy výletu a zpět do Uherského Brodu. Auto Šťastný – typ mikrobusu Caetano Optimo De LUX, 24 míst. Cena za 1 ujetý kilometr je 22,- Kč bez DPH, cena čekací doby 150,- Kč bez DPH, řidič i pronájem tohoto mikrobusu již jsou v těchto cenách zahrnuty. Řidiči bude poskytnuta strava i ubytování v plné výši. Od 18:00 hodin do 6:00 hodin se již čekací doba neúčtuje, pokud tento mikrobuse nebude používán. Mikrobuse bude přistaven v Uherském Brodě a výjezd z garáže má v Holešově – 60 km (= přístavné kilometry) do Uherského Brodu +60 km zpět – celkem je tedy započteno za přistavení mikrobuse 160 km. V dopravě již jsou zahrnuty objížďky (5%). Cesta bude probíhat po neplacených úsecích silnic, parkovné u ubytovacích zařízení zdarma, parkovné zdarma také nabízí objekty Skanzen Modrá, Skanzen Strážnice, parkoviště u Restaurace a penzionu Valtice, Archeologické naleziště Mikulčice i Velké Pavlovice – u hřbitova. Jediné placené parkoviště využijeme ve Valticích – parkoviště Náměstí Svobody, cena za 1 hod = 30 Kč.
- Trasu zájezdu a jeho program zobrazuje tabulka 20.
- Ubytování: 1x noc v Hotelu Bukovanský Mlýn, 1x noc na Farmě Ovčí Terasy.
- Cena za 1 osobu: 5925,4,- Kč zaokrouhleme tedy raději na 5926,- Kč- Kalkulaci vstupů do objektů, stravy a ubytování zobrazuje tabulka 21, kalkulace dopravy

je vyobrazena v tabulce 22 a výsledná kalkulační, která je rozdělena na přímé a nepřímé náklady je vyobrazena v tabulce 23.

Obrázek 26 – Mikrobus Caetano Optimo De LUX



Zdroj: Auto Šťastný

Obrázek 27 – Hotel Bukovanský Mlýn



Zdroj: Vlastní zdroj

Obrázek 28 – Farma Ovčí terasy



Zdroj: Booking, © 1996

## 9.1.3 Trasování zájezdu, program zájezdu

Tabulka 20 – Trasování zájezdu a program zájezdu

		časové rozmezí	Doba trvání	Typ činnosti	Kilometry
1. DEN	Cesta z Uherského Brodu do Vlčnova	9:00 - 9:10	10 minut	cesta	
	Prohlídka Muzeum lidových pálenic	9:10 - 10:20	1 hod 10 min	návštěva objektu	7 km
	Cesta z Vlčnova na Smraďavku -Ranch Nevada	10:20 - 10:50	30 minut	cesta	25,5 km
	Jízda na koni a exkurze po rančí s komentovaným výkladem	10:50 - 13:20	2 hod 30 min	návštěva objektu	
	Cest ze Smraďavky na Modrou	13:20 - 13:45	25 minut	cesta	15 km
	Oběd - hotel Skanzen Modrá	13:45 - 14:30	45 minut	návštěva objektu	
	Návštěva Archeoskanzenu Modrá	14:30 - 15: 30	1 hod	návštěva objektu	
	Expozice Živá voda + koupání v přírodním biotopu	15:30 - 17:00	1 hod 30 minut	návštěva objektu	
	Z Modré cesta do Bukovan - Hotel Bukovanský mlýn	17:00 - 17:50	50 minut	cesta	38,3 km
	Čas na uytování na pokojích v hotelu	17:50 - 18:30	40 minut	ubytování	
	Večeře Hotel Bukovanský Mlýn	18:30 - 19:30	1 hodina	strava	
	Turnaj v minigolfu	19:30 - 20:30	1 hodina	program	
	Volný program + spánek	20:30 - 7:30	11 hodin	ubytování	
2. DEN	Snídaně Hotel Bukovanský Mlýnn	7:30 - 8:30	1 hodina	strava	
	Komentovaná prohlídka s mlynářem po větrném mlýně + návštěva rozhledny a expozice v mlýně	8:30 - 9:30	1 hodina	návštěva objektu	
	Cesta z Bukovanského Mlýna do Strážnice	9:30 - 10:05	35 minut	cesta	27,9 km
	Návštěva Skanzenu Strážnice, nákup suvenýrů	10:05 - 12:05	2 hodiny	návštěva objektu	
	Oběd v areálu Skanzen Strážnice	12:05 - 13:05	1 hodina	strava	
	Pěšky cesta do Muzea Modrotisku Strážnice	13:05 - 13:25	20 minut	cesta	
	Návštěva muzea modrotisku s odborným výkladem	13:25 - 14:00	35 minut	návštěva objektu	
	Cesta do Mikulčič	14:00 - 14:35	35 minut	cesta	30,8 km
	Návštěva Archeologického naleziště Mikulčice s průvodcem	14:35 - 16:35	2 hodiny	návštěva objektu	
	Cesta do Němčiček - Farma Ovčí terasy	16:35 - 17:30	55 minut	cesta	41,5 km
	Čas na ubytování na pokojích na Farmě Ovčí terasy	17:30 - 18:00	30 minut	ubytování	
	Pasení oveček a starání se o dobytek - lehké občerstvení (víno, sýry)	18:00 - 19:00	1 hodina	program	
	Večeře - Farma ovčí terasy	19:00 - 20:00	1 hodina	strava	
	Volný program + spánek	20:00 - 7:30	11 hod 30 minut	ubytování	
3. DEN	Snídaně Farma Ovčí terasy	7:30 - 8:30	1 hodina	strava	
	Farmářské a vinohradnické práce	8:30 - 10:30	2 hodiny	program	
	Oběd Farma Ovčí terasy	11:00 - 12:00	1 hodina	strava	
	Odjezd do Velkých Pavlovic	12:00 - 12:20	20 minut	cesta	10,5 km
	Prohlídka uličky Opilé Sklepy + procházka na rozhlednu Slunečná (2,7 km) zpět autobusem	12:20 - 13:45	1 hodina 25 minut	návštěva objektu	
	Cesta do Sklepy Lotrinského Velké Pavlovice	13:45 - 14:00	15 minut	cesta	2,2 km
	Výklad a řízená degustace vína Sklepy Lotrinského	14:00 - 15:00	1 hodina	návštěva objektu	
	Cesta z Velkých Pavlovic do Valtic	15:00 - 15:30	30 minut	cesta	
	Exkurze Bylinková zahrada s výkladem a výroba vlastních produktů	15:30 - 17:00	1 hodina 30 minut	návštěva objektu	22,5 km
	Procházka do nedaleké Restaurace a penzion Valtice - večeře	17:00 - 18:15	1 hodina 15 minut	strava	
	Cesta zpět z Valtic do Uherského Brodu	18:15 - 19:45	1 hodina 30 minut	cesta	88 km
				celkem Km:	309,2 Km

Zdroj: Vlastní zpracování

### 9.1.4 Charakteristiky a zajímavosti navštívených atraktivit

Trasa zájezdu vyobrazena viz obrázek 32.

#### Začátek trasy: **Uherský Brod**

Trasa zájezdu začíná v Uherském Brodě, zmíníme tedy něco málo z jeho historie a atraktivit. Město Uherský Brod je jedno z nejstarších sídel jihovýchodní Moravy a nachází se v příhraniční oblasti moravsko – slovenského pomezí v podhůří nejvyšší hory Bílých Karpat - Javořiny. Počátky historického osídlení tohoto města, sahá do 10. – 12. století. Původní název města zněl „ Na Brodě“, díky brodu přes řeku Olšavu. Toto město patří k větším a má téměř 13,5 tisíc obyvatel. Mezi významné památky města patří pozdně gotická Radnice, pod kterou se nachází rozsáhlé podzemní prostory. Zajímavostí této radnice jsou věžní hodiny z roku 1723 a soška Černého Janka, k němuž se váže pověst z období kuruckých válek, která praví, že jako jediného Černého Janka v noci dobyvatelé města – Turci probudili, ten začal zvonit na pomoc na zvon, tím probudil město a to se pak obléhání těchto dobyvatelů ubránilo. Po zazvonění na tento zvonec byl nepříteli zastřelen. Další významnou památkou je Muzeum se sloupovým sálem, které je zaměřeno na osobu Jana Amose Komenského, který se prý v tomto městě narodil. Před tímto muzeem se nachází jeho bronzová socha v nadživotní velikosti od Vincence Makovského. Další zajímavostí tohoto města je dodnes zachované opevnění v jižní a severní části města. Tato hradební zeď byla 1,7 metrů široká a 10 metrů vysoká a jeho celková délka byla přes 2000 metrů.

#### **Vlčnov**

Trasa zájezdu pokračuje do nedaleké obce Vlčnov, nazývána také jako obec králů díky Jízdě Králů, která je od roku 2011 zapsána do seznamu nehmotného kulturního dědictví lidstva UNESCO a koná se každoročně v květnu a není tedy cílem této cesty. Přesto o této slavné jízdě bude zmíněno pár zajímavostí: Jízda Králů ve Vlčnově má minimálně dvousetletou tradici, a koná se každou poslední neděli v květnu. První fotografie dokládající Jízdy králů byla pořízena již v roce 1890. Jízda Králů začíná v neděli setkáním v domě krále, poté legrúti - což jsou osmnáctiletí chlapani společně se stejně starými dívkami - družicemi odchází do kostela na mši, poté se jede na radnici, kde se žádá o souhlas starosty. Úvodní slova jízdy jsou stále stejná: „Hýlom, hýlom! Počůvajte horní, dolní, domácí, aj přespólní, co vám budu povídati o svatodušní neděli!“ Tato jízda se skládá z jízdy legrútů, kteří doprovázejí krále na koni. Koně jsou zdobeni květinami a pentlemi, šátky a prapory. Králem se může stát jen mladý chlapec, který je panicem a koně tohoto krále vede jeho

otec, matka pak zdobí tohoto koně pentlemi. Pro rodinu, ve které je vybrán tento král je to obrovská pocta. K popularitě této slavnosti hodně přispělo i to, že byla v 19. století zachycena na impresionistickém plátně malíře Joži Úprky. Tento slavný malíř vlastnil malířský ateliér v nedaleké Hroznové Lhotě a maloval žánrové výjevy z místního života, pouť, nebo mše v kostele. V roce 1902 zde na návštěvu zavítal velmi vážený francouzský sochař, Auguste Rodin a s ním i velmi známý umělec Alfons Mucha a po této návštěvě umělecký zájem o tuto obec vyvrcholil. Vlčnov byl také inspirací pro malíře Josefa Máne-se. Exteriéry Vlčnova jsou také zachyceny ve filmu Slovácko sa súdí a později i Slovácko sa nesúdí. Cílem této cesty je návštěva Muzea lidových pálenic. Muzeum lidových pálenic je zřízeno v bývalé stodole a tato stálá expozice je věnována podomácku vyrobené slivovici a ovocných destilátů a její historii na moravsko-slovenském pomezí. Zde se návštěvníci dozvědí něco o nejstarších zmínkách výrobě pálenky, která byla středověkými lékaři považována za vysoce ceněný léčebný prostředek, V muzeu jsou také k vidění podomácku zhotovené destilační zařízení různých typů, velikosti a stáří. Některé z nich byly nelegální a byly zabaveny kvůli takzvanému černému pálení. Hlavní kuriozitou tohoto muzea je nejmenší tuzemská pálenice, která měří pouhých 144 milimetrů a je plně funkční, ta byla vytvořena v roce 2011 příznivci pálenky z Nedakonic. (KSK Vlčnov, © 2018.)

### **Smrad'avka – Ranch Nevada**

Dalším cílem cesty jsou lázně a rekreační oblast Smrad'avka, která leží asi 1,5 km jihozápadně od Buchlovic v údolí Dlouhé řeky. Svůj název dostala podle sirnatých pramenů v údolí, které byly poprvé popsány již roku 1580. Nachází se zde vodní nádrž, kterou zbudovali vodohospodáři na ochranu před jarními povodněmi. V létě slouží ke koupání a také jako lovný revír pro rybáře. U hráze je travnatá pláž s přístupem do vody po panelech i spousta míst oddělených keři a stromy. Na Smrad'avce se nachází Ranč Nevada, ten patří již od roku 1997 k navštěvovaným turistickým cílům v okolí Buchlovic. Tradičně jsou zde pořádány vyjíždky na koních vhodné jak pro pokročilé jezdce, tak i pro úplné začátečníky. Dále tento ranč zajišťuje vyjíždky kočárem, často jako součást svatby nebo jiné slavnostní události. V létě organizují oblíbené dětské tábory Léto u koní, nebo školní výlety či exkurze. Nabídku doplňují výcvikové hodiny na jízdárně - ať už základy ježdění pro začátečníky, tak i lekce uzpůsobené pokročilým jezdci. V současnosti je na ranči 50 koní. Zde bude pro návštěvníky přichystána ukázka westernového ježdění, prohlídka ranče a také jízda na koni. (Ranch Nevada © 2012)

### **Velehrad - Modrá**

Další cílovou stanicí zájezdu bude Velehrad - Modrá. Tato obec se nachází mezi výběžky Chřibů 7 km od Uherského Hradiště v jednom z nejmalebnějších koutů Slovácka. Je významným duchovním centrem, místem častých církevních poutí, shromáždění a cyrilometodějských oslav. Obec Velehrad je už od středověku spojována s metropolí arcibiskupa Metoděje a politicko – správním centrem Velkomoravské říše v devátém století. Počátky současného Velehradu sahají na počátek 13. století, kdy zde vznikl první cisterciácký klášter na Moravě. Založil jej moravský markrabě Vladislav Jindřich v blízkosti vesnice Veligradu (dnes Staré Město). Kousek odsud se nachází obec Modrá, která je známá pro významnou archeologickou lokalitu a archeoskanzen – který je replikou velkomoravského opevněného sídliště středního Pomoraví z 9. století. Tento archeoskanzen, představuje zčásti opevněné, zčásti hrazené sídliště z doby Velké Moravy. Jeho jednotlivé objekty byly postaveny na základě skutečných archeologických nálezů pocházejících z významných lokalit středního Pomoraví, především Starého Města, Uherského Hradiště a také samotné Modré. Rozkládá se v místech, která v 5. století př. n. l. osídlili Keltové, ve 4. století po Kristu zde pobývali Germáni a v 8.- 12. století tu žili naši předci Slované. Archeologický skanzen v Modré byl budován po dobu jednoho roku v letech 2003-2004, zpřístupněn byl v červnu 2004. Areál skanzenu je tvořen stavbami, které jsou částečně zahloubené do země a při jejich realizaci bylo vycházeno ze skutečných archeologických nálezů. Celé hradiště je rozčleněno na funkční celky a areály. Funkční celky tvoří vstupní brána a strážní věže. Na ně navazují obytné a hospodářské budovy, mocenský areál, řemeslnický areál a církevní prostor. Návštěvníci mají možnost nahlédnout, jak žili Slované, vyzkoušet si řemesla, ochutnat speciality, shlédnout původní plodiny, keře i stromy a hospodářská zvířata. Tento Archeoskanzen bude v rámci zájezdu navštíven. (Kudy z nudy – Archeologický skanzen Modrá © 2018 CzechTourism)

Další zajímavou atraktivitou je komplex nazývaný „Živá voda“ který představuje význam vody v krajině a života v ní formou přímého i vizuálního kontaktu s živočichy a rostlinami nad i pod vodou. V tomto komplexu mají návštěvníci možnost sledovat život v potoce přes prosklenou stěnu, dále ve velké tůni s chladnomilnými rybami, nebo v podzemní průhledným, 8 metrů dlouhým tunelem přímo do světa pod vodou (viz obrázek 29). Po levé straně návštěvníci uvidí život ve velké tůni, po pravici a pod sebou život v rybníce se sumci, vyžami, kapry, líny, candáty, atd. V tomto patře rovněž prosklenou stěnou bude možno nahlédnout na život v mokřadu, kde se nachází želvy bahenní, žáby, čolci, apod. Druhé pod-



zemní patro umožňuje zhlédnout skrze průhlednou akrylátovou stěnu život v hlubině i se zimováním ryb pod ledem v 6 metrové hloubce a rovněž zde budou pouštěny i výukové programy prostřednictvím tele-stěny, zaměřené na ekologii a historii krajiny. Přízemí pak slouží jako výstavní prostor. Výukový areál je doplněn o ukázky lesů a luk z oblasti povodí řeky Moravy – např. Chřibské prameniště, Pálava, Lužní les, Karpaty. Areál Živé vody se skládá ze dvou částí – naučné a naučně relaxační. V relaxační části se v letních měsících můžeme okoupat v ekologickém jezeře s brouzdalištěm a dočišťováním vody skrze rostliny a šterky o hloubce vody 2,5m. I tento objekt bude v rámci zájezdu navštíven a bude spojen s koupáním v přírodním biotopu. (Živá voda Modrá, © 2016)

Obrázek 29 – Živá voda Modrá



Zdroj: vlastní zdroj

### **Bukovany – Bukovanský Mlýn**

V této malé obci se nachází Bukovanský mlýn, který se stal zdaleka viditelnou dominantou kopce nad obcí Bukovany u Kyjova (viz obrázek 27), byl postaven a slavnostně otevřen v roce 2004. Tvůrcem mlýna je pan Josef Kouřil z Kyjova, který si stavbou mlýna splnil svůj dětský sen a vytvořil kouzelné místo, které přitahuje každoročně tisíce návštěvníků. Třípatrová budova mlýna ukrývá expozici slovácké kuchyně 1. pol. 20. století, kde se

můžete přenést do prostředí, ve kterém nám naše prababičky připravovaly pokrmy a také galerii, kde se koná celoroční prodejní výstava „Tradiční výrobek Slovácka z keramické dílny Náplavovi – tradiční užitková keramika jako jsou hrnky, misky, dózy, džbánky a mnoho dalších. V nejvyšším patře se nachází vyhlídková terasa, ze které je nádherný výhled do okolí. Při pohledu z věže mlýna se před zraky rozprostře kyjovské Dolňácko se svými poli, sady a vinicemi, na obzoru se zřetelně rýsují hřebeny Bílých Karpat a Chřibů, při dobré viditelnosti dohlédnete až na 110 km vzdálený kopec Kobyla u Bratislavy. V přízemí mlýna se nachází stylově vybavená krbovna, která je využívána pro společenská setkání a obchodní jednání. V posledních letech se navíc areál rozrostl o Mlýnářskou stáj s výběhem koní a poníků a ohradu s ovečkami a kozí výběh s volným vstupem. V tomto hotelu bude v rámci zájezdu zajištěno ubytování a také prohlídka tohoto mlýna a golfový turnaj. (Bukovanský Mlýn © 2012)

### **Strážnice**

Město Strážnice leží v Dolnomoravském úvalu na moravskoslovenském pomezí. V zahraničí je známé jako dějiště každoročně pořádaných mezinárodních folklórních festivalů. Cílovým bodem zájezdu bude muzeum vesnice jihovýchodní Moravy, neboli strážnický skanzen, který obsahuje ukázky lidové architektury z celé oblasti Slovácka. Řada zajímavých památek se nachází v městské památkové zóně v centru města. Tento skanzen nabízí poučení i zábavu. K vidění je zde více než 60 zajímavých objektů na ploše 16 ha v krásném a klidném prostředí a jedná se o lidovou architekturu od 18.stol. a k vidění jsou zde ukázky původních stavebních postupů, lidová řemesla, jako jsou například práce hrnčírů, tkaní na stavu, ruční výroba rukavic, pletení košíků, výroba krpců a další. Další, s čím jsou zde návštěvníci seznamováni je tradiční zemědělství, kde jsou podle tradičního zemědělství na několika políčkách představeny plodiny běžně pěstované na moravské vesnici, jako jsou například kukuřice, řepa, brambory, různé druhy obilí (žito, oves) a další. Dále je návštěvník seznámen s chovem zvířat. Ve skanzenu jsou k vidění králíci, husy, kachny a slepice, v ohradách pasoucí se ovce, u stromu uvázaná koza, nebo zapřáhnutá kráva či koně u těžkých polních prací. Další expozicí je historie a vývoj vinohradnictví a původní odrůdy plodin. Tato expozice je situována do vybraných objektů, které seznamují návštěvníka se způsobem života a bydlení lidu jak v horských oblastech Slovácka, tak v úrodné části Pomoraví, kde je velká část hospodaření rolníků založena na pěstování vinné révy. Ukázka vinohradnických staveb a jejich zařízení je doplněna vinohradem představujícím

pěstování vína od nejstarších dob po současnost a je jedinou expozicí svého druhu na našem území. Řemeslná výroba je zastoupena kovárnou z Lipova a tkalcovskou dílnou z Nové Lhoty na Hornácku. Zajímavá a starobylá je i vstupní budova do muzea, která pochází z roku 1612 a je přestavěna v barokním slohu. Původně zde byl panský pivovar. V tomto muzeu v přírodě se návštěvníci mohou seznámit nejen s různými typy objektů prezentujícími jednotlivé oblasti jihovýchodní Moravy, které byly stavěny z hlíny, ale díky výstavě Hliněné stavitelství na Moravě se můžou seznámit i s jednotlivými způsoby stavby, technologiemi a pracovními postupy. (Skanzen Strážnice, © 2018)

Dalším cílem naší cesty bude řemeslo zvané modrotisk, který návštěvníkům blíže přiblíží exkurze. Modrotisk je tradiční lidová tkanina, která sloužila k ženskému odívání, později jako ženský krojový oděv. Řemeslná výroba modrotisku je náročná. Tkanina, která se na modrotisk používá je 100% bavlna) ta se nejprve naškrobí, usuší a mandluje. Na takto připravenou tkaninu se dřevěnou formou nanáší rezerva. Po zaschnutí rezervy (popu) se tkanina barví za studena v lázni, jejímž základem je indigo. Poslední fází výroby je důkladné praní, ustalování ve slabém roztoku kyseliny sírové, máchání, sušení a mandlování. Výroba modrotisku má své kořeny v Číně. Od počátku 18. století se umění zhotovování této specifické textilie začalo šířit také po Evropě, včetně českých zemí. K prvním odběratelům modrotiskové tkaniny patřily privilegované vrstvy, proto se také vzory, kterými byla tkanina zdobena, podřizovaly módě jednotlivých historických období. V průběhu 19. století se modrotisk stal oblíbeným a všeobecně rozšířeným jak v měšťanských vrstvách, tak především u venkovských obyvatel. Po celém území českých zemí proto byly zakládány četné modrotiskové manufaktury a rukodělné dílny. Změnou hospodářských podmínek ve druhé polovině 19. století se výroba modrotisku udržela pouze ve specifickém prostředí venkova. Jeho využití zde bylo praktické, uplatnil se na ložním prádle a zejména na lidovém oděvu. (Kudy z nudy – Strážnický modrotisk, © 2018 CzechTourism)

### **Mikulčice**

Na území obce Mikulčice se nachází jedno z nejvýznamnějších archeologických nalezišť v České republice a také další cíl na trase zájezdu. Byly zde nalezeny důkazy o osídlení zdejší krajiny již v nejstarších dobách. V muzeu shlédneme nejenom předměty denní potřeby (keramika, železné výkovky, kamenné předměty), ale také výrobky uměleckého řemesla. Zdejší kovolitci a šperkaři je vyráběli ze železa, bronzu, stříbra či zlata. K vidění jsou také honosné součásti velmožné výstroje - meče, ostruhy stejně jako šperky - náušnice, gombíky, prsteny a představují mistrovské kusy raně středověkého uměleckého řemes-

la. Unikátní jsou zvláště dřevěné nálezy, které se v našem prostředí běžně nedochovávají. Tyto nálezy, mezi nimiž jsou dřevěné čluny - monoxily, byly objeveny při výzkumu zaniklých říčních koryt. Na pěším návštěvnickém okruhu po hradišti jsou vyznačeny základy dvanácti objevených kamenných staveb – kostelů, a jednoho knížecího paláce z 9. století (viz obrázek 30). Významné mocenské centrum v době Velké Moravy – prvního státního útvaru západních Slovanů. Toto vzácné naleziště aspiruje o zápis na listinu UNESCO. (Mikulčice, © 2018)

Obrázek 30 – Archeologické naleziště Mikulčice



Zdroj: Vlastní zdroj

### Němčičky

Národopisně patří Němčičky do oblasti Hanáckého Slovácka. Podle kroje je obec zařazena k jižní skupině této oblasti. Na zdejších kopcích se rozprostírá téměř 200 hektarů prvotřídních vinic. Dříve se obyvatelé v Němčičkách živili výhradně vinařstvím a důležitost tohoto oboru zůstala zachována dodnes. Místní vinaři vsadili na enoturistiku (= označení pro cestovní ruch zaměřený na vinařství) a vybudovali pro návštěvníky Obecní vinařskou stezku. Cílem zájezdu v Němčičkách bude ubytovací zařízení Farma ovčí terasy, která se nachází v klidném farmářském prostředí, které se nachází uprostřed malebné přírody. Ovčí terasy

jsou rodinná farma, která vaří z vlastních či lokálních surovin a nabízí vlastní nápoje. Na této farmě jsou chované východo fríské ovce a z jejich mléka pak vyrábí vlastní sýry a v klimaticky příznivých měsících zásobujeme kuchyň vlastní zeleninou, ovocem i bylinkami. Farma leží na samotě a nabízí absolutní klid a možnost nerušené relaxace. Můžeme si zde užít procházky po cca 20 ha hospodářství v úchvatné krajině Modrých hor jižní Moravy s neopakovatelnými výhledy. Pro aktivnější návštěvníky jsou připraveny denní povinnosti, jako jsou: pasení oveček, je zde možnost vzít si pamlsky pro ovečky a jít si odpočinout na jednu z přilehlých pastvin se stádem oveček. Součástí této aktivity je také malé občerstvení a víno a dále například vinohradnické práce, stříhání – jarní stříh vinohradu, jedna z nejdůležitějších prací, ovlivňující vývoj růstu v sezóně. Vyplétání a vázání výhonků, zelené práce jako je pletí révy vinné, kultivace keřů v době růstu s občerstvení přímo na vinohradě: Vinařské práce v období vinobraní – sběr hroznů, třídění, dále mletí, lisování, které je následným krokem po vinobraní. Sadařské práce - kdy si návštěvník může zasadit strom, dále štěpkování a mnoho dalších zajímavých aktivit. (Farma Ovčí terasy)

### **Velké Pavlovice**

Další cílovou zastávkou bude rozhledna Slunečná (viz obrázek 31), která nachází na vinařská trati Nadzahrady nedaleko Velkých Pavlovic v nadmořské výšce 225 m. Z rozhledny se otevírají panoramatické výhledy na Pálavu, na Lednicko - valtický areál a okolní vinařské obce s přilehlými vinohrady. Součástí turistického areálu s dalšími dvěma stavbami stylizovanými do podoby typických jihomoravských vinných sklípků. Rozhledna Slunečná má svým tvarem připomínat keř vinné révy měří 18,6 m a na vyhlídkový ochoz ve výšce 15 m je vystoupano po 75 schodech. K rozhledně je možné se dostat po cestě mezi vinohrady a pod rozhlednou se nachází prodejna občerstvení, suvenýrů a vinný sklípek. Dalším cílem ve Velkých Pavlovicích bude procházka po takzvaných Opilých sklepech. Tuto uličku tvoří patnáct pestrobarevných domků (viz obrázek 31), které jsou vybaveny archivními sklepy. Ulička stojí na úpatí nejznámější vinařské trati Stará hora. Další cílovou stanicí zájezdu jsou Sklepy Lotrinského, kde proběhne degustace s odborným výkladem. Tyto sklepy jsou unikátní propojením několika samostatných sklepení a je to nově vybudovaný komplex chodeb, rotund, místností pro posezení a sklepního labyrintu určeného pro archivaci vín. Sklepy byly otevřeny v srpnu 2012. Projít si zde můžete téměř 160 metrů podzemních chodeb a dozvědět se něco z historie regionu a vinařství. Tyto sklepy nesou jméno

Františka Lotrinského, který je v těchto místech v 18. století nechal vybudovat jako součást zámku s kontribuční sýpkou a rozsáhlou zemědělskou usedlostí.

Obrázek 31 – Opilé Sklepy, Rozhledna Slunečná



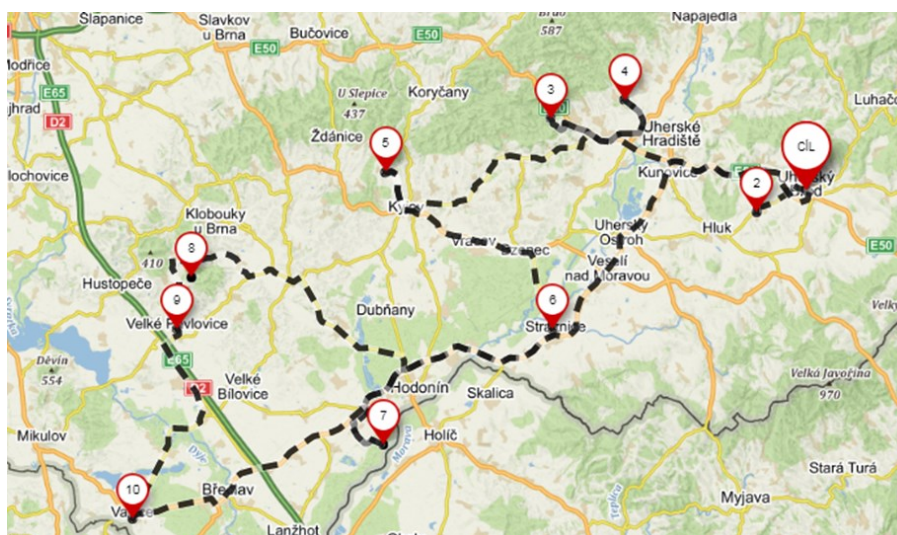
Zdroj: Vlastní zdroj

### Valtice

Valticím se také jinak říká hlavní město vína. Nachází se zde velmi známý barokní zámek Valtice. Kvůli zaměření našeho zájezdu ale tento zámek navštíven nebude. Poslední zastávkou zájezdu bude Bylinková zahrada s názvem Lu & Tíree Chmelar. Tato zahrada je živoucí sbírkou bylin, je místem k inspiraci, objevování, rozvíjení znalostí o rostlinách a odpočinku. K vidění jsou zde tematické naučné záhony, které jsou věnovány zejména léčivým rostlinám a také byliny afrodisiakální, bylinky mýtů a legend, barvířské rostliny i ty, které lze využít v aromaterapii, nebo v kuchyni. V zahradě se také nachází obchod,

kde si návštěvníci mohou zakoupit bylinky, bylinné čaje nebo upomínkové předměty. Je zde také vlastní výroba vybraných bylinných výrobků pod vedením lektorky například bylinný olej, ocet, léčivé víno, koupelovou sůl a mnoho dalších výrobků. V rámci zájezdu si návštěvníci mohou vyzkoušet výrobu těchto produktů. (Bylinková zahrada Valtice ©)

Obrázek 32 – Trasa zájezdu



Zdroj: Mapy.cz

### 9.1.5 Kalkulace zájezdu

Tabulka 21 – Kalkulace vstupy do objektů, strava, ubytování

Kalkulace vstupy do objektů, strava, ubytování		
Strava:	Cena 1 osoba	Cena 22 osob
Oběd 1. den - Hotel Skanzen Modrá	234,- Kč	5148
Oběd 2. den - Restaurace Skanzen Strážnice	140,- Kč	3080
Oběd 3. den - Farma ovčí terasy	220,- Kč	4840
Večeře 1. den - Bukovanský Mlýn	158,- Kč	3476
Večeře 2. den - Farma Ovčí terasy	160,- Kč	3520
Večeře 3. den - Restaurace a penzion Valtice	165,- Kč	3630
Ubytování:		
Ubytování 1. den - Hotel Bukovanský Mlýn - včetně snídaně	795,- Kč	17490
Ubytování 2. den - Farma Ovčí terasy - včetně snídaně	620,- Kč	13640
Vstupy do objektů:		
Muzeum lidových pálenic	50,- Kč	1100
Jízda na koni + exkurze	270,- Kč	5940
Vstupné Archeoskanzen Modrá	80,- Kč	1760
Expozice Živá voda + koupání v biotopu	90,- Kč	1980
Turnaj minigolf	50,- Kč	1100
Prohlídka s mlynářem	45,- Kč	990
Vstup do rozhledny	35,- Kč	770
Vstupné Skanzen Strážnice	120,- Kč	2640
Muzeum modrotisku	30,- Kč	660
Vstupné archeol. naleziště Mikulčice	100,- Kč	2200
Pasení oveček, starání se o dobytek, občerstvení	300,- Kč	6600
Farmářské a vinohradnické práce	zdarma	zdarma
Opilé sklepy - procházka	zdarma	zdarma
Vstupné rozhledna Slunečná	zdarma	zdarma
Degustace vína (6 druhů) s výkladem Sklepy Lotrinského	160,- Kč	3520
Komentované exkurze bylinková zahrada	45,- Kč	990
Výroba vlastních produktů pod dohledem lektora - med, nebo koupelová sůl s bylinkami, nebo olej do kuchyně s bylinami	105,- Kč	2310
	3972,- Kč	87 384,- Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

#### 9.1.5.1 Kalkulace strava

##### Oběd 1. den

- Polévka: Silný slepičí vývar se zeleninou, masem a nudlemi 49,- Kč
- Hlavní chod: Hovězí svíčková s karlovarským knedlíkem 185,- Kč
- Celkem = 234,- Kč

##### Oběd 2. den

- Česneková polévka
- Kuřecí řízek a vařené brambory
- Celkem = 140,- Kč

##### Oběd 3. den

- Polévka: Dýňový krém 50,- Kč



- Hovězí líčka na sherry, bramborová kaše 170,- Kč
- Celkem = 220,- Kč

#### **Večeře 1. den**

- Kuřecí medailonky na bylinkách s pečeným bramborem plněným směsí z parenice, sušených rajčat a jarní cibulky 158,- Kč

#### **Večeře 2. den**

- Rajčatové risotto s grilovaným kozím sýrem 160,- Kč

#### **Večeře 3. den**

- Gnocchi, s kuřecím masem, špenátem, česnekem, smetanou a parmezánem 165,- Kč

Celkem strava/1 osoba = 1077,- Kč

#### **9.1.5.2 Kalkulace ubytování**

1. den Hotel Bukovanský Mlýn/1 osoba včetně snídaně= 795,- Kč

2. den Farma ovčí terasy/1 osoba včetně snídaně= 620,- Kč

Celkem ubytování/1 osoba = 1415,- Kč

#### **9.1.5.3 Kalkulace vstupy do objektů**

- Muzeum Lidových pálenic – Vlčnov – komentovaná prohlídka: 50,- Kč
- Jízda na koni, komentovaná prohlídka Ranch Nevada, ukázka westernového ježdění: 270,- Kč
- Návštěva Archeoskanzen Modrá: 80,- Kč
- Expozice Živá voda spojená s koupáním v přírodním biotopu: 90,- Kč
- Turnaj v minigolfu na golfovém hřišti v areálu Hotelu Bukovanský Mlýn: 50,- Kč
- Komentovaná prohlídka větrného mlýna Bukovanský Mlýn s mlynářem: 45,- Kč
- Návštěva rozhledny, která je umístěná na vrcholu větrného mlýna, spojená s prohlídkou stálé expozice přímo v mlýně: 35,- Kč
- Návštěva Skanzenu Strážnice: 120,- Kč
- Komentovaná návštěva muzea Modrotisku ve Strážnici: 30,- Kč
- Exkurze archeologické naleziště Mikulčice: 100,- Kč

- Pasení a starání se o ovečky na Farmě Ovčí terasy s občerstvením, které zahrnuje víno a lokálně vyrobené sýry: 300,- Kč
- Farmářské a vinohradnické práce na Farmě Ovčí terasy: - Kč
- Prohlídka uličky Opilé Sklepy: - Kč
- Návštěva rozhledny Slunečná: - Kč
- Degustace šesti druhů vín s odborným výkladem ve Sklepech Lotrinského: 160,- Kč
- Komentovaná návštěva Bylinkové zahrady ve Valticích s odborným výkladem o bylinkách: 45,- Kč
- Výroba vlastních produktů z bylinek pod vedením lektora – na výběr výroba medu, koupelové soli, bylinkového oleje: 105,- Kč

Celkem vstupy do objektů: 1480,- Kč/1 osoba

#### **9.1.5.4 Kalkulace doprava**

Celkem km trasa zájezdu: 309,2 km

Objížděky:  $309,2 \text{ km} / 100 * 5 = 15,46 \text{ km}$

Cena za 1 km: 22,- Kč + 21 % DPH

Celkem za trasu zájezdu včetně objížděk:  $324,66 \text{ km} * 22 = 7142,52,- + 1499,93,- \text{ (DPH)} =$   
**8642,45,- Kč**

Čekací doba: 150,- Kč /1hodinu + 21% DPH

Čekací doba za zájezd: 18 hodin 40 minut tj. 2800,- Kč + 588,- Kč (DPH) = **3388,- Kč**

Přistavení mikrobuse Holešov => UB a cesta zpět: celkem 120 km\*22 Kč + 21% DPH =  
2640 + 554,4,- Kč = **3194,4,- Kč**

Ubytování řidič: 795,- Kč + 620,- Kč = **1415,- Kč**

Strava řidič: 234,- Kč + 140,- Kč + 220,- Kč + 158,- Kč + 160,- Kč + 165,- Kč = **1077,- Kč**

Parkovné: Parkoviště Náměstí Svobody Valtice , cena za 1 hod = 30 Kč. tj.  $30 * 2 \text{ hodiny } 45 \text{ minut} =$   
**82,50,- Kč**

Celkem doprava: 17 799,35,- Kč

Doprava/1 osoba: zaokr. 809,06,- Kč

Tabulka 22 – Kalkulace dopravy

DOPRAVA	DPH	celkem
čakací doba: 150,- Kč/1hod		
čakací doba celkem : 18 hodin 40 minut = 2800,- Kč	plus DPH 21% tj.588,- Kč	3388,- Kč
Kč za 1 km 22,- Kč		
Celkem Kč za všechny km včetně objížděk 324,66 km= 7142,52,- Kč	plus DPH 21% tj. 1499,93 Kč	8642,45,- Kč
Ubytování řidič		1415- Kč
Přistavení busu tj. Holešov>UB a zpět 120 km= 2640,- Kč	plus DPH 21% tj. 554,4- Kč	3194,4,- Kč
Strava řidič		1077 - Kč
Parkovné		82,50,- Kč
Celkem doprava		17 799,35 ,- Kč
Doprava/1 osoba		809,06,- Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 23 – Kalkulace přímých a nepřímých nákladů

Přímé náklady	Celkem za 22 osob	Celkem za 1 osobu
<b>Ubytování</b>	31 130,- Kč	1415,- Kč
<b>Strava</b>	23 694,- Kč	1077,- Kč
<b>Vstupy do objektů</b>	32 560,- Kč	1480,- Kč
<b>Celkem přímé náklady</b>	87 384,- Kč	3 972,- Kč

Nepřímé náklady	Celkem za 18 osob	Celkem za 1 osobu
<b>Doprava</b>	17 799,35,- Kč	809,06,- Kč
<b>Průvodce</b>	8172,- Kč*	371,45,- Kč
<b>Celkem nepřímé náklady</b>	25 971,35,- Kč	1180,51,- Kč

<b>Celkem náklady na 22 osob:</b>	113 355,35,- Kč
<b>Celkem náklady na 1 osobu:</b>	5152,51 Kč +772,877,- Kč marže/1 osoba = <b>5925,387 Kč</b> <b>Zaokr. 5925,4,- Kč</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

- \*Kalkulace nákladů průvodce: mzda průvodce 1500,- Kč/1den\* 3 dny = 4500,- Kč + strava průvodce 1077,- Kč + ubytování průvodce 1415,- Kč + vstupy do objektů 1180,- Kč (mimo pasení oveček Farma Ovčí terasy) = **8172,- Kč**
- **Marže (15%)** =  $113\,355,35 / 100 * 15 =$  **17\,003,3,- Kč**
- **Náklady CK na propagaci nového produktu:** 1000,- Kč inzerce v časopise (1 měsíc) + vlastní tisk letáku (100 ks) = 530 Kč  
Celkem náklady na reklamu zájezdu: **1530,- Kč**

### 9.1.6 Ekonomická analýza projektu

V této podkapitole je uveden hospodářský výsledek a návratnost investic.

1. Hospodářský výsledek: **HV = celkové příjmy – celkové náklady**

$$HV = (113\,355,35,- \text{ Kč} + 17\,003,3,- \text{ Kč}) - (113\,355,35,- \text{ Kč} + 1530,- \text{ Kč}) = \mathbf{15\,473,3,- \text{ Kč}}$$

Dle výpočtu hospodářského výsledku se projekt nového produktu tohoto zájezdu jeví jako efektivní (celkové příjmy pokryjí celkové náklady) a z výpočtu tedy vychází zisk 15 473,3,- Kč.

2. Návratnost investice: **ROI = celkové příjmy / celkové náklady \* 100**

$$ROI = 130\,358,65,- \text{ Kč} / 114\,885,35,- \text{ Kč} * 100 = \mathbf{113,468 \%}$$

Obecně platí, že pokud je výsledek ROI nižší než 100 % znamená ztrátu, tato situace u tohoto projektu nenastala – návratnost tohoto projektu je 113,468 % a projekt je tedy rentabilní a pořadateli (CA) se vyplatí jej realizovat.

### 9.1.7 Rizika a přínosy projektu

Hlavním cílem tohoto projektu je zvýšení atraktivnosti regionu Slovácko, podpora cestovního ruchu v této oblasti a tím i zvýšení finančních prostředků na jeho propagaci, zlepšení spolupráce mezi obcemi a městy v tomto regionu, která je velmi důležitá a bohužel prozatím nedostačující. Dalším cílem je vyplnění mezery na trhu, která vyplývá z absence tohoto typu produktu v této oblasti. Rizikem tohoto produktu je vyšší cena – zákazníci ji jistě budou porovnávat s cenami například eurovíkendů, nebo akčních zájezdů například do Chorvatska, které jsou sice levné, ale většinou zahrnují pouze cestu a ubytování v této oblasti, nikoliv i stravovací služby, program zájezdu s průvodcem, veškeré vstupy do objektů a podobně. Tento produkt by mohl mít šanci a oslovit zákazníky, kteří chtějí více poznat tuto oblast, anebo jen podpořit tuzemský cestovní ruch. Samozřejmě, že i u tohoto projektu je riziko nezájmu a neúspěchu, stejně jako u mnoha dalších. Tento zájezd by mohl oslovit i návštěvníky z větších měst – například Prahy, nebo také aktivní movité seniory, kteří hojně navštěvují lázně Luhačovice, které se nachází jen kousek od odjezdového místa zájezdu - Uherského Brodu. Dále by tento produkt mohl oslovit i firmy, které by tento zájezd mohly pojmout jako teambuilding, například před započítím nového projektu ve firmě, při kterém by se například nově spolupracující zaměstnanci mohli lépe poznat, nebo by jej tyto firmy mohly využít pro zaměstnance, kteří spolu již spolupracují a znají se, ale chtějí jen utužit vzájemné vztahy a zvýšit loajalitu vůči firmě, nebo jej pojmout jako incentivní zájezd pro své zaměstnance.

Hlavní přínosy toho produktu se projeví v sociální a ekonomické oblasti. Při tomto vícedenním zájezdu se v tomto regionu zdržují návštěvníci delší dobu a utratí zde více peněz – například za suvenýry. V sociální oblasti se jedná o seznámení se s lidmi, kteří mají podobné hodnoty a zájmy.

## ZÁVĚR

Tato diplomová práce je zaměřena na tvorbu nového produktu venkovského cestovního ruchu v oblasti Slovácka. Zpracování tohoto nového produktu bylo zaměřeno na provázanost a atraktivnost navštívených objektů a lokalit této oblasti, který by obsahovala pestrý program a uspokojila tak své zákazníky.

V teoretické části práce byl pomocí odborné literatury definován cestovní ruch, činitele rozvoje cestovního ruchu, udržitelný cestovní ruch, venkovský cestovní ruch, produkt cestovního ruchu, zájezdová činnost a analytické metody. Tyto získané informace byly dále zpracovány v praktické části práce.

Jako první je v praktické části práce zahrnuta 6. kapitola, která věnuje pozornost analýze oblasti Slovácka. V první řadě jsou analyzovány lokalizační, realizační a selektivní činitele oblasti Slovácka. Tyto lokalizační předpoklady jsou zde dále děleny na přírodní předpoklady a kulturní památky Slovácka. Realizační činitele jsou stručně děleny na dopravní, ubytovací a stravovací infrastrukturu oblasti Slovácka a poslední – selektivní činitelé rozvoje cestovního ruchu, uvádí spolupráci mezi subjekty této lokality a její propagaci a také politické a demografické faktory, které na tuto oblast působí. V další části bylo nutné provést analýzu konkurenčních produktů s tematikou venkovského cestovního ruchu – jsou zde uvedeny jak vytvořené produkty venkovského cestovního ruchu v oblasti České republiky, tak i cestovní kanceláře a agentury, které nabízejí své produkty - zájezdy v oblasti venkovské turistiky. Další podkapitola měla objasnit návštěvnost oblasti Slovácka, bohužel tyto informace nejsou kvůli špatné spolupráci mezi jednotlivými obcemi a městy a nedostatku finančních prostředků k dispozici, proto byly zpracovány alespoň dostupná data, kterých bohužel nebylo mnoho, ale alespoň pomohly přiblížit a analyzovat návštěvnost, která souvisí s počtem ubytovaných hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v této lokalitě. Dále je provedena analýza návštěvnosti těchto hromadných ubytovacích zařízení podle jejich kategorizace a v neposlední řadě je provedena analýza vývoje kapacit hromadných ubytovacích zařízení v oblasti Slovácka. Dále byl v této praktické části proveden marketingový výzkum, který měl pomoci zjistit zájem o venkovský cestovní ruch v oblasti Slovácka. Pro tento marketingový výzkum bylo zvoleno dotazníkové šetření, v němž bylo osloveno 100 respondentů, kteří odpovídali na 21 otázek. Na konci tohoto dotazníkového šetření jsou tyto výsledky vyhodnoceny a interpretovány. Dále byla v praktické části provedena SWOT analýza regionu Slovácko. Další provedenou analýzou

byla analýza dosavadní nabídky venkovského cestovního ruchu v této lokalitě – zde je uvedena nabídka atraktivit a objektů zaměřených na venkovský cestovní ruch této lokality ať už se jedná o hipoturistiku, skanzeny, ubytovací zařízení s venkovskou tematikou, moravské vinařské stezky, nebo výčet naučných stezek, které se na tomto území nachází. Cílem těchto analýz bylo zhodnocení dosavadních možností a nabídky této lokality, ze kterých bylo čerpáno pro sestavení nového produktu, který je poskládán do uceleného balíčku těchto služeb – tedy služeb ubytovacích, stravovacích, dopravních a doplňkových. Poslední kapitola práce je věnována tvorbě tohoto nového projektu – v tomto případě produktu venkovského cestovního ruchu v atraktivní lokalitě Slovácka. Nejprve bylo nutné provést tvorbu tohoto produktu, uvést jeho základní informace a trasování, sestavení programu tohoto zájezdu a uvést atraktivitu projížděných a navštívených míst na trase a také kalkulaci přímých a nepřímých nákladů. Závěrem byl tento nově vytvořený produkt - zájezd podroben ekonomické analýze a byly identifikovány jeho přínosy a rizika. Daný produkt se podařilo sestavit i zkalkulovat a prokázalo se, že tento produkt je ziskový a cestovní kanceláři se tak vyplatí jej realizovat.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013, 295 s. ISBN 978-80-86724-46-1.
- [2] DAVID, Petr, Věra DOBROVOLNÁ a Vladimír SOUKUP. *Slovácko – Hodonínsko*. Praha, 2005, 136 s. Průvodce po Čechách, Moravě, Slezsku. ISBN 80-868-9901-2.
- [3] DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2010, 200 s. ISBN 978-80-7373-079-6
- [4] GÚČIK, Marian. *Cestovní ruch: Úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, 2010, 307 s. ISBN 978-80-89090-80-8.
- [5] HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006, 224 s. ISBN 80-716-8948-3.
- [6] HLADKÁ, Jitka. *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada, 1997, 168 s. ISBN 80-716-9476-2.
- [7] HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, c2003, 486 s. Expert. ISBN 80-247-0202-9.
- [8] HOUŠKA, Petr. *Environmentální aspekty potenciálu území pro cestovní ruch*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2014, 80 s. ISBN 978-80-7452-041-9.
- [9] ILINA, Elena. *Turistický trh a základy cestovních operátorů*. Praha: Darnika, 2006, 89 s. ISBN 80-239-7112-3.
- [10] JANEČKOVÁ, Lidmila. *Marketing služeb*. Praha: Grada, c2000, 179 s. Manažer. ISBN 80-716-9995-0.
- [11] JANOTOVÁ, Markéta. *Venkovský cestovní ruch: příležitost pro nové podnikání*. Vyd. 1. Klatovy: Úhlava, 2011, 140 s. ISBN 978-80-903851-7-7.
- [12] KŘÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS. *Moderní hotelový management: nové trendy a metody v řízení hotelů, aktualizované informace o hotelovém provozu a jeho organizaci, optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku, praktické*



- příklady a fotografická příloha. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014, 224 s. ISBN 978-80-247-4835-1.*
- [13] KUNEŠOVÁ, Eva a Blanka FARKOVÁ. *Technika zahraničních zájezdů. 2., upr. a rozš. vyd. Praha: Idea servis, 2004, 137 s. ISBN 80-859-7044-9.*
- [14] LACINA, Karel. *Management a marketing cestovního ruchu. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2010, 81 s. ISBN 978-80-7408-035-7.*
- [15] MALÁ, Vlasta. *Základy cestovního ruchu. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2002, 98 s. ISBN 80-245-0439-1.*
- [16] MIRVALD, Stanislav. *Geografie cestovního ruchu. Vyd. 3. upr. Plzeň: Západočeská univerzita, 1996, 127 s. ISBN 80-708-2288-0.*
- [17] NĚMČANSKÝ, Milan. *Analýza a kalkulace v cestovním ruchu. Vyd. 1. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2001, 306 s. ISBN 80-7248-094-4.*
- [18] NEWSOME, David a SUSAN A. MOORE AND ROSS K. DOWLING. *Natural area tourism. Buffalo, NY: Channel View Publications, 2013, 480 s. ISBN 18-454-1381-4.*
- [19] ORIEŠKA, Ján. *Metodika činnosti průvodce cestovního ruchu. 6., přeprac. a dopl. vyd. Praha: Idea servis, 2007, 206 s. ISBN 978-8085970-57-9.*
- [20] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu. Praha: IDEA SERVIS, 2010, 397 s. ISBN 978-80-85970-68-5.*
- [21] ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu. 4. české, upravené vyd. Překlad Jiří Čech. Praha: Idea Servis, 1996, 135 s. ISBN 80-859-7011-2.*
- [22] PALATKOVÁ, Monika. *Management cestovních kanceláří a agentur. Praha: Grada, 2013, 224 s. ISBN 978-80-247-3751-5.*
- [23] PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky. Praha: Grada, 2011, 208 s. ISBN 978-80-247-3748-5.*

- [24] PÁSKOVÁ, Martina. *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. Vyd. 2. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009, 298 s. ISBN 978-80-7435-006-1.
- [25] PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2., upr. vyd. Praha: Idea servis, 2007, 124 s. ISBN 978-80-85970-55-5.
- [26] PLESNÍK, Pavol. *Geografia cestovného ruchu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu a teritoriálních studií v Praze, 2010, 93 s. ISBN 978-80-254-7253-8.
- [27] POUROVÁ, Marie. *Marketing a management venkovského cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu a teritoriálních studií, 2010, 92 s. ISBN 978-80-254-7787-8
- [28] RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011, 216 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- [29] SCHWARTZHOFFOVÁ, Eva. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013, 87 s. Studijní texty. ISBN 978-80-244-3438-4.
- [30] SYROVÁTKOVÁ, Jaroslava. *Specifické formy cestovního ruchu*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2013, 84 s. ISBN 978-80-7372-927-1.
- [31] SYSEL, Jiří a Josef ZURYNEK. *Management cestovní kanceláře a cestovní agentury*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009, 120 s. ISBN 978-80-86723-78-5.
- [32] ŠIMKOVÁ, Eva. *Sustainability in Tourism and Rural Areas*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013, 190 s. ISBN 978-80-7435-361-1.
- [33] VAJČNEROVÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada, 2017, 186 s. Manažer. ISBN 978-80-247-5021-7.
- [34] VAVREČKOVÁ, Eva a Eva ŠKROBÁLKOVÁ. *Geografie cestovního ruchu*. Vyd. 1. Opava: Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě, Ústav lázeňství, gastronomie a turismu, 2013, 248 s. ISBN 978-80-7248-888-9.

- [35] VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011, 292 s. ISBN 978-80-7380-340-7.
- [36] ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Udržitelný cestovní ruch: principy, certifikace a měření*. 1. vydání. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015, 107 s. Monografie. ISBN 978-80-244-4576-2.
- [37] ZELENKA, Josef. *Marketing cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, 240 s. ISBN 978-80-86723-95-2.
- [38] ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

**Internetové zdroje:**

- [1] Agropenzion EkoFarma Sádky Kunovice Ubytování Svatby Bařův kanál. Agropenzion EkoFarma Sádky Kunovice Ubytování Svatby Bařův kanál [online]. Copyright © 2018 [cit. 02.04.2018]. Dostupné z: <http://www.farmasadky.cz/>
- [2] Archeostezka v Dolních Věstonicích - Jižní Morava. Portál Jižní Moravy - Jižní Morava [online]. Dostupné z: <http://www.jizni-morava.cz/objekt/31979-archeostezka-v-dolnich-vestonicich>
- [3] Auto Šřastný - Autobusy. Auto Šřastný - zájezdová doprava, pronájem autobusů, autoservis, pneuservis [online]. Dostupné z: <http://www.auto-stastny.cz/autobusy---vozovy-park>
- [4] Biofarma | agroturistika | ubytování na farmě | biopotraviny. Biofarma | agroturistika | ubytování na farmě | biopotraviny [online]. Copyright © Copyright 2014 Bio farmaJure.cz [cit. 24.03.2018]. Dostupné z: <http://www.biofarmajure.cz/>
- [5] Bílé Karpaty. RP Správa CHKO Bílé Karpaty [online]. Copyright © 2018 [cit. 18.03.2018]. Dostupné z: <http://bilekarpaty.ochranaprirody.cz/informace-pro-turisty/>
- [6] Black Rose ranch. Black Rose ranch [online]. Copyright © 2012 Black Rose ranch [cit. 24.03.2018]. Dostupné z: <http://www.blackroseranch.cz/cs>
- [7] bylinkovazahradavaltice.cz – Přijďte přivonět. bylinkovazahradavaltice.cz – Přijďte přivonět [online]. Copyright © Všechna práva vyhrazena [cit. 30.03.2018]. Dostupné z: <https://bylinkovazahradavaltice.cz/>
- [8] Dovolená pod rozhlednou | Cestovní kancelář ATIS a.s.. Dovolená a rekreace levně - Česko, Slovensko, Mařarsko, Polsko a Německo - Dovolená po Česku | Cestovní kancelář ATIS a.s. [online]. Copyright © Copyright ATIS a.s. Všechna práva vyhrazena [cit. 04.04.2018]. Dostupné z: <https://www.atis.cz/vypis-produktu-tema/dovolenapod-rozhlednou/?CatalogueID=108>
- [9] Dovolená v Čechách od České pohody - chaty, chalupy a penziony pro dovolenou v Čechách. Dovolená v Čechách od České pohody - chaty, chalupy a penziony pro dovolenou v Čechách [online]. Dostupné z: <http://www.ceskapohoda.cz/>

- [10] Farma Ovčí Terasy, Němčičky – ceny aktualizovány 2018. Booking.com: 1,745,254 hotels worldwide. 149+ million hotel reviews. [online]. Copyright © 1996 [cit. 04.04.2018]. Dostupné z: <https://www.booking.com/hotel/cz/farma-ovaa-terasy.cs.html>
- [11] Farma Ovčí terasy - Farma Ovčí terasy. Farma Ovčí terasy - Farma Ovčí terasy [online]. Dostupné z: <http://www.beee.cz/>  
Greenways - Nadace Partnerství. [online]. Copyright © 1998 [cit. 18.03.2018].
- [12] Dostupné z: <http://greenways.cz/Greenways-v-CR.aspx>
- [13] Horňácká farma s.r.o.. Horňácká farma s.r.o. [online]. Copyright © 2018 Horňácká farma s.r.o. [cit. 24.03.2018]. Dostupné z: <http://www.hornackafarma.cz/>
- [14] Hotel Kyjov - Bukovanský mlýn\*\*\*. Hotel Kyjov - Bukovanský mlýn\*\*\* [online]. Copyright © Region s.r.o. 2012 [cit. 24.03.2018]. Dostupné z: <http://www.bukovansky-mlyn.cz/>
- [15] Jeseň v Toskánsku. Dovolená Itálie - 2018 [online]. Copyright © Cestovní kancelář Ludor, spol. s r. o. [cit. 04.04.2018]. Dostupné z: <https://www.ludor.cz/italie-tipy/agroturistika>
- [16] Jízda králů Vlčnov | KSK Vlčnov. Jízda králů [online]. Copyright © 2018. [cit. 18.03.2018]. Dostupné z: <http://www.kskvlcnov.cz/jizda-kralu-vlcnov/>
- [17] Kudy z nudy - Archeologický skanzen Modrá. Kudy z nudy - Homepage [online]. Copyright © 2018 CzechTourism [cit. 24.03.2018]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/archeologicky-skanzen-modra.aspx>
- [18] Kudy z nudy - Výlet za tajemstvím modrotisku do Strážnice. Kudy z nudy – Home page [online]. Copyright © 2018 CzechTourism [cit. 18.03.2018]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Vylet-za-tajemstvím-modrotisku-do-Straznice.aspx>
- [19] Lázně Leopoldov. Lázně Leopoldov [online]. Copyright © 2014, Copyright Lázně Leopoldov [cit. 01.04.2018]. Dostupné z: <http://www.lazneleopoldov.cz/>
- [20] Mapy.cz. Mapy.cz [online]. Dostupné z: <https://mapy.cz/zakladni?x=17.5000000&y=49.0833020&z=11>

- [21] Mlýn - Bukovanský mlýn. Hotel Kyjov - Bukovanský mlýn\*\*\* [online]. Copyright © Region s.r.o. 2012 [cit. 18.03.2018]. Dostupné z: <http://www.bukovansky-mlyn.cz/mlyn/>
- [22] Montana Trail. Montana Trail [online]. Dostupné z: <http://www.montanatrail.cz/>
- [23] Moravské vinařské stezky - Moravské vinařské stezky. Moravské vinařské stezky - Moravské vinařské stezky [online]. Copyright © 2000 [cit. 24.03.2018]. Dostupné z: <http://stezky.cz/OStezkach.aspx?lat=48.92600761730505&lon=16.78539773500006&z=9>
- [24] Naučná stezka Lednické rybníky. Správa CHKO Pálava [online]. Copyright © 2018 [cit. 04.04.2018]. Dostupné z: <http://palava.ochranaprirody.cz/prace-s-verejnosti-a-evvo/naucne-stezky/lednicke-rybniky/>
- [25] Naučná stezka Rochus. Ubytování a dovolená v ČR [online]. Copyright © Copyright 2000 [cit. 04.04.2018]. Dostupné z: <http://www.turistik.cz/cz/kraje/zlinsky-kraj/okres-uherske-hradiste/uherske-hradiste/naucna-stezka-rochus/>
- [26] Naučná stezka Váté Pisky - Jižní Morava. Portál Jižní Moravy - Jižní Morava [online]. Dostupné z: <http://www.jizni-morava.cz/objekt/41389-naucna-stezka-vate-pisky>
- [27] Národní kulturní památka - Slovanské hradiště v Mikulčicích - Oficiální stránky obce Mikulčice. Obec Mikulčice - Oficiální stránky obce Mikulčice [online]. Copyright © 2018 [cit. 18.03.2018]. Dostupné z: <http://www.mikulcice.cz/udalosti-v-obci/turistika-ubytovani-priroda/narodni-kulturni-pamatka-slovanske-hradiste-v-mikulcicich/>
- [28] [online]. Copyright © 2012 [cit. 02.04.2018]. Dostupné z: <http://www.haldaborsice.cz/>
- [29] Pro zdraví, relaxaci a wellness - Lázně Luhačovice, a.s.. Pro zdraví, relaxaci a wellness - Lázně Luhačovice, a.s. [online]. Copyright © Lázně Luhačovice, a.s. [cit. 01.04.2018]. Dostupné z: <https://www.lazneluhacovice.cz/>
- [30] Ranč Kostelany - . Ranč Kostelany - [online]. Copyright © Copyright 2016 Ranč Kostelany [cit. 24.03.2018]. Dostupné z: <http://www.kostelany.cz/>

- [31] Ranch Nevada. Ranch Nevada [online]. Copyright © 2012 Ranch [cit. 24.03.2018]. Dostupné z: <http://www.ranch-nevada.cz/>
- [32] Region Slovácko. Region Slovácko [online]. Copyright © 2017 Region Slovácko [cit. 18.03.2018]. Dostupné z: <http://www.regionslovakco.cz/>
- [33] Rezervujte si dovolenou - agroturistika, romantická dovolená na statcích po celé Evropě.. Agroturistika v Evrope i Cesku [online]. Dostupné z: <http://www.nafarmu.cz/fx/cz/accomodationlist/ac-/pc-/acdst-rakousko:/acuisine-/>
- [34] Rostliny a zvířata. Slovácko [online]. Dostupné z: <http://www.slovakco.cz/lokalita/6484/cms/12569/>
- [35] Sirnaté lázně Ostrožská Nová Ves . Sirnaté lázně Ostrožská Nová Ves [online]. Copyright © Royal Spa, a.s. [cit. 01.04.2018]. Dostupné z: <http://www.laznenovaves.cz/>
- [36] Skanzen Strážnice | INSPIRACE • ZÁBAVA • POUČENÍ PRO CELOU RODINU. Skanzen Strážnice | INSPIRACE • ZÁBAVA • POUČENÍ PRO CELOU RODINU [online]. Copyright © 2018 [cit. 24.03.2018]. Dostupné z: <http://www.skanzenstraznice.cz/>
- [37] Slovácko - Krajina - Naučné stezky. Ubytování a dovolená v ČR [online]. Copyright © Copyright 2000 [cit. 24.03.2018]. Dostupné z: <http://www.turistik.cz/cz/lokality/slovakco/kategorie/krajina/naucne-stezky/>
- [38] Specializované zájezdy za vínem a gastronomií 2018 GEOPS-CK. Poznávací zájezdy Francie, Itálie, Maďarsko, Španělsko GEOPS-CK [online]. Copyright © 2008 [cit. 04.04.2018]. Dostupné z: <http://www.geops.cz/zajezdy/vino-a-gastronomie/specializovane/>
- [39] turistická podoblast Bílé Karpaty a Slovácko - mavlast.cz. www.mavlast.cz-výlety-ubytování-turistické cíle [online]. Copyright ©2007 Copyright [cit. 18.03.2018]. Dostupné z: <http://www.mavlast.cz/turisticka-podoblast.bile-karpaty-a-slovakco>
- [40] Úvod. Úvod [online]. Copyright © 2017 Jaroslav Křížan, tel. [cit. 24.03.2018]. Dostupné z: <http://vinarskydumsedlec.cz/>
- [41] Věkové složení obyvatelstva - 2016 | ČSÚ. Český statistický úřad | ČSÚ [online]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/vekove-slozeni-obyvatelstva-2016>

- [42] Zájezdy za uměním | Agroturistika v Toskánsku | Lyžování v Itálii | Salve Tour [online]. Copyright © [cit. 04.04.2018]. Dostupné z: <http://www.salve.cz/>
- [43] Živá voda Modrá. Živá voda Modrá [online]. Copyright © 2016 Živá voda Modrá [cit. 18.03.2018]. Dostupné z: <http://www.zivavodamodra.cz/index.html>



**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

a.s	Akciová společnost
AVE	Alta Velocidad Española
CK	Cestovní kancelář
CA	Cestovní agentura
DPH	Daň z přidané hodnoty
EC	EuroCity
ECEAT	Evropské centrum pro eko agro turistiku
HDP	Hrubý domácí produkt
HV	Hospodářský výsledek
CHKO	Chráněná krajinná oblast
IC	InterCity
MICE	Meetings, Incentives, Conventions, Events
MUDr.	Doktor medicíny
NZM	Národní zemědělské muzeum
OSN	Organizace spojených národů
ROI	Return On Investmen (návratnost investic)
s.p.o.	Státní příspěvková organizace
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
TGV	Train à Grande Vitesse
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
VIP	Very important person
WTO	World Trade Organization
z.s.	Zapsaný spolek

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obrázek 1 – Předpoklady rozvoje cestovního ruchu .....	29
Obrázek 2 - SWOT analýza .....	48
Obrázek 3 – Prázdniny na venkově .....	64
Obrázek 4 – Greenways v České republice .....	65
Obrázek 5 – Graf 1. otázka dotazníkového šetření .....	72
Obrázek 6 – Graf 2. otázka dotazníkového šetření .....	72
Obrázek 7 – Graf 3. otázka dotazníkového šetření .....	73
Obrázek 8 – Graf 4. otázka dotazníkového šetření .....	74
Obrázek 9 – Graf 5. otázka dotazníkového šetření .....	74
Obrázek 10 – Graf 6. otázka dotazníkového šetření .....	75
Obrázek 11 – Graf 7. otázka dotazníkového šetření .....	76
Obrázek 12 – Graf 8. otázka dotazníkového šetření .....	77
Obrázek 13 – Graf 9. otázka dotazníkového šetření .....	78
Obrázek 14 – Graf 10. otázka dotazníkového šetření .....	78
Obrázek 15 – Graf 11. otázka dotazníkového šetření .....	79
Obrázek 16 – Graf 12. otázka dotazníkového šetření .....	80
Obrázek 17 – Graf 13. otázka dotazníkového šetření .....	80
Obrázek 18 – Graf 14. otázka dotazníkového šetření .....	81
Obrázek 19 – Graf 15. otázka dotazníkového šetření .....	82
Obrázek 20 – Graf 16. otázka dotazníkového šetření .....	82
Obrázek 21 – Graf 17. otázka dotazníkového šetření .....	83
Obrázek 22 – Graf 18. otázka dotazníkového šetření .....	84
Obrázek 23 – Graf 21. otázka dotazníkového šetření .....	85
Obrázek 24 – Graf 20. otázka dotazníkového šetření .....	85
Obrázek 25 - Graf 21. otázka dotazníkového šetření .....	86
Obrázek 26 – Mikrobus Caetano Optimo De LUX .....	100
Obrázek 27 – Hotel Bukovanský Mlýn .....	100
Obrázek 28 – Farma Ovčí terasy .....	100
Obrázek 29 – Živá voda Modrá .....	105
Obrázek 30 – Archeologické naleziště Mikulčice .....	108
Obrázek 31 – Opilé Sklepy, Rozhledna Slunečná .....	110
Obrázek 32 – Trasa zájezdu .....	111

**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1 – Výše cestovních náhrad .....	42
Tabulka 2 – Přehled ubytovacích zařízení a jejich cen na portále Prázdniny na venkově .....	64
Tabulka 3 – Počet hostů a počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních.....	68
Tabulka 4 – Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie.....	69
Tabulka 5 – Kapacity hromadných ubytovacích zařízení.....	70
Tabulka 6 – Ceník Ranch Nevada - Smradávka .....	89
Tabulka 7 – Ceník Ranč Kostelany .....	90
Tabulka 8 – Ceník Black Rose Ranch .....	90
Tabulka 9 – Ceník Farma na Haldě - Boršice.....	90
Tabulka 10 – Ceník Ranč Montana Trail.....	91
Tabulka 11 – Ceník Skanzen Strážnice .....	91
Tabulka 12 – Ceník Archeoskanzen Modrá .....	92
Tabulka 13 – Ceník Ekofarma Sádky .....	93
Tabulka 14 – Ceník Farma na Haldě - Boršice.....	93
Tabulka 15 – Ceník Bio-farma Juré.....	94
Tabulka 16 – Ceník Farma Ovčí terasy .....	94
Tabulka 17 – Ceník Hotel Bukovanský Mlýn .....	95
Tabulka 18 – Ceník Vinařský Dům Sedlec .....	95
Tabulka 19 – Ceník Hornácká Farma .....	96
Tabulka 20 – Trasování zájezdu a program zájezdu.....	101
Tabulka 21 – Kalkulace vstupy do objektů, strava, ubytování.....	112
Tabulka 22 – Kalkulace dopravy .....	115
Tabulka 23 – Kalkulace přímých a nepřímých nákladů .....	115

## SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA P I: Okresy tvořící region Slovácko.

PŘÍLOHA P II: Turistická informační centra propagující region Slovácko.

PŘÍLOHA P III: Dotazníkové šetření – analýza poptávky po venkovském cestovním ruchu v oblasti Slovácka

PŘÍLOHA P IV: Moravské vinařské stezky.

PŘÍLOHA P V: Naučné stezky.

## PŘÍLOHA P I: OKRESY TVOŘÍCÍ REGION SLOVÁCKA

**Okres Zlín:** Halenkovice, Napajedla, Spytihněv, Šarovy, Žlutava,

**Okres Uherské Hradiště:** Babice, Bánov, Bílovice, Bojkovice, Boršice, Boršice u Blatnice, Břestek, Březolupy, Březová, Buchlovice, Bystřice pod Lopeníkem, Částkov, Dolní Němčí, Drslavice, Hluk, Horní Němčí, Hostějov, Hostětín, Hradčovice, Huštěnovice, Jaluší, Jankovice, Kněžpole, Komňa, Korytná, Kostelany nad Moravou, Košíky, Kudlovice, Kunovice, Lopeník, Medlovice, Mistřice, Modrá, Nezdenice, Nedachlebice, Nedakonice, Nivnice, Ořechov, Ostrožská Lhota, Ostrožská Nová Ves, Osvětimany, Pašovice, Pitín, Podolí, Polešovice, Popovice, Prakšice, Rudice, Salaš, Slavkov, Staré Hutě, Staré Město, Starý Hrozenkov, Strání, Stříbrnice, Stupava, Suchá Loz, Sušice, Svárov, Šumice, Topolná, Traplice, Tučapy, Tupesy, Uherské Hradiště, Uherský Brod, Uherský Ostroh, Újezdec, Vápenice, Vážany, Velehrad, Veletiny, Vlčnov, Vyškovec, Záhorovice, Zlámanec, Zlechov, Žitková,

**Okres Hodonín:** Archlebov, Blatnice pod svatým Antonínem, Blatnička, Bukovany, Bzenec, Čejč, Čejkovice, Čeložnice, Dambořice, Dolní Bojanovice, Domanín, Dražůvky, Dubňany, Hodonín, Hovorany, Hroznová Lhota, Hrubá Vrbka, Hýsly, Javorník, Ježov, Josefov, Karlín, Kelčany, Kněždub, Kostelec, Kozojídky, Kuželov, Kyjov, Labuty, Lipov, Louka, Lovčice, Lužice, Malá Vrbka, Mikulčice, Milotice, Moravany, Moravský Písek, Mouchnice, Mutěnice, Násedlovice, Nechvalín, Nenkovice, Nová Lhota, Nový Poddvorov, Ostrovánky, Petrov, Prušánky, Radějov, Ratiškovice, Rohatec, Skalka, Skoronice, Sobůlky, Starý Poddvorov, Stavěšice, Strážnice, Strážovice, Sudoměřice, Suchov, Svatobořice – Místřín, Syrovín, Šardice, Tasov, Těmice, Terezín, Tvarožná Lhota, Uhřice, Vacenovice, Velká nad Veličkou, Veselí nad Moravou, Věteřov, Vlkoš, Vnorovy, Vracov, Vřesovice, Žádovice, Žarošice, Ždánice, Želetice, Žeravice, Žeraviny,

**Okres Břeclav:** Boleradice, Borkovany, Bořetice, Brumovice, Diváky, Horní Bojanovice, Hrušky, Kašnice, Klobouky u Brna, Kobylí, Kostice, Krumvíř, Lanžhot, Ladná, Moravská Nová Ves, Moravský Žižkov, Morkůvky, Němčičky, Tvrdonice, Týnec, Velké Bílovice, Velké Hostěradky, Velké Pavlovice, Vrbice.

## **PŘÍLOHA P II: TURISTICKÁ INFORMAČNÍ CENTRA PROPAGUJÍCÍ REGION SLOVÁCKO.**

- Turistické informační centrum Břeclav
- Turistické informační centrum Buchlovice
- Turistické informační centrum Hluk
- Informační centrum Hodonín
- Turistické informační centrum Hustopeče
- Městské informační centrum Kunovice
- Informační centrum města Kyjova
- Turistické informační centrum Lednice
- Informační centrum Lopeník
- Turistické informační centrum Mikulov
- Turistické informační centrum Napajedla
- Turistické Informační centrum Pasohlávky
- Informační centrum Radějov
- Městská knihovna a Informační centrum Staré Město
- Infocentrum Strání – Květná
- Turistické Informační centrum Strážnicko
- Městské informační centrum Uherské Hradiště
- Městské informační centrum Uherský Brod
- Informační centrum Přízámčí Uherský Ostroh
- Turistické informační centrum Valtice
- Turistické informační centrum Velké Pavlovice
- Informační centrum Bařova Kanálu Veselí nad Moravou
- Vzdělávací a informační středisko Bílé Karpaty o.p.s. Veselí nad Moravou
- Turistické informační centrum pro Východní Slovácko Vlčnov

## **PŘÍLOHA P III: DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ – ANALÝZA POPTÁVKY PO VENKOVSKÉM CESTOVNÍM RUCHU V OBLASTI SLOVÁCKA**

### **1. Do jaké skupiny patříte?**

- Student
- Pracující
- V důchodu
- V domácnosti
- Mateřská dovolená
- Nezaměstnaný/ nezaměstnaná

### **2. Jak často cestujete?**

- 1 x ročně
- 2 x ročně
- 3 x ročně
- 4 x ročně a více

### **3. Jedná se o cestování v rámci tuzemského, nebo zahraničního cestovního ruchu?**

- Tuzemského
- Zahraničního
- Spíše tuzemského
- Spíše zahraničního

### **4. S kým nejčastěji cestujete?**

- S rodinou a dětmi
- S partnerem/partnerkou
- S kamarády, známými
- Sám/ sama

### **5. Čemu nejvíce věnujete pozornost při výběru místa pro dovolenou?**

- Cena
- Atraktivita dané lokality
- Vzdálenost dané lokality
- Jiné parametry

### **6. Na základě jakých informací se rozhodujete pro návštěvu daného místa?**

- Internet
- Doporučení přátel a známých
- Propagační materiály dané destinace
- Z médií

- Z cestovní kanceláře/agentury

**7. Upřednostňujete na dovolené aktivní, nebo pasivní odpočinek?**

- Aktivní odpočinek
- Pasivní odpočinek

**8. Jaké aktivity ve svém volném čase dáváte přednost?**

- Odpočinek
- Sport
- Pobyt v přírodě
- Nákupní centra, kina
- Jiné aktivity

**9. Navštívili jste již někdy oblast Slovácka?**

- Ano
- Ano a vracím se sem pravidelně.
- Ne
- Ne, nemám zájem o tuto lokalitu.

**10. Se kterou z níže uvedených možností máte nejvíce spojenou oblast Slovácka?**

- S vínem
- Cykloturistikou
- Bohatým kulturním životem
- S přírodními památkami
- S kulturními památkami
- Nevím

**11. Jak se podle Vašeho názoru rozvíjí cestovní ruch v oblasti Slovácka?**

- Dobře
- Středně
- Není rozvinutý
- Nevím

**12. Myslíte si, že je lokalita Slovácka dostatečně propagovaná?**

- Ano
- Ne
- Nevím



**13. Pokud jste tuto lokalitu navštívili, myslíte si, že je atraktivní pro tuzemské i zahraniční návštěvníky?**

- Ano, pro oba tyto typy
- Ano, ale jen pro tuzemské návštěvníky
- Ano, ale jen pro zahraniční návštěvníky
- Ne
- Nevím

**14. Slyšeli jste už někdy pojem venkovský cestovní ruch?**

- Ano
- Ne

**15. Zaujal by vás zájezd s degustací vína, návštěvou skanzenů, pobytem na biofarmě, nebo ekofarmě a ochutnávkou lokálních produktů a péčí o dobytek, jízdou na koni, koupáním v přírodním biotopu a exkurzemi po tradičních řemeslech v oblasti Slovácka a výrobou vlastních produktů - například medu?**

- Ano
- Ne

**16. Slyšeli jste již o nějakém podobném zájezdu, který by byl uskutečňován v této lokalitě a se stejnou tematickou náplní?**

- Ano
- Ne

**17. Pokud by vás zájezd s touto tematikou oslovil, jak dlouhý by měl být?**

- 1 den
- 2 dny
- 3 dny
- 4 dny
- 5 a více dní
- 0 - předchozí odpověď ne.

**18. Jakému ubytovacímu zařízení byste na letní dovolené na Slovácku dali přednost?**

- Chata, nebo chalupa
- Penzion
- Farma
- Stan
- Hotel

**19. Jaký segment zákazníků si myslíte, že by zájezd s touto tematikou oslovil?**

- Rodiny s dětmi
- Mládež
- Dospělí
- Aktivní seniory

**20. Jaký je váš věk?**

- 15-20 let
- 20-25 let
- 25-30 let
- 30 - 45 let
- 35-40 let
- 40 - 50 let
- 50 - 60 let
- více

**21. Jste muž nebo žena?**

- Muž
- Žena

## PŘÍLOHA IV: MORAVSKÉ VINAŘSKÉ STEZKY

- **Vinařská stezka Podluží** (Břeclav, Hodonín, Moravská Nová Ves) – tato stezka je 115 km dlouhá a je vhodná i pro méně zdatné cyklisty, jedná se o rovinatou stezku výhradně po zpevněných komunikacích a je sjízdná po celý rok a za každého počasí. Trasa stezky vede od jižní hranice Moravy rovinatou částí centrálního Podluží, přes kopečky na okraji Kyjovské pahorkatiny v okolí Starého Poddvorova k severním vinařským oblastem Slovácka, kde vinice střídají rozlehlé lesní partie. Na trase jsou k vidění vinařské kolonie v Moravské Nové Vsi, Mikulčicích a Průšánkách, které jsou ojedinělými ukázkami sklepní architektury a sídlem desítek vinařů, kteří nabízejí degustace vín a kompletní informační servis o vinařství a turistických zajímavostech oblasti.

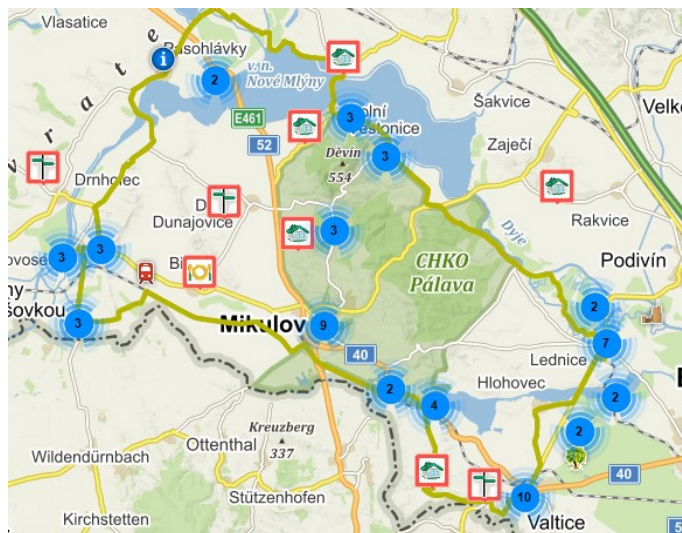
Vinařská stezka Podluží



- **Mikulovská vinařská stezka** (Mikulov, Novosedly, Valtice) – Tato stezka je 87 km dlouhá a je jen místy náročná, proto je vhodná pro všechny kategorie cyklistů. Trasa je celoročně sjízdná, travnatá a nezpevněné cesty jsou za mokra přístupné pouze horským kolem. Tento uzavřený okruh kopíruje hranice Mikulovské vinařské podoblasti, převážně rovinatý průběh trasy rámuje vody řeky Dyje, rybníků a Novomlýnských nádrží. Jižní část okruhu prochází Lednicko-valtickým areálem, u kolonády na Rajstně nad Valticemi vystoupá do své největší nadmořské výšky. Odtud pokračuje atraktivním terénním úsekem v blízkosti státní hranice a až do Nového Přerova sleduje signálku, vojenskou silnici podél bývalé železné opony. V obci Březí je možné navštívit Vinařství Kern, dále se cyklistům

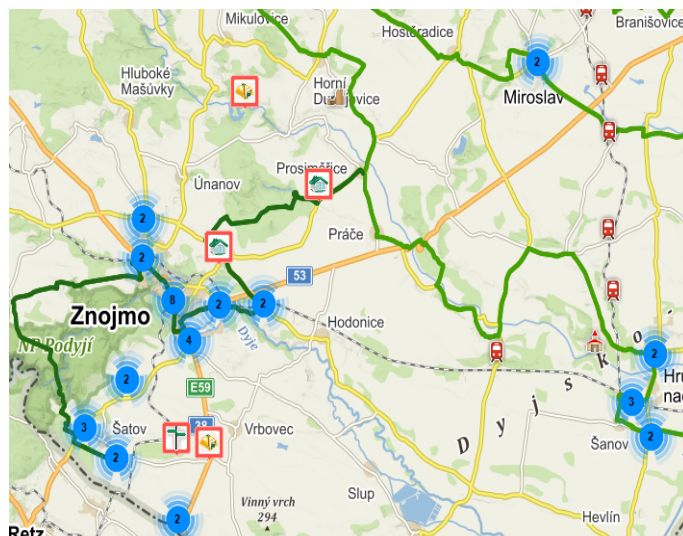
z Přerovského vrchu nabídne panoramatický výhled na Mikulov. Stezka také vede Pavlovem, kde cyklisté uvidí Nádrž Nové Mlýny a přes Lednici, kde mohou navštívit proslulý Lednicko – Valtický areál.

#### Mikulovská vinařská stezka



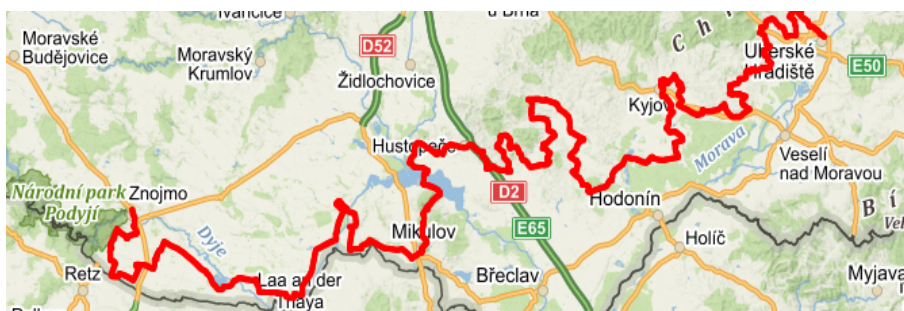
- **Znojmská vinařská stezka** (Znojmo, Šatov, Hrušovany nad Jeviškou, Moravský Krumlov, Dolní Kounice) – Tato trasa je dlouhá 165 km a má náročnější terén a jedná se o nejdelší vinařskou stezku, která spojuje pětapadesát vinařských obcí. Vyznavači rovných silničních úseků a pohodových cest mezi poli a vinicemi ocení severní část stezky, která začíná v Moravském Krumlově, romantické duše zaujmou spíše klikaté partie v blízkosti meandrů řeky Dyje. Milovníci náročnějších terénů si nejlépe vychutnají národní park Podyjí a lesní partie severních úseků stezky. Milovníci vína a tajemných sklepních labyrintů mohou navštívit obci jižně od Znojma. Vinařské kolonie v obcích Šaldorf-Sedlešovice, Hnanice a Šatov si ve své většině zachovaly nejautentičtější podobu původních hospodářských staveb a vína zdejších vinařů a patří k těm nejlepším, které Morava nabízí.

### Znojemská vinařská stezka



- **Moravská Vinná – Mikulovská (Jevišovka, Mikulov)** – Trasa je 55 km dlouhá a jedná se o rekreační cykloturistiku, náročnější je pouze kopcovitý přejezd Pálavských vrchů. Tato vinná stezka je páteří sítě regionálních cyklistických tras procházejících krajinou jihovýchodní Moravy. Vinařská magistrála spojuje starobylé Znojmo se slováckou metropolí Uherským Hradištěm a nabízí putování regionem, který zdobí víno, bohatá historie i živé tradice. Červeně značená Moravská vinná stezka prochází všemi moravskými vinařskými podoblastmi a protíná sedm z deseti okruhů místních vinařských stezek. Na její trase leží 70 vinařských obcí, desítky chráněných přírodních lokalit i významné historické a architektonické památky kraje.

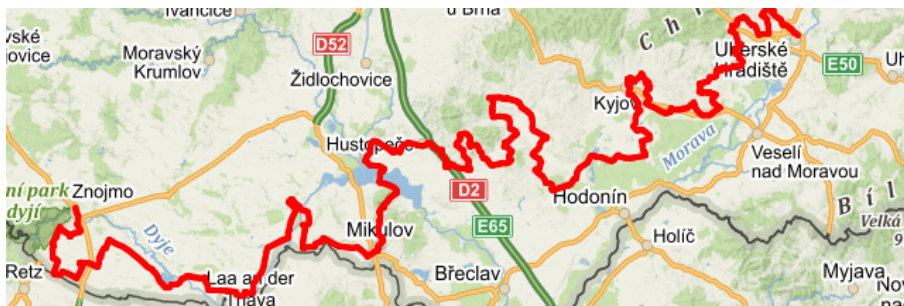
### Moravská Vinná – Mikulovská stezka



- **Moravská – Vinná Slovácká (Čejč, Kyjov, Bzenec, Uherské Hradiště)** – Tato trasa je dlouhá 112 km a je sjezdná celoročně, náročnější jsou lesní úseky v okolí

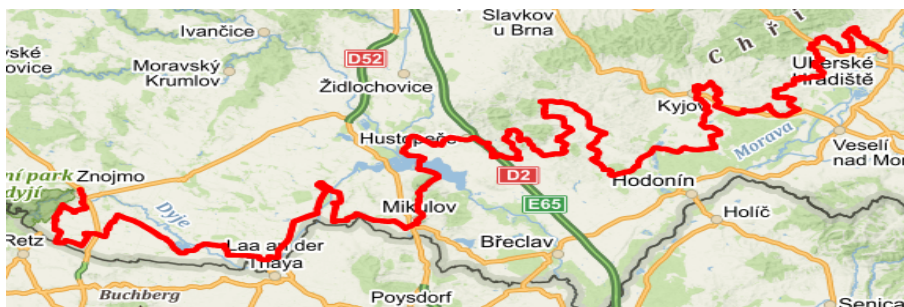
Starého Poddvorova a kopcovitý terén Podchřibí v závěru trasy Moravské vinné stezky.

#### Moravská – Vinná Slovácká stezka



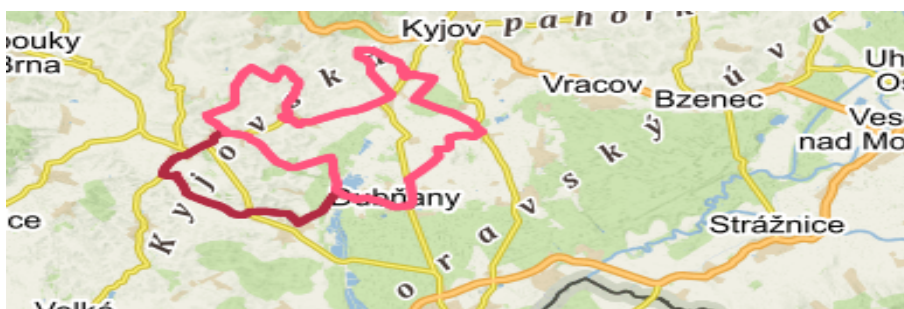
- **Moravská vinná – Velkopavlovická** (Pouzďřany, velké Pavlovice) – Tato trasa je 54 km dlouhá a je sjízdná celoročně. V Pouzďřanech je k vidění národní přírodní památka - Pouzďřanská step.

#### Moravská vinná – Velkopavlovická stezka



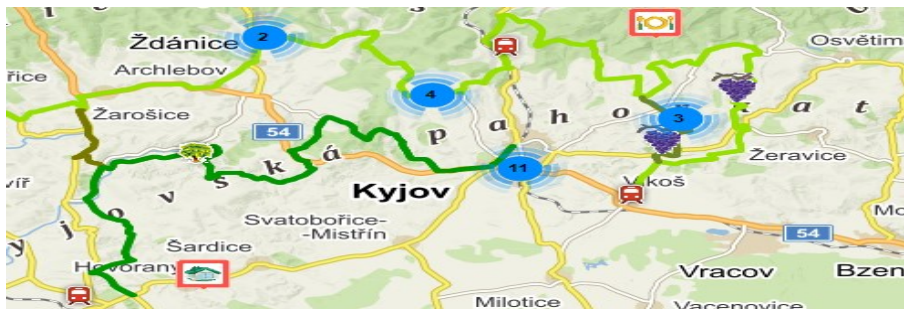
- **Mutěnická vinařská stezka** – (Kyjov, Čejč, Mutěnice) – Trasa je 65 km dlouhá a přehledná, převážně rovinatá trasa s krátkým stoupáním k místům dalekých výhledů a je sjízdná celoročně a za každého počasí. Tato vinařská stezka kopíruje hranice bývalé Mutěnické vinařské oblasti a tvoří uzavřený okruh v podobě ležaté a hodně kostrbaté osmičky. Dobře sjízdná a nenáročná trasa vede většinou po zpevněných polních cestách. Jízda kultivovanou krajinou, zelení remízků, sadů a vinic nabízí zajímavou cyklistiku i prvotřídní vinařské zážitky.

#### Mutěnická vinařská stezka



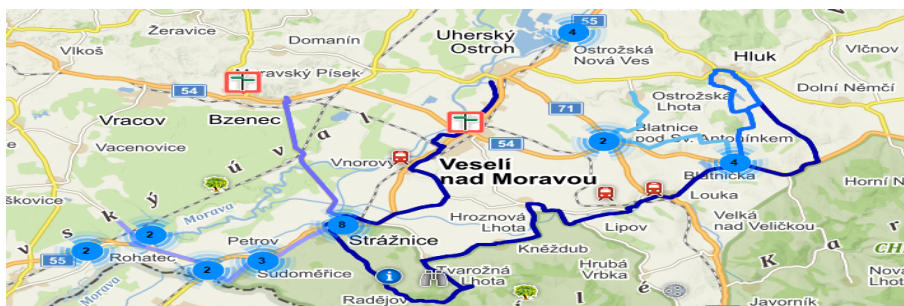
- **Kyjovská vinařská stezka** (Kyjov, Vlkoš, Čejč) – Trasa je 85 km dlouhá a jedná se o náročnější trasu, která vede zvlněnou pahorkatinou a okrajem Ždánického lesa, prudká stoupání a táhlé sjezdy v podhůří Chřibů.

Kyjovská vinařská stezka



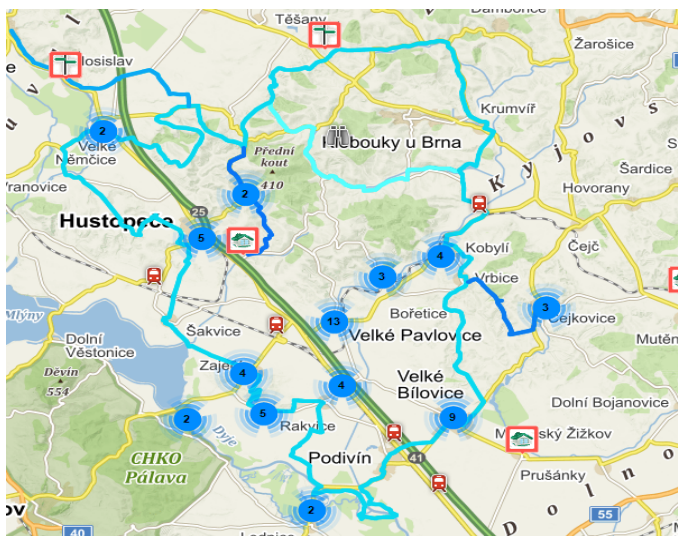
- **Strážnická vinařská stezka** – (Bzenec, Strážnice, Uherský Ostroh, Veselí nad Moravou) - Stezka o délce 101 km je vhodná pro rekreační cykloturistiku, ale i zde se vyskytují náročnější úseky. Trasa je sjízdná celoročně, travnaté a nezpevněné cesty jsou ale za mokra přístupné pouze na horském kole a terénní úsek kolem Kobylí hlavy do Blatničky je po dlouhotrvajících deštích nesjízdný. Západní hranici trasy tvoří Uherský Ostroh a Rohatec a na východě dosahuje k bělokarpatským stráním.

Strážnická vinařská stezka



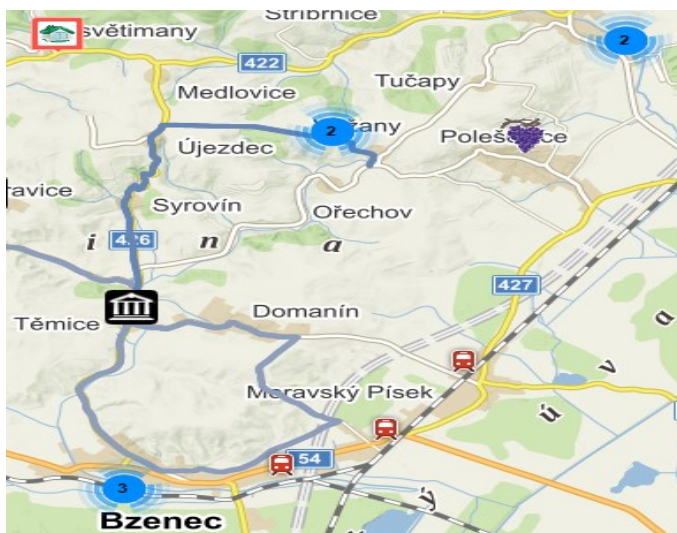
- **Velkopavlovická vinařská stezka** (Kobylí, Bořetice, Velké Pavlovice, Šakvice) – Tato stezka je 110 km dlouhá a je celoročně sjízdná. Trasa stezky prochází národopisnou oblastí Hanáckého Slovácka a nabízí pestrý výběr terénu pro všechny kategorie cyklistů. Jižní větev stezky prochází rovinami Dolnomoravského úvalu, severní průběh stezky zdobí zvlněný terén Ždánického lesa.

### Velkopavlovická vinařská stezka



- **Bzenecká vinařská stezka** (Ježov, Bzenec, Moravský Písek) – Jedná se o nejkratší vinařskou stezku s délkou 26 km, která je sjízdná celoročně a je vhodná pro všechny kategorie cyklistů. Několik kopečků v první části etapy tvoří nejzápadnější výběžky Kyjovské pahorkatiny, okolí centra oblasti tvoří roviny Dolnomoravského úvalu.

### Bzenecká vinařská stezka

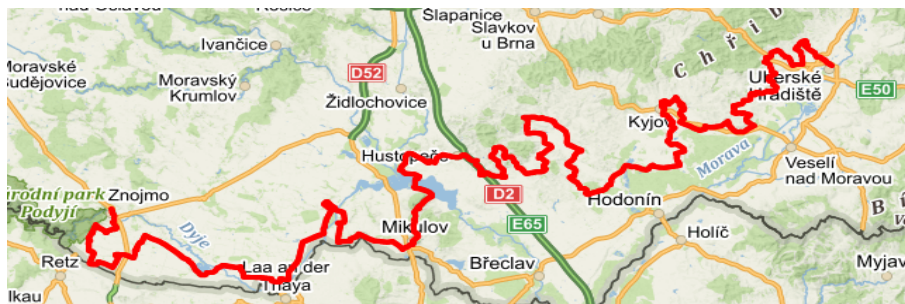


- **Moravská vinná – Znojemská** (Znojmo, Jevišovka) – Délka trasy je 68 km, je sjízdná celoročně a vhodná pro všechny skupiny cykloturistů. Moravská vinná stezka začíná v centru Znojma, nedaleko obelisku se sochou bohyně vítězství Niké



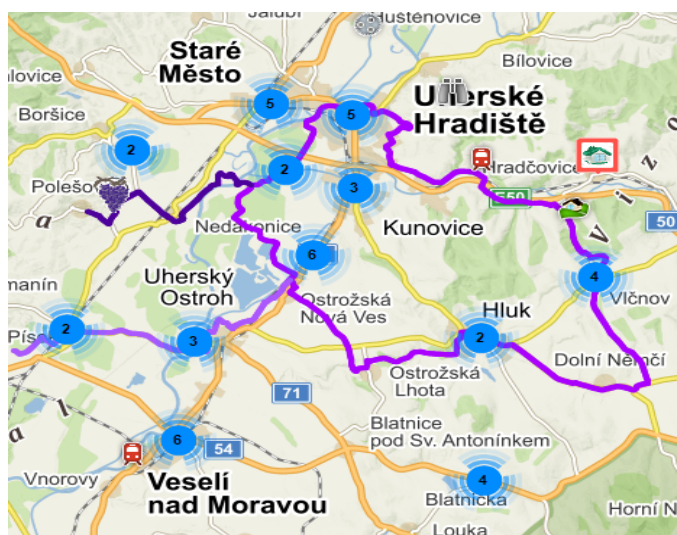
na Komenského náměstí. Uprostřed Husových sadů označuje její začátek návěstí se sklepním žudrem červené barvy. Po krátkém sjezdu parkem pokračuje kilometrovým úsekem po silnici I. třídy.

#### Moravská vinná – Znojemská stezka



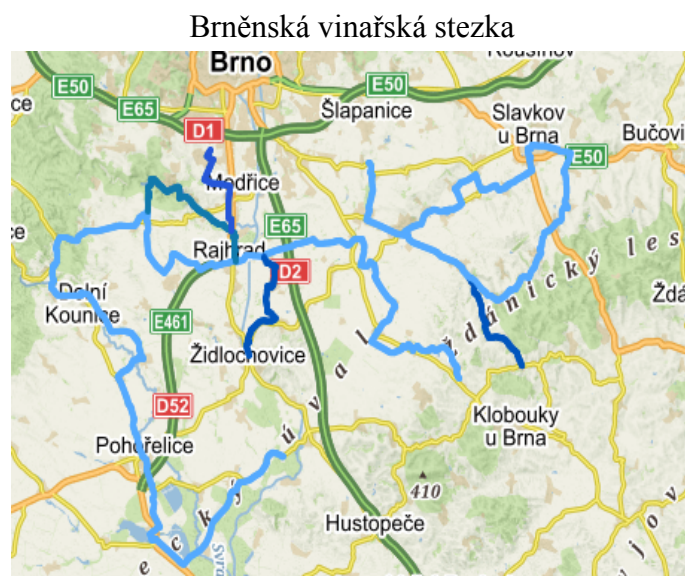
- **Uherskohradištská vinařská stezka** (Uherské Hradiště, Uherský Ostroh) – Tato vinařská stezka je 75 km dlouhá, je sjízdná celoročně. Tato trasa je vhodná pro všechny skupiny cykloturistů a je také vhodná pro rodiny s dětmi. Jedná se o převážně rovinnou trasu, která vede převážně jen mírně zvlněnou pahorkatinnou, po klidných silnicích a cyklostezkách. Na své si přijdou milovníci vína, lidové architektury i historických a přírodních památek.

#### Uherskohradištská vinařská stezka



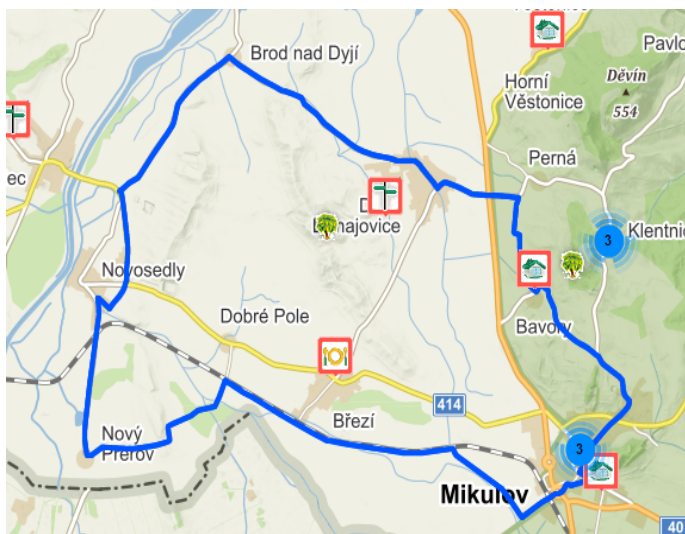
- **Brněnská vinařská stezka** (Brno, Rajhrad, Vranovice, Hrušovany, Slavkov) – Trasa je 130 km dlouhá a na její trase leží náročnější, terénní a kopcovité úseky. Tato stezka křížuje severní okraj vinařské oblasti Morava. Slouží především jako

přiváděč k jižním a jihovýchodním oblastem vinorodého kraje a svým názvem odkazuje spíše k dávné vinařské proslulosti území jižně o moravské metropole, než k dnešku. V samotném městě Brně i jeho nejbližším okolí bývaly vinice ode dávna, první zmínky o pěstování vinné révy jsou z roku 1228. Brňané mívali nejvíce vinic založených v Židlochovicích, Hustopečích, Kurdějově, Starovicích a Nosiřslavi a brněnští měšťané v minulosti zásadně ovlivnili rozvoj jihomoravského vinařství. I dnes je v oblasti několik významných vinařských center.



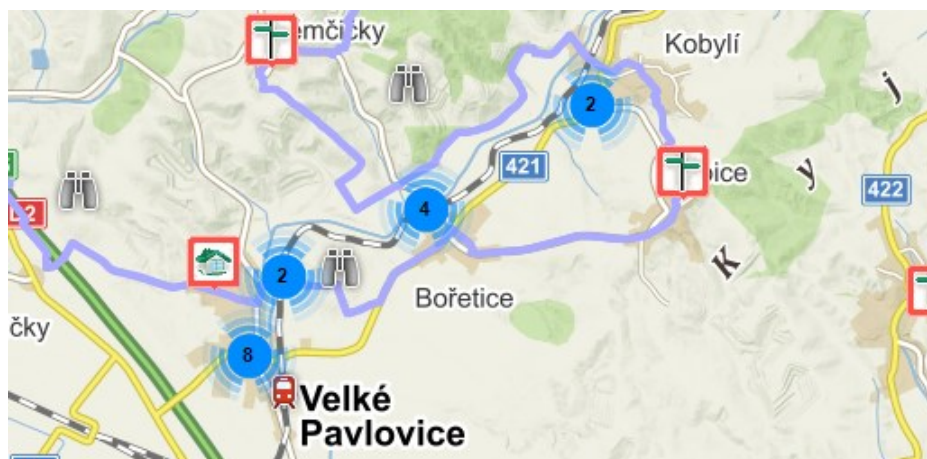
- **Vinařská stezka Stará hora** – (Mikulov, Nový Přerov, Novosedly, Brod nad Dyjí, Dolní Dunajovice) – Tato trasa je 37 km dlouhá a je střední náročnosti. Tento okruh začíná v Mikulově a vede přes Bavory, Dolní Dunajovice a Brod nad Dyjí do vinic na Staré Hoře v Novosedlích, kterými prochází naučná stezka doprovázená panely, které popisují přímo na místě pěstované odrůdy vín. Odtud cyklotrasa pokračuje do Dobrého Pole, Březí a zpět do Mikulova. Na trase si turisté prohlédnou vinice pod Pálavou a mohou navštívit vinařství. V Novosedlech cyklisty čeká prohlídka naučné stezky Stará Hora s možností návštěv a prohlídky vinařství Marcinčák, nebo vinařství Kovacs, kde mohou vidět výrobu vína a celoročně ochutnat mnoho druhů vín.

### Vinařská stezka Stará hora



- **Vinařská stezka Krajem André** – (Hustopeče, Starovičky, Velké Pavlovice, Bořetice, Vrbice) – Tato středně náročná trasa je dlouhá 19 km. Stezka Krajem André je putováním za vínem a sluncem napříč zelenými poli, remízky a vinohrady. Trasa je značena obousměrně a je sjízdná po celý rok. Nejlepší termín pro její zdolávání je každoročně poslední červnová sobota, kdy je organizována pravidelná expedice s bohatým vinařským a kulinářským programem.

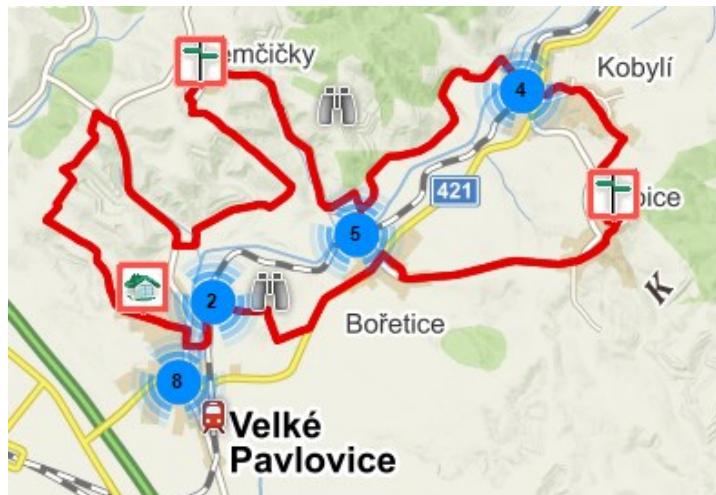
### Vinařská stezka Krajem André



- **Vinařská stezka Modré hory** – (Velké Pavlovice, Bořetice, Kobylí, Vrbice) – Tato trasa je 20 km dlouhá a je středně náročná, vhodná je pro crossové i horské kolo. Stezka Modré hory je nejzdařilejším projektem místních vinařských cyklotras, které slouží k poznání vinorodé Moravy ze sedla kola nebo formou pěších procházek.

Dvacet kilometrů perfektně vyznačené trasy tvoří cyklisticky pestrý okruh, který nabízí nejen ideální trasu pro rodinné výlety, ale i několik atraktivních terénních úseků pro náročnější cyklisty.

Vinařská stezka Modré hory



## PŘÍLOHA V: NAUČNÉ STEZKY REGIONU SLOVÁCKO

- **Naučná stezka Ždánickým lesem** – Tato naučná stezka je vhodná pro pěší i cyklisty a její délka je 13,5 km. Trasa stezky vede ze Ždánic na hřeben Ždánického lesa a Lovčic. Další část pokračuje lesním komplexem k Haluzické hájence v údolí Kyjovky. Po cestě v hřebenové části lesa lze spatřit těžbu ropy a zemního plynu čerpacími mechanismy Moravských naftových dolů. Na 17 zastaveních jsou představeny přírodní zajímavosti Ždánického lesa včetně genových základů, které poskytují materiál pro rozmnožování buků a dubů přirozenou formou obnovy.
- **Naučná stezka Okolo Hrozenka** - Naučnou stezku tvoří okruh, který vede ze Starého Hrozenkova k Žitkové (na státní hranici se Slovenskem), odtud do Vyškovce, Vápenic a pak po silnici zpět do Starého Hrozenkova. Celá trasa je cca 18 km dlouhá a 12 informačních panelů informuje nejen o přírodě, ale také o historii a tradicích Kopanic. Trasa je vhodná pro pěší i cyklisty a je možné ji rozdělit na severní a jižní okruh.
- **Naučná stezka Rochus** – Tato naučná stezka představuje v 7 zastavení historické a přírodní zajímavosti Uherského Hradiště a okolí. Je vhodná pro pěší, délka trasy je 0,75 km (Naučná stezka Rochus, Turistik, © 2000).
- **Naučná stezka Květná** - První naučná stezka v oblasti pod nejvyšším vrcholem Bílých Karpat - Velkou Javořinou. Začátek trasy je u sklárny Květná, kde je možná prohlídka ruční výroby skla. Trasa je dlouhá cca 7 km a obsahuje 9 stanovišť s naučnými tabulemi. Je vhodná jak pro rodiče s malými dětmi, školáky, seniory i ostatní. Za příznivých podmínek ji lze absolvovat i na kole, běžkách či koních. Celý okruh nabízí návštěvníkům základní informace o životě zdejších lidí, ale především o okolní krajině a přírodě.
- **Naučná stezka Šumárnická** – Tato naučná stezka vede částmi Dolňácka a Horňácka. Trasa je cca 18 km dlouhá. Na 17 informačních panelech jsou informace o životě a hospodaření ve zdejší krajině a vysvětlení jejich historické a přírodovědné souvislosti. Trasa je vhodná pro pěší i cyklisty.

- **Naučná stezka Důbrava** - Tato stezka vede městským lesoparkem Důbrava a díky rozmanitému přírodnímu prostředí je možné i na malé ploše lesoparku (60 ha) poskytnout široký obraz o přírodním prostředí Důbravy, jeho vývoji, obyvatelích a současném využívání. Okružní stezka je dlouhá 2,5 km a je zde rozmístěno 10 informačních tabulí. Začátek stezky je u vstupu do zoologické zahrady v Hodoníně, kde je možno vyzkoušet si znalosti v oblasti poznávání dřevin.
- **Naučná stezka Javořinská** – Tato naučná stezka vede Hornáckem a začíná ve Velké nad Veličkou a končí strmým stoupáním na nejvyšší vrchol Bílých Karpat Velkou Javořinu. Zvláště zajímavá je národní přírodní rezervace Javořina se zachovalým bukovým "pralesem". Trasa pouze pro pěší, její délka je 23 km a obsahuje 14 panelů zaměřených na informace o zdejší přírodě, kultuře a životním prostředí.
- **Naučná stezka Lopeník** - Naučná stezka je dlouhá cca 7 km a vede pod druhým nejvyšším vrcholem Bílých Karpat - Velkým Lopeníkem. Na stezce je umístěno 8 informačních tabulí charakterizuje krajinu Moravských Kopaníc z přírodního a kulturního hlediska. Nacházejí se na nich i informace z geologie, hydrologie, údržby a revitalizace krajiny.
- **Naučná stezka Koménka** - 5 km dlouhá trasa naučné stezky začíná u zámku Nový Světlov a končí v obci Komňa. Je nenáročná s minimálním převýšením. Vede podél potoka Koménky krásným prostředím údolní nivy.
- **Naučná stezka Moravské Kopanice** -Naučná stezka prochází pestrou krajinou v okolí Starého Hrozenkova a Žitkové a seznamuje návštěvníky s přírodou, historií a kulturou tohoto svérázného "kopaničářského kraje". Její délka je cca 17 km - základní okruh měří 11,5 km, odbočka na Lokov 4,5 km, odbočka na Hutě 1 km. Na trase je umístěno 14 informačních panelů.
- **Bojkovická naučná stezka** - Bojkovická stezka je vedena jako okružní a má 2 trasy. Začíná u nádraží ČD Bojkovice a vede přes obce Pitín, Hostětín, Šanov až na hraniční kótu "Na koncích". U pramenů řeky Olšavy, se stezka rozděluje na kratší a delší okruh. Malý okruh míří přes Pitín zpět do Bojkovic a měří cca 16

km. Velký okruh vede dále po hřebeni na vrchy Ochoz, Lokov a dále přes obec Krhov do Bojkovic. Na vrchu Ochoz můžete využít napojení na Kopaničářskou naučnou stezku. Jeho délka je 24 km. Celkem je na stezce 10 panelů zaměřených na historii a současnost procházených obcí a také na faunu a flóru v jejich okolí včetně pramenů říčky Olšavy. (Slovácko – krajina naučné stezky, © 2000)

- **Naučná stezka Váté písky** - Národní přírodní památka Váté písky se nachází podél železniční trati mezi stanicemi Rohatec-Kolonie a Bzenec-Přívoz v pruhu širokém až 60 m a dlouhém 5,5 km, na celkové ploše 94,56 ha. Po celé délce je lemovaná borovicemi, které zde byly vysázeny kvůli ochraně okolních polí proti písečným přesypům. Často se mu přezdívá moravská Sahara. První zastávka seznamuje návštěvníky s lesy obhospodařovanými Lesní Správou Strážnice a vyznačuje trasu stezky na mapě. Druhá zastávka je věnována lesmistru J. B. Bechtelovi (1800 - 1868), který se výrazně podílel na znovuobnovení lesních porostů, třetí zastávka pak podrobně popisuje obnovu lesa jednoletými semenáčky borovice lesní. Čtvrtá a pátá zastávka se zaměřuje na výchovu borovice lesní a její hmyzí škůdce. Poslední zastávka se nachází u Pískovny - dobývacího prostoru písku pro stavební účely, který je již z větší části opět rekultivován. (portál Jižní Moravy)
- **Naučná stezka lednické rybníky** – Jedná se o pěší trasu dlouhou 12 km, která obsahuje 14 panelů. Panely stezky jsou umístěny v národní přírodní rezervaci Lednické rybníky kolem břehů rybníka Nesytu, Hlohoveckého rybníka, Prostředního rybníka a Mlýnského rybníka. Stezka je zaměřena na flóru a faunu rybníků, rybníční hospodaření, dendrologie a také je zde k vidění ornitologická pozorovatelná. Správcem této stezky je Správa CHKO Pálava. (Ochrana přírody - Pálava, © 2018)
- **Archeostezka Dolní Věstonice** - Dávnou historií kraje provází archeostezka s 8 panely, z nichž některé představují světoznámé lokality z doby lovců mamutů, kteří žili v okolí Dolních Věstonic a Pavlova před více než 20 000 lety. Právě odsud pocházejí nejstarší doklady o znalosti technologie pálení hlíny a výroby textilu na světě. Další panely se věnují památkám z doby římské a raného středověku. Texty jsou doplněny mnoha fotografiemi unikátních nálezů, plány a mapami z archeologických výzkumů. (Portál Jižní Moravy)