

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

**Potenciál rozvoje cestovního ruchu
v Jihomoravském kraji**

**Potential of tourism development in the South
Moravian region**

Bořek Vacovský

Plzeň 2024

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Potenciál rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji“

vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 22. 4. 2024

v. r. *Bořek Vacovský*

Zásady pro vypracování práce

1. Stanovte cíle práce
2. Zpracujte teoretický úvod do problematiky cestovního ruchu, včetně jihomoravských specifik
3. Na základě literatury postavte vhodný metodický postup práce
4. Dle výsledků analýz zhodnoťte potenciál cestovního ruchu v Jihomoravském kraji
5. Diskutujte možné trajektorie dalšího rozvoje s přihlédnutím ke kvalitám a nedostatkům Jihomoravského kraje
6. Výsledky práce shrňte do závěru

Studijní program

Ekonomická a regionální geografie

Poděkování

Na tomto místě bych chtěl poděkovat Mgr. Martinu Kebzovi za vhodné a cenné připomínky, které mi usměrnily myšlenky při vypracování mé bakalářské práce a jeho expertízu v problematice cestovního ruchu. Díky patří také mé rodině, za podporu a pevné nervy.

Obsah

Úvod	6
1 Teoretické zarámování	7
1.1 Základní terminologie cestovního ruchu	7
1.2 Potenciál rozvoje cestovního ruchu	8
1.3 Lokalizační předpoklady.....	9
1.3.1 Přírodní atraktivity	9
1.3.2 Kulturní atraktivity	10
1.3.3 Vinařský cestovní ruch	11
1.4 Realizační předpoklady.....	12
1.4.1 Dopravní infrastruktura.....	12
1.4.2 Ubytovací služby	13
1.5 Selektivní předpoklady	14
2 Problémová diskuse	16
3 Institucionální zakotvení cestovního ruchu	18
4 Metodika	19
5 Charakteristika Jihomoravského kraje.....	21
5.1 Geomorfologická charakteristika.....	22
5.2 Historické charakteristiky	24
5.3 Kulturní charakteristiky	26
5.4 Atrakce a památky	27
5.5 Infrastruktura	27
6 Řízení cestovního ruchu v Česku.....	30
6.1 Řízení cestovního ruchu v Jihomoravském kraji.....	30
7 Turistické oblasti Jihomoravského kraje a jejich specifika.....	32
7.1 Znojensko a Podyjí	32

7.2	Slovácko.....	33
7.3	Pálava a Lednicko-valtický areál.....	33
7.4	Brno a okolí	34
7.5	Moravský kras a okolí.....	34
8	Analýza současné stavu cestovního ruchu v kraji.....	35
9	Dotazníkové šetření.....	45
9.1	Vyhodnocení dotazníkového šetření.....	45
9.2	Shrnutí dotazníkového šetření	55
10	Možné trajektorie budoucího rozvoje.....	57
10.1	SWOT analýza.....	58
	Závěr	59
	Seznam použitých zkratk	61
	Seznam použitých zdrojů	62
	Seznam tabulek	68
	Seznam obrázků.....	69
	Seznam příloh.....	70
	Přílohy	
	Abstrakt	
	Abstract	

Úvod

Cestovní ruch je velmi komplexní fenomén. V dnešní době se značně podílí na chodu globální společnosti a svým přesahem se projevuje v mnoha odvětvích. Je zkoumán z mnoha hledisek, ať už z ekonomických, ekologických, geografických, psychologických či sociologických. Různé sektory ekonomiky, které cestovní ruch využívají, jsou klíčové pro rozvoj a udržitelnost příslušných destinací a zásadním faktorem pro růst ekonomiky v daných státech. Odvětví cestovního ruchu působí pozitivním vlivem na destinaci, nicméně v neregulované formě a špatném plánování má i negativní dopady, proto je klíčové pro potenciální rozvoj těmto rizikům předejít.

V této bakalářské práci je používána pro definování cestovního ruchu definice dle Světové organizace cestovního ruchu, která ho definuje jako sociální, kulturní a ekonomický fenomén, který zahrnuje pohyb lidí do zemí nebo míst mimo jejich obvyklé prostředí za osobními nebo obchodními/profesionálními účely (UNWTO, 2024).

Bakalářská práce se zaměřuje na analýzu potenciálu rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji, který disponuje nejen kulturně-historickým ale také přírodním bohatstvím, přičemž je díky jedinečným klimatickým podmínkám významný svou vinařskou produkcí. Práce je strukturována jako teoretický vhled do problematiky faktorů ovlivňující rozvoj cestovního ruchu, analýzou regionu se zaměřením na tyto faktory a doporučením pro budoucí rozvoj. Pro hlubší výzkum bude také provedeno dotazníkové šetření.

Hlavním cílem této bakalářské práce je identifikovat a analyzovat potenciál pro rozvoj cestovního ruchu v Jihomoravském kraji. Pro naplnění cíle byly definovány čtyři výzkumné otázky :

- Jaké lokálně specifické faktory nejvíce přispívají k atraktivitě vybraných turistických lokalit v Jihomoravském kraji?
- Jaké jsou hlavní motivace turistů pro návštěvu destinací v Jihomoravském kraji?
- Jaká je návštěvnost ubytovacích zařízení v Jihomoravském kraji a jak odpovídají aktuálním potřebám a poptávce turistů?
- Jaké jsou klíčové oblasti pro potenciální rozvoj cestovního ruchu v Jihomoravském kraji a jaké kroky mohou přispět k jeho rozvoji?

1 Teoretické zarámování

Cestovní ruch jakožto fenomén a multidisciplinární jev formuje mnoho aspektů. Geografie cestovního ruchu na tyto aspekty přináší ucelený pohled. Tato disciplína zkoumá, jak se lokality formují na destinace cestovního ruchu a jakým způsobem cestovní ruch ovlivňuje přírodní, kulturní, ekonomické a sociální prostředí těchto lokalit. V této oblasti se geografové věnují hodnocení lokalizačních předpokladů pro cestovní ruch, jeho ekonomické dopady, vliv na místní komunity a chování turistů (Šauer & Vystoupil, 2011). V kontextu geografie cestovního ruchu hrají trendy důležitou roli pro zmíněné formování destinace a jakým způsobem ovlivňují prostředí lokalit. Tyto trendy se promítají taktéž do preferencí turistů a managementu strategií daných destinací. Zatsepina (2023) zmiňuje dopady pandemie COVID-19 které značně ovlivnily mezinárodní cestovní ruch v podobě uzavřených hranic a omezeného pohybu osob. Tyto restriktce vedly k nárůstu popularity domácího a regionálního cestovního ruchu, zvýšily povědomí o bezpečnosti a významu zdraví při cestování. Značná část turistů se v současné době zaměřuje na místní a regionální destinace, taktéž projevuje zájem o udržitelný cestovní ruch a aktivity, které jsou ekologicky šetrné pro okolní prostředí (Zatsepina, 2023).

1.1 Základní terminologie cestovního ruchu

Pro základní orientaci v problematice cestovního ruchu je důležité vymezit několik důležitých pojmů, podkapitola se věnuje stručnému teoretickému zarámování subjektu, objektu, formám a druhům v cestovním ruchu.

Subjektem neboli účastníkem na cestovním ruchu je každá osoba, která pobývá mimo své bydliště a motiv jejího pobytu není výdělečná činnost v místě pobytu. Návštěvník, jenž je popsán Jakubíkovou a kol. (1995), je osoba cestující mimo své bydliště a její hlavní účel cesty není výkon placené činnosti na dobu kratší 6 měsíců, při domácím cestovním ruchu a na dobu kratší než 1 rok, při zahraničním cestovním ruchu. Návštěvníky jsou turisté a výletníci, přičemž turista je návštěvník, který se zdrží v destinaci oproti výletníkovi alespoň 24 hodin s přenocováním. (Rýglová, 2011).

Objektem cestovního ruchu se rozumí destinace. Jedná se o místo, které účastníci navštíví. V kontextu destinace cestovního ruchu lze hovořit o cílové oblasti v regionu, který je specifický svou nabídkou atraktivit a služeb cestovního ruchu (Vystoupil a kol. 2007).

Nejčastěji se v odborné literatuře cestovní ruch segmentuje na základní formy a druhy (Indrová a kol., 2004). Členění na formy a druhy je zejména problematické z důvodu jejich zaměňování (Malá, 2002). Příkladem může být česká a slovenská odborná literatura, kde se uplatňuje vymezování forem a druhů opačně, než např. ve švýcarské a rakouské literatuře. To, co jedni autoři považují za formu cestovního ruchu, druzí považují za druh a naopak. Ve formách cestovního ruchu dominuje především hledisko motivů účasti na cestovním ruchu.

Ve formách cestovního ruchu převažuje zejména hledisko motivů účasti na cestovním ruchu. Toušek et al. (2008) zase popisuje formy cestovního ruchu jako specifické zaměření daného typu cestovního ruchu s orientací na uspokojování určitých konkrétních potřeb účastníka. Potřeba mívá taktéž specifický charakter a jednotlivé formy cestovního ruchu obvykle hrají klíčovou roli pro realizaci a zabezpečení služeb pro uspokojení potřeb účastníka. Jednotlivé formy cestovního ruchu vystihují jeho podstatu a způsob realizace. Liší se podle rozdílu uspokojování potřeb účastníků (Jakubíková a kol. 1995). Příkladem hlavních forem cestovního ruchu může být rekreační cestovní ruch, kulturně – poznávací, sportovně – turistický, léčebný a lázeňský. Toušek et al. (2008) uvádí další formy cestovního ruchu jako jsou cykloturistika, agroturistika, lovecký, náboženský, průmyslový či vinařský cestovní ruch. Dále uvádí, že dalších možných kategorií je velmi mnoho. S postupným vývojem společnosti přibývá také množství forem cestovního ruchu (Jakubíková a kol. 1995).

Množství forem cestovního ruchu doplňuje členění do menšího počtu druhů. Druhy cestovního ruchu zohledňují převážně průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace (Indrová a kol., 2004). Blíže charakterizuje účastníka cestovního ruchu na základě jeho potřeb a přání a způsobu, jakým jsou potřeby uspokojovány (Jakubíková a kol. 1995). Při diferenciaci jednotlivých druhů je důležité zohlednit délku pobytu, způsob dopravy a motiv účasti na cestovním ruchu (Toušek et al. 2008).

1.2 Potenciál rozvoje cestovního ruchu

Potenciál (předpoklady) cestovního ruchu je důležitým aspektem pro rozvoj a celkové fungování cestovního ruchu. Definice potenciálu cestovního ruchu je popsána dle výkladového slovníku jako „*souhrnná hodnota všech předpokladů cestovního ruchu snižena o zápornou hodnotu negativních faktorů rozvoje cestovního ruchu*“ (Zelenka & Pásková, 2012, s. 433).

Rozvojový potenciál přitom silně závisí na předpokladech pro cestovní ruch, které nakonec determinují dominantní formy a druhy cestovního ruchu, stejně jako skladbu turistů a návštěvníků. Potenciál dané destinace pro rozvoj cestovního ruchu by měl být rozvíjen maximálně tak, aby nepřekonal míru únosné kapacity pro rozvoj území, jelikož jakékoliv rozvíjení nad rámec potenciálu bude mít za následek snižování tohoto potenciálu (Zelenka & Pásková, 2012).

1.3 Lokalizační předpoklady

Základním lokalizačním předpokladem, o kterém píše Mariot (1983), je pro uskutečňování cestovního ruchu v destinaci existence atraktivity; motivačního faktoru pro pohyb osob za jiným účelem, než je běžná pravidelná dojíždka nebo migrace. Tyto atraktivity lze, podobně jako památky ze Seznamu světového dědictví UNESCO, dělit do tří skupin podle původu na přírodní, kulturní a smíšené, které tyto atraktivity kombinují.

1.3.1 Přírodní atraktivity

Přírodní atraktivity zahrnují širokou škálu jevů. Vystoupil (2009) uvádí například krajinný reliéf, přírodní parky, rezervace, jedinečné biotopy a ekosystémy. Tyto atraktivity tvoří základnu pro motivaci turistů a utváření nabídky turistických destinací. Formy cestovního ruchu, které turisté realizují díky těmto atraktivitám, jsou například pěší turistika, cykloturistika, rekreační a ekologický turismus (Holden, 2008).

Přírodní atraktivity jsou více náchylné k degradaci včetně působení nadměrného cestovního ruchu, a proto se přistupuje k jejich ochraně, která hraje důležitou roli v zachování místní biodiverzity a původní přírodní hodnoty jako celku. Institucionální ochrana přírodních památek nicméně zvyšuje jejich význam a paradoxně může vést k dalšímu růstu intenzity turistické zátěže, jako je tomu např. v Krkonošském národním parku, kde nejvyšší česká hora Sněžka láká velké množství turistů přesahující ročně přes jeden milion. V souvislosti s ochranou a zátěží přírodní atraktivity se Drápela (2023) věnuje enormnímu přílivu turistů.. Autor se taktéž věnuje regulačním opatřením od České správy národních parků v podobě definovaných koridorů, které chrání okolní přírodní atraktivity a snaží se minimalizovat dopady způsobené nadměrným a celoročním turismem (Drápela, 2023).

U přírodních atraktivit je zásadní, jakým způsobem jsou využívány, jelikož význam udržitelného přístupu je klíčový pro dlouhodobý rozvoj. Pásková et al. (2021) pojednává

o konceptu ABC a přidané hodnotě geologického dědictví Země, který prohlubuje informace o složitostech a vazeb mezi geologickým dědictvím, biodiverzitou a kulturou. Koncept ABC pomáhá integrovat aspekty Zemského dědictví, které zahrnuje již zmíněné geologické, biologické a kulturní složky. Článek zkoumá uplatnění tohoto konceptu v několika geoparcích, například v Colca a Volcanoes of Andagua UNESCO Global Geopark v Peru a Muroto UNESCO Global Geopark v Japonsku. V těchto geoparcích byl tento koncept použit k hlubšímu pochopení synergií geologického dědictví, což ve výsledku vede ke zvýšení atraktivity geoparků pro účastníky cestovního ruchu a zároveň podporuje udržitelný rozvoj v cestovním ruchu (Pásková et al., 2021).

Pachrová (2020) ve svém výzkumu udržitelný rozvoj také rozebírá a vyzdvihuje důležitost monitoringu návštěvnosti přírodních lokalit pro cestovní ruch se záměrem ochrany těchto oblastí. Jako příklad efektivního monitoringu udává automatická zařízení, která jsou umístěná v lokalitách a zaznamenávají pohyb účastníků. Tento sběr dat hraje důležitou roli pro předcházení overturismu v podobě opatření či omezení. Zelenka (2012) ve svém výzkumu rozvádí myšlenku důležitosti ochrany přírodních zdrojů a jejich udržitelného využití. Zdůrazňuje pojem únosné kapacity jako klíčový faktor pro udržení kvality a atraktivity destinace. Myšlenka udržitelnosti a udržitelného rozvoje je rozebrána i ve studii od Atzori (2018), která kromě popisu přírodních atraktivit ve zkoumaném regionu popisuje ohrožení destinací nadměrným turismem a jak je důležité zachovat jejich jedinečnost a atraktivnost pro budoucí účastníky z nastupujících generací. Ve výzkumu od Tuzové (2023), který je zaměřen na dopad pandemie COVID-19 na návštěvnost kulturního a přírodního dědictví v Jihomoravském kraji, jsou přírodní atraktivity označovány jako důležitý motivační faktor účastníků cestovního ruchu, zejména v situacích, kdy jsou kulturní atraktivity méně dostupné.

1.3.2 Kulturní atraktivity

Kulturní atraktivity tvoří další nezbytný pilíř pro atraktivnost destinace. Historické památky, muzea, tradiční slavnosti či místní gastronomie jsou rovněž důležité v rozvoji cestovního ruchu. Podrobný popis charakteru kulturních atraktivit destinace popisuje Vystoupil (2009) ve své publikaci. Dle Richardse (2018) jsou lokalizační předpoklady zásadní pro úspěch kulturního cestovního ruchu. Jedná se především o centra s bohatým kulturním dědictvím, památky UNESCO a historická města, které přitahují turisty do destinací. Kebza (2015) tuto myšlenku rozšiřuje a poukazuje výzkumem kulturně-

historických památek v Česku a jejich přínos k potenciálu rozvoje cestovního ruchu, který poskytuje účastníkům cestovního ruchu kulturní zážitky či vzdělání. Ve své studii o návštěvnosti kulturně-historických památek Kebza (2015) klade důraz na kategorizaci památek a zkoumá, jak jsou rozloženy napříč různými okresy a jak tato prostorová diferenciací ovlivňuje jejich návštěvnost, což je velmi důležité pro porozumění atraktivnosti destinace. Tato forma cestovního ruchu nabízí turistům možnost poznání kulturního bohatství lidstva skrze hmotné a nehmotné kulturní atraktivity Tuzová (2023). Návštěvnost kulturních památek je dle Tuzové (2023) klíčová pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci, obzvláště v oblastech, kde klesá význam zemědělské a průmyslové produkce.

1.3.3 Vinařský cestovní ruch

Jižní Morava je typická kombinováním přírodních a kulturních podmínek, které spoluutváří specifickou kulturní krajinu, jejímž dominantním rysem je orientace na produkci vinné révy. Kromě zemědělské výroby jde i o významný kulturní znak regionu s globálním přesahem (Hejmalová, Šerková & Duda 2011). Vinná réva je natolik silným prvkem, že je základem pro specifickou formu cestovního ruchu. Vinařský cestovní ruch je dokonce zkoumán jako potenciální hybatel rozvoje venkovských oblastí v Česku s důrazem na region Jižní Moravy (Šťastná et al. 2020). Tato forma cestovního ruchu v regionu Jižní Moravy představuje kromě atraktivity pro turisty také způsob, kterým se udržitelně rozvíjí venkov a utváří místní venkovská identita. Šťastná et al. (2020) zdůrazňuje, že dopady pandemie COVID-19 měly významný vliv na adaptaci v regionu Jižní Moravy, kdy se krizová opatření projevila v podobě nových přístupů, přičemž se zvýšil důraz na domácí cestovní ruch, který poskytl alternativu pro region v cestovním ruchu. Prokeš (2013) ve své studii zkoumá také vinařský cestovní ruch se zaměřením, jak v Jihomoravském kraji představuje důležitý kulturní prvek, který přitahuje návštěvníky se zájmem o místní kulturu, tradiční slavnosti a zvyky. Popisuje potenciál služeb a produktů vinařských destinací Jihomoravského kraje, které jsou vhodné pro propagaci nabídek vinařského cestovního ruchu. Výzkum Prokeše (2013) dále propojuje tyto benefity s venkovskou populací, kterou odvětví podporuje, zachovává jejich místní tradice, folklor, ruchu rozvíjí ve své studii Tafel a Szolnoki (2020). Ti zkoumají třináct vinařských regionů v Německu, kde vinařský cestovní ruch tvoří téměř pětinu ročního

ekonomického dopadu. Studie poukazuje na významnou roli této formy cestovního ruchu, která přispívá do celkového rozvoje odvětví.

1.4 Realizační předpoklady

Pro atraktivní destinace, které se zaměřují na dlouhodobý a udržitelný rozvoj svých lokalizačních předpokladů je nezbytné, aby také disponovaly složkami, které turistům umožní cestu a pobyt v destinaci. Realizační předpoklady jsou nezbytné pro destinaci a potřeby turistů. Tyto předpoklady představují souhrn faktorů, které hrají důležitou roli v zprostředkování služeb a produktů. Zelenka & Pásková (2012) uvádějí infrastrukturu komunikační sítě, dostupnost území a infrastrukturu cestovního ruchu společně s ubytovacími, stravovacími, kulturními, zábavními, dopravními, sportovními a dalšími zařízeními infrastruktury cestovního ruchu. Mariot (1983) zdůrazňuje dopravu a materiálně-technické předpoklady, které určují vybavenost území z pohledu ubytovacích, stravovacích a zábavních zařízení jako jsou hotely, restaurace a zábavní parky.

1.4.1 Dopravní infrastruktura

Doprava je nezbytná pro propojení místa pobytu návštěvníka s turistickou destinací a mnohdy klíčový faktor pro výběr destinace z hlediska jednoduchosti cestování. Seetanah et al. (2011) rozebírá kvalitu infrastruktury a její neoddělitelnost od cestovního ruchu. Efektivní dopravní infrastruktura v podobě kvalitní komunikační sítě a dostupnosti letišť hraje klíčovou roli ve vybavenosti destinace a transportu účastníků cestovního ruchu do místa pobytu (Seetanah et al., 2011).

Téma dopravy, konkrétně technickou efektivitou letišť zkoumají i Ripoll-Zarraga a Raya (2020). Ve svém výzkumu se soustředí na vztahy faktorů cestovního ruchu, které ovlivňují atraktivitu destinace, její návštěvnost a jak ovlivňují zmíněnou efektivitu letišť. Faktory, které mají vliv na efektivitu jsou například počet turistů jejich výdaje v destinaci a dostupnost ubytovacích zařízení (Ripoll-Zarraga & Raya, 2020). Kromě zmíněných aspektů ve své analýze autoři pracují i s geografickou polohou letišť a s okolní ubytovací infrastrukturou. Pozitivní vazbu na efektivitu letišť mají například hotely a negativní vazbu mají poté kempy. Studie kromě těchto faktorů a ukazatelů zkoumá i problematiku řízení letišť. Autoři analyzují centrálně řízená letiště ve Španělsku, která jsou řízená společností AENA, kterou vlastní španělská vláda. Centralizované řízení je důležité, jelikož umožňuje jednotné rozhodování a standardizuje jednotlivé postupy. Tento systém

tak napomáhá udržení kvality a konzistentnosti služeb, které zajišťuje jeden subjekt a jednotně může systém řídit. Tento styl řízení, ale není úplně vždy vhodný, autoři Ripoll-Zarraga a Raya (2020) k hlavním nevýhodám připisují nedostatečnou manažerskou flexibilitu hlavních pracovníků a neschopnost přizpůsobení se na regionální potřeby letišť. Řešení k tomuto problému je decentralizovaná správa letišť, která umožní tuto schopnost letišťům. Po analýze pozitivních a negativních vlivů geografické polohy, ubytovacích zařízení a systému řízení, které mají vliv efektivitu letišť autoři zjišťují, že právě poloha a typ ubytovacích zařízení jsou hlavním lákadlem pro cestující. Tyto výsledky silně opírají o fakt, že jsou vyhodnocené v centralizovaném systému řízení, který neumožňuje zmíněnou flexibilitu. Právě tu autoři považují za klíčovou pro posílení aspektu letišť, které tak umožní různorodost a kvalitu poskytovaných služeb za rozdílné ceny a přilákají větší množství nízkonákladových leteckých společností společně a zvětší se tak objem cestujících ze kterých budou moci těžit i letiště, které nedisponují určitým typem ubytování a polohou (Ripoll-Zarraga & Raya, 2020). Ve stejném duchu se Quariti Zerouali a El Mehdi Jebrane (2020) zabývají dopadem dopravní infrastruktury na cestovní ruch. Studie kromě letišť zmiňuje, železniční stanice a výstavbu komunikačních sítí a jak ovlivňují atraktivnost destinace. Ve svém výzkumu zkoumají vliv těchto realizačních předpokladů na počet přenocování v ubytovacích zařízeních. Jejich zjištění připisuje investicím do infrastruktury podíl na zvýšení atraktivnosti a nárůstu přenocování v destinacích.

1.4.2 Ubytovací služby

Ubytovací služby tvoří další nezbytný pilíř pro lukrativnost destinace a její rozvoj. V kontextu ubytování se váže základní princip typu návštěvníka, který pokud v ubytovacím zařízení alespoň jednou přenocuje, tak se stává turistou (Rýglová, 2011). Tento základní princip, jenom zdůrazňuje nezbytnost ubytovacích služeb v cestovním ruchu. Ionel (2021) u ubytovacích služeb klade důraz na materiálně technickou základnu v podobě ubytovacích zařízení a specializovaný personál, který poskytuje účastníkům služby. Tyto dvě složky jsou totiž základními stavebními kameny. Výzkum odhaluje zajímavý trend ve zkoumané oblasti v podobě rostoucích ubytovacích kapacit s nedostatečně kvalifikovaným personálem, což vede k negativnímu dopadu na kvalitu služby. Do této problematiky zasazuje pandemii COVID-19 a její následky v podobě finančních ztrát pro majitele ubytovacích zařízení ve zkoumané destinaci (Ionel, 2021).

Nabídka ubytovacích služeb je faktor, dle kterého se mnohdy účastníci cestovního ruchu rozhodují navštívit destinaci. Sharpley (2000) řeší nabídku ubytování z pohledu kvantitativního a kvalitativního charakteru, který má vliv na rozvoj destinace. Výzkum poskytuje důležité informace ohledně nedostatečné regulace a územního plánování. Na příkladu Kypru uvádí jeho transformaci k masovému turismu, který snižuje exkluzivitu destinace, vysokou obsazenost ubytovacích služeb a potenciální degradaci. Prostřednictvím integrace ubytovacího sektoru do procesu plánování a následné regulace lze předejít této transformaci a udržet rozvoj a atraktivitu destinace (Sharpley 2000). V kontextu nabídky ubytování studie od Lee, Jang a Kim (2020) uvádí turistické klastry, které představují koncentraci služeb podporující cestovní ruch. Tato koncentrace služeb v dané oblasti umožňuje rozkvět variantě ubytování peer-to-peer, jako je například Airbnb. Klastry totiž vytvářejí podmínky pro majitele okolních nemovitostí, aby své ubytovací jednotky poskytovali účastníkům cestovního ruchu (Lee, Jang & Kim, 2020). Tyto turistické klastry samozřejmě poskytují podmínky a podporují i jiné varianty ubytování, napomáhají tak rozvoji destinace s přínosem nákladů, které účastníci v destinacích utratí.

1.5 Selektivní předpoklady

Selektivní předpoklady jsou prvky, které ovlivňují rozhodování jednotlivce či skupin na účasti cestovního ruchu. Tyto předpoklady lze dělit na subjektivní, které se odvíjí o osobních preferencí a naopak na objektivní. Zelenka a Pásková (2012) zmiňují význam socioekonomických, demografických a urbanizačních faktorů jako jsou například ekonomický status, vzdělání, věkovou strukturu obyvatelstva a druh dopravních prostředků.

Pro hlubší pochopení demografických změn studie od Bernini a Cracolici (2015) zdůrazňují rozhodování domácností s vlivem těchto změn. Věk je důležitý faktor, který ovlivňuje nejen rozhodování o účasti na cestovním ruchu, ale také výši nákladů, které účastník v destinaci utratí za služby. Výzkum odhaluje, že s narůstajícím věkem jsou potřeby účastnit se cestovního ruchu regresivní, ale zase se zvyšuje hladina výdajů účastníků (Bernini & Cracolici, 2015). Krom těchto zmíněných faktorů se výzkumy zaměřují i na jiné, například Zou a Yu (2022) popisují bezpečnost v cestovním ruchu a jak pocit bezpečí působí na účastníky. K bezpečnosti autoři zmiňují správné řízení informací destinace skrz marketing a média, jelikož pocit si účastníci zprostředkovávají

skrz tyto formy získávání informací (Zou & Yu, 2022). Pro efektivnost destinace jsou tyto faktory důležité i z pohledu plánování a napomáhají tak řídit rozvoj v odvětví cestovního ruchu.

2 Problémová diskuse

V kontextu problematiky cestovního ruchu je důležité kromě přínosů a možností rozvoje regionu zohlednit i jeho negativní dopady. Ty jsou reprezentovány ve formě znečišťování ovzduší, degradací životního prostředí, akumulací odpadu, přetížeností dopravy a možnou iritací rezidentů turistických destinací. Tématiku iritace a následné kooperace rezidentů pro rozvoj cestovního ruchu v kontextu přírodních atraktivit zkoumají Strzelecky a kol. (2021). Jejich studie se zabývá propojením obyvatel s přírodou a jak ovlivňuje jejich vnímání a postoj k cestovnímu ruchu. Spojení může zahrnovat například emoční vazby, nebo třeba pocit zodpovědnosti chránit přírodní zdroje. Studie poukazuje na charakter cestovního ruchu a jak odráží tyto hodnoty obyvatel. Pokud cestovní ruch respektuje zmíněné hodnoty, může silné spojení s přírodou vyplýnout skrze pozitivní vnímání k podpoře odvětví ze strany obyvatel. Právý opak je popisován u obyvatel vnímající cestovní ruch jako ohrožení těchto hodnot, které vede k odporu odvětví a jeho rozvoji. Hlavní myšlenka studie je tedy vnímat hodnoty obyvatel v oblastech spjatých s přírodním dědictvím, aby se mohl v těchto destinacích udržitelně rozvíjet cestovní ruch. Rezidenti tak hrají důležitou roli a přispívají k udržitelnému rozvoji cestovního ruchu v destinaci. Přínosy jsou jak ekonomické, tak zachovávající pro danou destinaci a její dědictví (Strzelecka, Prince & Boley, 2021).

Pro hlubší propojení místních obyvatel a přírodních atraktivit referují Tafel a Szolnoki (2020) o vinařském cestovním ruchu jako o důležitém nástroji, který napomáhá rurálním oblastem vyrovnat rozdílnosti v ekonomickém sektoru. Spolupráce místních komunit doplňují dalšími subjekty, jako jsou turistické organizace a místní orgány, které tuto specifickou formu cestovního ruchu mohou podpořit dobrým marketingem a investicemi do infrastruktury. Tato kooperace může mít za následek udržitelný rozvoj a atraktivnosti destinace společně s produkty, které budou řádně propagovány, uspokojí potřeby účastníků cestovního ruchu a ve výsledku značně ovlivní místní ekonomiku (Tafel & Szolnoki, 2020). Zjištění studie udává vhled do problematiky ve vinařském cestovním ruchu, kterým je Jihomoravský kraj notoricky známý, kvůli zmíněné produkci vinné révy a specifické formě cestovního ruchu. Vinařský cestovní ruch je spjatý s konzumací alkoholických nápojů. Na konzumaci nápojů s obsahem alkoholu při účasti na cestovním ruchu může být vícero úhlů pohledů. Prvotní pohled může o alkoholu v cestovním ruchu referovat jako o významném prvku, který je spjatý s lokální kulturou a tradicemi. Z jiného úhlu pohledu je spojován s nadměrnou konzumací těchto nápojů, která podporuje

alkoholismus i možné zdravotní a sociální problémy. Carlisle a Ritchie (2020) ve své studii zkoumají, jakým způsobem je turistické chování ovlivněné konzumací alkoholických nápojů. Výzkum je zasazen do kontextu party turismu, který je spojován se zmíněnou nadměrnou konzumací těchto nápojů a následných negativních dopadů na destinace její rezidenty a zdraví účastníků cestovního ruchu. Carlisle a Ritchie (2020) podkřývají důležité spojitosti mezi finančním ziskem a nežádoucím chováním návštěvníků destinací, které jsou více tolerantní vůči těmto dopadům, kvůli finančnímu zisku z těchto forem cestovního ruchu. Carlisle a Ritchie (2020) popisují regulační prvky ve formách omezeného prodeje a konzumace alkoholických nápojů, taktéž o informačních programech zaměřených na snížení negativních dopadů v destinaci.

3 Institucionální zakotvení cestovního ruchu

Organizace cestovního ruchu jsou hlavními aktéry v problematice rozvoje cestovního ruchu (Galvasová a kol., 2008). Důležitost těchto organizací hraje klíčovou roli v konkurenceschopnosti destinace vůči ostatním. Galvasová a kol. (2008) charakterizují organizace cestovního ruchu jako efektivní uskupení subjektů, které společně funguje, řídí a koordinuje rozvoj cestovního ruchu v místní, regionální, krajské či národní úrovni v zájmovém území. Komplexnost odvětví cestovního ruchu společně s jeho globální dopadem je nutné řídit z vícero úrovní a proto je nutné tyto organizace dělit na prostorové úrovně. Např. Galvasová a kol. (2008) dělí organizace na mezinárodní, národní, regionální a lokální prostorové úrovně.

Mezinárodní organizace cestovního ruchu zastupují tedy nejvyšší příčku v prostorové úrovni. Nejvýznamnější mezinárodní organizací je Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO), mezi další významné se řadí Organizace Spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu (UNESCO). Kromě své schopnosti pozvednout mezinárodní povědomí o kulturním dědictví UNESCO taktéž poskytuje technickou podporu a poradenství pro ochranu památek, což je v kontextu udržitelného cestovního ruchu velmi důležité (Škrábić Perić a kol. 2021). Neposlední významnou organizací uvádí Vystoupil a kol. (2007) organizaci zahrnující předsedy světových společností z oblasti průmyslu cestovního ruchu na mezinárodní úrovni je Světová rada cestování a cestovního ruchu (WTTC). Národní úroveň je řízena tzv. národní správou cestovního ruchu. Vystoupil a kol. (2007) uvádějí termín National Tourism Administration zkratkou NTA, který označuje ministerstva a oddělení vykonávající politická rozhodnutí k problematice rozvoje cestovního ruchu a vymezující podpůrné programy k dosažení těchto cílů. Regionální úroveň organizace zastupují především městské úřady, které vytvářejí nástroje na podporu cestovního ruchu v regionech ve formě dotací z krajského rozpočtu. Obce a města završují nejnižší prostorový stupeň organizace, a to úroveň lokální. Tyto subjekty na lokální úrovni budují infrastrukturu, informační centra a mnoho dalších (Vystoupil a kol. 2007).

4 Metodika

Jihomoravský kraj patří mezi větší samosprávné jednotky v Česku a jeho přínos v oblasti cestovního ruchu je v národním kontextu nezanedbatelný. Zároveň je vzhledem ke své velikosti poměrně heterogenní. V práci (kap. 5) je tedy region popsán ve vztahu ke klíčovým lokalizačním, realizačním a selektivním předpokladům rozvoje cestovního ruchu. Popis vlastností těchto prvků v regionu je doplněn o kvantifikaci jejich dopadu. Řízení cestovního ruchu je institucionálně v práci (kap. 6) zakotvené v rámci České republiky a kraje. Jihomoravský kraj je dále členěn na turistické oblasti dle odboru pro regionální rozvoj v (kap. 7)

V této práci je pracováno jak s primárními, tak sekundárními daty.

Pro analytickou část této bakalářské práce jsou stěžejní sekundární kvantitativní data z Českého statistického úřadu [ČSÚ], Národního památkového ústavu [NPÚ] a Národní informační a poradenské středisko pro kulturu [NIPOS]. Z ČSÚ byla vybrána data o hromadných ubytovacích zařízeních a jejich množství a využití z pohledu počtu hostů a přenocování. Tato data příhodně ukazují atraktivnost Jihomoravského kraje a jeho oblastí v rámci České republiky. Data byla sebrána jak pro Jihomoravský kraj, tak pro zbývající kraje v Česku, aby mohlo být provedeno srovnání ostatních krajů s Jihomoravským. Shromážděná data za období 2012–2019 byla analyzována v rámci vývoje v čase, turistických oblastí a ostatních krajů v Česku. Hlavní metodou je deskriptivní analýza těchto sekundárních kvantitativní dat zaměřených na cestovní ruch, které jsou následně zpracovány v programech ArcGIS Pro a Microsoft Excel v podobě kartografických, grafických a tabulkových výstupů.

Součástí výzkumu je také dotazníkové šetření. Jeho zaměření bylo na turisty Jihomoravského kraje, čímž byly získány informace, které jsou klíčové pro odhalení preferencí a očekávání účastníků. Pomocí kvantitativních a kvalitativních primárních dat si klade za cíl odhalit tyto prvky z pohledu na Jihomoravský kraj jako destinaci. Konstrukce dotazníku je sestavena pro intuitivní vyplnění společně se specifickými otázkami zaměřené na budoucí rozvoj, nebo na specifické typy ubytovacích zařízení a motivačních faktorů. Skládá se z 15 otázek, které byly zvoleny na základě podrobné deskriptivní analýzy vztážené na problematiku cestovního ruchu v Jihomoravském kraji. Zvolené otázky měly do problematiky přinést postoje a zkušenosti turistů, kteří již Jihomoravský kraj navštívili a mohli tak přidat důležitá primární data do analytické části této bakalářské práce. Následná distribuce proběhla na internetových sítích, kde došlo

k jejich analyzování. Shromážděné výsledky byly poté interpretovány a pomocí grafů a tabulek vizualizovány. Cílem dotazníku je komplexní šetření problematiky společně s teoretickým a analytickým zarámováním a následné gradaci těchto výzkumů pro navržení budoucích trajektorií rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji. Součástí evaluace rozvojového potenciálu je také SWOT analýza upravená dle výsledků dotazníkového šetření a z dokumentů Strategie rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2021-2027, která napomáhá identifikaci silných a slabých stránek, včetně příležitostí a hrozeb v kraji, které mohou svou váhou ovlivnit budoucí rozvoj.

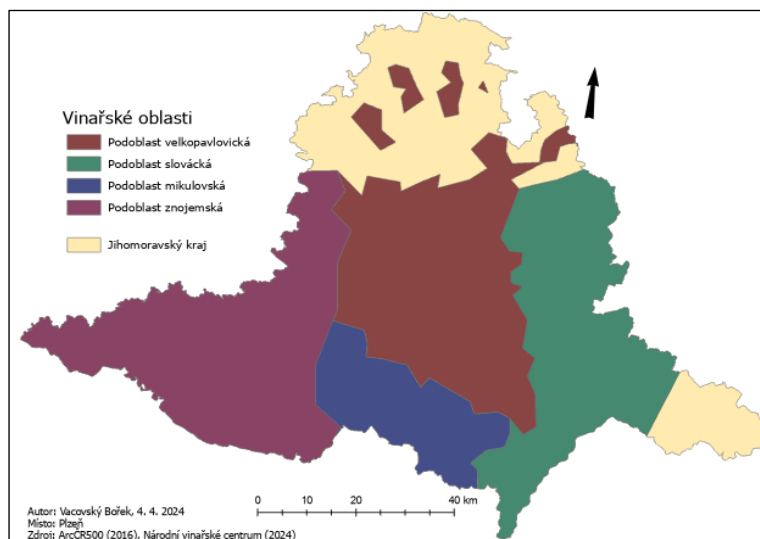
5 Charakteristika Jihomoravského kraje

Pro propojení s výzkumem je důležité zarámovat a popsat i zkoumané území z pohledu předpokladů pro cestovní ruch. Hlubší analytický pohled bude vybranému území věnován v dalších podkapitolách.

Jihomoravský kraj je rozlohou čtvrtým největším krajem v Česku. Rozloha tohoto kraje se v průběhu let měnila, k poslední změně došlo v roce 2016, kdy došlo ke snížení rozlohy z důvodů přesunutí některých částí území do Olomouckého kraje. Poloha Jihomoravského kraje je velmi výhodná, nachází se na spojnici Středozeří se střední a severní Evropou, čímž je možné považovat Jihomoravský kraj za jednu křižovatek Evropy. Zahraničními sousedy jsou Rakousko a Slovensko (Český statistický úřad [ČSÚ], 2023a). Jeho krajským městem je Brno, které je zároveň druhé největší město v Česku. Je centrem ekonomiky, univerzitního vzdělávání, architektury a kultury (Kunc a kol., 2020).

Přírodní podmínky jsou různorodé a mají značný vliv na využívání krajiny, způsob života (ČSÚ 2023a) a zároveň formují značnou část potenciálu cestovního ruchu na území kraje. Pro místní charakter krajiny je rozhodující poloha území na rozhraní Českého masivu a Karpat. Hranice mezi těmito geologickými soustavami je pás Vněkarpatských sníženin, které díky kvalitním půdám patří mezi neúrodnější oblasti Česka (Toušek et al. 2005). Tyto úrodné plochy, které jsou viditelné na obr. 1., utvářejí ideální podmínky pro vinnou révu, kterou je tento kraj známý a taktéž tvoří základní pilíře pro ekonomiku a potenciál cestovního ruchu.

Obr 1: Vinařské oblasti Jihomoravského kraje



Na zmíněném území se rozléhají i chráněné krajinné oblasti v podobě Bílých Karpat, Moravského krasu, Pálavy a Národního parku Podyjí. Většinu území odvodňuje řeka Morava a celý kraj se nachází v jejím povodí. Morava na soutoku s Dyjí tvoří také nejnižší bod kraje. Do jihovýchodní části zasahuje Vídeňská pánev, která obsahuje bohatá ložiska ropy a zemního plynu.

Jihomoravský kraj nabízí velkou škálu atraktivit pro cestovní ruch, mezi hlavní spadá již zmíněný Národní park Podyjí, Moravský kras s Macochou a jeskynním systémem. Kraj disponuje i památkami, které jsou zapsané na seznamu UNESCO, mezi něž patří např. Lednicko-valtický areál a vila Tugendhat v krajském městě. Centra Brna, Znojma a Mikulova jsou městské památkové rezervace. Památková zóna bojiště bitvy u Slavkova taktéž hraje klíčovou roli v kontextu atraktivit v Jihomoravském kraji. Poslední nedílnou součástí atraktivit jsou lázeňská města Hodonín, obce Lednice a Pasohlávky (Toušek, et al. 2005).

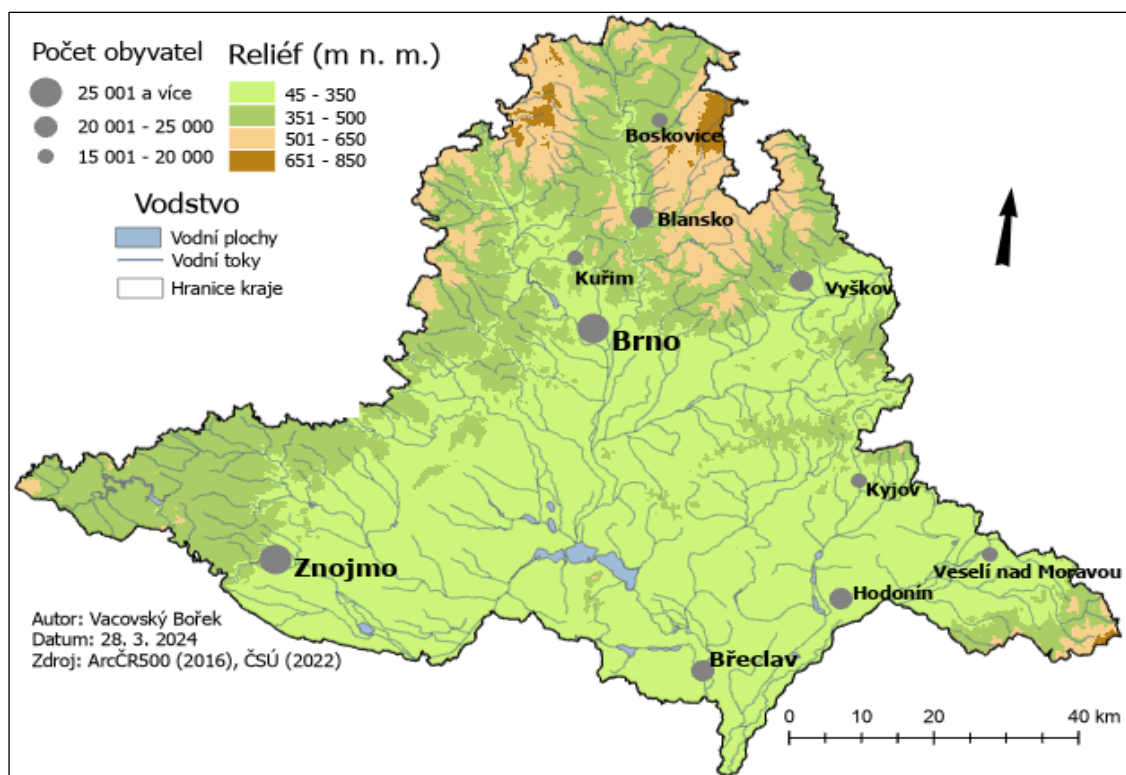
5.1 Geomorfologická charakteristika

V návaznosti na základní charakteristiku je geografická stránka Jihomoravského kraje jedním z důležitých faktorů, která tvoří zkoumaný region a formuje turistickou destinaci. Sdílené hranice na jihu s okolními státy nejsou jediné, které kraj lemují. Jihomoravský kraj sousedí na severovýchodě s Pardubickým, na severu s Olomouckým, se Zlínským krajem na severozápadě a s Krajem Vysočina na západě (ČSÚ, 2023a). Tato poloha přináší kromě dopravního klastru také mnohá pozitiva z pohledu cestovního ruchu. Přesná hodnota rozlohy kraje je 7 188 km², která se postupem času vyvíjela. Například v roce 2005 došlo ke změně rozlohy, kdy kraj nabyl 25 obcí z kraje Vysočina a území kraje se tak zvětšilo o téměř 13 tisíc hektarů (ČSÚ, 2023a). Ke snížení rozlohy později došlo také, a to v roce 2016, kdy 854 hektarů přešlo na území Olomouckého kraje.

Značnou část cestovního ruchu může kraji přinášet jeho geomorfologie. Jihomoravský kraj se vyznačuje rozmanitou reliéfem, viditelným na obr. 2., a malebnou krajinou, která se tak stává značnou přírodní atraktivitou, za kterou jsou účastníci motivováni vycestovat ze svého místa bydliště. Významnými oblastmi jsou Dolnomoravský úval, který doprovází dolní tok řeky Moravy, dále Dyjsko-svratecký úval, nacházející se podél řek Dyje a Svratky. „*Dyjsko-svratecký úval se rozkládá přibližně v oblasti vymezené Brnem, Slavkovem u Brna, Mikulovem a Znojmem*“ (Duše Karpat, 2023). Z vrchovin zde máme Chříby, Dražanskou vrchovinu a na západ nám zasahuje i Černomoravská vrchovina. Pro

místní charakter krajiny je rozhodující poloha území na rozhraní Českého masivu a Karpat. Zmíněnou hranicí mezi geologickými soustavami je pás Vněkarpatských sníženin s kvalitními půdami (Toušek et al. 2005). Reliéf kraje umožňuje cestovnímu ruchu zužitkovat některé z forem, například pěší turistika, která je díky rozmanitosti krajiny jednou z mnoha forem realizovaných v kraji.

Obr. 2: Fyzickogeografické charakteristiky s počtem obyvatel v Jihomoravském kraji



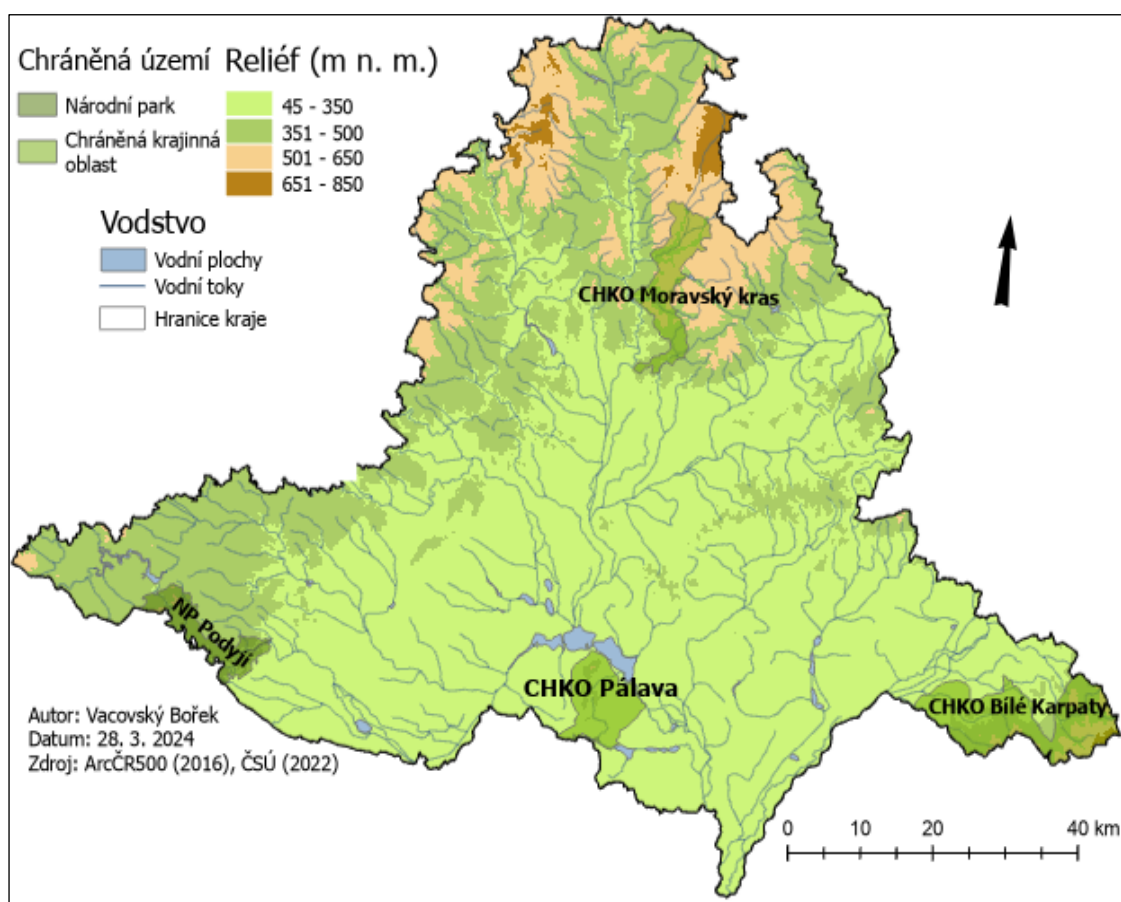
Hydrologická složka kraje je taktéž nedílnou součástí Jihomoravského kraje a hraje důležitou roli v jeho životním prostředí, ale i ekonomice. Největšími řekami v kraji jsou Morava, Dyje, Svratka a Jihlava (ČSÚ, 2023a). Tyto řeky jsou oblíbenými místy pro rekreaci a vodní sporty. Pro rekreaci slouží také vodní nádrže jako jsou Nové Mlýny, Vranovská přehrada či Brněnská přehrada. Pozitiva hydrologie mohou být pro kraj i ekonomická, a to v případě vodních sportů, jedná se především o wakeboarding, vodní lyže a šlapadla (CzechTourism, 2024a).

Klimatické podmínky Jihomoravského kraje jsou mírného charakteru s teplým a suchým létem a mírnou zimou. Toto klima je ideální pro rozvoj cestovního ruchu hned z mnoha důvodů. Díky vyšším teplotám je kraj možné navštěvovat v průběhu celého roku. Letní měsíce jsou pak obzvláště vhodné pro již zmíněné formy cestovního ruchu. Kombinace úrodné půdy a teplého klimatu umožňuje pěstování vinné révy a produkci výrobků. Dle

ČSÚ (2020) v Česku vinice zaujímají 18,1 tisíc hektarů a z toho 17 tisíc hektarů je v Jihomoravském kraji, přesněji je to podíl 93,7 % z celkového počtu. Je tedy jisté, že vinařství je zde nejrozšířenější v celém Česku. Vinohrady jsou převážně rozvinuty v okrese Břeclav, kde tvoří 50 % plochy všech vinic v Česku, taktéž jsou v okrese Hodonín, Znojmo a z části i v okrese Brno-venkov (Bínek et al., 2017).

Přírodní rezervace a chráněná území v kraji taktéž nechybí. Nachází se zde národní park, a to NP Podyjí, který skrývá údolí řeky Dyje společně se skalními útvary a flóry. Chráněné krajinné oblasti jsou v kraji CHKO Pálava s vinicemi a vápencovými masivy, CHKO Moravský kras s Macochou, jeskynním systémem a podzemními vodními toky, také se zde nachází CHKO Bílé Karpaty. Tyto přírodní rezervace a CHKO, na obr. 3., jsou důležitou součástí identity kraje a hrají klíčovou roli v ochraně životního prostředí a v motivaci účastníků cestovního ruchu (MŽPČR, 2010).

Obr. 3: CHKO území Jihomoravského kraje



5.2 Historické charakteristiky

Jihomoravský kraj není výjimkou a jeho historie je pestrá a bohatá a sahá až do pravěku. Právě historie hraje klíčovou roli v tvorbě cestovního ruchu v kraji. Území je bohaté na

historické památky, města a přírodní krásy. V oblasti lze najít stopy po pravěkých osadách, keltských kmenech, římských legiích i středověkých hradních stavbách. O tom, že území Jihomoravského kraje bylo osídleno už v pravěku, svědčí tomu archeologické nálezy z Dolních Věstonic, které se staly symbolikou jednoho z nejvýznamnějších tábořišť člověka na Zemi v době ledové a taktéž místem, kde vznikaly umělecké tradice lidstva (Obec Dolní Věstonice, 2024). Historické osídlení dnes nabízí nespočet hradů, které jsou značnou atraktivitou pro účastníky. V pozdějším období na území začaly vznikat také zámky, kterých je v kraji mnoho. Jeden z nejvýznamnějších zámků, přesněji řečeno komplex, Lednicko-valtický areál, se nachází na seznamu UNESCO a je tak jedním z nejnavštěvovanějších v Česku. „*Kromě obcí Valtice, Lednice (spojeny Bezručovou alejí z roku 1715) a Hlohovec jsou významnými krajinnými celky uměle vysázený Boří les a Lednické rybníky. Areál zahrnuje také lužní les při řece Dyji kolem Břeclavi.*“ (Národní památkový ústav, 2024a). Za rok 2023 ho navštívilo 349 139 lidí. Státní zámek Valtice si drží 5. příčku se 131 031 návštěvníky (Národní památkový ústav, 2024b).

Krom těchto historických míst se v kraji nacházejí další, jako je Slavkov u Brna, kde se odehrála známá bitva. Slavkov u Brna je ve světě je převážně známý jako Austerlitz. 2. prosince 1805 se totiž místem, kde došlo ke střetu největších evropských mocností a to Francie, Rakouska a Ruska (Zámek Slavkov, 2024). Tato historická místa jsou další atraktivitou, která do regionu motivuje účastníky, kteří tímto způsobem mohou nahlédnout do minulosti. Taktéž se zde každoročně pořádají programy – rekonstrukce bitvy u Slavkova (Jižní Morava, 2023a).

V Jihomoravském kraji lze najít mnoho židovských památek. Historie brněnské židovské komunity sahá až do 13. století a je doložena první písemnou zmínkou o Židovské bráně v roce 1240 (TIC Židovské obce Brno, 2024). Období holocaustu de facto znamenalo zánik židovské komunity v Jihomoravském kraji. Po druhé světové válce se domů vrátil jen zlomek původního židovského obyvatelstva. Mezi návštěvníky vyhledávané židovské památky patří především synagogy (Region Boskovicko, 2024). Významnou památkou je židovský hřbitov v Boskovicích, který se řadí mezi nejcennější židovské hřbitovy v Česku a také patří mezi největší. „Na rozloze 14 528 metrů čtverečních se zde rozkládá přibližně 2 500 náhrobků.“ (Muzeum Boskovicka, 2024). Židovská historie a kultura hraje v Česku důležitou roli a představuje významný segment cestovního ruchu. Židovská tematika může být vhodná pro všechny, které zajímá historie

a kultura. Další židovské hřbitovy v Jihomoravském kraji se nacházejí ve městech Mikulov, Vyškov, Znojmo, Bzenec, Břeclav a mnoho dalších (Atlas Česka, 2024). Forma, která díky výskytu těchto památek může být užitečně využita v potenciálním rozvoji je například temný cestovní ruch.

5.3 Kulturní charakteristiky

Lidové tradice a zvyky jsou důležitou součástí image Jihomoravského kraje a představují atraktivní faktor pro účastníky. Je důležité tyto tradice a zvyky chránit a propagovat, aby se i nadále udržovaly a přispívaly k rozvoji cestovního ruchu v kraji. Tradice, za kterou účastníci cestují, je například Folklórní festival ve Strážnici, který nabízí hostům velmi bohatý program, jako třeba hudební vystoupení, dechovou hudbu, cimbálovou muziku, pěvecké sbory a taneční soubory (Festival Strážnice, 2024). Skanzen Strážnice je však veřejnosti otevřen celoročně a nabízí expozice život a bydlení lidu v oblastech Slovácka a Pomoraví, kde se lidé věnovali pěstování vinné révy. Výstavy ukazují pěstování vína od historie po současnost (Jižní Morava, 2024b). Nemateriální statek zapsaný na seznamu UNESCO je Jízda králů. Dle Jízda králů (2024) jsou v průvodu osmnáctiletí muži, kteří by v minulosti šli na vojnu, ukazují jízdu na koních ve smyslu prokázání vyspělosti pozorovatelům. Muži při své jízdě vybírají dary pro krále, který je reprezentován jako mladý chlapec z místní rodiny. Dalším nemateriálním statkem na seznamu UNESCO je Modrotisk, který byl přidán na seznam v roce 2018. Jedná se o starobylou techniku barvení textilu, která využívá k barvení přírodní indigo. V Česku má modrotisk bohatou historii a tradici, která sahá až do 18. století. Z modrotisku se vyrábí například oblečení, ubrusy, závěsy a další dekorace, ale především je jeho využití typické pro lidové kroje (NÚLK, 2019).

Gastronomie je také složkou kultury. V kontextu Jihomoravského kraje je zcela jasné, že se jedná převážně o vinnou révu a její produkty, které jsou neodmyslitelnou součástí. Z předešlých dat je známo, že se jedná o nejproduktivnější oblast v Česku. Účastníci právě díky těmto produktům nebo kvůli vinicím do kraje cestují. Vinařství je mnoho a mohou zde ochutnat širokou škálu vín. Mezi tradiční odrůdy patří Veltlínské zelené, Müller Thurgau, Frankovka a Svatovavřínecké (ČSÚ, 2015). Krom vinné révy se účastníci mohou obohatit i tradičním jídlem. Regionální speciality z lokálních surovin a tradičních receptů jako jsou moravský vrabec se zelím, bramborové šišky s mákem nebo bramborové lokše (Baurová, 2018). Možnost navštívit akce, kde je gastronomie

zastoupená mají účastníci několik variant. Moravské slavnosti vín, festival chutí v Mikulově, festival sýrů a vína v Bzenci nebo trhy s regionálními produkty v Brně.

5.4 Atrakce a památky

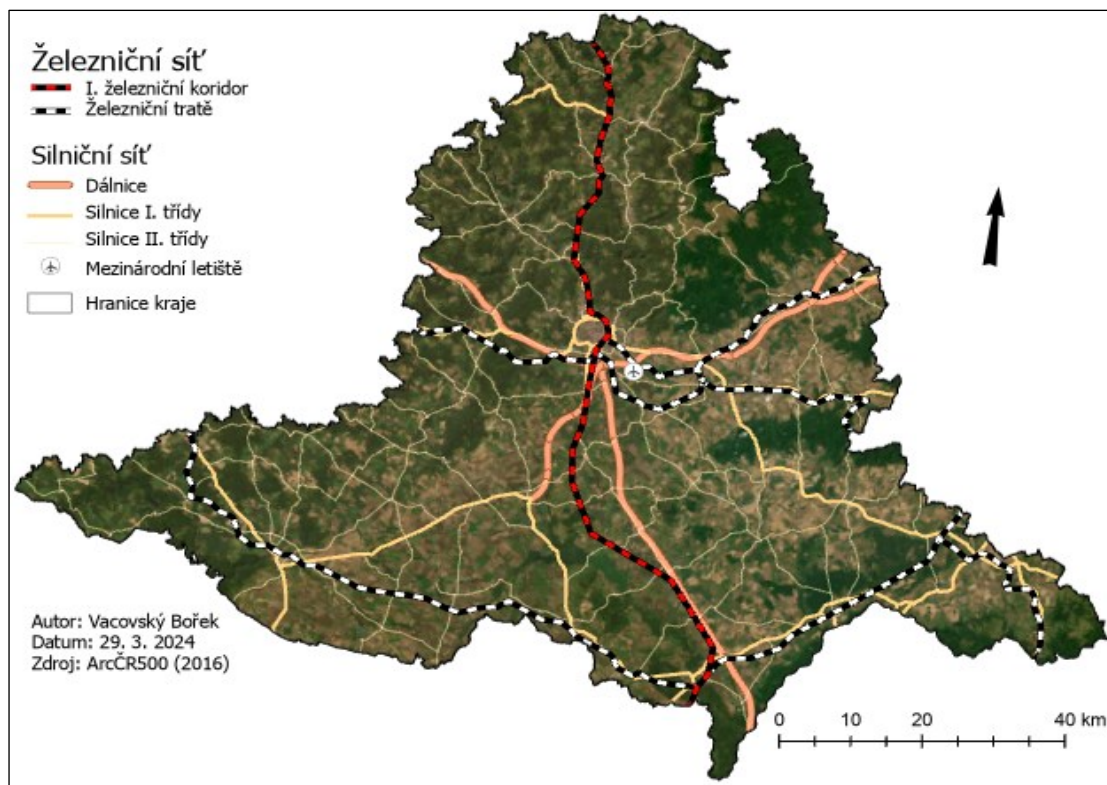
Tato podkapitola popisuje další místa pro účast na cestovním ruchu v Jihomoravském kraji, které jsou zmíněné jako hlubší doplnění již zmíněných atraktivit. Mezi nejnavštěvovanější atrakci kraje patří bezesporu Aqualand Moravia, který v roce 2023 navštívilo rekordních 834 267 lidí (Aqualand Moravia, 2024). Dle údajů z Aqualand Moravia (2024) se jednalo o nejsilnější návštěvnost od otevření tohoto vodního zábavního parku v roce 2013. Vysokou návštěvnost převážně také tvoří struktura účastníků ve formě rodinných skupin. Vysokou návštěvnost si drží také Zoologická zahrada Brno, která každoročně vítá mnoho účastníků. V roce 2022 se počet vyšplhal až na 325 000 návštěvníků, na rok 2023 byly odhady kolem 285 000 návštěvníků (Brňan, 2023). I přes pokles návštěv v loňském roce si brněnská zoo drží přední příčky návštěvnosti. Zoo Brno však není jediná hojně navštěvovaná zoologická zahrada v kraji, také Zoo Park Vyškov je mezi účastníky oblíbeným místem. Dle výroční zprávy Zoo Vyškov se počet návštěvníků v roce 2022 lehce přes 200 000 a přesný počet se pohyboval okolo 200 000 návštěvníků (Zoo Vyškov, 2022). Jistým tahounem vyškovské zoo je Dino Park, který je jediný v kraji, ale i ve vzdálenějším okolí. Nejbližší se pak nachází až v Ostravě, dále v Liberci, v Praze a v Plzni (Dino Park, 2024). Krajské město Brno má kromě zoologické zahrady minimálně další dvě místa, která návštěvníci při své návštěvě nevynechají. „Návštěvnost areálu hradu Špilberku a vily Tugendhat se vyšplhala na neuvěřitelných 803 378 návštěvníků“ (iBrno, 2024). Podle údajů z iBrno (2024) hrad Špilberk v roce 2023 navštívilo přes 700 000 lidí a Vila Tugendhat přes 100 000 lidí, přičemž přes 51 000 z nich navštívilo některý z prohlídkových okruhů (iBrno, 2024). Vila je vynikajícím příkladem funkcionalistické architektury, ve světě dále ovlivňovala i další architekty. Jedním z klíčových znaků je ocelová konstrukce, která umožňuje prosklení stěn, onyxová stěna, která vytváří jedinečnou atmosféru v interiéru, ale hlavně také zahrada, která společně s vilou vytváří harmonický koncept (Vila Tugendhat, 2024).

5.5 Infrastruktura

Infrastruktura Jihomoravského kraje v kontextu dopravy je tvořena železniční sítí, dálnicemi a silnicemi tříd I., II., III. Směrem na jih je silniční síť zaštiťována v podobě

D52, D2 (a I/55) a je napojena na nadřazenou dálniční síť Slovenska a Rakouska (Jihomoravský kraj, 2017). V Jihomoravském kraji hraje silniční doprava klíčovou roli v regionální a meziregionálním pohybu osob i zboží. Kraj je křižovatkou důležitých dálničních tahů. Dálnice D1 a D2 krajem procházejí a spojují ho s Prahou, Brnem a Slovenskem. Dále jsou zde silnice I. třídy, které spojují Brno s dalšími velkými městy, jako jsou Jihlava, Znojmo a Břeclav (Geoportal Jihomoravský kraj, 2024). Samozřejmě silnice II. a III. třídy zajišťují dopravní obslužnost menších obcí a venkovských oblastí. Jako v mnoha částech Česka, i v Jihomoravském kraji se mohou vyskytovat dopravní obtíže, zejména v oblasti Brna a na frekventovaných dálničních tazích během tzv. špiček. To může být důsledkem přetížení silniční sítě, nedostatečné infrastruktury, nedostatkem veřejných financí nebo špatného plánování. Dalším typem dopravy je železniční. I ta má v kraji velké zastoupení a hustou síť železnic. Hlavní trať, taktéž známá jako první železniční koridor prochází krajem a spojuje Ústí nad Labem, Prahu, Brno a pokračuje do Vídně. Celkový počet kilometrů železničních tratí je 731 km (MDČR, 2024). Jihomoravský kraj také nabízí letiště Brno Tuřany. Které dle oficiálních stránek Brno Airport (2024) zaznamenalo velký úspěch v roce 2023, ve kterém bylo letiště se svým personálem schopné odbavit celkem 686 867 cestujících. Letiště poskytuje lety zejména do měst Londýn, Antalya, Marsa Alam, Hurghada a další..

Obr. 4: Dopravní infrastruktura Jihomoravského kraje



Součástí infrastruktury podporující rozvoj v cestovním ruchu je i sektor ubytovacích služeb. Ačkoliv se opatření při pandemii COVID-19 projevila v návštěvnosti památek, nebo omezení cestovat mezi okresy tak sektor ubytovacích zařízení v následné analýze zaznamenal značný propad. V roce 2022 se však obnovení cestovního ruchu projevilo ve zvýšeném počtu hostů využívající tyto služby s počtem necelých dvou milionů (ČSÚ, 2022). Rok 2023 zaznamenal 9 % nárůst v podobě 2,2 milionů hostů, kdy domácí hosté tvořili 68,1 % a zbylých 31,8 % tvořili zahraniční hosté, kterých do kraje přicestovalo 692,2 tisíc. Hosté strávili během roku 2023 v hromadných ubytovacích zařízeních [HUZ] přes 4,2 milionů nocí. Domácí hosté tvořili většinu v podobě 3,1 milionů a zahraniční hosté zde strávili 1,2 milionů nocí. Průměrná doba přenocování všech hostů činila dvě noci. Na složení zahraničních hostů se nejvíce podíleli účastníci ze sousedních států. Zejména ze Slovenska (144,9 tis.), Polska (114,5 tis.), Německa (62,2 tis.), Rakouska (46,6 tis.), taktéž se projevili i účastníci z Litvy. Kromě evropských národností se s největším počtem hostů z mimoevropských zemí zařadili Jižní Korea (32,4 tis.), (ČSÚ, 2023b).

6 Řízení cestovního ruchu v Česku

Řízení cestovního ruchu v rámci Česka je komplikovaný proces, ve kterém je zahrnuto strategické plánování z více úrovní. Správa cestovního ruchu je od roku 1996 pod úředním orgánem státní správy Ministerstva pro místní rozvoj, ve kterém pracuje Sekce Cestovní ruch, kde jsou čtyři specifické odbory zaměřující se na územní evropské spolupráce, rozvoje a strategie regionální politiky, veřejných dražeb a cestovního ruchu (Linderová, 2015). V minulosti byla správa v kompetenci Ministerstva obchodu a cestovního ruchu a později v Ministerstvu hospodářství.

Nejvyšší role, a tedy národní úroveň v problematice řízení zastupují Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a organizace CzechTourism. Tyto subjekty společně utvářejí strategie a programy, které podporují rozvoj destinací cestovního ruchu a zvyšují tak konkurenceschopnost cestovního ruchu v Česku oproti jiným zemím (Vystoupil a kol., 2007).

Efektivita řízení cestovního ruchu v Česku hraje důležitou roli pro udržitelný rozvoj destinací. Podle CzechTourism (2024) je dobře koordinovaná spolupráce mezi soukromým a veřejným sektorem klíčová, která umožňuje strategicky využívat lokální zdroje a zajišťuje ochranu dědictví, ať už přírodního či kulturního. Spolupráce a strategie zaměřené na udržitelnost destinací napomáhají k její dlouhodobé atraktivitě a zvyšují kvalitu života místních obyvatel (CzechTourism, 2024). Dle Galvasové (2008) organizace poskytuje také další formy věcné podpory pro veřejný i soukromý sektor. Zveřejňuje statistiku návštěvnosti v destinacích, analýzu trhů a distribuuje prospekty k propagaci Česka v zahraničí (Galvasová, 2008). Na krajské úrovni řídí a vytvářejí strategické plány krajské úřady z krajského rozpočtu anebo účelových fondů (Vystoupil a kol., 2007). Městské úřady a obce budují infrastrukturu pro cestovní ruch destinace viz kapitole č. 3.

6.1 Řízení cestovního ruchu v Jihomoravském kraji

Na úrovni kraje je cestovní ruch řízen skrze oddělení cestovního ruchu v odboru regionálního rozvoje v Jihomoravském kraji. Instrukce zajišťuje koordinaci a metodické vedení v oblasti finančních podpor plynoucích z evropských zdrojů, poskytuje poradenskou činnost pro projekty a spravuje schémata v rámci projektů spolufinancovaných ze strukturálních fondů Evropské unie. Současně se také zaměřuje

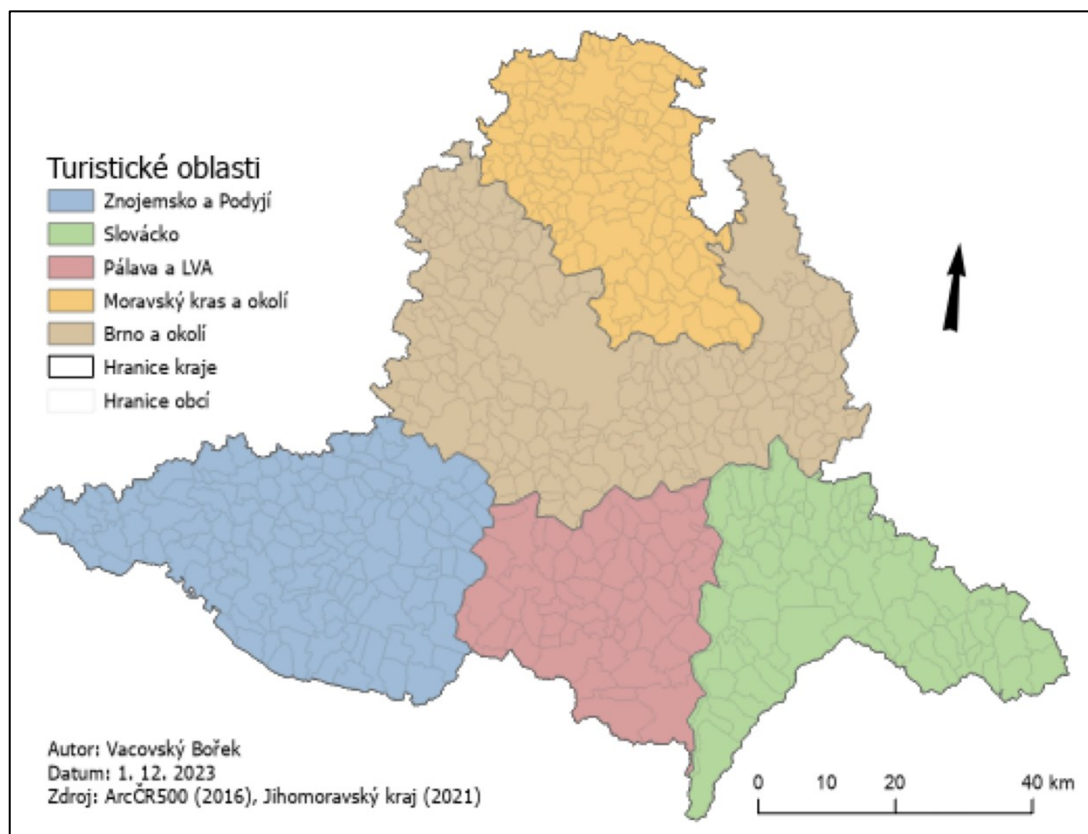
na propagaci regionální ekonomiky a turistického potenciálu prostřednictvím organizování obchodních misí (Odbor regionálního rozvoje JMK, 2017).

Značnou roli hraje instituce rovněž ve vypracování a realizování dlouhodobých strategií zaměřená na ekonomické a sociální oblasti, které přispívají k zmíněné konkurenceschopnosti oproti jiným destinacím na krajské úrovni a podporují tak udržitelný rozvoj Jihomoravského kraje (Strategické dokumenty JMK, 2019).

7 Turistické oblasti Jihomoravského kraje a jejich specifika

Jihomoravský kraj spadá do turistického regionu Jižní Moravy, který je dále dělen oddělením cestovního ruchu v odboru pro regionální rozvoj kraje do 5 turistických oblastí, a to Znojemska a Podyjí, Slovácka, Pálavy a Lednicko-valtického areálu, Moravského krasu a okolí a Brna a okolí. Část turistické oblasti Slovácko přesahuje hranice Jihomoravského kraje a zasahuje až na území Zlínského kraje (RIS, 2021).

Obr. 5: Turistické oblasti v Jihomoravském kraji



7.1 Znojemska a Podyjí

Tato turistická oblast se rozkládá na jihozápadě Jihomoravského kraje. Centrem této oblasti je město Znojmo, které patří mezi hlavní atraktivity této oblasti. Na jih od centra se nachází Národní park Podyjí. Řeku Dyji, která protéká parkem, mohou účastníci cestovního ruchu využívat zejména provodácký cestovní ruch (Jižní Morava, 2024c). Další významnou turistickou atraktivitou je barokní zámek Vranov nad Dyjí, který je možné spatřit i z velké vzdálenosti díky své poloze na skalách (Národní památkový ústav,

2024b). Pod tímto zámekem se rozléhá Vranovská přehrada, která patří mezi nejteplejší nádrže v Česku kvůli své poloze. Své vyžití zde najdou také cyklisté, kteří pocyklistických trasách mohou dojet až do Rakouska (Vranovská pláž, 2024).

7.2 Slovácko

Oblast se nachází na jihovýchodě Jihomoravského kraje, přičemž jeho nejvýchodnější část sahá až do Zlínského kraje. Mezi hlavní atraktivita kulturně-historického cestovního ruchu patří zámek Milotice, který je známý zejména filmem *Poslední aristokratka*. V zámeckém areálu se nachází také francouzská barokní zahrada (Zámek Milotice, 2024). Další atraktivitou v oblasti je skanzen Strážnice, který účastníky cestovního ruchu provází historií Slovácka. Součástí tohoto komplexu je modrotisková dílna rodiny Jochů, která je od roku 2018 zapsaná v kulturním dědictví UNESCO (Národní ústav lidové kultury, n.d.). Vinařský cestovní ruch v tomto regionu také nechybí, mezi vyhlášené oblasti patří Mutěnice, kde se nachází přes 500 vinných sklípků a jižní svahy obce jsou porostlé vinnou révou, která se rozkládá na téměř 400 hektarech (Mutěnice, 2024).

7.3 Pálava a Lednicko-valtický areál

Území této oblasti se nachází mezi Slováckem a Znojmem a Podyjím na jihu Jihomoravského kraje. Krom rozsáhlých vinic, je na tomto území rozsáhlý kulturně-historický komplex v podobě Lednicko-valtického areálu. Jde o nejrozsáhlejší umělecky ztvárněnou krajinu na světě, která je od roku 1996 zapsána v kulturním dědictví UNESCO. Tento komplex může účastníkům cestovního ruchu nabídnout velké množství staveb v různých stavebních slozích, k těm nejvýznamnější patří minaret, což je největší islámská stavba tohoto typu v zemích, kde není hlavním náboženstvím islám (Národní památkový ústav, n.d.). Jak už bylo zmíněno, tato oblast je také proslulá vinařstvím. Proslulé je zejména město Mikulov, které se nachází v samotném centru tohoto fenoménu. Nechybí zde vinařské stezky či degustace vín ve vinotékách. Mezi každoročně pořádané tradiční události patří Pálavské vinobraní. Mikulov ale není znám jen pro své vinařství, najdeme zde mnoho architektonických památek. Příkladem může být místní zámek, který tvoří nepřehlédnutelnou dominantu celého města (Mikulov, 2024).

7.4 Brno a okolí

Součástí této oblasti je Brněnská metropolitní oblast. Brno je metropolí architektury od gotiky až po modernu. Nejznámější je vila Tugendhat (Jižní Morava, 2024d). Vila Tugendhat, která se nachází téměř v centru krajského města a je od roku 2001 zapsána v kulturním dědictví UNESCO. Důvodem jejího zapsání je nadčasový architektonický koncept (Vila Tugendhat, 2024). V bezprostřední blízkosti této metropole se nachází Brněnská přehrada, která je atraktivitou zejména pro sportovní cestovní ruch v podobě vodních sportů. Mezi hlavní architektonické památky patří hrad Pernštejn, zámek Slavkov a zámek Bučovice (Jižní Morava, 2024d).

7.5 Moravský kras a okolí

Moravský kras a jeho okolí se rozprostírá v nejsevernější části Jihomoravského kraje. Moravský kras je nejvýznamnější krasovou oblastí v Česku (Jižní Morava, 2024e). Jedná se o chráněnou krajinnou oblast s více než 1 000 jeskyněmi (Propast Macocha, 2024). Atraktivitou tohoto kraje jsou Punkevní jeskyně, jejichž součástí je propast Macocha (Jižní Morava, 2024e). Propast je více než 138 metrů hluboká a jde o největší propast svého druhu ve střední Evropě (Propast Macocha, 2024). Mezi nejdelší jeskynní systémy patří Sloupsko-šošůvské jeskyně. Nachází se zde Nagelova propast s hloubkou téměř 100 metrů. Významnou oblastí je také Blansko, kde přímo v centru stojí renesanční zámek (Jižní Morava, 2024e). Jeho součástí je také Muzeum Blanenska (Blansko, 2024).

8 Analýza současné stavu cestovního ruchu v kraji

V této kapitole budou analyzována sekundární data zaměřená na problematiku cestovního ruchu v Jihomoravském kraji. Data budou shromažďována z portálu ČSÚ, NIPOS, NPÚ a budou vizualizována pomocí tabulkových a mapových výstupů.

Tab. 1: Počet HUZ v krajích Česka za období 2012-2022

Kraj	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Hlavní město Praha	845	856	757	797	795	787	816	817	910	863	973
Jihočeský	1 288	1302	1 208	1 205	1 195	1 136	1 178	1 181	1 320	1 368	1 311
Jihomoravský	879	872	816	813	800	805	858	857	1 020	1 053	1 037
Karlovarský	504	488	439	471	473	481	526	523	617	625	633
Vysočina	506	505	452	445	443	432	440	434	485	491	473
Královehradecký	1 126	1 116	1 034	1 055	1 036	1 040	1 078	1 074	1 193	1 206	1 193
Liberecký	1 007	989	866	892	904	861	889	895	997	1 027	992
Moravskoslezský	628	618	569	576	572	578	615	613	719	737	698
Olomoucký	499	509	461	465	473	455	483	480	559	576	555
Pardubický	374	361	335	341	350	349	354	351	383	393	384
Plzeňský	599	573	517	521	519	507	535	528	592	613	585
Středočeský	814	805	668	669	682	667	706	688	825	849	843
Ústecký	519	513	446	468	473	466	484	483	535	537	538
Zlínský	469	463	445	445	453	441	464	459	544	560	537

Zdroj: ČSÚ (2024), zpracováno autorem

V tabulce č. 1 je zobrazen počet hromadných ubytovacích zařízení v krajích Česka. Jak je viditelné z tabulky, nejvíce HUZ se nachází v Jihočeském a Královehradeckém kraji, což odráží skutečnost, že tyto dva kraje patří mezi jedny z nejnavštěvovanějších v Česku. Jihomoravský kraj patří mezi kraje s vyšším počtem HUZ, navíc jejich počet se zejména v posledních letech značně zvýšil, což může dokazovat stále sílicí rozvoj cestovního ruchu v tomto kraji. Nejnižším počtem HUZ v rámci Česka disponuje Pardubický kraj.

Tab. 2: Typy HUZ v Jihomoravském kraji za období 2012-2022

Typ HUZ	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Hotel *****	1	1	1	-	-	-	1	1	1	2	2

Hotel, motel, hotel ****	27	28	30	38	41	46	49	48	49	48	47
Hotel, motel, hotel ***	139	136	136	128	125	122	135	131	145	149	143
Hotel, motel, hotel **	13	17	18	15	15	13	13	11	14	14	13
Hotel, motel, hotel *	10	11	1	11	11	10	11	11	7	6	5
Hotel garni	7	7	8	10	9	8	8	8	12	12	11
Penzion	412	407	387	392	386	402	427	427	554	591	583
Kemp	41	40	44	42	39	37	39	40	39	41	40
Chatová osada	32	33	31	31	30	28	27	29	32	31	33
Turistická ubytovna	64	63	49	52	50	49	50	49	58	52	50
Ostatní hromadné ubytovací zařízení	133	129	101	94	94	90	98	102	109	107	110

Zdroj: ČSÚ (2024), zpracováno autorem

V tabulce 2 je vidět počet typů jednotlivých HUZ v Jihomoravském kraji. V tomto kraji značně převažují penziony, jejichž počet v posledních letech ještě roste, což bylo viditelné již v tabulce č. 1 v počtu HUZ v jednotlivých letech. Po penzionech následují tříhvězdičkové hotely, motely a hotely, u kterých počet neroste tolik, jako u penzionů, to může dokazovat větší zájem turistů o penziony než tříhvězdičkové hotely, motely a hotely. Nejméně se v Jihomoravském kraji nachází pětihvězdičkových hotelů, hotelů s jednou hvězdou a hotelů garni.

Tab. 3: Hosté a přenocování v HUZ v Jihomoravském kraji za období 2012-2022

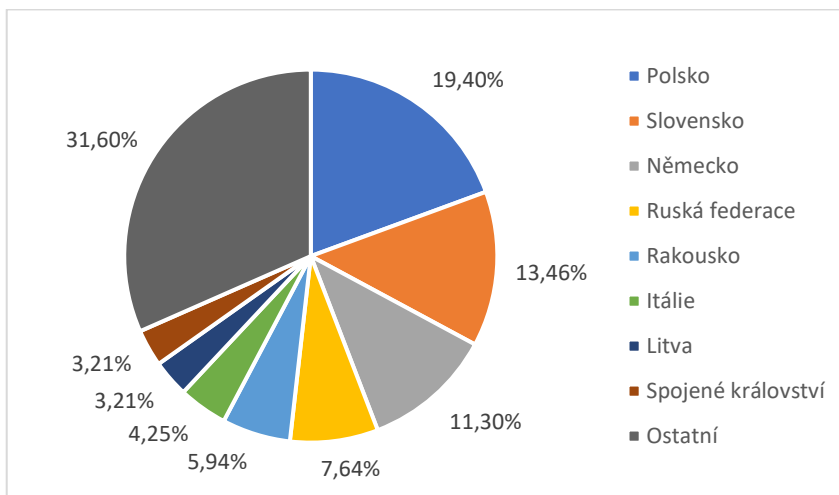
Roky	Hosté	Přenocování	Rezidenti	Nerezidenti	ø počet přenocování	ø doba pobytu
2012	1 317 690	2 616 255	865 462	452 228	2,0	3,0
2013	1 427 154	2 838 285	921 920	505 234	2,0	3,0
2014	1 499 974	2 972 285	985 181	514 793	2,0	3,0
2015	1 536 172	3 072 995	1 044 564	491 608	1,8	2,8
2016	1 647 533	3 296 091	1 098 998	548 535	1,8	2,8
2017	1 886 416	3 777 317	1 248 910	637 506	1,8	2,8
2018	2 040 627	4 086 131	1 353 984	686 643	1,8	2,8
2019	2 137 259	4 228 086	1 379 859	757 400	1,7	2,7

2020	1 170 773	2 712 037	964 875	205 898	1,8	2,8
2021	1 331 887	3 067 220	1 110 711	221 176	2,0	3,0
2022	1 990 371	4 042 898	1 465 235	525 136	1,7	2,7

Zdroj: ČSÚ (2024), zpracováno autorem

V tabulce 3 je zobrazen počet hostů, přenocování, rezidentů a nerezidentů a průměrné doby přenocování a pobytu. Jak je viditelné v tabulce, počet turistů se od roku 2012 každým rokem zvyšoval až do svého vrcholu v roce 2019. Poté přišel vcelku rapidní pokles, který je primárně způsoben pandemií Covid-19, přičemž v roce 2020 navštívilo Jihomoravský kraj nejméně turistů za sledovaných 10 let. Zejména v posledním sledovaném roce je viditelný opětovný nárůst a návrat na hodnoty před pandemií. Jihomoravský kraj navštěvují primárně rezidenti, opět je viditelný pokles domácích návštěvníků v době pandemie, avšak ne tak výrazný jako u nerezidentů, což souvisí s uzavřením hranic v koronavirové době. Zároveň lze vidět, že počet domácích návštěvníků se již v roce 2022 dostal nad hodnoty před pandemií. Počet zahraničních návštěvníků neroste tak rychle jako těch domácích, ale i zde je zaznamenán nárůst oproti pandemickým rokům. Průměrný počet přenocování a průměrná doba pobytu se od počátečních let spíše snižovala.

Obr. 5: Národnosti turistů v HUZ v Jihomoravském kraji za rok 2012

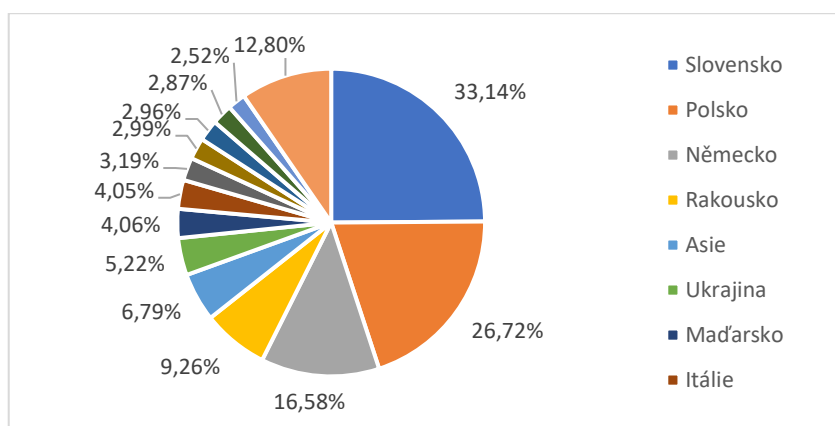


Zdroj: ČSÚ (2024), zpracováno autorem

Na obrázku 5 je zřejmé, že HUZ v Jihomoravském kraji navštěvují převážně zahraniční sousedé. Jedná se o Polsko, které mělo v roce 2012 téměř pětínové zastoupení. Více jak 10 % hodnotu mají poté země Slovenska a Německa. Je zajímavé, že Rakousko, které taktéž jako Slovensko sousedí s tímto regionem, nemá tak veliké zastoupení v rámci hostů

v HUZ. Důvodem může být rozvinuté vinařství na severovýchodní části Rakouska a skutečnost, že s Jihomoravským krajem sousedí jedna z rakouských vinařských oblastí. Zbylé země zastoupené nerezidenty byly v roce 2012 občany Ruské federace, Rakouska, Itálie, Litvy a Spojeného království. Zbylí návštěvníci svou zemi v roce 2012 počtem hostů v HUZ nepřekonalí 2,5 % hranicí stanovenou intervalem a jsou tak zařazeni do kategorie ostatní.

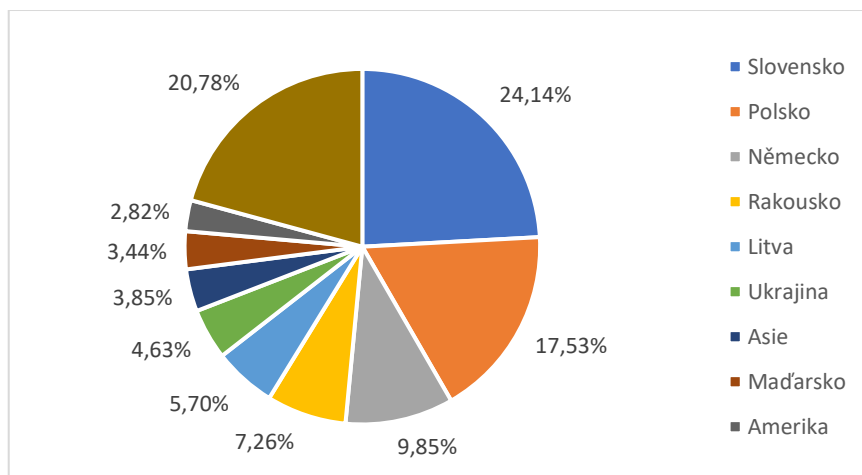
Obr. 6: Národnosti turistů v HUZ v Jihomoravském kraji za rok 2020



Zdroj: ČSÚ (2024), zpracováno autorem

Obrázek č. 6 znázorňuje aktualizaci a syntézu zahraničních zemí z Ameriky a Asie, tudíž nabízí jinou grafickou interpretaci. V rámci tab. 3 je očividné, jak pandemie COVID-19 ovlivnila mezinárodní cestovní ruch v kontextu menšího počtu nerezidentů, kteří nemohli navštívit Jihomoravský kraj skrze krizové opatření. Je ovšem patrné, že tyto restriktce byly do jisté míry pro sousední státy temporální. Zastoupení nerezidentů se u Slovenska a Polska zvýšilo o více než dvojnásobek oproti roku 2012 což naznačuje i dlouhodobý růst HUZ v kraji a tendence zahraničních sousedů při pandemii cestovat do destinací v relativní blízkosti jejich dlouhodobého pobytu. Z oblastí mimo Evropu navštívilo Jihomoravský kraj nejvíce turistů z Asie.

Obr. 7: Národnosti turistů v HUZ v Jihomoravském kraji za rok 2022



Zdroj: ČSÚ (2024), zpracováno autorem

Na obrázku č. 7 lze stále pozorovat dosavadní trend předchozích let s dominantou Slovenských a Polských občanů zastupující více než 40 % celkového počtu nerezidentů ubytovaných v HUZ. Mimo sousední země do Jihomoravského kraje nejvíce cestovali občané z Litvy. Z ostatních kontinentů opět převažují turisté z Asie, avšak rozdíl v podílu se oproti roku 2020 zmenšil. Dle tab. č. 3 může pozorovat opětovný nárůst nerezidentů, díky zrušení restrikcí, které souvisely s pandemií COVID-19.

Tab. 4: Počet hostů a přenocování v HUZ dle turistických oblastí v Jihomoravském kraji v roce 2012

Oblast	Hosté		Přenocování	
	Celkem	Nerezidenti	Celkem	Nerezidenti
Brno a okolí	614 475	292 847	1 112 330	544 266
Moravský kras a okolí	113 265	23 935	236 674	43 981
Pálava a LVA	385 775	97 472	774 743	178 979
Slovácko	131 997	44 453	307 928	67 034
Znojemsko a Podyjí	181 642	46 527	406 610	77 749

Zdroj: ČSÚ (2024), zpracováno autorem

V tabulce č 4 je zaznamenán počet hostů a přenocování v roce 2012 a přidáný je také sloupec nerezidentů. Jak lze vyčíst z tabulky, nejvíce turistů navštěvovalo v roce 2012 především oblast Brna a okolí, stejně tak zde lidé nejvíce přenocovali a tato oblast byla

také nejvíce navštěvovaná nerezidenty. Důvodů může být více, jde o krajské město a zároveň druhé největší město v České republice, z UNESCO památek se zde nachází vila Tugendhat. Druhou nejnavštěvovanější oblastí byla Pálava a Lednicko-valtický areál, tato oblast zvítězila opět i u nerezidentů. Do této oblasti pravděpodobně velmi často směřovali milovníci vína, protože jde o jednu z neznámějších vinařských oblastí v Česku. Nachází se zde také Lednicko-valtický areál, který se taktéž nachází na seznamu UNESCO. Nejméně navštěvovanou oblastí byl Moravský kras a okolí. Může to být z důvodu, že se tato oblast nachází mimo hlavní dopravní trasy, a tudíž je do této oblasti zhoršen přístup dopravními prostředky. Navíc jde primárně o oblast, která je zaměřená na přírodní turistiku, která nemusí být tak atraktivní pro turisty, jako je třeba Pálava a LVA, kde se nachází jak vinařské oblasti, tak kulturní památky.

Tab. 5: Počet hostů a přenocování v HUZ dle turistických oblastí v Jihomoravském kraji v roce 2022

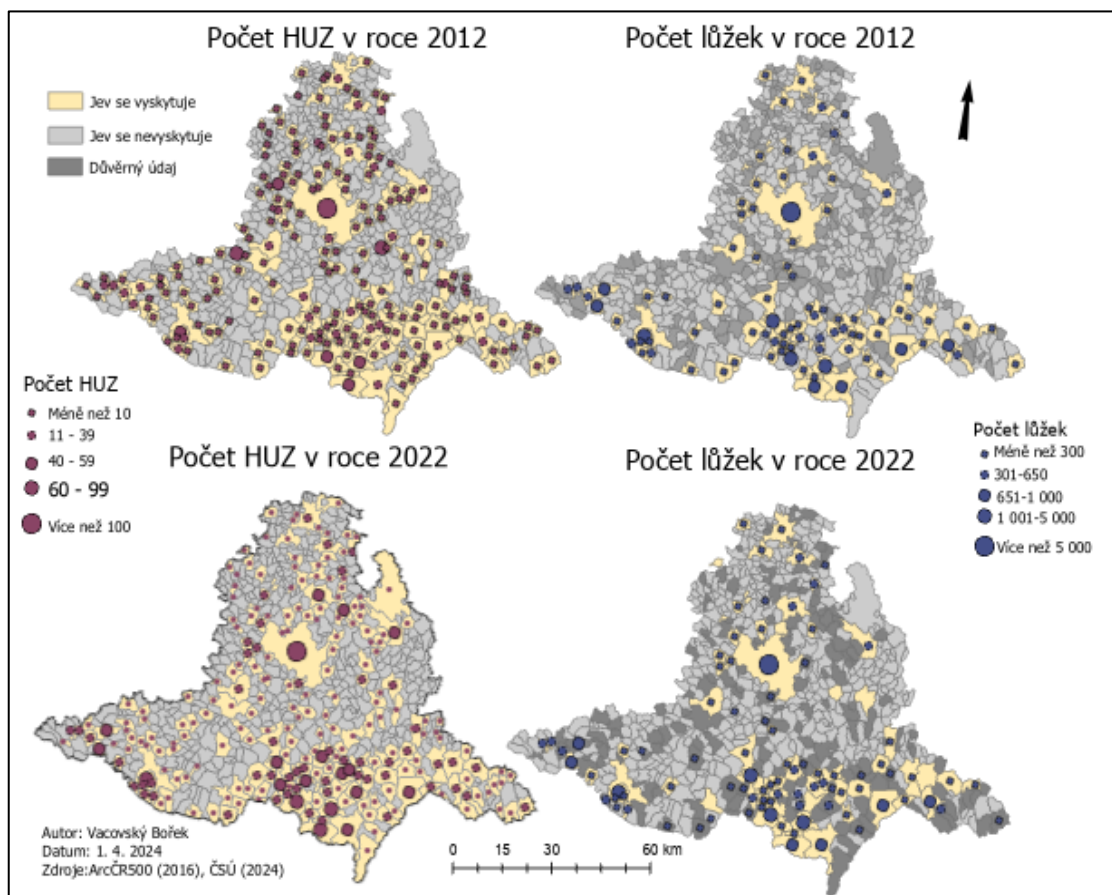
Oblast	Hosté		Přenocování	
	Celkem	Nerezidenti	Celkem	Nerezidenti
Brno a okolí	847 887	346 496	1 477 613	585 655
Moravský kras a okolí	147 036	17 130	314 069	32 267
Paláva a LVA	616 521	97 163	1 311 526	156 056
Slovácko	138 664	23 391	370 517	46 108
Znojemsko a Podvyjí	240 263	40 956	569 173	71 335

Zdroj: ČSÚ (2024), zpracováno autorem

V tabulce č. 5 je opět zaznamenán počet hostů, přenocování a nerezidentů, tentokrát v roce 2022. Můžeme sledovat značné nárůsty, a to především ve sloupcích vyjadřujících celkový počet. Nejvyšší nárůst byl zaznamenán především v oblasti Pálavy a LVA, která se počtem hostů i přenocování značně přiblížila Brnu a okolí, což dokazuje stále zvyšující se popularitu této oblasti, která toho svými atraktivitami nabízí opravdu mnoho. Nejméně navštěvovanou oblastí se v tomto roce stala oblast Slovácka, kterou předběhl Moravský kras a okolí. Důvodem, proč tyto oblasti nejsou tolik navštěvované může souviset s již výše zmíněnou skutečností, a to menší atraktivitou těchto regionů, oproti Brnu a okolí a

Pálavě a LVA. V těchto regionech je větší koncentrace kulturních památek a jsou více propagované oproti zmíněným oblastem.

Obr. 8: Počet HUZ a lůžek v Jihomoravském kraji v letech 2012 a 2022



V kontextu počtu HUZ a lůžek v rámci 637 obcí v Jihomoravském kraji je na obrázku č. 8 vidět zřetelná koncentrace HUZ v turistických klastrech, které se převážně vyskytují v turistické oblasti Pálava a LVA, Slovácka, centru Brna a jeho okolí převažující na severovýchod. Dále jsou zde také viditelné klustry v Turistické oblasti Moravského krasu, Znojemska a Podyjí, které ovšem nejsou tak výrazné jako u předešlých oblastí. Největší počet HUZ má Brno 136 v regionu Pálavy a LVA má Mikulov 58, Valtice 40 a Lednice 32. Znojmo má na druhou stránku také vysoký počet HUZ a to přesně 42. V průběhu času je vidět značná transformace od více rozsetých turistických oblastí do více spjatých regionů a obcí s větší koncentrací HUZ.

Lůžka mají podobný ráz jako HUZ, jelikož jsou s nimi pevně spojené. Vývoj na mapě je díky důvěrným údajům lehce zkreslující, ale i tak zde můžeme pozorovat podobný trend. Kapacita HUZ v podobě lůžek ve většině preferovaných destinací zůstává na podobných číslech, nicméně jsou převážně opět k mání pouze ve vymezených turistických regionech.

Brno např. od roku 2012, kdy jeho počet lůžek byl 12 295, se za 10 let zvýšil počet pouze na 12 477, což může značit jakousi satisfakci z pohledu příjmů z cestovního ruchu pro region, ale zároveň také dlouhodobost z pohledu udržitelného rozvoje a snaze zabránit masovému turismu. Mikulov se naopak od roku 2012 s počtem 1 621 lůžek zlepšil téměř o jednu třetinu a to na 2 237 lůžek, tento trend v Mikulově může být v korelaci s rostoucím trendem a popularitou penzionů, kterými je Mikulov pokrytý.

Tab. 6: Památky zřizované jinými resorty, kraji, obcemi a městy v roce 2022

Kraje	Památky	Návštěvníci
Hlavní město Praha	10	1 513 211
Středočeský	26	758 587
Jihočeský	19	792 405
Plzeňský	21	341 868
Karlovarský	5	94 287
Ústecký	33	304 932
Liberecký	16	462 267
Královehradecký	11	264 596
Pardubický	10	293 573
Vysočina	12	133 305
Jihomoravský	31	1 167 001
Olomoucký	7	230 167
Zlínský	12	279 526
Moravskoslezský	13	258 134

Zdroj: NIPOS (2022), zpracováno autorem

V tabulce č. 6 jsou vizualizované památky zřizované jinými resorty, kraji, obcemi a městy v roce 2022. Jihomoravský kraj má největší počet památek, nejvíce počet návštěvníků navštívil Hlavní město Prahu, avšak rozdíl mezi hlavním městem Prahou a Jihomoravským krajem nebyl příliš vysoký, což z Jihomoravského kraje dělá druhý nejvíce atraktivní kraj v celém Česku.

Tab. 7: Návštěvnost památek v Jihomoravském kraji

Pzn.: - údaj nebyl k dispozici

Památka	2020	2021	2022
Zámek Lednice	256 641	236 718	326 701
Státní zámek Valtice	83 738	59 828	61 077
Státní hrad Bítov, Uherčice	68 189	65 301	58 497
Státní hrad Pernštejn, Nedvědice	60 035	98 976	81 238
Státní hrad Veveří	59 668	79 578	90 150
Znojenské podzemí, Znojmo	44 572	44 691	54 896
Radniční věž, Znojmo	35 338	27 518	2 938
Státní zámek Milotice, Milotice u Kyjova	33 572	29 194	39 578
Státní zámek Lysice	29 077	22 288	12 484
Klášter Rosa coeli, Dolní Kounice	27 900	41 806	48 116
Vyhlídková věž Staré radnice, Brno	22 057	28 322	54 284
Hrad Boskovice	16 857	17 257	-
Státní zámek Rájec nad Svitavou	16 120	12 644	25 089
Kapucínská hrobka, Brno	11 961	15 450	29 556
Dietrichsteinská hrobka, Mikulov	9 926	-	13 057
Zámek Boskovice	8 540	7 080	-
Státní zámek Kunštát	7 093	6 636	7 850
Vila Stiassni, Brno	5 645	6 057	14 030
Synagoga Dolní Kounice	5 210	7 503	8 831
Státní zámek Uherčice, Uherčice u Znojma	3 537	1 431	9 291
Vlkova věž, Znojmo	2 914	4 523	4 007
Hradební opevnění, Znojmo	1 644	1 081	455
Zámek Letovice	900	780	950
Kostnice u sv – Jakuba, Brno	-	23 408	-
Labyrint pod Zelným trhem, Brno	-	18 237	-
Mincmistrovský sklep, Brno	-	2 178	-
Zámek Slavkov, Slavkov u Brna	-	17 239	21 923
Státní zámek Bučovice	-	6 999	8 630
Zámek Moravský Krumlov	-	-	67 701

Státní zámek Vranov nad Dyjí se zříceninou Nový Hrádek u Lukova	-	59 527	59 512
Loucký klášter, Znojmo	-	-	2 987

Zdroj: Návštěvnost památek v krajích v roce 2022 (n. d.), zpracováno autorem

Nejnavštěvovanější památkou Jihomoravského kraje za roky 2020-2022 je Zámek Lednice, zároveň je součástí LVA, který je zapsán na seznamu UNESCO (kap. 7.3). Mezi další značně navštěvované památky patří Státní hrad Veveří, který se nachází v blízkosti krajského města a přehrady. Státní zámek Valtice, který v roce zaznamenal mírný nárůst v počtu návštěvníků, naopak pokles návštěvníků dle tab. 7 vykazuje Státní hrad Pernštejn v Nedvědicích, kdy po roce 2021 s 98 976 návštěvníky klesl tento počet na 81 238 v roce 2022. Vizualizovaná data poukazují na zájem turistů ohledně zámeckých a hradních aktivit v rámci regionu.

Výrazný nárůst zaznamenala i vyhlídková věž Staré radnice v Brně, která je dílčím příkladem košaté nabídky kraje a diverzifikuje tak turistickou nabídku. Zámek Moravský Krumlov se v roce 2020 taktéž řadí k jedním z nejvíce navštěvovaných památek kraje překonávající i Státní zámek Valtice.

9 Dotazníkové šetření

Vlastní výzkum v podobě dotazníkového šetření byl zvolen pro komplexnější pojetí tématu této bakalářské práce. Dotazník byl vytvořen pomocí nástroje Google Forms a zveřejněn na internetových stránkách, převážně se jednalo o internetové skupiny na sociálních sítích zaměřené na cestování. Modelace dotazníku je především intuitivní a svižná za účelem motivace respondentů k úspěšnému dokončení. Je konstruován z 15 otázek, z kterých 12 otázek zkoumá problematiku a spojení se specifickým zaměřením v Jihomoravském kraji a 3 otázky zaměřené na profilaci respondentů. Otázky jsou rozdělené na otázky s jednou odpovědí nebo s možností označení vícero vyhovujících odpovědí. Jsou zde také zahrnuty otázky se škálou od 1 do 5 díky které mohou respondenti hodnotit určitou problematiku. V neposlední řadě obsahuje také otázku, kde respondenti mohli napsat svou jedinečnou odpověď. Náhled celkové struktury dotazníku je obsažen v příloze. Dotazník vyplnilo 223 respondentů.

9.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Otázka č. 1. – Jakého jste pohlaví?

Tab. 8: Pohlaví

Pohlaví	Počet respondentů
Ženy	133
Muži	86
Nepřeji si uvést	4

Zdroj: zpracováno autorem

Ve struktuře dotazovaných je dle tab. č. 8 viditelná převaha žen nad muži. Ženské zastoupení je ve výzkumu nadpoloviční a muži jsou v dotazníku zastoupení 86 respondenty. Určení pohlaví v dotazníkovém šetření je v dnešní době citlivé téma, proto je zde pro respondenty neutrální odpověď, kterou deltab. X využili 4 respondenti.

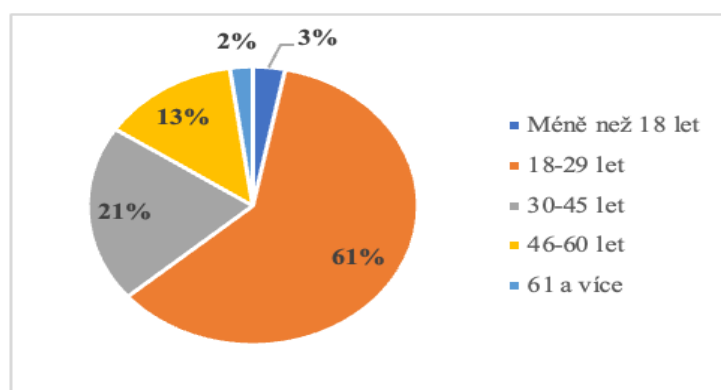
Otázka č. 2. – Jaký je Váš věk?

Tab. 9: Věkové intervaly

Věk	Počet respondentů
Méně než 18 let	7
18 – 29 let	135
30 – 45 let	46
46 – 60 let	30
61 a více	5

Zdroj: zpracováno autorem

Obr. 9: Podíl jednotlivých věkových intervalů

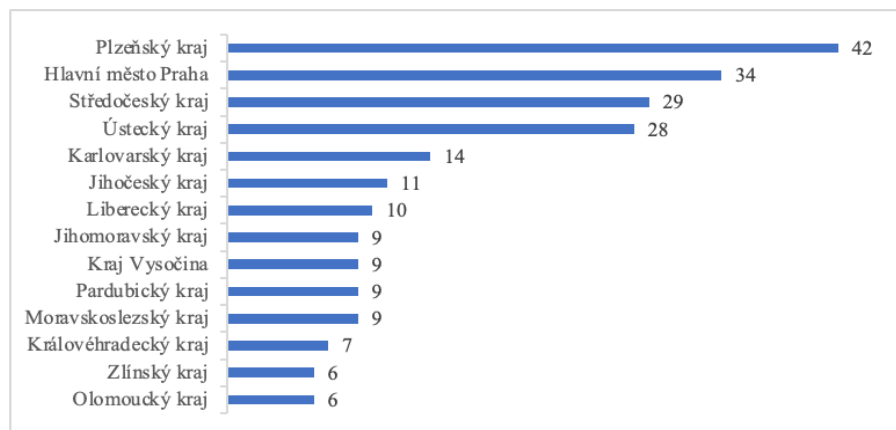


Zdroj: zpracováno autorem

Věkové rozložení respondentů dominuje skupina ve věkovém rozpětí 18-29 dle tab. 9 135 respondentů. Podobné hodnoty zaznamenávají věkové skupiny 30-45 a 46-60. Nejméně zastoupené skupiny jsou rozpětí méně než 18 a 61 a více let.

Otázka č. 3. – V jakém kraji dlouhodobě žijete?

Obr. 10: Kraje dlouhodobého pobytu

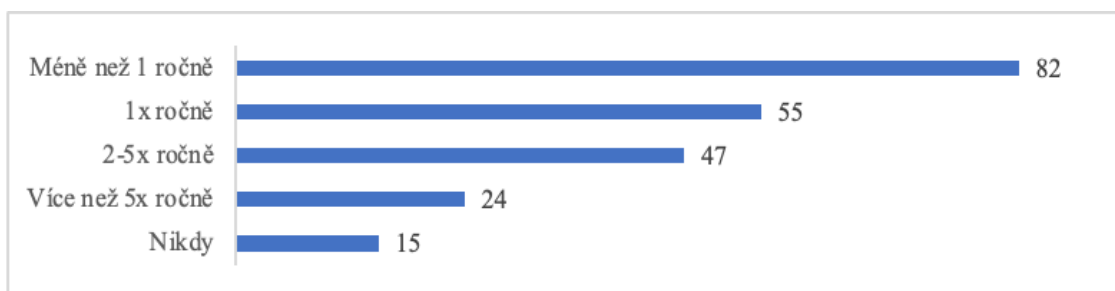


Zdroj: zpracováno autorem

Pro lepší zarámování výzkumu byla zvolená i diferenciací respondentů dle jejich kraje ve kterém dlouhodobě žijí. Výsledkem tedy je prostorové rozdělení napříč celým Českem. Nejvíce respondentů dlouhodobě žije v Plzeňském, Středočeském, Ústeckém kraji a v Hlavním městě Praze, na druhé straně nejméně respondentů dlouhodobě žije ve Zlínském a Olomouckém kraji.

Otázka č. 4. – Jak často v roli turisty navštěvujete Jihomoravský kraj?

Obr. 11: Četnost návštěvy

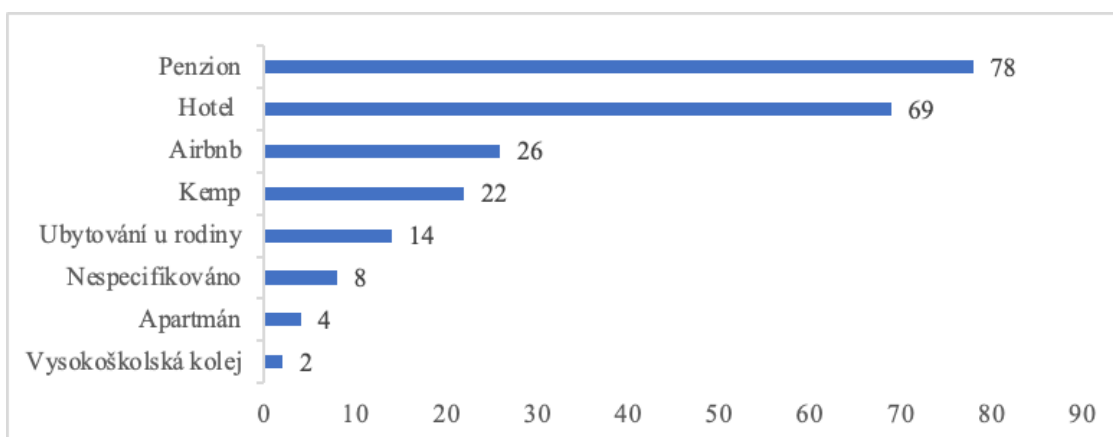


Zdroj: zpracováno autorem

V otázce č. 4. se respondenti zařadili do předem vydefinovaných intervalů četnosti jejich návštěv Jihomoravského kraje v roli turisty. Dodatek „roli turisty“ je v této otázce velmi důležitý, díky kterému se případně respondenti z Jihomoravského kraje mohou zařadit do intervalů, taktéž je zde možnost odpovědi ve formě absence účasti respondentů na cestovním ruchu ve vymezeném kraji. Konkrétně tato odpověď ve výsledku čítá 15 respondentů, kteří kraj nenavštívili. Nejvíce zastoupená skupina respondentů navštěvuje kraj méně než jednou ročně. Respondenti, kteří navštěvují kraj minimálně jednou ročně, nebo dvakrát až pětkrát mají dle obr. 12 podobné hodnoty. Nejméně zastoupená skupina respondentů, kteří v roli turisty navštěvují Jihomoravský kraj jsou účastníci, kteří zavítají do Jihomoravského kraje více než pětkrát ročně.

Otázka č. 5. – Jaký typ ubytovacího zařízení volíte při Vaší cestě do Jihomoravského kraje?

Obr. 12: Zvolené ubytovací zařízení

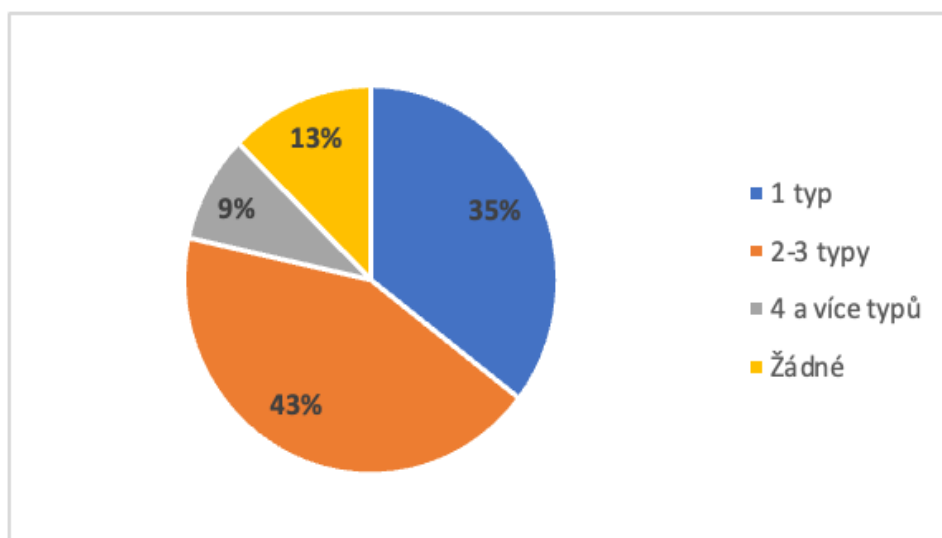


Zdroj: zpracováno autorem

Otázka č. 5. respondentům dala možnost zvolit jejich zařízení, které při svém pobytu v kraji preferují. Penzion dle obr. 13. je společně s hotely turisty nejpreferovanějším. Pobyt ve formě moderního fenoménu Airbnb využívá 26 a 22 respondentů volí svůj pobyt v kempech. Žádný z těchto uvedených typů nevyužilo 28 respondentů, kteří také volili své jedinečné odpovědi v podobně pobytu u rodinných příslušníků a příbuzných, pobytu na školské koleji, apartmánech anebo svou odpověď nespecifikovali.

Otázka č. 6. – Kolik typů z výše uvedených ubytovacích zařízení jste již v Jihomoravském kraji vyzkoušeli?

Obr. 13: Vyzkoušené typy ubytovacích zařízení

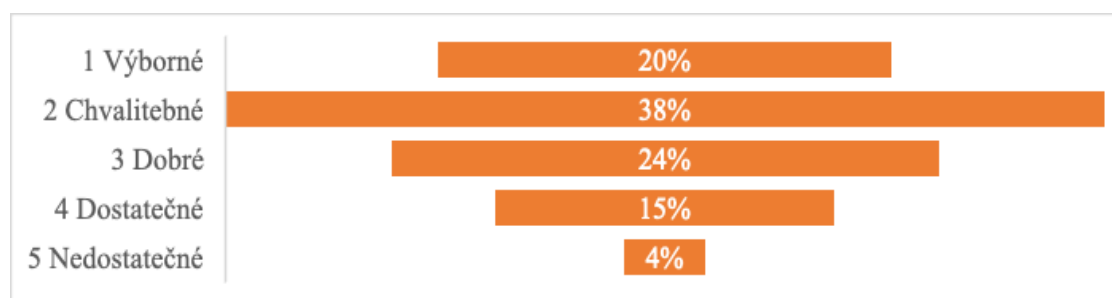


Zdroj: zpracováno autorem

Otázka č. 6. respondentům dala možnost vybrat si z intervalů zahrnující počet typů z výše uvedených ubytovacích zařízení, které historicky využili. Zkušenost s typem ubytovacích zařízení je nejvíce u respondentů zastoupena s typem 2 až 3 typů ubytovacích zařízení. Pouze 1 typ zvolilo 79 respondentů, nejvíce zkušenosti s typem ubytovacích zařízení bylo pouze 20 respondentů a 28 ze všech dotazovaných nemá s vydefinovaným typem v Jihomoravském kraji žádnou zkušenost.

Otázka č. 7. – Jak byste hodnotili kvalitu ubytovacích zařízení v Jihomoravském kraji? (známkujte jako ve škole 1-5)

Obr. 14: Hodnocení kvality ubytovacích zařízení

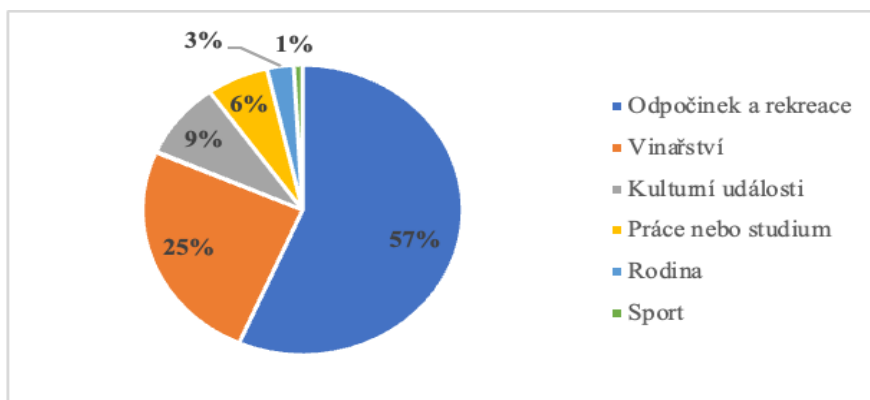


Zdroj: zpracováno autorem

Odpovědi otázky č.7 navazují na otázku č. 5. Kvalita ubytovacích zařízení je důležitá pro rozvoj a udržení turistické poptávky v regionu, proto se zaměřuje na zmíněnou problematiku. Pro usnadnění odpovědi respondentů byla spojena asociace s hodnotící škálou v akademickém prostředí. Nejvíce zastoupená známka je 2, druhou nejvýše zastoupenou známkou ubytovacích zařízení hodnotí respondenti 3. Známkou 1 přiřadilo 44 respondentů, naopak 41 odpovědí zaznamenali známky 4 a 5. V kontextu předešlých odpovědí na typ ubytování, který respondenti využívají mohou korelovat s jejich známkováním, jelikož 28 z respondentů nevolí nadefinované typy ubytování a raději se zdržují v jiných a mohou tak hodnotit kvalitu ubytovacích zařízení na škále známek záporněji.

Otázka č. 8. – Jaký je hlavní motiv Vaší cesty do Jihomoravského kraje?

Obr. 15: Důvod cesty do Jihomoravského kraje

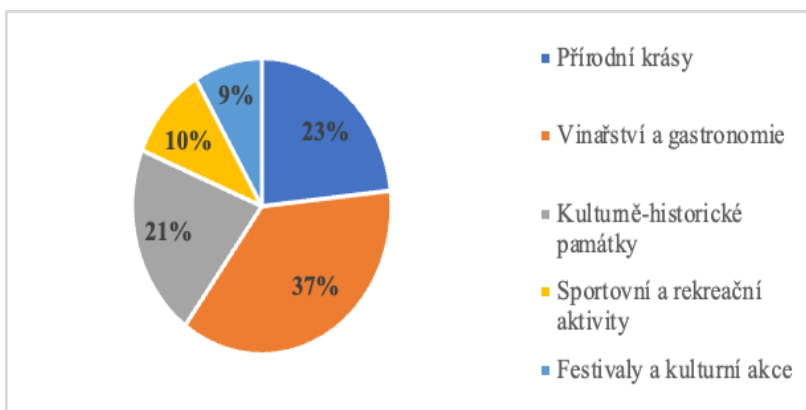


Zdroj: zpracováno autorem

Motiv účasti na cestovním ruchu je klíčovým faktorem pro příliv turistů a rozvoj cestovního ruchu jako takového. Nejvýznamnějším motivem pro respondenty dle obr. 16 byl odpočinek a rekreace, který převážil nad i vinařstvím a kulturními událostmi. Práce a studium se u respondentů projevila v podobě 14 odpovědí. Mezi další motivy zařadili respondenti rodinu a sportovní aktivity. Vazby posledních možností společně s prací a studiem mohou taktéž korelovat s respondenty, kteří kraj v roli turisty nenavštívili. Nicméně proměnných může být mnoho např. víno a vinařství může být vnímáno pouze jako zdroj produktů, které si zakoupí spotřebitel a nemusí tak respondenti považovat vinařství jako motiv jejich účasti na cestovním ruchu. Další proměnná vinařství může být s odpočinkem a rekreací, které mohou být součástí účasti na vinařském cestovním ruchu.

Otázka č. 9. – Který z následujících prvků považujete za nejvíce motivační pro Vaši cestu do Jihomoravského kraje?

Obr. 16: Nejvíce motivační prvek

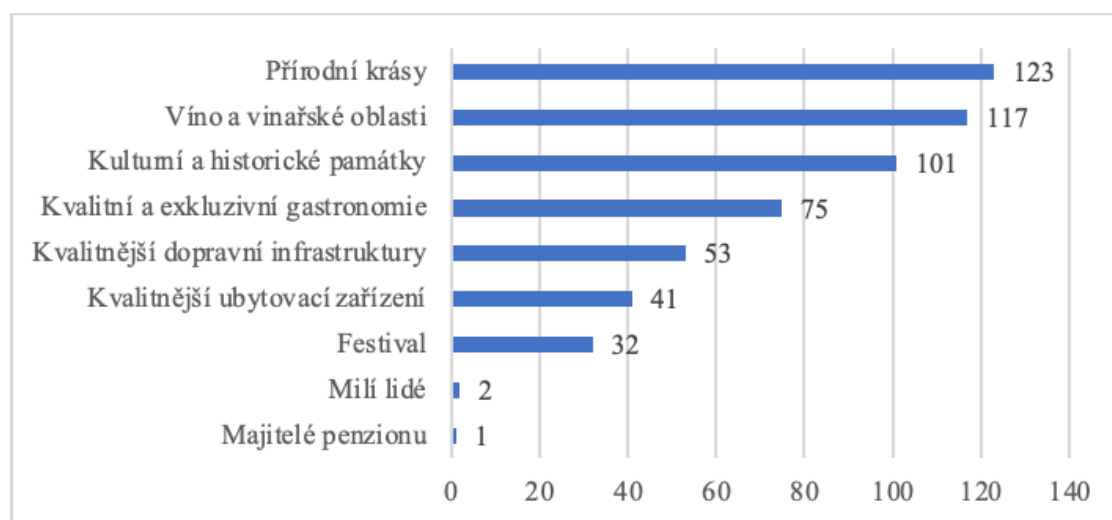


Zdroj: zpracováno autorem

Pro lepší pochopení účasti respondentů na cestovním ruchu v Jihomoravském kraji slouží otázka č. 9., která respondentů udává specifické prvky, které jsou nejvíce motivační a hrají klíčovou roli v jejich rozhodování. Dle obr. č. 17 jsou nejvíce zastoupenou odpovědí vinařství a gastronomie. Obdobné hodnoty shledávají přírodní krásy a kulturně-historické památky. Sportovní aktivity a rekreaci spojenou se sportováním zvolilo 23 respondentů, 19 respondentů upřednostňuje kulturní akce a festivaly. Díky teoretickému a charakteristickému zarámování kraje je patrné, že odpovědi spjaté s vinařstvím, kulturně-historickými památkami a přírodní rozmanitostí formují hlavní prvky při rozhodování na účasti cestovního ruchu respondentů. Úvaha o propojení vinařského cestovního ruchu s rekreací a odpočinkem může být do jisté míry uspokojující, nicméně je nutné brát v potaz i rekreaci v přírodě a při poznání kulturně-historického dědictví, která taktéž může vést k odpočinku bez přítomnosti alkoholických nápojů.

Otázka č. 10. – Co by Vás více motivovalo pro naplánování dovolené v Jihomoravském kraji oproti jiným destinacím? (lze označit více možností)

Obr. 17: Motivace, přednost před jinými kraji



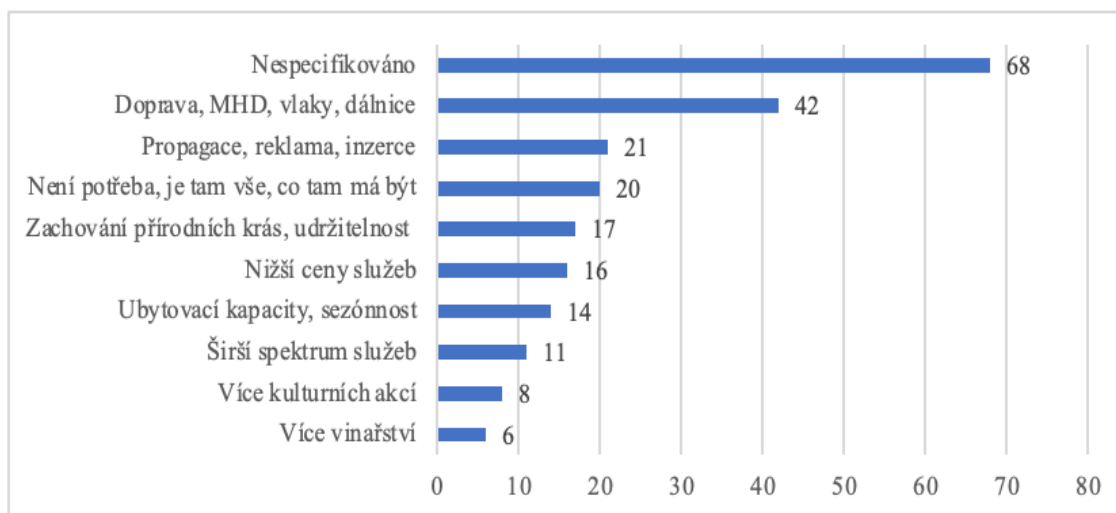
Zdroj: zpracováno autorem

Desátá otázka v dotazníkovém šetření se zaměřila na částečnou diferenciaci Jihomoravského kraje jako destinace oproti jiným. Výběr odpovědí koreluje s předešlým dotazováním a podporuje tyto hlavní motivy a prvky, které jsou klíčové pro naplánování dovolené v Jihomoravském kraji. Na rozdíl od předešlých dotazů mohli respondenti volit více možností najednou a tím zohlednit vícero motivačních prvků. Odpovědi dle obr. 18 s více než 100 odpověďmi respondenti zvolili kulturně-historické památky, vinařství a přírodní krásy. Kvalitnější ubytovací zařízení a lepší dopravní infrastrukturu vybírali

respondenti v četnosti 41 a 53 odpovědí. Festivaly a kulturní akce z vydefinovaných odpovědí měli nejmenší zvolenou hodnotu. Mezi své jedinečné odpovědi respondenti zařadili milé lidi, nebo nedokázali určit.

Otázka č. 11. – Jaké faktory si myslíte, že by mohly přispět k rozvoji cestovního ruchu v Jihomoravském kraji?

Obr. 18: Faktory k rozvoji v Jihomoravském kraji

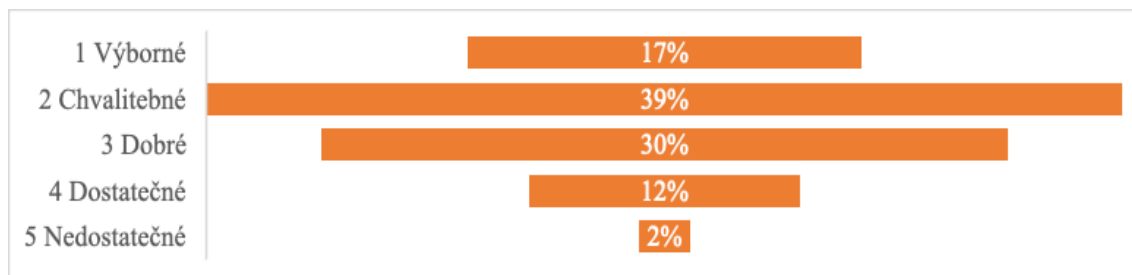


Zdroj: zpracováno autorem

Otevřená otázka č. 11. na faktory, které by mohly ovlivnit budoucí rozvoj cestovního ruchu v Jihomoravském kraji setkala s velkým množstvím jedinečných odpovědí. Nicméně 68 respondentů svou odpověď na otázku nespecifikovalo. Nejvíce odpovědí se pohybovalo okolo tématu dopravy, ať už zlepšením průjezdu D1, lepším vlakovým spojením, zlepšením silniční dopravy anebo lepší infrastrukturou z pohledu většího počtu MHD spojů. Druhou nejvíce zastoupenou odpovědí, byla větší inzerce, propagace a reklama Jihomoravského kraje. Téměř identickou hodnotu měla odpověď, kde respondenti kraji nenavrhli žádný faktor s komentáři, že se v zájmovém území nachází vše pro budoucí rozvoj cestovního ruchu. Podobné hodnoty měly odpovědi týkající se zachování přírodních krás, udržitelnost životního prostředí a nižší ceny služeb. V kontextu zvýšení ubytovacích kapacity v rámci sezónnosti přiřadilo odpověď 14 respondentů. Širší spektrum služeb by k budoucímu rozvoji cestovního ruchu zvolilo 11 dotazovaných. Hodnoty nepřesahující 10 odpovědí měli okruhy týkající se více kulturních akcí a více vinařství.

Otázka č. 12. – Jak byste hodnotili dopravní dostupnost turistických atraktivit v Jihomoravském kraji? (známkujte jako ve škole 1-5)

Obr. 19: Hodnocení dopravní dostupnosti atraktivit

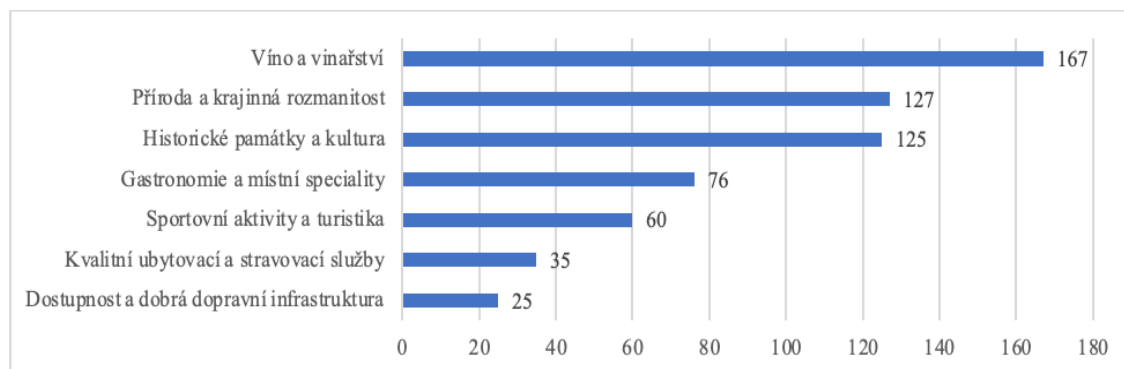


Zdroj: zpracováno autorem

Dopravní dostupnost turistických atraktivit je také velmi důležitá pro rozvoj cestovního ruchu, jelikož hraje klíčovou roli pro návštěvnost. Proto se otázka č. 12. zaměřuje na problematiku a dává tak možnost respondentům hodnotit opět na asociační škále od 1-5. Nejvíce zastoupenou známkou byla dle obr. 20 známka za 2. Průměrnou známkou za 3 hodnotilo dopravní dostupnost 66 respondentů. Nejlepší známkou za 1 hodnotilo 38 dotazovaných. Spodní hranici škály měli známky 4 s četností 26 a 5 odpovědí obdržela známka za 5. Výsledky této otázky jsou společně s invenčními odpověďmi z otázky č. 11. v jisté vazbě a je zde patrné, že zlepšení dopravní infrastruktury převážně v oblasti spojů MHD, silničních komunikací anebo do centra Brna ve spojitosti s D1, by vedly k lepšímu hodnocení a v budoucnu k navýšení návštěvnosti těchto atraktivit.

Otázka č. 13. – Jakou pozitivní asociaci si s Jihomoravským krajem jako destinací spojujete? (lze označit více možností)

Obr. 20: Pozitivní asociace



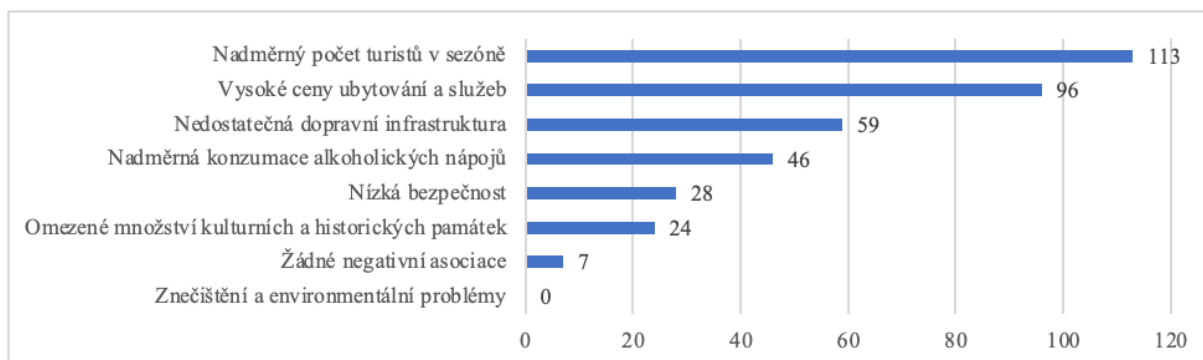
Zdroj: zpracováno autorem

Asociace jsou skvělým nástrojem, díky kterému se mohou respondenti lépe vcítit do své odpovědi, která bude co nejvíce autentická. Pro komplexní zarámování a usnadnění

odpovědi, byla respondentům udělena možnost vybrat více pozitivních asociací najednou. Nejvíce se respondentům Jihomoravský kraj jako destinace cestovního ruchu dle obr. 21. spojuje s vínem a vinařstvím, které jsou preferovanějším před přírodou a krajinnou rozmanitostí společně s historickými památkami a kulturou o 40 odpovědí. Čtvrtá nejpozitivnější odpověď respondentů byla gastronomie a místní speciality, po kterých následovaly sportovní aktivity a turistika, která je v kraji taktéž populární. Nejméně pozitivní asociaci měli respondenti s kvalitou ubytovacích a stravovacích služeb společně s dostupností a dobrou dopravní infrastrukturou.

Otázka č. 14. – Jakou negativní asociaci si s Jihomoravským krajem jako destinací spojujete? (lze označit více možností)

Obr. 21: Negativní asociace

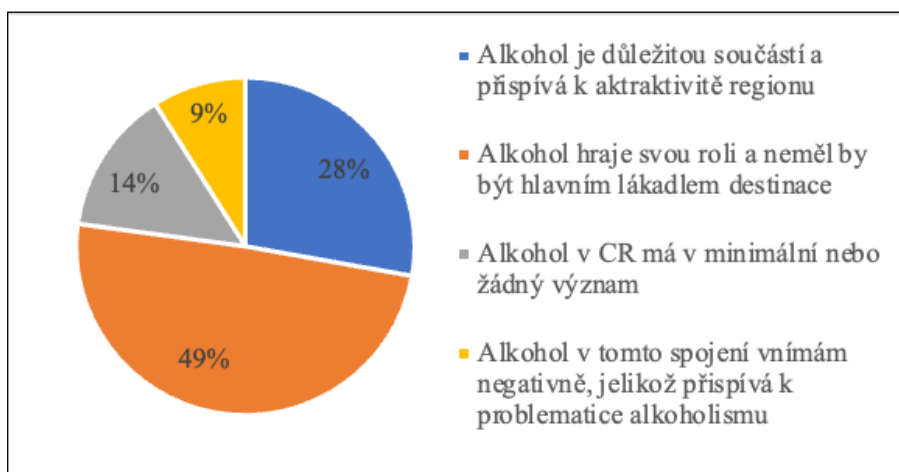


Zdroj: zpracováno autorem

Díky předešlé otázce je více než nutné, aby tato otázka v dotazníku následovala, jelikož se u ní respondenti zamýšleli nad pozitivy a vzápětí mohou uvažovat, jaká je jejich negativní asociace. Nejvíce dotazovaných označilo dle obr. 22. nadměrný počet turistů v sezóně jako jejich negativní asociaci. Druhá respondenty nejzastoupenější odpověď byla v kontextu vysokých cen ubytování a služeb. Podobné hodnoty zaznamenaly negativní asociace spjaté s nedostatečnou dopravní infrastrukturou a nadměrná konzumace alkoholických nápojů. Negativní asociace, které nepřekonal hranici 30 odpovědí byly omezené množství kulturně-historických památek a nízká bezpečnost v destinaci. Zajímavým údajem v kontextu negativních asociací je fakt, že 7 dotazovaných si nespojuje žádnou, což by v ideálním případě dlouhodobě rozvíjející se destinace mohl být ideální budoucí stav.

Otázka č. 15. – Jaký je Váš pohled na alkohol v rámci cestovního ruchu?

Obr. 22: Pohled na alkohol v rámci CR



Zdroj: zpracováno autorem

Otázka se zaměřením na etiku v podobě alkoholu a jaké má dle respondentů v rámci cestovního ruchu postavení, byla strategicky zvolena jako závěrečná, aby respondenty neovlivnila v dalších odpovědích. Jelikož je Jihomoravský kraj notoricky známý vinařstvím společně s jeho produkty a konzumací, má tato otázka v dotazníku své místo. Nejvíce zastoupeným pohledem respondentů na tuto problematiku byl ve spojitosti s alkoholem, který hraje svou roli, nicméně by neměl být hlavním lákadlem turistů do destinace. Téměř třetina dotazovaných označila alkohol jako důležitou součást, která přispívá k atraktivitě regionu. Minimální význam alkoholu v cestovním ruchu přidělilo 31 respondentů a dalších 20 respondentů se k alkoholu staví negativně a vnímají ho jako příspěvek k problematice alkoholismu.

9.2 Shrnutí dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření poskytnulo důležité informace ohledně preferencí a názorů respondentů při účasti na cestovním ruchu v Jihomoravském kraji. Nejvíce respondentů bylo zastoupeno pohlavím žen, které projevíly větší zájem o vyplnění dotazníku. Věková skupina, která se nejsilněji projevila ve výzkumu byla v rozmezí 18 až 29 let. Frekvencí návštěv respondentů byla variabilní, nicméně nejvíce respondentů navštěvuje Jihomoravský kraj méně než jednou ročně, což může indikovat určité budoucí trajektorie v podobě větší inzerce kraje, kterou respondenti v dotazníku neopomíjeli. V kontextu ubytování jsou nejvíce preferované penziony a hotely, zatímco Airbnb a kempy jsou dle odpovědí respondentů méně populárnější. Kvalita ubytovacích zařízení

byla respondenty hodnocena převážně kladně. Hlavním důvodem cesty do Jihomoravského kraje je rekreace společně s vinařstvím a kulturními událostmi. Nejvíce motivační faktorem a zároveň pozitivní asociací pro respondenty byly přírodní krásy, vinařství a gastronomie společně s kulturně-historickými památkami. Z pohledu dopravní dostupnosti atraktivit respondenti hodnotili v pozitivním duchu, nicméně zlepšení spojů MHD, silničních komunikací dle následných odpovědí by mohlo vést k budoucímu zlepšení a následnému rozvoji. V rámci negativních asociací respondentů s Jihomoravským krajem se respondenti shledávali s nadměrným počtem turistů v sezóně a s vysokými cenami ubytování a služeb. Z pohledu etického zastoupení alkoholu v cestovním ruchu většina respondentů považuje za důležitou, ale ne za hlavní součást, která by měla tvořit atraktivnost regionu. Menšinový počet respondentů považuje alkohol za negativní prvek, který může přispět k problémům s následným alkoholismem. Výsledky tohoto šetření ukazují jak negativní, tak pozitivní vnímání respondentů na Jihomoravský kraj z pohledu cestovního ruchu, který hned v několika oblastech zaznamenal kladné hodnocení s pozitivní vazbou, což jen poukazuje na jeho silný potenciál pro cestovní ruch a zároveň poukázal na možné oblasti pro zlepšení a následný budoucí rozvoj v Jihomoravském kraji jako destinaci.

10 Možné trajektorie budúceho rozvoje

Jihomoravský kraj je dle výsledků analýz jednou z populárních destinací v Česku. Důvodem této popularity je jeho bohaté přírodní a kulturní dědictví, které v kombinaci se strategickými kroky na regionálně řídicí úrovni formují kompletní celek centra cestovního ruchu.

Význam cestovního ruchu pro Jihomoravský kraj hraje klíčovou roli pro ekonomický růst regionu společně s vytvářením pracovních míst. Zmíněný vinařský cestovní ruch v Jihomoravském kraji dle Prokeše (2013) hraje významný, z pohledu respondentů dokonce nejvýznamnější motivační faktor a součást cestovního ruchu v kraji, který se podílí na tvorbě příležitostí pro místní obyvatele, zachování tradic a folkloru. Rozvoj v oblasti vinařství je do budoucna pro Jihomoravský kraj nejpravděpodobnější součástí dlouhodobé strategie.

Strategické plány kraje na rozvoj cestovního ruchu se zaměřují na několik klíčových oblastí, které zahrnují podporu lokální ekonomiky, zlepšení infrastruktury, marketing destinace a udržitelný rozvoj, které společně pomohou přilákat větší množství turistů a prodloužit jejich pobyt v destinaci (Strategie rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje na roky 2021-2027).

Kraj si do budoucna klade za cíl zlepšit dopravní infrastrukturu a dostupnost regionu, tyto akční kroky zahrnují rozvoj silničních komunikací a železničních sítí, které by tak měly zlepšit dostupnost destinace a snížit dopravní zátěž. Předpokladem pro financování těchto plánů a jejich následné realizace jsou fondy EU, státní a krajské. Na tyto akční kroky se váže i výstup z dotazníku, který se do této problematiky také zabývá a respondenti jej uvádějí nejčastěji jako faktor, který v budoucnu napomůže rozvoji cestovního ruchu v Jihomoravském kraji.

Udržitelný rozvoj je jeden z hlavních cílů odborů pro regionální rozvoj. Strategie pro dosažení cíle je zaměřena na rozvoj cestovního ruchu společně s ochranou přírodních a kulturních zdrojů (Strategie rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje na roky 2021-2027). S ohledem na přírodní a kulturní atraktivity, jak zdůraznil Zelenka (2012), s únosnou kapacitou a její důležitostí v oblasti udržitelného rozvoje. Moderní technologie, řízení a marketing v kontextu ochrany těchto atraktivit by taktéž v budoucnu předešel negativním dopadům a zvýšil přínosy pro destinaci. Ekoturismus je jedním z trendů aktuální doby, kdy turisté hledí na životní prostředí a udržitelnost destinace.

Pokud se Jihomoravskému kraji podaří naplnit tento potenciál může se stát ukázkovou destinací pro udržitelný cestovní ruch v Česku.

Zmíněný marketing a propagace by se mohl v budoucnu promítnout i do méně známých lokalit, které nejsou tolik inzerovány do společnosti např. okolní obce a města Moravského krasu a Podyjí. Atraktivity jsou propagované, ale ne do takové míry jako např. LVA, Brno a vinařské oblasti na Pálavě. Marketing směřován do těchto oblastí by pomohl regionu diverzifikovat svou turistickou poptávku a do budoucna zvětšit množství turistů, kteří přicestují do kraje. Branding „Jižní Morava“ ve spolupráci kraje s organizací CzechTourism napomáhá tomuto trendu a podporuje efektivitu těchto propagačních aktivit a maximalizují jejich dosah.

10.1 SWOT analýza

Tab. 10: SWOT analýza Jihomoravského kraje

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Strategická poloha kraje a dostupnost turistických atraktivit	Špatná dopravní dostupnost některých okrajových částí kraje
Bohatá přírodní a kulturní bohatství	Sezónnost – cestovní ruch může být závislý na ročním období a počasí – více letních aktivit
Vinařský cestovní ruch	Růst cen nemovitostí
Dlouhodobá popularita regionu Jižní Moravy	Malá inzerce méně navštěvovaných atraktivit kraje
Přítomnost CHKO a národního parku	Dopravní tahy D1 a železničního koridoru
Příležitosti	Hrozby
Vícenásobná návštěvnost kraje za rok	Problematika alkoholismu
Rozvoj pěší turistiky a cykloturistiky	Stárnutí obyvatel / Vylidnění venkovského prostoru
Zvýšení atraktivity méně známých oblastí kraje	Zhoršení bezpečnostní situace v ČR / Globální pandemie
Zvýšení průměrné doby pobytu hostů	Nepříznivé přírodní katastrofy – hurikán, záplavy
Rozvoj některých forem turismu (pivní, temná, filmová a festivalová)	Nadměrné ceny služeb

Zdroj: vypracováno autorem dle dotazníkového šetření a Strategie rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje na roky 2021-2027 (2021)

Závěr

Tato bakalářská práce byla zaměřena na potenciál rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji. Cílem bylo identifikovat a analyzovat potenciál rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji. K naplnění cíle práce byly vymezeny výzkumné otázky, které k dosáhnutí cíle asistovaly a umožnily získání klíčových faktorů přispívající k atraktivitě regionu, motivaci turistů, stav ubytovacích zařízení a odhalit možné oblasti pro rozvoj. Výzkumné otázky budou zodpovězeny v následujících odstavcích.

Na otázku ohledně specifických faktorů, které nejvíce přispívají k atraktivitě turistických lokalit Jihomoravského kraje bylo zjištěno, že atraktivní lokality mají charakter bohatého kulturního dědictví společně s přírodní rozmanitostí a vinnou révou.

Pro určení hlavních motivů pro turisty podniknout své cesty do Jihomoravského kraje sloužila otázka mířena na tuto problematiku. Výsledky z dotazníkového šetření potvrzují atraktivitu vinařství, jako nejmotivačnějšího prvku.

Návštěvnost ubytovacích zařízení a jejich schopnost dostát potřebám turistů byla z velké části zodpovězena v analytické části práce zaměřené na výzkum HUZ a lůžek, které projevují nadále po pandemii COVID-19 rostoucí tendenci, taktéž jako tomu bylo po hypoteční krizi v roce 2012. Potřebám turistů ubytovací zařízení vyhovují v jisté míře s nejvýše zastoupenou známkou 2 na škále od 1 do 5, přičemž si ale turisté jako negativní asociaci vybavili především vysoké ceny služeb společně s nedostatečnou kapacitou v sezónních obdobích.

Jako klíčové oblasti pro rozvoj potenciálu cestovního ruchu jsou stále nejvíce do budoucna favorizované oblasti Brno a okolí společně s Pálavou a LVA, ačkoliv na základě provedené analýzy bylo zjištěno, že Jihomoravský kraj disponuje silnou základnou pro budoucí rozvoj v cestovním ruchu i v dalších turistických oblastech v regionu.

Tato zjištění utvrdila pozici Jihomoravského kraje jako populární destinace díky svým kulturně-historickým památkám, životnímu prostředí a tradicím spojených s vinařstvím. Specifická forma cestovního ruchu představuje pro kraj základní pilíř pro nadstavbu dalšího rozvoje v podobě větší propagace a diverzifikace méně navštěvovaných regionů kraje např. okolní obce turistické oblasti Moravského krasu.

Byla zjištěna určitá korelace mezi vinařskými regiony, návštěvností památek a HUZ např. u turistické oblasti Pálava a LVA. Možnost potenciálního rozvoje by se mohla

v dlouhodobém horizontu odvíjet v kontextu zmíněné diverzifikace cestovního ruchu v Jihomoravském kraji, maximalizovat tak celkový potenciál území a předejít masovému turismu, který by při překročení únosné kapacity v preferovaných a propagovaných oblastech degradoval životní a kulturní prostředí kraje.

Dalším zjištěním této bakalářské práce byla dopravní infrastruktura, která je v kraji rozvinutá z pohledu ubytovacích zařízení a dopravy. Dotazníkové šetření odhalilo, že pro potřeby turistům prostory HUZ vyhovují a hodnotí je kladně, nicméně vysoké ceny a nižší kapacity v sezóně přispívají k nespokojenosti turistů a k možnému overturismu v destinaci. Hodnocení dopravní infrastruktury taktéž představuje pro kraj základní pilíř pro následný rozvoj, který by se dle výzkumu měl nadále zlepšovat, obzvláště v oblastech spojů MHD a plynulosti D1, které přispějí k lepší dostupnosti kraje a následné dostupnosti turistických atraktivit i bez nutnosti použití automobilu.

Na základě těchto zjištění byl cíl této bakalářské práce naplněn, zároveň je ale velmi obtížné definovat nový potenciál v již velmi rozvinutém regionu v oblasti cestovního ruchu, jakým Jihomoravský kraj bezesporu je.

Ačkoliv je výzkum potenciálu cestovního ruchu v Jihomoravském kraji, který je již dominantní turistickou destinací s jedinečným vinařským cestovním ruchem a památkami UNESCO v Česku, je stále potřeba tento trend v kraji rozvíjet a pracovat s udržitelností a snahou zachovat přírodní krásy, kulturní dědictví a soužití místních komunit. Navržená cesta v podobě diverzifikace nabídky kraje v podobě více konkurenceschopných turistických oblastí uvnitř regionu by mohla mít za následek právě to.

Seznam použitých zkratek

Zkratka	Vysvětlení
ČSÚ	Český statistický úřad
ČR	Česká republika
EU	Evropská unie
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení
CHKO	Chráněná krajinná oblast
LVA	Lednicko-valtický areál
MDČR	Ministerstvo dopravy České republiky
MŽPČR	Ministerstvo životního prostředí České republiky
NIPOS	Národní informační a poradenské středisko pro kulturu
NP	Národní park
NPÚ	Národní památkový ústav
NÚLK	Národní ústav lidové kultury
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
UNESCO	Organizace OSN pro vzdělání, vědu a kulturu
SWOT	Silné, slabé stránky, příležitosti a hrozby
WTTC	Světová rada cestování a cestovního ruchu

Seznam použitých zdrojů

- Aqualand Moravia (2024). *Aqualand Moravia navštívilo v roce 2023 přes 830 tisíc lidí, v roce 2024 bude řešit projekt nové světové atrakce*. Dostupné 4. 4. 2024 z <https://www.aqualand-moravia.cz/cardfiles/card-aqualandmoravia/card-2104/files/tz-shrnuti-23-aqm-8383a9f3254250.pdf>
- Atlas Česka (2024). *Židovský hřbitov Boskovice*. Dostupné 21. 3. 2024 z <https://www.atlasceska.cz/pamatky/zidovsky-hrbitov-boskovice-22766>
- Atlas krajiny České republiky (2009). Ministerstvo životního prostředí České republiky.
- Atzori, R. (2020). Destination stakeholders' perceptions of overtourism impacts, causes, and responses: The case of Big Sur, California. *Journal of Destination Marketing & Management*, 17. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100440>
- Bauerová, V. (2018). *Tradiční moravské pokrmy*. Dostupné 28. 3. 2024 z <https://www.ustavprava.cz/blog/2018/07/tradicioni-moravske-pokrmy/>
- Bernini, C., & Cracolici, M. F. (2015). Demographic change, tourism expenditure and life cycle behaviour. *Tourism Management*, 47, 191–205. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.09.016>
- Binek, J., Svobodová, H., Šerý, O., Šilhan, Z., & Synková, K. (2017). PROGRAM ROZVOJE JIHOMORAVSKÉHO KRAJE 2018–2021. Dostupné 26. 3. 2024 z https://portal.cenia.cz/eiasea/download/U0VBX0pITTAyNEtfbmF2cmhfNzk5NDg3ODM3NzQ0NDA4OTg1My5wZGY/JHM024K_navrh.pdf
- Brno Airport (2024). *Letiště Brno zapsalo historický milník. Počet odbavených cestujících loni poprvé překročil 600 tisíc, což je 46% nárůst oproti předešlému roku*. Dostupné 6. 4. 2024 z <https://www.brno-airport.cz/letiste/tiskove-zpravy/letiste-brno-zapsalo-historicky-milnik-pocet-odbavenych-cestujicich-loni-poprve-prekrocil-600-tisic/>
- Břnan (2023). *Návštěvnost Zoo Brno se letos meziročně snížila o desítky tisíc*. Dostupné 23. 3. 2024 z <https://www.brnan.cz/udalosti/navstevnost-zoo-brno-se-letos-mezirocne-snizila-o-desitky-tisic>
- Carlisle, S., & Ritchie, C. (2020). Permission to Rebel: A Critical Evaluation of Alcohol Consumption and party tourism. *International Journal of the Sociology of Leisure/International Journal of the Sociology of Leisure*, 4(1), 25–44. <https://doi.org/10.1007/s41978-020-00061-4>
- CzechTourism (n.d.). *Vranovská přehrada – Moravský Jadran nedaleko Vranova nad Dyjí*. Dostupné 21. 3. 2024 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/vranovska-prehrada-moravsky-jadran-nedaleko-vran>
- CzechTourism (2024b). *Destinační management v ČR*. Dostupné 15. 4. 2024 z <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/a13bee8a-34ab-4fe2-b002-0ec2f14033ac/page/mapa-dmo>
- Český statistický úřad (2015). *Vinice v Jihomoravském kraji*. Dostupné 23. 3. 2024 z <https://www.czso.cz/csu/xb/vinice-v-jihomoravskem-kraji>
- Český statistický úřad (2020). *Vinice v Jihomoravském kraji v roce 2020*. Dostupné 23. 3. 2024 z <https://www.czso.cz/csu/xb/vinice-v-jihomoravskem-kraji-v-roce-2020>

Český statistický úřad (2022). *Cestovní ruch v Jihomoravském kraji ve 4. čtvrtletí 2022 a v roce 2022*. Dostupné 18. 4. 2024 z <https://www.czso.cz/csu/xb/cestovni-ruch-v-jihomoravskem-kraji-ve-4-ctvrtleti-2022-a-v-roce-2022>

Český statistický úřad (2023a). *Statistická ročenka Jihomoravského kraje*. Dostupné 15. 3. 2024 z https://www.czso.cz/documents/11280/17987574/rocenka_char.pdf/f5fcf39d-1890-4a6c-8612-585908658fe6?version=1.21

Český statistický úřad (2023b). *Cestovní ruch v Jihomoravském kraji ve 4. čtvrtletí 2023 a v roce 2023*. Dostupné 18. 4. 2024 <https://www.czso.cz/csu/xb/cestovni-ruch-v-roce-2023>

DinoPark (2024). *Dinopark úvod*. Dostupné 28. 3. 2024 z <https://www.dinopark.cz/cz/>

Drápela, E. (2023). Creating Strategies to Mitigate the Adverse Effects of Overtourism in Rural Destinations: Experience from the Czech Republic. *Sustainability*, 15(24). <https://doi.org/10.3390/su152416958>

Festival Strážnice (2024). *Festival Strážnice*. Dostupné 23. 3. 2024 z <https://festivalstraznice.cz/>

Galvasová, I., Binek, J., Bučínová, L., Fialová, D., Galvas, M., Holeček, J., Hynek, A., Chabičovská, K., Klapuš, P., Kroupová, K., Labajová, Z., Seidenglanz, D., Sekyrová, L., Smolová, I., Szczyrba, Z., Ulrich, M., & Ženka, J. (2008). *Průmysl cestovního ruchu*. Praha. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR

Geoportal Jihomoravský kraj (2024). *Doprava*. Dostupné 6. 4. 2024 z <https://mapy.jmk.cz/geoportal/MAPY/DOPRAVA.aspx>

Hejmalová, H., Duda, J., & Šperková, R. (2011). *The Role of the Wine-Production Industry in South Moravia*. Czech University of Life Sciences Prague.

Holden, A. (2008). *Environment and Tourism* (2. vyd.). Routledge.

iBrno.cz (2024). *Špilberk i Tugendhat táhnou, návštěvníky mají po celý rok*. Dostupné 28. 3. 2024 z <https://m.ibrno.cz/kultura/66916-spilberk-i-tugendhat-tahnou-navstevniky-maji-po-cely-rok.html>

Ionel, M. (2021). Accommodation Service and its Importance in the Hospitality Sector. "Ovidius" *University Annals. Economic Sciences Series*, 21(1), 319–323. <https://doi.org/10.61801/ouaess.2021.1.43>

Jihomoravský kraj (2019). *Strategické dokumenty*. Dostupné 8. 4. 2024 z <https://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?ID=18549&TypeID=2>

Jihomoravský kraj (n.d.). *Odbor regionálního rozvoje*. Dostupné 7. 4. 2024 z <https://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?ID=1744&TypeID=1>

Jihomoravský kraj (2017). *Stávající stav, limity využití území a problematika územního rozvoje v jednotlivých obcích*. Dostupné 23. 3. 2024 z https://www.kr-jihomoravsky.cz/archiv/oupsr/urbanisticke_studie/WEB_US_okoli_Brna/01_text/us_jmk_I_text_kapB3_doprava_web.pdf

Jízda králů (2024). *Jízda králů Vlčnov*. Dostupné 21. 3. 2024 z <https://www.jizdakralu.cz/>

Jižní Morava (2024a). *Austerlitz 2023*. Dostupné 21. 3. 2024 z <https://www.jizni-morava.cz/cz/hlavni-strana/o79861-austerlitz-2023>

- Jižní Morava (2024b). *Muzeum vesnice jihovýchodní Moravy*. Dostupné 21. 3. 2024 z <https://www.jizni-morava.cz/cz/zazitky/o70433-muzeum-vesnice-jihovychodni-moravy>
- Jižní Morava (2024c). *Zelený region Znojemska a Podyjí*. Dostupné 26. 2. 2024 z https://www.ccrjm.cz/wp-content/uploads/2021/06/CZ_Znojemska-a-Podyji.pdf
- Jižní Morava (2024d). *Pestrý region Brno a okolí*. Dostupné 26. 2. 2024 z https://www.ccrjm.cz/wp-content/uploads/2021/06/CZ_Brno-a-okoli-1.pdf
- Jižní Morava (2024e). *Moravský kras a okolí*. Dostupné 26. 2. 2024 z https://www.ccrjm.cz/wp-content/uploads/2021/06/CZ_Moravsky-kras-a-okoli.pdf
- Kebza, M. (2015). Návštěvnost veřejně přístupných kulturněhistorických památek v České republice v roce 2013. *Mladá věda/Young Science*, 3(1), 7-21. https://www.researchgate.net/publication/284278746_NAVSTEVNOST_VEREJNE_P_RISTUPNYCH_KULTURNEHISTORICKYCH_PAMATEK_V_CESKE_REPUBLIC E_V_ROCE_2013
- Kunc, J., Šašinka, P., Tonev, P., & Kubeš, F. (2020). Možnosti metropolitní meziobecní spolupráce a její institucionalizace: příklad Brněnské metropolitní oblasti. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net/publication/353351984>
- Lee, Y. A., Jang, S., & Kim, J. (2020). Tourism clusters and peer-to-peer accommodation. *Annals of Tourism Research*, 83. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102960>
- Linderová, I. (2015). *Cestovní ruch – Základy a právní úprava*. Idea Servis.
- Macocha (2023). *Propast Macocha – Moravský kras*. Dostupné 26. 2. 2024 z http://www.propast-macocha.cz/#google_vignette
- Malá, V. (2002). *Základy cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica.
- Mariot, P. (1983). *Geografia cestovního ruchu*. Bratislava: Veda.
- Mikulov (2024). *Zámek*. Dostupné 26. 2. 2024 z <https://www.mikulov.cz/turista/sluzby/turisticke-cile/prohlidkovy-objekt/zamek>
- Ministerstvo dopravy ČR (2024). *Tranzitní železniční koridory*. Dostupné 5. 4. 2024 z <https://www.mdcr.cz/Dokumenty/Drazni-doprava/Zeleznicni-infrastruktura/Tranzitni-zeleznicni-koridory>
- Ministerstvo životního prostředí České republiky (2010). *Národní parky a chráněné krajinné oblasti v České republice*. Dostupné 21. 3. 2024 z [https://www.mzp.cz/web/edice.nsf/4E410FBF45C7B47CC125781D0048DD5B/\\$file/Final_%20cz_%20web.pdf](https://www.mzp.cz/web/edice.nsf/4E410FBF45C7B47CC125781D0048DD5B/$file/Final_%20cz_%20web.pdf)
- Muzeum Blanenska (2023). *Ponořte se s námi do historie*. Dostupné 5. 4. 2024 z <https://www.muzeum-blanenska.cz/>
- Muzeum regionu Boskovicka (2024). *Židovský hřbitov*. Dostupné 21. 3. 2024 z <https://www.muzeum-boskovicka.cz/zidovsky-hrbitov>
- Mutěnice (2024). *Vinařství*. Dostupné 26. 2. 2024 z https://mutenice.cz/default/default/10164_vinarstvi
- Národní památkový ústav (n.d.). *Lednicko-valtický areál*. Dostupné 23. 3. 2024 z <https://www.zamek-valtice.cz/cs/tipy-na-vylet/9493-lednicko-valticky-areal>

- Národní památkový ústav (2024a). *Vyšší návštěvnost, zájem o památky po obnově – v roce 2023 na hrady, zámky a další objekty ve správě Národního památkového ústavu přišlo víc než 4 miliony návštěvníků*. Dostupné 22. 3. 2024 z <https://www.npu.cz/cs/promedia/102349-vyssi-navstevnost-zajem-o-pamatky-po-obnove-v-roce-2023-na-hrady-zamky-a-dalsi-objekty-ve-sprave-narodniho-pamatkoveho-ustavu-prislo-vic-nez-4-miliony-navstevniku>
- Národní památkový ústav (2024b). *Státní zámek Vranov nad Dyjí*. Dostupné 26. 2. 2024 z <https://www.zamek-vranov.cz/cs>
- Národní ústav lidové kultury (n.d.). *Modrotisk*. Dostupné 21. 3. 2024 z <https://www.nulk.cz/2019/03/19/modrotisk/>
- Obec Dolní Věstonice (2024). *O obci Dolní Věstonice*. Dostupné 28. 3. 2024 z <https://www.obecdolnivestonice.cz/uvod/>
- Ouariti, O. Z., & Jebrane, E. M. (2020). The impact of transport infrastructure on tourism destination attractiveness: A case study of Marrakesh City, Morocco. *DOAJ*. <https://doaj.org/article/271ad26860d543599c00473866c15ee4>
- Pachrová, S., Chalupa, P., Janoušková, E., Neckářová, A. Š., & Štefka, L. (2020). Monitoring of visitors as a tool of protected areas management. *Academica Turistica*, 13(1), 67–79. <https://doi.org/10.26493/2335-4194.13.67-79>
- Pašková, M., Zelenka, J., Ogasawara, T., Zavala, B., & Astete, I. (2021). The ABC Concept—Value added to the Earth Heritage interpretation? *Geoheritage*, 13(2). <https://doi.org/10.1007/s12371-021-00558-8>
- Perić, B. Š., Šimundić, B., Muštra, V., & Vugdelija, M. (2021). The role of UNESCO cultural Heritage and Cultural sector in tourism development: the case of EU countries. *Sustainability*, 13(10). <https://doi.org/10.3390/su13105473>
- Prokeš, M. (2013). Development of wine tourism in South Moravia. *Acta Universitatis Agriculturae Et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 61(7), 2669–2675. <https://doi.org/10.11118/actaun201361072669>
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Regionální informační servis (2021). *Slovácko – turistická oblast*. Dostupné 8. 4. 2024 z <https://www.risy.cz/cs/krajske-ris/jihomoravsky-kraj/regionalni-informace/o-kraji/jizni-morava-turisticky-region/slovacko>
- Region Boskovicko (2024). *Synagogy, Boskovice*. Dostupné 21. 3. 2024 z <https://www.regionboskovicko.cz/synagogy-boskovice/os-1060>
- Ripoll-Zarraga, A. E., & Raya, J. M. (2020). Tourism indicators and airports' technical efficiency. *Annals of Tourism Research*, 80. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102819>
- Ryglová, K., Burian, M., & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada.
- Seetanah, B., Juwaheer, T., Lamport, M. L., Rojid, S., Sannasse, R., & Subadar, A. (2011). Does infrastructure matter in tourism development? *University of Mauritius Research Journal. Science & Technology*, 17(1). <https://doi.org/10.4314/umrj.v17i1.70731>

- Sharpley, R. (2000). The influence of the accommodation sector on tourism development: lessons from Cyprus. *International Journal of Hospitality Management*, 19(3), 275–293. [https://doi.org/10.1016/s0278-4319\(00\)00021-9](https://doi.org/10.1016/s0278-4319(00)00021-9)
- Strzelecka, M., Prince, S., & Boley, B. B. (2021). Resident connection to nature and attitudes towards tourism: findings from three different rural nature tourism destinations in Poland. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(3), 664–687. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1995399>
- Šauer, M., & Vystoupil, J. (2011). Cestovní ruch očima geografů. *Geografické rozhledy*, 21(1), 20-21. <https://www.geograficke-rozhledy.cz/archiv/clanek/489>
- Tafel, M., & Szolnoki, G. (2020). Estimating the economic impact of tourism in German wine regions. *International Journal of Tourism Research*, 22(6), 788–799. <https://doi.org/10.1002/jtr.2380>
- TIC Židovské obce Brno (2024). *Židovské památky Jižní Moravy*. Dostupné 21. 3. 2024 z <https://www.jewishbrno.eu/pamatky-jizni-moravy>
- Toušek, V., Kunc, J., & Vystoupil, J. (2008). *Ekonomická a sociální geografie*. Vykladatelství a nakladatelství Aleš Čeněk.
- Vaishar, A., & Šťastná, M. (2023). Economically underdeveloped rural regions in Southern Moravia and possible strategies for their future development. *Journal of Rural Studies*, 97, 356–364. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.12.024>
- Vila Tugendhat (2024). *VILA TUGENDHAT MIES VAN DER ROHE*. Dostupné 23. 3. 2024 z <https://www.tugendhat.eu/>
- Vystoupil, J., Holešinská, A., & Šauer, M. (2007). *Vymezování destinace a formulace jejích charakteristik a organizace cestovního ruchu v destinaci*. Thema Consulting, s.r.o.
- Vranovská pláž (2024). Vranovská pláž, moře zábavy pro rodiny, školy, firmy. Dostupné 26. 2. 2024 z <https://www.vranovska-plaz.cz/cs/>
- Vystrčil, R. (2023). *Dyjsko-svratecký úval*. Dostupné 16. 3. 2023 z <https://www.dusekarpat.cz/cesko/dyjsko-svratecky-uval/>
- Zámek Milotice (2024). *O zámku*. Dostupné 26. 2. 2024 z <http://www.zamek-milotice.cz/cs>
- Zámek Slavkov (2020). *Bitva tří císařů*. Dostupné 26. 3. 2024 z <https://www.zamek-slavkov.cz/o-zamku/napoleon-a-bitva-u-slavkova/>
- Zatsepina, N. (2024). Trends and factors in the development of world tourism in the post-pandemic period. *Smart Tourism*, 4(1). <https://doi.org/10.54517/st.v4i1.2338>
- Zelenka, J., & Pásková, M. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj.
- Zelenka, J. (2012) Únosná kapacita v cestovním ruchu. *Czech Journal of Tourism*, 1(2), 114-134. https://www.researchgate.net/publication/275657473_Unosna_kapacita_v_cestovnim_ruchu
- ZOO PARK Vyškov (2022). *Výroční zpráva 2022*. https://www.zoo-vyskov.cz/uploads/Vyrocní_zpravy/ZOO_VYSKOV_vyrocní_zpráva_2022_web.pdf

Zou, Y., & Yu, Q. (2022). Sense of safety toward tourism destinations: A social constructivist perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 24. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100708>

Seznam tabulek

Tab. 1: Počet HUZ v krajích Česka za období 2012-2022	35
Tab. 2: Typy HUZ v Jihomoravském kraji za období 2012-2022.....	35
Tab. 3: Hosté a přenocování v HUZ v Jihomoravském kraji za období 2012-2022	36
Tab. 4: Počet hostů a přenocování v HUZ dle turistických oblastí v Jihomoravském kraji v roce 2012.....	39
Tab. 5: Počet hostů a přenocování v HUZ dle turistických oblastí v Jihomoravském kraji v roce 2022.....	40
Tab. 6: Památky zřizované jinými resorty, kraji, obcemi a městy v roce 2022.....	42
Tab. 7: Návštěvnost památek v Jihomoravském kraji	43
Tab. 8: Pohlaví.....	45
Tab. 9: Věkové intervaly	46
Tab. 10: SWOT analýza Jihomoravského kraje	58

Seznam obrázků

Obr 1: Vinařské oblasti Jihomoravského kraje	21
Obr. 2: Fyzickogeografické charakteristiky s počtem obyvatel v Jihomoravském kraji	23
Obr. 3: CHKO území Jihomoravského kraje	24
Obr. 4: Dopravní infrastruktura Jihomoravského kraje	29
Obr. 5: Národnosti turistů v HUZ v Jihomoravském kraji za rok 2012	37
Obr. 6: Národnosti turistů v HUZ v Jihomoravském kraji za rok 2020	38
Obr. 7: Národnosti turistů v HUZ v Jihomoravském kraji za rok 2022	39
Obr. 8: Počet HUZ a lůžek v Jihomoravském kraji v letech 2012 a 2022.....	41
Obr. 9: Podíl jednotlivých věkových intervalů	46
Obr. 10: Kraje dlouhodobého pobytu	46
Obr. 11: Četnost návštěvy.....	47
Obr. 12: Zvolené ubytovací zařízení.....	48
Obr. 13: Vyzkoušené typy ubytovacích zařízení	48
Obr. 14: Hodnocení kvality ubytovacích zařízení	49
Obr. 15: Důvod cesty do Jihomoravského kraje.....	50
Obr. 16: Nejvíce motivační prvek.....	50
Obr. 17: Motivace, přednost před jinými kraji	51
Obr. 18: Faktory k rozvoji v Jihomoravském kraji.....	52
Obr. 19: Hodnocení dopravní dostupnosti atraktivit	53
Obr. 20: Pozitivní asociace	53
Obr. 21: Negativní asociace.....	54
Obr. 22: Pohled na alkohol v rámci ČR.....	55

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník

Příloha A: Dotazník

1. Jakého jste pohlaví?

- a) Žena
- b) Muž
- c) nepřeji si uvést

2. Jaký je Váš věk?

- a) méně než 18 let
- b) 18-29 let
- c) 30-45 let
- d) 46-60 let
- e) 61 let a více

3. V jakém kraji dlouhodobě žijete?

- a) Olomoucký kraj
- b) Zlínský kraj
- c) Královehradecký kraj
- d) Moravskoslezský kraj
- e) Pardubický kraj
- f) Kraj Vysočina
- g) Jihomoravský kraj
- h) Liberecký kraj
- i) Jihočeský kraj
- j) Karlovarský kraj
- k) Ústecký kraj
- l) Středočeský kraj
- m) Hlavní město Praha
- n) Plzeňský kraj

4. Jak často v roli turisty navštěvujete Jihomoravský kraj?

- a) Více než 5x ročně
- b) 2-5x ročně
- c) 1x ročně
- d) Méně než 1x ročně
- e) Nikdy jsem nenavštívil/a

5. Jaký typ ubytovacích zařízení volíte při Vaší cestě do Jihomoravského kraje?

- a) Hotel
- b) Penzion
- c) Airbnb
- d) Kemp
- e) Jiné

6. Kolik typů z výše uvedených ubytovacích zařízení jste již v Jihomoravském kraji vyzkoušeli?

- a) 1
- b) 2 až 3
- c) 4 a více
- d) Jiné

7. Jak byste hodnotili kvalitu ubytovacích zařízení v Jihomoravském kraji? (známkujte jako ve škole 1-5)

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4
- e) 5

8. Jaký je hlavní důvod Vaší cesty do Jihomoravského kraje?

- a) Odpočinek a rekreace
- b) Práce nebo studium
- c) Kulturní události
- d) Vinařství
- e) Jiné

9. Který z následujících prvků považujete za nejvíce motivační pro Vaší cestu do Jihomoravského kraje?

- a) Přírodní krásy
- b) Vinařství a gastronomii
- c) Kulturně-historické památky
- d) Sportovní a rekreační aktivity
- e) Festivaly a kulturní akce

10. Co by Vás více motivovalo k naplánování dovolené v Jihomoravském kraji oproti jiným destinacím? (lze označit více možností)

- a) Kvalitnější ubytovací zařízení
- b) Kulturní a historické památky
- c) Kvalitnější dopravní infrastruktura
- d) Kvalitní a exkluzivní gastronomie
- e) Přírodní krásy
- f) Víno a vinařské oblasti
- g) Jiné

11. Jaké faktory si myslíte, že by mohly přispět k rozvoji cestovního ruchu v Jihomoravském kraji?

.....

12. Jak byste hodnotili dopravní dostupnost turistických atraktivit v jihomoravském kraji? (známkujte jako ve škole 1-5)

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4
- e) 5

13. Jakou pozitivní asociaci si s Jihomoravským krajem jako destinací spojujete?

(lze označit více možností)

- a) Historické památky a kultura
- b) Příroda a krajinná rozmanitost
- c) Víno a vinařství
- d) Gastronomie a místní speciality
- e) Sportovní aktivity a turistika
- f) Kvalitní ubytovací a stravovací služby
- g) Dostupnost a dobrá dopravní infrastruktura
- h) Jiné

14. Jakou negativní asociaci si s Jihomoravským krajem jako destinací spojujete?

(lze označit více možností)

- a) Nadměrný počet turistů v sezóně
- b) Vysoké ceny ubytování a služeb
- c) Nedostatečná dopravní infrastruktura
- d) Znečištění a environmentální problémy
- e) Omezené množství kulturních a historických památek
- f) Nízká bezpečnost
- g) Nadměrná konzumace alkoholických nápojů
- h) Jiné

15. Jaký je Váš pohled na alkohol v rámci cestovního ruchu?

- a) Alkohol je důležitou součástí a přispívá k atraktivitě regionu,
- b) Alkohol hraje svou roli, ale neměl by být hlavním lákadlem destinace.
- c) Alkohol v cestovním ruchu má minimální nebo žádný význam
- d) Alkohol v tomto spojení vnímám negativně, jelikož přispívá k problematice alkoholismu
- e) Jiné

Abstrakt

Vacovský, B. (2024). *Potenciál rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji* [Bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni].

Klíčová slova: cestovní ruch, infrastruktura, Jihomoravský kraj, kulturní dědictví, strategie rozvoje, turistické oblasti, udržitelný rozvoj, vinařství

Tato bakalářská práce se věnuje potenciálu rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji. Kraj je dělen celkem do pěti turistických oblastí, a to na Brno a okolí, Pálavu a LVA, Znojemsko a Podyjí, Slovácko a Moravský kras a okolí. V práci jsou využívána jak primární, tak sekundární data. V rámci sekundárních dat jsou v práci zkoumané HUZ, počty hostů, přenocování a národnosti diferenciacie nerezidentů v regionu a návštěvnosti památek. Primární data jsou v práci zahrnutá pomocí dotazníkového šetření. V dotazníku byly stanovené otázky, které si kladou za cíl odhalit preference a postoje turistů, kteří navštívili v minulosti anebo pravidelně navštěvují Jihomoravský kraj. Hlavním zjištěním práce jsou faktory, které ovlivňují cestovní ruch v regionu, ale také faktory, které se mohou podílet na jeho budoucím udržitelném rozvoji.

Abstract

Vacovský, B. (2024). *Potential of tourism development in the South Moravian region* [Bachelor Thesis, University of West Bohemia].

Key words: cultural heritage, development strategy, infrastructure, South Moravian Region, sustainable development, tourism, tourist areas, winemaking

This bachelor thesis focuses on the potential of tourism development in the South Moravian Region. The region is divided into five tourist areas, namely Brno and surroundings, Pálava and LVA, Znojmo and Podyjí, Slovácko and Moravian Karst and surroundings. Both primary and secondary data are used in this paper. Within the secondary data, the thesis examines HUZ, numbers of guests, overnight stays and nationality differentials of non-residents in the region and sightseeing. Primary data is included in the thesis through a questionnaire survey. The questionnaire set questions that aim to reveal the preferences and attitudes of tourists who have visited in the past and/or regularly visit the South Moravian Region. The main findings of the thesis are the factors that influence tourism in the region, but also the factors that may contribute to its future sustainable development.