

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**

Ekonomická fakulta  
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: N6208 Ekonomika a management  
Studijní obor: Obchodní podnikání

**Možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu na  
Znojemsku**

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce  
RNDr. Blažena Gehinová

Autor  
Bc. Eva Kolářová

2010

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

Jméno a příjmení: **Bc. Eva KOLÁŘOVÁ**

Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu na Znojemsku**

**Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :**

**Cíl práce:**

Zhodnotit primární a sekundární potenciál rozvoje cestovního ruchu ve zvoleném území. Na základě provedené analýzy navrhnout možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu s vymezením priorit a opatření.

**Metodický postup:**

1. Studium teoretických východisek
2. Situační analýza
3. Marketingový průzkum u návštěvníků
4. SWOT analýza
5. Problémová analýza a formulování možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu

**Rámcová osnova:**

1. Úvod. 2. Cíle a metodika. 3. Literární rešerše. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Vlastní návrhy. 6. Závěr. 7. Seznam literatury. 8. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**  
Rozsah pracovní zprávy: **60 - 80 stran**  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**


Seznam odborné literatury:

- KIRÁL'OVÁ, A.** *Marketing destinace cestovního ruchu.* Praha: Ekopress Nakladatelství, 2003.  
*Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013.* MMR, Praha, 2006.  
**KOZEL, R. a kol.** *Moderní marketingový výzkum.* Praha: Grada Publishing, 2005.  
**MORRISON, A.M.** *Marketing pohostinství a cestovního ruchu.* Praha: Victoria Publishing, 1995.  
**PALÁTKOVÁ, M.** *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu.* Praha: Grada Publishing, 2006.  
**VYSTOUPIL, J. a kol.** *Metody pro tvorbu strategických a programových dokumentů cestovního ruchu.* Brno: Masarykova univerzita, 2007.  
**WOKOUN, R., MALINOVSKÝ, J. a kol.** *Regionální rozvoj. Východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování.* Praha: Linde, 2008.


Vedoucí diplomové práce: **RNDr. Blažena Gehinová**  
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání diplomové práce: **15. února 2009**

Termín odevzdání diplomové práce: **30. dubna 2010**

  
prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.  
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studentůvská 13 (26)  
370 05 České Budějovice

  
Ing. Kamil Pícha, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 16. března 2009

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma Možnosti strategického rozvoje cestovního ruchu na Znojemsku vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu použité literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění, souhlasím se zveřejněním práce v nezkrácené podobě elektronickou cestou na veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

Ve Znojmě 5. května 2010

Eva Kolářová

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala vedoucí diplomové práce paní RNDr. Blaženě Gehinové za odborné vedení, cenné rady a připomínky. Dále děkuji všem, kteří mi poskytli potřebné podklady a informace k vypracování této práce.

# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Cíl práce a metodika</b>	<b>5</b>
2.1	<i>Cíl práce</i>	5
2.2	<i>Metodika práce</i>	5
<b>3</b>	<b>Literární rešerše</b>	<b>7</b>
3.1	<i>Cestovní ruch</i>	7
3.2	<i>Analýza prvků v cestovním ruchu</i>	8
3.2.1	Analýza a hodnocení nabídky cestovního ruchu	9
3.2.2	Analýza a hodnocení poptávky cestovního ruchu	10
3.2.3	Analýza a hodnocení organizace cestovního ruchu	10
3.2.4	Situační analýza	10
3.2.5	SWOT analýza	11
3.3	<i>Destinace cestovního ruchu</i>	13
3.3.1	Destinační management	16
3.4	<i>Cestovní ruch a regionální rozvoj</i>	17
3.4.1	Regionální rozvoj	17
3.4.2	Regionální politika	18
3.4.3	Politika cestovního ruchu	18
3.4.4	Cestovní ruch a regionální rozvoj v ČR	19
3.5	<i>Strategické a programové dokumenty cestovního ruchu</i>	20
3.5.1	Strategie	21
3.5.2	Strategický dokument	21
3.5.3	Programový dokument	22
3.5.4	Místní agenda 21	23
<b>4</b>	<b>Poloha a charakteristika Znojemska</b>	<b>24</b>
4.1	<i>Vymezení oblasti</i>	24
4.2	<i>Charakteristika oblasti</i>	24
4.3	<i>Ekonomický význam cestovního ruchu na Znojemsku</i>	25
<b>5</b>	<b>Analýza nabídky cestovního ruchu na Znojemsku</b>	<b>26</b>
5.1	<i>Přírodní předpoklady</i>	26
5.2	<i>Kulturně-historické předpoklady</i>	28
5.3	<i>Základní infrastruktura cestovního ruchu</i>	29
5.3.1	Ubytovací zařízení	29
5.3.2	Stravovací zařízení	31
5.4	<i>Dopravní a doprovodná infrastruktura cestovního ruchu</i>	31
5.4.1	Dopravní infrastruktura	31
5.4.2	Doprovodná infrastruktura	33
5.5	<i>Střediska cestovního ruchu</i>	33
5.5.1	Znojmo	34
5.5.2	Vranov nad Dyjí	36
5.5.3	Bitov	37

5.5.4	Lančov .....	37
5.5.5	Další vyhledávaná místa v okolí Znojma (24) .....	38
5.6	<i>Hlavní druhy a formy cestovního ruchu</i> .....	40
<b>6</b>	<b>Analýza poptávky cestovního ruchu na Znojemsku</b> .....	<b>42</b>
6.1	<i>Výsledky výzkumů u návštěvníků a terénního šetření</i> .....	43
6.1.1	Charakteristika návštěvníků .....	43
6.1.2	Doprava do regionu.....	46
6.1.3	Délka pobytu.....	47
6.1.4	Ubytování a stravování .....	48
6.1.5	Průměrné výdaje návštěvníků .....	49
6.1.6	Zdroje informací o regionu .....	49
6.1.7	Důvody návštěvy .....	50
6.1.8	Nejlákavější aktivity v regionu .....	51
6.1.9	Hodnocení Znojma a okolí.....	51
6.2	<i>Shrnutí výzkumů</i> .....	52
6.2.1	Profil návštěvníka Znojemska.....	53
6.2.2	Zodpovězení hypotéz .....	54
<b>7</b>	<b>Organizace a řízení cestovního ruchu na Znojemsku</b> .....	<b>55</b>
7.1	<i>Organizace cestovního ruchu</i> .....	55
7.2	<i>Turistická informační centra</i> .....	58
<b>8</b>	<b>SWOT analýza a problémová analýza</b> .....	<b>60</b>
8.1	<i>SWOT analýza</i> .....	60
8.2	<i>Problémová analýza</i> .....	65
<b>9</b>	<b>Vyhodnocení a návrhy možností strategického rozvoje cestovního ruchu na Znojemsku</b> .....	<b>67</b>
9.1	<i>Strategická vize a cíle</i> .....	68
9.2	<i>Strategické priority a opatření</i> .....	69
	Priorita č. 1: Zkvalitnění infrastruktury cestovního ruchu a rozšíření doplňkové infrastruktury cestovního ruchu .....	71
	Priorita č. 2: Vytvoření tematických produktů cestovního ruchu a podpora jejich marketingu .....	73
	Priorita č. 3: Sjednocení řízení a koordinace cestovního ruchu na Znojemsku .....	74
<b>10</b>	<b>Závěr</b> .....	<b>76</b>
<b>11</b>	<b>Summary</b> .....	<b>78</b>
<b>12</b>	<b>Seznam použitých zdrojů</b> .....	<b>79</b>

Seznam obrázků, tabulek a grafů

Seznam příloh

Přílohy

# 1 Úvod

Cestovní ruch je dnes velmi významným společenským i ekonomickým fenoménem. Stává se součástí běžného života každého člověka, hlavně v ekonomicky vyspělých zemích. Rozvoj cestovního ruchu je v jednotlivých státech velmi podporován, a to především díky jeho multiplikačnímu efektu a následně vlivu na celkovou ekonomickou situaci státu, případně regionu. Cestovní ruch se podílí na tvorbě hrubého domácího produktu, pozitivně ovlivňuje platební bilanci státu, tvoří příjmy státního rozpočtu, má vliv na příjmy místních rozpočtů a jeho rozvoj podporuje také investiční aktivity. Přítomnost cestovního ruchu ovlivňuje mnoho dalších odvětví, především těch, které se týkají služeb, dále má vliv na společenský život, životní prostředí nebo infrastrukturu regionu. Pozitivně může ovlivnit také sociokulturní a environmentální prostředí. Rozvoj cestovního ruchu pomáhá chránit jak kulturní dědictví daného regionu, tak přírodní prostředí.

Cestovní ruch spadá do odvětví služeb, které v některých zemích představují až dvoutřetinový podíl na HDP. Podle údajů UNWTO se cestovní ruch objemem tržeb v mezinárodním obchodě řadí na třetí místo za obchod s ropou a obchod s automobily.(7)

Význam cestovního ruchu je tak stále více spojován s rozvojem regionů, samozřejmě za podmínek dodržování zásad udržitelného rozvoje. Přínos pro region spočívá v ochraně životního prostředí, sociální a kulturní oblasti, tak i oblasti ekonomické, protože může přinášet finanční prostředky do místních rozpočtů a podporuje investice v regionu, což přispívá k celkovému ekonomickému rozvoji. Tyto finanční prostředky přispívají především k rozvoji či restrukturalizaci tzv. problémových regionů (např. silně průmyslové nebo zemědělské oblasti).

Česká republika zaujímá v rámci Evropy významnou pozici díky svému přírodnímu, kulturnímu a historickému potenciálu pro cestovní ruch. Proto se všechny regiony snaží tohoto potenciálu co nejlépe využít a povzbudit tak svůj další rozvoj. K těmto regionům, které mají návštěvníkům co nabídnout, patří také region Znojensko. Oblast Znojemska patří k tradičně navštěvovaným místům jižní Moravy. Hlavními



důvody jsou památky v městské památkové rezervaci Znojmo i v jeho okolí, přírodní krásy Národního parku Podyjí a dlouhá tradice vinařství. Z hlediska cestovního ruchu je nepochybně také důležitá poloha Znojemska u hranic s Rakouskem.

Vzhledem k dlouhodobé tradici Znojemska jako převážně zemědělské oblasti je možné využít právě cestovního ruchu k dalšímu rozvoji tohoto regionu, který pomůže odstranit některé nerovnosti zapříčiněné právě touto dlouhodobou orientací na zemědělskou činnost.

## 2 Cíl práce a metodika

### 2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je analýza celkového potenciálu cestovního ruchu a zhodnocení primárního a sekundárního potenciálu rozvoje cestovního ruchu na Znojemsku. Na základě těchto analýz jsou zhodnoceny hlavní problémy regionu a vytvořeny návrhy na možnosti dalšího strategického rozvoje cestovního ruchu na Znojemsku.

Pro tuto diplomovou práci byly stanoveny následující hypotézy:

1. Hlavním důvodem návštěvy Znojemska jsou kulturně-historické památky a přírodní atraktivita.
2. Region se potýká se špatnou dopravní infrastrukturou.
3. V regionu je dostatečný počet ubytovacích a stravovacích zařízení.

### 2.2 Metodika práce

Zpracování diplomové práce lze rozdělit do několika částí, které na sebe navazují. Pro zpracování je použita metoda analýzy a syntézy. Pro analytickou část byly použity primární a sekundární zdroje informací. Celá práce je zpracována podle metodiky J. Vystoupila a kolektivu *Metody pro tvorbu strategických a programových dokumentů cestovního ruchu*. Analytická část vychází z podkladů v *Atlasu cestovního ruchu České republiky*.

Po zadání práce následovalo studium odborné literatury důležité pro orientaci v dané problematice. Jednalo se tedy o literaturu týkající se destinací cestovního ruchu, regionálního rozvoje a strategických dokumentů cestovního ruchu na národní, regionální a lokální úrovni.

Následovalo shromáždění všech dalších dostupných informací a materiálů, které se týkají daného problému. Jako sekundární zdroje byly použity kromě odborné literatury také informace o řešeném území Znojemska. Materiály o konkrétním místě představují hlavně turističtí průvodci, mapy, různé propagační a informační materiály a internetové stránky. Dále byly použity konkrétní strategické dokumenty: *Koncepce*

*státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013, Strategie regionálního rozvoje České republiky pro období 2007 – 2013, Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2007 – 2013, Koncepce rozvoje cestovního ruchu: Město Znojmo.*

Na základě těchto posbíraných materiálů byla vytvořena podrobná analýza primárního, sekundárního a terciárního potenciálu cestovního ruchu na Znojemsku. Pro zhodnocení poptávky cestovního ruchu je využito sekundárních zdrojů, neboť v oblasti Znojemska bylo v minulých letech uskutečněno několik marketingových výzkumů, které mapují strukturu návštěvníků a jejich motivaci pro návštěvu regionu. Konkrétní informace jsou tedy získány z výzkumů, které byly v oblasti provedeny agenturou CzechTourism a místní firmou InPuncto. Výsledky obou výzkumů pak byly konfrontovány s názory pracovníků informačních center na Znojemsku. Toto terénní šetření proběhlo pomocí řízeného rozhovoru, při kterém byly zjištěny další informace o návštěvnících a objasněny některé výstupy uvedených výzkumů.

Primární informace byly získány také vlastním pozorováním a konzultacemi se zaměstnanci Městského úřadu Znojmo.

Dále byla provedena syntéza získaných informací na základě zhodnocení provedených analýz a na jejím základě navrženy možná další opatření pro zlepšení současné situace.

## 3 Literární rešerše

### 3.1 Cestovní ruch

Za účelem sjednocení definic cestovního ruchu především z hlediska statistiky přijali účastníci mezinárodní konference pořádané Světovou organizací cestovního ruchu (UNWTO) v roce 1991 v Ottawě návrh, podle něhož je cestovním ruchem „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“. (3, s.11)

Výkladový slovník cestovního ruchu, který vznikl za účelem sjednocení terminologie v českém prostředí, bere v úvahu cestovní ruch jako mezioborový jev a definuje jej následovně: „Cestovní ruch je komplexní společenský jev jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity“. (18, s.45)

Různí autoři se zabývali cestovním ruchem a snažili se jej definovat již na počátku 20. století. Postupně se do definic prosazovali ekonomické, geografické, dopravní a sociologické aspekty cestovního ruchu. Významným mezníkem ve zkoumání cestovního ruchu byla práce švýcarských autorů W. Hunzikera a K. Krapfa, na jejichž práci pak navazoval i další švýcarský profesor C. Kaspar (1975). Hunziker a Krapf v roce 1942 definovali cestovní ruch jako „soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti“. (3, s.10)

V současné době se zkoumáním cestovního ruchu zabývá více vědních disciplín. Často se využívá účelově-funkčního vymezení podle M. Gučíka: „cestovní ruch je soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase za účelem

odpočinku, poznávání, zdraví, rozptýlení a zábavy, kulturního a sportovního vyžití, služebních cest a získání komplexního zážitku“ (3, s.12)

Jedním z autorů, který se problematikou cestovního ruchu zabývá především z pohledu služeb v cestovním ruchu je například Oriška – „cestovním ruchem se rozumí soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest“ (15, s.5)

Autoři Horner a Swarbrooke upozorňují, že většina definic nezahrnuje například oblast služebních cest, kde je hlavním smyslem cestování práce, nikoli zábava. Příkladem je všeobecná definice, která vymezuje cestovní ruchu následovně: „krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností.“ (5, s.53) Výjimku, která v definici počítá i s pracovními cestami, představuje Česká verze evropské normy EN 13809:2003, která má status české technické normy. Tato norma zjednodušeně specifikuje pojem cestovní ruch v kombinaci s pojmem cestování Pod cestováním a cestovním ruchem rozumí „činnost lidí, kteří cestují na místa mimo své běžní prostředí anebo zde pobývají za účelem zábavy, pracovní nebo z jiných důvodů“ (3, s.11)

## **3.2 Analýza prvků v cestovním ruchu**

Jedním z předpokladů rozvoje cestovního ruchu je efektivní řízení destinace, k němuž jsou využívány tzv. programové a strategické dokumenty, které obsahují analýzy jednotlivých prvků cestovního ruchu. Předpoklady cestovního ruchu jsou analyzovány a hodnoceny pomocí vybraných indikátorů. Tyto indikátory umožňují charakterizovat a popsat zkoumané území a provádět meziregionální srovnání. Do analýz jsou zahrnuty ukazatele, které jsou sledovány u všech regionů, ale i ukazatele, které jsou pro rozvoj regionu specifické. (26, s.35)

Vystoupil uvádí, že by měly být analyzovány a hodnoceny následující oblasti – ekonomický význam cestovního ruchu, jednotlivé prvky nabídky cestovního ruchu, poptávka cestovního ruchu, organizace cestovního ruchu, rajonizace a regionalizace cestovního ruchu. Na pomezí analytické a syntetické části pak stojí SWOT analýza.

### 3.2.1 Analýza a hodnocení nabídky cestovního ruchu

„Základní úlohou analýz programových a strategických dokumentů je vyhodnocení geografického prostředí a jeho jednotlivých prvků z hlediska možností rozvoje cestovního ruchu a identifikování oblastí s nejpřitažlivějšími podmínkami pro rozvoj návštěvnosti.“ (26, s.48)

Někteří autoři prosazují při hodnocení předpokladů cestovního ruchu tzv. funkční přístup. Příkladem je přístup Mariota, který předpoklady cestovního ruchu rozdělil na lokalizační, selektivní a realizační.

Lokalizační předpoklady zahrnují prvky systému cestovního ruchu, které významným způsobem určují místo výskytu cestovního ruchu v krajině. Dělí se do dvou skupin – přírodní předpoklady (reliéf, klima, vodstvo, fauna a flóra, celkový vzhled krajiny) a kulturně-historické předpoklady (stavební památky, lidová kultura, ostatní).

Selektivní předpoklady vyjadřují způsobilost společnosti zúčastnit se cestovního ruchu. Tuto skupinu předpokladů tvoří komponenty, které z různých úhlů pohledu určují, kdo, resp. jak často se účastní cestovního ruchu, tj. podmiňují kvalitativní a kvantitativní selekci obyvatelstva. Jedná se o hospodářské činitele, sídelní činitele, sociální činitele a politické činitele.

Lokalizační a selektivní předpoklady mají charakter potenciálu. Transformaci tohoto potenciálu v realitu umožňují realizační předpoklady. Tradičně se vymezují na základní infrastrukturu a doprovodnou infrastrukturu cestovního ruchu.

Vystoupil uvádí i odlišný přístup Šípa, který naopak chápe cestovní ruch jako reálný socioekonomický volný systém, jehož základem jsou subsystém nabídky, subsystém poptávky, subsystém realizační a vazby mezi nimi představující toky turistů, služeb, informací a finančních prostředků.

Subsystém nabídky je založen na aktivaci primárních, sekundárních a terciárních absorpčních potenciálů. Primární potenciály představují přírodní a společenské atraktivita. Sekundární potenciály vytvářejí materiálně technickou základnu, vytvářejí příjmy v lokalitě, vytvářejí pracovní místa, oživují centra měst a venkovskou krajinu a zvyšují přitažlivost místa. O míře využívání primárního a sekundárního potenciálu

rozhoduje role terciárního potenciálu, který spočívá v organizaci, řízení, podpoře rozvoje podnikatelské sféry, vzdělávací, osvětové a legislativní činnosti, komplexním marketingovém monitoringu, regionálním a územním plánování.

Subsystem poptávky lze ztotožnit se selektivními předpoklady cestovního ruchu. Vznikají v souvislosti s procesy urbanizace, industrializace, kumulace kapitálu a znečišťováním životního prostředí, které motivují člověka dočasně opouštět své bydliště a účastnit se cestovního ruchu.

Realizační subsystem je chápán jako trh cestovního ruchu, který umožňuje realizaci služeb cestovního ruchu doprovázený tokem finančních prostředků a kapitálu do tranzitních a cílových prostorů. (26, s.49)

### **3.2.2 Analýza a hodnocení poptávky cestovního ruchu**

Cílem analýzy poptávky cestovního ruchu je celkově zhodnotit postavení řešeného území na trhu cestovního ruchu. Tradičně se zabývá analýzou návštěvnosti území, zkoumaného z hlediska počtu a struktury návštěvníků, doplněná o výzkum jejich spotřebitelského chování.

### **3.2.3 Analýza a hodnocení organizace cestovního ruchu**

Tato analýza zahrnuje analýzu organizací (institucí) cestovního ruchu, případně analýzu turistických informačních center. Konkrétně spočívá ve vytvoření seznamu významných institucí cestovního ruchu působících v daném území, včetně jejich charakteristiky a zaměření jejich činnosti. (26, s.48 - 82)

### **3.2.4 Situační analýza**

Horáková popisuje marketingovou situační analýzu a SWOT analýzu, kterou by měl provádět podnik jako součást strategického marketingového procesu, stejný postup lze uplatnit i pro destinaci cestovního ruchu.

„Marketingová situační analýza je kritické, nestranné, systematické i důkladné zkoumání vnitřní situace podniku (s důrazem položeným na marketingové činnosti) a šetření postavení podniku v daném prostředí (s důrazem položeným na analýzu trhu). Situační analýza je prostředek, který na základě analytického zhodnocení minulého

vývoje, současného stavu a na základě kvalifikovaného odhadu pravděpodobného budoucího vývoje ve strategickém období může pomoci při formulování budoucí tržní pozice podniku. Představuje dva typy analýzy – interní a externí. Interní podmínky vypovídají o vnitřní situaci, která je podložena významnými firemními schopnostmi a specifickými zdroji nebo je ovlivněna vnitřními nedostatky a chybami, zakládajícími budoucí nevýhody a problémy.“ (4, s. 38-39)

Podle Kozla marketingová situační analýza systematicky a důkladně zkoumá marketingové situace subjektu trhu a jeho postavení v daném prostředí ve třech časových horizontech – dosavadní vývoj, současný stav, odhad možného budoucího vývoje. Hlavními výstupy situační analýzy jsou identifikace silných a slabých stránek firmy a jejích konkurentů, profil firmy včetně vymezení příležitostí a problémů přicházejících z vnějšku. (12, s.38)

„Situační analýza zahrnuje rozbor aktuální marketingové situace. Obsahuje analýzu prostředí (externí analýzu) – makroprostředí a mikroprostředí – a analýzu samotné organizace (interní analýzu). Smyslem provádění analýzy je nalezení správného poměru mezi příležitostmi, jež přicházejí v úvahu ve vnějším prostředí a jsou výhodné pro podnik, a mezi schopnostmi a zdroji podniku.

Situační analýza je vhodným podkladem pro stanovení silných a slabých stránek podniku a spolu s predikcí budoucího vývoje a pro určení příležitostí a hrozeb. K tomu využívá některých komplexních analytických postupů, mezi něž patří například SWOT analýza.“ (8, s.95-96)

### **3.2.5 SWOT analýza**

„SWOT analýza slouží k základní identifikaci současného stavu podniku – sumarizuje základní faktory působící na efektivnost marketingových aktivit a ovlivňující dosažení vytyčených cílů. Tvoří logický rámec vedoucí ke konkrétnímu systematickému zkoumání vnitřních předností a slabin, vnějších příležitostí a ohrožení i k vyslovení základních strategických alternativ, o kterých může podnik uvažovat.

Slabé a silné stránky se vztahují k vnitřní situaci podniku. Na základě analýzy vnitřních podmínek lze identifikovat faktory, které mohou být významné pro budoucí úspěchy či nezdary. Silné stránky představují pozitivní faktory přispívající k úspěšné



podnikové činnosti a výrazně ovlivňující jeho prosperitu. Jsou to odlišné způsobilosti zvýhodňující podnik vzhledem k trhu a konkurenci. Pravým opakem jsou slabé stránky, které znamenají určitá omezení nebo nedostatky a brání plnému efektivnímu výkonu. Příležitosti a ohrožení vyplývající z vnějšího prostředí, se příliš neohlížejí na postavení a problémy podniku a výrazně ovlivňují jeho vnitřní procesy a organizační strukturu. Hlavní obtížností při identifikaci a hodnocení příležitostí a ohrožení je skutečnost, že je podnik nemůže (nebo pouze velmi výjimečně může) svými aktivitami ovlivnit. Je ale schopen je vytipovat, zhodnotit a zaujmout stanovisko k maximálnímu využití, odvrácení, omezení, zeslabení nebo alespoň ke zmírnění jejich důsledků. Příležitosti a ohrožení úzce souvisí s aktivitami konkurence. Příležitosti představují takové další možnosti podniku, a jejichž realizací stoupají vyhlídky na lepší využití disponibilních zdrojů a účinnější splnění vytyčených cílů. Ohrožení představuje rovněž externí prostředí a jeho vývoj. Je to výrazně nepříznivá situace v podnikovém okolí, znamenající překážky pro jeho činnost a dobré postavení.“ (4, s. 42-46)

Vystoupil uvádí, že „SWOT analýza představuje syntetické shrnutí analytických prací, které má účelně a jednoduše vystihnout nejdůležitější poznatky a skutečnosti z předchozích faktografických analýz. Je strukturovaná do čtyř bloků, které se označují jako:

- Silné stránky (S – Strength)
- Slabé stránky (W – Weakness)
- Příležitosti (O – Opportunities)
- Ohrožení (T – Threats)

Technika SWOT analýzy spočívá v souhrnném zhodnocení a zvažování vnitřních faktorů, které jsou určitému území a společnosti dány resp. vychází z jeho potenciálu (silné a slabé stránky) a faktorů vnějších, které lze aktéry v území jen obtížně ovlivnit (příležitosti a ohrožení). SWOT analýza je výchozím krokem pro určení strategických cílů, problémových okruhů a opatření, a tedy pomůckou při formulování návrhové části strategického dokumentu.“ (26, s. 82)

Podle Királ'ové slouží analýza SWOT k určení současné pozice destinace na trhu cestovního ruchu. Skládá se ze silných, slabých stránek, příležitostí a ohrožení.

Silné a slabé stránky pomáhají odpovědět na otázku z čeho se skládá nabídka destinace cestovního ruchu. Silné stránky představují výhody destinace oproti konkurenci. Slabé stránky představují naopak nevýhody oproti konkurenci, proto je nutné je co nejdříve odhalit, snížit jejich vliv nebo je odstranit. Výsledkem analýzy silných a slabých stránek destinace a jejich porovnání s konkurencí je odhalení specifické přednosti destinace, kterou se výrazně liší od konkurenčních destinací. Specifická přednost je základem pro zaujetí pozice destinace na trhu cestovního ruchu.

Analýza vnějšího prostředí destinace spolu s analýzou silných a slabých stránek, jakož i následným určením specifických předností, umožňuje odhadnout příležitosti a ohrožení destinace na trhu. Příležitosti a ohrožení umožňují poznat co ovlivňuje úspěšnost této nabídky destinace a v jakém směru. Příležitosti destinace na trhu cestovního ruchu představují výhody vyplývající ze silných stránek, ale i výhody vyplývající z vnějšího prostředí destinace v případě, že je možné je využít. Ohrožení destinace na trhu cestovního ruchu obvykle vyplývá z jejích slabých stránek, resp. nevýhod v rámci vnějšího prostředí. Királ'ová uvádí jako příklady příležitostí pro destinaci - objevení nového tržního segmentu, změny v legislativě, rozšíření primární nabídky, resp. sekundární nabídky. Destinace naopak mohou ohrožovat např. silná konkurenční destinace, změny v legislativě nebo klesající tržní podíl.

Důležitou analýzou je také periodická analýza konkurenčních destinací na trhu cestovního ruchu, která umožňuje využít silné stránky a specifické přednosti dané destinace na odvrácení ohrožení ze strany konkurence na trhu.

Úspěšnost destinace závisí také na schopnosti analyzovat chování a změny v potřebách a požadavcích jak současných, tak i potenciálních návštěvníků a na základě výsledků této analýzy stimulovat, případně vytvářet poptávku po destinaci, jejich produktových řadách či jednotlivých komponentech produktu. Chování návštěvníka v destinaci ovlivňují vnější faktory a osobní charakteristiky. (10, s. 37-60)

### **3.3 Destinace cestovního ruchu**

Definicí destinace cestovního ruchu se zabývá mnoho odborných publikací, přičemž hlavní důraz je kladen na vymezení určitého místa a jeho potenciál nebo atraktivity v tomto místě. Definice UNWTO říká, že destinace je „geografický prostor

(stát, místo, region), který si návštěvník (segment) vybírá jako svůj cíl cesty“ (16, s.16) Podle Výkladového slovníku cestovního ruchu se jedná o „cílovou oblast v daném regionu, typickou významnou nabídkou atraktivit cestovního ruchu a infrastruktury cestovního ruchu“ (18, s. 59). Horner a Swarbrooke definují destinaci jako „místo určení, cíl cesty, v našem případě země, region nebo lokalita, kde turista tráví dovolenou“ (5, s. 471)

Királová se v definici soustředí na potenciál místa: „Rozvoj cestovního ruchu je podmíněn existencí vhodného potenciálu, který má výrazný teritoriální aspekt a je vázán na krajinný systém. Přírodní i antropogenní (vytvořený lidskou činností) potenciál, který vyjadřuje způsobilost územního celku vytvořit podmínky pro rozvoj cestovního ruchu, je rozmístěn nerovnoměrně a kvalitativně různorodě, přičemž se obvykle liší v rámci velkých územních celků. Destinace cestovního ruchu je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací“ (10, s. 15)

Palatková připojuje k potenciálu místa i poskytované služby: „destinace je představována svazkem různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivity) místa nebo oblasti. Atraktivity destinace tak představují podstatu destinace a hlavní motivační stimul návštěvnosti destinace“. Dále ukazuje i jiný pohled: „destinace představuje sociálně-kulturní jednotku fyzickou (geografická lokalita, fyzické charakteristiky) stejně jako nehmotnou (historie, lidé, tradice). Pojem destinace nemusí nutně označovat jen to, co skutečně existuje, ale i určitý mentální koncept v myslích klientů.“ (16, s. 16 a 25)

Pro rozvoj cestovního ruchu v každé destinaci je tedy důležitá kvalitní nabídka, která je schopna návštěvníky přilákat a poté uspokojit jejich potřeby. Tuto nabídku tvoří primární a sekundární nabídka cestovního ruchu. Primární nabídka cestovního ruchu utváří podmínky pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace, konkrétně se jedná o přírodní, kulturně-historický a kulturně-společenský potenciál. Sekundární nabídka cestovního ruchu představuje prostředky k uspokojení těchto potřeb. Jedná se o všeobecnou infrastrukturu, turistickou infrastrukturu a suprastrukturu. (10, s. 16)

Primární nabídka cestovního ruchu zahrnuje základní složky produktu „destinace cestovního ruchu“, a to přírodní, kulturně-historický a kulturně-společenský

potenciál. Vhodné přírodní prostředí je jednou ze základních složek produktu a poukazuje na možnou funkci destinace z hlediska cestovního ruchu. Přírodní potenciál destinace představuje soubor podmínek, které jsou významným činitelem a vnějším motivačním faktorem determinujícím účast na cestovním ruchu. Patří k rozhodujícím činitelům rozvoje cestovního ruchu v destinaci. Zahrnuje geomorfologický, klimatický, hydrologický a biologický potenciál. Kulturně-historický potenciál destinace tvoří uměle vytvořené, lokalizované složky produktu. Patří sem atraktivita cestovního ruchu, které svou hodnotou přitahují určitý okruh návštěvníků. Kulturně-společenské, sportovní a jiné akce patří k uměle vytvořeným, organizovaným složkám produktu.

Sekundární nabídka cestovního ruchu představuje prostředky ke splnění potřeb, požadavků a očekávání účastníků cestovního ruchu, kteří přichází do vybrané destinace. Tvoří ji turistická supra a infrastruktura a všeobecná infrastruktura. Turistická suprastruktura, která zahrnuje ubytovací a hostinská zařízení, vytváří podmínky pro využívání primární nabídky cestovního ruchu a dlouhodobý pobyt návštěvníka v destinaci. Turistickou infrastrukturu tvoří další služby, které využívají návštěvníci. Zahrnuje tour operátory, cestovní kanceláře a agentury, informační kanceláře, směnárny, sportovně-rekreační a kulturně-společenská zařízení, rekreační doprava, záchranná služba. Všeobecná infrastruktura zahrnuje dopravu a dopravní dostupnost, půjčovny automobilů, obchodní síť a síť služeb, technické sítě, zásobování vodou, elektřinou, plynem, likvidaci odpadů.

Dalším důležitým předpokladem, který souvisí s úspěšností nabídky destinace na trhu, je postoj místních obyvatel a pracovníků v cestovním ruchu k návštěvníkům destinace. (10, s.40-46)

„Cílové místo musí mít vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch, který se označuje i jako primární nabídka. Potenciál cestovního ruchu není v prostoru rozmístěn rovnoměrně a s ohledem na svoji jedinečnost může mít místní, regionální, celostátní až mezinárodní význam. Umožňuje naplnit cíle (motivy) účasti na cestovním ruchu (oddych, zdraví, poznávání, společenská komunikace apod.). Prostředkem k dosažení tohoto cíle je různorodá infrastrukturní vybavenost, která se označuje jako sekundární nabídka.“ (3, s.15)

Vystoupil uvádí pohled Šípa, který dělí potenciál rozvoje cestovního ruchu na primární potenciál, který tvoří přírodní a společenské atraktivity. Dále pak sekundární potenciál vytvářející materiálně technickou základnu a terciární potenciál, který je představován institucemi zabývajícími se cestovním ruchem na daném území. (26, s.49)

### **3.3.1 Destinační management**

V souvislosti s destinací cestovního ruchu autoři často zmiňují destinační management a marketing. „Destinační management je souborem technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci.“ (18, s.60)

„Destinační management a marketing představuje soubor činností na vybraných úrovních řízení a koordinace, strategické plánování, různé formy spolupráce na úrovni mikroregionů a regionů, využívání podpůrných fondů. Cestovní ruch se v mnoha destinacích může stát nosným prvkem rozvoje nebo jedním z jeho významných prvků. Z pohledu destinačního managementu je cestovní ruch společně s dalšími aktivitami součástí jednoho komplexního produktu, tedy produktu, který tvoří a představuje celá destinace (oblast, region). Výsledný destinační produkt není finálním dílem jednoho subjektu, ale zahrnuje celou řadu participujících subjektů.“ (3, s.152)

Managementu a marketingu destinace se podrobně věnují také Királ'ová a Palatková. „Managementem destinace rozumíme soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v destinaci za účelem dosažení jeho udržitelného rozvoje a zachování konkurenceschopnosti na trhu. Při kvalitním managementu je cestovní ruch přínosem pro destinaci především v oblasti ochrany životního prostředí, sociálně-kulturní a ekonomické oblasti.“ (10, s. 22)

Palatková uvádí definici managementu destinace podle Bartla Schmidta: „strategie a cesta pro silné regiony, které mají odvahu ke koncentraci sil pro společný rozvoj, organizaci a aktivní prodej svých klíčových konkurenčních výhod. Touto cestou vznikají destinace, nabízející klientovi perfektně zorganizovaný řetězec služeb odpovídající jeho volbě, který zahrnuje celý proces od informace pohodlnou rezervací přes bezchybný průběh pobytu až po návrat domů“.

Pro marketing destinace uvádí Palatková dvě definice Coltmana: „za první marketing destinace jako filozofie řízení, stanovující umístění produktu a trh na základě spotřebitelské poptávky zjištěné výzkumem a předpověďmi s cílem realizace maximálního zisku, a za druhé marketing jako řízený souhrn cílených aktivit vyvažujících cíle destinace s potřebami klientů“. (16, s.23-24)

### **3.4 Cestovní ruch a regionální rozvoj**

Cestovní ruch jako jedno z největších ekonomických odvětví se v současnosti stává jedním z nejvýznamnějších faktorů regionálního rozvoje v řadě zemí.

#### **3.4.1 Regionální rozvoj**

Definice regionálního rozvoje není zcela dána, přesto je chápán ve dvou základních přístupech – praktickém a akademickém.

„Dle praktického chápání je regionálním rozvojem míněno vyšší využívání a zvyšování potenciálu daného systematicky vymezeného prostoru (území) vznikající v důsledku prostorové optimalizace socioekonomických aktivit a využití přírodních zdrojů. Toto zvýšení a vyšší využití se projevuje v lepší konkurenceschopnosti soukromého sektoru, životní úrovni obyvatel a stavu životního prostředí apod.

Akademický přístup chápe regionální rozvoj jako aplikaci nauk, zejména ekonomie, geografie a sociologie, řešících jevy, procesy, vztahy systematicky vymezeného prostoru (území), které jsou ovlivněny přírodně-geografickými, ekonomickými a sociálními podmínkami v daném regionu. Primární je hledání příčinných zákonitostí, rozmísťování ekonomických činností, nerovnoměrného osídlování území a navazující hledání nástrojů pro ovlivnění těchto procesů, ovlivnitelných a neovlivnitelných faktorů rozvoje apod.“ (28, str. 11)

Stejskal uvádí několik definic regionálního rozvoje a zároveň dodává jejich shrnutí: „v současnosti se tímto termínem rozumí obvykle celkový růst socioekonomického potenciálu a úrovně regionu, aktivace využití místního rozvojového potenciálu, zvyšování konkurenceschopnosti apod.“ (21, s. 26-27)

„Pojmem regionální rozvoj rozumíme růst socioekonomického a environmentálního potenciálu a konkurenceschopnosti regionů vedoucí ke zvyšování

životní úrovně a kvality života jejich obyvatel. V tomto ohledu jde o dynamický a vyvážený rozvoj regionální struktury příslušného územního celku a jeho částí (regionů, mikroregionů) a odstraňování popřípadě zmírňování regionálních disparit.“ (23, s. 6)

### **3.4.2 Regionální politika**

Ani pro regionální politiku neexistuje žádná obecně uznávaná definice, proto Stejskal shrnuje dostupné definice. Ty pojímají regionální politiku jako cílevědomou činnost organizací či představitelů státní správy a samosprávy, která směřuje k zajištění ekonomického růstu spravovaného území. (21, s. 14-15)

„Regionální politika představuje soubor intervencí, zaměřených podle konkrétní situace státu a jeho regionů a podle očekávaných vývojových tendencí, na podporu opatření vedoucích k růstu ekonomických aktivit a lepšímu územnímu rozložení v území a k rozvoji infrastruktury. Základní podmínkou je jasné definování priorit a koncentrace prostředků na tyto priority. (23, s. 6)

„Regionální politika na základě poznatků o regionálním rozvoji ovlivňuje reálný regionální rozvoj a regionální rozvoj zpětně působí na regionální politiku. To znamená, že je veřejnou politikou, která využitím socioekonomických nástrojů ovlivňuje rozmístění hlavních socioekonomických zdrojů a aktivit za účelem harmonického rozvoje regionů (vymezených území).“ (28, s. 12-13)

### **3.4.3 Politika cestovního ruchu**

V odborné literatuře existuje mnoho definic politiky cestovního ruchu. Wokoun uvádí například tyto:

„Výkladový slovník cestovního ruchu definuje politiku cestovního ruchu jako systematickou činnost sledující vytyčené cíle a spočívající v komplexním plánování, usměrňování (regulaci) a tvorbě reality cestovního ruchu prostřednictvím různých nástrojů a nositelů (státních, soukromých). Kaspar rozumí politikou cestovního ruchu vědomou podporu a tvorbu cestovního ruchu, kterou uskutečňují ovlivňováním vztahů relevantních pro cestovní ruch různá společenství. Za taková společenství pokládáme nositele politiky cestovního ruchu, jako veřejnoprávní instituce (stát, obce), soukromoprávní instituce (svazy, sdružení) a volně seskupené zájmové skupiny (akční sdružení).

Treter definuje politiku cestovního ruchu jako účelové plánování, ovlivňování a utváření turistické reality a budoucnosti prostřednictvím různých nositelů.“ (28, s. 206-207)

#### **3.4.4 Cestovní ruch a regionální rozvoj v ČR**

„V posledních letech se posiluje význam cestovního ruchu v regionální politice. Vysoký dynamika růstu cestovního ruchu v daném regionu může efektivně napomáhat regionům se strukturálními problémy, protože představuje oblast ekonomiky, kde lze předpokládat stabilní ekonomický vývoj bez významných cyklických problémů. Pro regiony ekonomicky slabé je zvláště významný multiplikační efekt cestovního ruchu, neboť znásobuje kvantitativní růst daného regionu. Cestovní ruch dokáže při relativně nízkých investičních nákladech generovat pracovní místa, a může tak být využit pro řešení problémů regionů, které se potýkají s vysokou nezaměstnaností. Dotační programy podporující cestovní ruch jsou často významným nástrojem regionální politiky, proto je problematika cestovního ruchu vždy významnou součástí Strategie regionálního rozvoje, Národního rozvojového plánu, regionálních rozvojových strategií a programů rozvoje krajů a strategií rozvoje měst i obcí.“ (28, s. 206-207)

Podobně je tomu i v případě České republiky. S ohledem na tuto skutečnost byla vytvořena také *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013*.

„Koncepce představuje střednědobý strategický materiál, který vychází především z možností cestovního ruchu v České republice a účinnými nástroji podněcuje jeho další rozvoj.“

„Koncepce respektuje regionální aspekt a význam cestovního ruchu, její cíle a opatření jsou stanoveny s ohledem na skutečnost, že cestovní ruch je významným faktorem rozvoje regionů včetně těch, které jsou hospodářsky a sociálně problémové.“ (7, s.3)

Rozvojem cestovního ruchu v regionech České republiky se zabývá také *Strategie regionálního rozvoje České republiky pro období 2007 – 2013*. Tato strategie zdůrazňuje především trvale udržitelný rozvoj a zabývá se také využitím rozvojového potenciálu regionů v oblasti cestovního ruchu.



„Rozvoj cestovního ruchu musí respektovat možnosti území a limity jeho funkčního využití obsažené v Politice územního rozvoje a musí být v souladu s principy trvale udržitelného rozvoje, Státní politikou životního prostředí a ochranou přírody.

V rámci podpory rozvoje cestovního ruchu je nutno respektovat principy udržitelného rozvoje, a to jak po stránce socioekonomické – podíl odvětví na ekonomice státu, především jako významného zdroje zaměstnanosti, tak i po stránce ekologické - ochranou přírody, krajiny a životního prostředí při provozování aktivit v oblasti cestovního ruchu.

Dosažení vysoké konkurenceschopnosti České republiky a jednotlivých regionů má dvě základní podmínky. První podmínkou je vyrovnání rozsahu a kvality infrastruktury a služeb cestovního ruchu, nejen základních, ale i doplňkových, s jinými srovnatelnými destinacemi. Druhou podmínkou je maximální zvýšení atraktivity České republiky a regionů jako destinací cestovního ruchu využitím jejich specifického potenciálu, zejména přírodního a kulturního, pro tvorbu specifických produktů a programů a jejich účinnou marketingovou podporou zdůrazňující jedinečnost a komparativní výhody této nabídky.“ (23, s.61-66)

Tyto celostátní dokumenty jsou ještě doplněny regionálními rozvojovými strategiemi.

### **3.5 Strategické a programové dokumenty cestovního ruchu**

Cestovní ruch je v současnosti velmi důležitou součástí rozvoje jednotlivých států i regionů, podle Vystoupila je cestovní ruch „schopen eliminovat jejich disparity, podpořit konkurenceschopnost a v případě dodržování určitých principů také zajistit udržitelný rozvoj. Jedním z nezbytných předpokladů pro naplnění uvedených tezí je schopnost efektivního řízení destinace.“ Pro toto efektivní řízení jsou nezbytné nástroje nazývané programové a strategické dokumenty. Strategie je obecnější povahy a program je nástrojem k dosažení cílů stanovených ve strategii. (26, s.7)

### **3.5.1 Strategie**

„V obecném slova smyslu se strategií rozumí určité schéma (projekt, směr) postupu, které naznačuje, jak za daných podmínek dosáhnout vytyčených cílů (jak se chovat na cestě vedoucí k dosažení cílů). Je to přehled všech možných kroků a činností, které jsou přijímány „s vědomím“ částečné neznalosti všech budoucích podmínek, okolností a souvislostí, kdy nejsou poznány všechny přípustné alternativy a nelze přesně označit jednotlivé výhody a nevýhody pro potřeby budoucího rozhodování. Konečným účelem strategie je dospět k náležité součinnosti veškerých aktivit všech složek podniku a vytvořit jednotný a nedělitelný celek jeho dalších perspektiv.“ (4, s. 11)

Pojem strategie je definován zákonem č. 248/2000 Sb. o podpoře regionálního rozvoje jako střednědobý dokument, na období 3-7 let, který formuluje přístup státu (veřejné správy) k podpoře regionálního rozvoje, poskytuje potřebná východiska a stanovuje rozvojové cíle a zásady pro vypracování regionálních programů rozvoje. (26, s. 8)

### **3.5.2 Strategický dokument**

„Strategickým dokumentem je strategie (strategický plán či prognóza), která napomáhá systematicky organizovat a řídit změny v území. Dokument charakterizuje slabé a silné stránky dané oblasti, vymezuje základní priority (podpory) rozvoje, definuje cíle podpory/rozvoje, jednotlivá opatření vedoucí k jejich naplnění a doporučení.“ (26, s. 7)

#### **3.5.2.1 Strategická vize, cíl, priorita a opatření**

„Nejobecněji vyjádřenou tezí návrhové části dokumentu je strategická vize a její formulace. Strategickou vizí se rozumí přirozené vyústění analytické části dokumentu a její syntetické nástavby (SWOT analýza) do nekontroverzního textu, jehož podstatou je vymezit smysl a směr celého dokumentu. Je popisem ideálního stavu rozvoje daného území v delším časovém horizontu, rámcově určující globální cíl a základní směry a očekávané výsledky rozvojového procesu. Bezprostřední návaznost na strategickou vizi mohou, ale také nemusí mít tzv. problémové okruhy, které se ve velmi obecných formulacích váží na globální strategickou vizi, určující oblasti (okruhy) „problémů“

určených k řešení. Někdy jsou problémové okruhy formálně nahrazeny strategickými cíli.

Strategické cíle jsou „pozitivní“ formulací hlavních problémů a vyjadřují, čeho chce zainteresovaný subjekt ve spolupráci s dalšími subjekty cestovního ruchu dosáhnout. Strategické cíle nemají poskytovat vyčerpávající a komplexní obraz o celé problematice cestovního ruchu v daném prostoru a čase, ale pouze o těch aktivitách, na které je potřeba položit zvláštní důraz pro dosažení zamýšleného budoucího stavu. Vymezení strategických cílů zároveň slouží k logickému uspořádání celé strategie. Strategické cíle mohou být v případě potřeby doplněny také o tzv. specifické cíle.“ (26, s. 84-86)

Prioritami rozvoje se rozumí prohlášení komplexní povahy, vybrané a seřazené na základě významu, které v obecné formě definují řešení rozporu mezi současným a budoucím obrazem společnosti. Jejich vhodná formulace představuje způsoby nebo cesty, jak dosáhnout daných strategických cílů.

Opatřením se rozumí soubor takových aktivit realizovaných prostřednictvím projektů, které vedou k naplnění priorit potažmo cílů rozvoje. (26, s. 7)

### **3.5.3 Programový dokument**

„Prováděcími dokumenty, které naplňují strategii, jsou programové dokumenty nebo krátkodobý realizační plán. Plán (program) je zcela konkrétním nástrojem řízení, jehož úkolem je odpovědět jednoznačně na otázky co, kdo, kdy a kde má udělat, aby cíle koncepce měly naději na to, že budou dosaženy.

Program je střednědobý (taktický) dokument k podpoře určité oblasti zájmu (např. rozvoj cestovního ruchu). Definuje přístup instituce k dané oblasti zájmu, tedy konkretizuje strategické cíle a rozvojové aktivity ve formě konkrétních opatření a projektů, určuje jejich nositele a stanoví způsob financování a implementace. Lze jej charakterizovat jako soubor cílených opatření, příp. intervencí, přijatých pro stimulaci rozvoje dané oblasti zájmu. Zákon o podpoře regionálního rozvoje definuje program jednoduše jako střednědobý dokument, který stanoví zaměření podpory regionálního rozvoje (potažmo cestovního ruchu) pro jeden nebo společně pro více podporovaných regionů.“ (26, s. 8)

Asociace krajů ČR doporučuje při tvorbě programů rozvoje cestovního ruchu, aby obsahovaly dvě části: analytickou a návrhovou část. (26, s. 9)

Analytická část obsahuje:

- základní profil území
- analýzu nabídky
- analýzu organizace cestovního ruchu
- analýzu poptávky
- analýzu konkurence
- syntézu (SWOT analýza)
- analýzu aktérů v cestovním ruchu

Návrhová část:

- vize rozvoje cestovního ruchu
- hlavní problémy rozvoje území
- cíle a opatření k rozvoji území
- formulace akčního plánu
- logické rámce vybraných projektů

### **3.5.4 Místní agenda 21**

Vystoupil uvádí, že „jedním ze způsobů, jak přistoupit ke tvorbě strategického dokumentu, je využít poznatků dokumentu Místní Agenda 21 a cestovní ruch, který je adresován místním (regionálním) orgánům veřejné správy a zaměřuje se na dodržování principů udržitelného rozvoje.“

Podle dokumentu Místní Agenda 21 a cestovní ruch patří mezi tři klíčové aspekty:

- 1) Spolupráce mezi všemi aktéry cestovního ruchu v daném území, tzn. místní orgán veřejné správy (má podpůrnou roli), zástupci soukromého sektoru, místní obyvatelstvo, tzv. dobrovolný sektor, ale i samotný turista.
- 2) Stanovení strategie udržitelného cestovního ruchu, která odráží názory všech zúčastněných, a bude začleněna i mezi ostatní řídicí funkce v destinaci.
- 3) Stanovení a realizace aktivit, které zabezpečí ekologickou, socio-kulturní a ekonomickou udržitelnost cestovního ruchu v destinaci. (26, s. 7)

## **4 Poloha a charakteristika Znojemska**

### **4.1 Vymezení oblasti**

Diplomová práce se zabývá regionem Znojemska, který se rozkládá v jihozápadní části jižní Moravy. Podle rozdělení České republiky na marketingové turistické regiony a oblasti spadá Znojemsko do turistického regionu Jižní Morava a jeho území odpovídá turistické oblasti Znojemsko a Podyjí (viz příloha 1). Znojemsko je jedním ze sedmi okresů Jihomoravského kraje. Jihomoravský kraj je významným hospodářským regionem s výhodnou polohou při hranicích s Rakouskem a Slovenskem, který odedávna představuje strategickou křižovatku Evropy. V rámci České republiky patří Jihomoravský kraj společně s Prahou a krajem Jihočeským k nejnavštěvovanějším regionům. Region Podyjí je jednou z nejatraktivnějších turistických oblastí střední Evropy. (34) Na západě sousedí znojemský region s turistickými oblastmi Jižní Čechy a Vysočina, na severu s oblastí Brno a okolí, na východě se nachází Lednicko - Valtická oblast. Jižní hranici regionu tvoří česko - rakouská státní hranice v délce 105 km.

### **4.2 Charakteristika oblasti**

Region Znojemska se nachází na rozhraní dvou geomorfologických celků. Západní část regionu tvoří Český masiv a východní část Karpatská soustava. Podnebí okresu je teplé a suché. Celé území náleží do povodí řeky Dyje. Z hospodářského hlediska je Znojemsko zemědělsko průmyslovým regionem. Zemědělská půda tvoří více než 68% výměry okresu. Vzhledem k poměrně nízkému zprůmyslnění okresu, absenci velkých podniků a sezónnosti některých činností, dosahuje okres Znojmo vysoké nezaměstnanosti, která se prohlubuje v zimních měsících, kdy klesá zájem o pracovníky v zemědělství, stavebnictví a službách.

Administrativně odpovídá region okresu Znojmo, který svou rozlohou 159 039 ha patří mezi největší okresy České republiky. Střediskem oblasti je město Znojmo, které patří k nejstarším českým městům a v současné době je přirozeným kulturním a hospodářským centrem jihozápadní Moravy. V okrese Znojmo žije asi 113 000

obyvatel. Podle správního uspořádání obcí se na území okresu Znojmo nachází dvě obce s rozšířenou působností – Znojmo a Moravský Krumlov.

Oblast Podyjí byla osídlena již v pravěku, od té doby toto osidlování pokračovalo a vznikaly první obce a města. Vzhledem k této bohaté historii se na území nachází velké množství movitých i nemovitých kulturně-historických památek. K nejvýznamnějším přírodním památkám patří nejmenší a nejmladší národní park v České republice Podyjí. (30)

### **4.3 Ekonomický význam cestovního ruchu na Znojemsku**

Podnikatelská aktivita v cestovním ruchu, která představuje počet podnikatelských subjektů v odvětví pohostinství a ubytování na 1000 ekonomicky aktivních obyvatel, je území regionu nadprůměrná pouze v okolí Vranovské přehrady. Ostatní území vykazují spíše průměrnou intenzitu podnikatelské aktivity.

Regionální rozložení zaměstnanosti v pohostinství a ubytování odráží rozdíly v atraktivitě jednotlivých oblastí a jejich turistické návštěvnosti. Vyšší hodnoty jsou dosahovány v destinacích letní rekreace u vody a nadprůměrné hodnoty jsou také v centrech městského turismu. V případě Znojemska se tedy opět jedná o oblast kolem Vranovské přehrady a o město Znojmo. Podíl ekonomicky aktivních osob v pohostinství a ubytování zde tvoří 5,9 a více procent. Ostatní území se pohybují kolem průměrných hodnot 2,3 až 4,0 %. (25)

# 5 Analýza nabídky cestovního ruchu na Znojemsku

## 5.1 Přírodní předpoklady

Region Znojemska patří ke dvěma geomorfologickým celkům. Na západní polovině je to Český masiv a ve východní polovině Karpatská soustava. Tvar reliéfu regionu vytváří především údolí řeky Dyje a jejích přítoků. Pro celý region je typický pestrý a rozmanitý reliéf. Nejvyšším bodem oblasti je s 521 metry nad mořem Suchá hora u Zblovic. Nejnižše položeným místem je soutok Dyje a Jevišovky ve 175 metrech nad mořem. (19)

Podnebí regionu je teplé a suché. Průměrná roční teplota se pohybuje v závislosti na nadmořské výšce mezi 7 až 8,5°C. Roční úhrn srážek je ovlivněn srážkovým stínem Českomoravské vrchoviny a pohybuje se mezi 300 až 550 mm. (30)

Region Znojemska spadá do povodí řeky Dyje. Na vodních tocích v regionu se nachází několik umělých i přírodních vodních nádrží. Na řece Jevišovce jsou to přehradní nádrže Jevišovka a Výrovická nádrž, které dnes slouží k rekreaci. Na řece Dyji se nachází vodní nádrž Vranov a Znojemská přehrada. Největší nádrž je Vranovská, která se nachází nedaleko Vranova nad Dyjí, její účel je hydroenergetický, vyrovnávací a rekreační. Znojemská nádrž slouží jako vyrovnávací a pro vodárenské účely. Na Znojemsku se nachází i rybníky, které ovšem slouží spíše k chovu ryb než k rekreaci.

V západní části regionu převažují hnědozemě, ve východní části černozemě a nivní půdy. Vzhledem k tomuto složení půdy je velká část území využívána pro zemědělskou činnost.

Regionem prochází významná zoogeografická a fyto geografická hranice. Na severozápadě území se vyskytují různé druhy středoevropské fauny a flóry, ve druhé části, která je nejteplejší částí jižní Moravy, se vyskytují tzv. panonské druhy. I přes malou rozlohu se region řadí k nejbohatším regionům v rámci celé ČR co se týče počtu druhů rostlinných i živočišných. Díky tomuto velkému přírodnímu bohatství byla část

Znojemska v roce 1978 vyhlášena chráněnou krajinnou oblastí. Od roku 1991 je toto území vyhlášeno Národním parkem Podyjí. Dalším chráněným územím je přírodní park Jevišovka.

Z hlediska přírodních atraktivit cestovního ruchu je pro Znojemsko velmi významná existence Národního parku Podyjí, spadajícího do velkoplošných zvláště chráněných území, spolu s několika významnými přírodními atraktivitami (údolí řeky Dyje, Hardeggská vyhlídka, Sealsfieldův kámen). Národní park se rozkládá mezi obcemi Znojmo a Vranov nad Dyjí při hranici s Rakouskem, kde pokračuje jako Nationalpark Thayatal. Toto území představuje výjimečně zachovalou ukázkou krajiny říčního údolí v pahorkatinném stupni střední Evropy. Kaňon Dyje vytváří unikátní říční fenomén s četnými meandry, hluboce zaříznutými údolími bočních přítoků, bohatými skalními tvary, kamennými moři a skalními stěnami. V NP Podyjí nejsou maloplošná chráněná území zřízena, protože intenzivní ochrana území je zajištěna jiným způsobem. V jeho blízkosti však leží několik přírodních památek. Území národního parku je zpřístupněno sítí turisticky značených cest (celkem 76 km) a cyklistických tras, které jsou částečně souběžné s turistickými v délce 27 km. K dispozici jsou návštěvníkům také dvě stezky pro turistiku na koních. Trasy jsou zvoleny tak, aby turisté mohli navštívit všechny přírodní charakteristiky národního parku, a zároveň byla zabezpečena ochrana přírody. Pro informovanost návštěvníků jsou podél tras zřízeny panely s vysvětlujícími texty a mapami. V samém srdci národního parku leží jedna z nejstarších a patrně nejlepších evropských vinařských poloh – Šobes. Vynikajících vlastností dosahuje víno zde pěstované především díky zdejšímu mikroklimatu, které se podobá podmínkám na Rýně či v údolí Rhône. (1, 19, 30, 45)

Různorodý terén, teplé a suché klima spolu s přírodními atraktivitami, mezi kterými dominuje Národní park Podyjí, předurčuje oblast Znojemska pro poznávací turistiku. Dostatek větších vodních ploch je dobrým základem pro provozování letní rekreace u vody.



## 5.2 Kulturně-historické předpoklady

Území Znojemska bylo osídleno již v pravěku, což dokazují četné archeologické nálezy. Pravěké osidlování plynule pokračovalo v budování slovanských hradišť, tvrzí a hradů, postupně vznikaly první obce a města. Díky tomuto dlouhému historickému vývoji zde zůstalo mnoho movitých i nemovitých kulturně-historických památek. (30)

Nejvýznamnější lokalitou je díky svému zachovalému historickému jádru městská památková rezervace Znojmo, z menších lokalit jsou to městská památková zóna Jevišovice a Moravský Krumlov. Na území se nachází také několik nemovitých národních kulturních památek – Znojemská hradní rotunda, státní hrad Bítov, státní zámky Vranov nad Dyjí a Uherčice, zřícenina Nový Hrádek u Lukova, církevní památky ve Znojmě a technická památka renesanční vodní mlýn ve Slupi. Další významné zámky jsou v Jevišovicích a Moravském Krumlově a Znojemský hrad a zámek. K církevním památkám můžeme zařadit rotundu sv. Kateřiny ve Znojmě (také národní kulturní památka, jediná dochovaná stavba původního přemyslovského sídla a jedna z nejdůležitějších románských památek České republiky). Město Znojmo je i poutním místem. Vojenská památka opevnění se nachází v Šatově. (25)

Oproti jiným regionům nedisponuje Znojemsko velkým množstvím kulturních zařízení. Nejvýznamnějšími zařízeními jsou Městské divadlo ve Znojmě a umělecká galerie s monumentálními plátny Slovácká epopěj secesního malíře Alfonse Muchy, která sídlí v zámku v Moravském Krumlově. Ve městě Znojmě se nachází jedno z nejstarších muzeí na jižní Moravě Jihomoravské muzeum. Pod správu muzea patří také Dům umění, který slouží k výstavním účelům. Ve Znojmě a v Moravském Krumlově najdeme kino. K dalším patří galerie Žlutá ponorka ve Znojmě, galerie a muzeum Knížecí dům v Moravském Krumlově, 1. České muzeum motocyklů v obci Lesná, Veterán Tatra muzeum v Bítově, muzeum vinařství a bednářství v Louckém klášteře a muzeum motorismu ve Znojmě.

Na Znojemsku se pořádá mnoho kulturních či společenských akcí, které ovšem mají spíše lokální či regionální význam. Většina z nich se koná pouze v období od jara do podzimu, tedy v době letní sezony. Každé léto probíhá Znojemské kulturní léto a Vranovské kulturní léto. Za akce nadregionálního významu lze považovat zářijové

Znojenské historické vinobraní a Znojemský Hrozen, červencový Hudební festival Znojmo nebo rockové festivaly Wake up a Louka Open. (25, 24)

Díky své dlouhé historii osídlení se na území Znojemska vyskytuje mnoho kulturně-historických památek. Nejvýznamnějšími jsou městská památková rezervace Znojmo a národní kulturní památky, které jsou jak v historickém centru města tak i v jeho okolí. V oblasti se také nachází několik muzeí a pravidelně se konají kulturní a společenské akce. Nejdůležitější akcí je Znojenské historické vinobraní, které je spojeno s dlouhou tradicí vinařství na Znojemsku. (25)

## 5.3 Základní infrastruktura cestovního ruchu

### 5.3.1 Ubytovací zařízení

Hromadná ubytovací zařízení jsou na základním předpokladem pro delší pobyt návštěvníků v regionu. V oblasti Znojemska se nachází především hromadná ubytovací zařízení nižších tříd. Na Znojemsku, na rozdíl od ostatních částí Jihomoravského kraje, zaujímají významnou roli také ostatní ubytovací zařízení jako jsou kempy, chatové osady či objekty individuální rekreace (chaty a chalupy). Jedná se především o oblasti kolem přehradních nádrží, kde převažují zařízení typu chatové osady a kempy.

**Tabulka 1: Počet hromadných ubytovacích zařízení podle kategorií v turistické oblasti Podyjí**

Rok	Hromadná ubytovací zařízení celkem	Hotely a podobná zařízení			
		Celkem	Hotely s 5 *	Hotely s 4 *	Ostatní hotely a penziony
2008	115	57	0	2	55
2007	112	52	0	2	50
2006	111	51	0	2	49
2005	110	52	0	2	50
2004	111	53	0	2	51

Zdroj: Český statistický úřad

**Tabulka 2: Počet ostatních hromadných ubytovacích zařízení podle kategorií v oblasti Podyjí**

Rok	Hromadná ubytovací zařízení celkem	Ostatní hromadná ubytovací zařízení			
		Celkem	Kempy	Chatové osady a turistické ubytovny	Ostatní zařízení
2008	115	58	9	22	27
2007	112	60	10	24	26
2006	111	60	10	23	27
2005	110	58	8	25	25
2004	111	58	7	24	27

Zdroj: Český statistický úřad

Ze statistických přehledů v tabulkách 1 a 2 vyplývá, že v oblasti Podyjí bylo v roce 2008 provozováno celkem 115 ubytovacích zařízení. Jak je dále patrné z tabulek celkový počet zařízení se v posledních pěti letech drží v rozmezí 110 až 115 zařízení. Polovinu z celkového počtu tvoří hotely a podobná zařízení, druhou polovinu ostatní hromadná ubytovací zařízení. Počty jednotlivých zařízení ukazují, že kategorii hotelů tvoří hlavně hotely nižších tříd a penziony. V regionu se nachází pouze dva čtyřhvězdičkové hotely a zcela chybí pětihvězdičkový hotel. Tyto chybějící hotely vyšších tříd mohou být překážkou pro potenciální bohatší a zahraniční klientelu. Mezi nejvíce zastoupená ostatní hromadná ubytovací zařízení na Znojemsku patří ostatní zařízení, kam ČSÚ řadí rekreační zařízení a školící střediska podniků, ubytování apartmánového typu a jiná zařízení. Vysoký je i počet chatových osad a turistických ubytoven. Ve sledovaném území bylo v roce 2008 provozováno 9 kempů.

**Tabulka 3: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení turistické oblasti Podyjí**

Rok	Hromadná ubytovací zařízení	Pokoje	Lůžka	Průměrná cena za ubytování (Kč)
2008	115	1911	5544	*
2007	112	1891	5485	245
2006	111	1818	5311	228
2005	110	1801	5233	223
2004	111	2478	5083	216

\* Údaj není k dispozici

Zdroj: Český statistický úřad

Tabulka 3 ukazuje vývoj kapacit všech ubytovacích zařízení v oblasti Podyjí za posledních pět let. Z vývoje je patrná neustále se zvyšující kapacita hromadných ubytovacích zařízení. Návštěvnost ubytovacích zařízení, kterou v České republice sleduje Český statistický úřad, se v regionu Znojemska pohybuje celkem v rozmezí 150 až 399 tisíce návštěvníků.

### **5.3.2 Stravovací zařízení**

V regionu Znojemska se nachází různé typy stravovacích zařízení. Jejich počet se zdá být dostatečný a uspokojující poptávku jednotlivých turistů, problém však spočívá v nedostatečné kapacitě těchto zařízení. Pouze malé množství z nich dokáže obsloužit větší skupinu turistů, např. autobusový zájezd. (6) K dalším zařízením patří různé bufety či bistra a kavárny, cukrárny nebo čajovny. Jelikož je Znojemsko krajem vína, nechybí v oblasti ani vinárny, vinné sklepy nebo specializované prodejny vína.

## **5.4 Dopravní a doprovodná infrastruktura cestovního ruchu**

### **5.4.1 Dopravní infrastruktura**

Jedním ze základních předpokladů rozvoje cestovního ruchu je dopravní spojení, které má na Znojemsku značné mezery. Dopravní infrastruktura byla budována ve dvacátém století. Především železniční spojení s ostatními regiony České republiky je nevyhovující. Důvodem je především zastaralý stav železničních tratí, které nejsou konkurenceschopné vůči dopravě silniční. Ovšem ani silniční doprava není vyhovující, problémem je často špatný stav komunikací. Pro potřeby mezinárodní dopravy jsou v provozu čtyři silniční hraniční přechody, jeden železniční a několik přechodů pro pěší a turisty.

#### **5.4.1.1 Silniční doprava**

Znojemsko leží na křižovatce dvou významných silničních komunikací 1. třídy, které udělaly ze Znojemska tranzitní region. Jedná se o silnice I/38 (E 59: Mladá Boleslav - Jihlava – Znojmo - st. hranice ČR / Rakousko) a I/53 (Brno - Pohořelice – Znojmo). Silnice I/53 představuje základní napojení do krajského města Brna. Silnice

I/38 představuje napojení na dálnici D1 u Jihlavy a dále na hlavní město Prahu. V opačném směru pokračuje do Rakouska, kde navazuje na silnici B303 a dále na dálnici A22 do Vídně. Základní silniční síť je doplněna silnicemi II. a III. třídy v délce 944km, které se ovšem často potýkají s odpovídajícím technickým stavem. Velkým problémem je stále nedokončený obchvat města Znojma, veškerá doprava je tak stále vedena po silnici I/38 přímo přes centrum města Znojma. (22)

Veřejnou osobní dopravu na území regionu zajišťuje několik soukromých dopravních společností. Meziregionální dopravu zajišťují tyto soukromé společnosti spolu s dalšími z jiných regionů. Přímé linky spojují Znojmo s Prahou, Brnem, Olomoucí, Hradcem Králové a Českými Budějovicemi. Ve Znojmě je provozována městská autobusová doprava, která propojuje všechny části města.

Problematická je také otázka parkovacích možností, a to hlavně na území města Znojma, především v jeho centru. Hlavní příčinou je nutnost ochrany historického jádra města.

#### **5.4.1.2 Železniční doprava**

Město Znojmo leží na spojnici celostátních železničních tratí Okříšky – Znojmo – Šatov – Retz – Vídeň a Znojmo – Břeclav. Tyto tratě jsou jednokolejné a neelektrifikované. Trať Znojmo – Šatov pokračuje dál na státní hranici s Rakouskem (Retz) a dále až do Vídně, celý úsek je již modernizovaný a elektrifikovaný. Mezi Znojmem a Vídní jezdí pravidelné spoje. (22)

Pro rozvoj cestovního ruchu by byla přínosem i elektrifikace ostatních tratí. Namísto toho bohužel dochází ke stále většímu omezování počtu spojů. Velkým mínusem je neexistence přímého spojení Znojma a Brna, krajského města. I pohyb návštěvníků po znojemském okrese je často ztěžován špatným spojením do míst, kde se nachází atraktivita cestovního ruchu.

#### **5.4.1.3 Letecká doprava**

Nedaleko městské části Znojmo – Oblekovice směrem na Hatě se nachází neveřejné vnitrostátní letiště s travnatou přistávací dráhou o délce 900 m, které je zatím

využíváno především pro sportovní účely a provoz malých letadel. Turisté mohou využít i mezinárodní letiště Brno – Tuřany, které je od Znojma vzdálené asi 60 km.(22)

#### **5.4.1.4 Vodní doprava**

Na Vranovské přehradě jsou pro návštěvníky od května do října provozovány vyhlídkové plavby.

#### **5.4.2 Doprovodná infrastruktura**

V současné době má region poměrně hustou síť cyklostezek a cyklotras, která se ovšem potýká s horší kvalitou a nedostatečnou vybaveností zázemí podél tras. V regionu dochází k dalšímu budování nových cyklostezek a k jejich napojování na již stávající cyklotrasy. Rekreační cyklotrasy jsou rozděleny do čtyř tříd a mají návaznost na mezinárodní, republikové a regionální cyklotrasy. Znojmo je napojeno na cykloturistické okruhy Retz – Znojmo. Regionem prochází tři dálkové cyklotrasy: Greenways Praha – Vídeň, Česko-rakouská příhraniční trasa a trasa Jeseník – Znojmo. (6, 22)

Vzhledem k přítomnosti Národního parku Podyjí je v regionu hustá síť značených turistických tras pro pěší i cykloturisty. O toto značení se stará Klub českých turistů. Sportovně-rekreační funkci plní v celém regionu různá sportovní a zábavná zařízení. Samotné město Znojmo je vybaveno množstvím zařízení pro sport a rekreační aktivity, k dispozici jsou různé tělocvičny, sportovní haly, hřiště, atletické stadiony, fotbalové stadiony, fitnesscentra, tenisové kurty, squashové haly, plavecké kryté bazény, půjčovna lodí. Pro zimní sporty lze ve Znojmě využít zimní stadion a venkovní kluziště. V létě jsou k dispozici naopak venkovní koupaliště – Městská plovárna Louka, koupaliště Pohoda v Únanově a další menší bazény v obcích. Dalšími možnostmi jsou bowling, kuželky, jezdectví, střelba nebo golf. (24)

### **5.5 Střediska cestovního ruchu**

Intenzitu turistické aktivity v destinaci lze vyjádřit tzv. turisticko-rekreační funkcí. Z tohoto pohledu je zcela dominantní okolí Vranovské přehrady, ostatní území je řazeno pouze k oblastem s malou či rozvojovou turisticko-rekreační funkcí. Celková atraktivita

území je hodnocena jako atraktivita nadregionálního významu, kde dominují kulturně-historické i přírodní atraktivity.

Z pohledu funkční typologie středisek můžeme Znojensko zařadit mezi regiony se středisky letní rekreace u vody (Bítov, Vranov nad Dyjí, Štítary a Lančov) a historická města a střediska mezinárodního a národního významu (Znojmo). (25)

### **5.5.1 Znojmo**

Znojmo se rozpíná na vysoké skále nad řekou Dyjí. Patří ke třem historicky nejdůležitějším městům Moravy. Jeho dějiny sahají do 11. století, kdy se postupně stávalo oblíbeným městem českých králů a moravských markrabat. Ti zde nechali vybudovat architektonické skvosty, které můžeme obdivovat dodnes.

Pro velké množství památek bylo Znojmo vyhlášeno městskou památkovou rezervací. Předchůdcem Znojma bylo dnešní Hradiště osídlené již od 6.století slovanskými kmeny, později významné středisko Velkomoravské říše. Počátkem 11.století se dosavadní mocenské duchovní centrum přemístilo na protější ostroh, kde byl založen nový knížecí hrad. Východně od něj se postupně vytvořilo podhradí, které bylo před r. 1226 povýšeno na královské město a brzy nato obeháno hradbami. Během 14. století zaznamenalo Znojmo nebývalý rozkvět, daný řadou privilegií, strategickou polohou na cestě z Prahy do Vídně i úrodným okolím s řadou vinic a sadů. Ničivý požár v r. 1490 město velmi těžce poškodil a tak celé následující století bylo ve znamení renesanční přestavby, při které pod vedením rakouských a italských mistrů vyrostla řada honosných, překrásně zdobených městských paláců. Vývoj zastavila až 30letá válka a další pohromy 17. století. V červenci 1809 se poblíž Znojma odehrála bitva mezi vojsky císaře Napoleona a rakouského císaře Františka I. Průmyslový rozmach 19. století město příliš nezasáhl, také přestavba s okružní třídou vznikla na místě starých příkopů, vinic a sadů a historickému jádru se vyhnula. V letech 1870-71 byla vystavěna železnice, která spojila Znojmo s Prahou, Brnem a Vídní. Průmysl se soustředil především na potravinářskou výrobu (okurky) a na produkci keramiky.

Znojenské památky jsou ukázkou všech stavebních stylů. Románskou architekturu můžete obdivovat v rotundě Panny Marie a sv. Kateřiny, která je národní

kulturní památkou, vybudované kolem r. 1037. Nejcenější částí rotundy jsou malby v interiéru, zobrazující mimo jiné postavy z nejstarších českých dějin. Malby pocházejí zřejmě z r. 1134. Ústřední scénou je Povolání oráče k vládě, na niž navazuje 27 postav přemyslovských knížat. Od kaple se otevírá nádherný výhled na město i na údolí Dyje se Znojemskou přehradou. Rotunda se nachází v areálu hradu, který je ukázkou baroka. Znojemský hrad se nachází na strmém skalnatém ostrohu nad soutokem Granického potoka a Dyje, původně v 11. století byl pevností na jižní hranici českého státu, později sídlem údělných knížat rodu Přemyslovců. V r. 1710 připadl hrad rodu Deblínů, kteří si na místě zříceniny středověkých objektů vystavěli dnešní barokní sídlo. Výraznou dominantou města je gotický chrám sv. Mikuláše, stavěný v místech starší svatyně od r. 1338 do konce 15. století. Středověk připomínají také úzké uličky, kostely a klášter premonstrátského opatství Louka. Období renesance dokládají zase měšťanské domy. K návštěvě láká také radniční věž, slunné arkádové dvory a elegantně zaklenuté mázhauzy. Pozoruhodnou a v mnoha ohledech unikátní památkou je znojemské podzemí. Labyrint chodeb, nacházející se pod celým středověkým městem, má délku více než 26 km. Chodby jsou vytesané ve skále a vedou místy i ve čtyřech patrech nad sebou. Původně sloužily k uskladnění potravin, postupným rozšiřováním však vznikla chaotická spleť, využívaná v dobách nebezpečí i jako úkryt měšťanů a jejich majetku. Přístupná turistická trasa měří asi jeden kilometr. (2, 38)

Ve městě se nachází kulturní zařízení významná pro celý region. Jedná se především o Jihomoravské muzeum, které sídlí v původním klášteře minoritů ze 13. století. Mezi stálé expozice patří - Živá a neživá příroda Znojemska, Archeologie na Znojemsku, Černé řemeslo výrobky kovářů a zámečníků, Orientální zbraně a dále se zde konají příležitostné výstavy. Muzeum spravuje i další objekty ve městě - památník Prokopa Diviše, vynálezce bleskosvodu, a Dům umění, kde se pořádají výstavní akce. V premonstrátském klášteře v Louce najdeme bednářské a vinařské muzeum a galerii uměleckých děl s historickými vinařskými artefakty, obrazy, grafickými listy a sochami předních českých sochařů, malířů a ilustrátorů s tematikou vína. V budově bývalé vodárny ve Znojmě sídlí muzeum motorismu. Kulturní a společenské akce se ve městě konají po celý rok. Tradičními akcemi jsou adventní a velikonoční trhy, pivní slavnosti, Slavnosti okurek, rockové festivaly Wake up a Louka Open. K významným akcím,



kteří přesahují hranice regionu patří festival Znojemský hrozen, Znojemské historické vinobraní a festival vážné hudby Hudební festival Znojmo.

## 5.5.2 Vranov nad Dyjí

Vranov nad Dyjí je vedle historických souvislostí vyhledáván především díky široké nabídce aktivního odpočinku a rekreace. Zejména turistika a cykloturistika (značené trasy v NP Podyjí a okolí) získávají v posledních letech na popularitě a stávají se stále oblíbenějšími „konkurenty“ tradiční rekreace u vody (Vranovská přehrada – koupání a vodní sporty, rybaření). Slovanské hradiště Vranov nad Dyjí v systému opevnění chránících Moravu proti Rakousům zmiňuje již Kosmova kronika. Nejstarší dochované části hradu na 76 m vysoké skále pocházejí ze 13. a 14. století (strážní věž na východě ostrohu a vodní věž na severním srázu nad řekou). Za Maxmiliána Dietrichsteina byl hrad obestavěn renesančními budovami, za 30leté války Švédové objekt takřka zničili, velké škody způsobil i požár r. 1665. V r. 1680 získali panství Althanové, kteří dosavadní hrad přeměnili na honosné barokní sídlo. Ponechány byly pouze hradní věže, palác byl zbourán a na jeho místě postaven trojkřídlý zámek s rodovou hradní kaplí Nejsvatější Trojice s monumentálním sálem předků s rozměry 25x15x15 m. Dvorana, práce slavného rakouského architekta J. B. Fischera z Erlachu, je v kopuli vyzdobená freskou J. M. Rottmayera, sochy jsou dílem T. Krackera. Přestavba trvala celé století. V r. 1730 bylo dokončeno východní křídlo, zbytek jižního a západního křídla pochází z let 1777-80. V r. 1793 koupil panství rytíř Josef Hilgartner z Lilienbornu, který se zasloužil o některé klasicistní úpravy v interiérech, vybudování klasicistního parku a zvelebení obory. Z té doby pochází i úprava Růžového vrchu se starověkým chrámkem, jeskyněmi a letohrádkem. Zároveň založil ve Vranově továrnu na keramiku. Do areálu, rozsáhle zrekonstruovaného v letech 1971-79, se vstupuje po 57m dlouhém mostě. Pozoruhodnou přírodní zajímavostí jsou chráněné Hamerské vrásky – rulové skály s významnou vegetací. (2, 41)

V letech 1930-33, jako první betonová přehrada (technická památka) v tehdejší ČSR, byla postavena Vranovská přehrada s hrází z litého betonu. Hráz je vysoká 59,9 m a v koruně dlouhá 292 m. Zadržuje 30 km dlouhé jezero, které zasahuje až do údolí Želetavky pod hradem Bítov. Přehrada slouží rekreaci. V okolí přehrady se nachází

několik půjčoven sportovního vybavení, na přehradě jsou v sezony pořádány pravidelné a vyhlídkové plavby. Každé léto se koná Vranovské kulturní léto, které zahrnuje různé výstavy a koncerty. (43)

### **5.5.3 Bítov**

Při stavbě Vranovské přehrady byla stará obec Bítov zatopena. Stavba současného Bítova podle projektu pražského architekta J. V. Říhy proběhla v roce 1932. Rekreační aktivity v oblasti se soustřeďují především na přírodní koupaliště zátoky Horka. Okolí obce je vhodné pro příznivce pěší turistiky i cykloturistiky. Turisty láká především hrad Bítov, založený na strmém ostrohu nad soutokem Dyje a Želetavky. Vznikl ve druhé čtvrtině 11. století na ochranu jižních hranic přemyslovského státu. Poprvé se bezpečně uvádí jako v r. 1185 jako středisko rozsáhlé borovské provincie, kolem 13. století však zdejší úřady zanikly ve prospěch Znojma. Hrad získal do zástavy Raimund z Lichtenburka, v jehož rodě zůstal až do r. 1576. Pak patřil rodům Janovských, Daunů a Haugwitzů. V r. 1912 jej koupil Jiří ml. Haas z Hasenfeldu, majitel západočeských továren na porcelán. Jeho syn Jiří se snažil proměnit hrad v jakousi soukromou zoologickou zahradu, dodnes tu po něm zůstala sbírka vycpaných zvířat, hlavně psů a koček. Celý areál si přes mnohé přestavby a úpravy uchoval charakter gotického hradu, doplněného o prvky renesance, baroka i romantismu 19. století. Tvoří jej tři části, z části původní novogotické zařízení bylo postupně doplňováno z jiných objektů. Cenná je hradní zbrojnice, obsahuje umělecky náročné a technicky mimořádně řešené palné zbraně z konce 16. a 17. století. (2, 31)

### **5.5.4 Lančov**

Obec Lančov se rozkládá nedaleko hranic s Rakouskem západně od Vranova nad Dyjí. Svoji polohou navazuje na velmi zajímavou a tvarově bohatou část krajiny v okolí Vranovské přehrady. V obci najdeme zajímavou památku a to románský kostel svaté Máří Magdaleny pocházející z první poloviny 13. století. Jeho dnešní podoba je po přestavbě v 18. století. V 19. století byl kostel rozšířen o předsíň, sakristii a kapli Božího hrobu. V obci jsou také tři malé kapličky. (2, 40)

### **5.5.5 Další vyhledávaná místa v okolí Znojma (24)**

#### **Zřícenina hradu Cornštejn**

Hrad byl postaven v 1. polovině 14. století jako královská pevnost v linii hradů chránících jižní hranici českého státu. Od roku 1343 byl v držení pánů z Lichtenburka a v r. 1464 dobyt vojskem Jiřího z Poděbrad. Nově opevňován byl Krajíři z Krajku a na počátku 16. století bylo opevnění rozšířeno o bašty proti dosahu soudobého dělostřelectva, naposledy bylo posíleno v r. 1542 v souvislosti s tureckým nebezpečím. Od konce 16. století je hrad pustý.

#### **Hardegg**

Nejmenší město Rakouska se stejnojmenným hradem, který pochází z 12. století. V současné době je zde expozice o mexickém císaři Maxmiliánu rakouském a další sbírky umění starých amerických národů – Mayů, Aztéků a Inků.

#### **Státní zámek v Jevišovicích**

Původně hrad byl v 16. století přestavěn na renesanční zámek. Jeden z jeho majitelů Hynek z Kunštátu, zvaný Suchý Čert, byl úspěšným obráncem Znojma proti Uhrům a Rakušanům. Dnes je zde umístěna expozice z dějin Jevišovicka, sbírka lidového nábytku a starých klávesových nástrojů. V blízkosti zámku byla v letech 1894-1897 na řece Jevišovce vystavěna jedna z nejstarších přehrad ve střední Evropě.

#### **Zámek v Moravském Krumlově**

Moravský Krumlov je proslulý díky expozici Slované epopeje Alfonse Muchy, která se nachází od roku 1963 v rytířském sále a kapli místního zámku. Jedná se o cyklus monumentálních obrazů o rozměrech 6 x 4 x 8 m, které zachycují výjevy z dějin slovanských národů. Slované epopej náleží k vrcholným projevům českého monumentálního malířství. V zámku je možno také shlédnout pamětní Paracelsovu síň. Moravskokrumlovský zámek byl původně gotickým hradem, který získal svoji současnou renesanční podobu s patrovými arkádami při pozdější přestavbě.

### **Zřícenina Nový Hrádek u Lukova**

Areál zříceniny se nachází na turistické trase v Národním parku Podyjí v zalesněné členité krajině s atraktivní vyhlídkou do meandrů řeky Dyje. Zřícenina je přístupná pouze pěšky nebo na kole po značené turistické stezce.

### **Šatov**

Šatov je vinařská obec se sídlem Znovínu, a. s., největší vinařské firmy na Znojemsku. Najdeme zde malovaný sklep – evropská rarita s naivními malbami jednorukého malíře na pískovcových stěnách sklepa. Dále zde stojí pěchotní srub, součást československého opevnění z let 1936-38.

### **Vinice Šobes**

Oblast Šobesu byla osídlena již v době kamenné a od středověku zde byla pěstována réva vinná. Šobes je považován za špičkovou lokalitu a nejkrásnější vinici v ČR obtékanou Dyjí a obklopenou lesy. Díky mikroklimatu jsou vína z této lokality mimořádné kvality. Pěstuje se zde převážně Rulandské bílé a šedé, Ryzlink rýnský a vlašský.

### **Vodní mlýn ve Slupi**

Renesanční vodní mlýn ze 16. století je unikátní technickou památkou, která byla obnovena Technickým muzeem v Brně roku 1983. Součástí památky je mlýnice s funkčními stroji, s pohonem čtyř vodních kol a exponáty mlecí techniky.

### **Státní zámek Uherčice**

Jedná se o zámecký komplex se 4 nádvořími a zahradami včetně anglického parku s romantickými stavbami. Zámek byl poprvé zpřístupněn veřejnosti až v r. 1996 současně se zahájením generální obnovy. V současné době se stále provádějí rekonstrukce zámku a návštěvníci mohou shlédnout ukázkou postupu stavebních a restaurátorských prací.

## 5.6 Hlavní druhy a formy cestovního ruchu

Území Znojemska tvoří převážně venkovská krajina s velmi příznivými a s průměrnými předpoklady pro cestovní ruch. Z hlediska přírodní atraktivity území lze region zařadit mezi místa mezinárodního významu s přítomností národního parku. Především východní část regionu nedisponuje velkým množstvím rekreačně využitelných ploch, neboť se jedná o nížinnou převážně zemědělsky využívanou krajinu. Příznivější podmínky pro cestovní ruch jsou v západní části regionu, a to hlavně díky existenci Vranovské přehrady. Díky svým kulturně-historickým památkám se region řadí k velmi atraktivním oblastem České republiky. Obecně lze region zařadit do kategorie turistických oblastí s lokálním významem kulturně-historického potenciálu, ovšem z pohledu hodnocení kulturně-historických památek můžeme Znojmo, kde se soustředí především městský cestovní ruch, zařadit do kategorie mezinárodního významu. (25)

Nejvýznamnější specifickou atraktivitou celého regionu je dlouhá tradice vinařství a s ním spojená vinařská turistika. Znojemská vinařská podoblast čítá 91 obcí. Na jižní Moravě vznikl program Moravské vinařské stezky, který má za úkol zachování kultury jihomoravského vinařství a v jeho rámci byl v terénu vyznačen systém vinařských stezek se sklepy a sklípky. Kromě nabídky velkých zavedených vinných sklepů zde najdeme i další menší objekty. S vinařskou turistikou souvisí také oslavy vinařství, které jsou významnou atrakcí cestovního ruchu. Tradiční vinobraní se ve Znojmě koná každoročně v měsíci září. K vinařské turistice můžeme přiřadit i aktivity spojené s pěstováním a výrobou vína, ale i návštěvou přírodních i kulturních památek, cykloturistikou a dalšími.

K místům vhodným pro tradiční letní rekreaci u vody se na Znojemsku řadí okolí Vranovské přehrady a vodní plochy lokálního významu jako vodní nádrže Výrovce či Oleksovice (Starý rybník).

Pro kongresový cestovní ruch je v regionu možno využít střediska regionálního významu – Znojmo a Čejkovice.

Celý region je díky svému reliéfu vhodný jak pro pěší turistiku, tak i pro cykloturistiku, která se v poslední letech velmi rozvíjí. Znojemskem prochází poměrně hustá síť cyklotras, cyklostezek i cykloturistických tras, která je stále rozšiřována. Mnohdy se ovšem potýkají s nedostatečnou vybaveností zázemí. (25)

## 6 Analýza poptávky cestovního ruchu na Znojemsku

Vzhledem k tomu, že v regionu existuje již více výzkumů u návštěvníků, byly k provedení analýzy poptávky cestovního ruchu využity právě tyto výzkumy. Výsledky těchto výzkumů pak byly projednány s pracovníky informačních center, kteří poskytli další cenné informace o návštěvnících a jejich motivaci. Tato konzultace byla provedena formou řízeného rozhovoru, který proběhl v měsíci březnu.

Podklady pro analýzu poptávky jsou čerpány z výzkumu provedeného agenturou CzechTourism, který byl koncipován pro všechny turistické regiony v České republice. Tento výzkum je doplněn informacemi ze šetření regionální firmy InPuncto, která se zabývá sociologickým a marketingovým výzkumem. Pro dokreslení pohledu návštěvníků Znojemska jsou oba výzkumy doplněny dalším šetřením „Image města Znojma“ od firmy InPuncto.

Výzkum agentury CzechTourism pochází z projektu „Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky“ z let 2005 až 2007. Jedná se o první výzkum, který byl zaměřen i na jednotlivé turistické oblasti. Regionu Znojemska tedy odpovídá turistická oblast Znojemsko a Podyjí v regionu Jižní Morava, kde bylo osloveno celkem 501 respondentů. Šetření probíhalo od června do září a byla použita metoda nahodilého výběru ve vybraných lokalitách. Cílem celého výzkumu bylo zjistit skladbu návštěvníků, způsob trávení jejich volného času, spokojenost návštěvníků s nabídkou cestovního ruchu, vybavení regionů a kvalitu poskytovaných služeb. Při srovnání několika po sobě konaných šetření lze konstatovat, že nedošlo k žádným významným změnám, proto byl pro potřeby této práce použit výzkum z léta 2006. (29)

Ve výzkumu „Návštěvníci města Znojma a okolí“ se firma InPuncto dotazovala 521 návštěvníků regionu. Dotazování proběhlo v roce 2007 a jedná se o výzkum, který je součástí velkého projektu „Marketingová studie rozvoje turistické destinace Znojmo a okolí“. Dotazování byli vybráni náhodně mezi návštěvníky regionu. Výzkum se opět zabýval charakteristikou návštěvníků, motivací k návštěvě regionu, chováním

respondentů v regionu a hodnocením nabídky služeb. Respondenti byli rozděleni podle místa dotazování - město Znojmo a okolí Znojma. (37)

## **6.1 Výsledky výzkumů u návštěvníků a terénního šetření**

### **6.1.1 Charakteristika návštěvníků**

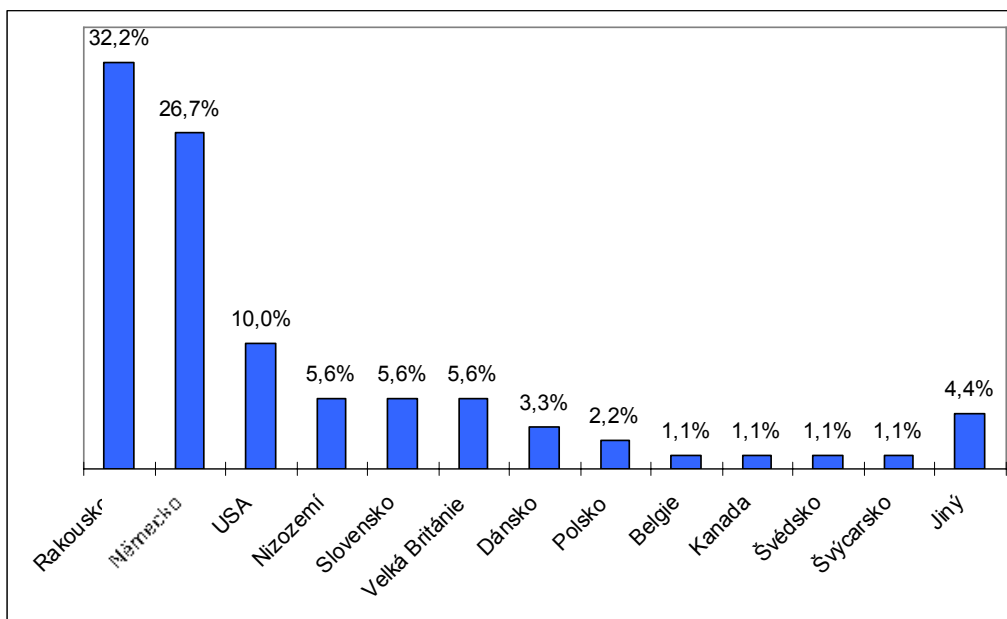
Převážná část návštěvníků Znojemska pochází z České republiky. Z celkového počtu respondentů pochází z České republiky téměř 90 % návštěvníků. Mezi cizinci převažují návštěvníci ze sousedních států (Rakouska, Německa, Slovenska), následuje Nizozemsko a USA. Při srovnání let 2005 a 2006 došlo ke změně v zastoupení jednotlivých zemí (viz graf 1 a 2). V roce 2005 pocházelo nejvíce zahraničních návštěvníků z Rakouska (32,2 %) a Německa (26,7 %), následovali návštěvníci z USA (10 %). Nizozemí, Slovenská republika a Velká Británie získaly shodně 5,6 %. Ovšem v roce 2006 se situace výrazně změnila. Nejvíce zahraničních návštěvníků pocházelo ze Slovenska (28,8 %), následovalo Rakousko (20 %), Nizozemí (15,3 %) a Německo (11,9 %). 3,4 % tvořili návštěvníci z USA, Belgie či Itálie. S 1,7 % se ve výzkumu ocitli ještě návštěvníci z Francie, Velké Británie, Japonska a Ruska.

U českých návštěvníků jsou poměrně rovnoměrně zastoupeny jako místo bydliště všechny okresy, vyšší procento respondentů pocházelo z Prahy (11,1 %), Brna (9,5 %) a ze samotného okresu Znojmo pocházelo 8,6 % dotazovaných.

Převahu českých návštěvníků potvrdil i řízený rozhovor s pracovníky turistických informačních center na Znojmsku. Podle statistik, které vede turistické informační centrum ve Znojmě, tvoří čeští návštěvníci přibližně 65 %, německy mluvící 30 % návštěvníků a zbylých 5 % tvoří anglicky mluvící. Řízený rozhovor také objasnil důvody změny ve struktuře zahraničních návštěvníků v letech 2005 a 2006, kdy výrazně narostl počet slovenských návštěvníků. Tato změna je pravděpodobně způsobena aktivní účastí zástupců Znojemska na stánku Jižní Moravy na veletrhu cestovního ruchu v Bratislavě. Na tomto veletrhu je rok od roku patrný rostoucí zájem Slováků o znojemský region, jednak z důvodu blízkosti geografické i kulturní.

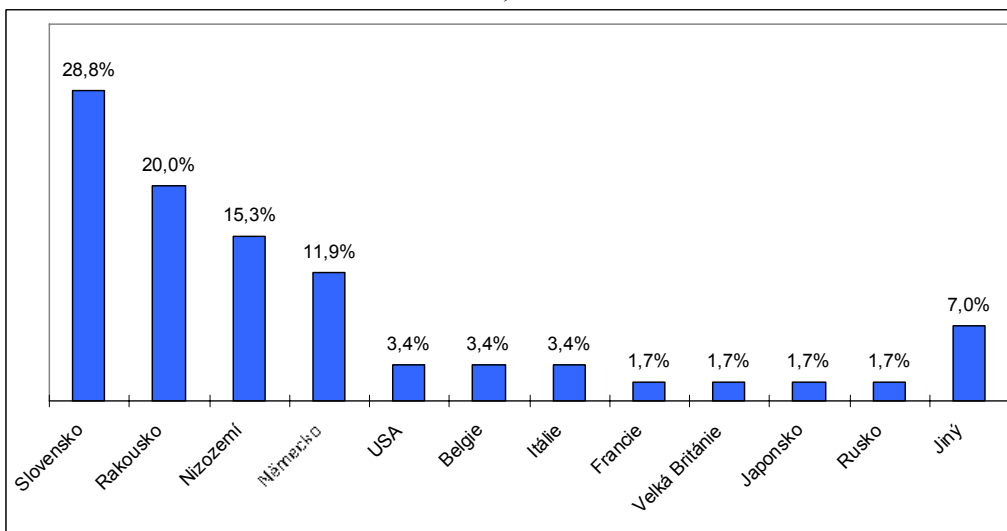


**Graf 1: Struktura zahraničních návštěvníků, léto 2005**



Zdroj: Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

**Graf 2: Struktura zahraničních návštěvníků, léto 2006**



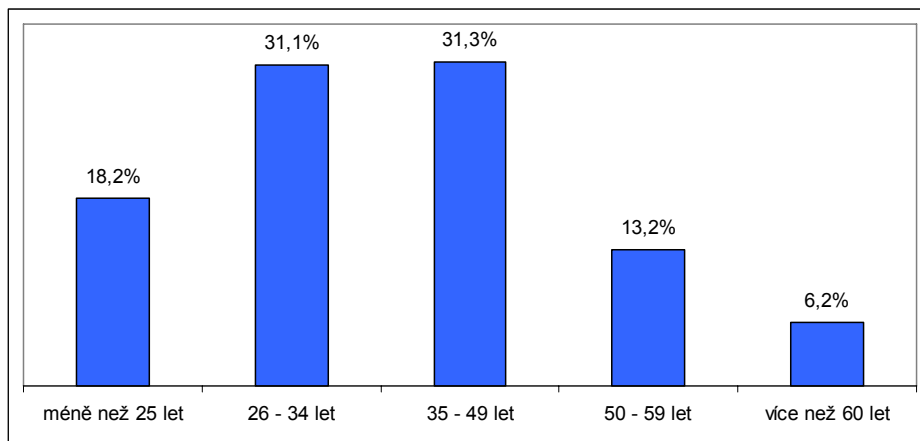
Zdroj: Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

Poprvé do regionu Znojemska zavítá asi třetina z celkového počtu návštěvníků (37,3 %), další třetina zde byla již vícekrát a ostatní dokonce více než třikrát.

Z výzkumů vyplývá, že oblast Podjíví navštěvují nejvíce osoby ve věku 26 až 34 let (31,1 %) a ve věku 35 až 49 let (31,3 %). Návštěvníci do 25 let tvoří 18,2 %, 50 až

59 let mělo 13,2 % a více než 60 let 6,2 % dotazovaných. Mírnou převahu co se týče pohlaví mají ženy, téměř 52 % návštěvníků.

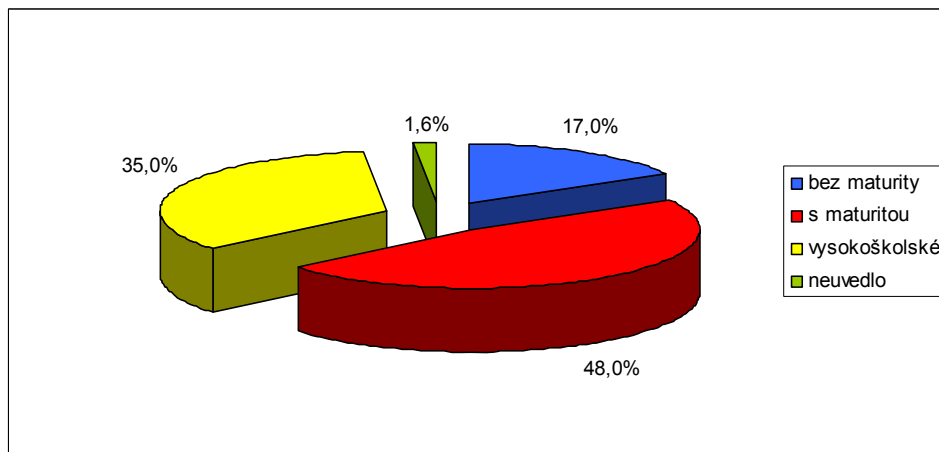
**Graf 3: Věkové složení návštěvníků**



Zdroj: Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

Podle vzdělání jsou návštěvníci rozděleni následovně. Největší podíl tvoří respondenti s maturitou (48 %), následují vysokoškoláci (35 %) a 17 % tvoří návštěvníci bez maturity.

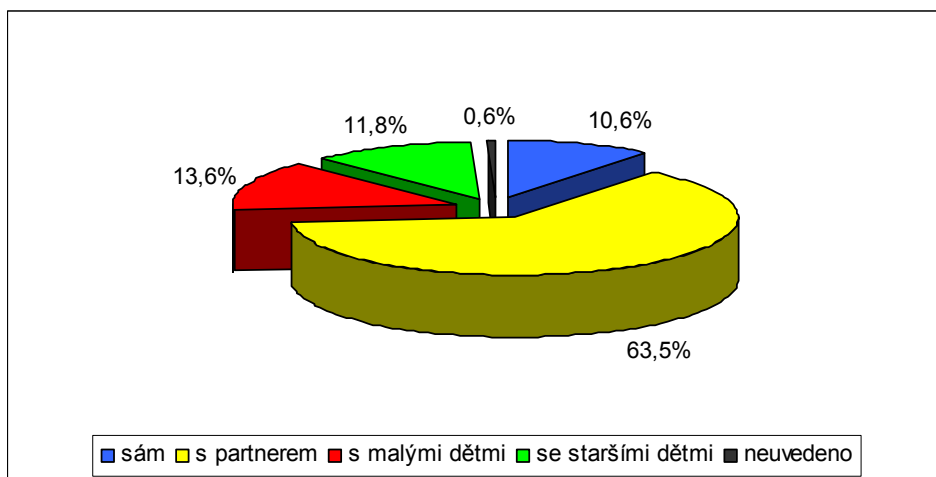
**Graf 4: Vzdělání návštěvníků**



Zdroj: Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

Návštěvníci nejčastěji přijíždějí s partnerem nebo přáteli a známými (63,5 %), 13,6 % tvoří návštěvníci s malými dětmi a 11,8 % se staršími dětmi. Samo přicestovalo 10,6 % dotazovaných.

**Graf 5: S kým návštěvníci přijeli**

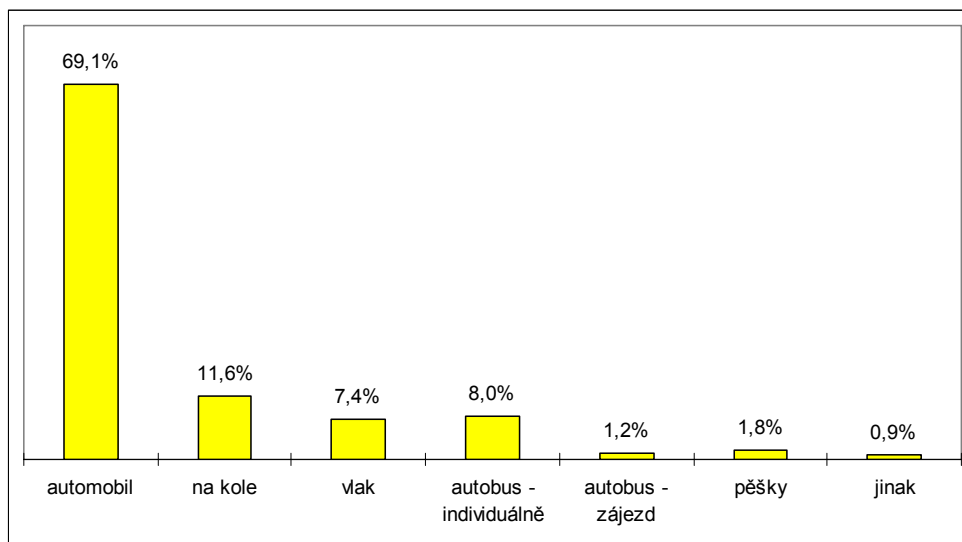


Zdroj: Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

### 6.1.2 Doprava do regionu

Více než dvě třetiny návštěvníků přijíždí do regionu automobilem (69,1 %). Návštěvníci okolí Znojma přijíždí automobilem častěji než ti, kteří navštívili pouze město Znojmo. Ostatní dopravní prostředky jsou využívány mnohem méně. Vlákem přijelo 7,4 % a autobusem 8 % respondentů. Pouze 1,2 % dotazovaných přijelo se zájezdem autobusem, což je nejmenší procento tohoto způsobu dopravy ve všech turistických oblastech jižní Moravy. Naopak nejvyšší procento ze všech oblastí vykazuje Podyjí v počtu návštěvníků, kteří přijeli na kole (11,6 %).

**Graf 6: Způsob dopravy do regionu Znojemska**



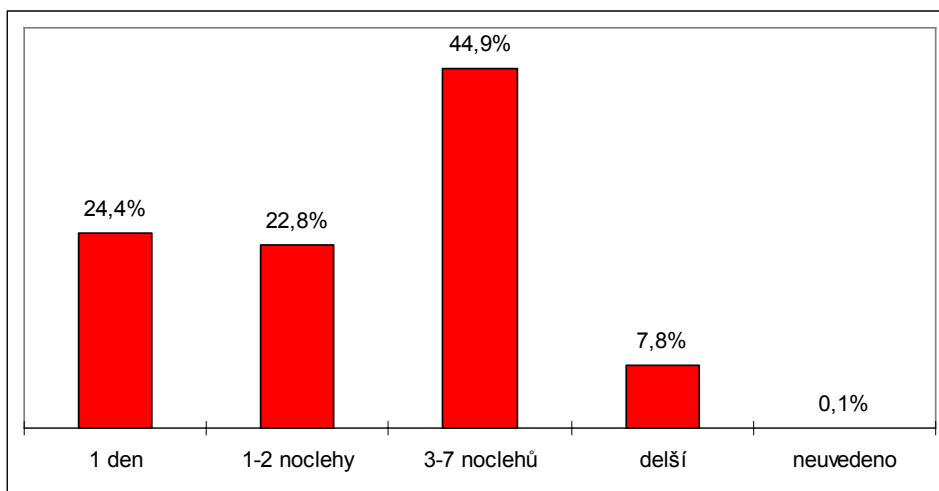
Zdroj: Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

Velký počet návštěvníků přijíždějících automobilem není překvapivý, protože dopravní spojení je opravdu asi jedním z největších problémů Znojemska. Dokazují to i zkušenosti pracovníků v informačních centrech. Návštěvníkům se jako nejhorší jeví možnost spojení ve směru na Moravský Krumlov či Mikulov. Také počet parkovacích míst v centru Znojma je opravdu malý a návštěvníkům se také často nelíbí, že musí za parkování platit.

### **6.1.3 Délka pobytu**

Téměř polovina návštěvníků (44,9 %) stráví v regionu 3 až 7 nocí, 1 až 2 noci 22,8 % návštěvníků, jednodenní návštěvníci tvoří 24,4 %, zbytek (7,8 %) stráví dobu delší než 7 nocí. Délka pobytu se liší podle lokality. V okolí Znojma převažují delší pobyty, což je pochopitelné vzhledem k nejčastějšímu důvodu pobytu - letní rekreaci u vody. Návštěvníci, kteří byli dotázáni ve Znojmě, uváděli nejvíce pobyt pouze na část dne nebo jeden den.

**Graf 7: Délka pobytu v regionu**



Zdroj: Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

### **6.1.4 Ubytování a stravování**

U návštěvníků jsou zastoupeny všechny typy ubytovacích zařízení. Nejčastěji jsou využívány penzionsy (23,8 %) a kempy (20,2 %), následuje ubytování u známých, příbuzných nebo na vlastní chatě (15,2 %) a jiná ubytovací zařízení (11,8 %). Hotely při svém pobytu využilo 8 % respondentů a 20,6 % nevyužilo vůbec ubytovacího zařízení, jednalo se tedy o jednodenní návštěvníky. Pochopitelně ve městě Znojme převažuje ubytování v penzionech a hotelech, zatímco v okolí Znojma jsou více využívány kempy nebo chaty, neboť návštěvníci pobývají hlavně u vodních ploch.

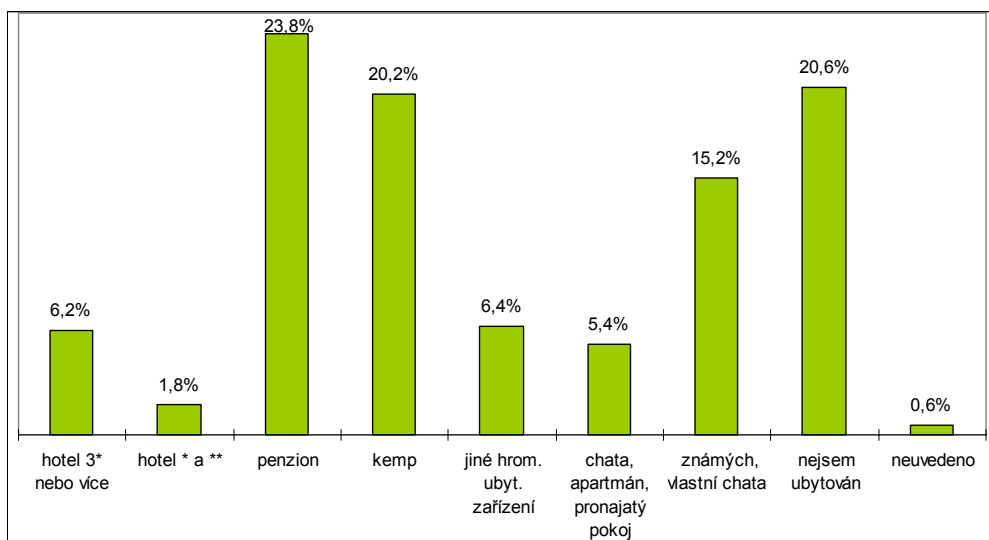
Třetina návštěvníků využívá při svém pobytu stravovacích zařízení vždy (30 %), přes polovinu pouze částečně (53 %) a téměř nikdy 17 % dotázaných.

Jak vyplynulo z řízeného rozhovoru, pokud si návštěvníci hledají ubytování prostřednictvím informačních center, chtějí hlavně příjemné a čisté prostředí. Pracovníci informačních center zaznamenávají časté stížnosti na určitá zařízení ohledně jejich kvality. Při vyhledávání stravovacích zařízení vyžaduje většina hostů, bez ohledu na národnost, zařízení, která nabízí českou kuchyni. Tento požadavek je však bohužel vzhledem k typům restaurací na Znojemsku často nesplnitelný.

Pokud jde o návštěvníky města Znojma, často mají zájem především o ubytovací a stravovací zařízení, které se nachází přímo v centru, co nejbližší historického jádra.

Takových zařízení je však bohužel málo. A hotely v centru města mají opět problém s parkovacími možnostmi pro návštěvníky.

**Graf 8: Typ ubytování návštěvníků Znojemska**



Zdroj: Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

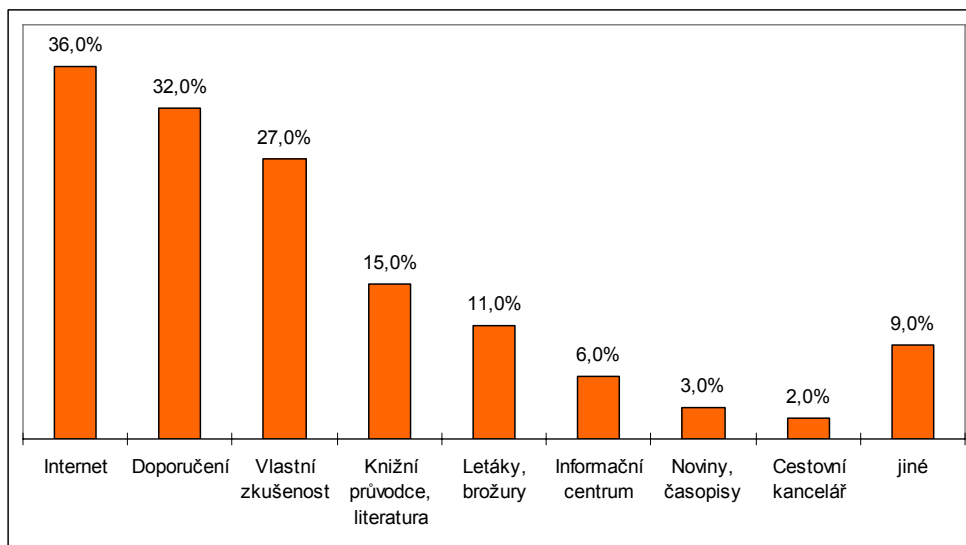
### 6.1.5 Průměrné výdaje návštěvníků

Téměř polovina návštěvníků (47 %) utratila za svůj pobyt v regionu 201 až 500 Kč za den, 18,4 % méně než 200 Kč a 24,4 % od 500 do 1000 Kč. 1 až 2 tisíce Kč vydalo za pobyt 6,2 % dotazovaných a 4 % více než 2000 Kč.

### 6.1.6 Zdroje informací o regionu

Jako zdroj informací o regionu využili návštěvníci nejčastěji internet (webové stránky města Znojma, kempů nebo jednotlivých atrakcí). Mnoho návštěvníků také přijíždí na doporučení známých a příbuzných nebo na základě vlastních zkušeností. Dalšími zdroji informací jsou také knižní průvodci, propagační materiály a informační centra.

**Graf 9: Zdroje informací o Znojemsku**

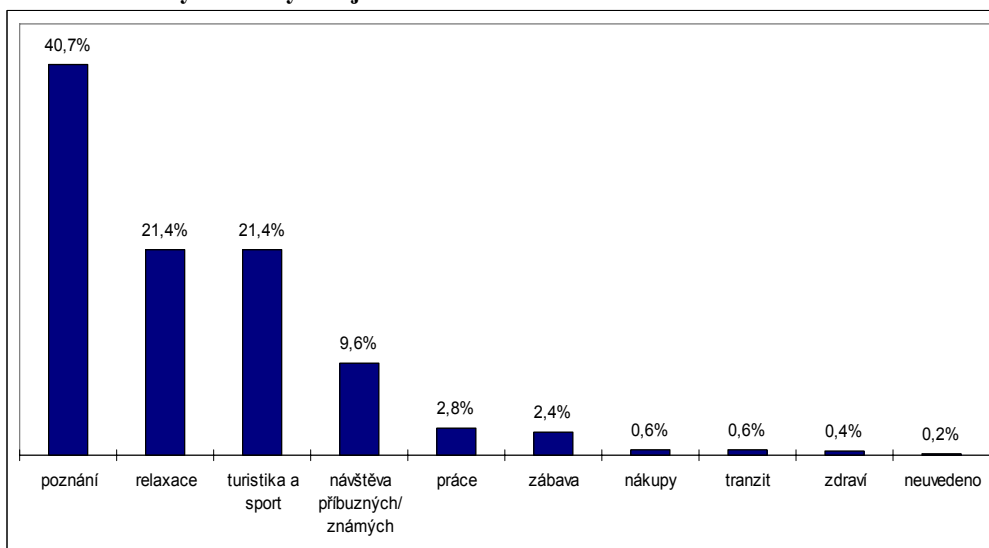


Zdroj: Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

### 6.1.7 Důvody návštěvy

Návštěvníci jako důvod pobytu na Znojemsku uváděli mnoho aktivit. Hlavními důvody návštěvy jsou poznání (40,7 %), relaxace (21,4 %) a turistika a sport (21,4 %). Mezi další důvody patří návštěva příbuzných nebo známých, zábava, práce, zdraví, nákupy či tranzit.

**Graf 10: Důvody návštěvy Znojemska**



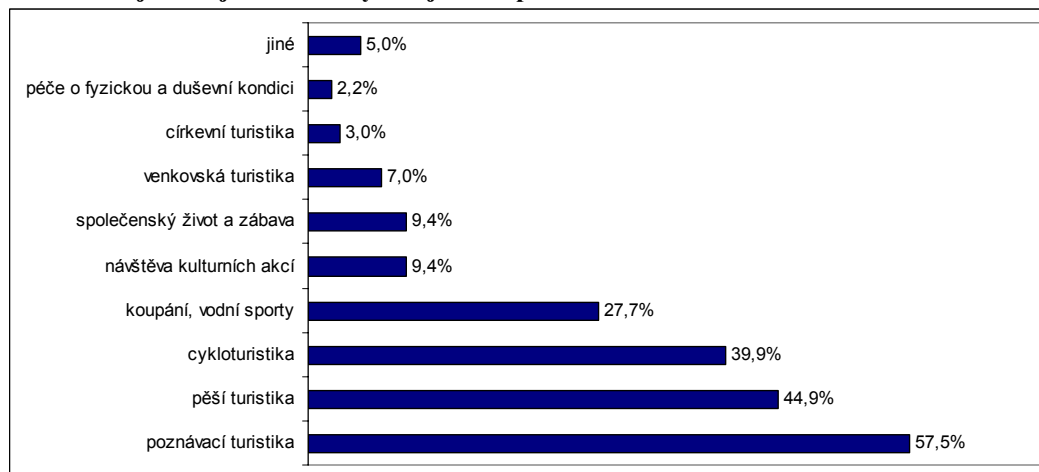
Zdroj: Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

### 6.1.8 Nejlákavější aktivity v regionu

Nejlákavější aktivity vychází z důvodů návštěvy. Poznávací turistika se objevila ve více než polovině dotazníků (57,5 %), vysokých procent dosáhla také pěší turistika (44,9 %), cykloturistika (39,9 %) a koupání či vodní sporty (27,7 %). Nejméně byly uvedeny aktivity jako společenský život a zábava (9,4 %), návštěvy kulturních akcí (9,4 %) a venkovská turistika (7 %). Další aktivity dosáhly jen nepatrného procenta.

Mezi nejoblíbenější cíle v okolí města Znojma řadí návštěvníci destinace Vranov nad Dyjí a Bítov. Ze znojemského regionu byli dále jmenovány cíle jako Šatov, Cornštejn, Hardegg, NP Podyjí, Šobes, Jevišovice, další hrady a zámky a Slup.

Graf 11: Nejlákavější atraktivita Znojemska podle návštěvníků



Zdroj: Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky

### 6.1.9 Hodnocení Znojma a okolí

Ve výzkumu „Návštěvníci města Znojma a okolí“ hodnotili návštěvníci také to, co se jim ve městě Znojmě nejvíce líbilo. Na předních místech se umístili historické centrum, celé město, staré město, rotunda a ostatní památky a podzemí. Zmíněna byla také tradice vinařství a přírodní památky. K nedostatkům řadili návštěvníci především turistické značení a málo informací pro turisty, pohyb automobilů v centru města, malý počet parkovacích míst a otevírací doba mimo pracovní dny. Služby spojené s cestovním ruchem byly hodnoceny kladně. Návštěvníci by zlepšili informační systém a značení, zvýšili by počet parkovacích míst, dopravní spojení, dále by ocenili úschovnu zavazadel kol (půjčovna kol) a lepší jazykovou vybavenost pracovníků ve službách.



Z řízeného rozhovoru vyplynulo, že na turistické značení si lidé na rozdíl od výzkumů u pracovníků informačních center nestěžují. Nejčastěji bývá spíše problém v tom, že nesouhlasí značení v terénu se značením v mapách návštěvníků. Jak zdůraznili pracovníci informačních center Národní park Podyjí má kvalitní značení, které je neustále udržováno a obnovováno Klubem českých turistů.

Dle výzkumů si návštěvníci stěžují také na špatné informace o místě. Jak vysvětlili řízené rozhovory tyto stížnosti patrně vychází z toho, že lidé by chtěli, aby jim byly všechny informační brožury i průvodci poskytnuty zcela zdarma. Návštěvníci tedy získají na turistických informačních centech vždy základní informace i se základními pomocnými materiály, které jim usnadní pohyb v regionu.

Sportovní aktivity jsou z pohledu pracovníků informačních center dostatečné, především v hlavní sezóně. Problémem je ovšem opět ve městě Znojmě neochota návštěvníků přesunout se za těmito aktivitami na okraj města.

Jedním z dalších výzkumů je šetření provedené také firmou InPuncto nazvané „Image města Znojma“, ze kterého je možné vysledovat, jak je město Znojmo a Znojensko vnímáno návštěvníky či potenciálními návštěvníky z České republiky. Výsledky ukazují, že město Znojmo zná 94 % dotázaných. Nejčastější asociací s městem Znojmem je víno, případně věci spojené s vinařstvím (vinobraní, vinné sklepy, vinohrady apod.), na druhém místě se umístily okurky a na třetím Morava, historie a památky. Z hlediska marketingové komunikace je pozitivní, že respondenti si také spojují Znojmo s dobrosrdečnými lidmi a vlídností. (36)

## **6.2 Shrnutí výzkumů**

Oba výzkumy tedy ukazují podobné výsledky. Z hlediska struktury návštěvníků převažují domácí, zatímco zahraniční návštěvníci uvádějí jako místo svého trvalého pobytu nejčastěji Rakousko, Slovensko, Německo a Nizozemí. V případě prvních tří států je vysoký počet návštěvníků pochopitelný, neboť se jedná o sousední státy. Také řízený rozhovor potvrdil převahu návštěvníků z České republiky, s ohledem na blízkost rakouských hranic tvoří další početnou skupinu německy mluvící návštěvníci. Čeští návštěvníci pochází nejčastěji ze samotného Jihomoravského kraje (hlavně okres Brno a

Znojmo), případně z Prahy. Jak ukazují zkušenosti pracovníků informačních center návštěvníci z okolí Brna přijíždějí na Znojensko především na jednodenní výlety a více se zajímají o kulturně-historické památky. Zatímco lidé z okolí Prahy přijíždějí hlavně kvůli tradici vinařství na Znojensku.

### **6.2.1 Profil návštěvníka Znojemska**

Z výsledků výzkumů a řízených rozhovorů také plyne, že největší skupinu návštěvníků představují osoby, které přijely do regionu bez dětí. Z nichž 38,3 % tvoří osoby mladší 34 let, následuje věková skupina 35 až 49 let (19 %) a více než 50 let mělo 16,6 %. Menší skupinu tvoří návštěvníci mladší 50 let, které přijeli s dětmi předškolního či školního věku (23 %). Téměř polovina dotázaných strávila na Znojensku 3 až 7 dnů. Průměrná útrata za pobyt činila 201 až 500 Kč.

Do regionu přijíždí více než třetina návštěvníků vlastním automobilem. Také díky tomuto velkému počtu automobilů si respondenti často stěžují na omezené možnosti parkování a to především v centru města Znojma. Při delším než jednodenním pobytu v regionu respondenti nejčastěji využívali ubytování v penzionu, kempu nebo u známých a příbuzných. Podle zkušeností pracovníků v turistickém informačním centru ve Znojmě vyhledávají návštěvníci hlavně ubytovací a stravovací zařízení, která se nachází v samém centru města. To samé platí i o dalších zařízeních jako jsou sportovní, zábavní či kulturní zařízení. Z řízených rozhovorů vyplynulo, že pokud návštěvníci Znojemska využívají služeb stravovacích zařízení, upřednostňují tradiční českou kuchyni. Tyto preference zařízení umístěných v centru města ovšem často nemohou být plně uspokojeny. Před svým pobytem na Znojensku získávají návštěvníci informace z internetu, konkrétně z webových stránek města Znojma a jednotlivých kempů. Dále se řídí doporučením svých známých nebo svými vlastními zkušenostmi. Cílem většiny návštěvníků Znojemska jsou poznání, relaxace a turistika (pěší a cyklo) či sportovní aktivity. Z těchto cílů vyplývají také nejvíce vyhledávané aktivity v regionu, jedná se o poznávací turistiku, pěší a cykloturistiku a rekreaci u vody.

## **6.2.2 Zodpovězení hypotéz**

### **1. Hlavním důvodem návštěvy Znojemska jsou kulturně-historické památky a přírodní atraktivity.**

Hypotéza byla potvrzena. Výzkumy ukázaly, že návštěvníci přijíždí do regionu kvůli poznání, relaxaci a turistice či sportu. Hypotézu potvrzují nejlákavější cíle, které návštěvníci ve výzkumech uváděli. Jsou jimi právě převážně kulturní a přírodní atraktivity – Vranov nad Dyjí (zámek), Bítov (hrad), ostatní hrady a zámky na Znojemsku, Národní park Podyjí a vinice Šobes.

### **2. Region se potýká se špatnou dopravní infrastrukturou.**

Hypotéza byla potvrzena. Z výzkumů i řízených rozhovorů vyplynulo, že návštěvníci si často stěžují na dopravní spojení a malý počet parkovacích míst.

### **3. V regionu je dostatečný počet ubytovacích a stravovacích zařízení.**

Hypotéza byla potvrzena, částečně vyvrácena u zařízení v historickém centru Znojma. Kapacity ubytovacích zařízení na území celého Znojemska jsou dostatečné, ale návštěvníkům se jeví jako nedostačující počet ubytovacích zařízení v centru města Znojma. Návštěvníci si také u některých zařízení stěžují na jejich kvalitu. Počet stravovacích zařízení je pro potřeby individuálních návštěvníků dostačující, návštěvníkům často chybí tradiční česká kuchyně.

## 7 Organizace a řízení cestovního ruchu na Znojemsku

### 7.1 Organizace cestovního ruchu

Cestovní ruch na Znojemsku spadá pod působnost Jihomoravského krajského úřadu (od roku 2000) a jednotlivých obecních úřadů. Rozvoj cestovního ruchu na krajském úřadě koordinuje oddělení cestovního ruchu Odboru regionálního rozvoje. Kraj má koordinační, řídicí a rozhodovací roli, podporuje společnou propagaci a mediální prezentaci, organizuje semináře a vzdělávací akce a podporuje rozvoj cestovního ruchu svou dotační politikou. Oddělení zajišťuje také tvorbu koncepčních materiálů, podporuje rozvoj infrastruktury cestovního ruchu, komunikuje s ostatními institucemi veřejné správy. Od roku 2007 byla část kompetencí převedena na Úřad Regionální rady regionu soudržnosti Jihovýchod, který připravuje Regionální operační program pro NUTS II a prováděcí dokumenty pro čerpání finančních prostředků ze strukturálních fondů.

Klíčová marketingová organizace cestovního ruchu v kraji je Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava (CCRJM), která byla založena v roce 2006. Jedná se o zájmové sdružení právnických osob založené městem Brnem, Jihomoravským krajem a Svazem obchodu a cestovního ruchu ČR. Tato centrála má za úkol koordinovat cestovní ruch na jižní Moravě se zaměřením na maximální využití turistického potenciálu území v souladu s principy udržitelného rozvoje. Východiskem je poznání zájmů zainteresovaných osob na rozvoji cestovního ruchu s cílem poskytnout návštěvníkům komplexní služby (od dostatku informací, pohodlné rezervace, zajištění bezchybného pobytu, návratu domů), zabezpečit prosperitu podniků a tím i konkurenceschopnost jižní Moravy. V současné době je aktuální strategický dokument *Program rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji pro roky 2007 – 2013*. Vedle tohoto programu existuje další důležitý dokument *Marketingová strategie Centrály cestovního ruchu – Jižní Morava 2007 – 2010*, který popisuje aktivity centrály, které povedou k rozšíření

činnosti zájmového sdružení a k rozvoji cestovního ruchu v regionu Jižní Morava. (20, 39)

Mezi hlavní úkoly CCRJM patří:

- zavádění jednotné značky regionu – Jižní Morava, zavedení webové prezentace turistických produktů a krajského rezervačního systému ubytovacích zařízení,
- rozvíjení informovanosti o významu cestovního ruchu,
- posilování odborného potenciálu cestovního ruchu (např. prostřednictvím vzdělávání),
- analýzy a návrhy využití potenciálu cestovního ruchu Jižní Moravy,
- tvorba produktů ve spolupráci s podnikateli,
- marketing turistické nabídky Jižní Moravy včetně tvorby a distribuce propagačních materiálů,
- pořádání fam tripů, press tripů, workshopů,
- spolupráce s turistickými informačními centry a oblastními organizacemi cestovního ruchu a návaznost na jejich činnost,
- podpora kvality služeb formou dalšího vzdělávání a systémem doporučení,
- spolupráce s dalšími organizacemi cestovního ruchu,
- sledování nových trendů ve vývoji cestovního ruchu.

Na Znojemsku dosud nebyla zřízena žádná organizace (společnost) destinačního managementu. Cestovní ruch na Znojemsku je v působnosti odboru školství, kultury a památkové péče Městského úřadu Znojmo. Na úseku cestovního ruchu odbor spolupracuje s komisí pro mezinárodní styky, vede evidenci smluv o spolupráci s partnerskými městy a zajišťuje vlastní kontakty zejména v kulturní oblasti, připravuje také návrhy na realizaci přeshraniční a zahraniční spolupráce. Město Znojmo také zřídilo příspěvkovou organizaci Znojemskou Besedu, která působí hlavně v oblasti pořádání kulturních a společenských akcí. V oblasti turistického ruchu poskytuje informační služby obyvatelům města a turistům, zajišťuje propagaci Města Znojma, poskytuje průvodcovskou činnost a zprostředkovatelské služby. Provozuje také dvě turistická informační centra ve městě, prohlídky města a znojemského podzemí.

V roce 2004 vytvořilo město Znojmo Koncepti rozvoje cestovního ruchu, která se ovšem týká pouze samotného města a jeho nejbližšího okolí. Bohužel od tohoto roku nebyla koncepce aktualizována, a z návrhů, které v ní byly předloženy se uskutečnily pouze některé.

Významnou úlohu v cestovním ruchu na Znojemsku stejně jako v ostatních oblastech ČR hraje Klub českých turistů. Jeho jihomoravská pobočka zajišťuje, udržuje a kontroluje značení pěších i cykloturistických tras. Klub českých turistů pořádá také turistické akce. Další organizací je obecně prospěšná společnost Znojemský regionální rozvoj, která se v oblasti cestovního ruchu zabývá propagací a prezentací okresu na mezinárodních a tuzemských veletrzích cestovního ruchu.

V oblasti cestovního ruchu se angažují také různá sdružení obcí. Jedná se hlavně o Dobrovolný svazek znojemských vinařských obcí Daníž, který si klade za cíl rozvoj vinařské turistiky. Za tímto účelem vytvořil svazek projekt „Vítejte ve sklepních uličkách“, který zahrnuje dva incomingové programy (viz příloha 5).

Další aktivity jsou dílem některých soukromých společností, nejvýrazněji se angažují vinařská firma Znovín Znojmo, a. s. a Cyklo Klub Kučera Znojmo. Produkty a programy cestovního ruchu vytváří také jednotlivé hotely pro své hosty i další zájemce.

Společnost Znovín Znojmo, a. s. vytvořila již v roce 1997 „Vinařský turistický program“, který dále doplňuje a rozvíjí. Zahrnuje mnoho aktivit spojených s ochutnávkou vín, návštěvou vinných sklepů nebo památek. Kromě tohoto programu poskytuje návštěvníkům také informace o ubytování na Znojemsku a podílí se na provozování znojemského vyhlídkového turistického vláčku, který v sezóně projíždí město Znojmo. Dalšími programy, které společnost organizuje, jsou „Tematické putování po sklepech a vinicích“ a „Walking – procházky Znojemskem“. (viz příloha 5)

Cyklo Klub Kučera Znojmo organizuje od roku 2003 v oblasti Národního parku Podyjí a na přilehlých cyklotrasách projekt „Místa technické a první pomoci“. Na těchto místech je poskytována bezplatná pomoc cyklistům, kteří se dostali do technických či zdravotních potíží.

## 7.2 Turistická informační centra

Na úrovni turistických oblastí a na lokální úrovni jsou hlavními organizacemi cestovního ruchu informační centra. Tato centra jsou zřizována městy, obcemi, případně jinými veřejnými či soukromými subjekty. Tato turistická informační centra jsou rozmístěna po celém regionu Znojemska, nachází se hlavně na nejvíce frekventovaných místech a u významných návštěvnických cílů. V posledních letech vznikají na Znojemsku nová informační centra a stávající centra rozšiřují a zkvalitňují nabídku svých služeb nejen pro turisty, ale i pro místní obyvatele (např. možnost zanechání informačních materiálů místními podnikateli).

Turistická informační centra nabízí infoservis, který se týká hlavně památek a zajímavostí regionu, ubytování, stravování, dopravního spojení, sportu a kultury. Nabízí kalendář kulturních, společenských a sportovních akcí. Zabezpečuje také předprodej vstupenek na akce na Znojemsku i mimo region. Dále prodává průvodce, mapy, cyklomapy, turistické publikace a nabízí propagační materiály, které vydávají buď samy nebo jsou vydány jinými organizacemi (např. Jihomoravský kraj). Jedná se o různé materiály týkající se kulturních i přírodních památek Znojemska. Většina propagační materiálů je vydávána ve třech jazykových verzích – česky, německy a anglicky. Všechna informační centra mají v sezóně otevřeno každý den, mimo sezónu většinou od pondělí do soboty.

Dvě turistická informační centra se nachází v centru města Znojma, tato centra lze zařadit do kategorie center s oblastní působností. Další lokální informační centra se nachází v obcích Vranov nad Dyjí, Jevišovice, Miroslav a Moravský Krumlov. V obci Čížov se nachází návštěvnické a informační středisko Správy NP Podyjí. Ve znojemském Louckém klášteře provozuje infocentrum společnost Znovín Znojmo, a. s. Toto Návštěvnické centrum Znovínu poskytuje informace o Vinařském turistickém programu, o provozu jednotlivých sklípků nebo o konaných ochutnávkách. Nachází se zde také obrazová galerie, bednářské a vinařské muzeum a prodejna vín. Návštěvníkům je k dispozici také úschovna kol pro krátkodobé uložení. V Božicích funguje informační centrum Dobrovolného svazku obcí NIVA, který sdružuje několik vinařských obcí na

Znojensku. Infocentra provozuje také Dobrovolný svazek znojenských vinařských obcí Daníž.



## 8 SWOT analýza a problémová analýza

### 8.1 SWOT analýza

Pro určení současné situace cestovního ruchu na Znojemsku je důležité provedení SWOT analýzy, pro niž byly vybrány důležité faktory na základě provedené situační analýzy a vyhodnocení výzkumů u návštěvníků a terénního šetření. Všechny faktory jsou posouzeny postupem, který uvádí Horáková. (4) Jejich hodnocení proběhlo z hlediska jejich současného stavu a závažnosti jednotlivých faktorů. Posouzení stavu je na základě třístupňové škály hodnocení (dobrý, průměrný, špatný). Závažnost (důležitost) je hodnocena také podle třístupňové škály (vysoká, průměrná, nízká).

**Tabulka 4: Analýza silných a slabých stránek**

Hodnocené faktory		Posouzení stavu (výkonnost)			Posouzení závažnost		
		dobrý	průměrný	špatný	vysoká	průměrná	nízká
<b>Přírodní předpoklady</b>							
1	Poloha	X				X	
2	Reliéf		X			X	
3	Podnebí	X			X		
4	Hydrologické podmínky	X			X		
5	Biologické podmínky	X			X		
6	Přírodní atraktivita	X			X		
<b>Kulturně-historický potenciál</b>							
7	Historické památky	X			X		
8	Muzea a galerie		X			X	
9	Kulturní a společenské akce		X		X		
10	Tradice	X			X		
<b>Základní infrastruktura CR</b>							
11	Ubytovací zařízení		X		X		
12	Stravovací zařízení		X		X		
<b>Dopravní/doprovodná infrastruktura CR</b>							
13	Stav komunikací			X		X	
14	Dopravní dostupnost		X			X	
15	Parkovací možnosti			X	X		
16	Síť cyklostezek a cyklotras	X				X	
17	Turistické značení	X				X	
18	Sportovně-rekreační zařízení	X			X		
19	Kulturní zařízení		X			X	
<b>Organizace CR</b>							
20	Turistická informační centra	X			X		
21	Destinační management			X	X		
22	Strategický dokument CR			X	X		
23	Spolupráce subjektů v CR		X		X		

**Tabulka 5: Matice závažnost/výkonnost**

		Výkonnost	
		nízká	vysoká
Závažnost	vysoká	15,22 23	9,11,12 3,4,5, 6,7,10, 18, 20
	nízká	13,21 14	2,8,19 1,16,17

Pro vyhodnocení výkonnosti a závažnosti jednotlivých faktorů z analýzy silných a slabých stránek je použita matice závažnost/výkonnost, která soustředí hodnocené faktory do čtyř kvadrantů. Pravý horní kvadrant představuje nejdůležitější faktory pro destinaci. V případě Znojemska jsou těmito faktory přírodní potenciál, kulturně-historický potenciál, základní a doprovodná infrastruktura cestovního ruchu. Pro cestovní ruch na Znojemsku je velmi důležité přírodní bohatství (přítomnost Národního parku Podyjí), vhodné podnebí pro letní turistiku a dostatek vodních ploch pro pobyt u vody. Nachází se zde mnoho významných historických památek, včetně několika národních kulturních památek, které lákají návštěvníky. Návštěvníkům také slouží několik sportovně-rekreačních zařízení ve Znojmě a jeho okolí a síť turistických informačních center, která se nachází na nejvíce frekventovaných místech. Předností Znojemska je také jeho výhodná poloha u hranic s Rakouskem a to, že se díky tomu oblast stala tranzitním regionem. Kvalitní je také síť turistického značení a cyklistických stezek a tras, včetně dálkových a mezinárodních tras. Na pomezí, které je hodnoceno jako průměrné, stojí faktory jako rozmanitý reliéf, poměrně dobrá základní infrastruktura pro cestovní ruch (dostatek ubytovacích a stravovacích zařízení), několik muzeí, galerií a kulturních zařízení v regionu a každoročně se opakující kulturní a společenské akce. U těchto faktorů by bylo dobré posílit výkonnost jako u faktorů v levém horním kvadrantu.

Faktory v levém horním kvadrantu jsou pro destinaci důležité a potřebují posílit výkonnost. Mezi tyto faktory se na Znojemsku řadí prvky dopravní infrastruktury (stav komunikací, dopravní dostupnost území a parkovací možnosti) a také záležitosti, které

se týkají řízení destinace Znojemska. V dalším rozvoji brání hlavně neexistence organizace destinačního managementu a strategického dokumentu cestovního ruchu. K posílení by mělo dojít i v případě spolupráce jednotlivých subjektů cestovního ruchu působících v regionu.

**Tabulka 6: Analýza příležitostí**

Hodnocené faktory		Pravděpodobnost úspěchu			Přitažlivost		
		vysoká	průměrná	nízká	vysoká	průměrná	nízká
<b>Přírodní předpoklady</b>							
1	Prodloužení sezony		X		X		
<b>Kulturně-historický potenciál</b>							
2	Další využití kulturně-historických atraktivit	X			X		
<b>Základní infrastruktura CR</b>							
3	Zkvalitnění služeb		X		X		
<b>Dopravní a doprovodná infrastruktura CR</b>							
4	Zlepšení dopravního spojení		X		X		
5	Zlepšení doprovodné infrastruktury	X			X		
<b>Organizace CR</b>							
6	Vytvoření produktů CR	X			X		
7	Větší spolupráce subjektů v CR		X			X	
8	Spolupráce s okolními destinacemi	X				X	

**Tabulka 7: Matice příležitostí**

		Pravděpodobnost úspěchu		
		vysoká	průměrná	nízká
Přitažlivost	vysoká	2,5,6	1,3	4
	nízká	8	7	

K posouzení příležitostí destinace byla použita matice příležitostí. V levém horním kvadrantu se nacházejí nejlépe využitelné příležitosti. Nejlépe využitelnými příležitostmi jsou další využití kulturně-historických objektů, zlepšení doprovodné infrastruktury, vytvoření produktů cestovního ruchu a spolupráce s okolními destinacemi. K dalším příležitostem patří i možnost prodloužení sezony, zkvalitnění služeb pro návštěvníky a větší spolupráce subjektů cestovního ruchu. Pravý horní kvadrant představuje příležitosti, které jsou obtížně realizovatelné (především kvůli

finančním nárokům). Konkrétně se jedná o dopravní infrastrukturu – zlepšení dopravního spojení do regionu.

**Tabulka 8: Analýza ohrožení**

Hodnocené faktory		Pravděpodobnost výskytu			Závažnost		
		vysoká	průměrná	nízká	vysoká	průměrná	nízká
<b>Přírodní předpoklady</b>							
1	Konkurence sousedních destinací	X			X		
2	Zkrácení délky pobytu návštěvníků		X		X		
<b>Základní infrastruktura CR</b>							
3	Zhoršení kvality služeb		X		X		
<b>Dopravní a doprovodná infrastruktura CR</b>							
4	Špatné dopravní spojení	X			X		
5	Zhoršování stavu komunikací	X			X		
<b>Organizace CR</b>							
6	Špatné řízení destinace		X		X		
7	Malá spolupráce subjektů CR		X		X		

**Tabulka 9: Matice ohrožení**

		Pravděpodobnost výskytu	
		vysoká	nízká
Závažnost	vysoká	1,4,5	2,3,6,7
	nízká		

U matice ohrožení se opět nejvýraznější hrozby nacházejí v levém horním kvadrantu. Výraznými hrozbami jsou konkurence sousedních oblastí a další zhoršování dopravního spojení a stavu komunikací. Hrozby v pravém horním kvadrantu nejsou bezprostředními ohroženími, ale v budoucnu být mohou. Jedná se o možné zkrácení délky pobytu návštěvníků, zhoršení kvality služeb, špatné řízení destinace a malou spolupráci subjektů v cestovním ruchu.

Závěry celé SWOT analýzy jsou zaznamenány v následujícím přehledu, který představuje podstatu silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení v destinaci.

**Tabulka 10: Výsledná SWOT analýza**

<b>Silné stránky</b>	<b>Slabé stránky</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Národní park Podyjí</li> <li>• Mnoho kulturně-historických památek</li> <li>• Vhodné podmínky pro rekreaci u vody</li> <li>• Síť značených turistických tras a cyklostezek v celém regionu</li> <li>• Dlouhá tradice vinařství, rozvíjející se vinařská turistika</li> <li>• Konání kulturních akcí nadregionálního významu</li> <li>• Dostatečná kapacita lůžek hotelů nižších tříd a penzionů</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neexistence organizace destinačního managementu a strategického dokumentu zabývajícího se rozvojem cestovního ruchu</li> <li>• Malé množství produktů cestovního ruchu</li> <li>• Výrazná sezónnost</li> <li>• Špatná dopravní infrastruktura (spojení do regionu, hlavní silniční tah přes centrum Znojma, omezené parkovací možnosti v centru města Znojma)</li> <li>• Nedostatečná doplňková infrastruktura (především v okolí cyklostezek, půjčovny kol, úschovny,...)</li> <li>• Slabá spolupráce jednotlivých subjektů působících v cestovním ruchu</li> <li>• Nedostatečná kapacita stravovacích zařízení v centru Znojma</li> </ul>
<b>Příležitosti</b>	<b>Ohrožení</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vytvoření komplexních produktů cestovního ruchu</li> <li>• Prodloužení sezony (využití statutu tranzitního regionu k přilákání dalších návštěvníků)</li> <li>• Zkvalitnění služeb a doprovodné infrastruktury</li> <li>• Zkvalitnění a posílení dopravního spojení do regionu ( možnost využití blízkosti mezinárodního letiště Brno – Tuřany)</li> <li>• Spolupráce s okolními turistickými oblastmi a přeshraniční spolupráce (Rakousko)</li> <li>• Větší spolupráce subjektů v CR (včetně spolupráce s incomingovou cestovní kanceláří působící na Znojmsku)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velká konkurence ostatních turistických oblastí na jižní Moravě</li> <li>• Nezvyšování kvality služeb a nerozšiřování nabídky služeb</li> <li>• Nedostatečná propagace oblasti, která může snižovat počet návštěvníků</li> <li>• Malý počet odborníků pro oblast cestovního ruchu</li> <li>• Neochota subjektů cestovního ruchu spolupracovat</li> <li>• Zhoršení dopravní infrastruktury</li> </ul>

Z výsledné SWOT analýzy jsou patrné silné stránky Znojemska, které mohou být pro destinaci konkurenční výhodnou. Jedná se především o přírodní atraktivitu regionu v podobě Národního parku Podyjí a množství kulturně-historických památek včetně několika národních kulturních památek. Pro cestovní ruch na Znojmsku je důležité

také vhodné podnebí a hydrologické podmínky pro letní pobyt v okolí vodních ploch a sít' značených tras pro pěší i cykloturisty. Značnou konkurenční výhodou představuje tradice vinařství a s ní související aktivity pro cestovní ruch. K dalším výhodám patří každoroční kulturní akce a dostatečná kapacita ubytovacích zařízení nižších tříd (hotely do tří hvězdiček a penziony). K nejvýraznějším slabým stránkám cestovního ruchu na Znojmsku patří neexistence organizace destinačního managementu a strategického rozvojového dokumentu, pouze malé množství produktů cestovního ruchu a převaha letní sezony. Velmi viditelnými slabými stránkami jsou také špatná dopravní infrastruktura a nedostatečná doplňková infrastruktura. Region se stále potýká s malou spoluprací jednotlivých subjektů působících v oboru.

Příležitosti Znojmska spočívají hlavně ve vytvoření produktových balíčků a prodloužení stávající sezony. Nezbytnou součástí je také neustále zkvalitňování poskytovaných služeb a dopravní infrastruktury. Vzhledem k velké konkurenci okolních destinací může být příležitostí Znojmska spolupráce s těmito okolními destinacemi (především Lednicko-Valtický areál, Brno a okolí). Příležitostí je také další podpora spolupráce zainteresovaných subjektů.

Naopak hrozbami pro Znojmsko mohou být konkurenční okolní destinace, nezvyšování kvality služeb a dopravní infrastruktury, slabá propagace regionu a neochota spolupráce a koordinace v oblasti cestovního ruchu.

## **8.2 Problémová analýza**

Na základě provedených analýz se jako největší problém dalšího možného rozvoje cestovního ruchu na Znojmsku jeví následující okruhy:

- neexistence organizace destinačního managementu, která by vytvořila jednotnou marketingovou koncepci celého regionu,
- nedostatečná nabídka komplexních produktů a programů cestovního ruchu,
- nedostatečná nabídka doplňkové infrastruktury cestovního ruchu,
- špatná dopravní infrastruktura,
- převaha letní sezony.

Jednou z důležitých podmínek k prosazení se destinace na současném trhu cestovního ruchu je existence organizace destinačního managementu. Tato organizace by měla vytvořit jednotnou image oblasti a efektivně řídit celou destinaci a koordinovat spolupráci všech subjektů, které v oblasti působí. Tyto subjekty by pak měly s její pomocí spolupracovat na vytvoření produktových balíčků, které uspokojují poptávku návštěvníků. V regionu nefunguje ani incomingová cestovní kancelář, která by do oblasti přiváděla návštěvníky.

Znojensko má poměrně dobrou základní infrastrukturu cestovního ruchu (dostatek ubytovací a stravovacích zařízení), avšak doplňková infrastruktura zatím příliš neuspokojuje požadavky návštěvníků. Sportovně-rekreační a kulturně-společenská zařízení jsou umístěna hlavně ve Znojmě. Rozšíření doplňkové infrastruktury by se mělo soustředit především na služby pro cykloturisty. U cyklistických tras totiž chybí právě zázemí a doplňkové služby, které cyklisté často žádají. Jedná se například o úschovny zavazadel či kol, samotné půjčovny kol, občerstvovací stanice, cyklobusy atd.

Pro návštěvnost regionu je důležitá dopravní dostupnost, pro Znojensko je bohužel typický malý počet spojů do regionu i do jeho blízkého okolí. Dvě třetiny návštěvníků sice přijíždí na Znojensko vlastním automobilem, ale ani stav komunikací není uspokojivý.

Díky charakteru potenciálu cestovního ruchu na Znojensku, který je vhodný pro poznávací cestovní ruch, je region navštěvován především v letním období. Zimní období není příliš vhodné pro návštěvu přírodních památek ani pěší a cykloturistiku a kulturně-historické památky jsou uzavřeny. Kulturní a společenské akce jsou v regionu také pořádány většinou v období letní sezony (od jara do podzimu).

## **9 Vyhodnocení a návrhy možností strategického rozvoje cestovního ruchu na Znojemsku**

Z analýz vyplývá, že Znojemsko má vhodné předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Základem je výhodná poloha v teplé oblasti na jihu Moravy, v sousedství Rakouska. Dalšími přednostmi jsou přírodní atraktivita a kulturně-historické památky. Reliéf Znojemska se skládá z různých krajinných typů. Nejvýznamnější přírodní atraktivitou je Národní park Podyjí. Mezi kulturně-historickými památkami najdeme mnoho národních kulturních památek (Znojemská rotunda, hrad Bítov, zámky Vranov nad Dyjí a Uherčice, zřícenina Nový Hrádek u Lukova, církevní památky ve Znojmě a technická památka vodní mlýn ve Slupi). Jako region ležící v teplé oblasti, kde se vyskytuje mnoho vodních ploch, je vyhledáván k letní rekreaci u vody (přehrada Vranov, vodní nádrže Jevišovice, Výrovce a Oleksovice). Vzhledem k dlouhé tradici pěstování a výroby vína je pro Znojemsko typická také vinařská turistika.

Návštěvníky Znojemska tvoří především lidé v produktivním věku, kteří přijíždí individuálně automobilem s partnerem nebo známými. Nejvyhledávanějšími aktivitami jsou poznání, relaxace, pěší turistika a cykloturistika či sportovní aktivity.

Hlavními problémy regionu jsou nejednotné řízení cestovního ruchu na Znojemsku (včetně marketingových aktivit), malá nabídka produktových balíčků, které odráží specifika regionu, nedostatečná doplňková infrastruktura (především pro cykloturisty), špatná dopravní infrastruktura a výrazná orientace na letní sezonu.

Ze zhodnocení potenciálu je zřejmé, že Znojemsko je regionem vhodným zejména pro kulturně a přírodně-poznávací cestovní ruch a vinařský či gastronomický cestovní ruch. Dalšími formami jsou letní pobyty u vody, venkovská turistika, cykloturistika nebo léčebný cestovní ruch a wellness.



Strategický rozvoj cestovního ruchu na Znojemsku by měl vycházet z Programu rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2007 – 2013. V tomto dokumentu je rozvojová vize kraje (viz příloha 6) doplněna o bližší specifikaci směrů rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji. Z těchto směrů jsou pro oblast Znojemska vhodné zejména tyto formy cestovního ruchu:

1. Cykloturistika
2. Gastronomický cestovní ruch vč. vinařství
3. Pobyty u vody a vodní turistika
4. Tematické poznávání regionu
5. Folklor, festivaly, kulturní akce a lidová kultura (v oblasti Znojemska hlavně kulturní akce a festivaly)
6. Kongresová, veletržní a incentivní turistika (v oblasti Znojemska hlavně incentivní turistika)
7. Lázeňský, léčebný cestovní ruch a wellness (v oblasti Znojemska hlavně léčebný cestovní ruch a wellness)

Program také definuje dominující a typické formy cestovního ruchu. Pro turistickou oblast Znojemsko a Podyjí jsou dominantními formami vinařská turistika a kulturně- a přírodně-poznávací turistika. Dalšími typickými formami jsou pobyt u vody, venkovská turistika, cykloturistika, léčebný cestovní ruch a nákupní turistika. (20)

Pro další rozvoj cestovního ruchu na Znojemsku je tedy vhodné zaměřit aktivity v regionu na uvedené formy cestovního ruchu. Vzhledem ke zjištěným skutečnostem jsou v další části navrženy možnosti strategického rozvoje (konkrétní vize, cíle, priority a opatření).

## **9.1 Strategická vize a cíle**

Definování strategické vize vychází z analytické části a SWOT analýzy. Je tedy založena na potenciálu Znojemska, který se skrývá v přírodních zajímavostech a kulturně-historických památkách. Dále v dlouhé tradici Znojemska jako vinařské oblasti

a pozitivního vnímání Znojemska jako pohostinného regionu. Cestovní ruch v regionu však není dostatečně řízen a nejsou vytvořeny produkty spojující tyto atraktivitu. Znojemska by tedy mělo dosáhnout stavu, kdy bude naplněna vize<sup>1</sup>:

*Znojemska – vyhledávaná turistická oblast s vinařskou tradicí, která využívá svůj přírodní a kulturně-historický potenciál a vhodnými produkty cestovního ruchu uspokojuje potřeby svých návštěvníků.*

K naplnění žádoucího stavu, který je uveden ve výše zmíněné vizi, musí být dosaženo strategických cílů. Na základě této vize jsou tedy pro oblast Znojemska důležité tyto strategické cíle:

1. Rozšířit a zkvalitnit infrastrukturu cestovního ruchu a služby pro návštěvníky
2. Vytvořit a propagovat komplexní produkty cestovního ruchu
3. Efektivní řízení destinace Znojemska

## **9.2 Strategické priority a opatření**

Ke splnění vytyčených cílů je nutné zaměřit rozvoj cestovního ruchu na Znojemska na následující priority<sup>2</sup> (k těmto prioritám jsou dále přiřazena jednotlivá opatření):

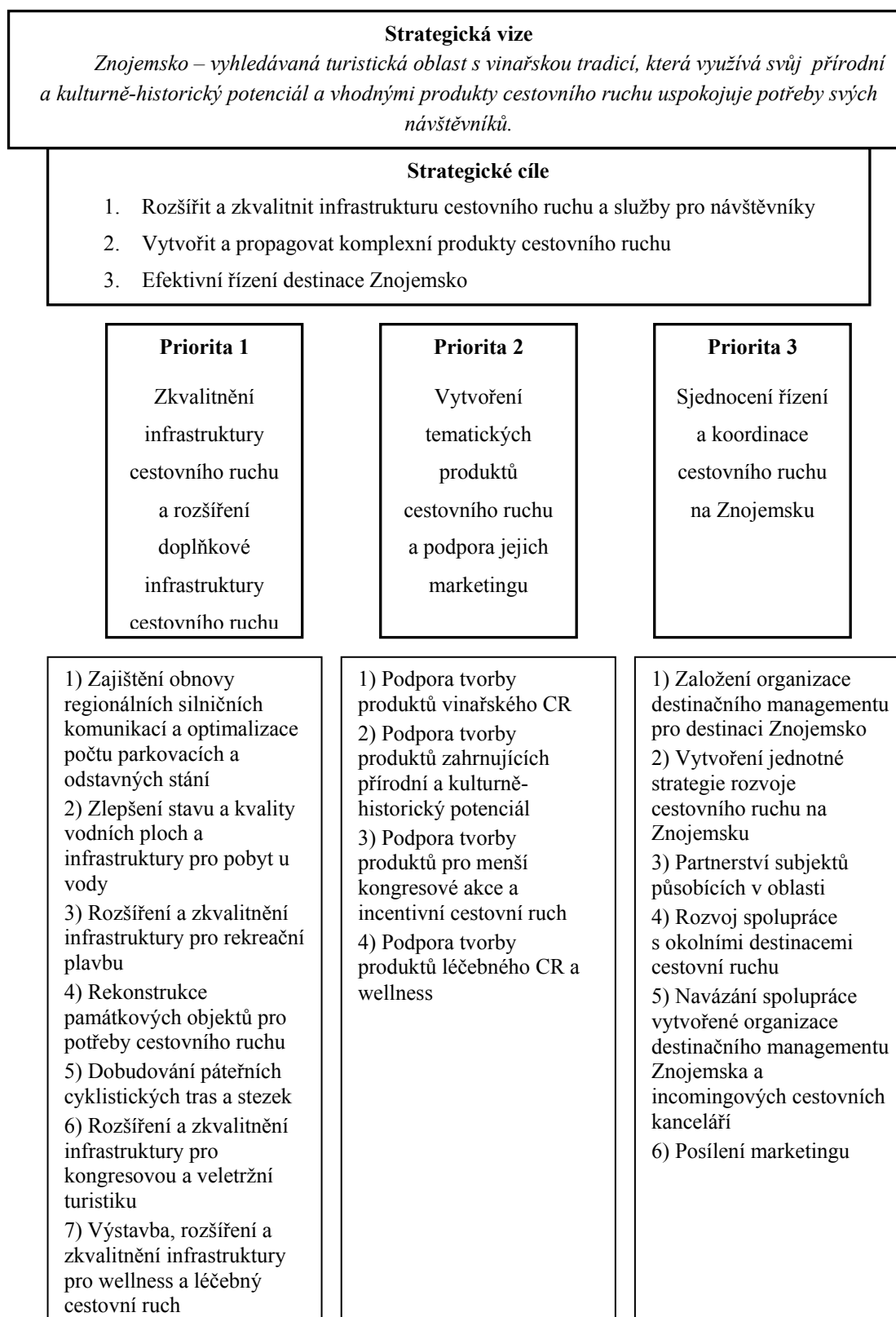
1. Zkvalitnění infrastruktury cestovního ruchu a rozšíření doplňkové infrastruktury cestovního ruchu
2. Vytvoření tematických produktů cestovního ruchu a podpora jejich marketingu
3. Sjednocení řízení a koordinace cestovního ruchu na Znojemska

---

<sup>1</sup> Vize Znojemska navazuje na celkovou rozvojovou vizi Jihomoravského kraje

<sup>2</sup> Priority jsou stanoveny v návaznosti na priority Programu rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje

**Obrázek 1: Schéma koncepce rozvoje cestovního ruchu na Znojemsku**



Zdroj: vlastní zpracování a citované zdroje

## **Priorita č. 1: Zkvalitnění infrastruktury cestovního ruchu a rozšíření doplňkové infrastruktury cestovního ruchu**

### **Opatření**

V oblasti této priority je převážná část opatření navržena již v existujících strategických dokumentech<sup>3</sup>, proto jsou tato opatření dále doplněna s ohledem na konkrétní situace na Znojemsku. Priorita obsahuje tato opatření:

1. Zajištění obnovy regionálních silničních komunikací a optimalizace počtu parkovacích a odstavných stání<sup>4</sup>
2. Zlepšení stavu a kvality vodních ploch a infrastruktury pro pobyt u vody
3. Rozšíření a zkvalitnění infrastruktury pro rekreační plavbu
4. Rekonstrukce památkových objektů pro potřeby cestovního ruchu
5. Dobudování páteřních cyklistických tras a stezek
6. Rozšíření a zkvalitnění infrastruktury pro kongresovou a veletržní turistiku
7. Výstavba, rozšíření a zkvalitnění infrastruktury pro wellness a léčebný cestovní ruch

Pro oblast Znojemska je vhodné doplnit uvedená opatření následovně:

Zlepšení stavu a kvality vodních ploch a infrastruktury pro pobyt u vody by se mělo týkat všech ubytovacích a stravovacích zařízení i dalších zařízení (sportovní, zábavní, kulturní a společenská), které poskytují služby návštěvníkům v blízkosti a okolí vodních ploch na Znojemsku, které slouží k rekreaci. Vodní plochy zahrnují především Vranovskou přehradu, nádrž Jevišovice a vodní nádrže Výrovce a Oleksovice.

Rozšíření a zkvalitnění infrastruktury pro rekreační plavbu by se konkrétně na Znojemsku mělo uskutečnit prostřednictvím rozšíření rekreační plavby na Vranovské přehradě. Jednalo by se o podporu rozšíření v období mimo sezonu (od dubna do konce června a od září do konce října), kdy jsou plavby v současné době provozovány pouze v sobotu. Opatření navazuje na opatření Rozšíření a zkvalitnění infrastruktury pro rekreační plavbu v Programu rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje.

---

<sup>3</sup> Strategický plán rozvoje města Znojma a Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2007-2013

<sup>4</sup> Dopravní infrastruktura byla zařazena i přesto, že nemá přímou souvislost s cestovním ruchem, avšak má jeden z rozhodujících vlivů na příjezd návštěvníků do regionu.

Kromě rekonstrukce památkových objektů pro potřeby cestovního ruchu je vhodná také podpora dalšího využití kulturně-historických památek. Jedná se například o využití mimo sezonu v podobě konání menších kongresových, výstavních, kulturních a společenských akcí. Obnova by měla proběhnout i v městské památkové rezervaci Znojmo. Na Znojemsku je většina nejnavštěvovanějších památek v současnosti již zrekonstruována, ale celková zástavba v městské památkové rezervaci Znojmo je obnovena pouze částečně. Je proto nutné podpořit sjednocení rázu historického jádra města. Jiné využití se nemusí týkat pouze památek, ale i jiných objektů. V současnosti je aktuální rozhodnutí města Znojma odkoupit objekt bývalého pivovaru, ten by se dal využít pro potřeby cestovního ruchu (např. ubytovací či restaurační zařízení, případně různé formy zážitkového cestovního ruchu). Výhodou je také poloha objektu v bezprostřední blízkosti areálu znojemského hradu a rotundy.

K dobudování cyklistických tras a stezek je vhodné připojit také vytváření zázemí u stávajících cyklostezek. V souvislosti s rostoucí oblibou cykloturistiky je důležité poskytnout cyklistům vhodné zázemí při jejich pohybu na trasách. Jedná se zejména o zřízení vhodných odpočívadel a občerstvovacích stanic, půjčoven kol a úschoven kol i zavazadel. Další možností širší nabídky by bylo zavedení cyklobusu, který by zajišťoval spojení mezi vzdálenějšími cíli v regionu a jeho okolí.

Rozšíření a zkvalitnění infrastruktury pro kongresovou a léčebnou turistiku směřuje především k soukromým podnikatelům v regionu. Tato infrastruktura je důležitá v souvislosti s plánovanou tvorbou tematických produktových balíčků. Na území Znojemska se nenachází velké kongresové sály, avšak nachází se zde několik míst, kde lze pořádat menší kongresové či výstavní akce, případně akce týkající se incentivní turistiky. Jedná se o sály v Louckém klášteře ve Znojmě, v hotelech Prestige, Dukla, Bermuda ve Znojmě a v hotelu Club ve Vranovské Vsi.

## **Priorita č. 2: Vytvoření tematických produktů cestovního ruchu a podpora jejich marketingu**

Pro každou destinaci je velmi důležité odlišení se od ostatních konkurentů, proto by se mělo Znojemsko zaměřit na tvorbu a podporu tematických produktových balíčků, které nabídne svým potenciálním návštěvníkům. Strategický plán rozvoje města Znojma se ve svých aktivitách soustředí na produkty, které se týkají pořádání kulturních a společenských akcí a na podporu rozvoje cykloturistiky, pěší turistiky a vinařské turistiky. Vzhledem k celkovému potenciálu Znojemska by bylo dobré zaměřit se i na produkty týkající se dalších témat. Tyto produkty jsou obsaženy v krajské strategii. Jedná se o produkty gastronomické turistiky, rozšíření nabídky služeb v rámci veletržní, kongresové a incentivní turistiky a vytváření regionální nabídky pro wellness a léčebné pobyty.

### **Opatření**

Pro oblast Znojemska by měly být produktové balíčky upraveny podle místních specifik, proto priorita obsahuje tato opatření:

1. Podpora tvorby produktů vinařského CR
  - Produkty vinařského cestovního ruchu jsou na Znojemsku rozšířeny hlavně díky jednotlivým soukromým společnostem, ale chybí jim větší propagace.
2. Podpora tvorby produktů zahrnujících přírodní a kulturně-historický potenciál
  - Opatření může být uskutečněno například vytvořením naučných stezek, které budou spojovat přírodní atraktivity a kulturní a historické památky.
3. Podpora tvorby produktů pro menší kongresové akce a incentivní cestovní ruch
4. Podpora tvorby produktů léčebného CR a wellness
  - Menší kongresové a incentivní akce jsou vhodné k rozšíření nabídky i mimo hlavní letní sezonu na Znojemsku. Stejnou funkci plní i produkty léčebného cestovního ruchu a wellness, které jsou v současnosti velmi žádané. Pro Znojemsko jsou vhodné balíčky služeb, které budou zahrnovat různé léčebné, relaxační a wellness pobyty pro návštěvníky všech věkových skupin. Proto je vhodné všechny tyto aktivity, které jsou již v současné době

organizovány soukromými subjekty (především hotely) dále podporovat a rozvíjet.

### **Priorita č. 3: Sjednocení řízení a koordinace cestovního ruchu na Znojemsku**

V oblasti řízení cestovního ruchu je největším nedostatkem na Znojemsku neexistence organizace destinačního managementu. Hlavním opatřením by tedy mělo být nejdříve založení takové organizace a následně podpora jejích činností.

#### **Opatření**

1. Založení organizace destinačního managementu pro destinaci Znojemsko
  - V konkurenci sousedních turistických oblastí je pro Znojemsko nezbytné vytvoření organizace destinačního managementu, která bude jednotně řídit a koordinovat aktivity cestovního ruchu na Znojemsku.
2. Vytvoření jednotné strategie rozvoje cestovního ruchu na Znojemsku
  - Znojemský region jako samostatná turistická oblast Znojemsko a Podyjí dosud nemá vytvořenou ani strategii rozvoje cestovního ruchu, která by analyzovala současný stav a určila aktivity pro další rozvoj. Jediným v současnosti platným dokumentem je Strategický plán rozvoje města Znojma, který obsahuje jednu kapitolu týkající se cestovního ruchu, přičemž některé aktivity již byly uskutečněny, ale ostatní čekají na právě vznikající marketingovou studii cestovního ruchu.
3. Partnerství subjektů působících v oblasti
  - Spolupráci subjektů by měla koordinovat právě vytvořená organizace destinačního managementu. Kooperace jednotlivých subjektů, veřejných i soukromých, je jednou z nejdůležitějších aktivit, které pomohou k dalšímu rozvoji cestovního ruchu v regionu. Tato spolupráce by měla vést především k tvorbě a případnému rozšiřování komplexních produktů a balíčků služeb.

Po vytvoření této organizace je vhodné pokračovat v podpoře opatření, která jsou navržena v krajském strategickém dokumentu. Jde o rozvoj spolupráce s okolními

destinacemi a posílení spolupráce s inomingovými cestovními kanceláři a agenturami.

4. Rozvoj spolupráce s okolními destinacemi cestovního ruchu

- Znojensko by se mělo soustředit především na spolupráci s oblastí Brno a okolí a oblastí Pálava a Lednicko-Valtický areál v Jihomoravském kraji, dále oblastí Vysočina a oblastí Jižní Čechy. V sousedním Rakousku se jedná o turistický region Dolní Rakousy. Vzhledem k tomu, že se jedná o konkurenční destinace, může být spolupráce s nimi na různých projektech pro Znojensko prospěšná.

5. Navázání spolupráce vytvořené organizace destinačního managementu Znojenska a inomingových cestovních kanceláři

- Vytvořené produkty je vhodné nabízet potenciálním návštěvníkům přes inomingové cestovní kanceláře.

6. Posílení marketingu

- Marketingové aktivity jsou již teď částečně obsaženy ve Strategii rozvoje města Znojma. Konkrétně opatření zahrnuje tyto aktivity: podpora cestovního ruchu (propagační materiály, mediální kampaň, informační kiosky), prezentace města a regionu na veletrzích cestovního ruchu a společné mezinárodní aktivity v oblasti cestovního ruchu. Všechny tyto aktivity se ovšem týkají hlavně města Znojma, proto by se po vytvoření organizace destinačního managementu měly aktivity zaměřit na propagaci celého regionu jako jednotného destinace.



## 10 Závěr

Hlavním cílem diplomové práce byla analýza potenciálu cestovního ruchu na Znojemsku. Nabídka byla hodnocena prostřednictvím přírodních a kulturně-historických předpokladů a infrastruktury cestovního ruchu. Poptávka cestovního ruchu byla analyzována na základě průzkumů provedených u návštěvníků regionu a konzultace výsledků výzkumů se zaměstnanci turistických informačních center na Znojemsku. Dále byla popsána forma organizace a řízení cestovního ruchu na Znojemsku. Současná situace v regionu je shrnuta ve SWOT a problémové analýze. Na základě provedených analýz jsou navrženy možnosti dalšího strategického rozvoje cestovního ruchu na Znojemsku.

Ze situační analýzy vyplývá, že Znojemsko má značný potenciál cestovního ruchu. To je dáno především přírodní atraktivitou představovanou Národním parkem Podyjí a mnoha kulturně-historickými památkami. Významná je také úloha dlouhé vinařské tradice na Znojemsku. Také nabídka ubytovacích, stravovacích, sportovních a kulturních zařízení se jeví jako dostatečná. Využití tohoto potenciálu je však omezeno špatnou dopravní infrastrukturou, malou nabídkou doplňkové infrastruktury a neexistencí společnosti, která by řídila cestovní ruch v regionu. Problémem je také výrazná orientace na letní sezonu.

Analýza poptávky ukázala, že typický návštěvník Znojemska je v produktivním věku, přijíždí do oblasti automobilem pouze s partnerem nebo známými. Při pobytu využívají návštěvníci nejčastěji ubytování v penzionech, kempech nebo u známých. Hlavními motivy návštěvy Znojemska jsou poznání, relaxace, pěší turistika a cykloturistika a další sportovní aktivity.

Všechny provedené analýzy ukazují, že Znojemsko má vhodné podmínky především pro poznávací (přírodní a kulturně-historický) cestovní ruch a vinařskou turistiku nebo pro pobytovou rekreaci u vodních ploch. Dalšími vhodnými formami cestovního ruchu jsou venkovská turistika, cykloturistika, případně kongresový nebo léčebný cestovní ruch a wellness.

Na základě zjištěných skutečností jsou v práci navrženy možnosti dalšího strategického rozvoje cestovního ruchu. S ohledem na existující nedostatky by měla být pozornost zaměřena na tyto priority – zkvalitnění infrastruktury cestovního ruchu a rozšíření doplňkové infrastruktury cestovního ruchu, vytvoření tematických produktů cestovního ruchu a podpora jejich marketingu a sjednocení řízení a koordinace cestovního ruchu na Znojemsku. Tyto priority byly blíže specifikovány pomocí opatření.

Základem pro další rozvoj cestovního ruchu je zkvalitňování a rozšiřování současné infrastruktury cestovního ruchu. Doplňkové služby by měly být nadále rozšiřovány s důrazem na současné trendy, které se na Znojemsku týkají hlavně cykloturistiky a vinařské turistiky. Samozřejmostí by mělo být další zkvalitňování služeb poskytovaných návštěvníků.

Dalším nezbytným krokem pro rozvoj by měla být tvorba tematických produktových balíčků, které budou odrážet specifika znojemského regionu. Důraz by měl být kladen na využití přírodních a kulturně-historických atraktivit a tradici vinařství. S ohledem na současné vývojové trendy by měly být doplněny i o produkty, které se týkají kongresových a incentivních akcí a léčebného cestovního ruchu či wellness.

V neposlední řadě je pro Znojemsko důležité jednotné řízení destinace Znojemsko. Přínosem by jistě bylo založení organizace destinačního managementu, která by cestovní ruch v oblasti koordinovala a podporovala koordinace jednotlivých aktivit veřejných i soukromých subjektů. Tato organizace by měla také vytvořit dokument strategického rozvoje, který bude dalšímu rozvoji udávat směr.

Pouze při naplnění všech navržených opatření může destinace Znojemsko obstát ve stále rostoucí konkurenci ostatních oblastí v České republice.

# 11 Summary

The topic of this thesis is Strategic options for developing tourism in Znojmo District. The work is divided into two parts – the theoretical and the practical one. The main object is to analyse the total potential of tourism in Znojmo District and to suggest ways for further tourism development in this region based on the analysis.

The analysis of tourism supply consists of the primary, secondary and tertiary potential evaluation. The tourism demand is evaluated on the basis of Znojmo visitors research made by specialized companies. These studies investigated the structure of Znojmo visitors, their motivation to visit the region and evaluation of services in the region. The research results were consulted with region tourist information centres staff.

Furthermore, there is a description of tourism management organization in Znojmo District. The present tourism situation in region is resumed in SWOT and the problem analysis. From the situational analysis results it is clear, that Znojmo has great tourism potential. This potential lies in a wide range of natural, cultural and historical attractions, a long tradition of wine-growing is for the region also important. According to the research, the typical visitor to the region is a person of working age who arrives by car together with partner or friends. Most often the visitors are accommodated in guest houses, campsites or with friends. The main rational motives of visiting Znojmo are relaxation, walking and other sporting activities.

On the basis of tourism demand in Znojmo these forms of tourism suitable for region can be defined – the cognitive ones (natural and cultural-historical), tourism, wine tourism and recreation by the riverside. Other proper forms of tourism can be a rural tourism, cycling, medical tourism and wellness.

All the established facts show the ways of further strategic development of tourism in Znojmo. The improvement and expansion of tourism infrastructure, creation of thematic products and unification of procedures and the coordination of tourism in Znojmo should become the main priorities of the region.

## 12 Seznam použitých zdrojů

### Monografie

- [1] DAVID, Petr, SOUKUP, Vladimír. *Podyjí - Znojemsko*. 1. vyd. Praha : S&D, 1997. Průvodce po Čechách, Moravě, Slezsku; sv. 16. ISBN 80-86050-14-9.
- [2] DAVID, Petr, SOUKUP, Vladimír. *999 turistických zajímavostí České republiky*.
- [3] HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006.
- [4] HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. 2. rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0447-1.
- [5] HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 2003
- [6] *Koncepce rozvoje cestovního ruchu: Město Znojmo*, Znojmo: město Znojmo, 2004.
- [7] *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013*. [online]. 2009 [cit. 5.11.2009]. Dostupný na WWW: <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na->>
- [8] JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2009. ISBN 978-80-247-3247-3.
- [9] *Jižní Morava: Aktivní*. Znojmo: Agentura Bravissimo, 2007.
- [10] KIRÁLOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Ekopress, s.r.o., 2003. ISBN 80-86119-56-4.
- [11] KOS, Jan, SCHNEIDER, Michal. *Podyjí : Nejkrásnější turistické trasy*. 1. vyd. Praha : Freytag & Berndt, 2001. ISBN 80-7316-004-8.
- [12] KOZEL, R. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2006.
- [13] LABOUNKOVÁ V., PŮČEK M., ROHREROVÁ L. a kol. *Metodická příručka pro zpracování strategických rozvojových dokumentů mikroregionů*. Brno: Ústav územního rozvoje. 2009. ISBN 978-80-87318-02-7.

- [14] MORRISON, A. M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995.
- [15] ORIEŠKA, J.: *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS, 1999.
- [16] PALATKOVÁ, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, s.r.o., 2006.
- [17] PALATKOVÁ, M. *Prolínání destinací a destinační partnerství*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006.
- [18] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Česká republika, Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002.
- [19] *Podyjí : Pojihlaví, Pooslaví*. 1. vyd. Praha : Olympia, 1988. Turistický průvodce ČSSR; sv. 33.
- [20] *Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2007 – 2013*. [online]. 2009 [cit. 5.11.2009]. Dostupný na WWW: <<http://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?PubID=20610&TypeID=2>>
- [21] STEJSKAL, J., KOVÁRNÍK, J. *Regionální politika a její nástroje*. 1.vyd. Praha: Portál, s. r. o., 2009. ISBN 978-80-7367-588-2
- [22] *Strategický plán rozvoje města Znojma*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupný na WWW: <[http://www.znojmcity.cz/vismo/dokumenty2.asp?id\\_org=19341&id=2651&query=strategick%C3%BD+pl%C3%A1n&p1=1002](http://www.znojmcity.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=19341&id=2651&query=strategick%C3%BD+pl%C3%A1n&p1=1002)>
- [23] *Strategie regionálního rozvoje České republiky pro období 2007 – 2013*. [online]. 2009 [cit. 5.11.2009]. Dostupný na WWW: <<http://www.mmr.cz/Regionalni-politika/Koncepce-Strategie>>
- [24] *Turistický průvodce Znojemsko 2010*. Znojmo: Agentura Bravissimo, 2010. 84 s.
- [25] VYSTOUPIL, J. *Atlas cestovního ruchu České republiky*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006. ISBN 80-239-7256-1.
- [26] VYSTOUPIL, J. a kol. *Metody pro tvorbu strategických a programových dokumentů cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007.
- [27] VYSTOUPIL, J. a kol. *Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR*. Masarykova univerzita, 2007.

- [28] WOKOUN, R., MALINOVSKÝ, J. a kol. *Regionální rozvoj. Východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování*. Praha: Linde, 2008.

### **Internetové zdroje**

- [29] CzechTourism. *Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupný na WWW: <<http://www.czechtourism.cz/?show=002025>>.
- [30] Český statistický úřad Jihomoravský kraj. *Charakteristika okresu Znojmo*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupné na WWW: <[http://www.brno.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/charakteristika\\_okresu\\_znojmo](http://www.brno.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_znojmo)>
- [31] eStránky.cz. *Obec Bítov*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupné na WWW: <<http://www.obecbitov.estranky.cz/>>.
- [32] Institut regionálních informací, s.r.o., Svazek znojemských vinařských obcí Daníž, 2006. *Vítejte ve sklepních uličkách*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupné na WWW: <<http://www.sklepniulicky.cz/main.asp?CAST=TUR>>.
- [33] Institut regionálních informací, s.r.o. *DANÍŽ-dobrovolný svazek znojemských vinařských obcí*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupné na WWW: <<http://daniz.webblast.cz/>>.
- [34] Jihomoravský kraj. *Jižní Morava – Portál cestovního ruchu*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupné na WWW: <<http://www.jizni-morava.cz/?tpl=20&r=4>>.
- [35] Jihomoravský kraj. *Portál Jihomoravského kraje*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupné na WWW: <<http://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?PubID=39410&TypeID=12>>.
- [36] Marketingová studie rozvoje turistické destinace Znojmo a okolí. *Image města Znojma*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupný na WWW: <[http://www.znojmocity.cz/vismo/dokumenty2.asp?id\\_org=19341&id=3030&p1=1002](http://www.znojmocity.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=19341&id=3030&p1=1002)>.
- [37] Marketingová studie rozvoje turistické destinace Znojmo a okolí. *Návštěvníci města Znojma a okolí*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupný na WWW:

- <[http://www.znojmocity.cz/vismo/dokumenty2.asp?id\\_org=19341&id=3030&p1=1002](http://www.znojmocity.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=19341&id=3030&p1=1002)>.
- [38] T.I.S. *Znojmo – MaVlast.cz*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupné na WWW: <<http://www.mavlast.cz/top-turisticke-cile.mestske-pamatky-znojmo>>.
- [39] TrigramStudio. *Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupné na WWW: <<http://www.ccrjm.cz/o-nas/>>.
- [40] Turistik. *Lančov* [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupné na WWW: <<http://www.turistik.cz/cz/kraje/jihomoravsky-kraj/okres-znojmo/lancov/>>.
- [41] Vranov nad Dyjí virtuálně. *Vranov nad Dyjí- informace*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupné na WWW: <<http://www.vranov-nad-dyji.eu/pro-turisty/vranov-nad-dyji-informace>>.
- [42] *Vranov Agency*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupné na WWW: <[http://www.vranovagency.cz/vyhl\\_plavby.php](http://www.vranovagency.cz/vyhl_plavby.php)>.
- [43] Znojmo. *Oficiální web města*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupné na WWW: <<http://www.znojmocity.cz/>>.
- [44] *Znojemský rozvoj*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupné na WWW: <<http://rozvoj.vyklkejsi.cz/>>.
- [45] Znovín Znojmo, a. s. *Znovín Znojmo, a. s.- výrobce vín-Vína hrdá na svůj původ*. [online]. [cit. 16.3.2010]. Dostupné na WWW:< <http://www.znovin.cz/>>.

## Seznam obrázků, tabulek a grafů

### Seznam obrázků

Obrázek 1: Schéma koncepce rozvoje cestovního ruchu na Znojemsku.....	70
---	----

### Seznam grafů

Graf 1: Struktura zahraničních návštěvníků, léto 2005 .....	44
Graf 2: Struktura zahraničních návštěvníků, léto 2006 .....	44
Graf 3: Věkové složení návštěvníků .....	45
Graf 4: Vzdělání návštěvníků .....	45
Graf 5: S kým návštěvníci přijeli .....	46
Graf 6: Způsob dopravy do regionu Znojemska .....	47
Graf 7: Délka pobytu v regionu .....	48
Graf 8: Typ ubytování návštěvníků Znojemska .....	49
Graf 9: Zdroje informací o Znojemsku .....	50
Graf 10: Důvody návštěvy Znojemska .....	50
Graf 11: Nejlákavější atraktivity Znojemska podle návštěvníků.....	51

### Seznam tabulek

Tabulka 1: Počet hromadných ubytovacích zařízení podle kategorií v turistické oblasti Podyjí.....	29
Tabulka 2: Počet ostatních hromadných ubytovacích zařízení podle kategorií v oblasti Podyjí.....	30
Tabulka 3: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení turistické oblasti Podyjí.....	30
Tabulka 4: Analýza silných a slabých stránek.....	60
Tabulka 5: Matice závažnost/výkonnost.....	61
Tabulka 6: Analýza příležitostí.....	62
Tabulka 7: Matice příležitostí.....	62
Tabulka 8: Analýza ohrožení.....	63
Tabulka 9: Matice ohrožení .....	63
Tabulka 10: Výsledná SWOT analýza.....	64



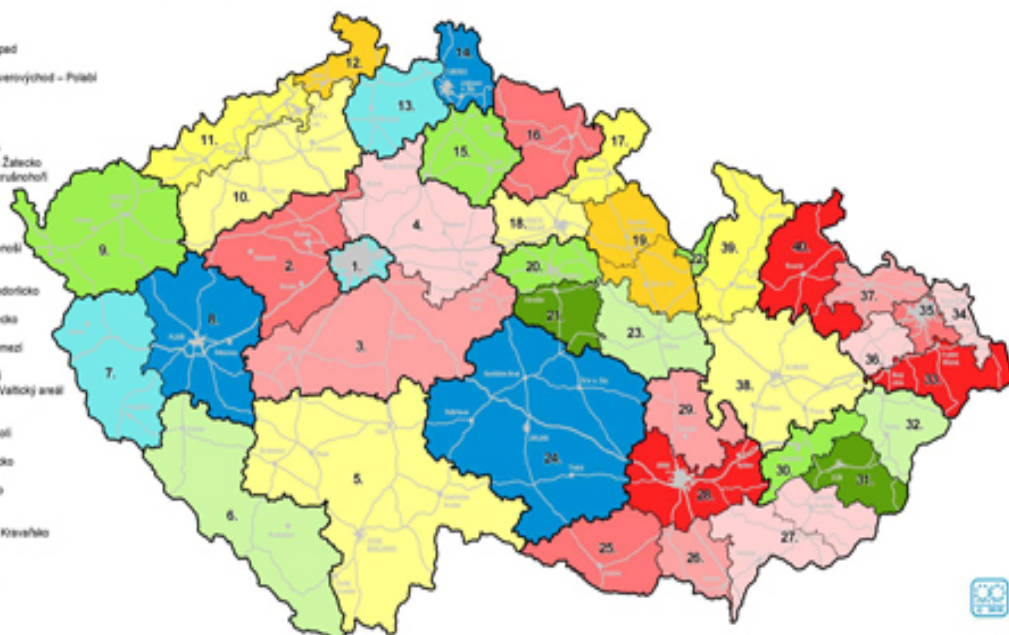
## **Seznam příloh**

1. Mapa turistických oblastí České republiky
2. Mapa Znojemska
3. Fotografie nejvýznamnějších památek
4. Seznam ubytovacích zařízení
5. Vinařské turistické programy
6. Rozvojová vize cestovního ruchu Jihomoravského kraje

# 1. Mapa turistických oblastí České republiky

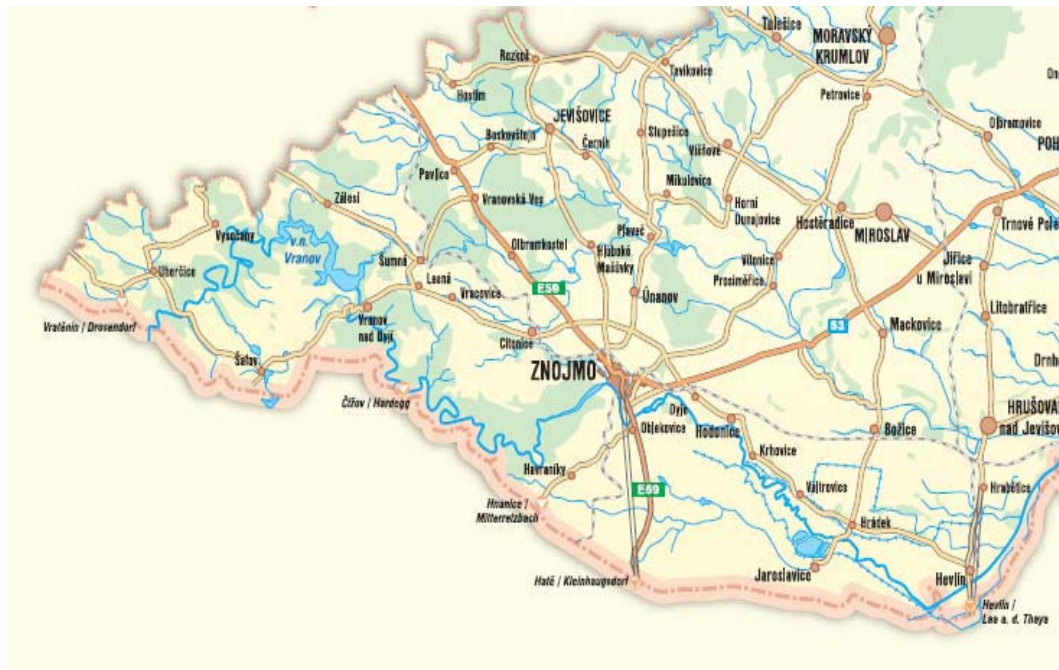
## Turistické oblasti České republiky

1. Praha
2. Sibiřní Čechy – západ
3. Sibiřní Čechy – jih
4. Sibiřní Čechy – severovýchod – Polabí
5. Jižní Čechy
6. Šumava
7. Český les
8. Píseňsko
9. Západočeské území
10. Česká středohoří a Žatecko
11. Krušné hory a Podkrkonoší
12. Česká Švýcarsko
13. Česká Švýcarsko
14. Jeseníky
15. Český ráj
16. Kokořské a Podkrkonoší
17. Kladské pomezí
18. Hradecko
19. Otčického hory a Podorlicko
20. Pardubicko
21. Chrudimsko – Hlinsko
22. Krušický štítůvek
23. Českomoravské pomezí
24. Vysočina
25. Znojemsko a Podolí
26. Pálava a Lednicko-Valtický areál
27. Slovácko
28. Brno a okolí
29. Moravský kras a okolí
30. Kroměřížsko
31. Zlínsko a Luhačovice
32. Valašsko
33. Beskyty – Valašsko
34. Těšínské Slezsko
35. Opatovsko
36. Poodří – Moravské Krušnohory
37. Opavské Slezsko
38. Slezská Morava
39. Jeseníky – západ
40. Jeseníky – východ



Zdroj: [www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)

## 2. Mapa Znojemska



Zdroj: *Jižní Morava: Aktivní*. Znojmo: Agentura Bravissimo, 2007.

### 3. Fotografie nejvýznamnějších památek

Areál znojemského hradu s rotundou Panny Marie a sv. Kateřiny



Zdroj: [www.znojmocity.cz](http://www.znojmocity.cz)

#### Chrám sv. Mikuláše



Zdroj: [www.znojmocity.cz](http://www.znojmocity.cz)

#### Radniční věž



Zdroj: [www.znojmocity.cz](http://www.znojmocity.cz)

### **Zámek Vranov nad Dyjí**



Zdroj: [www.znojmocity.cz](http://www.znojmocity.cz)

### **Hrad Bítov**



Zdroj: [www.znojmocity.cz](http://www.znojmocity.cz)

### **Vodní mlýn ve Slupi**



Zdroj: [www.znojmocity.cz](http://www.znojmocity.cz)

## 4. Seznam ubytovacích a stravovacích zařízení

### Hotely a penziony

Althanský palác	Horní nám. 3, Znojmo
Hotel Bermuda	Čermáková 1, Znojmo
Hotel Dukla	Holandská 30, Znojmo
Hotel Kateřina	Na Valech 7, Znojmo
Hotel Kárník	Zelenářská 25, Znojmo
Hotel Lahofer	Veselá 13, Znojmo
Hotel N	Přímětice 62, Znojmo
Hotel Prestige	Pražská 100, Znojmo
Hotel U Divadla	Nám. Republiky 16, Znojmo
Hotel a restaurace Morava	Horní nám. 258/16, Znojmo
Motorest E59	Oblekovice 349, Znojmo
Motorest U Benziny	Pražská 94, Znojmo
Pension Grant	Pasteurova 1, Znojmo
Pension Ida	M. Kudeříkové 16, Znojmo
Pension Nad Dyjí	Na Kolbišti 3303/2, Znojmo
Pension Zita	Na Hrázi 28, Znojmo
Penzion 17	Vinohrady 17, Znojmo
Penzion Archa	Vlkova 164/4, Znojmo
Penzion Arco	Načeratice 42, Znojmo
Penzion Austis	Václavské nám. 5, Znojmo
Penzion Eden	Katovská 10, Znojmo
Penzion Garni	Cihlářská 8, Znojmo
Penzion Inka	Jarošova 27, Znojmo
Penzion Jesuitská	Jesuitská 5/183, Znojmo
Penzion KIM-EX Marie Kovaljovová	Vinohrady 26, Znojmo
Penzion Kaplanka	U Branky 6, Znojmo
Penzion Morava	Hakenova 16, Znojmo
Penzion Mucha	Pražská 4015, Znojmo
Penzion Solnice	Horní Česká 19, Znojmo
Penzion U Mikuláše - cyklopenzion	Mikulášské nám. 8, Znojmo
Penzion U Parku	Žižkovo nám. 3, Znojmo
Penzion a Restaurace Viktoria - Znojmo	Dvořákova 6, Znojmo
Penzion U Dyje	Na Hrázi 3, Znojmo
Penzion „Eva“	Na Bojišti 20, Znojmo
Rezidence Zvon	Mikulášské nám., Klácelova 61/11, Znojmo
Travellers Hostel	Staré Město 22, Znojmo
Ubytování - Penzion Fox	Na Hrázi 69, Znojmo
Ubytování Pecinová	Na Hrázi 36, Znojmo
Ubytování U koželužny	Koželužská 31, Znojmo
Znojemský penzion	Gagarinova 26, Znojmo
Penzion - Apartmány - Božice	Božice 352
Chata Suzan	Borovská zátoka Horka
Hotel Bítov	Bítov 87
Restaurace a penzion U Tesařů	Bítov 101
Floating Centrum	Za Sokolovnou 499, Dobšice
Penzion apartmán Anna	Brněnská 502, Dobšice
Penzio Černý sklep	Dobšice – Sklepní ulička
Hotel Savannah deluxe	Chvalovice – Hatě 198
Hotel a restaurace ITVV Duty Free Hatě	Dyjákovičky 84
Cyklo penzion KORUNA	Havraníky 34, Znojmo
Penzion HAM – HAM, National Park	Havraníky 136, Znojmo

Hotel Zetocha	Hevlín 53
Penzion Semerád v Hevlíně	Hevlín 330
Penzion U tří lip	Hevlín 214
Lázeňský hostinec Pod Lipami	Hluboké Mašůvky 1
Hotel HAPPY STAR	Znojmo – Hnanice 111
Penzion s restaurací Vinohrad	nám. Sv. Wolfganga 97, Znojmo – Hnanice
Penzion – ubytování Hana Šulková	Ul. Větrná 944, Hrušovany nad Jevišovkou
Penzion Frost	Chvalovice 135
Hostinec U Šmídů	Na náměstí 91, Jaroslavice
Penzion U Šalamounů	Jevišovice 274
Ubytování v soukromí Obrdlíková Anna	Jevišovice 334
Zámek Kravsko	Zámek Kravsko 43
HORSE FARM Jaroslav Kroutilík	Lechovice 9
Hotel Weiss	Lechovice 56
Penzion Koliba - Šperka František	Lesná 49
Penzion Lesná	Lesná 63
Penzion Na Vyhlídce	Lukov 26, Znojmo
Penzion U Hrádku	Lukov 25, Znojmo
Apartmá v DPS	Jiráskova 234, Moravský Krumlov
Hotel Epopej	Nám. TGM 27, Moravský Krumlov
Penzion Rokytná	Rokotná 1379, Moravský Krumlov
Penzion U Jandů	Nádražní 708, Moravský Krumlov
Penzion Na Vejminku	Mramotice 123, Kravsko
Apartmány Machoň	Nový Šaldorf 4, Znojmo
Penzion	U Kapličky, Nový Šaldorf 52
Penzion a pivnice	Nový Šaldorf 37, Znojmo
Penzion Šaldorf	Nový Šaldorf 128/s
Rekreační domek v zahradě	Nový Šaldorf
Restaurace a penzion Blanka	Nový Šaldorf 164, Znojmo
Váš sklep – vinný sklep a penzion	Nový Šaldorf 76/s, Znojmo
Penzion U Havlínů	Plenkovice 157
Penzion Na Výsluní	Suchohrdly 331, Znojmo
Penzion Pohoda	Šatov 173
Penzion Riva	Šatov 73
Rodinná restaurace a penzion U Fandy	Šatov 355
Penzion U Sv. Floriána	Štítary 207
Royal Garden Apartments	Štítary – Vranovská přehrada 219
Penzion Šumná	Šumná 171
Cyklopenzion Višňové	Višňové 306
HOTEL POD ZÁMKEM	Náměstí 45, Vranov nad Dyjí
Apartmán Musilová	Zátiší 409
Apartmán - keramika	Komenského stezka 170, Vranov nad Dyjí
Bungalov Muchová	Havlíčkovo nábřeží, Vranov nad Dyjí
Chata s terasou	Havlíčkovo nábřeží 201, Vranov nad Dyjí
Drops	Zámecká 202, Vranov nad Dyjí
Miroslav Hotař – ubytovací služby	Bítovská 200, Vranov nad Dyjí
Penzion Idyla	Zátiší 397, Vranov nad Dyjí
Penzion Jelen	Zámecká 250, Vranov nad Dyjí
Penzion Julie	Bítovská 404, Vranov nad Dyjí
Penzion Kormorán	Havlíčkovo nábřeží 410, Vranov nad Dyjí
Penzion Patrik	Zátiší 337, Vranov nad Dyjí
Penzion Pod Hradem	Bělidla 172, Vranov nad Dyjí
Penzion Procházka	Zátiší 340, Vranov nad Dyjí

Penzion Přehrada	Havlíčkovo nábřeží, Vranov nad Dyjí
Penzion Relax	Přední hamry 243, Vranov nad Dyjí
Rekreační středisko Klatovka	Vranov nad Dyjí
Rekreační zařízení Pod Přehradou	Havlíčkovo nábřeží 112, Vranov nad Dyjí
Hotel Club	Vranovská Ves 38, Kravsko
Hotel Modrá laguna	Oslňovice 181, Uherčice
Penzion M a Bungalovy	Vranov nad Dyjí
Penziony Gaudeo	Vranovská přehrada – pláž
M Penzion	Kasárna 44, Znojmo

### **Kempy a ubytovny**

Gymnázium a SOŠPg	Alšova 16, Znojmo
Ubytovna Znojmo	Kuchařovická 25, Znojmo
Chata Oslavanka	Kopaninky 17, Bítov
Chata U Rybáře	Kopaninky 108, Bítov
Ubytovna Bítov	Zátoka Horka
Camping Country	Hluboké Mašůvky 257
Camp Veselka	Jevišovice 4
Farma Trnka	Křepice 52, Tavikovice
Autokemp Mexico	Olbramkostel 193
Rekreační zařízení a penzion Ráj Štítarský les	Štítary 501, Šumná
Ubytovna a jídelna Těšetice	Těšetice 104
Autocamp Únanov	Únanov 384
Koupaliště Pohoda	Únanov 384
Chatová osada – Vranovská pohoda	Vranovská pláž
Rekreační zařízení Astra Lančov- Vranovská přehrada	Lančovská zátoka, Vranov nad Dyjí
Camp Bítov – Vranovská přehrada	Bítov
Chata U Tří smrků	Chmelnice 42, Oslňovice
Chatová osada U Lesa	Vranov nad Dyjí
Chatová osada U Tobogánu	Vranov nad Dyjí
Rekreační chaty EZO	Štítary 440, Šumná
Vranovská pláž s. r. o.	Vranovská přehrada – pláž, Štítary
Chata Dolja	Vranovská přehrada – Štítarský les 526
Želetice – obecní ubytovna	Želetice 157, Horní Dunajovice

### **Restaurace**

Althanský palác	Horní nám. 3, Znojmo
Bufet	Masarykovo nám. 16, Znojmo
Country Saloon	Masarykovo nám. 22, Znojmo
Hotel Bermuda	Čermáková 1, Znojmo
Hotel Dukla - Znojmo	Holandská 30, Znojmo
Hotel N	Přímětice 62, Znojmo
Hotel Prestige	Pražská 10é, Znojmo
Hotel U Divadla	Nám. Republiky 16, Znojmo
M – Centrum bufet	Slepičí trh 7, Znojmo
M – Centrum restaurace	Slepičí trh 7, Znojmo
Motorest U Benziny	Pražská 94, Znojmo
Phoenix bar	Bezručova 7, Znojmo
Pizza U Aralky	Pražská ul., Znojmo
Pizzerie Contessa	Pražská 86, Znojmo
Pohostinství Polehňa - Hrušková	Přímětice 60, Znojmo



Restaurace U Zlaté konve	Nám. TGM 9, Znojmo
Restaurace Diana	MUDr. Janského 3366/8, Znojmo
Restaurace Kuželna	Melkusova 42, Znojmo
Restaurace Mikuláš	Mikulášské nám. 7, Znojmo
Restaurace Na Vyhlídce	Na Valech 7, Znojmo
Restaurace Napoleon	Horní nám. 9, Znojmo
Restaurace Styl	Dukelských Bojovníků 133, Znojmo
Restaurace a pizzerie Praha	Pražská 2a, Znojmo
Restaurace na České	Dolní Česká 6, Znojmo
Restaurace Na Špici	Bítov – Horka 115, Bítov
Pohostinství U Švestků	Čížov 153, Šumná
Excalibur City – Flugzeug - Restaurant	Hatě/Kleinhaugsdorf
Excalibur City - Heuringer	Hatě/Kleinhaugsdorf
Excalibur City – Phonix - Restaurant	Hatě/Kleinhaugsdorf
Excalibur City – zur Tafelrunde	Hatě/Kleinhaugsdorf
Hotel a restaurace ITVV Duty Free Hatě	Dyjakovičky 84
Restaurace Tři koruny	Havraníky 128, Znojmo
Hostinec Formanka	Hevlín 58
Laa Bomba Shopping Center	Hevlín/Laa an der Thaya
AD Astra Hnanice – Fa Herzig	Hnanice 100, Šatov
Hotel HAPPY STAR	Hnanice 111, Znojmo
Pivnice U Hrušků	Chvalovice 152, Znojmo
Hostinec U Šmídů	Na náměstí 91, Jaroslavice
Kulturně – sportovní centrum SÝPKA	Jevišovice 102
Zámek Kravsko	Zámek Kravsko 43
Vinný restaurant U Bazalů	Lechovice 98
Benami	Nádražní ul. 1178, Miroslav
Bistro Kolis	Znojemská 389, Moravský Krumlov
Restaurace a vinárna U Blondýny	Břízová 250, Moravský Krumlov
Dana Suchá – Restaurace U Suchých	Nový Šaldorf 81, Znojmo
Restaurace a penzion Blanka	Nový Šaldorf 164, Znojmo
Restaurace a pizzerie U Molíků	Únanov 11
Restaurace U Vodnáře	Bítovská 143, Vranov nad Dyjí
Hotel Club	Vranovská Ves 38, Kravsko
Restaurace HAM HAM	Vranovská Ves, Kravsko

## **5. Vinařské turistické programy**

### **Vinařský turistický program firmy Znovín Znojmo, a. s.**

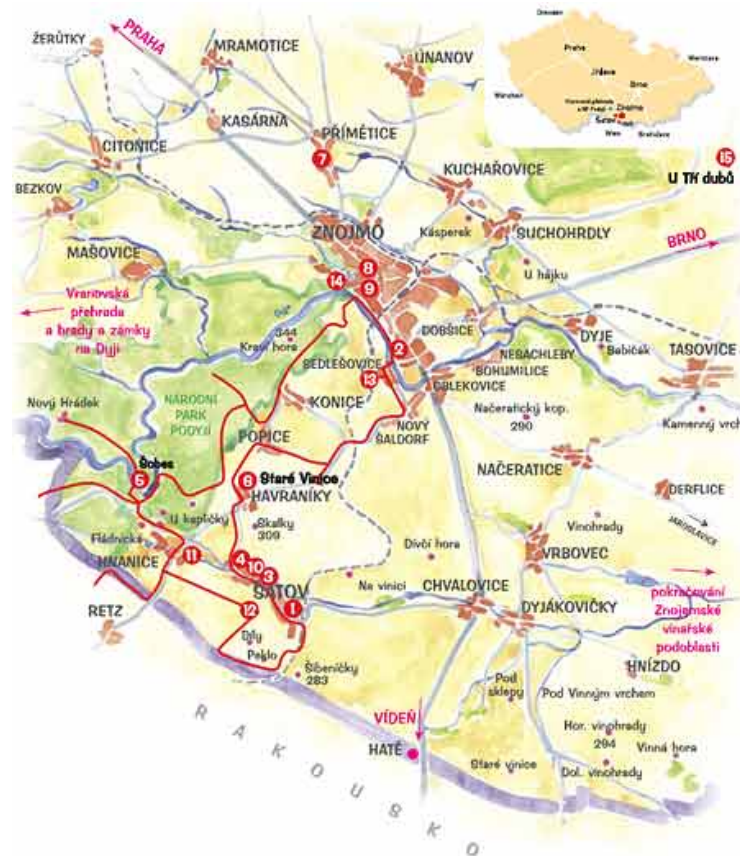
Znovínský vinařský turistický program zahrnuje následující hlavní zajímavosti:

- Loucký klášter ve Znojmě
- Moravský sklípek v Šatově
- Malovaný sklep v Šatově
- Vinice Šobes v NP Podyjí
- Křížový sklep Přímětice
- Ochutnávkový stánek na viniční trati Staré vinice v Havraníkách

K dalším atraktivitám patří:

- Systém „Cyklisté vítání“ – tento celonárodní certifikační systém zajišťuje kompletní služby pro cyklisty v zařízeních Znovínu
- Areál československého opevnění Šatov pěchotní srub MJ-S 3 „Zahrada“ – jediná z velkých pevností zpřístupněných na jižní Moravě
- Hnanice – tajemná obec u NP Podyjí – možnost ochutnávky, jedno z nástupních míst na cyklotrasy do NP Podyjí, dalších vinařských aktivit Znovínu nebo rakouských cyklotras
- Znojmo – objevte jeho 77 divů
- Národní park Podyjí – pohlazení nedotčené přírody
- Hrady a zámky na Dyji v blízkosti Znojma – Vranov nad Dyjí a Bítov, kde jsou turistům k dispozici kvalitní vinotéky, dále jsou to zříceniny Cornštejn, Frejštejn a Nový Hrádek, hrady Hardegg a Kaja na rakouské straně

Pro menší skupiny organizuje firma také tzv. Tematické putování po sklepech a vinicích. Celkem je vytvořeno 6 tematických skupin.



1. Sídlo společnosti Znovín Znojmo, a.s.
2. Loucký klášter Znojmo
3. Moravský sklípek v Šatově
4. Malovaný sklep v Šatově
5. Vinice Šobes
6. Staré vinice, Havraníky
7. Křížový sklep v Příměticích
8. Prodejna Znovínu v centru Znojma
9. Turistické informační centrum ve Znojmě
10. Stará lisovna, Šatov
11. Hotel Happy Star, Hnanice
12. Vojenský bunkr, Šatov
13. Sklep v Sedlešovicích
14. Znojemský hrad
15. Viniční trať U Tří dubů

## **Vítejte ve sklepních uličkách (Dobrovolný svazek znojenských vinařských obcí Daníž)**

### **A. Víkendový program**

1. den | Pátek: Příjezd, ubytování – Hnanice

Odpolední program: Procházka obcí – návštěva kostela sv. Wolfganga s průvodcem, prohlídka malých sakrálních staveb, wellness program v tříhvězdičkovém hotelu.

Večerní program: Prohlídka sklepní uličky, posezení ve vinném sklípku, občerstvení (živá hudba dle zájmu).

2. den | Sobota:

Dopolední program: Pěší vycházka či výlet na koních do Národního parku Podyjí – prohlídka vinice Šobes (v letním období návštěva ochutnávkového stánku ve vinici Šobes).

Odpolední a večerní program: Nový Šaldorf – Sedlešovice – procházka sklepní uličkou, návštěva vinařství, nákup vín ve vinotéce; posezení ve vinném sklepe (řízená degustace vín, občerstvení, doplňkový program).

3. den | Neděle:

Dopolední program: Havraníky – prohlídka vinic (v létě spojena s návštěvou ochutnávkového stánku), vycházka přes vřesoviště. Znojmo – Loucký klášter: návštěva vinotéky (ochutnávka a nákup vín), prohlídka bednářského a vinařského muzea, archivního sklepa a dalších historických prostor.

Odpolední program: Projížďka vyhlídkovým turistickým vláčkem (s odjezdem od Louckého kláštera) – prohlídka města Znojma.

### **B. Vícedenní program**

1. den | Příjezd, ubytování: Znojmo

Odpolední a večerní program ve Znojmě: projížďka turistickým vyhlídkovým vláčkem zakončená programem v Louckém kláštře – prohlídka historických prostor (bednářské a vinařské muzeum, štukové sály a sklepy), ochutnávka vín v návštěvnickém centru; posezení ve vinném sklepe v historické části Znojma – ochutnávka nejlepších vín ze znojenské vinařské oblasti.

2. den

Dopolední program: Havraníky – prohlídka vinic (v létě spojena s návštěvou ochutnávkového stánku), návštěva vinného sklepa s podzemním bludištěm sklepních systému, vycházka přírodou k vřesovišti a přírodní památce Skalka • Hnanice – prohlídka sklepní uličky, návštěva kostela sv. Wolfganga.

Odpolední a večerní program: Nový Šaldorf – Sedlešovice – procházka sklepní uličkou, návštěva vinařství spojená s degustací vín, nákup vín ve vinotéce • Šatov – prohlídka venkovské památkové zóny, sklepní uličky, návštěva Malovaného sklepa; večerní program ve vinném sklípku či vinařské stodole (snoubení vína s pokrmy).

### 3. den

Dopolední program: Vrbovec – procházka sklepní uličkou, návštěva Vinařského informačního centra (degustace, nákup vín); výlet na hrádek Lampelberg – ochutnávka vín (pouze o víkendu), vyhlídková terasa • Dyjákovičky – návštěva jelení farmy.

Odpolední program: Slup – návštěva Národní kulturní památky Vodní mlýn ve Slupi, prohlídka lehkého vojenského opevnění, tzv. „ropíku“.

Večerní program: Hodonice – návštěva rodinného vinařství s archivním vinným sklepem.

### 4. den

Dopolední a odpolední program: Těšetice – celodenní aktivity ve sportovním areálu Královská vinice (golfový areál, tenisové kurty, volejbalové a nohejbalové hřiště, hřiště na kopanou, koupaliště, možnost rybolovu).

Večerní program: Kojetice – návštěva Vinařského a kulturního centra Sádek – prohlídka nádvoří a okolí hradu Sádek, degustace vín a doprovodný program ve vinařském centru.

### 5. den

Dopolední a odpolední program: Horní Dunajovice – individuální program u Výrovecké přehrady (koupání, lodní sporty, míčové hry, rybolov).

Večerní program: Višňové – návštěva místního vinařství spojená s ochutnávkou vín a občerstvením.

### 6. den

Dopolední a odpolední program: Oleksovice – koupání, vodní lyžování, tenis, volejbal.

Večerní program: Olbramovice – návštěva rodinného vinařství a historického vinného sklepa.

## 6. Rozvojová vize cestovního ruchu Jihomoravského kraje

Vize je rozdělena do čtyř pilířů, které se vztahují k základním prvkům destinace – zdrojům, poptávce návštěvníků, nabídce a institucionálním rámci. Každý z pilířů je blíže charakterizován popisem cílového stavu (viz obrázek).

Schéma rozvojové vize cestovního ruchu Jihomoravského kraje

