

MOŽNOSTI MĚSTSKÉHO A VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE

M. Foret

Došlo: 8. února 2004

Abstract

FORET, M.: *The possibilities of the city and the country tourism in the Czech Republic*. Acta univ. agric. et silvic. Mendel. Brun., 2005, LIII, No. 3, pp. 25-34

The first part of the paper is devoted to the problems of city tourism in the Czech Republic. As an example of the possibilities of city tourism is mentioned own marketing research of Brno citizens about their recreation and sport activities in the town and nearest surroundings. The marketing research was conducted for the first time in 1997 and repeated once again at the end of 2001.

The second part is oriented to the problems of the country tourism. As a practical case is used Southern Moravia project called Moravian Wine Trails. Empirical own experiences, especially personal interviews with local public administration authorities in 2003 and 2004 are compared with theory of local tourism marketing.

city tourism, recreation, sport, country tourism, partnership, Moravian Wine Trails

V předchozí publikaci (viz Foret, Foretová; 2001) jsme věnovali značnou pozornost cestovnímu ruchu ve městech a na venkově. Tentokrát se ještě více zaměříme na jejich specifika a možnosti dalšího rozvoje u nás. Podíváme se na ně jak z teoretického hlediska, tak zejména na základě výsledků vlastních empirických výzkumů v terénu.

MATERIÁL A METODY

V předloženém příspěvku vycházíme z koncepce marketingu rozvoje místního cestovního ruchu, jak jsme jej publikovali v již zmíněné publikaci Foret, Foretová; (2001). Chceme zjistit, nakolik se u nás uplatňuje v praxi. Zvolili jsme si dva konkrétní příklady, první z oblasti městského cestovního ruchu a druhý naopak z prostředí venkova.

Kromě teoretických marketingových poznatků z literatury uvedené na závěr příspěvku byly využity také různé techniky marketingového výzkumu, jako byly osobní rozhovory v případě reprezentativního výzkumu možností rekreace v Brně nebo naopak v nereprezentativní sondě v případě Moravských vinařských stezek, kde se jednalo o rozhovory s představiteli

navštívených měst a obcí a dále také o zúčastněné pozorování a studium dostupných dokumentů, především map.

Možnosti cestovního ruchu ve městech

Města se chápou jako sídla, která na relativně malém prostoru vykazují vysokou hustotu zástavby i obyvatelstva. Přírodní prostředí je zde velmi výrazně poznamenáno činností člověka. Hlavní funkce měst spočívají především v oblastech správy, průmyslu, obchodu, vojenství, kultury, náboženství, vzdělávání a vědy, ale třeba i lázeňství. Právě v těchto sférách se stávají vyhledávanými destinacemi cestovního ruchu.

Rozvoj cestovního ruchu ve městech tedy ovlivňují především následující faktory:

1. *atraktivní hmotné historické památky* jako jsou nejruznější stavby (domy, paláce, kostely, ale také bývalé továrny, pevnosti), sochy či parky, případně přírodní podmínky jako je tomu u léčivých pramenů v lázeňských městech,
2. *přitažlivé společensko-ekonomické podmínky*, kam

- patří i kulturní podmínky, včetně jazykových a náboženských, ale také ekonomické podmínky (životní úroveň, nízké ceny, směnné kurzy) a další, jako třeba politické,
3. *vybavenost* ubytovacími, stravovacími, rekreačními, sportovními, zdravotnickými, zábavními a dalšími potřebnými zařízeními,
 4. *dopravní dostupnost*, nejen pro příjezd a odjezd turistů do místa, ale také během jejich pobytu, orientační systémy a značení pro motoristy i cyklisty, stejně jako možnosti parkování, cyklostezky atd.,
 5. *nabídka jedinečných služeb* jako jsou obchod, kultura, zdravotní péče, vzdělávání apod., tedy nejen ty, jež vyplývají z vybavenosti (ubytování, stravování, obchody), ale také další jako jsou úklid a péče o prostředí, bezpečnostní služby (policie), pořadatelské služby (v případě organizování incentívni a kongresové turistiky), zábava a atrakce během dne i v noci a mnohé další,
 6. *atmosféra místa*, jedinečnost označovaná často jako *genius loci*, ale také ochota, vlídnost a úsměvy poskytovatelů služeb i místních obyvatel.

Že města a jejich nejbližší okolí mohou nabízet i možnosti k rekreaci a sportu, podává následující příklad Brna.

Rekreace v Brně

Brno není pouze veletržním městem. Má také přitažlivé přírodní okolí, vhodné k rekreaci, procházkám, návštěvám kulturních zařízení, historických památek a vůbec k trávení volného času. V průběhu

listopadu 2001 se v rámci programu Brno – Zdravé město jsme uskutečnili reprezentativní výzkum názorů občanů města Brna. Kvótním postupem byl vybrán vzorek 400 respondentů. Rozsáhlé dotazování bylo prováděno formou standardizovaných rozhovorů, realizovaných řádně vyškolenými a kontrolovanými tazateli Mezinárodního institutu marketingu, komunikace a podnikání (IIMCE) v Brně. Jelikož jsme stejným postupem prováděli obdobný výzkum obyvatel Brna v roce 1997, můžeme srovnávat, k jakým změnám zde za uplynulé čtyři roky došlo.

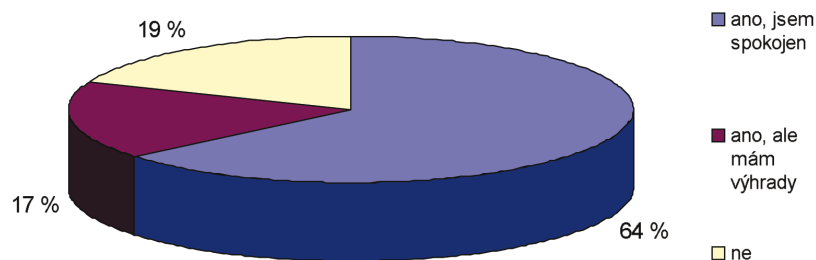
VÝSLEDKY

Na zcela otevřenou otázku *Co se Vám v Brně nejvíce líbí?* odpovídali dotazovaní nejčastěji:

okolí města, příroda (69 krát),
obnova památek (49 krát),
zeleň, parky (32 krát),
bohatá nabídka kulturních, sportovních a zábavních programů (29 krát),
nové, opravené fasády domů (28 krát),
úprava ulic v centru (22 krát) a
pěkné, příjemné město (14 krát).

Dále se ukázalo, že většina obyvatel Brna využívá okolní přírody k rekreaci. Dokonce **dvě třetiny (64 %) respondentů využívá přírody v okolí Brna k rekreaci a jsou navíc s těmito možnostmi spokojeni**. Další pětina (17 %) využívá přírody v okolí Brna k rekreaci, ale má výhrady a pouze pětina (19 %) přírodu v okolí Brna k rekreaci nevyužívá.

Vyžíváte přírody v okolí Brna k rekreaci?



1: Využívání přírody v okolí Brna k rekreaci

Dotazovaní, kteří odpověděli, že přírodu v okolí Brna k rekreaci využívají, ale mají výhrady, mohli svoji nespokojenost konkretizovat. Nejčastěji uváděli následující nedostatky:

společné cyklistické a turistické stezky (10 krát),
čistota přehrady (sinice) (8 krát),
nepořádek (5 krát),
vandalismus (4 krát),
moc lidí (3 krát) a
odpadky v lese (3 krát).

Také dotazovaní, kteří odpověděli, že přírodu v okolí Brna k rekreaci nevyužívají, mohli uvést, "proč ne". Konkrétně šlo nejčastěji o tyto důvody:

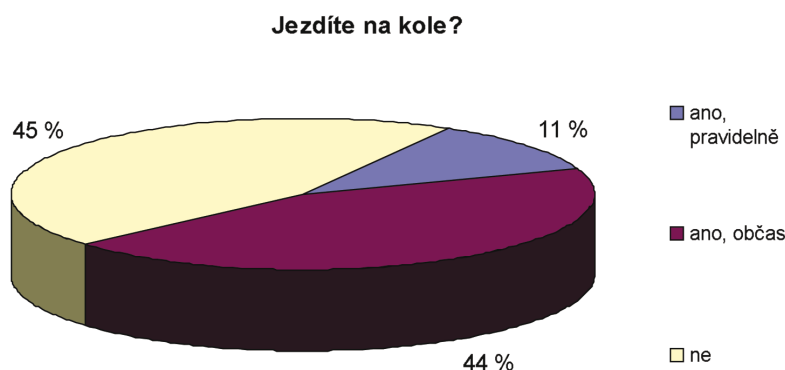
nedostatek času (17 krát),
zdravotní důvody (10 krát),
trávím volný čas mimo Brno (7 krát) a
trávím volný čas jiným způsobem (5 krát).

Spokojení s rekreací v okolní přírodě města jsou častěji lidé s vysokoškolským vzděláním (72 %), mladí lidé ve věku 25 až 39 let (72 %) a obyvatelé středu města (80 %). Výhrady mají lidé se středoškolským (27 %) i vysokoškolským vzděláním (22 %), lidé ve věku 40 až 59 let (24 %) a lidé zaměstnanec-kých profesí (30 %).

Obyvatelé města o něco více než před čtyřmi lety využívají okolí Brna k rekreaci a jsou s touto možností spokojeni (z 59 % v roce 1997 stoupl podíl těchto respondentů na 64 % v roce 2001), snížil se i podíl těch, kteří okolí města k rekreaci nevyužívají (z 24 % na 19 %). Podíl nespokojených je konstantní.

Cyklistika a sportování

Většina respondentů (55 %) jezdí na kole. Pravidelně jezdí na kole desetina (11 %) a občas jezdí dvě pětiny (44 %) dotázaných. Na kole nejedí 45 % dotázaných obyvatel Brna.



2: Rekreční cyklistika v Brně

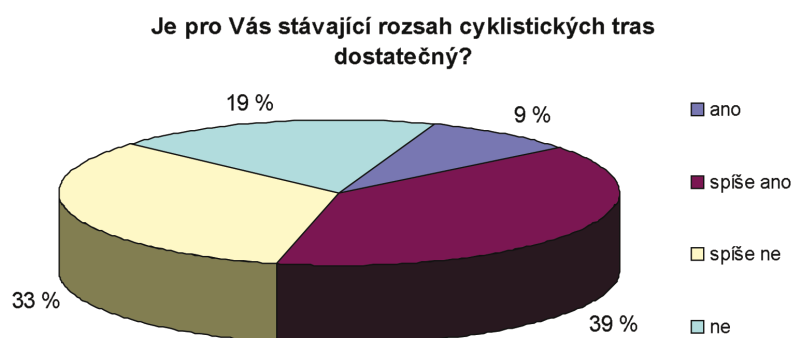
Jako konkrétní důvody, proč na kole nejedí, uváděli dotazovaní nejčastěji:

nemám kolo (61 krát),
zdravotní důvody (41 krát),
nejedím na kole (12 krát),
nedostatek času (8 krát),
nemám na to peníze (5 krát) a
jezdím autem (4 krát).

Na kole jezdí méně často především ženy (49 %), lidé se základním vzděláním (52 %), lidé ve věku 60 a více let (78 %) a lidé dělnických profesí (53 %).

Cyklistické trasy

Pro polovinu (48 %) dotázaných je rozsah cyklistických tras dostatečný, pro další polovinu (52 %) je nedostatečný.



3: Spokojenost s rozsahem cyklistických tras v okolí Brna

Nedostatky si uvědomují spíše mladí ve věku 18 až 24 let (60 %) a 25 až 39 let (57 %), lidé s vysokoškolským vzděláním (81 %) a obyvatelé okrajových částí města (61 %).

Více jsou se stávajícím rozsahem cyklistických tras nespokojeni ti respondenti, kteří v předchozí otázce uvedli, že jezdí na kole. Konkrétně u těch, kteří odpověděli, že na kole jezdí pravidelně, bylo nespokojených 68 % a u těch, kteří jezdí občas bylo nespokojených 62 %.

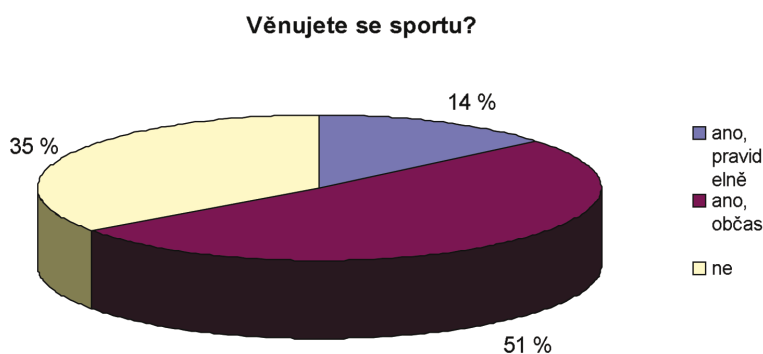
Pokud jde o cyklistiku, oproti roku 1997 se objevu-

je náznak mírného zvýšení podílu těch respondentů, kteří na kole nejezdí vůbec (z 39 % na 45 %).

Dnes téměř polovina (48 %) respondentů považuje rozsah cyklostezek za dostatečný, oproti pouhé čtvrtině v roce 1997 (27 %).

Sport

Většina respondentů uvedla, že se sportu věnuje. Polovina (51 %) sportuje občas a 14 % sportuje pravidelně. Zbýlá třetina (35 %) uvedla, že nesportuje.



4: Sportování v Brně

Jako důvody, proč se sportu nevěnují, nám dotázaní uvedli nejčastěji:

zdravotní stav (31 krát),
nedostatek času (30 krát),
věk, stáří (14 krát) a
lenost (12 krát).

Podíl lidí ochotných pravidelně nebo občas sportovat přímo souvisí s dosaženým vzděláním a nepřímo souvisí s dosaženým věkem respondentů.

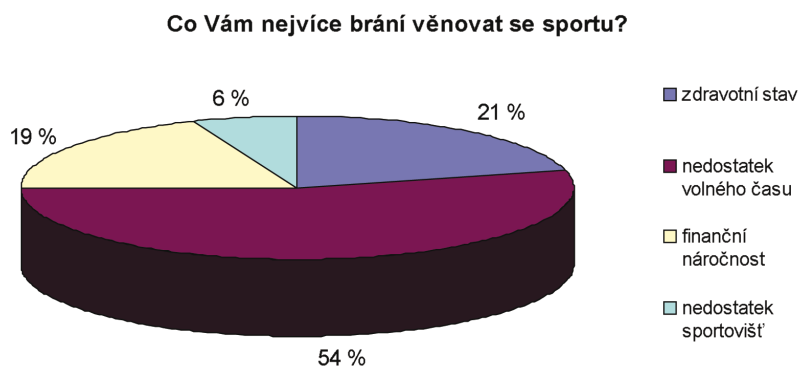
Pravidelně sportují častěji také majitelé firem a soukromí podnikatelé (24 %) a studenti (27 %), nepravidelně často lidé zaměstnanecských profesí (62 %) a opět studenti (61 %). Vůbec nesportují častěji lidé

dělnických profesí (45 %), lidé ekonomicky neaktivní (58 %) a obyvatelé středu města (51 %).

Co brání věnovat se sportu

Za největší překážku bránící sportování uvedla více

jak polovina respondentů (54 %) nedostatek volného času, dále potom pětina (21 %) brání zdravotní stav a necelé pětina (19 %) finanční náročnost. Pouze 6 % brání věnovat se sportu nedostatek sportovišť.



5: Nejčastější příčiny nesportování

Jako chybějící sportoviště nám dotazovaní uvedli nejčastěji následující:

plavecký bazén, koupaliště (4 krát),
tělocvična (4 krát),
tenisové kurty (2 krát),
cyklistické stezky (2 krát) a
hřiště pro kolektivní sporty (2 krát).

Nedostatek volného času brání ve sportu především lidem s vysokoškolským vzděláním (71 %), mladým lidem ve věku 18 až 24 let a ve věku 25 až 39 let (po 67 %), majitelům firem a podnikatelům (77 %), lidem v zaměstnaneckých (68 %) i dělnických (62 %) profesích; zdravotní stav brání především lidem nejstarší věkové kategorie ve věku 60 a více let (70 %) a lidem ekonomicky neaktivním (54 %); finanční náročnost zdůrazňují nejčastěji studenti (36 %) a mladí ve věku 18 až 24 let (24 %).

Jestliže před čtyřmi roky pravidelně sportovalo 17 % a občas 49 % respondentů a na konci roku 2001 to bylo již uvedených 14 % pravidelně a 51 % občas, můžeme konstatovat, že se situace nijak podstatně nezměnila. **Zájem o sportování se příliš nemění. Sportují zhruba dvě třetiny obyvatel Brna.**

Možnosti cestovního ruchu na venkově

Oproti cestovnímu ruchu ve městech hraje v případě venkova výraznou roli příroda, i když i zde je více či méně poznamenána hospodářskou činností člověka, především zemědělstvím, lesnictvím a rybářstvím. V každém případě je zde podstatně menší hustota obyvatel i zástavby.

Faktory ovlivňující cestovní ruch na venkově jsou z velké míry shodné s těmi, jež jsme si uvedli již v případě cestovního ruchu ve městech. Zvláštní pozornost by si v tomto prostředí zasloužily navíc přírodní prostředí a klimatické podmínky. Souhrnně by se tedy nejdůležitější vlivy na rozvoj cestovního ruchu na venkově rozšířily na následujících osm oblastí:

1. *atraktivní přírodní prostředí* jako jsou vodní plochy (moře, řeky, jezera), hory, malebná krajina, přírodní útvary (ledovec, krápníková jeskyně, propast, korálový útes), výskyt rostlin a zvířet, léčivé prameny atd.,
2. *příznivé klimatické podmínky*, kam lze zařadit takové složky jako teplo (slunce) nebo naopak zimu (sníh), čistotu vzduchu apod.,
3. *atraktivní hmotné historické památky* jako jsou nejruznější stavby (domy, zemědělské usedlosti, hrady, zámky, kostely, ale také vodní díla, vojenské pevnosti), sochy či parky
4. *přitažlivé společensko-ekonomické podmínky*, kam řadíme i kulturní podmínky, včetně jazykových a náboženských, ale také ekonomické podmínky (životní úroveň, nízké ceny, směnné kurzy) a další, jako třeba politické,
5. *vybavenost* ubytovacími, stravovacími, rekreačními, sportovními, záchrannými, zdravotnickými, zábavními a dalšími potřebnými zařízeními. Pro venkov jsou typické jiné možnosti než pro město. Například ubytování na zámku, pod stanem, na farmě, ale také nouzové přístřešky na trasách. Stejně tak stravování v podobě pikniků a táborových ohňů, případně další občerstvení přímo při rekreaci a

- sportu v terénu. Sportovní a rekreační zařízení jsou zde spíše ve volné přírodě (pláže, koupaliště, ale také lyžařské, turistické a cykloturistické trasy),
6. *dopravní dostupnost*, nejen pro příjezd a odjezd turistů do místa, ale také během jejich pobytu (lanovky, vleky, skibusy, cyklobusy),
 7. *služby* nejen vyplývající z vybavenosti (ubytování, stravování, obchody), ale také úklid a péče o prostředí (upravené stopy a sjezdovky pro lyžaře), prodej, opravy a půjčování zejména sportovní a rekreační výstroje a výbroje, výuka sportovních disciplín zejména pro děti, zábava a atrakce během dne i v noci,
 8. *atmosféra místa* klid a ticho nebo naopak živý ruch, vlnitost a úsměvy poskytovalů služeb i místních obyvatel.

Je samozřejmé, že první dva faktory představují objektivní podmínky (determinanty, danosti), které bohužel nemůžeme ovlivnit a měnit, tak, jako je tomu naopak v případě zbývajících šesti. Právě na ně by se měl management cestovního ruchu na venkově především zaměřit. Mohou totiž zmírnit negativní vlivy například počasí.

Ve své monografii zařazuje M. Pourová (2000) agroturistiku do širokého rámce *zeleného cestovního ruchu*, který se realizuje zejména ve volné přírodě, ale svými aktivitami je šetrný a chrání životní prostředí. Jeho hlavními součástmi jsou *ekoturistika* a *venkovský cestovní ruch*. Ekoturistika se zaměřuje na poznávání přírody, především přírodních rezervací, národních parků, chráněných krajinných oblastí a dalších přírodních jedinečností. Má významné výchovné aspekty. Venkovský cestovní ruch se rozvíjí v prostředí venkova, má celou řadu podob a zahrnuje mnoho aktivit spjatých se zemědělstvím a životem na venkově. Nejznámější a nejtypičtější jsou *venkovská turistika* (využívání takových místních atrakcí jako jsou lesy, rybníky, louky, řeky, místní řemesla, folklór atd.). Specifickou formou venkovské turistiky je již zmíněná *agroturistika*, která má přímý vztah k zemědělským pracím a budovám se zemědělskou funkcí. Je provozována jako doplňková činnost při zemědělské prvovýrobě. U pobytu na rodinné farmě dochází ke spojení s farmářskou rodinou. Pokud farma produkuje bioprodukty a rekreanti se účastní jejich výroby i konzumace, hovoříme o *ekoagroturistice*. Do venkovského cestovního ruchu patří také *chataření* a *chalupaření*, které se u nás rozšířilo zejména ve druhé polovině minulého století.

Je zřejmé, že pojmy agroturistika, ekoturistika, ekoagroturistika či venkovská turistika vycházejí, podobně jako třeba autoturistika z volnějšího pojetí *turistiky*, která někdy bývá chápána jako změna místa realizovaná pouze pěšky nebo vlastními silami na kole, na lyžích, na lodi apod. (angl. rambling nebo něm. Wandern). U nás se v tomto významu používá

od kolen 19. stol. v souvislosti se založením (1888) a rozvojem činnosti Klubu českých turistů (KČT). Právě díky jeho bohaté tradici existuje u nás hustá síť značených turistických tras – 38 500 km pro pěší, přes 20 000 km cyklotras a 130 km lyžařských. Trasy spojují nejzajímavější přírodní a historické cíle. Čtyřbarevné pásové značení napovídá o významu turistické cesty: červená = hlavní, páteřní, modrá = hlavní, zelená = vedlejší a žlutá = pomocná. Zejména značení cyklotras postupuje rychlým tempem, jen za rok 2001 jich přibýlo 7 000 km.

V této souvislosti stojí za pozornost program Nadace Partnerství nazvaný *Greenways* (Zelené stezky viz www.stezky.cz). Jedná se o trasy, komunikace nebo přírodní koridory, využívané v souladu s jejich ekologickou funkcí a potenciálem pro sport, turistiku a rekreaci. Přináší užitek v oblasti ochrany životního prostředí a kulturního dědictví, zlepšují možnosti pro dopravu, rekreaci a turistiku, jsou výzvou k zdravějšímu životnímu stylu a udržitelnému využívání místních zdrojů. Zelené stezky vedou občany, zastupitele, úřady a podnikatele ke společnému plánování a zlepšování života v jejich obci a komunitě. Snad nejznámějším projektem *Greenways* na jižní Moravě jsou *Moravské vinařské stezky*, které mají naplnit vizi jižního Moravského venkova jako „kraje památek a vína“ a „příspěk k rozvoji vinařství a udržitelné turistiky na jižní Moravě“.

Moravské vinařské stezky

Celková délka Moravských vinařských stezek dosahuje 1 090 km, spojují 220 měst a obcí jižní Moravy. Hlavní trasa tzv. páteřní stezka vede ze Znojma až do Uherského Hradiště. Je ze všech nejdelší, měří 280 km a nese poněkud zvláštní název Moravská vinná.

Na ni se připojuje deset stezek, které vedou jednotlivými vinařskými oblastmi a podle toho se také jmenují: Brněnská, Znojemská, Mikulovská, Velkopavlovická, Podluží, Mutěnická, Kyjovská, Bzenecká, Strážnická a Uherskohradištská. Většinou měří více než 100 km, nejkratší Bzenecká má pouze 24 km. Jednotným grafickým symbolem, jímž jsou všechny vinařské stezky označovány na mapách i na směrovkách a orientačních tabulkách (ukazatelích), je vinný sklípek. Každá trasa má svoji barvu a v ní jsou na mapách i směrovkách veškeré nápisy i zmíněný grafický symbol. Konkrétně Moravská vinná je tmavočervená, Brněnská modrá, Znojemská tmavozelená atd. až poslední Uherskohradištská je fialová.

Pro zájemce byl vydán soubor 11 map, které však mají bohužel různá měřítka, zřejmě v závislosti na celkové délce trasy. Nejčastěji jsou měřítka 1 : 50 000, ale některé mají 1 : 30 000, jiné 1 : 40 000, další 1 : 65 000 a dokonce i 1 : 80 000. Navíc obsahují i gramatické chyby a překlepy, jako například na mapách Brněnské stezky je napsáno „Slavkov u brna“.

Za problematické lze rovněž považovat žluté tabulky (směrovky, orientační ukazatele) označující a lemující v terénu stezky. Zejména nevhodná se nám jeví grafická úprava nápisu ve tvaru

VINAŘ
SKÁ STEZKA.

Na druhé straně lze s potěšením konstatovat, že jejich umístění na cestách je lepší než jsme u našich cyklostezek běžně zvyklí. Ovšem hrozí reálné nebezpečí, že celkově zde dojde k chaosu. Cyklistické trasy jsou totiž u nás značeny dvojím způsobem: buď jako cykloznačení (černé nápisy a symbol kola na žlutých tabulkách) nebo jako cykloturistické značení (kde je na tabulce navíc i červená směrovka). K tomu tedy přistupuje další, výše popsané značení Moravských vinařských stezek. Jejich oblastmi však již probíhají dvě hlavní moravsko-slezské cyklotrasy – Moravská stezka a Jantarová stezka. Právě na Jantarové stezce se na jaře 2004 objevily další nové orientační žluté tabulky s označením Greenways Krakov – Morava – Vídeň. Navíc například v oblastech bitvy u Slavkova přistupují další žluté směrovky s modrými čtverečky vedoucí cyklisty po jednotlivých místech a postaveních čtyř bojujících armád. Takže orientačních tabulek a směrovek pro cyklisticky začíná být na trasách víc než dost, navíc se často zbytečně dublují. Tedy i zde by bylo vhodné počítat s větší a hlavně lepší koordinací jednotlivých projektů a aktivit, včetně spolupráce participujících subjektů.

Mimochodem právě Moravskými vinařskými stezkami probíhající cyklotrasa Brno – Vídeň má následováníhodnou infrastrukturu – odpočívadla s posezením, odpadkové koše, tabule s mapou a fotografiemi, kilometrovníkové označení atd.

Hlavně však celý projekt Moravských vinařských stezek zatím bohužel nefunguje, neboť se nepodařilo vybudovat partnerství mezi místními občany, podnikateli (vinaři) a veřejnou správou. Možná je to proto, že celý projekt nemá jasně formulované své *poslání*. Nelze vytvářet představu, že projíždějící cyklisté budou představovat pro místní vinaře konzumenty vína a burčáku v rozsahu na jaký jsou zvyklí u autobusových zájezdů s turisty z Čech a ze severní Moravy. Je sice pravda, že Moravské vinařské stezky často vedou mezi poli, vinicemi a loukami, tedy mimo dopravně frekventované silnice, avšak i na těchto cestách mívají pády z kola nepříjemné, ba tragické následky a netřeba jim zbytečně nahrávat nadměrně ovíněným stavem jezdců.

Význam Moravských vinařských stezek pro cyklisty bychom tedy viděli spíše než v konzumaci vína a burčáku především v:

- poznání zajímavé, generacemi kultivované a na historické památky bohaté krajiny jižní Moravy,
- poznání vinohradnictví a práce vinařů,

- ochutnávce výsledků jejich práce a zakoupení láhve jejich vína jako suvenýru, dárku.

Vinaři se tedy projíždějícím cykloturistům mohou pochlubit výsledky své práce, přiblížit jim výrobu a pití vína a případně je získat jako své zákazníky. Dále jim mohou nabízet další vlastní zemědělské produkty a služby, jako je to u agroturistiky obvyklé – tzn. nejrůznější formy občerstvení, ubytování a přístřeší. Cykloturistika je to totiž na rozdíl od autoturistiky velice závislá a citlivá na výkyvy a proměny počasí.

Obecně lze říct, že v obcích Moravských vinařských stezek je méně než třeba na cyklotrasách dejme tomu střední Moravy patrná nabídka služeb pro cyklisty, zejména servisu a oprav kol.

Na rozdíl od autorů projektu, jak již bylo uvedeno výše, jsme tedy poněkud skeptičtí k tomu, že by Moravské vinařské stezky mohly představovat „dlouhodobý projekt rozvoje vinařství“. Myslíme si, že rozvoj vinařství na jižní Moravě se bude muset opírat o jiné projekty než jsou Moravské vinařské stezky. Naopak venkovský cestovní ruch na jižní Moravě si lze ve všech jeho podobách, tedy včetně cykloturistiky, sotva představit bez spojení s místními vinařskými tradicemi.

Při cestách Podlužím, Velkopavlovickem a Brněnskem v červnu 2003 a 2004 se konkrétně ukázalo, že například v Nových Bránicích neměli vinaři o projekt Moravských vinařských stezek zájem, proto se obec nepřipojila. Naopak v sousedních Dolních Kounicích se městský úřad aktivně zapojil, ale začíná se to teprve rozbíhat. Před několika měsíci byly se zpožděním vytištěny cyklomapy Brněnské vinařské stezky. Zatím o ně není zájem. Také místní vinaři se projekt dosud příliš nezajímají a s žádnou vlastní iniciativou nepřišli. Ve vinných sklípčích jsou pouze tehdy, když tam mají práci. Jinak je nutné si s nimi předem telefonicky domluvit, objednat návštěvu.

Podobně v Židlochovicích teprve začínají. V létě 2004 otevřeli Regionální turistické informační centrum, jehož součástí by mimo jiné byla i vinotéka s produkty místních vinařů. Po vzoru Znovínu Znojmo, a.s. a jeho propagačních materiálů (Tip na výlet a Vinicemi Znojemska) vydali na konci roku 2004 vlastní Vinařskou mapu Židlochovicka v měřítku 1 : 50 000, v níž jsou informace o vinařských obcích a viničních tratích.

Východní část od Brna, kde podle mapy má Moravská vinařská stezka začínat v Podolí, ještě není až do Slavkova u Brna označena. Podle starosty Viničních Šumic zatím čekají na finanční dotaci. Představitelé Slavkova (tajemník a vedoucí životního prostředí) vůbec o projektu Moravských vinařských stezek, které již částečně přes jejich město vedou, nic nevěděli.

DISKUSE

Celkově lze konstatovat, že na příkladu Brna je vidět, že obyvatelé považují své město a jeho přírodní okolí za vhodné pro rekreaci, procházky a trávení volného času vůbec. Za hlavní příčiny toho, že obyvatelé Brna nevyužívají přírodní okolí ke své rekreaci, stejně jako nejezdí na kole a nesportují, jsou nejčastěji uváděny zdravotní problémy a nedostatek volného času.

Uvedené marketingové výzkumy, které jsme na přelomu let 1999–2001 realizovali pro Magistrát města Brna, naznačují konkrétní možnosti využití marketingových nástrojů a přístupů v místní veřejné správě. Důležité je, jak lze vidět na příkladu výzkumů pro projekt Zdravé město, že uvedené postupy se jako osvědčené a prověřené, používají opakovaně. V tomto případě se tak marketingový výzkum stává v místní veřejné správě nenahraditelným zdrojem především empirických údajů.

Uvedený příklad opakovaného marketingového výzkumu přináší především konkrétní poznatky o problematice rekreace v Brně, jako jsou například:

- Obyvatelé Brna považují své město a jeho přírodní okolí za vhodné pro rekreaci, procházky a trávení volného času vůbec. Brňané o něco více než před čtyřmi lety využívají okolí Brna k rekreaci a jsou s touto možností spokojeni.
- Většina (55 %) respondentů jezdí na kole a téměř polovina (48 %) považuje rozsah cyklostezek v Brně a okolí za dostatečný, oproti pouhé čtvrtině v roce 1997 (27 %). Situace s cyklostezkami se v Brně vyvíjí k větší spokojenosti. Nové možnosti otevírá v tomto směru nová cyklostezka z Brna do Vídně.
- Zájem o sportování se příliš nemění. Sportují zhruba dvě třetiny obyvatel Brna.
- Za hlavní příčiny toho, že obyvatelé Brna nevyužívají přírodní okolí ke své rekreaci, stejně jako nejezdí na kole a nesportují, jsou nejčastěji uváděny zdravotní problémy a nedostatek volného času.

Tím, že se však jedná o výzkum opakovaný, je zde novým přínosem to, že jsme schopni zachytit a vyjádřit časové proměny sledovaných jevů a problémů.

Naopak poznatky o Moravských vinařských stezkách naznačují, že celý projekt je dodnes hodně poznamenán tím, jak vznikl „od stolu“. Vždyť první vydání cyklomap jsou datována již rokem 2000. Některé oblasti (například Velkopavlovická) již mají druhá vydání svých map.

To, že celý projekt Moravských vinařských stezek zatím nefunguje, je možná způsobeno tím, že se Nadaci Partnerství nepodařilo získat pro tuto myšlenku jednotlivé místní radnice. Ty se bohužel doposud s tímto projektem neidentifikovaly. Obvykle vědí

pouze to, že přes jejich obec vede tato cyklostezka, že tam jsou nainstalovány směrovky, orientační tabulky a mapy. Ale podstata a smysl jim zatím uniká. Takto pasivní radnice potom sotva mohou pro tento projekt nadchnout a získat jednotlivé soukromé podnikatele a občany.

Další, s tímto úzce související problém, je otázka, jak propojit Moravské vinařské stezky s místními mikroregiony a jejich aktivitami. Ty mají zatím pro místní obce větší význam. Nové Bránice i Dolní Kounice jsou především součástí mikroregionu Ivančicko (11 obcí). Podobně je tomu také v případě Židlochovic, které mají vlastní mikroregion (24 obcí), případně jsou součástí mikroregionu Cezava (15 obcí). Obci Diváky podle vyjádření starosty Moravské vinařské stezky nic nepřinášejí, důležitější je pro ně mikroregion Hustopečsko (21 obcí). Viničné Šumice jsou součástí mikroregionu Rokytnice a vydali si vlastní propagační materiál, včetně cyklotrasy.

Právě díky aktivitám mikroregionů začíná map Moravských vinařských stezek přibývat. Dokonce se shodnou grafickou úpravou, jakou má celý soubor map tohoto projektu, si ji vydal v roce 2003 například mikroregion Hrušovansko (měřítko 1:70 000).

Z těchto zkušeností je zřejmé, že Moravské vinařské stezky měly mít nejprve jasně definované *odpovídající poslání a reálně naplnitelnou vizi*, jak už jsme naznačili výše. Za druhé potom v jednotlivých obcích nejsou vytvořeny *náležité podmínky* pro rozvoj cykloturistiky, zejména chybí nabídka takových služeb jako jsou informační centra, servis a opravy kol, občerstvení, místa pro odpočinek a ubytování. Základem však musí být vytvoření reálně fungujících *partnerských vztahů*, a to jednak na místní úrovni obce, tzn. mezi obecním úřadem, podnikateli (zvláště vinaři) a místními občany, ale také na úrovni mikroregionů mezi obcemi, bez ohledu na to, zda jsou či nejsou na cyklotrasách Moravské vinařské stezky. Navíc se zde nabízejí možnosti, jak je spojit v rámci příhraniční spolupráce v rámci zemí Evropské unie například s obdobnými projekty v dolnorakouském Weinviertleru. Teprve potom bude možné tyto aktivity náležitě koordinovat, zefektivňovat a využívat synergických efektů. Zatím působí značně roztržštěně a nahodile.

Podobně, jako je zemědělská výroba oproti průmyslové výrazně víc závislá na přírodních a klimatických podmínkách, je obdobně těmito faktory mnohem výrazněji ovlivněn cestovní ruch na venkově než ve městě. Ale, jak jsme viděli na příkladu Moravských vinařských stezek, pro rozvoj cestovního ruchu na venkově u nás chybí i další faktory jako jsou vybavenost, dopravní dostupnost a nejrůznější služby stejně jako efektivnější využívání principů a nástrojů marketingu místního cestovního ruchu.

SOUHRN

V první části se příspěvek věnuje otázkám dalšího rozvoje cestovního ruchu ve městě. Jako příklad využití města a jeho okolí ke sportovním a rekreačním aktivitám jsou uvedeny některé výsledky našeho reprezentativního výzkumu názorů obyvatel Brna. Jelikož jsme stejný výzkum realizovali poprvé v roce 1997 a opakovaně na konci roku 2001, je možné porovnávat a zjišťovat vývojové posuny.

Příspěvek upozorňuje na hlavní nedostatky, ale i možnosti nově vytvářeného projektu Moravských vinařských stezek na jižní Moravě. Empiricky vychází z vlastních zkušeností, zejména z osobních rozhovorů s představiteli místní veřejné správy a hodnotí je z hlediska marketingu rozvoje místního cestovního ruchu.

Příspěvek ukazuje, že v České republice zdaleka ještě nevyužíváme všech možností, které pro rozvoj cestovního ruchu nabízejí města i venkovské obce a mikroregiony. Zejména jsou opomíjeny principy a nástroje marketingu místního cestovního ruchu.

městský a venkovský cestovní ruch, rekreační a sportovní možnosti v Brně, partnerství v místním cestovním ruchu, Moravské vinařské stezky

Příspěvek vznikl v rámci řešení výzkumného záměru PEF MZLU v Brně číslo MSM 6215648904 nazvaného *Česká ekonomika v procesech integrace a globalizace a vývoj agrárního sektoru a sektoru služeb v nových podmínkách evropského integrovaného trhu*.

LITERATURA

FORET, M., FORETOVÁ, V.: *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-247-020-X
POUROVÁ, M.: *Agroturistika – možnosti rozvoje a*

perspektiva v České republice. 1. vyd. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2000. 113 s. ISBN 80-213-0672-6

POUROVÁ, M., STŘÍBRNÁ, M.: *Venkovská turistika*. 1. vyd. Klatovy: Úhlava, 2003. 107 s. ISBN 80-903093-5-6

Adresa

Prof. PhDr. Miroslav Foret, CSc., Ústav marketingu a obchodu, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno, Česká republika, e-mail: foret@mendelu.cz

