

# Projekt na podporu udržitelnosti tradic a folklóru v Jihomoravském kraji

Bc. Petra Hodinářová

---

Diplomová práce  
2014



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav podnikové ekonomiky  
akademický rok: 2013/2014

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Bc. Petra Hodinářová, DiS.  
Osobní číslo: M12871  
Studijní program: N6208 Ekonomika a management  
Studijní obor: Podniková ekonomika  
Forma studia: kombinovaná

Téma práce: Projekt na podporu udržitelnosti tradic a folklóru  
v Jihomoravském kraji

Zásady pro vypracování:

### Úvod

#### I. Teoretická část

- Charakterizujte teoretická východiska vztahující se k cestovnímu ruchu v Jihomoravském kraji.
- Aplikujte tyto teoretické poznatky na oblast cestovního ruchu v Jihomoravském kraji.

#### II. Praktická část

- Popište a analyzujte současný stav cestovního ruchu v Jihomoravském kraji.
- Proveďte analýzu nabídky a poptávky po tématu folklor a tradice v Jihomoravském kraji.
- Navrhňte projekt na podporu udržitelnosti tradic a folklóru v Jihomoravském kraji.
- Projekt podrobte časové, nákladové a rizikové analýze.

### Závěr

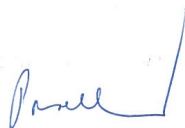
Rozsah diplomové práce: cca 70 stran  
Rozsah příloh:  
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

ATTL, Pavel a NEJDL, Karel. Turismus I. 1. vyd. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2004, 178 s. ISBN 80-86578-37-2.  
LAW, Christopher M. Urban Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities. 1st. ed. London: Cromwell Press, Trowbridge, 2002. ISBN 0-8264-4926-3.  
NEZAR, Alsayyad. Consuming Tradition, Manufacturing Heritage. Global Norms and Urban Forms in the Age of Tourism. United Kingdom: Routledge, 2001. ISBN-13: 978-0-415-23941-7.  
PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. Ekonomika turismu: Turismus České republiky. Praha: Grada Publishing, 2011, 208 s. ISBN 978-80-247-3748-5.  
PETRŮ, Zdeňka a HOLUBOVÁ, Jaromíra. Ekonomika cestovního ruchu. 3. upravené vyd. Praha: Idea servis, 1994, 94 s. ISBN 80-901462-5-2.  
VYSTOUPIL, Jiří a ŠAUER Martin. Základy cestovního ruchu. Brno: ESF MU, 2006. ISBN 80-210-4205-2

Vedoucí diplomové práce: doc. Ing. Josef Kubík, CSc.  
Ústav managementu a marketingu  
Datum zadání diplomové práce: 22. února 2014  
Termín odevzdání diplomové práce: 2. května 2014

Ve Zlíně dne 22. února 2014



prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková  
děkanka



doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D.  
ředitel ústavu

## PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby<sup>1</sup>;
- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3<sup>2</sup>;
- podle § 60<sup>3</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

---

<sup>1</sup> zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

<sup>2</sup> zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

<sup>3</sup> zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60<sup>4</sup> odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem diplomovou práci zpracoval samostatně a použité informační zdroje jsem citoval;
- odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 24. 4. 2014

Petra Hodišarová

<sup>4</sup> zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídí k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

Chtěla bych poděkovat doc. Ing. Josefovi Kubíkovi, CSc. za odborné vedení, ochotný přístup a poskytnutá doporučení při zpracování diplomové práce. Dále mé poděkování patří Centrále cestovního ruchu – Jižní Morava a své rodině, která mě podporovala po celou dobu studia. Zvláštní dík patří sestře Michaele Hodinářové.

## ABSTRAKT

Diplomová práce má za cíl připomenout význam folklóru a lidových tradic v Jihomoravském kraji, neboť tyto jsou v regionu velmi silně zakořeněné, přenášejí se z generace na generaci a staly se součástí běžného života obyvatel. Teoretická část je zaměřena na charakteristiku cestovního ruchu Jihomoravského kraje a prvky lidové kultury. Praktická část se zabývá analytickými šetřeními, včetně interpretace jejich výsledků. Závěrečnou část tvoří návrh projektu. V této práci je přiblížen způsob prolínání tradic se současným moderním životem a cestovním ruchem. Hlavním cílem je vypracování turistického projektu za účelem podpory a uchování dosud existujících projevů tradiční lidové kultury.

**Klíčová slova:** cestovní ruch, tradice, folklór, návštěvník, Jihomoravský kraj

## ABSTRACT

This thesis aims to highlight the importance of folklore and folk traditions in the South Moravian Region, as these are rooted very deeply in the region, are transmitted from generation to generation and have become part of everyday life of the region's population. The theoretical part focuses on characteristics of tourism in the South Moravian Region and individual elements of popular culture. The practical part deals with analytical surveys along with an interpretation of respective results. The work depicts the way of blending traditions with modern life and tourism. The main objective is to draft tourism project to promote and preserve the extant manifestations of traditional folk culture.

**Keywords:** tourism, folklore, traditions, tourists, South Moravian Region

**OBSAH**

<b>ÚVOD</b> .....	<b>11</b>
<b>I. TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>12</b>
<b>1 OBECNÁ CHARAKTERISTIKA CESTOVNÍHO RUCHU</b> .....	<b>13</b>
1.1 POJEM CESTOVNÍ RUCH.....	13
1.2 EKONOMICKÝ VÝZNAM CESTOVNÍHO RUCHU .....	14
1.3 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU.....	17
1.3.1 FORMY CESTOVNÍHO RUCHU.....	17
1.3.2 DRUHY CESTOVNÍHO RUCHU .....	18
1.4 OBECNÉ FAKTORY ROZVOJE A ROZMÍSTĚNÍ CESTOVNÍHO RUCHU .....	19
1.4.1 SELEKTIVNÍ FAKTORY .....	20
1.4.2 LOKALIZAČNÍ FAKTORY .....	21
1.4.3 REALIZAČNÍ PŘEDPOKLADY.....	21
<b>2 ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA JIHOMORAVSKÉHO KRAJE</b> .....	<b>22</b>
2.1 TURISTICKÉ OBLASTI JIHOMORAVSKÉHO KRAJE .....	22
2.1.1 BRNO A OKOLÍ .....	24
2.1.2 MORAVSKÝ KRAS .....	24
2.1.3 ZNOJEMSKO A PODYJÍ.....	25
2.1.4 PÁLAVA A LEDNICKO - VALTICKÝ AREÁL .....	25
2.1.5 SLOVÁCKO .....	26
<b>3 CESTOVNÍ RUCH V JIHOMORAVSKÉM KRAJI</b> .....	<b>27</b>
3.1 ZÁKLADNÍ PODMÍNKY PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU .....	31
3.2 STRATEGIE ROZVOJE V JIHOMORAVSKÉM KRAJI.....	36
3.3 ROZVOJOVÁ VIZE CESTOVNÍHO RUCHU .....	37
<b>4 CHARAKTERISTICKÉ PRVKY LIDOVÉ KULTURY</b> .....	<b>39</b>
4.1 CHARAKTERISTIKA FOLKLÓRU A TRADIC .....	39
4.2 LIDOVÉ TRADICE A ZVYKY SOUČASNOSTI.....	40
4.3 LIDOVÁ ARCHITEKTURA A STAVBY .....	41
4.4 LIDOVÝ TANEC A HUDBA.....	41
4.5 LIDOVÉ KROJE .....	42
4.6 LIDOVÁ ŘEMESLA.....	42



4.7 FOLKLÓRNÍ SLAVNOSTI.....	43
4.8 FOLKLÓRNÍ SOUBORY .....	43
<b>5 SHRUTÍ TEORETICKÝCH POZNATKŮ .....</b>	<b>44</b>
<b>II. PRAKTICKÁ ČÁST.....</b>	<b>46</b>
<b>6 SWOT ANALÝZA JIHOMORAVSKÉHO KRAJE V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU .....</b>	<b>47</b>
<b>7 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU – TRADICE A SPECIFIKA JIŽNÍ MORAVY.....</b>	<b>49</b>
<b>8 ANALÝZA NABÍDKY A POPTÁVKY PO TÉMATU FOLKLÓR A TRADICE V JIHOMORAVSKÉM KRAJI.....</b>	<b>52</b>
8.1 ANALÝZA NABÍDKY FOLKLÓRU A TRADICE V JIHOMORAVSKÉM KRAJI.....	52
8.1.1 LIDOVÁ ARCHITEKTURA .....	52
8.1.2 LIDOVÝ TANEC .....	53
8.1.3 LIDOVÁ HUDBA.....	54
8.1.4 FOLKLÓRNÍ SOUBORY .....	54
8.1.5 FESTIVALY A SLAVNOSTI .....	55
8.1.6 LIDOVÉ KROJE .....	56
8.1.7 LIDOVÁ ŘEMESLA .....	56
8.1.8 TRADIČNÍ SPECIALITY REGIONU .....	56
8.2 ANALÝZA POPTÁVKY FOLKLÓRU A TRADICE V JIHOMORAVSKÉM KRAJI.....	58
<b>9 ANALÝZA KONKURENČNÍCH REGIONŮ V OBLASTI TRADIC A FOLKLÓRU .....</b>	<b>62</b>
9.1 ZLÍNSKÝ KRAJ .....	62
9.2 KRAJ VYSOČINA.....	64
9.3 DOLNÍ RAKOUSKO.....	66
9.4 ZHODNOCENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI OKOLNÍCH OBLASTÍ.....	66
<b>10 VÝSLEDKY Z PROVEDENÝCH ANALYTICKÝCH ŠETŘENÍ .....</b>	<b>69</b>
<b>11 NÁVRH PROJEKTU - VÝSTAVA „TŘI REGIONY, TŘI CHUTĚ“ .....</b>	<b>71</b>
11.1 SOUČASNÝ STAV A ODŮVODNĚNÍ PROJEKTU.....	71

---

11.2 CÍLE PROJEKTU.....	72
11.3 ZÁKLADNÍ ÚDAJE O FOLKLÓRNÍ VÝSTAVĚ .....	73
11.4 MÍSTO REALIZACE .....	74
11.5 CÍLOVÉ SKUPINY A DOPAD PROJEKTU NA CÍLOVÉ SKUPINY .....	75
11.6 POPIS NAVRHOVANÉHO ŘEŠENÍ.....	75
11.7 ČASOVÝ HARMONOGRAM PROJEKTU .....	78
11.8 NÁKLADOVÁ ANALÝZA PROJEKTU.....	82
11.9 FINANCOVÁNÍ A ROZPOČET PROJEKTU .....	88
11.10 RIZIKOVÁ ANALÝZA.....	94
11.11 PŘÍNOS PROJEKTU.....	95
<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>96</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>105</b>
<b>SEZNAM TABULEK .....</b>	<b>106</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>107</b>

## ÚVOD

Cestovní ruch se v posledních letech velmi rychle rozvíjí a stává se důležitou součástí ekonomik vyspělých zemí světa. Jedná se o jedno z největších a nejdynamičtějších odvětví, které svým rozsahem a stálým růstem vytváří celosvětově mnoho pracovních příležitostí. Jeho vliv zasahuje nejen do ekonomiky, dopravy, životního prostředí, ale i regionálního rozvoje nebo individuálních možností trávení volného času. Velmi dobré předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu má i Jihomoravský kraj a patří mezi turisticky nejatraktivnější kraje České republiky. Je rozčleněn do pěti turistických oblastí, z nichž každá nabízí návštěvníkům mnoho zajímavostí. Kraj disponuje rozmanitou krajinou, velkým množstvím historických, kulturních, společenských i lidových památek, moderním životním stylem i vzdělávacími aktivitami. Specifickým rysem kraje je existence velkého bohatství tradiční lidové kultury, regionálních specialit a vinařství. Vzhledem k postupnému poklesu povědomí veřejnosti o tradiční lidovou kulturu, regionální a národní dějiny, je Jihomoravský kraj ideálním regionem pro představení stále živých tradic, folklóru a lidové kultury.

Tato diplomová práce má za úkol přiblížit způsob prolínání tradic se současným moderním životem a cestovním ruchem. Hlavním cílem je vypracování turistického projektu za účelem podpory a uchování dosud existujících projevů tradiční lidové kultury. Práce je z hlediska struktury rozdělena do dvou hlavních částí, teoretické a praktické. Nejprve jsou vymezeny základní definice a obecná specifika cestovního ruchu, ekonomický význam a členění z různých hledisek. Druhá část představuje obecné faktory rozvoje a rozmístění cestovního ruchu. Další oddíl charakterizuje základní turistické oblasti Jihomoravského kraje, podmínky pro rozvoj cestovního ruchu v tomto regionu a jako poslední jsou představeny typické prvky lidové kultury. V analytické části je provedena analýza současných tradic a kulturního bohatství v Jihomoravském kraji, analýza nabídky a poptávky po tradicích a folklóru a analýza silných a slabých stránek regionu, včetně příležitostí a ohrožení, se kterými se kraj potýká. V další části jsou porovnány a zhodnoceny sousední konkurenční regiony Jihomoravského kraje. V navazující projektové části je vypracován návrh projektu, který by měl přispět k podpoře uchování tradiční lidové kultury, socioekonomickému rozvoji, oživení cestovního ruchu, zvýšení návštěvnosti kraje a propagaci regionu.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 OBECNÁ CHARAKTERISTIKA CESTOVNÍHO RUCHU

## 1.1 Pojem cestovní ruch

Cestovní ruch patří mezi významné fenomény současné moderní společnosti a zaujímá podstatné místo v životní úrovni obyvatelstva hospodářsky vyspělých států světa. Umožňuje poznávání nových lidí, odlišných kultur, reprodukci pracovní síly, je významným faktorem rozvoje ekonomiky. Definování samotného pojmu cestovní ruch není jednoduché a bývá často používán v různých souvislostech, jako označení pro pohyb osob, odvětví národního hospodářství, služby poskytované účastníkům cestovního ruchu i v dalších spojeních. Výklad tohoto jevu je komplikovaný zejména svým mezioborovým charakterem. V minulosti bylo učiněno mnoho pokusů o jednoznačnou definici, proto se v odborné literatuře vyskytují různá vysvětlení. O určitou jednotnost v terminologii jakýchkoli oblastí se snaží Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO), jež definuje cestovní ruch jako činnost osoby cestující ve volném čase na přechodnou dobu do místa mimo její trvalé bydliště, a to za jiným účelem, než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě na dobu kratší, než je jeden rok u mezinárodního cestovního ruchu, šest měsíců u domácího cestovního ruchu (Drobná, Morávková, 2010, s. 25 - 29). Tato definice vystihuje podstatu cestovního ruchu a zahrnuje v sobě tři důležité podmínky: změnu místa, nevýdělečný charakter a vztahy mezi lidmi. Mezi oborově zaměřené vymezení patří především jeho ekonomická, geografická, sociologická a ekologická definice. Ekonomicky lze cestovní ruch vymežit jako specifickou formu spotřeby, přičemž výdaje s ní spojené jsou realizovány mimo místo daňové příslušnosti cestující osoby. Geograficky lze cestovní ruch vymežit jako pohyb a pobyt lidí mimo jejich obvyklé prostředí. Takto chápaný cestovní ruch představuje typ mobility vyznačující se vratností realizovaného pohybu na rozdíl od nevratného migračního pohybu. Sociologicky lze cestovní ruch vymežit jako specifickou formu uspokojování lidských potřeb. Jde o potřeby odpočinku, poznání, seberealizace, sebezdokonalování a společenského styku, ale také o vztahy mezi návštěvníky míst a jejich obyvateli, dále pak postoj těchto obyvatel k vývoji cestovního ruchu na území jejich bydliště. Ekologický cestovní ruch se zabývá zejména dopadem cestovního ruchu na ekosystémy destinací

i zdrojových oblastí. Zásadním problémem je zmenšování ekologické stopy CR (Pásková, 2009, s. 13 - 22). Cestovní ruch je vymezován mnoha definicemi, jež mají zpravidla společné jeho geografické ohraničení vůči obvyklému prostředí jeho účastníků. Cestovní ruch lze tedy definovat jako vysoce komplexní společenský jev, jež souvisí s pohybem a pobytem lidí mimo jejich obvyklé prostředí, který představuje systém synergicky působících prvků a vazeb mezi všemi zainteresovanými a dotčenými účastníky zdrojových i cílových oblastí. Jevovou náplní cestovního ruchu jsou především souhrnné aktivity návštěvníků cílových oblastí, procesy spojené s budováním a provozováním související infrastruktury, aktivity spojené s využíváním, údržbou a ochranou přírodního i kulturního dědictví cílových oblastí, politické a veřejně-správní aktivity a současně reakce místních komunit a ekosystémů na uvedené aktivity (Pásková, 2009, s. 22).

## 1.2 Ekonomický význam cestovního ruchu

Účast na cestovním ruchu se v posledních letech stala jedním z měřítek životní úrovně a důležitou součástí spotřeby dnes již většiny obyvatelstva vyspělých zemí světa. Ve světě je CR považován za jedno z nejvýznamnějších hospodářských odvětví. Cestovní ruch se stále více prosazuje i jako výrazná oblast podnikatelských příležitostí. Stal se významnou součástí národní ekonomiky a celého hospodářství, neboť přispívá do státního rozpočtu 6,9 % a podíl zaměstnanosti v cestovním ruchu na celkové zaměstnanosti v zemi činí 7,6 %. V souhrnu zahrnuje dopravu, ubytování, stravování a další služby pro cestující. Je jedním z největších a nejdynamičtějších ekonomických odvětví, které svým rozsahem a stálým růstem generuje celosvětově nejvíce pracovních příležitostí.

Ve světě je považovaný za odvětví budoucnosti s ohledem na svůj multiplikační efekt, který doprovází jeho rozvoj. Provázanost cestovního ruchu s dalšími odvětvími ekonomiky tak způsobuje, že měření skutečného dopadu na národní hospodářství je značně obtížné. Jedná se tedy o odvětví, které vytváří mnoho pracovních příležitostí a ovlivňuje podstatným způsobem i další oblasti:

- podílí se na tvorbě hrubého domácího produktu,
- pozitivně ovlivňuje platební bilanci státu,
- prostřednictvím daní a poplatků přispívá do místních rozpočtů i státního

rozpočtu,

- podporuje rozvoj malého a středního podnikání,
- jeho rozvoj podporuje investiční aktivity,
- posiluje hospodářsky slabá a postižená území - hraje důležitou roli v revitalizaci těchto území (má kladný vliv na vyrovnávání meziregionálních rozdílů, čímž působí v roli stabilizačního faktoru a současně jako nástroj ekonomického rozvoje regionu),
- podněcuje rozvoj řemesel,
- zvyšuje konkurenceschopnost daného území (Galvasová, 2008, s. 53 - 78).

Z globálního pohledu byl cestovní ruch v roce 2013 jedním z hlavních faktorů růstu v jinak ne příliš dobré světové ekonomice. Většina světových destinací zaznamenala oživení. Podle údajů světové organizace UNWTO došlo v roce 2013 k rekordnímu počtu příjezdů 1087 mil., tedy k růstu mezinárodního příjezdového cestovního ruchu o 5 %. Stejně tak vzrostly mezinárodní počty přenocování o 4 % (7,6 miliard nocí) a cestovní výdaje dokonce o 6 % (v absolutních číslech to znamená 989 miliard EUR). Navzdory globálním ekonomickým odhadům jsou mezinárodní výsledky cestovního ruchu výrazně nad očekáváním. Pro rok 2014 UNWTO odhaduje růst 4 % - 4,5 % mezinárodních příjezdů. UNWTO Confidence Index, který je založený na zpětné vazbě od více než 300 odborníků na celém světě, potvrzují vyhlídky na rok 2014 skutečně vyšší, než tomu bylo v předchozích letech (pro r. 2014 byl v minulosti odhad růstu o 3,8 %). Jen pro porovnání, v roce 2012 Evropa dosáhla 534 milionů příjezdů turistů, o 18 milionů více než v roce 2011. Největší růst příjezdů byl zaznamenán v destinaci střední a východní Evropy, kde došlo o 7 % nárůst mezinárodních příjezdů v roce 2012.

*Tab. 1 - Globální „top“ zdrojové trhy v roce 2013*

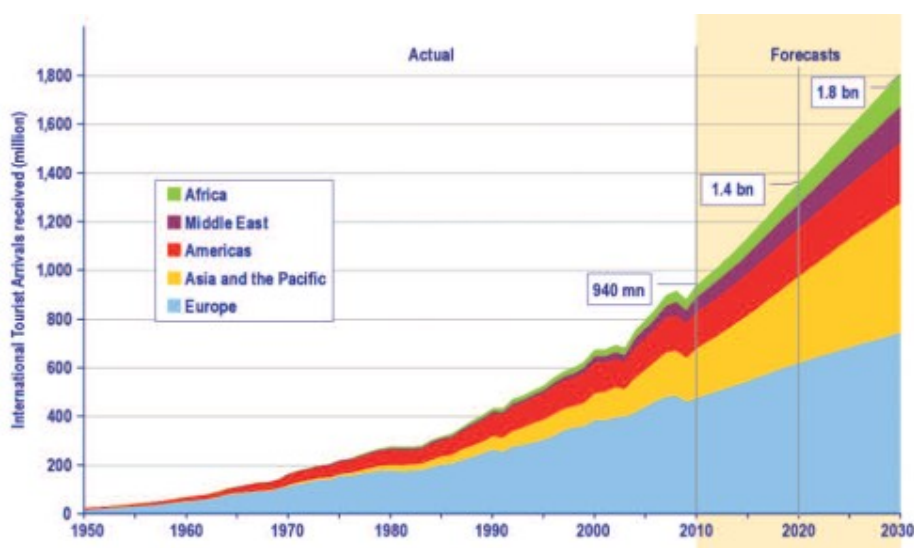
*(IPK International, © 2014)*

Pořadí	Výjezdy	Přenocování	Výdaje
1	Německo	Německo	Čína
2	USA	VB	USA
3	VB	USA	Německo
4	Čína	Rusko	VB
5	Francie	Čína	Rusko

Jelikož jde o hospodářské odvětví s výrazným dopadem na fungování mnoha složek socioekonomických systémů (lidské, výrobní i nevýrobní zdroje v daném prostorovém organizačním schématu), je logické, že se také prognózuje budoucnost cestovního ruchu. Tyto prognózy bývají nejčastěji formulovány jako globální (tendence a trendy rekreačních aktivit obyvatelstva, prognózy rozvoje mezinárodního cestovního ruchu v celosvětovém i regionálním pohledu, řešení informačních, ekologických a dopravních problémů spojených s budoucím rozvojem cestovního ruchu) a regionální (např. možné způsoby jejich rekreačního využití, marketingové studie budoucí návštěvnosti), (Galvasová, 2008, s. 53 - 78).

UNWTO Tourism 2030 před časem aktualizovala svůj dlouhodobý výhled a vývoj cestovního ruchu za poslední dvě desetiletí 2010 - 2030. Tento výzkumný projekt UNWTO v oblasti dlouhodobého prognózování byl zahájený v roce 1990. Jedná se o novou formu studie, která nahrazuje dřívější vizi cestovního ruchu 2020, jež se stala po celém světě uznávanou mezinárodní předpovědí v oblasti cestovního ruchu. Tato aktuální předpověď s klíčovými výstupy poskytuje informace o mezinárodní poptávce v cestovním ruchu za období 20 let, počínající rokem 2010 a končící v roce 2030. A další informace ze získaných analýz sociálních, politických, ekonomických, ekologických a technologických faktorů, jež formovaly cestovní ruch v minulosti, a od nichž se očekává vliv do budoucnosti. Postupem času tempo růstu zpomalí a v roce 2030 bude přibližně 2,9 % mezinárodních příjezdů. V absolutních číslech se počet zahraničních turistů zvýší přibližně o 43 milionů za rok, ve srovnání s průměrným ročním růstem o 28 milionů během období 1995 až 2010. Mezinárodní příjezdy turistů po celém světě se odhadují, že dosáhnou 1,4 miliardy v roce 2020 a 1,8 miliardy do roku 2030 (UNWTO, © 2014).





Obr. 1 - Tourism 2030 Vision - Vývoj mezinárodních příjezdů v CR  
(UNWTO Tourism Highlights, 2013 Edition, © 2013)

### 1.3 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch můžeme členit na základě toho, v jaké konkrétní podobě se projevuje z pohledu poptávky nebo nabídky. Odborná literatura nejčastěji charakterizuje cestovní ruch z hlediska:

- forem cestovního ruchu – jsou zkoumány motivy účasti lidí na CR,
- druhů cestovního ruchu – dle způsob jeho realizace (Drobná, 2010, s. 13)

Samotné definování forem a druhů cestovního ruchu není ještě ustáleno a v praxi se často tyto pohledy vzájemně prolínají.

#### 1.3.1 Formy cestovního ruchu

„Forma cestovního ruchu je typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem motivace návštěvníka“ (Drobná, Morávková, 2010). Hlavním motivem je odpočinek, poznávání a získávání znalostí o navštěvované destinaci a kontakty s lidmi: „rekreační, pobytový, lázeňský, poznávací (kulturně poznávací, přírodně poznávací, historicky poznávací), socio - profesní (profesně orientovaný: např. obchodní, kongresový, incentivní cestovní ruch), aj.“ (Drobná, Morávková, 2010). „Nejvýznamnější formy cestovního ruchu, pro které má Česká republika

nejlepší předpoklady a které by měly být v současném období přednostně podporovány a rozvíjeny, jsou:

- Městský a kulturně poznávací cestovní ruch - kulturní dědictví, historická města, kulturněhistorické památky včetně technických a církevních, muzea, divadla atd.
- Dovolená v přírodě - kempink, dovolená u vody, letní a zimní pobyty v horách, venkovský cestovní ruch a agroturistika, regionální a speciální produkty cestovního ruchu, atd.
- Sportovní a aktivní dovolená - všechny formy nejrozšířenějších sportů, turistika, cykloturistika, zimní sporty, vodní sporty, lov, golf atd.
- Lázeňský cestovní ruch - zdravotní pobyty v lázních, wellness, zdravotní cestovní ruch atd.
- Kongresový a incentivní cestovní ruch - kongresový cestovní ruch, incentivní cestovní ruch, obchodní cestovní ruch“ (Vystoupil, Šauer, 2009).

#### **Další formy cestovního ruchu**

- vinařský, venkovský, vzdělávací, lovecký, motoristický, seniorský, mládežnický a rodinný cestovní ruch aj.

#### **1.3.2 Druhy cestovního ruchu**

„Druh cestovního ruchu je typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných faktorech. Toto obecné kritérium se dále dělí podle objektivních faktorů (prostorové, časové, sociální a demografické, vlivů cestovního ruchu) – např. místa realizace cestovního ruchu (domácí a zahraniční, mezinárodní CR, národní, příhraniční, výjezdový, vnitřní), doby trvání pobytu – kritériem je hranice tří (resp. čtyř) přenocování (krátkodobý, dlouhodobý cestovní ruch), způsobu zabezpečení cesty a pobytu (organizovaný, neorganizovaný), převažujícího prostředí pobytu (městský, venkovský, lázeňský, přírodní, vodní cestovní ruch). Z definic je patrné, že zde dochází k určitým překryvům mezi druhem a formou cestovního ruchu, např. u lázeňského, přírodního cestovního ruchu“ (Vystoupil, Šauer, 2009).

- cestovní ruch z hlediska území, na kterém probíhá – domácí, zahraniční, příjezdový, výjezdový, tranzitní cestovní ruch,
- cestovní ruch dle délky pobytu – krátkodobý, dlouhodobý,
- cestovní ruch dle počtu účastníků – individuální, kolektivní, masový,
- cestovní ruch dle věku účastníků – mládežnický, seniorský,
- cestovní ruch dle převahy místa pobytu – městský, venkovský,
- cestovní ruch dle ročního období – letní, zimní, v hlavní sezóně, mimo sezóně,
- cestovní ruch dle vlivu na platební bilanci – aktivní, pasivní,
- cestovní ruch dle způsobu zabezpečení cesty – organizovaný, neorganizovaný,
- cestovní ruch dle způsobu financování – komerční, sociální (Vystoupil, Šauer, 2009).

#### **1.4 Obecné faktory rozvoje a rozmístění cestovního ruchu**

Činitele rozvoje a rozmístění cestovního ruchu se z geografického a ekonomického hlediska dělí na:

- faktory, které stimulují vznik cestovního ruchu ve funkci poptávky a klasifikují se jako selektivní (stimulační) faktory,
- činitele, které vytvářejí možnosti pro jeho lokalizaci ve vztahu nabídky teritoria a klasifikují se jako lokalizační faktory,
- činitele, které umožňují jeho faktickou realizaci a klasifikují se jako realizační podmínky (Hrala, 2001, s. 9).



Obr. 2 - Členění faktorů cestovního ruchu (Drobná, 2010, s. 8)

#### 1.4.1 Selektivní faktory

Selektivní faktory mají primární postavení především v rozvoji cestovního ruchu. Jejich prostřednictvím lze využít předpoklady pro cestovní ruch v konkrétní oblasti. Tyto faktory vyjadřují způsobilost společnosti dané oblasti nebo země podílet se na cestovním ruchu aktivně i pasivně, tzn. přijímat účastníky cestovního ruchu a stávat se jimi. Umožňují vybrat obyvatele nebo oblasti, které mají nejlepší předpoklady pro účast na cestovním ruchu. Člení se nejčastěji na předpoklady objektivní a subjektivní (Drobná, 2010, s. 19).

- **Objektivní předpoklady** – soubor faktorů, které ovlivňují cestovní ruch v území, zejména politická a bezpečnostní stabilita země, ekonomická a životní úroveň obyvatelstva, kvalita životního prostředí apod.
- **Subjektivní předpoklady** – ovlivňují rozhodování lidí o účasti na cestovním ruchu. Patří zde řada psychologických pohnutek, kterými je ovlivňováno rozhodování obyvatel k účasti na cestovním ruchu. V rozhodování často hraje významnou roli módnost návštěvy určité oblasti, vliv reklamy a propagace cestovních kanceláří nebo středisek cestovního ruchu apod., ale roli hraje i znalost cizích jazyků (Drobná, 2010, s. 19).

### 1.4.2 Lokalizační faktory

Lokalizační podmínky mají pro rozvoj cestovního ruchu druhotný význam, nicméně rozhodující postavení zauímají při umístění aktivit cestovního ruchu do určité oblasti nebo lokality. Rozhodují o funkčním využití konkrétní oblasti z hlediska přírodních možností (klíma, podnebí, vodstvo, flóra, fauna) a charakteru a kvality společenských podmínek nebo atraktivit (architektonické památky, muzea a galerie, archeologické lokality, technické památky, parky a památky lidové architektury). Přírodní atraktivity jsou jednotlivé přírodní zvláštnosti, jejichž ojedinělost a exotika činí konkrétní oblast pro cestovní ruch přitažlivější. Společenské podmínky a atraktivity uspokojují především poptávku po vzdělání a zábavě. Kulturně - historické památky a atraktivity tvoří uměle vytvořené složky, které zahrnují takové atraktivity cestovního ruchu, které svou hodnotou přitahují určitý okruh návštěvníků. Mezi významné představitele lokalizačních faktorů patří památky zařazené do kulturního světového dědictví lidstva a zapsané do seznamu UNESCO (Hrala, 2001, s. 13 - 24).

### 1.4.3 Realizační předpoklady

Realizační podmínky umožňují uskutečnit nároky účastníků cestovního ruchu v oblastech nebo střediscích s příznivými lokalizačními podmínkami. Umožňují dopravit se do těchto míst a využívat je k pobytu, rekreaci a dalším aktivitám. Dělí se na dopravní předpoklady a materiálně - technické.

- **Doprava** patří mezi základní podmínky realizace, zajišťuje spojení mezi výchozím místem účastníka a navštěvovanou oblastí. Současně tak rozhoduje o využívání prostoru cestovním ruchem, vůči kterému vystupuje jako základní služba.
- **Materiálně - technickou základnu** vyjadřují vybavení území ubytovacími, stravovacími, zábavními, kulturními, sportovními a dalšími zařízeními, které uspokojují potřebu účastníků cestovního ruchu. Kapacita těchto zařízení je do jisté míry určující pro množství návštěvníků, kteří mohou dané území využít (Drobná, 2010, s. 19).

## 2 ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA JIHOMORAVSKÉHO KRAJE

Jihomoravský kraj se nachází v jihovýchodní části České republiky a na jižní straně hraničí s Rakouskou a Slovenskou republikou. Ze západní strany sousedí s Jihočeským krajem, zejména s krajem Vysočina, ze severu s krajem Pardubickým, z východní strany s krajem Olomouckým a Zlínským. Samotné území kraje je vymezeno územími sedmi okresů: Blansko, Brno-město, Brno-venkov, Břeclav, Hodonín, Vyškov a Znojmo. S rozlohou 7 195 km<sup>2</sup> je Jihomoravský kraj čtvrtým největším krajem České republiky. I přes výrazný průmyslový vliv je kvalita přírody vysoká. Na území kraje se nachází národní park, tři chráněné krajinné oblasti a 284 maloplošných chráněných území. Střed kraje je ovlivněný metropolí Brnem, které zajišťuje velké množství pracovních příležitostí a kulturního vyžití. Jižní Morava je malebný region, který je specifický zejména pohostinností místních obyvatel, stále živým folklórem a lidovými tradicemi. Je turisticky nejvyhledávanější oblastí a je považován za nejslunnější region u nás. Každoročně oblast navštíví přibližně 1 300 000 turistů. Přírodní podmínky Jihomoravského kraje jsou velmi pestré. V severní části kraje, v okrese Blansko, se nachází velké množství lesů a rozsáhlých jeskynních komplexů Moravského krasu. Zde se také nachází největší česká propast Macocha s hloubkou 138,5 metrů. V jižní části kraje v okresech Znojmo, Břeclav a Hodonín dominují plochy polí, luk a vinic a nachází se zde Národní park Podyjí. Ve východní části kraje se zvedá pohoří Bílých Karpat, které je známé svou vysokou ekologickou hodnotou. Bohatou historií kraje dokazují i archeologická naleziště, zámky, hradní zříceniny, kostely a synagogy. Nedaleko Brna leží bojiště jedné z nejkrvavějších napoleonských válek, která je známá jako bitva tří císařů u Slavkova. Na území kraje se také hojně udržují lidové slavnosti jako fašanky, hody, jarmarky, festivaly a nachází se zde i řada unikátních vinařských staveb (DHV CR, 2007).

### 2.1 Turistické oblasti Jihomoravského kraje

Jihomoravský kraj patří mezi turisticky nejatraktivnější kraje České republiky a je rozčleněn do pěti turistických oblastí:

Tab. 2 - Přehled turistických oblastí JMK (DHV CR, 2007)

Přehled turistických oblastí JMK			
Turistická oblast	Dominující forma CR	Doprovodná forma CR	Vybrané turistické atraktivity
<b>Brno a okolí</b>	Veletržní a kongresová turistika, kulturně - historicko-poznávací	Nákupní CR Cykloturistika Golfová turistika Gastronomický CR	Vila Tugendhat (UNESCO) Hrad Špilberk a Veverčí Katedrála Sv. Petra a Pavla Slavkovské bojiště Brněnské výstaviště Masarykův okruh
<b>Moravský kras a okolí</b>	Přírodně - poznávací turistika	Pěší turistika Cykloturistika Venkovská turistika Léčebný CR Kulturně - poznávací	CHKO Moravský kras Propast Macocha a Punkevní jeskyně Hrad Pernštejn Hrad a zámek Boskovice, židovská čtvrť
<b>Pálava a Lednicko - valtický areál</b>	Kulturně - poznávací Vinařská turistika	Cykloturistika Pobyt u vody Venkovský CR Lázeňský CR	Lednicko - valtický areál (UNESCO) Zámek a lázně Lednice Biosférická rezervace UNESCO CHKO Pálava Vinařské stezky Novomlýnské nádrže Aquapark Pasohlávky
<b>Znojensko a Podyjí</b>	Vinařská turistika Kulturně-přírodně-poznávací turistika	Venkovská turistika Cykloturistika Léčebný CR Nákupní turistika	Národní park Podyjí Vodní nádrž a zámek Vranov Hrad Bítov Vinařské stezky
<b>Slovácko</b>	Etnografická turistika Vinařská turistika Kulturně a přírodně poznávací turistika	Venkovská turistika Cykloturistika Léčebný CR	Biosférická rezervace UNESCO Bílé Karpaty Archeologické naleziště Mikulčice Zámek Milotice Templářská tvrz a sklepy v Čejkovicích

### 2.1.1 Brno a okolí

Brno je krajským městem Jihomoravského kraje a centrem jižní Moravy. Má 380 000 obyvatel a je druhým největším městem České republiky. Nachází se zde i druhé největší mezinárodní letiště v České republice – Letiště Brno - Tuřany. Město Brno je centrem obchodu, vědy, výzkumu, inovací, hitech technologií, IT a telekomunikací, výstavnictví, kongresů a zároveň je druhým největším centrem vzdělání v ČR. Jihomoravský kraj s brněnskou metropolí patří mezi 50 nejinnovativnějších regionů Evropy. Sídlí zde rovněž nejvyšší orgány justice – Ústavní soud, Nejvyšší soud, Nejvyšší správní soud, Nejvyšší státní zastupitelství. Ve městě se nachází řada kulturních a historických památek: Hrad Špilberk, Hrad Veveří, Stará a Nová radnice, Katedrála sv. Petra a Pavla a Denisovy sady, Brněnské podzemí, Mahenovo divadlo, Janáčkovo divadlo aj. Každoročně se na brněnském Masarykově okruhu konají automobilové a motocyklové závody evropské i světové úrovně, mimo jiné motocyklová Grand Prix ČR. Výjimečnost regionu spočívá v dokonalém spojení všech možností velkoměsta s řadou turistických cílů v blízkém okolí. Jedním z nejatraktivnějších míst je památková zóna Slavkovské bojiště, kde se roku 1805 odehrál jeden z největších střetů napoleonských válek – bitva u Slavkova (Jižní Morava, © 2014).

### 2.1.2 Moravský kras

Moravský kras patří mezi nejvýznamnější krasové oblasti ve střední Evropě. Pod zemským povrchem jsou zde ukryty rozsáhlé komplexy krápníkových jeskyní, jejichž přítomnost prozrazují další zvláštnosti – propadání vodních toků, ponorné říčky, závrtky a poklesy terénu včetně hlubokých údolí s vápencovými skalními útesy, které slouží jako vynikající horolezecké terény. Na celém území lze spatřit unikátní živé i neživé přírody, četné archeologické, paleontologické i kulturní památky a je známo více než 1100 jeskyní, z nichž pět je přístupných veřejnosti - jeskyně Balcarka, jeskyně Kateřinská, jeskyně Punkevní, jeskyně Sloupsko-šošůvské a jeskyně Výpustek. Punkevní jeskyně s možností plavby na podzemní říčce Punkvě je spojená s prohlídkou dna propasti Macocha, Kateřinská jeskyně je známá unikátními hůlkovými stalagmity, jeskyně Balcarka s bohatou a barevnou krápníkovou výzdobou a Sloupsko-šošůvské jeskyně, tvořené mohutnými chodbami a podzemními



propastmi. Příjemné a zdravé přírodní prostředí je ideální pro pobyt a sporty ve volné přírodě – pěší a lyžařská turistika, cykloturistika a jízda na koni. Vedle přírodních krás je možnost vidět také zajímavé církevní stavby, zámky, zříceniny několika hradů, zajímavé technické stavby i židovské památky (Chráněná oblast Moravský kras, © 2014).

### 2.1.3 Znojensko a Podyjí

Turisticky oblíbená je oblast Podyjí a rekreační oblast kolem Vranovské přehrady. „Slunné a úrodné nížiny, ovocné sady a proslulé vinohrady střídá malebná pahorkatina a hluboká údolí několika řek, z nichž nejslavnější je Dyje, jež střeží několik hradů a zámků. Kolem jejího hraničního toku s četnými meandry se rozkládá nejmenší národní park České republiky, Podyjí, se skalnatými i zalesněnými svahy, vřesovišti, unikátními lesostepmi a hustou sítí značených turistických cest a cyklostezek“ (Jižní Morava, © 2014). Centrem regionu je starobylé město Znojmo, druhé největší město Jihomoravského kraje a zároveň středisko vyhlášené vinařské oblasti. Historické město leží na hranicích s Rakouskem a je centrem úrodného kraje vinic a ovocných sadů. Pohádkový hrad činí město malebnějším a atraktivní je pro turisty i návštěva znojemského podzemí. Město je rájem cyklistů, milovníků vína a historie (Jižní Morava, © 2014).

### 2.1.4 Pálava a Lednicko - valtický areál

„Kraj lužních lesů, vinic a úrodných polí v nejjihnějším cípu Moravy je známý bohatou historií, folklorními tradicemi a četnými stavebními památkami“ (JENA Šumperk, © 2013). Teplý a nížinný charakter v oblasti soutoku řek Dyje a Moravy daly vzniknout typickému přírodnímu společenství – lužní krajíně s největším dochovaným zbytkem lužního lesa na území Evropy. Mimořádnost území dokládá fakt, že se v těsné blízkosti nachází dvě oblasti pod ochranou UNESCO – biosférická rezervace Dolní Morava a kulturní krajina Lednicko - valtický areál, což je přibližně 200 km<sup>2</sup> komponované krajiny (pravděpodobně nejrozsáhlejší na světě) se dvěma zámky, četnými salety, tj. drobnými romantickými stavbami jako jsou kolonády, sochy a lesní chrámy, zámečky apod. zasazenými v krajíně, která z parkových zahrad

zvolna přechází v krajinu vkusně doplněnou vzácnými druhy stromů, vybudovanými rybníky ad. (JENA Šumperk, © 2013).

### **2.1.5 Slovácko**

Pro Moravské Slovácko je typický především bohatý folklor s tradicemi lidových písní, krojů, tanců, slavností a tradičních řemesel. Přírodní hranici území vytváří na severu hluboké listnaté lesy Ždánického lesa a pohoří Chřiby, na jihu hřeben Bílých Karpat, biosférické rezervace UNESCO s orchidejovými loukami a vzácnou florou a faunou. Slováckem protéká řeka Morava a vytváří nádherné meandry, lemované lužními lesy. Atmosféru dotváří osobitá vinařská turistika, unikátní vodní cesta Bařův kanál, stavební památky církevní i světské architektury, zajímavé archeologické lokality a množství ojedinělých folklorních akcí a festivalů (JENA Šumperk, © 2013).

### 3 CESTOVNÍ RUCH V JIHOMORAVSKÉM KRAJI

V Jihomoravském kraji dominuje městský a kulturně - poznávací cestovní ruch. Celoroční městský cestovní ruch se uplatňuje v Brně a Znojmě, dovolená v přírodě a letní rekreace u vody se soustřeďuje u Vranovské přehrady a na Nových Mlýnech; pro příměstskou rekreaci má význam také Brněnská přehrada. Město Brno je největším centrem veletrhů a výstav v ČR, na brněnském výstavišti je pořádáno ročně několik desítek mezinárodních akcí, a zároveň je významným kongresovým centrem. Lázeňství reprezentují Jihomoravské lázně (lázně v Hodoníně a Lednicko - valtickém areálu) a nový Aquapark Pasohlávky. Jelikož nabídka přírodních atraktivit se omezuje pouze na letní sezónu, případně příznivé počasí, proto jsou v rozvoji cestovního ruchu důležité i kulturně - historické předpoklady. Vedle klasických historických objektů je kulturní nabídka kraje v porovnání s ostatními regiony obohacena o typický jihomoravský folklór (zvyky, lidové tradice, slavnosti) – Moravské a Hanácké Slovácko a na něj napojený fenomén vinařství. Jihomoravský kraj má bohatou historii, množství architektonických památek, z nichž některé se nachází na seznamu památek UNESCO, chráněných krajinných oblastí, mnoho příležitostí pro turistiku nebo cykloturistiku, rozlehlé vinařské oblasti, bohatství lidových písní a krojů a dosud živých lidových tradic (DHV CR, 2007). V posledních letech na jižní Moravě stále roste zájem domácí i zahraniční klientely po vinařské turistice. V této formě cestovního ruchu se spojují jak místní tradice pěstování a výroby vína, tak návštěva přírodních a kulturních památek, cykloturistika a další aktivity. Chybí zde však z důvodů strategického rozvoje podpora městského, kulturně - poznávacího a lázeňského cestovního ruchu a podpora související s udržením tradic na jižní Moravě (Vystoupil, Šauer, 2009).

V roce 2013 se v hromadných ubytovacích zařízeních v Jihomoravském kraji ubytovalo 1 178,7 tisíc hostů, což tvoří 8,5 % všech návštěvníků České republiky. Do Jihomoravského kraje přijel druhý nejvyšší počet návštěvníků a kraj se umístil jako druhý nejnavštěvovanější za hlavním městem Prahou, kde cestovalo téměř 40 % z celkového počtu hostů. Tuzemští návštěvníci v Jihomoravském kraji tvořili 62,8 % celkového počtu hostů. Meziročně se v kraji zvýšil počet návštěvníků ze zahraničí, a to o 9,3 % (3. nejvyšší nárůst mezi kraji), počet domácích hostů

vzrostl o 6 % (2. nejvyšší mezi kraji). Zahraničních návštěvníků přijelo 189,1 tisíc, tedy o 4,4 % resp. o 8,0 tisíc hostů více. Nejvíce zahraničních hostů přijíždí tradičně ze sousedních zemí, Polska (88,7 tisíc), Slovenska (58,4 tisíc), Německa (47,6 tisíc), jak je patrné z tabulky níže.

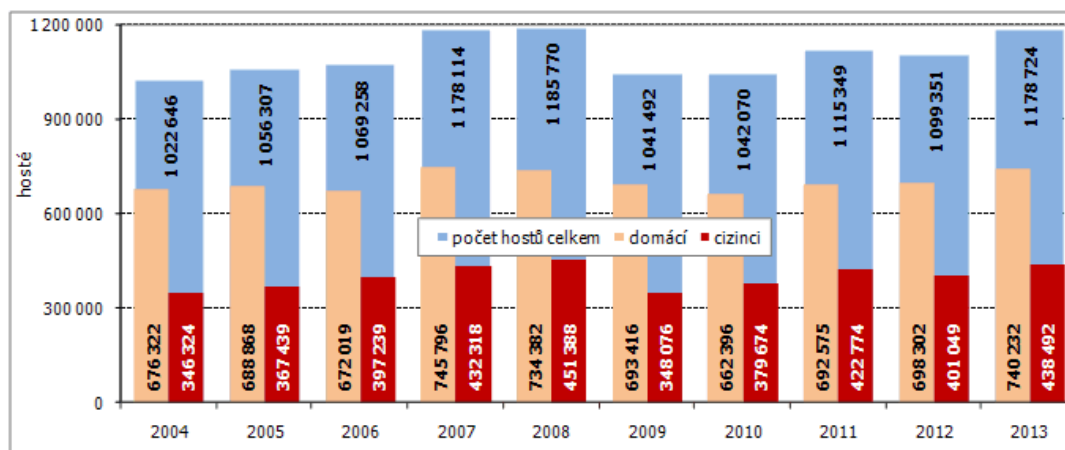
*Tab. 3 - Příjezdový cestovní ruch na Jižní Moravě (národnost, počet návštěvníků)  
(ČSÚ, © 2014)*

2009	2010	2011	2012	2013
1. Polsko 69 099	1. Polsko 73 649	1. Polsko 83 752	1. Polsko 77 803	1. Polsko 88 729
2. Slovensko 49 108	2. Slovensko 49 905	2. Slovensko 53 853	2. Slovensko 53 996	2. Slovensko 58 422
3. Německo 43 085	3. Německo 43 488	3. Německo 46 033	3. Německo 45 320	3. Německo 47 622
4. Rakousko 20 904	4. Rakousko 23 091	4. Rusko 31 076	4. Rusko 30 648	4. Rusko 31 927
5. Itálie 17 260	5. Rusko 21 497	5. Rakousko 23 652	5. Rakousko 23 816	5. Rakousko 25 775
6. Litva 16 348	6. Itálie 18 386	6. Itálie 19 505	6. Itálie 17 030	6. Itálie 18 639
7. Rusko 14 714	7. Litva 15 209	7. VB 12 088	7. Litva 12 857	7. Jižní Korea 14 567
8. VB 11 607	8. VB 12 079	8. Nizozemsko 10 972	8. VB 12 857	8. Litva 14 229
9. Nizozemsko 8 819	9. Jižní Korea 11 997	9. US 8 845	9. Nizozemsko 9 542	9. VB 12 847
10. Maďarsko 8 339	10. Nizozemsko 9 432	10. Francie 8 294	10. US 9 359	10. Estonsko 8 520

Dvě třetiny zahraničních návštěvníků jsou pouze jednodenní návštěvníci. V porovnání s rokem 2012 hostů přibýlo a strávili i více nocí, 8 % nárůst počtu přenocování byl mezi kraji nejvyšší. Přesto průměrný počet přenocování připadající na jednoho hosta zůstal i nadále nejnižší v zemi, průměrně dvě noci a průměrná délka pobytu jednoho hosta činila tři dny. Počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních Jihomoravského kraje dosáhl v roce 2013 více než 2,3 milionu, mezitím se zvýšil o 7,8 %, což byl nejvyšší nárůst mezi kraji. Je však třeba také uvést, že ke zvýšení počtu přenocování došlo pouze v 6 krajích ČR a vývoj byl zcela odlišný u přenocování cizinců a domácích hostů. Zatímco počet přenocování domácích hostů se snížil v 9 krajích, počet přenocování hostů z ciziny se snížil jen ve 3 krajích, a pouze v Plzeňském kraji došlo k poklesu počtu přenocování u obou kategorií. Na druhé straně patří Jihomoravský kraj mezi tři kraje (spolu s Olomouckým a Zlínským), ve kterých vzrostl počet přenocování u domácích i zahraničních hostů. Počet přenocování zahraničních hostů se zvýšil výrazněji, a to o 10,7 %, počet přenocování tuzemských hostů se zvýšil o 6,5 %. Průměrný počet přenocování na jednoho hosta je nejvyšší v Karlovarském kraji (6 nocí), naopak Jihomoravský kraj s počtem přenocování dvě noci je mezi posledními.

Tab. 4 - Průměrný počet přenocování a délky pobytu – rok 2012 (ČSÚ, © 2014)

Česká republika	Průměrný počet přenocování	Průměrná doba pobytu
	2,9	3,9
Hlavní město Praha	2,5	3,5
Středočeský kraj	2,5	3,5
Jihočeský kraj	2,9	3,9
Plzeňský kraj	2,5	3,5
Karlovarský kraj	6,0	7,0
Ústecký kraj	2,8	3,8
Liberecký kraj	3,4	4,4
Královéhradecký kraj	3,5	4,5
Pardubický kraj	2,8	3,8
Kraj Vysočina	2,7	3,7
Jihomoravský kraj	2,0	3,0
Olomoucký kraj	3,5	4,5
Zlínský kraj	3,2	4,2
Moravskoslezský kraj	3,0	4,0



Obr. 3 - Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie v JMK (ČSÚ, © 2014)

Z výše uvedeného obrázku vyplývá, že počet návštěvníků v hromadných ubytovacích zařízeních je stále rostoucí. Nejvyšší nárůst byl zaznamenán v letech 2007 a 2008. Ekonomická a hospodářská krize se dotkla i oblasti cestovního ruchu, kde v roce 2009 a 2010 byl zaznamenán pokles příjezdů domácích i zahraniční turistů, kteří měli spíše sklony k úsporám, než ke spotřebě ve službách. Na druhou stranu od roku 2011 dochází k oživení a postupnému růstu počtu příjezdů. V letech 2009-2011 navštívilo 87 % návštěvníků Jihomoravského kraje pouze destinace v jihomoravském kraji. Nejnavštěvovanějšími místy byly: Brno, Hodonín, Břeclav, Hatě a Znojmo. Podle statistických údajů nejvíce návštěvníků z tuzemska i ze zahraničí přijíždí do Jihomoravského kraje v červenci a srpnu, následují měsíce červen a září. Ze statistických údajů jsou pro turisty největší atraktivita památky, příroda, a další rekreační aktivity, mezi nimiž má význam cykloturistika a vinařská turistika. Trh cestovního ruchu je utlumený v zimních měsících - lednu, únoru a prosinci (Český statistický úřad, © 2014). Je to způsobeno tím, že delší svahy nebo udržované běžecké trasy jsou v kraji ojedinělé. Lyžování je jen pro nenáročné, neboť kraj nepatří k regionům s vysokým potenciálem pro rozvoj zimní turistiky. K překonání těchto sezónních výkyvů se uplatňují investiční aktivity kraje, města a soukromých firem. Jako příklad lze uvést otevření brněnského nebo znojemského podzemí, aquaparku v Pasohlávkách (Vystoupil, Šauer, 2009). Z hlediska hlavního důvodu návštěvy do Jihomoravského kraje cestuje velmi pestré složení návštěvníků.

Nejvíce příjezdů je za nákupy (42 %), dále na návštěvy příbuzných a známých (19 %), na dovolené (18 %), za prací (14 %).

Stále rostoucí počet turistů míří do Jihomoravského kraje, neboť je pro ně atraktivní pohostinnost místních obyvatel, vinařská kultura a folklór. V posledních letech jsou velmi oblíbené festivaly otevřených sklepů a pochody za burčákem, které se stávají významným fenoménem dnešní doby. Ročně přijíždí desítky tisíc turistů kvůli krojovaným hodům, velkým přehlídkám folklóru a festivalům, které jsou skutečně pro diváky atraktivní.

### 3.1 Základní podmínky pro rozvoj cestovního ruchu

Jihomoravský kraj přináší návštěvníkům rozmanitou krajinu se zachovalým přírodním bohatstvím, velké množství historických a kulturních památek, tradicí i moderním životním stylem, lázněmi a špičkovou lékařskou péčí, kulturním životem, vzdělávacími aktivitami a v neposlední řadě gastronomickými zážitky spojenými s regionálním vínem. Nachází se zde čtyři lokality zapsány do seznamu světového kulturního dědictví UNESCO – Lednicko-valtický areál, vila Tugendhat v Brně a dvě biosférické rezervace UNESCO, Dolní Morava a Bílé Karpaty. Mezi přírodními atraktivitami vyniká také Národní park Podyjí. K přednostem kraje patří vinařská turistika a folklórní tradice a lidová kultura, neboť se na území kraje hojně udržují lidové slavnosti jako fašanky, hody nebo festivaly. Svůj význam má i cykloturistika. Jižní Morava má kromě dálkových a regionálních cyklotras i unikátní Moravskou vinnou stezku (Moravsko-slezská dálková cyklotrasa, Greenways, Jantarová stezka, cyklotrasa Brno – Vídeň). Bohatou historií Jihomoravského kraje dokazují také zdejší archeologická naleziště, zámky, hradní zříceniny, kostely a synagogy. Nelze opomenout ani metropoli Brno, která má své výsadní postavení se svými kulturními památkami. U Slavkova u Brna leží známé bojiště z napoleonských válek (Krajský úřad Jihomoravského kraje, © 2010).

Z pohledu mezinárodního turismu mají na území kraje přední postavení krajinné a kulturně historické areály, a to Lednicko – valtický a Moravský kras. Podobné postavení se svými kulturními památkami zaujímá i metropole Brno. Nelze opomenout ani význam Masarykova okruhu, který každoročně přiláká velké

množství našich i zahraničních příznivců motoristických závodů. Nabídku ubytovacích služeb v kraji zabezpečuje 507 hromadných ubytovacích zařízení, jako jsou hotely, motely a kempy (Holeček, Jan et al., 2013).

### **Rozhodující formy CR v kraji se zdůvodněním jejich prioritního významu:**

- **Přírodní předpoklady**

Přírodní podmínky Jihomoravského kraje jsou dány jeho reliéfem, hydrologickými, klimatickými a biografickými podmínkami. Jde především o zajímavě členitý terén hlubokého údolí Dyje nad Znojmem, který je chráněn v národním parku Podyjí. Území představuje nejzachovalejší, nezalidněný, lidmi téměř nedotčený prostor, jaký ve střední Evropě neexistuje. Na tomto stavu má však významný podíl skutečnost, že území bylo v letech 1948 - 1989 jako hraniční pásmo veřejnosti nepřístupné. Druhou oblastí, kde se uplatňují specifické prvky reliéfu je území Moravského krasu. Tato největší a nejvýznamnější krasová oblast s vyvinutými formami povrchového a podzemního krasu, ale i unikáty živé přírody a archeologickými památkami, v sobě skrývá především turisticky atraktivní jeskyně. Díky zmíněným přírodním atraktivitám je území CHKO velmi exponovanou turistickou oblastí. Návštěvnost se koncentruje zejména do oblasti Punkevních jeskyní a propasti Macochy. Společně s ostatními jeskyněmi Moravského krasu ji navštíví okolo 400 tis. osob ročně. Charakter pobytu v CHKO je typicky sezónní (přes léto) a krátkodobý (obvykle do jednoho dne). Pro přírodní předpoklady je také podstatný výběžek Západních Karpat, který nejvýznamněji vystupuje v oblasti Pavlovských vrchů. Jde o vápencové bradlo s úpatními lesy, stepi a teplomilnou květenou. Dominantou je nejvyšší vrchol (Děvín 550 m.n.m.) se zříceninou Dívčího hradu. Pro cestovní ruch je významná vazba na blízký Lednicko - valtický areál, město Mikulov a vodní plochu Mušovských jezer. Přírodně hodnotným územím je i výběžek Bílých Karpat, který je možné spojit s ekologicky velmi zachovalým prostředím, což potvrzuje i zařazení této lokality (společně s Dolní Moravou) na seznam biosférických rezervací UNESCO. Předpoklady pro rozvoj rekreace u vody lze nalézt na Vranovské a Brněnské přehradě nebo Novomlýnských nádržích. Bariérou dalšího rozvoje je zejména kvalita vody, kterou poškozují tvorba sinic. Podmínky pro rozvoj vodní



turistiky jsou omezené pouze na Bařův kanál a provozování turistické lodní dopravy (Vystoupil, Šauer, 2009)

- **Kulturně-historické předpoklady**

Kulturně - historické předpoklady hrají v rozvoji cestovního ruchu Jihomoravského kraje zásadní roli. Příznivé příležitosti pro rozvoj městské turistiky s městskou památkovou zónou vytváří památky UNESCO (Lednicko - valtický areál - jedna z našich jedenácti památek světového kulturního dědictví v seznamu UNESCO, vila Tugendhat), městské památkové rezervace (Brno, Znojmo, Mikulov) a dalších jedenáct měst a obcí (např. Lomnice, Boskovice, Strážnice, Valtice). Nevýhodou této formy cestovního ruchu je její krátkodobý charakter. Zejména zahraniční návštěvníci navštěvují města v rámci tranzitu na turistických osách Praha – Brno - Vídeň, resp. Praha - Vídeň, Polsko – Olomouc – Brno - Vídeň či v příhraničním pásmu okresů Břeclav a Znojmo. Zásadní význam lze v kraji přisoudit dvěma kulturně historickým krajinným areálům, a to Lednicko - valtickému areálu a Slavkovskému bojišti. Přírozené komplexní spadové centrum Jihomoravského kraje je krajská metropole Brno. Na území druhého největšího města České republiky se nachází velké množství historických památek. Brno je také střediskem kulturních akcí s velkým počtem galerií, kin, muzeí a divadel. Každoročně zde probíhá mezinárodní soutěž ohňostrojů a velké množství návštěvníků do města přiláká i Masarykův okruh, který je střediskem motoristických závodů. Nadnárodního významu dosahuje okruh pořádáním závodu silničních motocyklů Grand Prix České republiky, který je součástí světového seriálu MotoGP. Z dalších významných kulturně historických památek můžeme jmenovat zámky Vranov nad Dyjí, Lednice na Moravě, Slavkov u Brna, Bučovice a Boskovice, hrad Bítov. Atraktivním cílem pro cestovní ruch mohou být i církevní stavby – např. barokní kostel ve Křtinách, apod. (Vystoupil, Šauer, 2009). Region má největší počet hradů a zámků v zemi - gotické pevnosti Pernštejn a Cornštejn, klášter Porta coeli v Předklášteří, renesanční zámky v Blansku a Bučovicích, barokní šlechtické sídlo v Miloticích, Boskovice s rázovitou židovskou čtvrtí, Mikulov se Svatým kopečkem či starobylé Znojmo s tajuplným podzemím a památnou rotundou, pohádkové zámky Vranov nad Dyjí a Bítov, zámecká rezidence ve Slavkově u Brna, která je proslavená napoleonskou bitvou z r. 1805

nebo Lednicko - valtický areál, nejrozsáhlejší komponovaná krajina na světě a zároveň památka UNESCO. V regionu se nachází pět památek světového dědictví UNESCO: vila Tugendhat v Brně, Lednicko - valtický areál (kulturní dědictví), Biosférická rezervace Pálava, Bílé Karpaty, Slováký Verbuňk (Jižní Morava, © 2014).

- **Turistická infrastruktura**

Sportovně - rekreační infrastrukturu zastupuje několik krytých i otevřených zimních stadionů, aquaparky (s celoročním využitím), moderně vybavená fitness centra, jezdecké kluby i sportovní areály, kde je možné hrát tenis, squash, badminton, ricochet nebo bowling. Dopravní turistickou infrastrukturu představuje mnoho dálkových i regionálních cyklotras. Díky půjčovnám kol a husté síti cyklostezek lze naplánovat výlety všech stupňů délky a obtížnosti, na brněnském Masarykově okruhu si na své přijdou dokonce i milovníci rychlých kol a sportovní střelby. Důležité místo zaujímá také mezinárodní letiště v Brně - Tuřanech s odlety do několika evropských turistických destinací. Golfová hřiště pro specifickou klientelu jsou zastoupena kvalitními komplexy v Jinačovicích, Kořenci a ve Slavkově u Brna. Velká koncentrace turistických tras a naučných stezek je vázána na dvě CHKO – Moravský kras a Pálavu, resp. Lednicko-valtický areál. Především pro mladší klientelu jsou určena zábavní centra, např. westernové městečko Wild West City v Boskovicích, aj. (Jižní Morava, © 2014). Kulturní akce a různé festivaly v současné době pořádají všechna města, ale i v malých obcích se zvyšuje množství kulturních akcí lákajících návštěvníky na tradiční výrobky a tradiční venkovská řemesla. (Vystoupil, Šauer, 2009).

- **Veletržní, kongresový a incentivní cestovní ruch**

Nejdelší tradici v pořádání výstav a veletrhů má město Brno, resp. BVV Veletrhy Brno, a.s. Představuje dlouholetou tradicí, ze všech veletrhů v ČR má největší krytou výstavní plochu a počtem pravidelných akcí v roce překračuje hranici 40 uspořádaných akcí za rok. Navštíví jej ročně okolo 1 mil. návštěvníků. V areálu se konají zejména mezinárodní veletrhy, kongresy, sjezdy, koncerty a další významné akce. Oproti tradici veletržního cestovního ruchu je kongresová turistika relativně

mladá, ovšem o to většího významu v současnosti nabývá. Projekty incentivního cestovního ruchu v současném pojetí (jako proklamovaná wellness centra či kongresová centra) nelze považovat ani je zařadit z hlediska jejich funkce a prostorové lokalizace do „zbožných“ kategorií regionálního významu (Jižní Morava, © 2014).

- **Jihomoravský folklór a vinařství**

Vedle klasických historických objektů je kulturní nabídka kraje v porovnání s ostatními regiony ČR obohacena o typický jihomoravský folklór (zvyky, lidové tradice, slavnosti) a na něj napojený fenomén vinařství. Mezi nejznámější střediska vinařské turistiky patří Valtice, Mikulov, Pavlov, Šatov, Nový Šaldorf, historické vinice Šobes v NP Podyjí, Velké Bílovice a Velké Pavlovice, Čejkovice, Mutěnice, aj. Jižní Morava má bohatou vinařskou tradici, vinná réva se zde pěstuje již od dob Římanů a tradice dlouhá dva tisíce let je zde znát téměř na každém kroku. Více než 96 % vinic v naší zemi se nachází právě na jihu Moravy. Unikátností kraje je produkce ledového a slámového vína. Pro turisty přijíždějící do tohoto kraje je velmi atraktivní posezení ve vinném sklepě s cimbálem a gastronomickými specialitami, procházka památkovou rezervací vinných sklepů, prohlídka stálých vinařských expozic v Mikulově, ve Znojmě a Hustopečích. S vinařskou kulturou se lze seznámit také při návštěvě vinařských vesniček podél 1 200 kilometrů moravských vinařských stezek nebo účasti na tradičním podzimním vinobraní. V posledních letech se těší velké oblibě Pálavské a Znojenské vinobraní a za návštěvu stojí určitě i Národní vinařské centrum – Salon vín ve Valticích (DHV CR, 2007).

- **Lázeňství**

Několik let trvaly snahy o vybudování lázeňské a rekreační zóny v oblasti Mikulovska a Břeclavska, a až na konci roku 2006 byly založeny Jihomoravské lázně a.s. - Lázně Hodonín a Lázně Lednice (nachází se přímo v Lednicko - valtickém areálu). Základním přírodním léčivým zdrojem v lázních je jodobromová minerální voda, která patří mezi nejkvalitnější vody v Evropě. Toto území disponuje významnými zdroji geotermální vody s teplotou 40 - 46°C. Termální vody z těchto

zdrojů v oblasti Pasohlávky - Mušov dosahují v ČR ojedinělé kvality a využívá jejich blahodárných účinků i nově otevřený Aquapark Aqualand Moravia. Pasohlávky se nacházejí 40 km od Brna a jsou tedy velmi dobře dopravně dostupné. Aquapark láká svou nabídkou turisty z Čech i zahraničí, kteří mohou návštěvu skloubit s ochutnávkami vín z jihomoravských sklípků. Z hlediska významnosti se jedná o největší projekt v cestovním ruchu v Jihomoravském kraji v posledních letech, díky němuž se výrazným způsobem zatraktivnila tato oblast (Lázně Jihomoravský kraj, © 2009 – 2014).

### 3.2 Strategie rozvoje v Jihomoravském kraji

Strategie rozvoje cestovního ruchu vychází ze skutečnosti, že Jihomoravský kraj je oblastí, jež je:

- z pohledu cestovního ruchu tradičně považovaná za atraktivní a má dostatečně různorodou a pestrou nabídku,
- administrativně celistvá a lze ji považovat za dostatečně konzistentní a homogenní,
- krajem vína, přátel a pohostinných lidí, kteří ctí lidské a kulturní hodnoty a svou identitu turistické destinace dosud hledá (ČCCR, © 2003).

Tajemník Folklorního sdružení České republiky podotkl, že vztah folklóru a cestovního ruchu není novým jevem, ale jedním z dlouhodobých programových cílů Folklorního sdružení ČR, zakotvených i ve stanovách sdružení. V posledních letech narůstá zájem veřejnosti o folklórní aktivity, což prokazuje vznik téměř padesáti nových národopisných slavností a mezinárodních folklórních festivalů v posledních dvaceti letech. Folklórní aktivity mají cestovnímu ruchu co nabídnout. Návštěvnost turistů mohou pomoci iniciovat zvyšováním kvality programu, zkvalitňováním i výraznějším rozšířením informací o jejich konání a přípravou komplexně zpracované turistické nabídky, na kterou bohužel samotným organizátorům folklórních akcí nezbyvá dost sil a času (Folklor, 2013). Turisty láká přírodní bohatství, památky, pohostinnost obyvatel, vinařská kultura a folklór. Po festivalech otevřených sklepů a pochodech za burčákem má jižní Morava další fenomén. Pro čím dál více turistů z Čech i zahraničí se jím stává folklór. Ročně kvůli krojovaným hodům či festivalům přijíždí desítky tisíc. Zvyky udržované ve zdejších

vesnicích, třeba při krojovaných hodech, je fascinují. Hody a velké přehlídky folklóru, jako například Strážnice a Slovácký rok v Kyjově, jsou skutečně divácky atraktivní. K propagaci folklóru pravděpodobně přispěly i snahy zapsat mužský tanec verbuňk a Jízdu králů do seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. Zájem o živé lidové tradice, krojované hody, velké folklórní festivaly nebo tradiční moravskou dechovku a cimbál rok od roku vzrůstá. Ročně přijíždí na folklórní akce do regionu desetitisíce, možná až statisíce diváků z Čech i zahraničí a zájem stále roste. Vedle vinařské turistiky se folklór stává v posledních letech fenoménem. Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava se snaží také region podporovat a zajišťuje také dobrou propagaci akcí v posledních letech, a to nejen na webových stránkách a propagačních materiálech, ale také na veletrzích cestovního ruchu (ČCCR, © 2003).

### **3.3 Rozvojová vize cestovního ruchu**

Vizí Jihomoravského kraje je stát se moderní turistickou destinací středoevropského významu. V Jihomoravském kraji nejvýznamnějším strategickým segmentem trhu jsou považováni domácí turisté, jedinci, rodiny a skupiny tvořené zejména obyvateli velkých městských aglomerací. U zahraničních turistů se kraj bude zaměřovat především na business klientelu a účastníky kongresového turistiky. Dalším významným segmentem budou evropští turisté se standardními příjmy, bez ohledu na jejich geografický původ. Svých vytyčených cílů by rád Jihomoravský kraj dosáhl prostřednictvím nové organizační a řídicí struktury cestovního ruchu. Svoji strategii založí na rozvoji přirozených turistických regionů a akcentovat bude šetrný turismus vedoucí k obecné udržitelnosti rozvoje prostoru (ČCCR, © 2003). Pro rozvoj cestovního ruchu v Jihomoravském kraji jsou stanoveny čtyři problémové okruhy, jejichž priority jsou seřazeny v tabulce níže.

Tab. 5 – Čtyři problémové okruhy v Jihomoravském kraji (ČCCR, © 2003)

Okruh	Priority
<b>Prostorové aspekty destinace</b>	a. mezuregionální spolupráce v CR b. využití polohy a přírodních charakteristik c. péče o krajinu a kulturní dědictví
<b>Technická infrastruktura a atraktivita CR</b>	d. informační systém e. sportovní turistika f. kongresová turistika g. kulturní a poznávací turistika h. zdravotní turistika i. vinařství, živá kultura a agroturistika
<b>Lidské zdroje v CR</b>	j. profesní vzdělávání k. standardy kvality l. kultura přístupu k turistům
<b>Organizace, management a marketing destinace</b>	m. destinační management CR n. zapojení podnikatelské a neziskové sféry o. marketing destinace JMK

Dle mého názoru by se strategická vize cestovního ruchu měla především zaměřit na prezentaci Jihomoravského kraje jako destinaci, která turistům nabídne:

- kvalitní služby s příjemnou a vzdělanou obsluhou,
- kvalitní a přitažlivé turistické produkty a programy,
- poutavé přírodní zajímavosti, kulturně-historické zážitky, sportovní vyžití,
- bezpečné prožití dovolené domácích a zahraničních návštěvníků,
- zajímavé pracovní příležitosti v cestovním ruchu.

Cestovní ruch se významným způsobem podílí na zaměstnanosti a vytváří svým rozvojem stále nová pracovní místa, čímž tak přispívá ke snižování nezaměstnanosti a řešení problémů, které s ní souvisí. Strategickou vizí a cílem by měla být podpora především malého a středního podnikání, neboť především cestovní ruch je z větší části tvořen tímto druhem podnikání. Z toho také vychází systém priorit a podpůrných opatření. Politika podpory cestovního ruchu je v České republice uplatňována jak na národní úrovni, tak i na úrovni krajů a obcí (ČCCR, © 2003).

## 4 CHARAKTERISTICKÉ PRVKY LIDOVÉ KULTURY

V Jihomoravském kraji se s lidovými tradicemi lze setkat téměř všude. Pestré kroje, dávné obyčeje, zapomenutá řemesla, poutě, jarmarky, charakteristické nářečí, lidové písně, tance a cimbálová muzika je možné spatřit na všech moravských národopisných slavnostech. Při těchto příležitostech návštěvníci přijíždějí do této oblíbené oblasti lidových tradic, zvyků, písní a krojů a tráví zde příjemné chvíle. Velmi oblíbené jsou i návštěvy skanzenů nebo originálních řemeslnických dílen s bohatou nabídkou stylových suvenýrů (Jihomoravský kraj, © 2014). K nehmotnému dědictví také patří mužský improvizovaný tanec skočného typu tzv. Slovácký verbuňk, který se i v současnosti tančí ve většině obcí na Slovácku, a dále Jízda králů, která je zapsána do seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. Zájem o živé lidové tradice, krojované hody, poutě v lidových krojích, velké folklorní festivaly nebo i tradiční moravskou dechovku a cimbál každoročně vzrůstá. Vedle vinařské turistiky se folklor stává v posledních letech skutečně fenoménem.

### 4.1 Charakteristika folklóru a tradic

Folklór je důležitou součástí kulturního cestovního ruchu. Výraz folklór se používá více než 150 let k označení tradičních lidových, především ale slovesných projevů. Folklór lze obecně definovat jako soubor kulturních jevů, které jsou realizovány formou ústní, hudebně - zpěvní, herní, taneční a dramatické kultury. Tyto projevy se odvíjí od tradování a jsou velmi úzce spojeny se způsobem života, zvyklostmi a myšlením venkovského obyvatelstva, ale i městského lidu. Původně jím byla označována širší oblast starožitností, mezi které patří například mravy, obyčeje, obřady, pověry, balady, lidové písně, tance a přísloví dávných dob. Z detailního pohledu se člení na **slovesný** (lidové písně, pohádky, pověsti, legendy, povídky, vyprávění ze života, anekdoty, přísloví, pořekadla, pranostiky a drobné projevy), **hudební** (písně, zpěv, hudba – hudební nástroje, muzikanti), **taneční** (všechny základní druhy lidového tance jako jsou skoky, kola, figurální tance), **dramatický** (obřadní hry, obchůzky, sousedské, selské hry, loutkové divadlo). Jedná se tedy o lidovou kulturu, která plní v lidovém společenství mnoho funkcí a je jeho neoddelitelnou součástí. Ačkoli se venkovské a městské prostředí výrazně liší, lze

ve folkloru měst a obcí nalézt mnoho společných znaků. I přes vliv profesionální umělecké tvorby zůstává folklór relativně samostatný a svébytný. V nejužším pojetí byl omezený pouze na slovesná díla, jako jsou básně, písně a pohádky, které byly a jsou stále předávány po několik generací (Brouček, Jeřábek, 2007). Tradice je podle slovníku cizích slov definována jako „souhrn zvyků a zvyklostí nebo také generační dědictví“. Tradice je z tohoto pohledu kulturním dědictvím, které se předává z generace na generaci a lze do ní zařadit jak umění, rituály a morální pravidla, tak i recepty na přípravu jídel. Do tradic se kromě těchto kulturních obsahů řadí i to, co je běžné a obvyklé. Lidové tradice, obyčeje a folklórní projevy doprovází člověka již od nepaměti. Většina z nich byla vždy spojena s přírodou a jejími meziročními proměnami, dále s mýty spojenými s náboženskou vírou, tematikou. V posledních letech zejména vzhledem k rychlému vývoji vědy a techniky mnoho tradic zaniká nebo zůstávají uchovány pouze ve skanzenech. Přežívají jen ty, které obsahují prvky zábavy a dokážou tak zaujmout i člověka žijícího v moderním světě.

## 4.2 Lidové tradice a zvyky současnosti

Folklór je v České republice hluboce zakořeněn. Má největší zastoupení v Čechách, zejména na Chodsku, a po celé Moravě. Kromě kulturních a přírodních památek láká Jihomoravský kraj turisty živými tradicemi, srdečností a pohostinností. Folklór a tradice jsou zde velmi silně zakořeněné a přenášejí se z generace na generaci. Pravidelně se pořádají různé folklórní akce, ať už na oslavu sklizně vína, tzv. vinobraní, nebo hody a festivaly. Folklór se stal skutečnou součástí místního života. Typicky jsou dnes k vidění národní kroje, lidová keramika, písně, pořekadla, výzdoba původních obydlí. Současný zájem o lidovou kulturu pramení nejen z potřeby člověka cítit sounáležitost s určitým společenstvím, ale i z touhy poznat kořeny, které pomáhaly formovat naše vztahy k okolnímu světu. Dříve sloužily lidové obyčeje nejen k potěšení ducha, ale také např. jako kalendář, podle kterého se mohli lidé řídit v průběhu celého roku, neboť většina tradičních svátků a zvyků má své pevné místo ukotveno v kalendáři. Je to dáno i tím, že mnoho z nich je odvozeno z přírody a jejích celoročních proměn. S dnešním rychlým vývojem vědy a techniky je tento význam prakticky zapomenutý. I povrchní přístup moderního člověka k lidovým tradicím způsobuje postupnou ztrátu znalostí, významu a původu



jednotlivých svátků a tradic, které jsou s nimi spojené. Současná konzumní společnost a především obchodníci vyznávají raději zvyky, jejichž realizací je přínos finančního zisku. Lidové tradice jsou udržovány po celé České republice folklórními soubory, výstavami, řemesly, architekturou, ale i projevy lidové hudby a tancem (Jenerálová, Ivana, © 2010).

### **4.3 Lidová architektura a stavby**

Česká republika si uchovala mnoho památek lidové architektury. Spousta historicky cenných budov byla zachráněna díky založení skanzenů. Skanzeny představují obytná, hospodářská a jiná drobná stavení, jejichž charakteristickým rysem bývá použití místního stavebního materiálu, výstavba v duchu tradice, která vychází z představ, zkušeností a potřeb jeho tvůrců. Mnoho domků je zařízeno dobovým nábytkem a figuríny obyvatel domů dokreslují tradiční životní styl. Turisty velmi oblíbené je Muzeum jihovýchodní Moravy ve Strážnici, kde je představena expozice lidového stavitelství oblasti Slovácko. Dalším architektonickým skvostem je jeden z největších křížových sklepů na světě v Příměticích a nelze ani opomenout památkově chráněné petrovské Plže a barokní sklepy v Pavlově (Lidová architektura, © 2014).

### **4.4 Lidový tanec a hudba**

Tanec navazuje na tradici předkřesťanských obřadních a rituálních tanců, jejichž primární funkce byla magická, zábavní aj. Některé lidové tance si udržely souvislost s kalendářní či společenskou obřadností a zvyky (masopustní průvody, svatby, venkovské taneční zábavy při pohřbech, chorovod). Udržoval se zpravidla mezi obyvateli vesnic a venkovských měst. Původní funkce byla postupně oslabena nebo vymizela a byla nahrazena funkcí zábavní. Nejmladší jsou tance figurální (valčík, polka, aj.), které patří ke společenským tancům.

Lidové písně se liší nejen podle jednotlivých zemí a národů, ale i v rámci jednotlivých regionů a oblastí Česka. Lidové písně jsou takové písně, u kterých není známý jejich původní autor, tedy jedná se vždy o písně plně anonymní. Byly většinou šířeny ústním podáním, často tak, že matka doma předzpěvovala svým dětem a ty její písně odposlouchaly. Lidové písně se tímto způsobem dědí z generace na generaci.

Dalším pravděpodobným způsobem šíření pak byl společný zpěv lidových písní venkovských lidí při práci na poli, ve stodole, na zahradě či při práci doma za dlouhých zimních večerů (dračky). Společenský život byl v době, kdy neexistoval rozhlas, televize, internet a další současné komunikační vymoženosti, pravděpodobně mnohem spontánnější, lidé byli podstatně družnější, lidové muzicírování i lidový zpěv patřil k jejich běžnému, každodennímu životu, a to zejména na venkově. Lidové písně odrážejí základní povahové rysy svých anonymních tvůrců, jsou také bezprostředně ovlivněny prostředím, ve kterém vznikly a ve kterém byly dále ústně šířeny.

Tímto způsobem se dochovaly až dodnes. Lidová hudba je ryze spontánní projev lidské hudebnosti. Lidové písně jsou různě staré, i z toho lze usuzovat, že právě lidová píseň je jeden ze základních typů hudebního projevu (Brouček, Jeřábek, 2007).

#### **4.5 Lidové kroje**

Lidové kroje jsou součástí naší historie od nepaměti, neboť bezprostředně zachycují každodenní život člověka a předávají se z generace na generaci. Od narození a slavnostní křest, přes různé slavnostní chvíle provázející dětství a dospívání, jejichž vyvrcholením je svatební obřad. Krojem se obecně označuje veškerý oděv našich předků, i když v dnešní době se spíše vidí při slavnostních příležitostech, jako jsou slavnosti na Slovácku, při Jízdě králů, dožínkách na Hané nebo masopustních veselících (Langhammerová, 2001, s. 135). Dříve se oděvy pro pracovní den lišily od krojů svátečních ve svém provedení a na první pohled bylo zřejmé, zda se jedná o děvče svobodné, o vdanou ženu, nebo jede-li svatba. V krojových typech se neprojevovaly sociální rozdíly a kroj nepodléhal módě, tak jako dnešní oblečení (Lidové kroje, © 2014).

#### **4.6 Lidová řemesla**

Tradiční lidová řemesla jsou dnes nejvíce ohroženým prvkem lidové kultury. Důvodem zániku lidových řemesel je silné konkurenční prostředí a nepřipravenost řemeslníků. Existuje velké množství tradičních lidových řemesel, ale jen část se dochovala dodnes. Tradiční lidová řemesla jsou dnes k vidění na folklorních

festivalech, slavnostech, poutích apod. Zachovány zůstaly řemesla jako je modrotisk a batika, paličkovaná krajka, lidové košíkářství, malba kraslic, dekorativní pečení (vizovické pečivo), tradiční zdobený perník, dřevořezba, lidová keramika, výrobky ze šustí, řezbářství, výroba svíček z včelího vosku (Lidová řemesla, © 2014).

#### **4.7 Folklórní slavnosti**

Předchůdcem folklórních slavností byly lidové a národní slavnosti, kde byl a stále je tradičním hlavním programem průvod a lidová veselice. Nicméně hlavní důraz je kladný na pódiová vystoupení folklórních souborů a skupin. Během posledních let se neustále zvyšuje počet folklórních festivalů a slavností. Zatímco v roce 1990 bylo v České republice podobných akcí 15, v současné době je jich okolo 50 (COT Business, 2003). Unikátní postavení mezi folklórními festivaly si získal festival ve Strážnici. Poprvé se konal v roce 1946 a z celostátních slavností se rozrostl na akci mezinárodního charakteru, kde se pravidelně sjíždějí desítky souborů. Amfiteátr v zámeckém parku, vinohrad a skanzen patří poslední červnový víkend hudbě, tanci a volné zábavě. Strážnice představuje divákům folklór nejen v jeho přirozené podobě, ale také v různých úpravách a stylizacích. Tradiční součástí programu je soutěž o nejlepšího tanečníka slováckého verbuňku, o němž mohou rozhodovat i sami diváci.

#### **4.8 Folklórní soubory**

„Tradiční projevy lidové kultury (hudba a zpěv) začaly postupem času slábnout, a to bylo důvodem vzniku folklórních souborů lidových písní a tanců, které chtěly zachovat tyto původní formy lidového projevu a seznámit širší veřejnost s folklórními tradicemi. Do souborů chodí převážně mládež a děti, je to v podstatě jedna z forem tzv. volno - časových aktivit. Program souborů představuje nejen obvyklé párové tance, typické pro danou oblast, ale bývá většinou obohacen i o různé archaické tance, verbuňky, odzemky aj.“ (Folklórní soubory, © 2014).

## 5 SHRnutí TEoretických POZNATKŮ

Cestovní ruch představuje jeden z atributů moderní společnosti a cestování je běžnou součástí dnešního životního stylu. V druhé polovině dvacátého století se cestovní ruch stal významným společenským, kulturním i ekonomickým fenoménem. Dnes je důležitou součástí národních ekonomik a celého hospodářství, neboť přispívá do státních rozpočtů, podílí se na HDP a zaměstnanosti. Mezinárodní cestovní ruch se řadí svým obratem na přední místo dynamicky se rozvíjejících odvětví. Podle zdrojů UNWTO se příjezdy turistů i příjmy z mezinárodního cestovního ruchu pravidelně zvyšují. Předpokládá se, že rozvoj mezinárodního cestovního ruchu bude nadále pokračovat ve stejném tempu i v příštích letech a s rozvojem dopravních možností a postupující globalizací bude docházet ke zvyšování podílů nových regionů jako zájmových oblastí turistického ruchu. Jihomoravský kraj má velmi dobré předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Představuje turisticky atraktivní oblast, která přináší návštěvníkům rozmanitou krajinu se zachovalým přírodním bohatstvím, velké množství historických a kulturních památek, tradic i moderním životním stylem, lázněmi, špičkovou lékařskou péčí, kulturním životem, vzdělávacími aktivitami a v neposlední řadě gastronomickými specialitami spojenými s regionálním vínem. V kraji dominuje městský a kulturně poznávací cestovní ruch, přesto kulturní nabídka je obohacena o typický jihomoravský folklór a vinařskou tradici. Turisty láká přírodní bohatství, památky, pohostinnost obyvatel i vinařská kultura a folklór. Ačkoliv je Jihomoravský kraj druhým nejnavštěvovanějším regionem a přijíždí do něj zpravidla domácí turisté, nezdržují se v kraji dlouho, a proto průměrná délka pobytu zůstává i nadále nejnižší v zemi. Tendence k prodlužování pobytů jsou evidentní, neboť podle statistických ukazatelů se zvýšil počet přenocování v loňském roce pouze ve třech krajích, včetně Jihomoravského. Počet přijíždějících návštěvníků je stále rostoucí, proto by bylo dobré vytvořit zajímavé programy a produktové balíčky, které by turisty přiměly zdržet se v kraji déle. V posledních letech narůstá zájem veřejnosti o folklórní aktivity, což prokazuje vznik mnoha nových národopisných slavností a folklórních festivalů. Úspěšné jsou i otevřené sklepy a pochody za burčákem. Ročně kvůli krojovaným hodům, festivalům a zvykům udržovaných ve zdejších vesnicích přijíždí

desítky tisíc. Hody a velké přehlídky folklóru, jako například Strážnice a Slováký rok v Kyjově, jsou skutečně divácky atraktivní. V Jihomoravském kraji se lze s lidovými tradicemi a folklórem setkávat téměř na každém kroku, a nabídky pestrých krojů, řemesel, jarmarků, charakteristického nářečí, písní a tanců je velmi bohatá. Velké oblibě se těší také mužský improvizovaný tanec Slováký verbuňk a Jízda králů, která je zapsána do seznamu světového kulturního dědictví UNESCO.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 6 SWOT ANALÝZA JIHOMORAVSKÉHO KRAJE V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU

Na základě získaných informací z dostupných zdrojů bylo analyzováno prostředí Jihomoravského kraje v oblasti cestovního ruchu. Jsou identifikovány silné a slabé stránky kraje ve vztahu k příležitostem a ohrožením, jejichž původcem je vnější prostředí.

Tab. 6 – SWOT analýza Jihomoravského kraje (vlastní zpracování)

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Výborná geografická poloha</li> <li>• Dobrá dopravní dostupnost</li> <li>• Atraktivní nabídka různých druhů CR (přírodní atraktivity, historické a kulturní památky, architektura, kongresová turistika, lázeňství, vzdělávací aktivity, cykloturistika, vinařství, gastronomie, folklór)</li> <li>• Památky různých stavebních slohů (sakrální stavby, židovské, funkcionalistické, secesní, moderní památky, památky, UNESCO)</li> <li>• Bohatá historie kraje (hrady, zříceniny, archeologická naleziště, bojiště)</li> <li>• Veletržní a kongresové centrum</li> <li>• Kulturní, divadelní a univerzitní město</li> <li>• Nejdůležitější instituce soudnictví</li> <li>• Velmi dobrá zdravotní péče (špičkoví lékaři, zařízení, technologie, výzkumy)</li> <li>• Druhé největší centrum vzdělání v ČR</li> <li>• Folklórní a lidové slavnosti, festivaly</li> <li>• Tradice vinařství</li> <li>• Hustá síť cyklostezek</li> <li>• Mezinárodní image (BVV, Grand Prix)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nízká podpora městského, kulturně-poznávacího a lázeňského cestovního ruchu</li> <li>• Nízká podpora pro udržování tradic</li> <li>• Velmi krátká doba pobytu návštěvníků (jednodenní návštěvníci)</li> <li>• Sezónnost cestovního ruchu (léto)</li> <li>• Nevyužitý potenciál vodních ploch (řek a Brněnské přehrady)</li> <li>• Nízká vytiženost letiště Brno – Tuřany</li> <li>• Špatná infrastruktura a stav silnic</li> <li>• Nedokončená dálnice Brno – Vídeň</li> <li>• Málo parkovacích míst ve městě</li> <li>• Nedostatečná sportovní infrastruktura</li> <li>• Slabá propagace regionu a produktů</li> <li>• Jazyková vybavenost</li> <li>• Nízká kvalita služeb – vzdělanost pracovníků</li> <li>• Přístup lidí ve službách, přístup k zákazníkům</li> </ul>
PŘÍLEŽITOSTI	OHROŽENÍ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizace více kongresových a incentivních akcí</li> <li>• Využití zdrojů financování na rozvojové aktivity (fondy EU, ROP)</li> <li>• Rozvoj spolupráce s jinými regiony, sousedními zeměmi</li> <li>• Rostoucí zájem o aktivní trávení volného</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podpora nevhodných projektů v kraji (př. rozvoj dalších ubytovacích kapacit místo zlepšování doprovodné infrastruktury a služeb)</li> <li>• Odchod stávajících investorů</li> <li>• Útlum veletržnictví</li> </ul>

<p>času – kulturně-zábavní a sportovně-rekreační aktivity</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Rostoucí zájem o wellness a relaxační pobyty</li><li>• Zvyšující se zájem o gastronomii, vinařství, místní produkty</li><li>• Rozvoj cyklostezek</li><li>• Vznik nových dopravních spojů (př. letecká linka Brno – Brusel, železniční doprava aj.)</li><li>• Podpora krátkodobé rekreace – kratší pobyty na dovolené, ale častější (prodloužené víkendové pobyty)</li><li>• Tvorba atraktivních nabídek a balíčků pro turisty =&gt; prodloužení pobytu návštěvníků</li><li>• Údržba a podpora stávajících památek</li><li>• Užší vzájemná spolupráce institucí (kraj, CCR, TIC, folklórní sdružení aj).</li><li>• Vybudování lepší infrastruktury a materiálně – technické základny</li><li>• Zvýšení rekreační vybavenosti rekreačních oblastí – zhoršená dostupnost, parkování</li><li>• Proškolení personálu, zvýšení kvalifikace ve službách</li><li>• Změna pracovních podmínek na trhu – migrace lidí za prací do měst (Brno)</li><li>• Vstup nových investorů do kraje</li><li>• Zvýšení propagace regionu v ČR i zahraničí</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nedostatek atraktivních balíčků, produktů na míru, zaměřené na cílové skupiny</li><li>• Nízká snaha zvyšovat kvalitu služeb</li><li>• Neochota investovat do kvalitního personálu, proškolení lidí ve službách</li><li>• Nedostatečná podpora tradic, folklóru</li><li>• Změna v devizových kurzech</li><li>• Růst nezaměstnanosti</li><li>• Finanční a ekonomická krize</li><li>• Zvýšení základních životních potřeb (vede k úsporám, šetření)</li></ul>
--	--



## 7 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU – TRADICE A SPECIFIKA JIŽNÍ MORAVY

Jihomoravský kraj je rozdělený do několika podoblastí, z nichž každá má své charakteristické rysy. Společnými prvky jsou však barevné kroje, lidové písně, cimbálová muzika, tradiční řemesla, charakteristické nářečí, architektura a vynikající víno. Nadregionálního významu se těší slovácký lidový tanec zvaný verbuňk, který je od roku 2005 zapsaný na seznam UNESCO mezi Mistrovská díla ústního a nehmotného dědictví lidstva. Další netradiční lidové zvyky, které jsou stále dodržovány a jsou k vidění velmi zřídka nebo jen na Jižní Moravě, jsou následně představeny.

- **Masopust, fašank, končiny a ostatky**

Masopust (známý také fašank, ostatky nebo končiny) je období, která trvá od Tří králů do Popeleční středy a představuje přelom mezi zimou a jarem. Vyznačuje se pořádáním tanečních zábav a svateb. Vyvrcholením oslav je maškarní obchůzka vesnicí, které se účastní muzikanti, krojovaná chasa a různé masky. Koná se na přelomu měsíců února a března v závislosti na termínu velikonoce. V podvečer Popeleční středy je veselí ukončeno taneční zábavou s pochováním basy, která je symbolikou nástupu postního období a příprav na Velikonoce. V současné době se ve většině obcí tyto obchůzky přesunuly na víkend před Popeleční středou (Folklor, © 2013).

- **Stavění Máje**

Tento zvyk je rozšířený především v oblasti Slovácka, kde se každoročně noc před 1. májem staví májky. „Mládenci vyráží do lesa najít nejkrásnější a největší strom, a udělat z něj do rána staročeskou májku, která představuje symbol jara. Mladí chlapi strom osekají a následně jeho špičku ozdobí stuhami, fáborky, věnci, květinami, šátky. Po celou noc musí májku hlídat, neboť její ztráta by znamenala velkou ostudu. Podle tradice se snaží sousední chasa strom podřezat nebo ukradnout a zajistit si tak slávu. K tradici stavění máje dnes patří i noční zábava“ (Langhammerová, 2007, s. 44-50).

- **Vynášení Morany**

„Vynášení Smrti nebo Morany je starodávný rituál zahánění zimy a vítání jara, jenž se zachoval z pohanských dob. Svobodná děvčata nebo mládež použila pro zhotovení Morany, symbolizující ženskou postavu, vše, co už nebylo potřeba - suché větve, rošτί, starou slámu, suchou trávu. Morana byla nejčastěji ustrojena do bílého a ozdobena náhrdelníky z vyfouknutých vajec a prázdných šnečích ulit. Smrtka byla děvčaty vynesena z vesnice, kde byla spálena nebo vhozena do vody. Lidé přisuzovali ohni a vodě očištnou moc, která měla z vesnice odnést zimu, smrt, nemoci, bídu a neštěstí. Po vynesení Morany následuje obchůzka s májíčkem (ozdobeným stromkem), který symbolizuje život a začínající jaro. Tento dříve zcela běžný zvyk se dnes již nevidí příliš často, přesto se lze této slavnosti zúčastnit například ve Svatobořicích - Mistříně“ (Folklor, © 2013).

- **Jízda králů**

Tento velmi starý zvyk se dodnes udržuje na Slovácku nebo na Hané (Kunovice, Strakonice, Vlčnov). Nejznámější a unikátní podívanou je jízda králů, která se koná poslední týden v měsíci květnu ve Vlčnově (Jižní Morava. Folklorní kaleidoskop). Je to mimořádná událost, která se nikde jinde v Evropě nevyskytuje. Je to výjimečný zvyk jako jedinečné svědectví žijící kulturní tradice na území České republiky. „Slavnost vykonávají osmnáctiletí mládenci, jedoucí na 19 vystrojených koních. Král je velmi mladý (10-12 let), jede na bílém vystrojeném koni v chlapeckém kroji, ale se ženským svrchníkem. Obdobně jsou vystrojeni i jeho dva pobočníci. Za nimi se táhne průvod mladíků. Malý král projíždí pomalu vesnicí, žehná jí a připomíná, že mládí má své nezastupitelné místo v životě. S jízdou jsou spojené tradiční verše“ (Langhammerová, 2007, s. 58-60).

- **Hody**

„Hody patří k tradičním svátkům snad každé moravské vesnice. Hody se na vesnici slaví jako křesťanský svátek i jako den hojnosti, veselí a blahobytu. U bohatě prostřených stolů se setkává rodina a přátelé. Hodová tradice nemá stanovený jednotný termín konání. Ten se liší vesnici od vesnice a nejčastěji připadá na svátek patrona, kterému je zasvěcen místní kostel. Znamé tak jsou hody Kateřinské,

Václavské nebo Martinské. Na hodech nesmí chybět mládež (chasa) oblečená ve slavnostních lidových krojích. Ústředními postavami hodů jsou stárce (vybraní chlapi) a jejich děvčata (stárky). Chasa má za úkol hody zajistit organizačně, vybrat v lese máju (vysoký strom, jenž se po převezení do vsi ozdobí), nazdobit taneční parket a zajistit hudbu a víno. O nedělním ránu se sejde krojovaná chasa v kostele na slavnostní mši svatou, po níž stárce v některých regionech obcházejí vesnici a zvou na hody dům od domu. Samotná slavnost začíná nejčastěji odpoledne předáním tzv. práva (hody s právem). Právo předává starosta obce hlavnímu stárkovi jako symbol pravomoci stárka nad chasou po dobu konání hodů. Někde má právo podobu šavle ozdobené zeleným krušpánkem a látkovými stuhami (Slovácko), jinde právo symbolizuje věnec (Kyjovsko). Právo se musí pečlivě hlídat, jelikož jeho ukradení by bylo největší pohanou stárka. Hodový průvod se liší vesnici od vesnice. Například ve Velkých Pavlovicích se odpoledne sejdou chlapi v některé z restaurací a za doprovodu kapely jdou k domu první stárky, kde na ně čekají všechna krojovaná děvčata. Před domem zatančí hlavní stárek a stárka tři sóla a hodový průvod se může vydat na obchůzku městem (Folklor, © 2013).

- **Dožínky**

„Dožínky se konají na podzim jako oslava ukončení žní. Dříve se čeled veselila na účet hospodáře. Děvčata začala týden před dožínkami plést velký věnec z klasů a obilí všeho druhu, do kterého se zaplétalo ovoce, koláče a cukrovinky. S tímto věncem se pak doprovázel poslední vůz (zvaný baba), který směřoval z pole do dvora. Při dožínkových veselících nesměla chybět muzika, dobrá nálada, jídlo a pití. Dodnes se tato tradice udržuje v mnoha jihomoravských vesnicích. Lidé se strojí do krojů, hosté dostávají dožínkové věnce, všude zní písně v podání folklorních souborů“ (Langhammerová, 2007, s. 80-82).

## **8 ANALÝZA NABÍDKY A POPTÁVKY PO TÉMATU FOLKLÓR A TRADICE V JIHMORAVSKÉM KRAJI**

### **8.1 Analýza nabídky folklóru a tradice v Jihomoravském kraji**

Určitou formou cestovního ruchu a specifickou atraktivitou kraje je bezesporu vinařství a vinařská turistika. V jižní a jihovýchodní části kraje se nachází systém vinařských stezek se sklepy, které nabízejí ochutnávky vína. Za podpory Nadace partnerství a CCCR spolu se Sdružením vinařských obcí probíhá program Moravské vinařské stezky s cílem zachovat kulturu jihomoravského vinařství, v jehož rámci byly vyznačeny stezky v různých vinařských oblastech v kraji. Oblíbené a dlouhodobě fungující jsou vinné sklepy Šaldorf, Lechovice, Mikulov, Valtice a jiné. Velkými a tradičními atrakcemi pro domácí i zahraniční turisty jsou na začátku měsíce září oslavy vinařství a zemědělství v Mikulově a Znojmě, tzv. vinobraní. Určitý potenciál v regionu má i pivní turistika - produkty pivovaru Černá hora, a.s. a Starobrno, a.s. Pestrou nabídku turistických aktivit nabízí turistická oblast Slovácko: vedle tradiční letní dovolené a vodní turistiky na Bařově kanále jsou možnosti k provozování zimních sportů v několika střediscích Bílých Karpat. Hlavním lákadlem je zejména folklór, kroje, kulturní akce, víno, přírodní krásy a památky. Slovácko je regionem s pravděpodobně nejvíce zachovalými folklórními zvyky u nás. K tradičním akcím i se zahraničními vystupujícími a mnoha turisty patří Národopisné slavnosti ve Strážnici, ve Tvrdonicích a Krumvíři. V průběhu roku se na území kraje koná spousta mezinárodních folklórních festivalů a slavností; Mezinárodní folklórní festival ve Strážnici, festival ve Svatobořicích - Místříně, Hornácké slavnosti ve Velké nad Veličkou až po Mezinárodní folklórní festival v Brně. Další kulturní akce - jarmarky, historické slavnosti aj. jsou pořádány na celém území kraje (Holeček et al., 2013).

#### **8.1.1 Lidová architektura**

Lidová architektura je důležitou součástí kulturního dědictví. Na území Jihomoravského kraje je k nalezení několik muzeí v přírodě, skanzenů, vinohradnické stavby, které neodmyslitelně patří k moravskému folklóru. Muzea

v přírodě jsou muzea vzniklá z původní historické vesnice, anebo byla nově založena. Významnou součástí lidové kultury jsou i domy s malovanými žudry, stodoly, sýpky a budy. Po celé Jižní Moravě se nachází nepřeborné množství starobyklých vinných sklepů a sklípků. V Příměticích je jeden z největších křížových sklepů na světě, nelze však opomenout ani barokní sklepy v Pavlově. Nedaleko Strážnice se nachází soubor památkově chráněných vinných sklepů v obci Petrov, zvaný Plže. Modře jsou nabarvené soklové části sklepů s výrazným štítovým nástavcem, které nejsou nikde jinde k vidění. Část sklepů je malovaná typickými ornamenty. Sklepy se otevírají pro veřejnost při slavnostních příležitostech. Další zajímavé památky lidové architektury lze najít ve Strážnici (Muzeum vesnice jihovýchodní Moravy), Slovácká chalupa v Dolních Bojanovicích nebo Archeoskanzen Modrá (Folklor, © 2013).

### **8.1.2 Lidový tanec**

V dnešní moderní době je lidový tanec a zpěv oblíbenou zábavou i atraktivní podívanou pro mnoho lidí. V nejkonzentrovanejší podobě lze umění tanečníků a zpěváků obdivovat na folklorních festivalech v provedení folklorních souborů. Tanec je tedy nedílnou součástí folklóru, bez které by se nemohl rozšiřovat dál. Dle pohlaví jej lze rozdělit na ženské a mužské; dle počtu tanečníků na sólové, párové a skupinové; dále na řetězové, řadové, párové, točivé na místě a postupové; na obřadové a společensko - zábavní (Lidová umění, © 2014). „Mezi mužské tance patřily tance vrtěná (vrt'ák), mužský tanec do skoku – hošije a grepčení před muzikou (tj. cifrování – předchůdce pozdějšího podlužáckého verbuňku – čardáše). Později se objevily tance novější, módní jako polky, třasáky, kvapíky, valčíky – tajče, mazurky, ale i tance figurální jako šotyše, či strašáky“ (Brouček, 2007, s. 500 - 502).

### **Slovácký verbuňk**

Slovácký verbuňk se stal v roce 2005 první oceněnou nemateriální památkou naší země a zařadil se mezi devadesát prohlášených fenoménů z celého světa. Tanec byl oceněn pro svou vysokou uměleckou úroveň a označený za výraz kulturní identity celé oblasti Slovácka. Verbuňk patří mezi mužské tance skočného typu. Jedná se o improvizovaný tanec, přestože tanečníci převážně tančí pospolu, každý z nich

tančí sám za sebe, za svoji obec i za svůj region. Původní funkcí Slovákého verbuňku bylo loučení mládence před odchodem na vojnu. Dříve plnil funkci psychologickou, soutěživou a erotickou. V dnešní době má význam hlavně při hodech a jiných folklorních slavnostech. Pro každého mladíka je čest, že může předvést tanec před ostatními. Každým rokem se koná soutěž o nejlepšího tanečníka slovákého verbuňku, který začíná regionálními koly, její finále pak probíhá jako pořad v rámci Mezinárodního folklorního festivalu ve Strážnici (Slováký verbuňk, © 2008).

### 8.1.3 Lidová hudba

V Jihomoravském kraji je hudba nedílnou součástí kultury a má zde i dlouhou tradici. Při posezení ve vinném sklípku dodává tradiční cimbálová muzika příjemnou atmosféru, bez níž si ji snad ani nelze představit. Cimbál a víno – jsou dva nerozlučitelné symboly. „Na Valašsku je zase nejsobitějším projevem zdejší lidové kultury lidová píseň. Kromě jiných vlivů na ni působilo i tradiční salašnictví, proto se ve valašských písních tak často zpívá o salaších, ovečkách a bačích. Nápěvy byly mnohdy formovány zvukem pastýřských trub a fujar“ (Folklor, © 2013).

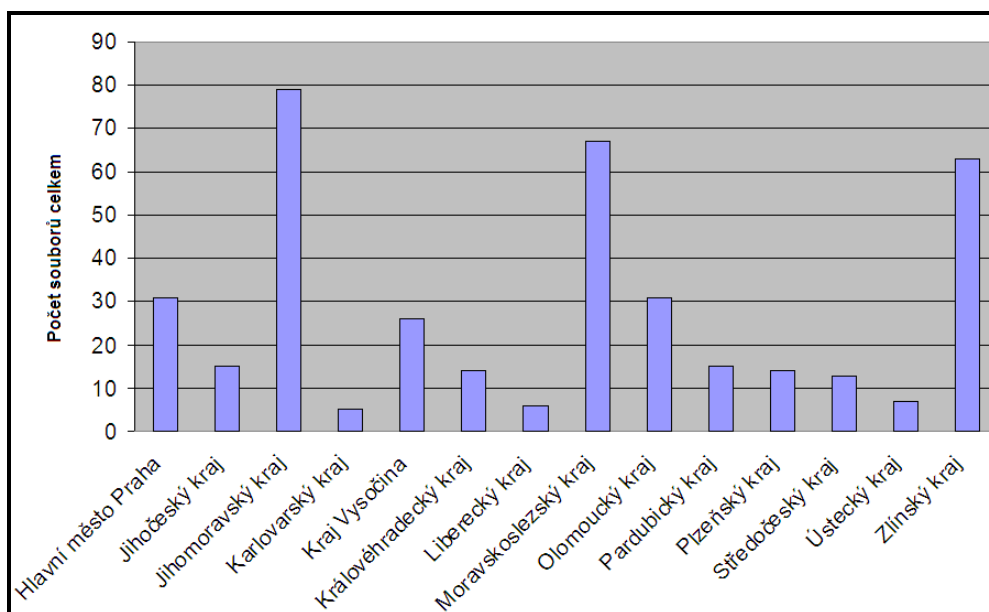
### Cimbálová muzika

V České republice se cimbálové muziky vyskytují z větší části na Moravě a jsou vnímány jako reprezentanty moravského hudebního folkloru. Cimbálovou kapelu tvoří sestava muzikantů, kteří hrají folklorní písně na hudební nástroje, jako jsou cimbál, housle, kontrabas a klarinet. V jejich repertoáru se vyskytují převážně lidové písně, ale často se objevují i úpravy vážné hudby. Mezi nejznámější patří cimbálová muzika Hradišťan (Brouček, 2007, s. 500 - 502).

### 8.1.4 Folklorní soubory

Lidové soubory jsou charakteristickými nositeli folklóru na Jižní Moravě. Významnou příležitostí pro uplatnění práce folklorních souborů jsou lidové slavnosti a mezinárodní folklorní festivaly. Na Jižní Moravě je více než 100 folklorních souborů a sdružení. Smyslem jejich existence je udržování a rozvíjení lidových tanců, písní, hudby a krojů. Z níže uvedeného obrázku je patrné, že počet folklorních

souborů je absolutně nejvyšší v Jihomoravském kraji, druhé místo obsadil Moravskoslezský kraj a následuje Zlínský kraj.



Obr. 4 - Počet folklórních souborů podle krajů ČR, (Folklor, 2013)

### 8.1.5 Festivally a slavnosti

V dnešní době se rozlišuje několik základních typů folklórních slavností. Místní folklórní slavnosti (festival) se obvykle vážou k výročním zvykům a prezentují místní folklór. Regionální folklórní festival představuje kulturní akci, která pravidelně ročně představuje ve svém programu především folklór a lidovou kulturu určité národopisné oblasti. Největší folklórní akce na Kyjovsku, která má tradici od roku 1921, se nazývá Slovácký rok. Nejvýznamnější národopisná slavnost regionu, která se od roku 1971 pořádá v pravidelných čtyřletých intervalech. Vždy přivede na Slovácko tisíce příznivců národopisu z celé České republiky i ze zahraničí. Čtyři srpnové dny patří Kyjov lidovým tradicím, zvykům a písním. Akce se účastní desítky národopisných souborů a muzik z Kyjova i širokého okolí. Mezinárodní folklórní festival ve Strážnici je nejznámější festival u nás a získal také statut nevládní mezinárodní organizace CIOFF a řadí ho mezi vybrané celosvětové folklórní festivaly (Folklor, © 2013).

### 8.1.6 Lidové kroje

V řadě míst se zejména slavnostní kroje zachovaly dodnes a dědí se z generace na generaci. A tak je i dnes můžete vidět v mnoha podobách při různých výročních slavnostech a folklórních festivalech. „Typická pro Moravské kroje je snaha o co nejširší siluetu, kterou je docilováno pomocí několika spodních sukni a jejich škrobením.“ K nejvíce zachovaným krojům patří kroje slovácké, které lze spatřit například při Hornáckých slavnostech ve Velké nad Veličkou (Folklor, © 2013).

### 8.1.7 Lidová řemesla

„Tradiční lidová řemesla jsou dnes nejvíce ohroženým prvkem lidové kultury. Důvodem zániku lidových řemesel je silné konkurenční prostředí a nepřipravenost řemeslníků. Existuje velké množství tradičních lidových řemesel, ale jen část se dochovala dodnes. Tradiční lidová řemesla jsou dnes k vidění na folklórních festivalech, slavnostech, poutích apod. Zachována zůstala řemesla, jako je modrotisk a batika, paličkovaná krajka, lidové košíkářství, malba kraslic, dekorativní pečení (vizovické pečivo), dřevořezba, tupeská keramika, výrobky z kukuřičného šustí, řezbářství, výroba svíček z včelího vosku“ (Folklor, © 2013).

- **Modrotisk** – tradiční lidová tkanina zdobená modrotiskem sloužila k dámskému odívání a postupně se stala základem ženských krojů.
- **Kraslice** - na Moravě se kraslice zdobí různými technikami, mezi něž patří voskový reliéf, vosková batika, děrování, jezerní sítina, vyškrobání nebo polepování slámou. Tímto pradávným řemeslem se dodnes zabývá mnoho žen, které své kraslice prodávají na velikonočních jarmarcích.
- **Paličkovaná krajka** – krajka vzniká křížením a prohazováním nití namotaných na malých dřívkách (paličkách), (Folklor, © 2013).

### 8.1.8 Tradiční speciality regionu

V Jihomoravském kraji se vždy hodovalo, dobře jedlo a pilo. Na osobitě zdejší kuchyni se podílí především úrodnost kraje s dostatkem obilí, brambor, ovoce a vína. Běžná každodenní kuchyně byla prostá, ale nechyběly v ní ovocné knedlíky, bramborové placky s povidly a mákem, buchtami nebo polévkou z fazolí a hrachu.



Na svátečním stole se podávala tradiční lukšová polévka, pečená husa se zelím a bramborovým knedlíkem a místním vínem. Gastronomie jižní Moravy a víno patří neodmyslitelně k sobě.

### **Zabíjačky a klobásky**

Zabíjačky (porážení prasete) mají velkou tradici na celé Moravě i ve Slezsku a stávají se stále zajímavějším turistickým a gastronomickým lákadlem. Tradiční slováckou zabíjačku pro veřejnost – „bourání“ prasete s harmonikářem a večerní cimbál s vepřovými hody je možné navštívit třeba v Bukovanech na Hodonínsku (Gastronomie, © 2013).

### **Vinařství**

Jižní Morava je krajem vinic a vína. Vinařství zde patří mezi nejstarší v Evropě; vinná réva se v tomto kraji pěstuje již od dob Keltů. Z deseti moravských vinařských oblastí je jich v Jihomoravském kraji devět a v každé z nich čeká neopakovatelná atmosféra a gastronomický zážitek. Vinařskou specialitou je návštěva Národního salónu vín ve Valticích, kde je celoročně k dispozici expozice s ochutnávkou 100 nejlepších vín ČR. Vinařské tradice nabízejí spoustu zážitků po celý rok. Na přelomu zimy a jara probíhají vinné košty, kdy se ochutnávají nejlepší vína určité vinařské oblasti a vinaři hodnotí, jak se vydařila loňská úroda. Od časného jara do pozdního podzimu lze obdivovat pestrou nádheru tradičních vesnických hodů. Ovšem mezi nejsvátečnější chvíle patří čas vinobraní, kdy celoroční úsilí vinařů vrcholí sklizní úrody. Mezi ta nejslavnější a nejnavštěvovanější patří vinobraní Znojenské a Pálavské. Za kostelních zvonů a slavnostních fanfár projíždí městy Znojmem a Mikulovem historické průvody, centra zaplní středověká řemeslná tržiště a vojenská ležení, ze všech koutů zní hudba a na náměstích se tančí a veselí. Pořádají se středověké rytířské turnaje, skupiny historického šermu, hrají se divadla, soutěže pro děti a vrcholí slavnostní večerní ohňostroje. Především se však otevrou brány městských sklepů a ochutnává se místní víno - zralé i kvasící v podobě burčáku. Pro milovníky cyklistiky je kraj navíc protkán cyklistickými vinařskými stezkami (Vinařství, © 2013).

### **Slovácká slivovice**

S vynikající slivovicí, destilátem z vyzrálých švestek, je možné se zaručeně setkat na folklorních akcích. Poctivá domácí slivovice se vyrábí výhradně z ovoce bez příměsí, čímž vzniká zcela přírodní produkt, který je považován za lék. Událostí jsou také samotné "košty" slivovice. Jedním z nejznámějších je košť v Radějově na Hodonínsku, kde se schází až 2000 vzorků ovocných pálenek (Folklor, 2013).

### **Pivo Černá Hora a Starobrnno**

Pivovar Černá Hora vyrábí své pivo z velice kvalitní artézské vody. Do pivovaru se lze vydat i na kole po speciální cyklostezce (Brno/Černá Hora, která je dlouhá 28 km). Pivovar Starobrnno slaví významné úspěchy nejen doma, ale i na zahraničních trzích a třeba ve Švédsku je nejrozšířenějším českým pivem. K dispozici je pivovarská prodejna a restaurace. Do obou pivovarů je možné se objednat na exkurzi (Folklor, 2013).

## **8.2 Analýza poptávky folklóru a tradice v Jihomoravském kraji**

Pro Jihomoravský kraj je typická poptávka po kulturně poznávací turistice, pěší a cyklistické turistice, po přírodních zajímavostech, pobytové turistice u vody, a poptávka spojená s vinařskou turistikou. Ve městě Brně je orientovaná především na městskou poznávací a kulturní turistiku, kongresovou a sportovní turistiku. Z hlediska preference turistů upřednostňují návštěvy kulturních a historických památek, na druhém místě je pěší turistika a na třetím návštěva přírodních zajímavostí. Nejčastější formou turistiky v kraji je krátkodobý pobyt bez ubytování (36 %). Hlavními turistickými atraktivitami z hlediska návštěvnosti jsou Moravské zemské muzeum, Lednický zámek a hrad Špilberk, které ročně navštíví více než 100 tis. lidí. Nabídka využití památek v turistickém ruchu se zlepšuje, ale je poměrně hodně míst a objektů, které by mohly být kvalitněji i intenzivněji v cestovním ruchu využívány. Co se týká návštěvnosti folklorních akcí, tak u nás neexistuje subjekt, který by měl za povinnost monitoring těchto aktivit. Folklorní festivaly ani další folklorní akce nejsou bohužel obvyklou nabídkou našich cestovních kanceláří a agentur. Zahraniční návštěvníci přijíždějící na folklorní akce, o nichž se zpravidla dozví od známých, z propagace prováděné organizátory akce, z tisku nebo

z publikací zájmových a kulturních organizací (např. Calendar of festivals, který vydává Mezinárodní sdružení pořadatelů folklórních festivalů, jež pracuje při UNESCO).

Vymezit typy cestovního ruchu z hlediska folklóru lze podle převažující motivace účasti na cestovním ruchu.

Tab. 7 - Podíl folklóru na různých typech cestovního ruchu (vlastní zpracování)

Typ cestovního ruchu	Podíl folklóru
rekreační	aktivní odpočinek při účasti na folklórní akci
kulturně poznávací	návštěva folklórních akcí, muzeí, skanzenů
vzdělávací motivy	sympozia o lidové kultuře, národopisné exkurze
společenské motivy	folklórní festivaly a slavnosti
zdravotně orientovaný	folklór - jako doprovodný program
ekoturistika	návštěva místního řemeslníka, folklórní slavnosti, památky lidové architektury, seznámení se s místními zvyky
kongresový	folklór - jako doprovodný program

**Rekreační cestovní ruch** - pro skupinu lidí, kteří se aktivně zajímají o folklór, tedy jsou například členy souborů, sběratelé lidových písní, zájemci o lidovou architekturu nebo řemesla, může znamenat návštěva folklórního představení, muzea nebo skanzenu, rekreaci spojenou s aktivním odpočinkem. Tento typ návštěvníka nevyhledává nabídku v cestovních kancelářích, ale zjistí si potřebné informace o akci sám, anebo se na realizaci těchto akcí i podílí.

**Kulturně poznávací cestovní ruch** – je zaměřený na poznávání historie, kultury, tradic a zvyků místních, regionálních i jiných národů. Účastníci navštěvují kulturní akce a festivaly, muzea specializovaná na lidovou kulturu (lidová řemesla, zvyky, oděvy aj.), skanzeny, kde mohou návštěvníci zhlédnout různé tradiční události – jarmarky, dožínky, masopust, Velikonoce, které se z běžného života pomalu vytrácejí (skanzen ve Strážnici). Specifickým druhem kulturně poznávacího cestovního ruchu je i festivalová turistika – návštěva filmových, divadelních a folklórních festivalů.

**Cestovní ruch se vzdělávacími motivy** – hlavním motivem je cestování s cílem dalšího vzdělávání – poznávání, učení se. Zde lze zařadit i národopisné exkurze organizované v rámci základních, středních škol – seznámení studentů s lidovou kulturou našich regionů (národopisná muzea v přírodě).

**Cestovní ruch se společenskými motivy** – orientovaný na společenskou komunikaci mezi lidmi (návštěvy přátel, příbuzných, návštěvy společenských akcí a událostí). Folklórní festivaly a slavnosti jsou významnou společenskou událostí určitého regionu. Zpravidla se jich účastní skupiny lidí, kteří mají společné zájmy a při těchto příležitostech se setkávají příbuzní a přátelé.

**Zdravotně orientovaný cestovní ruch** – je zaměřený primárně na zdravotní prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci a v rámci tohoto typu je možno folklór využít jako doprovodný program (při pobytu v lázních navštívit v místě folklórní slavnost, vystoupení folklórního souboru apod.).

**Ekoturistika a agroturistika** – zahrnuje pobyty na venkově za účelem rekreace a odpočinku, ubytování v zemědělských usedlostech, pohybem ve zdravém venkovském prostředí, ochutnávka tradičních místních specialit, návštěva řemeslníka, návštěva lidových památek v okolí apod.

**Kongresový a incentivní cestovní ruch** – hlavní náplní je účast na kongresu, sympóziu, jehož doplňkovou částí je například kulturní nebo sportovní program (posezení ve vinném sklepě s cimbálovou muzikou, vystoupení šermířů apod.), (COT Business, 2003).

Do analýzy poptávky lze zařadit i výsledky internetové ankety o turisticky nejoblíbenější kraj České republiky, kterou na konci roku 2012 spustilo vydavatelství KAM po Česku a výstavní společnost Incheba Praha. Cílem této ankety bylo podpořit domácí cestovní ruch, získat názor široké veřejnosti a zjistit současnou oblibu jednotlivých částí země u respondentů. Dlouhodobým cílem ankety je však posilovat vědomou vazbu hlasujících na konkrétní kraje a důvody jejich atraktivnosti. Prvního ročníku ankety se zúčastnilo 4 697 hlasujících z celé republiky, kteří on-line přidělovali svůj hlas jednotlivým krajům v sedmi kategoriích. Účastníci ankety hlasovali na internetu pro své nejoblíbenější kraje v sedmi kategoriích volnočasových aktivit. Jedno první a tři druhá místa získal Jihomoravský kraj. Jižní Morava

absolutně zvítězila v kategorii Folklór a tradice, kde dosáhla nejlepšího výsledku v celé anketě - 3 472 hlasů. Druhá místa kraj získal v kategoriích Letní dovolená, Pěší turistika a Cykloturistika (1. místo získal Jihočeský kraj pouze o 28 hlasů), (Folklor, 2013).

Tab. 8 - Výsledky ankety (podle kategorií a pořadí), (Kraj mého srdce, © 2013)

Výsledky ankety (podle kategorií a pořadí)			
Aktivita	1. místo	2. místo	3. místo
<b>Zimní dovolená</b>	Liberecký	Královéhradecký	Moravskoslezský
<b>Letní dovolená</b>	Jihočeský	Jihomoravský	Vysočina
<b>Památky/ historická místa</b>	Praha	Jihočeský	Středočeský
<b>Pěší turistika</b>	Jihočeský	Jihomoravský	Vysočina
<b>Adrenalin</b>	Liberecký	Královéhradecký	Praha
<b>Folklór a tradice</b>	Jihomoravský	Jihočeský	Zlínský
<b>Cykloturistika</b>	Jihočeský	Jihomoravský	Středočeský

## 9 ANALÝZA KONKURENČNÍCH REGIONŮ V OBLASTI TRADIC A FOLKLÓRU

Pro analýzu konkurence byly zvoleny oblasti sousedící přímo s Jihomoravským krajem. Zlínský kraj díky své bohaté historii a poloze na rozhraní Slovácka, Hané a Valašska disponuje širokou nabídkou akcí lokálního, regionálního a nadregionálního významu. Na druhou stranu postavení Jihomoravského kraje a kraje Vysočina je z hlediska výkonů cestovního ruchu na první pohled výrazně rozdílné. Dolní Rakousko je zahrnuto do analýzy konkurenčních regionů Jihomoravského kraje nejen z důvodu, že tato spolková země sousedí s Jihomoravským krajem, ale je jeho největší konkurencí zejména v oblasti vinařství.

### 9.1 Zlínský kraj

Zlínský kraj disponuje rozmanitostí a bohatostí folklóru (valašský, slovácký, hanácký) a tradic, kulturních, historických a gastronomických zvláštností - zejména slivovice, likérka R. Jelínek, frgále, mešní sklepy v Kroměříži. Nachází se zde zachovalá lidová architektura (např. skanzen v Rožnově), unikátní památky města Kroměříž, které jsou zapsány na seznamu UNESCO (Arcibiskupský zámek, Podzámecká a Květná zahrada). Neméně podstatné jsou i sakrální památky na svatém Hostýně a Velehradě, nebo první státní útvar Slovanů na území ČR a Slovenska, území Velké Moravy. V rámci přírodního prostředí je možné vidět pestrost, malebnost Beskyd, Bílých Karpat a Chřibů, lákající milovníky nedotčené přírody, velmi výraznou roli ve Zlínském kraji hraje i lázeňství, reprezentované nejznámějšími a kapacitně největšími lázněmi v Luhačovicích, nabízejícími řadu programů a produktů nejen v rámci léčebné péče, ale i v rámci wellness a fitness pobytů a profesního cestovního ruchu a doplňovanými lázněmi v Ostrožské Nové Vsi a v Kostelci. A nelze opomenout ani Baťův vliv ve městě, neboť vytvořil základ pro podnikatelskou infrastrukturu (Baťův kanál, 21. budova, Obuvnické muzeum, funkcionalisticky výjimečný Zlín). Na území Zlínského kraje existují tři národopisné regiony (Slovácko, Haná, Valašsko) se specifickými kulturními znaky (např. typ architektury, podoba kroje, vztah k tradicím). Existence několika kulturních atraktivit národního až mezinárodního významu (např. Baťova

architektura města Zlína, Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež ve Zlíně, památky UNESCO v Kroměříži, Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm, Muzeum Jana Amose Komenského v Uherském Brodě, Filharmonie Bohuslava Martinů, Jízda králů ve Vlčnově), (Zlínský kraj, 2003).

#### **Lidové zvyky a tradice zahrnují:**

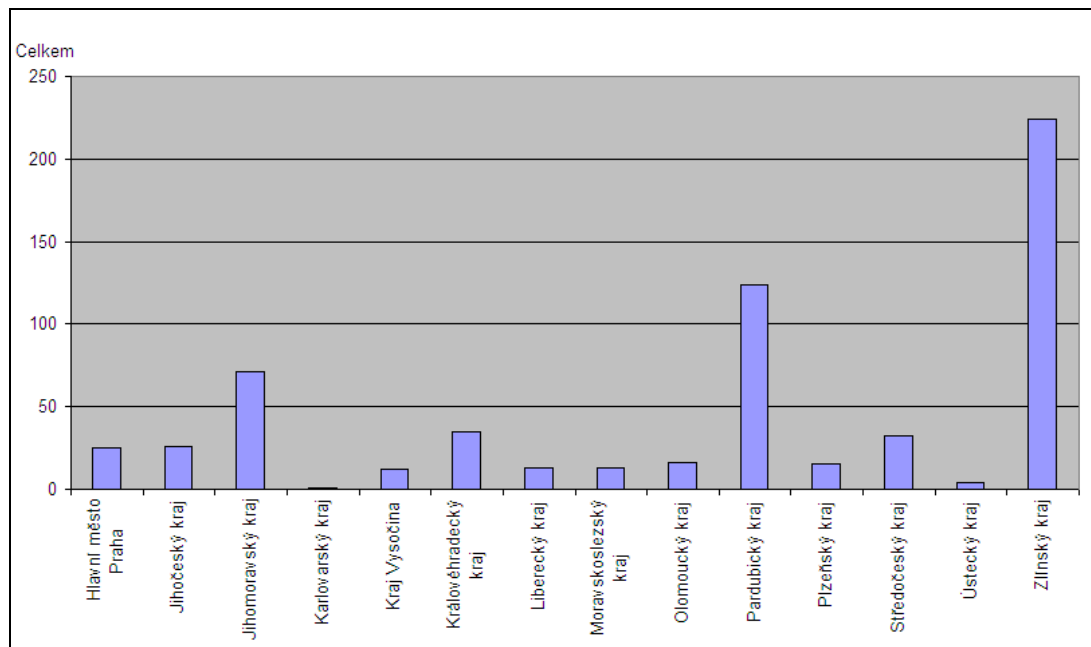
- masopust, vodění medvěda, pochování basy, ostatky, končiny, velikonoční zvyky jako je pletení korbáče, malování kraslic, klapotání, pálení čarodějnic (Filipojakubská noc), stavění máje, hody, dožínky;
- jedinečným projevem kultury je tradiční Jízda králů ve Vlčnově;
- současně je na území celého kraje pořádána řada dalších folklórních akcí - filmové festivaly, jarmarky řemesel, vystoupení aktérů historického šermu, literární akce aj. (Zlínský kraj, 2003).

V mezikrajském srovnání drží Zlínský kraj přední místo zejména v oblastech:

- folklóru včetně dechových hudeb
- lidových řemesel

Tuto skutečnost je možné dokumentovat na jednoduchém indikátoru Počet souborů uváděných na internetových stránkách Folklórního sdružení České republiky podle krajů České republiky. Počet folklórních souborů ve třech výše uvedených krajích výrazně převyšuje počet folklórních souborů z dalších krajů České republiky. Databáze vytvořená pro účely zpracování Koncepce rozvoje místní kultury ve Zlínském kraji identifikovala 144 folklórních souborů a 93 cimbálových muzik. Nejvyšší počet folklórních souborů a cimbálových muzik je koncentrován v regionu Slovácka. V dalších regionech se folklórní soubory a cimbálové muziky koncentrují především v jejich hlavních sídelních centrech. Lidová řemesla představují další ze segmentů místní kultury, kde si Zlínský kraj díky významu tradic udržel silné postavení v mezikrajském srovnání. Obrázek znázorňuje regionální rozložení zástupců lidových řemesel evidovaných v databázi Národního ústavu lidové kultury, přičemž Zlínský kraj zaujímá první místo mezi všemi kraji České republiky, po Pardubickém kraji patří třetí místo kraji Jihomoravskému. Rovněž v případě titulu Nositel tradice lidových řemesel bylo Ministrem kultury ČR uděleno nejvíce ocenění

občanům Zlínského kraje. Vedle kulturně bohatého Slovácka je vysoký počet lidových řemeslníků soustředěn rovněž na Valašsku (Zlínský kraj, 2008).



Obr. 5 - Počet zástupců lidových řemesel evidovaných v databázi NÚLK podle krajů (Zlínský kraj, 2008)

## 9.2 Kraj Vysočina

Kraj Vysočina je charakteristický venkovskou krajinou a unikátními kulturně - historickými památkami. V kraji se nacházejí tři lokality, které byly zapsány na seznam světového dědictví UNESCO, což je nejvíce ze všech krajů ČR. Jedná se o Telč (historické jádro města), Žďár nad Sázavou (barokní poutní kostel sv. Jana z Nepomuku na Zelené hoře) a Třebíč (židovská čtvrť Záměstí, židovský hřbitov a románská bazilika sv. Prokopa). Bohatou historií dokládají také městské památkové rezervace v Telči, Jihlavě a Pelhřimově a 23 městských památkových zón. Nedílnou součástí zdejší historie je i velký počet hradů, zámků, zřícenin a tvrzí. Turisticky vyhledávanými hrady jsou především Lipnice nad Sázavou a Kámen, ze zámků Telč, Jaroměřice nad Rokytnou a Náměšť nad Oslavou. Z mnoha pamětihodností je devět objektů zapsáno na seznam národních kulturních památek v zemi. (Vystoupil, Šauer, 2009).



Podobně jako městský prostor skýtá i venkovské prostředí projevy venkovské kultury. Patří mezi ně lidová architektura, dřevěná, roubená a jiná stavení umístěná v krajině, ale za zmínku stojí i lidové tradice, zvyky a řemesla, jež mají původ v historicky podmíněném způsobu života daného prostředí. V kraji působí více než 40 folklórních souborů a vesnických skupin, které prezentují lidové tradice, zvyky a obyčeje regionu. V kraji existuje také mnoho atraktivit z oblasti kultury. Jedná se o hudební festivaly (např. Mezinárodní hudební festival Petra Dvorského v Jaroměřicích nad Rokytnou, Gustav Mahler Festival v Jihlavě), folklórní akce nebo Mezinárodní festival dokumentárních filmů v Jihlavě. Dále se v kraji nachází asi 70 muzeí, galerií a pamětních síní, které prezentují kulturní dědictví, historické a lidové tradice regionu. Jedním z nejnavštěvovanějších zařízení nejen v kraji, ale i v rámci celé země je Zoologická zahrada Jihlava (více než 250 tis. návštěvníků za rok). K vyhlášeným střediskům zimních sportů nadregionálního významu patří Nové Město na Moravě, v němž mají světový věhlas tradiční lyžařské závody v běžeckých disciplínách (Krajský úřad Vysočina, 2008). Sportovně - rekreační infrastruktura pro zimní sporty se ve formě sjezdovek a běžeckých tratí koncentruje v oblasti Žďárských vrchů, kde upravované běžecké trasy patří k nejlepším a nejvyhledávanějším u nás. Turistické trasy a naučné stezky jsou rozmístěny po celém území kraje. Poměrně hustá síť cyklostezek vede napříč celým územím kraje (např. Trasa Jeseník – Znojmo, Trasa Jihlava – Český Těšín). Určitým specifikem je několik zábavních komplexů, známých jako westernová městečka, k těm již turisticky povědomým patří především Šiklův Mlýn ve Zvoli (Vystoupil, Šauer, 2009).

V porovnání s Jihomoravským krajem je Kraj Vysočina regionem s jednou z nejnižších návštěvností turistů. Jihomoravský kraj patří k nejnavštěvovanějším regionům v ČR (dnes zaujímá druhou příčku hned za hlavním městem Prahou). Návštěvnost kraje může ovlivňovat i skutečnost, že zde nebyly vybudovány lázně, neboť zde neexistují ani vhodné přírodní podmínky. Kraj Vysočina je jediným krajem v ČR, kde není lokalizováno ani jedno lázeňské zařízení. Přesto poloha v centru České republiky, dobrá dopravní dostupnost regionu a hlavně přírodní, historické a kulturní bohatství Vysočiny naznačují velké možnosti pro rozvoj cestovního ruchu v kraji. Zejména pak má lepší předpoklady pro rozvoj zimních

sportovních aktivit ve srovnání s Jihomoravským krajem (Krajský úřad Vysočina, 2008).

### 9.3 Dolní Rakousko

Dolní Rakousko staví rozvoj cestovního ruchu především na nabídce kulturních akcí, festivalů, trhů a na vinařství a s ním spojenými produkty cestovního ruchu. Dolní Rakousko má nejdelší síť cyklistických stezek a cest pro pěší turistiku v Rakousku. Turisticky je země atraktivní z přírodního a historického hlediska, ale je také oblastí s významnou vinařskou tradicí. Je to země nabízející rozmanité možnosti prožití letní i zimní dovolené, pěší turistiky, cykloturistiky, horské turistiky, lyžování, kulturně historických atraktivit, včetně tradičních zvyků místního obyvatelstva. Nachází se zde úrodná půda a příznivé podnebí umožňující pěstování kvalitních hroznů a výroby velmi kvalitního vína. Dolní Rakousko má také svůj typický folklór, který je udržovaný především v nejznámější vinařské oblasti Weinviertel, jež je charakteristická vinnými sklípky, a kde se konají různé národopisné slavnosti (např. do konce listopadu trvá Weinherbst, podzim vína, při kterém mají návštěvníci možnost zažít pravé vinobraní. Tradiční domácí speciality, lidovou kulturu, kroje, hudbu a další tradice lze spatřit na mnoha festivalech, slavnostech, které jsou v zemi velmi oblíbené a pořádají se mnoho let. Velmi dlouhou tradici má zde karneval ve městě Ebensee, ležícím na břehu stejnojmenného jezera. Dostal se dokonce na listinu světového kulturního dědictví UNESCO. Turisticky navštěvovaná jsou především velká kulturní centra v zemi, jakož i množství klášterů a zámků. Ale také dovolená na statku je hodně požadovaná a těší se rostoucí oblibě. V regionu se nachází hustá síť cyklostezek, které vedou malebnými vinohrady, vinařskými městečkami a vesničkami, krásnou přírodou kolem hradů, zámků a muzeí.

### 9.4 Zhodnocení konkurenceschopnosti okolních oblastí

Jihomoravský kraj sousedí s regiony, které mají podobné specifické rysy a typ krajiny. Analyzované destinace lze vnímat jako konkurenční lokality z hlediska cestovního ruchu, na druhou stranu se však jedná o oblasti, které mohou být navazující a koordinační pro zvýšení rozvoje a efektivnější využití konkurenčního

potenciálu lokalit Jihomoravského kraje. Z výše provedených analýz lze zhodnotit úroveň jejich nabídky.

Zlínský kraj spolu s Jihomoravským krajem patří tradičně k nejvíce folklórním krajům České republiky a z tohoto důvodu může tento region nejvíce konkurovat Jihomoravskému kraji. Zlínský kraj disponuje silným folklórním zázemím Valašska, Hané a Slovácka a historického významu Velké Moravy. Zároveň pořádá nejvíce folklórních festivalů v zemi a poskytuje gastronomické speciality, typické pouze pro tento region (slivovice, valašské a slovácké speciality). Dále nabízí široké možnosti pro využití, které jsou dané malebností a krásami horské a podhorské přírody Beskyd a Bílých Karpat. Lze zde praktikovat aktivní dovolenou, sportovní pobyty, incentivní cestovní ruch, lázeňskou turistiku, image kraje doplňuje Bařův kanál jako významná vodní atraktivita. Nelze opomenout ani historii města Zlína spojenou s obuvnictvím a celosvětově známým rodem Bařů, charakteristickou a jedinečnou funkcionalistickou architekturou. Turistický velmi atraktivní jsou i městské památkové rezervace v Kroměříži (zámek, Podzámecká a Květná zahrada - UNESCO), Rožnově pod Radhoštěm apod. Nedostatek tohoto kraje je zejména v zajištění alternativní nabídky pro prodloužení sezóny, zmírnění mimosezónních výkyvů a povětrnostních vlivů. Kraj Vysočina je charakteristický největší koncentrací památek UNESCO v rámci celé země. Tento kraj není dosud výrazně vyhraněný a orientovaný z hlediska forem cestovního ruchu. V porovnání s Jihomoravským krajem tento kraj nepatří tradičně k nejvíce folklórním krajům. Dominantní roli zde hraje městský, přírodní, kulturně – poznávací, historický cestovní ruch. Poměrně silná je v regionu horská, venkovská turistika, letní rekreace a turistika u vody. Téměř na celém území zde pro tyto formy cestovního ruchu existují předpoklady. Významné šance má také poznávací turistika spojená s návštěvou kulturně - historických památek a cykloturistika. Na zvýšení atraktivit památek mohou zapůsobit i kulturní akce jako například Mezinárodní hudební festival Petra Dvorského, který se každoročně koná na zámku v Jaroměřicích nad Rokytnou nebo Mezinárodní festival dokumentárních filmů, jehož hostitelem je každoročně Jihlava. Kraj Vysočina je regionem s otevřenými možnostmi rozvoje cestovního ruchu do budoucna, které nejsou zatím příliš využívány. Konkurenční vliv pro Jihomoravský kraj, ale i rozvojový potenciál je možné najít ve venkovské

turistice, agroturistice a zimní turistice. Kraj se postupně snaží budovat trasy pro pěší turistiku a cykloturistiku, farmy a vesnice nabízí produkty agroturistiky a venkovské turistiky. Největší konkurující oblastí zejména v oblasti vinařství je Dolní Rakousko, jehož úrodné půdy a příznivé podnebí umožňují výrobu vína vysoké kvality. Dolní Rakousko má velký potenciál rozvoje podobných forem cestovního ruchu a s Jihomoravským krajem je plně funkčně propojen. Tato země je známá i pro svoji lidovou kulturu a tradice, konají se zde různé národopisné slavnosti, při kterých mají návštěvníci možnost zažít pravé vinobraní, což je stejný charakteristický prvek i pro Jihomoravský kraj. V regionu je možné se setkat s tradičními domácí speciality, lidovou kulturou, kroji, hudbou, řemesly a jinými tradičními atraktivitami. Turisticky oblíbená je zimní i letní turistika a velké návštěvnosti se těší větší kulturní centra v zemi. Jedná se současně o destinaci, která pomocí synergických efektů může napomoci i rozvoji Jihomoravského kraje. Regiony, které jsou vhodné pro společný rozvoj a spolupráci mohou být například Weinviertel, Wachau nebo Moravské pole.

## 10 VÝSLEDKY Z PROVEDENÝCH ANALYTICKÝCH ŠETŘENÍ

Jižní Morava je vyhlášena nejen pro své přírodní, historické, společenské a kulturní podmínky, ale primárně pro dlouholetou vinařskou tradici a netradiční lidovou kulturu, která je v tamních vesnicích patrná na každém kroku a snaží se stále udržovat. V kraji se udržují stále tradice jako například masopust, stavění máje, kosení luk, hody a dožínky. Unikátní podívanou jsou jízdy králů, nejvýznamnější folklórní událostí jsou hody nebo oslavy na ukončení žní, konající se na podzim. Při všech slavnostech nesmí chybět hudba, tanec, kroje, zpěv, jídlo a pití. Specifickou atraktivitou tohoto kraje je vinařství. Na území kraje jsou k nalezení zchovalá muzea, skanzeny, vinné sklepy nebo budovy. Velmi turisticky oblíbené jsou festivaly a slavnosti. Nejznámější folklórní festival u nás je ve Strážnici a přehlídka tradičních lidových řemesel je možné vidět na folklórních festivalech, slavnostech nebo poutích. Nabídka je velmi rozmanitá a skýtá pro návštěvníky mnoho atraktivit. Poptávka je v rámci Jihomoravského kraje zejména po pobytové turistice u vody, kulturně poznávací turistice, pěší a cyklistické turistice, po přírodních zajímavostech, vinařské turistice. Ve městě Brně je orientovaná více na městskou poznávací a kulturní turistiku, kongresovou a sportovní turistiku. Jihomoravský kraj je druhým nejnavštěvovanějším krajem a jeho významným prvkem jsou kulturně - historické památky, atraktivní nabídka různých druhů CR, výborná geografická poloha, ale i bohatá historie. Všechny své silné stránky by měl kraj posilovat a slabé stránky eliminovat, jakož například zvýšit podporu a propagaci folklóru a tradic, zvýšit kvalitu poskytovaných služeb, přístup k zákazníkům nebo více využívat potenciál některých atraktivit. Zároveň by měl využít příležitostí, které se mu naskýtají, zaměřit se na rostoucí zájem o aktivní trávení dovolené, zkracující se pobyty, zvyšující se zájem o gastronomii a vinařství, nebo také podporu spolupráce s jinými regiony. Rozvoj kraje mohou ohrozit faktory související s rostoucí nezaměstnaností, ekonomickou krizí nebo nedostatkem atraktivních balíčků pro turisty. Konkurenční prostředí v oblasti cestovního ruchu je možné zachytit především prostřednictvím intenzity návštěvnosti a délkou pobytu návštěvníků. Jihomoravský kraj má hned po hlavním městě Praze druhou nejvyšší návštěvnost u nás, nicméně z hlediska průměrné doby pobytu vykazuje nejnižší hodnoty ze všech krajů České republiky.

Jedná se o relativně atraktivní území, ale s krátkodobým charakterem pobytu. Do analýzy poptávky lze zařadit i výsledky internetové ankety o turisticky nejoblíbenější kraj České republiky, kde Jihomoravský kraj získal jedno první a tři druhá místa. Absolutního vítězství dosáhl v kategorii Folklór a tradice a další místa kraj získal v kategoriích Letní dovolená, Pěší turistika a Cykloturistika.

Folklór a lidová kultura je skutečně významným prvkem cestovního ruchu, a proto se domnívám, že je nevýhodou, že se folklórní a jiné akce nenachází v nabídkách cestovních kanceláří a agentur. Tato oblast tak přichází o nový segment zákazníků. Propagace je pouze na organizátorech akcí, kulturních zařízeních, zájmových organizacích a místních úřadech. Do propagace se kromě Folklórního sdružení více zapojila i Centrála cestovního ruchu na Jižní Moravě a výraznější podpora je také začleněna do strategického dokumentu, koncepce státní politiky cestovního ruchu. Slabou stránkou je nedostatečné využívání možností získání grantů či dotací, nízká spolupráce s cestovními kanceláři, slabé začlenění folklórních a kulturních akcí do nabídky pobytů pro turistu. Hlavní prioritou by mělo být zajištění konkurenceschopnosti národních a regionálních produktů cestovního ruchu, rozšiřování a zkvalitnění infrastruktury a služeb, začlenění lidové kultury do nabídek cestovních kanceláří. Bylo by dobré vytvořit balíčky pro turisty (pobyty za vinařskými stezkami na Moravě) a více jednotlivé regiony propagovat jak v ČR, tak v zahraničí.

## 11 NÁVRH PROJEKTU - VÝSTAVA „TŘI REGIONY, TŘI CHUTĚ“

### 11.1 Současný stav a odůvodnění projektu

Folklór a tradice jsou jedním z významných prvků cestovního ruchu, neboť existuje velké bohatství živé a dochované tradiční lidové kultury. Povědomí o tradiční lidové kultuře, regionálních a národních dějinách nestále slábne a podpora v českých médiích je stále nedostatečná. Přesto státní instituce a občanská sdružení trvale vyvíjejí tlak, aby se tato situace změnila. Cestovní ruch však představuje významný potenciál pro rozvoj dříve venkovsky zaměřeného příhraničního regionu a do budoucna bude představovat nové klíčové hospodářské odvětví. Tuto skutečnost potvrzuje i fakt, že veřejnost trvale projevuje zájem o muzea v přírodě nebo regionech ve specifickém prostředí jejich objektů a areálů, lidové tradice, festivaly i folklórní slavnosti. Vzhledem ke zvyšujícímu se zájmu o gastronomický cestovní ruch, vinařství, regionální produkty a vzhledem k nedostatečné podpoře tradic a folklóru, jsem se rozhodla uspořádat výstavu s názvem Tři regiony, tři chutě. Jako velmi atraktivní téma se jeví gastronomický cestovní ruch i vzhledem k propojení s tradičním vinařstvím, jehož obliba v posledních letech stále stoupá. Jak bylo již zmíněno ve SWOT analýze, slabou stránkou kraje je nízký počet atraktivních projektů vedoucích k tvorbě produktů zaměřených na oblast folklóru a lidových tradic, slabá podpora lidové kultury, nedostatečná propagace regionu a nevyužití potenciálu některých atraktivit, které kraj nabízí. To je také jeden z důvodů realizace výstavy, neboť svým charakterem se jedná o vytvoření aktuálního a atraktivního produktu, nabídky pro návštěvníky cestovního ruchu, o podporu regionu a připomenutí stále živých tradic. V dnešní době každoročně vzrůstá zájem o živé lidové tradice, hody, poutě, folklórní festivaly i cimbál, a je tento projekt orientován na organizaci výstavy v oblasti gastronomie, společných znaků moravské a dolnorakouské kuchyně v rámci udržení lidové tradice a folklóru, jehož základní prvky jsou tvořeny specifickou gastronomií regionu, včetně vinařství. Výstava se bude konat ve městě Brně, v regionu Vysočina a Dolním Rakousku. Pro zúčastněné regiony je cestovní ruch ekonomickou oblastí s velkým rozvojem

potenciálem. Na základě stávající struktury mají zvláštní význam územně blízké cílové trhy pro výletní jednodenní turismus a krátké dovolené, jež jsou specifickým rysem všech zúčastněných regionů. Potenciál je přitom největší v sousedních regionech na obou stranách hranice. Avšak při získávání nových mezinárodních trhů existují bariéry v podobě chybějících kontaktů a znalostí cílových trhů. Ty mohou být překonány buď s vynaložením velkých finančních prostředků, časových zdrojů, případně spoluprací mezi odpovědnými organizacemi.

## 11.2 Cíle projektu

Cílem projektu je prostřednictvím výstavy připomenout společnou historii obou zemí, která se odráží v mnoha oblastech života s důrazem na gastronomii. Výstava by měla pomoci k oživení cestovního ruchu, zvýšení návštěvnosti v Jihomoravském kraji a ke zvýšení úrovně sousedících regionů. Dalším cílem je podpořit uchování dosud existujících projevů tradiční lidové kultury a předat je dalším generacím, podpořit socioekonomický rozvoj a cestovní ruch ve formě folklóru a lidových tradic. Prostřednictvím výstavy bych chtěla zacílit na příležitosti, které jsem definovala ve SWOT analýze, podpořila tímto produktem možnosti, které se Jihomoravskému regionu naskýtají a pokusit se eliminovat některé slabé stránky regionu. Hlavní prioritou celého projektu je zajištění konkurenceschopnosti regionálních produktů, rozvoj spolupráce s jinými regiony a sousedními zeměmi a zvýšení propagace regionu v České republice i zahraničí. Tento projekt vybuduje infrastrukturu pro výstavu, nastaví opatření pro regionální rozvoj a zapojí do realizace místní obyvatele. Specifickými cíli je však dlouhodobá spolupráce regionů, vytvoření pozitivního obrazu regionu a s tím související nárůst návštěvnosti turistických podniků.

Výstavou má být dosaženo:

- 1) vysoké návštěvnosti akce samotné na všech třech místech jejího konání,
- 2) nadšení lidí na obou stranách hranice pro akci a její témata,
- 3) návaznosti další kulturně turistické nabídky,
- 4) široké prezentace zúčastněných regionů na veřejnosti.



### 11.3 Základní údaje o folklórní výstavě

V současnosti je velmi moderní téma gastronomie, proto předmětem organizace výstavy stojí gastronomie. Záměrem výstavy je představit návštěvníkům společné znaky Jihomoravské a dolnorakouské kuchyně a její historický původ ve spojení a úzkých rodinných kontaktech obyvatel jižní Moravy a Dolního Rakouska, ve společném státě Rakousku-Uhersku. Mnoho dívek z jižní Moravy sloužilo v domácnostech ve Vídni a mnoho mladých řemeslníků a zemědělských dělníků odcházelo za prací a na zkušenou do Dolního Rakouska a do Vídně. Za hranice s sebou přinášeli jihomoravské recepty a zvyklosti v přípravě jídel a uplatňovali je přímo v kuchyních rodin i restauračních zařízení, ve kterých pracovali. V rakouských kuchyních se seznamovali s přípravou zdejších pokrmů a po návratu na Moravu své zkušenosti předávali v domácnostech i restauracích. Dlouhé roky tak vzájemně přispívali ke sblížení obou národních kuchyní, až došlo v nemálo oblastech k jejich téměř identické podobě. Samozřejmě vedle společných znaků obou kuchyní, které se sblížovaly v každodenním všedním životě, existují výjimky, které by výstava chtěla také představit. Nejvýraznější regionální rozdíly se udržovaly ve stravě při svátečních příležitostech, převážně svatbách a dalších rodinných událostech, při kterých nebyl styk obou komunit tak těsný jako v každodenních všedních situacích.

Úzké osobní a pracovní kontakty obyvatel obou zemí se také projeví v postupech pěstování a zpracování vinné révy, které se tak sblížily nejen díky obdobným geografickým podmínkám. Výstava bude sledovat také ve vinařství vše společné – rakouský vinařský horenský řád z Falkensteinu byl platný i na Moravě – ale také některé odlišnosti, které se objevily v průběhu času a vyústily do současnosti.

Cílem výstavy je ukázat konkrétní společné znaky i ne příliš četné rozdíly obou kuchyní a vinařství, vývoj jejich vzájemného ovlivňování a sblížení.

Zpočátku bude nutné vypracovat scénář a expozici s touto tematikou, vytipují a pronajmou se pro tuto výstavu tři vhodné prostory ve městě Brně, v regionu Vysočina a v Dolním Rakousku, včetně zázemí a personálního zajištění. Dále bude nutné zajistit zápůjčky exponátů, případně mobiliáře a výstavních prvků, veškeré předměty pro výstavu, zajistit výrobu informačních tabulí, bannerů apod. Bude provedena instalace výstavy dle možností daného prostoru. Součástí výstavy bude

v Brně také praktická ukázka vaření z receptů, které jsou prezentovány v rámci výstavy, a to formou workshopu s kuchaři. Tento workshop pro návštěvníky výstavy by se měl v rámci výstavy konat alespoň třikrát. V den otevření výstavy v daném místě bude uspořádána vernisáž, kde bude zajištěn catering s ochutnávkami jídel uvedených v katalogu výstavy a prezentovaných na výstavě pro cca 150 osob a další služby nutné k zajištění slavnostní vernisáže. Bude třeba připravit a vytisknout katalogy výstavy, pozvánky a zajistit slavnostní vernisáže výstavy (bude probíhat u příležitosti výstavy v každém městě, zajištění ochutnávky jídel z receptů z katalogu výstavy). Katalog výstavy provede návštěvníky výstavou (úvod, co je obsahem výstavy, historie moravské a rakouské kuchyně, včetně receptů a překladu do německého jazyka). Pozvánka na výstavu bude zvat v jazyce českém i německém. Počítá se cca 1200 ks pro Českou republiku a cca 300 ks pro Rakousko. Při propagaci výstavy budou zúčastněná města/země vystupovat jednotně a uplatňovat jednotný společný vizuální styl. Organizátory tím bude navenek jednoznačně prezentováno sdělení o sounáležitosti regionů. Po ukončení výstavy bude rozebrána a zajištěn transport na další místo. Obsahem navazující spolupráce je výměna znalostí národních médií a kontaktů na klíčové organizace a poskytovatele služeb, což s vynaložením optimálních nákladů výrazně urychlí dosažení následujících výstupů: vybudování pozitivního postavení v sousední zemi, nárůst návštěvníků, především exkurzionistů během konání výstavy, nárůst přístupů na webové stránky všech regionů, posílení prezentace krajů v turistických katalozích sousední země, inzerce v médiích sousední země a produkci propagačních materiálů. Pro návštěvníky budou připravena interaktivní stanoviště, tedy výstava je z tohoto pohledu vhodná i pro občany se zrakovým a tělesným handicapem. Trvalý průzkum a oslovení trhu bude v působnosti jednotlivých turistických organizací. Koordinace bude uskutečňována prostřednictvím pravidelných jednání, která jsou pro realizaci projektu předpokládána v intervalech dvakrát ročně.

#### **11.4 Místo realizace**

Výstava bude zahájena ve městě Brně, kde se také předpokládá největší expozice, poté menší verze expozice bude instalována v dalších městech dle možností pronajatých prostor. Místa uspořádání výstav jsou vytipována v Domě šlechticů

v Brně, na zámku v Telči a v Dolním Rakousku příhraničním městě Falkenstein. Do těchto prostor budou přepraveny některé menší exponáty brněnské výstavy.

### **11.5 Cílové skupiny a dopad projektu na cílové skupiny**

Aktivity jsou zaměřeny na návštěvníky jednotlivých regionů, ať už budou osloveny ve vlastních regionech nebo mimo ně. Je třeba vycházet z motivace návštěvníků, to znamená, co je bude vést k tomu, aby danou oblast navštívili.

Projektem mají být osloveny následující cílové skupiny:

- návštěvníci pěstující poznávací a vzdělávací turistiku
- milovníci kulturní turistiky
- návštěvníci zajímající se o lidové tradice a folklór
- senioři
- rezidenti, obyvatelé okolních měst a vesnic
- rodiny s dětmi
- individuální návštěvníci
- školní exkurze
- mladé páry

Vytvoření pozitivního obrazu a opakované návštěvy regionů posílí vzájemné porozumění mezi lidmi na obou stranách hranice. Docíleno přitom musí být zejména odstranění bariér, které brání návštěvě sousední země. Cílená marketingová opatření budou mít zároveň dopad na poskytovatele služeb. Povedou ke zvýšení počtu návštěvníků, čímž budou zabezpečena stávající a vytvořena nová pracovní místa. S růstem poptávky po službách subdodavatelů lze počítat s posílením regionálních příjmů.

### **11.6 Popis navrhovaného řešení**

#### **1. Scénář výstavy**

Konzultace a pomoc při zpracování scénáře bude řešena ve spolupráci s Etnografickým ústavem Moravského zemského muzea, neboť zde disponují mnoha kontakty s českými i rakouskými odborníky v oboru a mnoha odbornými znalostmi.

Součástí výstavy bude i malá exkurze do vinařského prostředí jižní Moravy a Dolního Rakouska. Veškeré texty budou přeloženy do německého jazyka, revidovány rodilým mluvčím.

## **2. Výběr exponátů výstavy**

Možnost zapůjčení exponátů bude konzultována s Etnografickým ústavem Moravského zemského muzea. Pracovníci jsou dokonale obeznámeni s obsahem sbírek Etnografického ústavu a jsou důležitými kontakty pro výběr a přípravu exponátů pro výstavu. K tomuto účelu budou vybrány podklady z oblasti tradiční přípravy jídel z venkovského a městského prostředí Rakouska - Uherska z přelomu 19. a 20. století. Formou zápůjčky z muzejních institucí budou představeny ukázky například kuchyňského mobiliáře, kovového, porcelánového i skleněného nádobí, stolního textilu, pracovního oblečení, kuchařských knih, dokladů i používaných surovin a jejich cen.

## **3. Obsah a zpracování katalogu**

K sepsání odborných textů katalogu přicházejí v úvahu přednášející z České republiky i Rakouska, např. vedoucí Etnografického ústavu MZM v Brně, lidé z oddělení etnologie na univerzitě ve Vídni, Městské muzeum v Linzi nebo zástupci Svazu vinařů ČR apod. V katalogu by se mohla objevit kapitola o vztazích mezi oběma zeměmi, kvalitě stravování v dnešním životě, prolínající se vlivy přípravy jídel v obou zemích, společných znacích obou kuchyní, rozdíly jídel při určitých příležitostech, stravovací zvyklosti obou zemí, společné znaky vinařství – pěstování vinné révy, výsadba stejných odrůd vín. Také by mohla stručně popsána skutečnost, že dolnorakouský vinařský tzv. horenský řád z Falkensteinu platil také na Moravě. Tento řád určil pravidla pro podnikání v oboru vinařství a stanovil sankce při jejich porušování. Dále by se zde měly objevit recepty na přípravu jídel jihomoravské i dolnorakouské kuchyně.

Katalog bude vytištěn v česko-německé mutaci, každá z mutací přibližně na 50 stranách formátu A5. Jeho zpracování bude zadáno externí agentuře, která katalog vypracuje jak po grafické stránce, tak fotografické. Překlad z českého

do německého jazyka a naopak bude zajištěn překladateli a budou revidovány texty rodilými mluvčími.

#### **4. Výtvarné a prostorové řešení**

Výtvarně prostorové řešení výstavy bude externě zajištěno projekční kanceláří HODIPRO, neboť firma má bohaté a dlouhodobé zkušenosti v oboru výstavnictví a přípravě návrhů interiérů.

#### **5. Grafické řešení**

Pro návrhy grafické části výstavy budou osloveni osvědčení výtvarníci v oboru výstavní grafiky a produktového designu. Pro realizaci grafických prvků výstavy budou využity moderní výrobní technologie, včetně velkoplošného tisku na deskové materiály a textilie.

#### **6. Instalace exponátů**

Pro instalaci exponátů výstavy se uvažuje o zapůjčení z Moravského zemského muzea. Výstavu budou instalovat a aranžovat pracovníci s dlouholetou prací v přípravě výstav z Moravského zemského muzea.

#### **7. Workshopy**

Uvažuje se o organizaci tří workshopů a témata budou zpracována při sestavování scénáře výstavy. V rámci jednání s vystavovateli před veletrhem Salima se zvažuje jednání o spolupráci při technickém zajištění workshopů se společností Petraguest Brno o zapůjčení gastrozařízení a o dodávkách surovin pro ukázky přípravy jídel. O personálním obsazení pro obsluhu a výpomoc s přípravou jídel bych se ráda spojila s vedením Střední potravinářské školy v Brně, kde se připravují studenti v oborech kuchař, číšník a cukrář. Workshopy budou doplněny přednáškami na určitá témata a přednášející budou ti stejní lidé, kteří se budou podílet na zpracování katalogu. Při přednáškách bude připraveno oboustranné simultánní tlumočení českého i německého jazyka.

#### **8. Vernisáže**

Vernisáže výstav v Brně, Telči a Dolním Rakousku se plánují pro 150 návštěvníků, včetně cateringu s ochutnávkami jídel připravených podle receptů otištěných

v katalogu výstavy. Pro přípravu jídel i obsluhy bude využito pomoci studentů Střední potravinářské školy v Brně.

### **9. Fotografie**

Fotografie z výstavy a všech tří vernisáží pořídí profesionální fotograf Tomáš Svoboda.

### **10. Technický personál pro zajištění výstavy**

Pro brněnskou část výstavy by přicházel v úvahu personál z řad zaměstnanců Etnografického ústavu – dva pracovníci ostrahy výstavy, pracovníce na pokladně a úklidová pracovníce. Zajištění personálu výstav v Telči a Dolním Rakousku bude dohodnuto v rámci pronajatých prostor, kde se výstava uskuteční.

### **11. Pojištění exponátů**

Exponáty brněnské výstavy budou pojištěny v rámci existující pojistné smlouvy Etnografického ústavu. Na pojištění mimobrněnských výstav se sepíše zvlášť pojistné smlouvy.

### **12. Pozvánky na výstavu**

Tištěné pozvánky budou distribuovány převážně poštou vybraným adresátům.

### **13. Přeprava exponátů**

Transport exponátů bude zajištěn skříňovým automobilem s nákladovým prostorem, aby byla zajištěna bezpečná přeprava.

## **11.7 Časový harmonogram projektu**

Spolupráce všech tří partnerských stran bude trvat během celé doby realizace projektu (duben 2014 – prosinec 2015). V ekonomice cestovního ruchu má klíčový význam střídání letní a zimní sezóny a tomuto časovému rytmu odpovídá rozdělení projektů do etap.

### **Časový harmonogram realizace projektu se skládá z těchto činností**

#### **I. Etapa**

- a) Vytipování prostor

- b) Zpracování scénáře výstavy

## II. Etapa

- a) Zajištění výstavních prostor
- b) Příprava realizace výstavy (odborně, výtvarně, exponáty, bannery, tabule...)
- c) Příprava katalogu, včetně německého překladu

## III. Etapa

- a) Tisk katalogu
- b) Příprava, tisk a rozeslání pozvánek na výstavu v Brně
- c) Instalace výstavy v Brně
- d) Slavnostní vernisáž v Brně
- e) Realizace výstavy v Brně (personální zajištění ...)

## IV. Etapa

- a) Demontáž výstavy v Brně a přesun její části na Vysočinu
- b) Příprava, tisk a rozeslání pozvánek na výstavu na Vysočině
- c) Instalace výstavy na Vysočině
- d) Vernisáž na Vysočině
- e) Realizace výstavy na Vysočině
- f) Demontáž výstavy na Vysočině
- g) Příprava, tisk a rozeslání pozvánek na výstavu v Dolním Rakousku
- h) Instalace výstavy v Dolním Rakousku
- i) Vernisáž v Dolním Rakousku
- j) Realizace výstavy v Dolním Rakousku
- k) Demontáž výstavy v Dolním Rakousku

## Časový harmonogram propagace výstavy

- **doba trvání od 1. 4. 2014 do 31. 5. 2015**

Přípravná fáze bude trvat od zahájení projektu do začátku výstavy a jejím obsahem bude propagace výstavy - realizace velké části mediální, plakátovací a inzertní

kampaně. Těžiště této etapy spočívá v přípravě marketingových opatření pro výstavu a přípravě tiskovin pro účely propagace. Cílem je vzbudit zájem o výstavu a její témata. Hlavním nástrojem bude plakátovací a inzertní kampaň, tiskové zprávy a distribuce propagačních materiálů. V souladu s tím bude zahájena výroba reklamních prostředků v podobě letáků, plakátů, transparentů, pozvánek, informačních tabulí a orientačního značení. Na konci roku 2014 bude kladen důraz zejména na jejich distribuci a započne realizace kampaní, které budou završeny intenzivní prací s tiskem. Budou vybudovány webové stránky [www.triregionytrichute.cz](http://www.triregionytrichute.cz), vyrobeny a distribuovány propagační materiály (letáky, katalogy). Na obou stranách hranice bude intenzivní spolupráce s cestovními kanceláři, tiskem a centrálou cestovního ruchu. Spolupráce s velkými podniky, studijní cestu pro zástupce cestovních kanceláří, rezervace katalogových stránek, přímé oslovení zákazníků, spolupráce s médii (v tištěné i elektronické podobě), internetový marketing, direct mailing. Kampaň bude realizována v médiích, prostřednictvím plakátů a inzerátů, prezentace na veletrzích (Go-Regiontour v Brně, MADI v Praze). Po celou dobu spolupráce se prohloubí kontakty s cestovními kanceláři a tiskem prostřednictvím studijních poznávacích cest, dojde k optimalizaci internetových vyhledávačů, budou vytištěny další propagační materiály. Zároveň se uskuteční plánování zimní sezóny. V tomto období bude připravována výstava a katalog pro výstavu. Proběhne mediální kampaň.

- **doba trvání od 1. 6. 2015 do 31. 8. 2015**

Zahájena bude výstava v Brně. Tato fáze zahrnuje realizaci marketingových opatření pro zimní sezónu. Zatímco se bude realizovat fáze letní sezóny, budou probíhat intenzivní marketingová opatření pro zimní sezónu. V druhé fázi stojí v popředí propagace probíhající výstavy a aktivity spojené s propagací (tisk a distribuce letáků pro návštěvníky výstavy na Vysočině a Dolnorakouské výstavy pro vzbuzení zájmu o region). Vedle toho bude pokračovat plakátovací a inzertní kampaň, která započala v 1. etapě. Budou intenzivně vydávány tiskové zprávy, včetně spolupráce s televizními a rozhlasovými stanicemi a ve spolupráci s různými zařízeními cestovního ruchu budou získávány další skupiny návštěvníků. Proběhne prezentace s CzechTourism s krajem Vysočina, mediální kampaň, tisk a distribuce příbalového letáku a také famtrip po regionu. Uskuteční se studijní cesta pro zástupce cestovních



kanceláři a novináře do Rakouska, spolupráce s nejmenovaným velkým podnikem, spolupráce s cestovními kanceláři.

- **doba trvání od 1. 9. 2015 do 31. 10. 2015**

V další fázi bude zahájena výstava na Vysočině, vytisknuty katalogy a pozvánky na výstavu v Dolním Rakousku, současně se bude připravovat kampaň v tisku ve formě příbalového letáku a uskuteční se realizace marketingových opatření pro výstavu v Dolním Rakousku. Hlavní zájem bude soustředěn na spolupráci s médii. Realizována budou další doprovodná marketingová opatření, bude pokračovat plakátovací a inzertní kampaň, která započala v 1. etapě.

- **doba trvání od 1. 11. 2015 - 31. 12. 2015**

V poslední fázi bude veřejnosti přístupná výstava v Dolním Rakousku, z počátku bude pokračovat plakátovací, mediální a inzertní kampaň a další doprovodná marketingová opatření, která budou ke konci měsíce prosince ukončena.

Do marketingových opatření budou začleněny také regiony Mostviertel a St. Pölten. To znamená, že například v propagační brožure bude věnována část celkového objemu turistickým cílům těchto oblastí. Tímto způsobem se zajistí šíření Česko jazyčných mutací materiálů, respektive propagace Dolního Rakouska v České republice, buď s důrazem na Waldviertel nebo Weinviertel, případně Dunaj, nebo na celou zemi.

Aktivita Dolnorakouské centrály cestovního ruchu a Vysočina Tourism, které budou do projektu zaangažovány budou následující:

Na začátku období proběhne výroba a distribuce propagačních letáků, které jsou určeny pro cílovou skupinu návštěvníků Dolnorakouské výstavy. Dojde ke zkvalitnění německé mutace regionálního turistického portálu [www.vysocina-region.cz](http://www.vysocina-region.cz), prezentace turistické nabídky regionu Vysočina na veletrzích cestovního ruchu ve Vídni a v Linzi v lednu 2015. Výroba a distribuce propagačních materiálů, které budou zacíleny na vybrané segmenty potenciálních návštěvníků – milovníci kultury, rodiny s dětmi, senioři. Brožury budou zpracovány s jednotícím mottem „Tři

regiony, tři chutě“ a budou obsahovat turistické nabídky např. Po stopách Gustava Mahlera, Trojúhelník památek UNESCO, Víkend ve středověku apod. Presentaci turistického potenciálu bude provázet kampaň v tisku v podobě inzerátů v odborných a lifestyleových časopisech i v denním tisku. Uspořádána bude prezentace v Českém centru/zastoupení CzechTourism ve Vídni, kde budou turistické možnosti Vysočiny představeny společně s Centrálou cestovního ruchu Jižní Morava odborné veřejnosti i širokému publiku. Během prezentace bude předkládána pozvánka na poznávací cestu zástupců cestovních kanceláří a tisku. Realizována bude v trvání tří dnů a představeny budou společně příhraniční oblasti Vysočiny a jižní Moravy.

### **11.8 Nákladová analýza projektu**

Nákladová analýza slouží k nalezení neoptimálnějšího provedení projektu po stránce časové i finanční. Při provádění nákladové analýzy projektu se snažíme pomocí časových rezerv vzniklých při provádění projektu zkrátit provádění tohoto projektu na časové minimum spojené s určitou výší nákladů, které zkrácená doba provádění přináší, avšak vzhledem ke zkrácené době provádění jsou přijatelné.

#### **Při realizaci projektu vycházíme ze dvou skutečností:**

1. nejdelší doba realizace projektu je spojená s nejnižšími náklady
2. nejkratší doba realizace projektu je spojená s nejvyššími náklady.

Cílem analýzy je nalézt optimální řešení mezi oběma těmito extrémy.

#### **Termín realizace:**

- I. Etapa: 1. 4. 2015 – 31. 5. 2015
- II. Etapa: 1. 6. 2015 – 31. 8. 2015
- III. Etapa: 1. 9. 2015 – 31. 10. 2015
- IV. Etapa: 1. 11. 2015 – 31. 12. 2015

Plánovaný začátek realizace projektu je: 1. 4. 2014

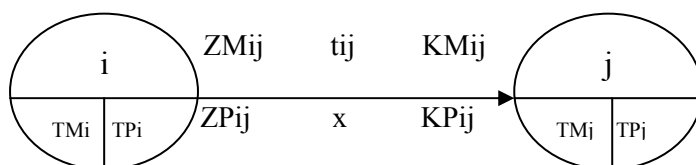
Plánovaný konec realizace projektu je: 31. 12. 2015

Časová analýza bude provedena metodou CPM, metodou kritické cesty. Tato metoda je deterministická, neboť doba trvání jednotlivých činností je pevně daná a neuvažujeme o možnosti jejich změny.

Tab. 9 - Popis jednotlivých činností projektu (vlastní zpracování)

Symbol činnosti	Název činnosti	Předcházející činnost	Doba trvání (týdny)
A	Vytipování prostor	-	4
B	Scénář výstavy - příprava	A	4
C	Zajištění výstavních prostor	B	4
D	Realizace výstavy	B, C	12
E	Příprava a tisk katalogu	D	8
F	Příprava, tisk a rozeslání pozvánek na výstavu v Brně	D	2
G	Instalace výstavy v Brně	D	1
H	Realizace výstavy v Brně	G	8
I	Demontáž výstavy v Brně a přesun na Vysočinu	H	1
J	Příprava, tisk a rozeslání pozvánek na výstavu na Vysočině	G	1
K	Instalace výstavy na Vysočině	I	2
L	Realizace výstavy na Vysočině	K	6
M	Demontáž výstavy na Vysočině	L	3
N	Příprava, tisk a rozeslání pozvánek na výstavu v Dolním Rakousku	L	2
O	Instalace výstavy v Dolním Rakousku	M	2
P	Realizace výstavy v Dolním Rakousku	O	6
Q	Demontáž výstavy v Dolním Rakousku	P	3

### Postup při sestavování síťového grafu



- $TM_{ij}$ ...termín nejdříve možný
- $TP_{ij}$ ...termín nejpozději přípustný
- $ZM_{ij}$ ... začátek nejdříve možný
- $KM_{ij}$ ... konec nejdříve možný
- $Zp_{ij}$ ... začátek nejdříve přípustný
- $KP_{ij}$ ... konec nejpozději přípustný
- $t_{ij}$ ...doba trvání činnosti
- $i, j$ ...pořadové číslo uzlu

### Metoda CPM má tři fáze:

- 1) Výpočet nejdříve možných začátků a konců provádění činností. Postupuje se od vstupu k výstupu. V případě, že do uzlu ústí více hran, je vybrána maximální hodnota. V této fázi se zjišťuje nejkratší možná doba trvání celého projektu.

$$ZM_{ij} = TM_i$$

$$KM_{ij} = (ZM_{ij} + t_{ij}) \text{ MAX}$$

$$TM_j = \text{MAX } KM_{ij}$$

- 2) Výpočet nejpozději přípustných začátků a konců činností. Jedná se o dobu, kdy je nutné nejpozději začít, aby nedošlo k ohrožení doby trvání celého projektu. Postupuje se od výstupu ke vstupu. V případě, že do uzlu ústí více hran, je vybrána minimální hodnota. V této fázi se určuje kritická cesta.

$$TP_j = KP_{ij}$$

$$ZP_{ij} = KP_{ij} - t_{ij}$$

$$ZP_{ij} = TP_i$$

$$TP_i = \text{MIN } (KP_{ij} - t_{ij})$$

- 3) Výpočet časové rezervy - rozlišují se tři druhy časových rezerv:

- **Celková rezerva** ( $RC_{ij}$ ) – udává, jak dlouho je možné se na určité činnosti zpozdít, aniž by byla narušena celková doba trvání projektu, na kritické cestě je nulová.

$$RC_{ij} = TP_j - t_{ij} - TM_i$$

- **Volná rezerva** ( $RV_{ij}$ ) – udává, jak dlouho je možné se na určité činnosti zpozdít, aniž by bylo zabráněno bezprostředně následujícím činnostem začít realizaci v nejdříve možném termínu.

$$RV_{ij} = TM_j - t_{ij} - TM_i$$

- **Nezávislá rezerva** ( $RN_{ij}$ ) – udává, jak dlouho se na činnosti, která začala v nejpozději přípustném termínu, je možné se zpozdít, aniž by bylo bezprostředně následujícím činnostem začít realizaci v nejdříve možném termínu.

$$RN_{ij} = \max(TM_j - T_{pi} - t_{ij}; 0)$$

Vztah mezi rezervami:  $RC_{ij} \geq RV_{ij} \geq RN_{ij}$ .

Tab. 10 - Řešení problému v programu WinQSB (vlastní zpracování)

04-14-2014 21:56:12	Activity Name	On Critical Path	Activity Time	Earliest Start	Earliest Finish	Latest Start	Latest Finish	Slack (LS-ES)
1	A	Yes	4	0	4	0	4	0
2	B	Yes	4	4	8	4	8	0
3	C	Yes	4	8	12	8	12	0
4	D	Yes	12	12	24	12	24	0
5	E	no	8	24	32	48	56	24
6	F	no	2	24	26	54	56	30
7	G	Yes	1	24	25	24	25	0
8	H	Yes	8	25	33	25	33	0
9	I	Yes	1	33	34	33	34	0
10	J	no	1	25	26	55	56	30
11	K	Yes	2	34	36	34	36	0
12	L	Yes	6	36	42	36	42	0
13	M	Yes	3	42	45	42	45	0
14	N	no	2	42	44	54	56	12
15	O	Yes	2	45	47	45	47	0
16	P	Yes	6	47	53	47	53	0
17	Q	Yes	3	53	56	53	56	0
	Project	Completion	Time	=	56	weeks		
	Number of	Critical	Path(s)	=	2			

Řešení z programu WinQSB – vysvětlení pojmů:

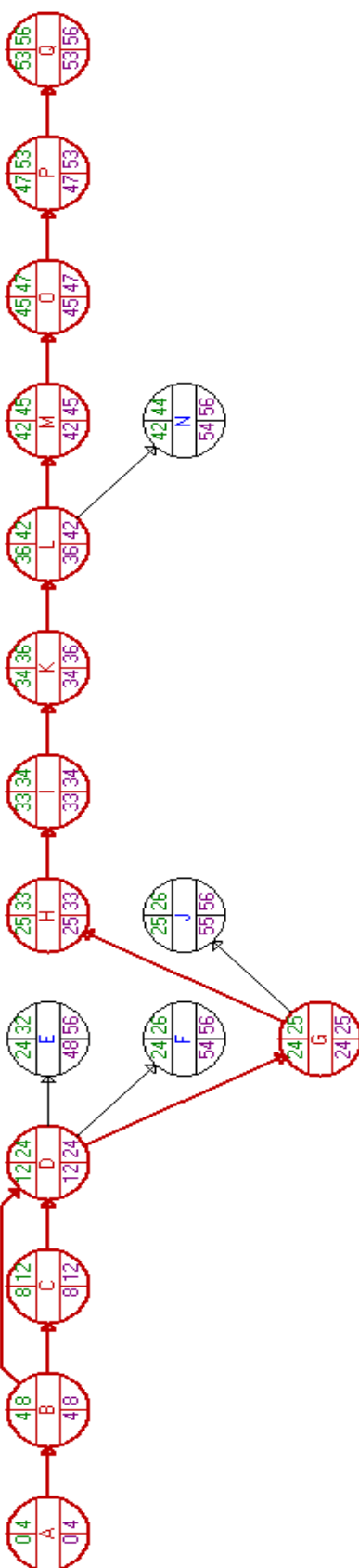
- Activity Name – název činnosti
- On Critical Path – zda činnost leží na kritické cestě

- Activity time – čas nutný k vykonání činnosti
- Earliest Start – nejdříve možný začátek (ZM<sub>ij</sub>)
- Earliest Finish – nejdříve možný konec (KM<sub>ij</sub>)
- Latest Start – nejpozději přípustný začátek (ZP<sub>ij</sub>)
- Latest Finish – nejpozději přípustný konec (KP<sub>ij</sub>)
- Slack (SL-ES) – časová rezerva
- Project Completion Time – čas nutný k vykonání všech činností (v týdnech)
- Number of Critical Path(s) – počet kritických cest

Interpretační řešení programu indikuje, kde se nachází kritická cesta projektu. Kritická cesta značí sled kritických činností mezi vstupním a výstupním uzlem. Jedná se tedy o nejdelší možnou cestu mezi vstupem a výstupem daného projektu a zároveň nejkratší možná doba realizace projektu. Kritickou cestu je třeba detailně monitorovat, neboť prodleva v jednotlivých činnostech by znamenala celkové zpoždění projektu. Pro zkrácení času realizace projektu, je třeba se zaměřit právě na činnosti ležící na kritické cestě. Z výše uvedeného výpočtu vyplývá, že nejkratší možná doba trvání celého projektu je 56 týdnů.

Kritická cesta vede po činnostech: A B, C, D, G, H, I, K, L, M, O, P, Q.

Časové rezervy poskytují činnosti v bodech: E, F, J, N.



Obr. 6 - Grafické znázornění sledu realizovaných činností (vlastní zpracování)

## 11.9 Financování a rozpočet projektu

Většina služeb bude realizována pomocí externích dodavatelů – překlady/tlumočení, občerstvení, pronájem prostor, tisk, odborní poradci, mediální kampaň. Z vlastních zdrojů bude vypracována náplň projektu, jeho realizace a administrace, vedení pracovních schůzek a zpracovávání článků. Podklady pro letáky a brožury budou připraveny s využitím vlastních kapacit (sběr dat, textové podklady).

Předpokládaná výše projektu výstavy bez DPH:

- Zajištění výstavy a její realizace: cca 1 104 465 Kč bez DPH
- Příprava, tisk a distribuce katalogu výstavy: cca 935 570 Kč bez DPH
- Příprava, tisk a rozeslání pozvánek: cca 43 158 Kč bez DPH

Tab. 11 - Návrh rozpočtu na výstavu *Tři regiony, Tři chutě* (vlastní zpracování)

<b>Návrh rozpočtu na výstavu <i>Tři regiony, Tři chutě</i></b>			
<b>Členění dle etap projektu</b>	<b>Cena bez DPH (v Kč)</b>	<b>DPH 21%</b>	<b>Cena včetně DPH (v Kč)</b>
<b>I. etapa</b> <b>1.4.2014 – 30. 4. 2014</b>	<b>30 000</b>	<b>6 300</b>	<b>36 300</b>
Vypracování scénáře	30 000		
<b>II. Etapa</b> <b>1.5.2014 - 31.2.2015</b>	<b>329 830</b>	<b>69 264</b>	<b>399 094</b>
<b>a. Pronájem - prostory Brno</b>	<b>47 500</b>		
<b>b. Příprava realizace výstavy</b>	<b>115 760</b>		
- Výběr exponátů	6 700		
- Výtvarně prostorové řešení	65 800		
- Grafika výstavy (návrhy)	43 260		
<b>c. Příprava katalogu</b>	<b>166 570</b>		
- Texty 60 NS	27 540		
- Překlady 60 NS	27 540		
- Korektury Č 2 x 20 hod	8 400		
- Korektury N 2 x 20 hod mluvčí	8 400		
- Fotografie 100 ks á 600 Kč	60 000		
- Sazba a zlom textu	34 690		
<b>III. Etapa</b> <b>1.3.2015 - 31.7.2015</b>	<b>1 435 163</b>	<b>301 384</b>	<b>1 736 547</b>
<b>a. Tisk katalogu</b>	<b>769 000</b>		
- Tisk katalogu 30 000 ks	741 000		
- Distribuce katalogu - doprava	28 000		
<b>b. Příprava, tisk a rozeslání pozvánek</b>	<b>30 658</b>		



- Grafický návrh	3 890		
- Tisk 2 000 ks	13 600		
- Obálky	1 268		
- Poštovné v rámci ČR (700 ks)	11 900		
<b>c. Instalace výstavy v Brně</b>	<b>284 180</b>		
- Půjčovní exponátů	0		
- Fundus a výstavní předměty – půjčovní	72 000		
- Atypická výroba výstavních prvků	110 000		
- Tisk panelů a bannerů	92 380		
- Aranžmá	9 800		
<b>d. Slavnostní vernisáž v Brně</b>	<b>64 300</b>		
- Hudba	8 600		
- Tlumočení při úvodním slovu	3 200		
- Catering pro 150 osob	52 500		
<b>e. Realizace výstavy v Brně</b>	<b>287 025</b>		
- Elektřina	40 125		
- Topení	26 400		
- Spotřeba vody	2 500		
- Pokladna	24 000		
- Ostraha (2 osoby)	50 000		
- Úklid	12 000		
- Pojištění - v rámci pojistky EU	0		
<b>Workshopy:</b>			
- 9 přednášek na 3 workshopech	18 000		
- Cestovné	10 000		
- praktické ukázky vaření – 3 workshopy	65 000		
- Tlumočení na workshopech	15 000		
- Fotodokumentace výstavy	11 000		
- Fotodokumentace vernisáží	13 000		
<b>IV. Etapa 1.8.2015 - 31.12.2015</b>	<b>288 200</b>	<b>60 522</b>	<b>348 722</b>
<b>a. Demontáž Brno a přeprava Vysočina</b>	<b>7 900</b>		
<b>b. Pozvánky Vysočina</b>	<b>5 500</b>		
<b>c. Instalace Vysočina</b>	<b>20 000</b>		
<b>d. Vernisáž Vysočina</b>	<b>50 000</b>		
<b>e. Realizace výstavy Vysočina</b>	<b>57 500</b>		
- Pronájem prostor	30 000		
- Energie	6 500		
- Personál	6 000		
- Pojištění	15 000		
<b>f. Demontáž Vysočina</b>	<b>7 900</b>		

<b>g. Pozvánky Dolní Rakousko</b>	<b>7 000</b>		
<b>h. Instalace Dolní Rakousko</b>	<b>20 000</b>		
<b>i. Vernisáž Dolní Rakousko</b>	<b>50 000</b>		
<b>j. Realizace výstavy Dolní Rakousko</b>	<b>54 500</b>		
- Pronájem prostor	27 000		
- Energie	6 500		
- Personál	6 000		
- Pojištění	15 000		
<b>k. Demontáž Dolní Rakousko</b>	<b>7 900</b>		
<b>CELKEM ETAPA I. - IV.</b>	<b>2 083 193 Kč</b>	<b>437 471 Kč</b>	<b>2 520 664 Kč</b>

Tab. 12 – Celkové výdaje za všechny tři zúčastněné strany (plánované),  
(vlastní zpracování)

<b>Výdaje celkem za všechny tři zúčastněné strany</b>			
<b>Druh výdaje</b>	<b>Místo</b>	<b>Výdaje v EUR</b>	<b>Celkem</b>
Plánované personální výdaje	Dolní Rakousko	88 500 EUR	91 300 EUR
	Vysočina	0 EUR	
	Brno	2 800 EUR	
Externí služby	Dolní Rakousko	661 500 EUR	833 800 EUR
	Vysočina	40 000 EUR	
	Brno	132 300 EUR	
<b>Celkové výdaje</b>	<b>Dolní Rakousko</b>	<b>750 000 EUR</b>	<b>925 100 EUR</b>
	<b>Vysočina</b>	<b>40 000 EUR</b>	
	<b>Brno</b>	<b>135 100 EUR</b>	
Předpokládané výdaje na publicitu zahrnuté v celkové částce výdajů	Dolní Rakousko	619 000 EUR	754 000 EUR
	Vysočina	40 000 EUR	
	Brno	95 000 EUR	

Tab. 13 - Rozdělení příjmů a výdajů projektu po jednotlivých letech (plánované),  
(vlastní zpracování)

<b>Rozdělení příjmů a výdajů projektu po jednotlivých letech (plánované)</b>		
<b>Rok</b>		<b>Celkem</b>
<b>2014</b>		
<b>příjmy</b>	<b>0 EUR</b>	<b>0 EUR</b>
<b>výdaje</b>	<b>206 033 EUR</b>	<b>206 033 EUR</b>
Dolní Rakousko	85 000 EUR	
Vysočina	0 EUR	
Brno	121 033 EUR	
<b>2015</b>		
<b>příjmy</b>		<b>129 200 EUR</b>
Dolní Rakousko (5.000 osob)	34 000 EUR	
Vysočina (4.000 osob)	27 200 EUR	
Brno (10.000 osob)	68 000 EUR	
<b>výdaje</b>	<b>719 067 EUR</b>	<b>719 067 EUR</b>
Dolní Rakousko	665 000 EUR	
Vysočina	40 000 EUR	
Brno	14 067 EUR	
<b>CELKEM PŘÍJMY</b>		<b>129 200 EUR</b>
Dolní Rakousko	34 000 EUR	
Vysočina	27 200 EUR	
Brno	68 000 EUR	
<b>CELKEM VÝDAJE</b>		<b>925 100 EUR</b>
Dolní Rakousko	750 000 EUR	
Vysočina	40 000 EUR	
Brno	135 100 EUR	

Tab. 14 - Financování projektu (vlastní zpracování)

<b>Financování projektu</b>			
<b>Druh výdaje</b>	<b>Místo</b>	<b>Financování</b>	<b>Celkem</b>
ERDF financování	Dolní Rakousko	270 000 EUR	406 080 EUR
	Vysočina	32 000 EUR	
	Brno	104 080 EUR	
Státní	Dolní Rakousko	0 EUR	8 755 EUR
	Vysočina	2 000 EUR	
	Brno	6 755 EUR	
Kraj/země	Dolní Rakousko	150 000 EUR	150 000 EUR
	Vysočina	0 EUR	
	Brno	0 EUR	
Obec	Dolní Rakousko	0 EUR	0 EUR
	Vysočina	0 EUR	
	Brno	0 EUR	
Ostatní veřejné	Dolní Rakousko	67 500 EUR	67 500 EUR
	Vysočina	0 EUR	
	Brno	0 EUR	
Soukromé financování	Dolní Rakousko	262 500 EUR	282 765 EUR
	Vysočina	0 EUR	
	Brno	20 265 EUR	
Soukromé vlastní prostředky	Dolní Rakousko	0 EUR	10 000 EUR
	Vysočina	6 000 EUR	
	Brno	4 000 EUR	
<b>Celkové výdaje pro spolufinancování</b>	<b>Dolní Rakousko</b>	<b>750 000 EUR</b>	<b>925 100 EUR</b>
	<b>Vysočina</b>	<b>40 000 EUR</b>	
	<b>Brno</b>	<b>135 100 EUR</b>	

Tab. 15 - Předpokládané příjmy ze vstupného na výstavě (vlastní zpracování)

<b>Předpokládané příjmy ze vstupného na výstavě</b>			
<b>Místo</b>	<b>Počet návštěvníků</b>	<b>Jednotková cena</b>	<b>Celkem</b>
Dolní Rakousko	5 000	6,8 EUR	34 000 EUR
Vysočina	4 000	6,8 EUR	27 200 EUR
Brno	10 000	6,8 EUR	68 000 EUR
<b>Celkové příjmy</b>	<b>19 000 osob</b>		<b>129 200 EUR</b>

Tab. 16 - Rozpočet části projektu realizované Jihomoravským krajem

(vlastní zpracování)

<b>Rozpočet části projektu realizované Jihomoravským krajem</b>		
<b>VÝDAJE</b>	<b>Náklady položky</b>	<b>Náklady kapitoly</b>
	<b>(v EUR)</b>	<b>(v EUR)</b>
<b>PLÁNOVANÉ PERSONÁLNÍ VÝDAJE</b>		<b>2 800</b>
Pracovník - dohoda o provedení práce (vč. povinných odvodů)	1 800	
Cestovné - doprava, ubytování a stravné na CzT Wien a další akce	1 000	
<b>PLÁNOVANÉ VĚCNÉ A EXTERNÍ VÝDAJE</b>		<b>132 300</b>
<b>Externí služby</b>	<b>132 300</b>	
Externí poradci a konzultace	2 000	
Překlady a tlumočení	1 800	
Vyhledávání partnerů	1 500	
Tiskovina - leták	5 000	
Tiskovina - katalog k výstavě	11 000	
Tiskovina - pozvánka na výstavu	1 500	
Příbalový leták v tisku a distribuce - kampaň v Rakousku, včetně přípravy, tisku a distribuce	20 000	
Výstava - včetně rautu k zahájení výstavy, pronájmu prostor	45 000	
Prezentace CzT Wien - včetně rautu k zahájení výstavy, pronájmu prostor	1 250	
Famtrip - včetně ubytování, stravy a dopravy pro účastníky	5 000	
Mediální kampaň - např. inzerce, články ...	38 250	
<b>CELKOVÉ VÝDAJE</b>		<b>135 100</b>
<b>PŘÍJMY</b>	<b>Příjmy položky</b>	<b>Příjmy kapitoly</b>
	<b>(v EUR)</b>	<b>(v EUR)</b>
<b>PLÁNOVANÉ PŘÍJMY ZE VSTUPNÉHO Z VÝSTAVY V BRNĚ</b>		<b>68 000</b>
Dospělí - 6,8 € (10 000 návštěvníků)	68 000	
<b>CELKOVÉ PŘÍJMY</b>		<b>68 000</b>

### 11.10 Riziková analýza

Hlavním úkolem rizikové analýzy je identifikovat veškeré nežádoucí stavy, do kterých by se projekt mohl dostat. Riziková analýza přináší důležitý ukazatel, a to jaká je pravděpodobnost vzniku rizika a míra rizika. Níže jsou uvedena největší nebezpečí, která mohou ohrozit projekt výstavy.

Tab. 17 - Rizikové faktory projektu (vlastní zpracování)

Riziko	Míra rizika			Pravděpodobnost vzniku rizika			Výsledek
	nízká	střední	vysoká	nízká	střední	vysoká	
	0,3	0,5	0,7	0,1	0,5	0,7	
Nezajištění finančních prostředků			x		x		0,35
Překročení plánovaných nákladů		x			x		0,25
Překročení časového plánu		x			x		0,25
Poškození exponátů			x	x			0,07
Nízká návštěvnost		x			x		0,25
Nesplnění očekávání projektu - nízký zájem cílových skupin			x	x			0,07
Neúčinná propagace		x			x		0,25
Naplnění pravidel programu a publicity (umístění loga EU)			x		x		0,35
Pojistná událost (požár)			x	x			0,07
Změny v samosprávě	x			x			0,03

### 11.11 Přínos projektu

Samotná výstava si klade za cíl zobrazit společnou historii a přiblížit ji návštěvníkům a domácímu obyvatelstvu. Použité propagační aktivity na tuto akci vyzdvihnou místa konání a regiony na dobu jednoho roku do centra zájmu veřejnosti daleko za hranicemi regionů. Takto dosažený zájem, který může být docílen pouze akcí takového významu, bude využit k tomu, aby se regiony trvale vyprofilovaly v podvědomí cílových trhů jako turistické destinace. To se pozitivně projeví na způsobu vnímání regionů a tím i na sebevědomí jejich obyvatel. Kromě toho posílí rostoucí počet jednodenních hostů, návštěvníků pobytové turistiky, stávající poskytovatele služeb, umožní nové možnosti příjmů a vytvoření nových pracovních míst. Lokální organizace mají možnost koncentrovat se na budování turistických nabídek a průběžně zlepšovat jejich kvalitu.

Je zde snaha o trvalé budování mezinárodní spolupráce partnerů z oblasti turismu, vytvoření nových pracovních míst v oblasti cestovního ruchu a posílení dynamiky celého regionu. Především dodávky jiných odvětví pro podniky cestovního ruchu mohou být v maximální míře pokrývány regionálně a při odpovídajícím strategickém zaměření podniků tím může být docíleno růstu produktových ukazatelů regionu.

## ZÁVĚR

Jihomoravský kraj je oblastí s bohatým kulturním dědictvím a disponuje velkým potenciálem pro vytváření dobrých podmínek k uspokojování kulturních potřeb svých obyvatel i návštěvníků. K šíření a předávání hodnot tradiční lidové kultury slouží v kraji nejen muzea a skanzeny, ale i folklórní festivaly, slavnosti, dodržované zvyky, řemesla a mnohé výstavy. I přes tyto projevy dochované kultury v dnešní době dochází k postupnému zapomínání tradic, projevování nezájmu o folklór u mladší generace a konkurujícím jiným volnočasovým aktivitám.

Cílem diplomové práce bylo navržení specifického turistického projektu na podporu udržitelnosti tradic a folklóru v Jihomoravském kraji. Domnívám se, že stanovený cíl byl splněn a k jeho dosažení bylo nutné použít několik metod analýz. Bylo shledáno, že kraj má velmi příznivé podmínky pro rozvoj obecného cestovního ruchu, ale zvláště pro rozvoj v oblasti lidových tradic a folklóru. Přesto však problém kraje v oblasti živé kultury spočívá v nízkém počtu atraktivních projektů, nedostatečné propagaci regionu a nedostatečném využití potenciálu některých atraktivit, které kraj nabízí. S tím souvisí také nízká informovanost veřejnosti o pořádaných akcích, neexistence evidence počtu návštěvníků akcí, nedostatek finančních prostředků na činnost organizací působících v oblasti neprofesionální kultury nebo nedostatečné propojení s nabídkou v cestovním ruchu. Tato zjištění byla zároveň impulsem pro organizaci výstavy, neboť se jedná o vytvoření produktu, který návštěvníkům připomene tradici a lidovou kulturu, prohloubí spolupráci s regiony, zajistí zvýšení návštěvnosti, propagaci regionů a místních produktů. S ohledem na jednodenní turisty, kteří jsou nejčastějšími návštěvníky kraje, by bylo vhodné připravit programy nebo produktové balíčky, které by poskytly možnost v kraji strávit více času. Turisté si oblíbili nejen historické, kulturní, přírodní a společenské památky, ale stále více je láká pohostinnost místních lidí, poznávání regionálních a folklórních oblastí (festivaly otevřených sklepů, pochody za burčákem aj.), vinařská turistika a cykloturistika. Nejistá finanční situace a strach o budoucnost vedou domácí turisty k úsporám, nevynakládají vysoké finanční prostředky za drahé a dlouhodobé zahraniční dovolené. Preferují kratší pobyty v zahraničí a více prodloužených víkendů doma. Pokud domácí obyvatelé cestují na delší dovolenou do zahraničí,



preferují stále Slovensko, Chorvatsko a Itálii. Před zahraničními zájezdy ale Češi dávají přednost dovolené strávené v ČR. Velmi žádoucím artiklem se staly nákupy dovolené přes slevové portály, kde vedou v žebříčku oblíbenosti prodloužené víkendy do vinařských oblastí, termálních lázních nebo pobyty spojené s degustací vína a gastronomických specialit.

Věřím, že lidem v Jihomoravském kraji není živá lidová kultura lhostejná, a proto se snaží i vlastními silami tradice a folklór udržovat a podporovat. Přesto i krajské instituce by měly potenciál kraje naplno využívat, podporovat rozvoj a zajistit příhodné podmínky pro jeho další rozšíření. Důležitým východiskem k naplnění tohoto cíle bude ovšem posílení provázanosti kulturní nabídky regionu s turistickým ruchem a začlenění je mezi své priority, neboť folklórní akce v etnograficky živém regionu jižní Moravy jsou důležitým ekonomickým přínosem v turistickém průmyslu, a to jako zdroj bohaté nabídky různorodých turistických aktivit, kulturních zážitků i gastronomických požitků. Lidové kultury jsou svým obsahem a zaměřením nenahraditelné a přispívají k utváření a rozvíjení vztahu dětí, mládeže i dospělých k dědictví národní lidové kultury.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

ATTL, Pavel a Karel NEJDL, 2004. *Turismus I.* 1.Vyd. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 178 s. ISBN 80-86578-37-2.

COT Business, 2003. Praha: COT media s.r.o. ISSN 1212 – 4281.

Centrála cestovního ruchu - Jižní Morava, z.s.p.o., © 2010. Plán činnosti Centrály cestovního ruchu – Jižní Morava 2011 - 2013 Brno. 89 s.

Česká centrála cestovního ruchu, © 2003. *Cestovní ruch v regionech České republiky.* Ostrava: Enterprise plc, s. r. o.

DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ, 2010. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost.* 2. upravené vyd. Praha: Fortuna, 200 s. ISBN 978-80-7373-079-6.

Evaluace, © 2013. *Regionální rada regionu soudržnosti Jihovýchod* [online]. Brno [cit. 2014-03-29]. Dostupné z: <http://www.jihovychod.cz/vysledky-rop/evaluace>

Folklor, © 2013. *Jihomoravský kraj* [online]. Brno [cit. 2013-02-06]. Dostupné z: <http://www.jizni-morava.cz/?tpl=63>

Folklor, 2013. Praha: Folklorní sdružení České republiky. ISSN 1210 – 7972.

Folklorní soubory, © 2014. *Folklorní kaleidoskop* [online]. Praha [cit. 2013-02-01]. Dostupné z: <http://jiznimorava.fkaleidoskop.cz/soubory>

FROLEC, Václav, 1977. *Lidové umění a dnešek.* Brno: Blok, 184 s. ISBN 47-011-77

GALVASOVÁ, Iva, 2008. *Průmysl cestovního ruchu.* Vyd. 1. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 262 s. ISBN 978-808-7147-061

Gastronomie, © 2013. *Jihomoravský kraj* [online]. Brno [cit. 2013-02-06]. Dostupné z: <http://www.jizni-morava.cz/?tpl=65>

HESKOVÁ, M. a kolektiv, 2006. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy.* 1. Vyd. Praha: Fortuna, 224 s. ISBN 80-7168-948-3.

HOLEČEK, Jan et al., 2013. Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje na období 2014-2020. Brno: GaREP, s. 1 - 58.

CHALOUPKOVÁ, Markéta, © 2008. *Folklorní slavnosti a festivaly v ČR. Cestovatel.cz: časopis o cestování a pro cestovatele* [online]. Praha [cit. 2014-03-27]. Dostupné z: <http://www.cestovatel.cz/clanky/folklorni-slavnosti-a-festivaly-v-ceske-republice/>

Chráněná oblast Moravský kras, © 2014. *Moravský kras. Turistický průvodce po chráněné krajinné oblasti* [online]. Moravský kras [cit. 2013-03-01]. Dostupné z: [www.moravskykras.net](http://www.moravskykras.net)

International tourism exceeds expectations with arrivals up by 52 million in 2013, © 2014. World Tourism Organization (UNWTO) [online]. Madrid [cit. 2014-02-11]. Dostupné z: <http://media.unwto.org/press-release/2014-01-20/international-tourism-exceeds-expectations-arrivals-52-million-2013>

International tourism exceeds expectations with arrivals up by 52 million in 2013, © 2014. World Tourism Organization UNWTO [online]. United Nations [cit. 2014-02-11]. Dostupné z: <http://mkt.unwto.org/en/barometer>

JENERÁLOVÁ, Ivana, © 2010. *Portál Česká republika. Objevte ČR. Jihomoravský kraj* [online]. Praha [cit. 2014-02-04]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Objevte-CR/Fakta-o-CR/Obecna-fakta-o-CR/Jihomoravsky-kraj>

JEŘÁBEK, Richard a Stanislav BROUČEK, 2007. *Lidová kultura, národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska věcná část A – N*. Praha: Mladá Fronta, 284 s. ISBN 978-80-204-1711-4.

Jihomoravský kraj, © 2014 [online]. Brno [cit. 2014-02-01]. Dostupné z: <http://www.jizni-morava.cz/?tpl=20>

JENA Šumperk, © 2013. *Tematický atlas Jihomoravského kraje*. Vyd. 2. Šumperk: Jesenické nakladatelství Jena, 49 s. ISBN: 978-80-87137-36-9.

Jihomoravský kraj slunce skryté v chutích, © 2014. *Moravia and Silesia* [online]. Brno [cit. 2014-02-18]. Dostupné z: [http://www.moraviasilesia.cz/slunce\\_v\\_chutich.php](http://www.moraviasilesia.cz/slunce_v_chutich.php)

Jižní Morava, © 2014. *Moravia Convention Bureau* [online]. Brno [cit. 2013-02-11]. Dostupné z: <http://www.moraviaconvention.cz/jizni-morava/>

Kolčavová, Alena, 2010. *Kvantitativní metody v rozhodování*. Vyd. 4. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 194 s. ISBN 978-80-7318-950-1

DHV CR, 2007. Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2007–2013. Brno: Eurovision, s. 1 – 28.

KOLEKTIV, 2004. *Cestovní ruch I*. VŠE Praha: Economica.

Krajská správa ČSÚ v Brně, © 2014. *Český statistický úřad* [online]. Brno [cit. 2014 – 04 - 08]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/cestovni\\_ruch\\_v\\_jihomoravskem\\_kraji\\_v\\_roce\\_2013](http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/cestovni_ruch_v_jihomoravskem_kraji_v_roce_2013)

Krajská správa ČSÚ v Brně, © 2014. *Český statistický úřad* [online]. Brno [cit. 2014 – 04 - 08]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/cestovni\\_ruch\\_v\\_jihomoravskem\\_kraji\\_v\\_1\\_az\\_2\\_ctvrtleti\\_2013](http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/cestovni_ruch_v_jihomoravskem_kraji_v_1_az_2_ctvrtleti_2013)

Krajský úřad Jihomoravského kraje, © 2010. Expertní analýza poklesu návštěvnosti v Jihomoravském kraji [online]. Brno: Campagne s.r.o.

Krajský úřad Vysočina, 2008. Strategie rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina na období 2008 – 2013. Jihlava

Lázně Jihomoravský kraj, © 2009 - 2014. *Svaz léčebných lázní České republiky* [online]. Praha [cit. 2014-03-03]. Dostupné z: <http://www.lecebne-lazne.cz/cs/lazne/ceska-republika/jihomoravsky-kraj.html>

Lidová architektura, © 2014. Ministerstvo zahraničí [online]. Praha [cit. 2014-02-04]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Objevte-CR/Fakta-o-CR/Kulturni-fakta/Lidova-architektura>

Lidová umění, © 2014. *Folklórní kaleidoskop* [online]. Praha [cit. 2013-26-01]. Dostupné z: <http://jiznimorava.fkaleidoskop.cz/lidova-umeni>

Lidové kroje, © 2014. *Folklórní kaleidoskop* [online]. Praha [cit. 2013-02-01]. Dostupné z: <http://jiznimorava.fkaleidoskop.cz/lidove-kroje>

Lidová řemesla, © 2014. *Folklórní kaleidoskop* [online]. Praha [cit. 2013-02-01]. Dostupné z: <http://jiznimorava.fkaleidoskop.cz/lidova-remesla>

LANGHAMMEROVÁ, Jiřina, 2008. *Čtvero ročních dob v lidové tradici*. Praha: Petrklíč, 200 s. ISBN 978-80-7229-171-7.

LANGHAMMEROVÁ, Jiřina, 2001. *Lidové kroje z České republiky*. Praha: Lidové noviny, 262 s. ISBN 80-7106-293-6.

LAW, Christopher a M. Urban. *Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities*. 1.st.ed. London: Cromwell Press, Trowbridge, 2002. ISBN 0-8264-4926-3.

Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2007. *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013*. [online]. Praha [cit. 2014-03-10]: Dostupná z: [http://www.mmr.cz/getmedia/fe9ed7fd-a7b8-43f3-95ae-e0adbbbbc0e5/III-\\_Konceptce\\_7-11-07.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/fe9ed7fd-a7b8-43f3-95ae-e0adbbbbc0e5/III-_Konceptce_7-11-07.pdf)

MORRISON, Alastair M., 1995. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, ISBN 80-85605-90-2.

NEZAR, Alsayyad, 2001. *Consuming Tradition, Manufacturing Heritage. Global Norms and Urban Forms in the Age of Tourism*. United Kingdom: Routledge, ISBN-13: 978-0-415-23941-7.

PALATKOVÁ, Monika, 2006. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, 224 s. ISBN 80-247-1014-5.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ, 2011. *Ekonomika turismu: Turismus České republiky*. Praha: Grada Publishing, 208 s. ISBN 978-80-247-3748-5.

PALATKOVA, Monika, 2011. *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice: význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích: evropská integrace a mezinárodní turismus*. 1. Vyd. Praha: Grada Publishing, 224 s. ISBN 978-80-247-3750-8.

PÁSKOVÁ, Martina, 2009. *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. 1. Vyd. Hradec Králové, Gaudeamus, 298 s. ISBN 978-80-7435-006-1.

PETRŮ, Zdeňka a Jaromíra HOLUBOVÁ, 1994. *Ekonomika cestovního ruchu*. 3. upravené vyd. Praha: Idea servis, 94 s. ISBN 80-901462-5-2.

Přibývá turistů. Láká je folklór, © 2012. *Centrála cestovního ruchu - Jižní Morava* [online]. Brno [cit. 2014-03-10]. Dostupné z: <http://www.ccrjm.cz/clanky-v-tisku/clanek-1101/>

REJMAN, Ladislav, 1966. *Slovník cizích slov*. 1. Vyd. Státní pedagogické nakladatelství: Praha, 592 s.

Slovácký rok, © 2014. *Folklórní sdružení České republiky* [online]. Praha [cit. 2013-02-02]. Dostupné z: <http://www.folklornisdruzeni.cz>

Slovácký verbuňk, © 2008. *Národní ústav lidové kultury* [online]. Strážnice [cit. 2014-02-04]. Dostupné z: <http://www.nulk.cz/Informace.aspx?sid=138&em=9>

Trendy globálního cestovního ruchu (2013/2014), © 2014. *CzechTourism* [online]. Praha [cit. 2014-04-01]. <http://www.czechtourism.cz/statistiky/aktualni-informace/trendy-globalniho-cestovniho-ruchu-2013-a-2014/>

TUČEK, Jan, Markéta HÁJKOVÁ a Zuzana ŠVALBOVÁ, 2012. *Strukturalizace výsledků šetření: „Příjezdový cestovní ruch 2009-2015“* [online]. Praha [cit. 2014-04-10]. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/getmedia/84b15d9b-ed8b-4b95-ad89-fee7a04ddb7b/11\\_Jihomoravsky-kraj.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/84b15d9b-ed8b-4b95-ad89-fee7a04ddb7b/11_Jihomoravsky-kraj.pdf)

Vinařství, © 2013. *Jihomoravský kraj* [online]. Brno [cit. 2013-02-06]. Dostupné z: <http://www.jizni-morava.cz/?tpl=63>

Výsledky ankety. Kraj mého srdce, © 2013. *Incheba Praha spol. s r.o.* [online]. Zlín [cit. 2014-03-11]. Dostupné z: [http://www.incheba.cz/tiskove-stredisko/tiskove-zpravy/tiskova-zprava.html/3\\_9113-vysledky-ankety-kraj-meho-srdce/1](http://www.incheba.cz/tiskove-stredisko/tiskove-zpravy/tiskova-zprava.html/3_9113-vysledky-ankety-kraj-meho-srdce/1)

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER, 2006. *Základy cestovního ruchu: distanční studijní opora*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 163 s. ISBN 80-210-4205-2.

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER, 2009. *Kvantifikační analýza potenciálu cestovního ruchu: Regionu NUTS 2 Jihovýchod*. Brno. In: Kvantifikační analýza potenciálu cestovního ruchu regionu

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER, 2009. Strategie rozvoje cestovního ruchu v programových dokumentech. In: Kvantifikační analýza potenciálu cestovního ruchu

regionu NUTS 2 Jihovýchod [online]. Brno [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.jihovychod.cz/vysledky-rop/evaluace>

UNWTO Tourism Highlights, 2013 Edition, © 2013. World Tourism Organization (UNWTO) [online]. Madrid [cit. 2014-02-11]. Dostupné z: [http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights13\\_en\\_lr\\_0.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_lr_0.pdf)

Usnesení vlády České republiky ze dne 23. října 2013 č. 809 k postupu přípravy programového období 2014 - 2020 na národní úrovni, 2013. Vláda České republiky [online]. Praha [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: [https://apps.odok.cz/djv-agenda?p\\_p\\_id=agenda\\_WAR\\_odokkpl&p\\_p\\_lifecycle=2&p\\_p\\_state=normal&p\\_p\\_mode=view&p\\_p\\_resource\\_id=downloadAttachment&p\\_p\\_cacheability=cacheLevelPage&p\\_p\\_col\\_id=column-](https://apps.odok.cz/djv-agenda?p_p_id=agenda_WAR_odokkpl&p_p_lifecycle=2&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_resource_id=downloadAttachment&p_p_cacheability=cacheLevelPage&p_p_col_id=column-)

[2&p\\_p\\_col\\_count=1&\\_agenda\\_WAR\\_odokkpl\\_attachmentPid=IHOA9CXGF3NW](https://apps.odok.cz/djv-agenda?p_p_id=agenda_WAR_odokkpl_attachmentPid=IHOA9CXGF3NW2&p_p_col_count=1&_agenda_WAR_odokkpl_attachmentPid=IHOA9CXGF3NW2)

ZELENKA, Jiří, 2002. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha, MMR, 445 s.

Zlínský kraj, 2008. *Koncepce rozvoje místní kultury ve zlínském kraji na léta 2009 – 2013*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Zlínský kraj, 2003. *Program rozvoje cestovního ruchu ve Zlínském kraji*. Zlín: Institut rozvoje podnikání, s. r. o. & Enterprise plc, s. r. o

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

BVV	Veletřhy Brno, a.s.
CIOFF	Mezinárodní sdružení pořadatelů folklórních festivalů
CCR	Centrála cestovního ruchu
CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
EU	Evropská unie
EUR	Měna - EURO
ERDF	Evropský regionální rozvojový fond
HDP	Hrubý domácí produkt
CHKO	Chráněná krajinná oblast
JMK	Jihomoravský kraj
ROP	Regionální operační program
TIC	Turistické informační centrum
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	World Tourism Organization (UNWTO)



**SEZNAM OBRÁZKŮ**

OBR. 1 - TOURISM 2030 VISION - VÝVOJ MEZINÁRODNÍCH PŘÍJEZDŮ V ČR .....	17
OBR. 2 - ČLENĚNÍ FAKTORŮ CESTOVNÍHO RUCHU .....	20
OBR. 3 - NÁVŠTĚVNOST HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ PODLE KATEGORIE V JMK.....	30
OBR. 4 - POČET FOLKLÓRNÍCH SOUBORŮ PODLE KRAJŮ ČR .....	55
OBR. 5 - POČET ZÁSTUPCŮ LIDOVÝCH ŘEMESEL EVIDOVANÝCH V DATABÁZI NÚLK PODLE KRAJŮ.....	64
OBR. 6 - GRAFICKÉ ZNÁZORNĚNÍ SLEDU REALIZOVANÝCH ČINNOSTÍ .....	87

**SEZNAM TABULEK**

TAB. 1 - GLOBÁLNÍ „TOP“ ZDROJOVÉ TRHY V ROCE 2013.....	15
TAB. 2 - PŘEHLED TURISTICKÝCH OBLASTÍ JMK.....	23
TAB. 3 - PŘÍJEZDOVÝ CESTOVNÍ RUCH NA JIŽNÍ MORAVĚ (NÁRODNOST, POČET NÁVŠTĚVNÍKŮ).....	28
TAB. 4 - PRŮMĚRNÝ POČET PŘENOCO VÁNÍ A DÉLKY POBYTU – ROK 2012.....	29
TAB. 5 – ČTYŘI PROBLÉMOVÉ OKRUHY V JIHOMORAVSKÉM KRAJI.....	38
TAB. 6 – SWOT ANALÝZA JIHOMORAVSKÉHO KRAJE.....	47
TAB. 7 - PODÍL FOLKLÓRU NA RŮZNÝCH TYPECH CESTOVNÍHO RUCHU.....	59
TAB. 8 - VÝSLEDKY ANKETY (PODLE KATEGORIÍ A POŘADÍ).....	61
TAB. 9 - POPIS JEDNOTLIVÝCH ČINNOSTÍ PROJEKTU.....	83
TAB. 10 - ŘEŠENÍ PROBLÉMU V PROGRAMU WINQSB.....	85
TAB. 11 - NÁVRH ROZPOČTU NA VÝSTAVU TŘI REGIONY, TŘI CHUTĚ.....	88
TAB. 12 – CELKOVÉ VÝDAJE ZA VŠECHNY TŘI ZÚČASTNĚNÉ STRANY (PLÁNOVANÉ).....	90
TAB. 13 - ROZDĚLENÍ PŘÍJMŮ A VÝDAJŮ PROJEKTU PO JEDNOTLIVÝCH LETECH (PLÁNOVANÉ).....	91
TAB. 14 - FINANCOVÁNÍ PROJEKTU.....	92
TAB. 15 - PŘEDPOKLÁDANÉ PŘÍJMY ZE VSTUPNÉHO NA VÝSTAVĚ.....	92
TAB. 16 - ROZPOČET ČÁSTI PROJEKTU REALIZOVANÉ JIHOMORAVSKÝM KRAJEM.....	93
TAB. 17 - RIZIKOVÉ FAKTORY PROJEKTU.....	94

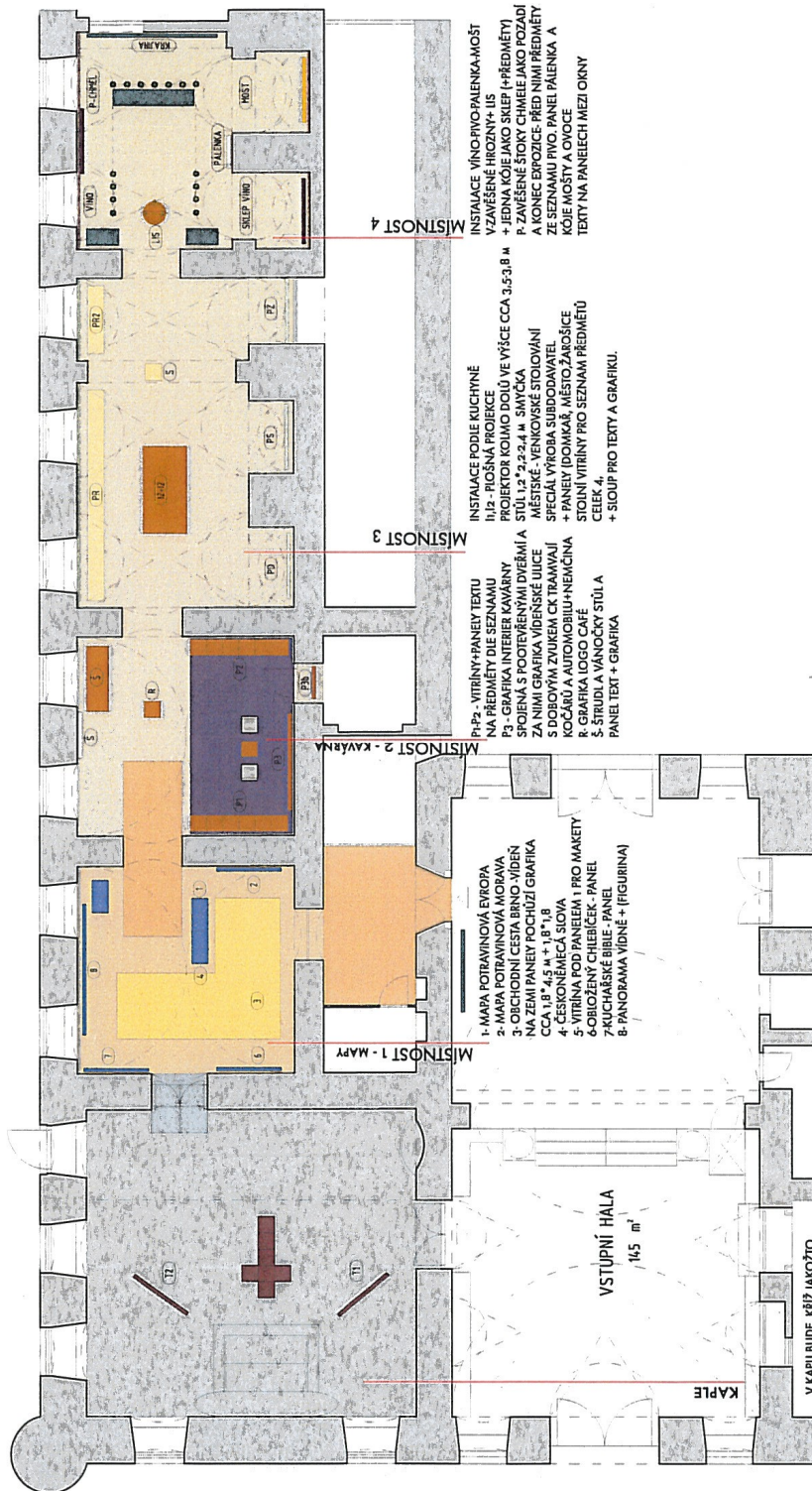
**SEZNAM PŘÍLOH**

PŘÍLOHA 1: MAPA TURISTICKÉHO REGIONU JIŽNÍ MORAVA S NEVÝZNAMNĚJŠÍMI PAMÁTKAMI.....	108
PŘÍLOHA 2: KONCEPT VÝSTAVY - PŮDORYS.....	109
PŘÍLOHA 3: KONCEPT VÝSTAVY – ŘEZ PODÉLNÝ.....	110

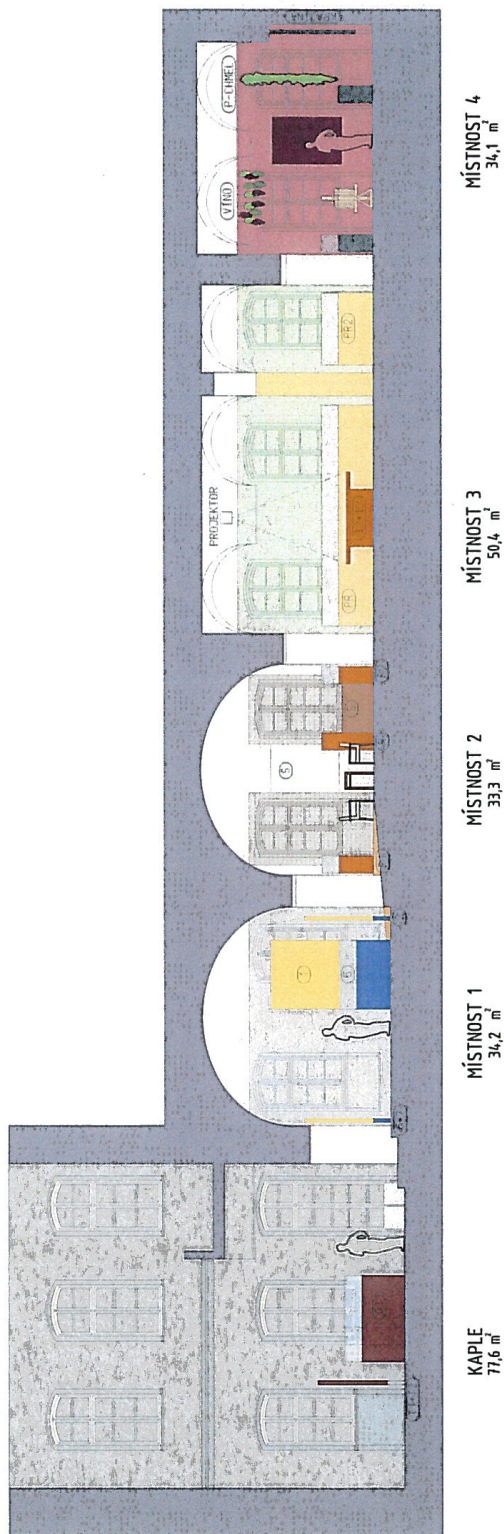
**PŘÍLOHA 1: MAPA TURISTICKÉHO REGIONU JIŽNÍ MORAVA  
S NEVÝZNAMNĚJŠÍMI PAMÁTKAMI (© 2014 CCR JM)**



PŘÍLOHA 2: KONCEPT VÝSTAVY - PŮDORYS



PŘÍLOHA 3: KONCEPT VÝSTAVY – ŘEZ PODÉLNÝ



**řez podélný**

autor: arch. Milan Hřiv, arch. Jana Hřivová, arch. Petr Čížek