



Marketingová studie cestovního ruchu regionu, analytická část
Kyjovsko

Zadavatel Městský úřad Kyjov

Řešitel Dat, s. r. o.

Tento projekt je spolufinancován EU a Jihomoravským krajem

Obsah

1 Úvod.....	5
1.1 Úvodní informace.....	5
1.2 Zadavatel a řešitel marketingové studie.....	5
1.3 Zadání marketingové studie.....	5
1.4 Použitá metodika.....	6
2 Koncepční dokumenty pro rozvoj cestovního ruchu.....	7
2.1 Koncepční dokumenty pro cestovní ruch na národní úrovni.....	7
2.1.1 Národní rozvojový plán.....	7
2.1.2 Koncepce státní politiky cestovního ruchu České republiky.....	8
2.1.3 Společný regionální operační program (SROP).....	8
2.2 Koncepční dokumenty pro cestovní ruch v Jihomoravském kraji.....	9
2.2.1 Program rozvoje kraje.....	9
2.2.2 Strategie rozvoje cestovního ruchu.....	10
2.3 Koncepční dokumenty pro cestovní ruch v mikroregionu Kyjovsko.....	11
2.3.1 Sdružení obcí mikroregion Moštěnka.....	11
2.3.2 Mikroregion Nový Dvůr.....	12
2.3.3 Mikroregion Horovansko.....	13
2.3.4 Svazek obcí mikroregion Podchřibí.....	14
2.3.5 Mikroregion Ždánicko.....	15
2.3.6 Mikroregion Babí lom.....	16
2.3.7 Mikroregion Bzenecko.....	17
3 Obecné trendy vývoje cestovního ruchu.....	19
3.1 Prognóza vývoje.....	19
3.1.1 Trendy cestovního ruchu v Evropě podle CzechTourism.....	19
3.1.2 Prognóza vývoje mezinárodního cestovního ruchu v roce 2005 a 2006.....	20
3.2 Bariéry rozvoje cestovního ruchu v České republice.....	20
3.3 Nejdůležitější faktory ovlivňující budoucí vývoj v cestovním ruchu.....	21
4 Analýza nabídky.....	25
4.1 Základní charakteristika území regionu Kyjovsko.....	25
4.1.1 Přírodní charakteristika.....	26
4.1.2 Socioekonomické charakteristiky.....	29
4.1.3 Kulturně–historické charakteristiky.....	31
4.2 Turistická infrastruktura.....	34
4.2.1 Doprava.....	34
4.2.2 Ubytovací a stravovací zařízení.....	34
4.2.3 Ostatní doplňková turistická infrastruktura.....	36
4.2.3.1 Pořadatelé akcí.....	36
4.2.3.2 Sport a sportoviště.....	36
4.2.4 Atraktivity cestovního ruchu.....	37
4.2.4.1 Přírodní turistické cíle:.....	37
4.2.4.2 Historicko–kulturní turistické cíle:.....	37
4.2.4.3 Hlavní kulturní zařízení.....	38
4.2.5 Aktivity.....	38
4.2.5.1 Pěší turistika.....	38
4.2.5.2 Cykloturistika.....	39
4.2.5.3 Poznávací turistika.....	39
4.3 Organizace a marketing cestovního ruchu v regionu Kyjovsko.....	40
4.3.1 Subjekty cestovního ruchu, které svojí působností zasahují do regionu Kyjovsko.....	40
4.3.2 Hlavní subjekty činné v marketingu cestovního ruchu regionu Kyjovsko.....	41
4.3.2.1 Veřejná správa.....	41
4.3.2.2 Podnikatelské subjekty.....	42
4.3.2.3 Region Slovácko.....	43
5 Analýza poptávky.....	45
5.1 Analýza turistů a návštěvníků – příjezdový cestovní ruch.....	45
5.1.1 Cestovní ruch a jeho význam pro Českou republiku.....	45
5.1.2 Vývoj počtu turistů v České republice.....	45
5.1.3 Vývoj počtu turistů v Jihomoravském kraji.....	46
5.1.4 Počet zahraničních turistů v České republice v roce 2004.....	46

5.1.5	Zahraníční hosté v krajích v roce 2004.....	48
5.1.6	Počet zahraničních turistů v Jihomoravském kraji v roce 2004.....	49
5.1.7	Hlavní důvody návštěvy České republiky.....	51
5.1.8	Sezonalita cestovního ruchu - zahraniční turisté.....	51
5.2	Analýza turistů a návštěvníků – domácí cestovní ruch.....	52
5.2.1	Uskutečněné cesty domácích turistů a návštěvníků.....	52
5.2.2	Důvody pro realizaci delších cest.....	52
5.2.3	Návštěvnost jednotlivých krajů.....	52
5.2.4	Návštěvnost turistických regionů v roce 2004.....	53
5.3	Analýza turistů a návštěvníků Jihomoravského kraje.....	54
5.3.1	Demografická struktura respondentů.....	54
5.3.2	Socioekonomická struktura respondentů.....	54
5.3.3	Důvod návštěvy regionu.....	55
5.3.4	Způsob organizace pobytu.....	56
5.3.5	Délka pobytu a typ skupiny návštěvníků.....	57
5.3.6	S kým tráví návštěvníci Jihomoravského kraje svůj pobyt.....	57
5.3.7	Způsob ubytování.....	58
5.3.8	Způsob získávání informací o regionu.....	58
5.3.9	Frekvence návštěv regionu.....	59
5.3.10	Trávení volného času.....	59
5.3.11	Spokojenost s pobytem v regionu.....	60
5.4	Dotazníkové šetření - Analýza turistů a návštěvníků regionu	61
5.4.1	Důvody návštěvy regionu Kyjovsko.....	61
5.4.2	Nejlákavější aktivity regionu Kyjovsko.....	61
5.4.3	Hodnocení kvality služeb cestovního ruchu.....	63
5.4.4	Infocentrum Kyjovské Slovácko.....	67
5.4.5	Hodnocení dalších služeb spojených s cestovním ruchem.....	72
5.4.6	Využívání informačních zdrojů.....	75
5.4.7	Počet dosavadních návštěv regionu Kyjovsko.....	76
5.4.8	Spokojenost návštěvníků s pobytem na Kyjovsku.....	77
5.5	Dotazníkové šetření - Image regionu Kyjovsko.....	78
5.5.1	Cíl dotazování.....	78
5.5.2	Vyhodnocení dotazníku.....	78
5.5.2.1	Vnímání regionu Kyjovsko turisty.....	79
5.5.2.2	Změna či prohloubení image regionu Kyjovsko.....	80
5.5.2.3	Změny a zlepšení nutné k dalšímu rozvoji cestovního ruchu v regionu.....	80
5.5.2.4	Turistické cíle, které nejsou dostatečně prezentovány.....	81
5.5.2.5	Za čím především turisté na Kyjovsko jezdí.....	81
6	Analýza konkurence.....	82
7	SWOT analýza.....	83
7.1	Silné stránky.....	83
7.2	Slabé stránky.....	83
7.3	Příležitosti.....	84
7.4	Ohrožení.....	84

Seznam tabulek

Tabulka 1: Seznam obcí regionu Kyjovsko.....	25
Tabulka 2: Seznam mikroregionů a dobrovolných svazků obcí zasahujících do správního území Kyjovsko	26
Tabulka 3: Ubytovací a stravovací zařízení v jednotlivých obcích regionu Kyjovsko.....	35
Tabulka 4: Přehled hlavních kulturních zařízení v regionu Kyjovsko.....	38
Tabulka 5: popis tabulky.....	40
Tabulka 6: Počet českých a zahraničních turistů v hromadných ubytovacích zařízeních.....	45
Tabulka 7: Vývoj počtu českých a zahraničních turistů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních v Jihomoravském kraji.....	46
Tabulka 8: Zahraniční hosté v hromadných ubytovacích zařízeních České republiky podle zemí v roce 2004.....	47
Tabulka 9: Zahraniční hosté v krajích v roce 2004.....	48
Tabulka 10: Počet zahraničních turistů v Jihomoravském kraje v roce 2004	49
Tabulka 11: Porovnání TOP pěti zahraničních národností v České republice a v Jihomoravském kraji v roce 2004	50
Tabulka 12: Počet uskutečněných delších cest za účelem trávení volného času a rekreace v letech 1998 – 2004.....	52
Tabulka 13: Počet uskutečněných delších cest za účelem trávení volného času a rekreace.....	52
Tabulka 14: Počet uskutečněných delších cest v ČR za účelem trávení volného času a rekreace podle místa pobytu v roce 2004..	53
Tabulka 15: Návštěvnost regionů v roce 2004 - počet hostů.....	53
Tabulka 16: Struktura respondentů z hlediska pohlaví a věku.....	54
Tabulka 17: Zahraniční respondenti podle státu trvalého pobytu	55
Tabulka 18: Důvod návštěvy regionu.....	55
Tabulka 19: Struktura respondentů z hlediska důvodu návštěvy regionu jižní Mrava a věku.....	56
Tabulka 20: Způsob organizace návštěvy a pobytu.....	56
Tabulka 21: Způsob ubytování.....	58
Tabulka 22: Respondenti podle způsobu získávání informací o regionu.....	58
Tabulka 23: Frekvence návštěv regionu v průběhu posledních pěti let.....	59
Tabulka 24: Formy trávení volného času.....	59

1 Úvod

1.1 Úvodní informace

Marketingová studie regionu Kyjovsko vznikla jako součást komplexního projektu „Turistický portál regionu Kyjovsko na podporu cestovního ruchu“. Tento projekt byl realizován v rámci Společného regionálního operačního programu, a to konkrétně v rámci grantového schématu 4.1.2 Program na podporu regionálních a místních služeb cestovního ruchu. Cílem celého projektu je přispět ke zviditelnění turistických atraktivit a možností, které cestovní ruch v regionu poskytuje. Projekt vytváří základní rámec pro další rozvoj cestovního ruchu v regionu.

Samotný projekt se skládal ze čtyř částí – vypracování marketingové studie; sběru, třídění a parametrizace dat; vytvoření www prezentace; vydání tiskových propagačních materiálů. Tato marketingová studie tedy tvoří nedílnou součást celého projektu.

1.2 Zadavatel a řešitel marketingové studie

V roli zadavatele vystupovalo město Kyjov, které bylo zároveň zodpovídalo za realizaci celého projektu. Řízením projektu byla pověřena PaedDr. Ilona Pecháčková, vedoucí odboru školství a kultury.

Řešitel marketingové studie byl vybrán na základě výběrového řízení. Stala se jím firma Dat, s. r. o. zastoupená Mgr. Martinem Holčíkem. Firma Dat byla pověřena zpracováním marketingové studie, sběrem dat a tvorbou www prezentace.

Zadavatel

Město Kyjov
Odbor školství a kultury
Masarykovo náměstí 30
697 22 Kyjov
Tel: 518 697 583
Email: i.pechackova@mukyjov.cz

Řešitel

Dat, s. r. o.
Jiřího z Poděbrad 1212
686 01 Uherské Hradiště
Tel: 572 554 789
Email: info@dat.cz

1.3 Zadání marketingové studie

Při zpracování marketingové studie vycházel řešitel z následujícího zadání definovaného ze strany zadavatele:

- marketingová studie bude sloužit jako podklad pro vytvoření www stránek a tiskových materiálů
- součástí zpracování marketingové studie je i dotazníkové šetření
- svým rozsahem musí pokrýt lokalitu regionu Kyjovsko, která je pro potřeby studie definována jako správní území obce Kyjov s rozšířenou působností
- marketingová studie se skládá ze tří částí, tyto části jsou analýza, výzkum a syntéza
- studie analyzuje současný stav a vývoj na trhu cestovního ruchu, výhled do budoucna, konkurenci, cílové skupiny - analyzuje informace získané z již dostupných prověřených zdrojů
- součástí studie je i výzkum, přičemž požadovanou metodou je dotazování
- závěrečnou část studie představuje syntéza, která poskytne zcela konkrétní podklady pro formulaci obsahu www stránek a tiskových materiálů
- zpracovaná studie má v budoucnu sloužit jako nástroj pro organizaci a řízení marketingu cestovního ruchu

1.4 Použitá metodika

Při zpracování marketingové studie vycházel řešitel z následujících metodických postupů:

- cílená spolupráce se subjekty zabývajícími se cestovním ruchem v cílovém území
- studium dostupných koncepčních materiálů v oblasti cestovního ruchu
- analýza informací týkajících se cestovního ruchu ze stávajících dostupných zdrojů (statistiky, studie, šetření)
- příprava a realizace dotazníkového šetření na téma „image regionu Kyjovsko“
- příprava a realizace rozsáhlého výzkumu zaměřeného na poskytované služby v oblasti cestovního ruchu
- syntéza získaných informací a definování konkrétních opatření pro marketing cestovního ruchu

2 Koncepční dokumenty pro rozvoj cestovního ruchu

2.1 Koncepční dokumenty pro cestovní ruch na národní úrovni

Od roku 1990 byla na národní úrovni zpracována řada koncepčních dokumentů, studií a analýz, které se zabývaly problematikou cestovního ruchu. Některé dokumenty se této problematice dotýkaly pouze okrajově, jiné byly přímo zaměřeny na oblast cestovního ruchu. Na zpracování většiny těchto dokumentů se podílely instituce odpovědné za rozvoj cestovního ruchu – vláda České republiky, ministerstvo pro místní rozvoj či organizace CzechTourism.

Mezi dokumenty v oblasti cestovního ruchu patří:

- Národní rozvojový plán ČR (Sektorová část Cestovní ruch a lázeňství)
- Strategie regionálního rozvoje ČR (2000)
- Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2002 – 2007
- Strategický program ekonomického a sociálního rozvoje ČR
- Strategie rozvoje lidských zdrojů pro Českou republiku (2003)
- Sektorový rozvojový program
- Sektorový operační program
- Regionální analýza cestovního ruchu v ČR (2001)
- Hodnocení potenciálu cestovního ruchu na území ČR (2001)
- Potenciál cestovního ruchu – územně omezující a podporující faktory (2002)
- Strategie rozvoje kulturního cestovního ruchu v ČR (2002)
- Společný regionální operační program (2002 - 2003)
- Strategie propagace ČR (2004 – 2010)
- Program rozvoje regionů

Z pohledu významu pro rozvoj cestovního ruchu je zásadní zejména Národní rozvojový plán ČR a jeho Sektorová část – Cestovní ruch a lázeňství a Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2002 – 2007.

2.1.1 Národní rozvojový plán

Národní rozvojový plán je zastřešující strategický dokument, který je orientovaný na získání finanční podpory ze strukturálních fondů a Fondu soudržnosti. Na základě analýzy situace v České republice byly stanoveny základní oblasti rozvoje, tzv. prioritní osy.

1. Posílení konkurenceschopnosti průmyslu a podnikatelských služeb
2. Rozvoj dopravní infrastruktury
3. Rozvoj lidských zdrojů
4. Ochrana a zkvalitňování životního prostředí
5. Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství
6. Rozvoj cestovního ruchu

Cílem prioritní osy Rozvoj cestovního ruchu je zvýšení podílu cestovního ruchu na hospodářském růstu. Podpora v rámci této prioritní osy by měla přispět ke zvýšení konkurenceschopnosti celého odvětví cestovního ruchu. Na základě analýzy stávajících problémů byly formulovány 4 základní strategické cíle a 4 priority pro jejich naplňování.

Strategické cíle Národního rozvojového plánu:

- přispět ke stabilizaci a tvorbě nových pracovních příležitostí zejména v regionech s vysokou nezaměstnaností
- podpořit aktivitami cestovního ruchu rozvoj malého a středního podnikání ve strukturálně postižených a hospodářsky slabých regionech
- přispět ke zvyšování příjmů státního a místních rozpočtů
- přispět ke zvyšování devizových příjmů cestovního ruchu v obchodní bilanci

Priority Národního rozvojového plánu České republiky, sektorové části - Cestovní ruch a lázeňství:

- podpora budování infrastruktury cestovního ruchu, zejména pro malé a střední podnikání
- podpora budování organizační struktury cestovního ruchu a příprava lidských zdrojů pro cestovní ruch
- podpora tvorby produktů cestovního ruchu
- podpora zachování a obnovy kulturního a přírodního dědictví pro cestovní ruch

2.1.2 Koncepce státní politiky cestovního ruchu České republiky

Koncepce státní politiky cestovního ruchu ČR (dále jen koncepce) představuje další významný dokument zabývající se rozvojem cestovního ruchu. Koncepce byla připravena v průběhu roku 2001 a je zpracovaná pro období 2002 – 2007. Tato koncepce byla vytvořena v souladu s Národním rozvojovým plánem ČR a zároveň vycházela z úkolů Strategie regionálního rozvoje ČR. V rámci koncepce bylo stanoveno 13 cílů státní politiky cestovního ruchu pro následující období.

Cíle státní politiky cestovního ruchu pro léta 2002 - 2007:

- zvyšování devizových příjmů z CR
- zvyšování příjmů státního a místních rozpočtů
- stabilizace, resp. získání nových pracovních příležitostí v regionech
- podpora aktivit CR v regionech, se zřetelem na rozvoj malého a středního podnikání, zejména ve strukturálně postižených a hospodářsky slabých regionech
- zkvalitnění infrastruktury CR
- vytvoření legislativního rámce pro podporu rozvoje CR z hlediska kompetencí orgánů státní správy a samosprávy
- participace na tvorbě legislativního rámce a vynuocovacího práva systému ochrany spotřebitele
- zdokonalení systému odborného (středního a vysokého) školství v oblasti CR
- vytvoření systému celoživotního vzdělávání dospělých v oblasti CR
- efektivní využití kulturně historického potenciálu (včetně technických památek) pro CR
- zajištění účinnějšího marketingu CR na různých stupních řízení veřejné správy
- zabezpečení aproximace práva EU v oblasti CR do právního systému ČR
- vytvoření systému pro přijímání finanční podpory EU (strukturální fondy) v oblasti CR

Naplňování cílů bude realizováno prostřednictvím následujících 10 opatření:

- realizace Státního programu podpory CR
- vytvoření satelitního účtu CR
- implementace právního systému EU v oblasti CR do právního systému ČR
- tvorba návrhu zákona o podpoře CR
- vytvoření integrovaného informačního systému CR
- podpora tvorby a realizace turistických produktů, zaměřených především na kulturně poznávací turistiku, lázeňství, kongresovou a incentivní turistiku, venkovskou turistiku, včetně agroturistiky a ekoturistiky, cyklo a pěší turistiku apod.
- zvýšení účinnosti zahraniční prezentace ČR jako významné turistické destinace na světovém trhu cestovního ruchu
- grantová politika ČCCR na podporu tvorby a realizace regionálních produktů CR
- zajištění účinnějšího marketingu CR na různých stupních řízení veřejné správy
- navázání na dříve zpracovanou Rajonizaci cestovního ruchu a vypracování hodnocení potenciálu CR na území ČR.

2.1.3 Společný regionální operační program (SROP)

Naplňování Národního rozvojového plánu prioritní osy rozvoje cestovního ruchu je realizováno prostřednictvím Společného regionálního operačního programu (dále jen SROP). Původně měla být podpora cestovního ruchu prováděna prostřednictvím Sektorového operačního programu Cestovní ruch. Na základě vyjednávání vstupních podmínek ČR do EU byl tento program zrušen a jeho problematika byla převedena do výše zmíněného programu SROP.

SROP není výlučně zaměřený na podporu rozvoje cestovního ruchu. Prostřednictvím tohoto programu směřuje podpora do následujících čtyř priorit:

- Regionální podpora podnikání
- Regionální rozvoj infrastruktury (dopravy a informačních technologií)
- Rozvoj lidských zdrojů v regionech
- Rozvoj cestovního ruchu

Priorita č. 4 – Rozvoj cestovního ruchu je zaměřen na modernizaci infrastruktury cestovního ruchu a zlepšení efektivity, zvýšení kvalifikace a profesionálního přístupu, podporu partnerství mezi podniky, podporu spolupráce soukromého a veřejného sektoru a vytvářením sítí zlepšujících integraci služeb zapojených do řetězce služeb v cestovním ruchu. Priorita je realizovaná prostřednictvím dvou opatření - 4.1 Rozvoj služeb pro cestovní ruch a 4.2 Rozvoj infrastruktury pro cestovní ruch. Každé opatření se dělí na další dvě podopatření.

Opatření 4.1 Rozvoj služeb pro cestovní ruch:

- podopatření 4.1.1 – podpora služeb mající nadregionální či nadnárodní charakter
- podopatření 4.1.2 – podpora poskytování služeb majících regionální či místní charakter

Opatření 4.2 Rozvoj infrastruktury pro cestovní ruch:

- podopatření 4.2.1 - podpora omezeného počtu větších projektů cestovního ruchu nadregionálního významu zaměřených na ucelené produkty cestovního ruchu v ČR
- podopatření 4.2.2 - podpora ucelenějších projektů regionálního či místního významu, zaměřených na rozvoj infrastruktury potřebné pro cestovní ruch v obcích a regionech

Na programové dokumenty zpracované na národní úrovni navazují zejména dokumenty na úrovni krajů, resp. měst a obcí, případně různým způsobem vytvářených sdružení obcí (euroregiony, mikroregiony).

2.2 Koncepční dokumenty pro cestovní ruch v Jihomoravském kraji

Problematiky rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji se dotýkají následující strategické programy kraje. Některé se cestovním ruchem zabývají okrajově, u jiných stojí cestovní ruch v centru zájmu.

- Program rozvoje JMK
- Strategie rozvoje cestovního ruchu v JMK
- Programové prohlášení Rady JMK
- Koncepce podpory státní památkové péče v JMK
- Dlouhodobý záměr rozvoje vzdělávání
- Koncepce ochrany přírody JMK

Z uvedených strategických dokumentů je pro rozvoj cestovního ruchu nejdůležitější Program rozvoje kraje a Strategie rozvoje cestovního ruchu.

2.2.1 Program rozvoje kraje

Program rozvoje kraje je základním střednědobým programovým dokumentem k podpoře regionálního rozvoje na úrovni kraje s důrazem na sociálně-ekonomickou sféru, schválený na 8. zasedání Zastupitelstva JMK dne 14. 2. 2002 (usnesení č. 285/02/Z8). Program se skládá z vize, specifických cílů a opatření směřujících k naplnění vize.

Vizí programu rozvoje kraje je: „Podstatné zvýšení globální konkurenceschopnosti Jihomoravského kraje s důrazem na komplexní rozvoj lidských zdrojů, zvýšení hospodářského významu a přínosu cestovního ruchu, zlepšování kvality života a trvale udržitelný rozvoj.“

Program rozvoje kraje obsahuje následující problémové okruhy:

1. průmysl, obchod, výrobní služby, trh práce a zaměstnanost
2. zemědělství a venkov

3. lidské zdroje
4. technická infrastruktura
5. životní prostředí a přírodní zdroje
6. cestovní ruch
7. meziregionální vztahy

2.2.2 Strategie rozvoje cestovního ruchu

Z Programu rozvoje kraje vychází Strategie rozvoje cestovního ruchu (dále jen strategie). Tato strategie vychází z předpokladů Jihomoravského kraje pro cestovní ruch. Strategie vychází z toho, že Jihomoravský kraj je prostor, který:

- je z pohledu cestovního ruchu tradičně považován za atraktivní a má dostatečně různorodou a pestrou nabídku
- je dnes administrativně celistvý a lze jej považovat za dostatečně konzistentní a homogenní
- je krajem vína, přátel a pohostinných lidí, kteří ctí lidské a kulturní hodnoty
- se profiluje a svou identitu turistické destinace dosud hledá

Mottem strategie je: „Od regionů k destinaci, od destinace k člověku.“ Pro rozvoj cestovního ruchu byla stanovena následující rozvojová vize:

- Jihomoravský kraj se chce stát moderně řízenou turistickou destinací středoevropského významu. Připraví produktovou nabídku zaměřenou jednak na tradiční a jednak na progresivní způsoby trávení volného času.
- Jihomoravský kraj považuje za nejvýznamnější strategický segment trhu tuzemského turistu, jedince, rodiny a skupiny tvořené zejména obyvateli velkých městských aglomerací ČR.
- U zahraničních turistů se bude Jihomoravský kraj orientovat na dva hlavní segmenty. Prvním jsou obchodníci a účastníci kongresového turismu, druhým segmentem je evropský turista, bez geografické specifikace původu, který se cítí být oslovován již stávající nabídkou.
- Vytčených cílů Jihomoravský kraj dosáhne prostřednictvím nové organizační a řídicí struktury cestovního ruchu. Svou strategii založí na rozvoji přirozených turistických regionů.
- Důraz bude kladen na šetrný turismus vedoucí k obecné udržitelnosti rozvoje prostoru, přičemž za prioritní Jihomoravský kraj považuje oblasti kongresového cestovního ruchu, turistiky ve venkovském prostoru, rekreace u vody a koupání, meziregionální a mezinárodní spolupráci v cestovním ruchu.

Na základě vyhodnocení současné situace byly stanoveny 4 problémové okruhy se stanovenými prioritami rozvoje:

Problémový okruh 1: Prostorové aspekty destinace

Priority:

1. meziregionální spolupráce v CR
2. využití polohy a přírodních charakteristik
3. péče o krajinu a kulturní dědictví

Problémový okruh 2: Technická infrastruktura a atraktivita CR

Priority:

1. informační systém
2. sportovní turistika
3. kongresová turistika
4. kulturní a poznávací turistika
5. zdravotní turistika
6. vinařství a agroturistika

Problémový okruh 3: Lidské zdroje v cestovním ruchu

Priority:

1. profesní vzdělávání

2. standardy kvality
3. kultura přístupu k turistům

Problémový okruh 4: Organizace, management a marketing destinace

Priority:

1. destinační management CR
2. zapojení podnikatelské a neziskové sféry
3. marketing destinace Jihomoravského kraje

2.3 Koncepční dokumenty pro cestovní ruch v mikroregionu Kyjovsko

Problematika cestovního ruchu není v mikroregionu řešena uceleným koncepčním dokumentem. Území mikroregionu Kyjovsko je pro potřeby projektu definováno jako území obce Kyjov s rozšířenou působností. Na tomto území se nachází několik mikroregionů a dobrovolných svazků obcí. Všechny tyto mikroregiony mají rozpracovanou koncepci svého rozvoje ve formě integrované rozvojové strategie či podobného dokumentu. Jedná se o následující mikroregiony a strategie:

- Dobrovolný svazek obcí Severovýchod: Kyjovsko – rozvojový program regionu
- Sdružení obcí mikroregion Moštěnka: Integrovaná rozvojová strategie venkovského mikroregionu
- Mikroregion Nový Dvůr: Integrovaná rozvojová strategie venkovského mikroregionu
- Mikroregion Hovoransko: Integrovaná rozvojová strategie venkovského mikroregionu
- Svazek obcí mikroregion Podchřibí: Integrovaná rozvojová strategie venkovského mikroregionu
- Mikroregion Ždánicko: Strategie rozvoje mikroregionu Ždánicko
- Mikroregion Babí lom: Strategie rozvoje mikroregionu Babí lom
- Mikroregion Bzenecko: Integrovaná rozvojová strategie venkovského mikroregionu

2.3.1 Sdružení obcí mikroregion Moštěnka

Název strategie: Integrovaná rozvojová strategie venkovského mikroregionu

Rok vzniku: 2002

Obce mikroregionu: Kostelec, Hýsly, Čeložnice, Moravany

Strategické cíle:

1. strategický cíl: Zlepšení životního prostředí v mikroregionu
2. strategický cíl: Vytvořit technické a sociální služby mikroregionu Moštěnka
3. strategický cíl: Rozvoj turistického ruchu je úzce spojen s koncepcí ústředního motta mikroregionu a koncepcí rozvoje „Zeleného koridoru“

Priority a opatření:

V průběhu projednávání dílčích etap strategie byly stanoveny následující priority a metodou bodování stanoveno pořadí. Heslovité vyjádření opatření je nezbytné rozpracovat do dalších metodických dokumentů a konkrétních projektů. Priority obsahují i naznačení cesty, jak dosáhnout strategických cílů a stanovují i základní investici, která je zachycena v prioritě č. 4. – Koordinace aktivit.

Priorita 1: Životní prostředí

Opatření:

- Odtokové poměry vody v mikroregionu
- Krajnotvorné prvky
- Způsob hospodaření (nutná změna)
- Pozemkové úpravy

Priorita 2: Vytvoření podmínek pro rozvoj podnikání a zaměstnanosti

Opatření:

- Rozvoj technických služeb
- Rozvoj sociálních služeb
- Koncepce „Zeleného koridoru“

Priorita 3: Rozvoj cestovního ruchu

Opatření:

- Podpora místních tradic
- Zachování kulturního dědictví
- Podpora vinařství a vinařské turistiky
- Koncepce „Zeleného koridoru“

Priorita 4: Koordinace aktivit mikroregionu

Opatření:

- Vytvoření koordinačního týmu (starostové, zemědělci, chataři,...)
- Vytvoření funkce koordinátora aktivit a jeho financování

2.3.2 Mikroregion Nový Dvůr

Název strategie: Integrovaná rozvojová strategie venkovského mikroregionu

Rok vzniku: duben - květen 2002

Obce mikroregionu: Milotice, Svatobořice – Mistrův, Ratíškovice, Vacenovice, Skoronice, Vlkoš

Strategické cíle:

1. strategický cíl

Zajistit dokonalou infrastrukturu a občanskou vybavenost jako základ pro udržitelný rozvoj na venkově a rozvoj podnikatelských aktivit a aktivit v turistickém ruchu.

2. strategický cíl

Vytvořit podmínky pro rozvoj ekonomicky udržitelných aktivit s důrazem na vznik pracovních příležitostí. Vytvořit ekonomicky udržitelný sociální servis pro občany obcí v mikroregionu.

3. strategický cíl

S pomocí pozemkových úprav provést rekonstrukci krajiny jako základního předpokladu pro rozvoj turistického ruchu a zlepšení životních podmínek. Propojením obcí a měst Kyjova a Hodonína cyklistickou trasou vedenou mimo silnice, zpřístupnit mikroregion.

4. strategický cíl

Zvláštním programem podpořit rozvoj vinařství, vinařské turistiky a výroby regionálních produktů s vyšší přidanou hodnotou.

5. strategický cíl

Koordinací a zvyšováním kvality organizování kulturních a sportovních akcí dosáhnout zvýšení frekvence návštěvníků mikroregionu i v době mimo hlavní turistickou sezónu.

Priority a opatření:

Priorita 1: Obnova krajiny

Opatření:

- Pozemkové úpravy

- Cestní síť a propojení mezi obcemi a městy (Kyjov – Hodonín)
- Revitalizace vodních toků
- Voda a její okolí (mokřady, podzemní vody a její využití)
- Protierozní opatření (ozeleňování)
- Památky

Priorita 2: Rozvoj vinařství a jeho tradic

Opatření:

- Rozvoj vinných sklepů zlepšení jejich infrastruktury
- Rozvoj „Vinné turistiky“ a služeb s tím spojených, vzdělávání vinařů

Priorita 3: Lidské zdroje

Opatření:

- Organizátor informačního systému a projektů
- Rozšíření aktivit – umělecký inkubátor mikroregionu
- Rozvoj kulturních a spolkových událostí a jejich koordinace
- Rozvoj sportovních událostí a jejich koordinace

Priorita 4: Infrastruktura a veřejná prostranství

Opatření:

- Základní infrastruktura (kanalizace, ČOV, podpora alternativních metod a zdrojů)
- Kulturní infrastruktura
- Sportovní infrastruktura
- Turistická infrastruktura
- Informační systém – jednotný systém v mikroregionu (směrovky,...)

Priorita 5: Ekonomický a sociální rozvoj

Opatření:

- Zemědělství a jeho koncepce v mikroregionu
- Podnikatelské aktivity
- Turistika a služby
- Sociální péče a sociální infrastruktura pro stárnoucí občany
- Vzdělávání a školství

2.3.3 Mikroregion Horovansko

Název strategie: Integrovaná rozvojová strategie venkovského mikroregionu

Rok vzniku: prosinec 2002

Obce mikroregionu: Šardice, Horovany, Čejč, Karlín, Terezín

Strategické cíle:

1. strategický cíl

Překonat lokální ekonomickou krizi způsobenou poklesem zaměstnanosti a tím i příjmů v sektoru hornictví a zemědělství. Vytvořit podmínky pro vznik nových směrů ekonomických aktivit.

2. strategický cíl

Výrazně zlepšit životní prostředí

3. strategický cíl

Naučit se efektivně komunikovat všemi směry a se všemi partnery

Priority a opatření:

Priorita 1: Profesionalizace mikroregionu

- Zastoupení a práce v mikroregionu

Priorita 2: Infrastruktura a občanská vybavenost

- Společná technická a technologická zázemí

Priorita 3: Informovanost a komunikační dovednosti**Priorita 4: Řešení životního prostředí**

- Důraz na odtokové poměry (rekonstrukce krajiny)

Priorita 5: Udržování a rozvoj kulturního dědictví a tradic**Priorita 6: Motivace lidí**

- K podnikání a podpoře podnikání

2.3.4 Svazek obcí mikroregion Podchřibí**Název strategie: Integrovaná rozvojová strategie venkovského mikroregionu**

Rok vzniku: srpen – září 2002

Obce mikroregionu: Kelčany, Žádovice, Ježov, Skalka, Labuty, Vřesovice

Strategické cíle:

1. Podpora ekonomického rozvoje mikroregionu
2. Podpora sociálního rozvoje mikroregionu
3. Program podpory obnovy krajiny a zlepšení životního prostředí

Priority a opatření:

Priorita 1: Ekonomický a sociální rozvoj

Opatření:

- Zemědělství a jeho koncepce v mikroregionu
- Podnikatelské aktivity
- Turistika a služby
- Sociální péče a sociální infrastruktura pro stárnoucí občany
- Vzdělávání a školství

Priorita 2: Infrastruktura a veřejná prostranství

Opatření:

- Základní infrastruktura
- Kulturní infrastruktura
- Alternativní přístupy k infrastruktuře

- Sportovní infrastruktura
- Turistická infrastruktura
- Jednotný informační systém v mikroregionu

Priorita 3: Lidské zdroje a volný čas

Opatření:

- Rozvoj kulturních a společenských aktivit a jejich koordinace
- Rozvoj sportovních aktivit a jejich koordinace
- Rozšíření aktivit

Priorita 4: Rozvoj vinařství a jeho tradic

Opatření:

- Rozvoj lokalit vinných sklepů a zlepšení jejich infrastruktury
- Zapojení vinařství do turistiky a rozvoj služeb s ní spojených
- Vzdělávání vinařů

Priorita 5: Obnova krajiny a rozvoj turistiky

Opatření:

- Pozemkové úpravy
- Revitalizace vodních toků a nádrží
- Cestní síť a propojení obcí, cyklostezky
- Protierozní a protipovodňová opatření
- Péče o památky

2.3.5 Mikroregion Ždánicko

Název strategie: Strategie rozvoje mikroregionu Ždánicko

Rok vzniku: prosinec 2002

Obce mikroregionu: Archlebov, Dambořice, Dražůvky, Lovčice, Násedlovice, Uhřice, Žarošice, Ždánice

Cíl strategie

Vytvořit do roku 2015, který je časovým horizontem strategie, region, který využívá svého potenciálu k zvýšení kvality života obyvatel a je plnohodnotnou součástí Jihomoravského kraje. Je to region s fungující ekonomikou opírající se o místní malé a střední firmy, region s udržovanou kulturní krajinou a kvalitním životním prostředím. Cílem strategie je posílit existující vazby obyvatel k regionu prostřednictvím zvýšení životní úrovně a spolupráce mezi sektory společnosti v obcích a mezi obcemi. Budováním image regionu jako místa rozvíjejícího místní hospodářské a kulturní tradice ve zdravém prostředí, vytvořit ze Ždánicka místo, které je atraktivní pro turisty, investory i jako místo k bydlení.

Návrh strategického rozvoje mikroregionu Ždánicko specifikuje čtyři hlavní směry rozvoje tzv. priority. V rámci každého směru jsou navržena hlavní programová opatření, která jsou dále rozpracována do úrovně návrhu konkrétních opatření pro realizaci v době platnosti dokumentu.

Priority a opatření:

Směr A: Vytvoření předpokladů pro posílení výkonnosti hospodářských subjektů

- A.1 Podporovat udržení a rozvoj existujících výrobních a nevýrobních subjektů
- A.2 Vytvářet podmínky pro příchod investorů do mikroregionu
- A.3 Účinně podporovat zvýšení zaměstnanosti a kultivovat podmínky na trhu práce

Směr B: Aktivizace lidských zdrojů a posílení regionální identity

- B.1 Zvýšit dostupnost a kvalitu bydlení
- B.2 Vytvářet podmínky pro zvyšování úrovně vzdělanosti obyvatel
- B.3 Rozšiřovat nabídku volnočasových aktivit pro obyvatele i návštěvníky

Směr C: Zvýšení atraktivit mikroregionu po návštěvníky

- C.1 Vybudovat organizační strukturu cestovního ruchu
- C.2 Podporovat rozvoj turistické infrastruktury a rozšiřování nabídky rekreačních, kulturních a sportovních aktivit
- C.3 Vytvářet a propagovat specializované turistické produkty a programy
- C.4 Marketingová podpora rozvoje cestovního ruchu

Směr D: Vytvoření kvalitní a bezpečné infrastruktury pro trvale udržitelný rozvoj území

- D.1 Zlepšit technický stav komunikací, zvýšit bezpečnost provozu a zkvalitnit obsluhu území veřejnou dopravou
- D.2 Zlepšit vybavenost mikroregionu technickou infrastrukturou
- D.3 Zlepšit péči o krajinu a životní prostředí

2.3.6 Mikroregion Babí lom

Název strategie: Strategie rozvoje mikroregionu Babí lom

Rok vzniku: prosinec 2002

Obce mikroregionu: Strážovice, Stavěšice, Sobůlky, Nechvalín, Ostrovánky, Bukovany, Kyjov, Věteřov, Nenkovice, Želetice, Dražůvky

Strategické cíle:

1. strategický cíl

Vytvořit podmínky pro vznik nových ekonomických aktivit a tím zmírnit a postupně odstranit negativní dopady změny struktury pro podnikání. Vytvořit pozitivní motivaci ke změnám.

2. strategický cíl

Výrazně zlepšit životní prostředí nejen v extravilánu obcí, ale i v intravilánu, a to jak po stránce technické, tak i po stránce zlepšení kvality života (eko - sociální).

3. strategický cíl

Zvýšit kvalitu informací, jejich propojením a vzájemnou podporou dosáhnout synergických účinků. Zapojit do realizace strategie široké spektrum místních organizací.

Priority a opatření:

Priorita 1: Rozvoj turistiky

Opatření:

- Festival Cyklistiky
- Slovácký rok

Priorita 2: Společný informační systém, propagace mikroregionu, koordinace aktivit

Opatření:

- Profesionalizace práce mikroregionu

Priorita 3: Infrastruktura

Opatření:

- Generel cestní sítě
- Sladění územních plánů

Priorita 4: Životní prostředí

Opatření :

- Ustanovení skupiny expertů

Priorita 5: Společný společenský život, kulturní kalendář

Opatření:

- Profesionalizace práce mikroregionu

2.3.7 Mikroregion Bzenecko

Název strategie: Integrovaná rozvojová strategie venkovského mikroregionu

Rok vzniku: prosinec 2002

Obce mikroregionu: Bzenec, Vracov, Moravský Písek, Těmice, Domanín, Žeravice, Syrovín

Strategické cíle:

1. strategický cíl

Zajistit dokonalou infrastrukturu a občanskou vybavenost

2. strategický cíl

Vytvořit podmínky pro rozvoj ekonomických aktivit

3. strategický cíl

Rekonstrukce krajiny

4. strategický cíl

Koordinace a zvyšování kvality organizování, vzdělávání a informování

Priority a opatření:

Priorita 1: Dokončení a budování infrastruktury

Opatření:

- Rekonstrukce silnice I/54
- Generel cestní sítě
- Zpracování územní dokumentace mikroregionu

Priorita 2: Společný informační systém

Opatření:

- Informační centrum mikroregionu – zámek
- Regionální muzeum
- Osvěta
- Zpracování komunikační strategie mikroregionu

Priorita 3: Rozvoj cestovního ruchu

Opatření:

- Zpracování koncepce cestovního ruchu
- Podpora vinařství
- Projekty cestovního ruchu

Priorita 4: Rekonstrukce a obnova krajiny

Opatření :

- Pozemkové úpravy
- Vytvoření partnerství
- Zpracování územní dokumentace

Priorita 5: Podpora podnikání

3 Obecné trendy vývoje cestovního ruchu

3.1 Prognóza vývoje

3.1.1 Trendy cestovního ruchu v Evropě podle CzechTourism

- Nárůst počtu osob ve vyšším věku - podstatně vzroste počet obyvatel ve věku 55 - 75 let
- Rostoucí zájem spotřebitelů o sebe sama
- Uvědomování si významu zdraví
- Informační technologie
- Vyšší disponibilní příjmy
- Rostoucí fond volného času
- Zkušenosti s cestováním a lepší dostupnost
- Jistota a bezpečí, kvalita a pohodlí - turisté budou mnohem rychleji reagovat v případě, že nabízený produkt nebude splňovat očekávané standardy
- Kvalita životního prostředí a relativní bezpečnost je silnou stránkou regionu

Některé z dalších trendů, které zasáhnou v nejbližších letech také cestovní ruch na Kyjovsku (zpracované dle podkladů WTO a CzechTourism):

- Trh tvořený seniory zároveň přispívá k rozvoji poptávky po vzdělávacích zájezdech a dovolených. Ty lákají hlavně zákazníci s vyšším vzděláním a zcestovalé osoby.
- Zkracování hlavní delší dovolené a její nahrazování větším počtem krátkodobějších dovolených i v obdobích mimo hlavní sezónu - tvoří se takzvaný únikový trh (krátkodobá dovolená). Je odrazem společnosti, která hledá oddech a únik, kdykoliv je to možné.
- Zvyšuje se počet kombinovaných cest, které spojují pracovní povinnosti s příjemným odpočinkem a zážitkem.
- Rostoucí zájem o hodnoty jiných kultur - rozšiřuje se možnost nabídky turistických událostí a atrakcí, které by mohly vzbudit zájem turistů.
- Klesá obliba cestování ve velkých skupinách a naopak roste obliba individuální turistiky. Taková forma cestování vyžaduje efektivní informační a orientační systém.
- Zvyšuje se důraz na zájmově zaměřený cestovní ruch – jako jsou kulturní či vzdělávací zájezdy nebo cesty umožňující profesní růst – mohou velmi posílit a obohatit smysl cesty a zážitky.
- Roste stále více popularita aktivní dovolené a rovněž poptávka po všech aktivitách s ní spojených.
- Narůstá průměrná úroveň vzdělanosti. Výsledkem bude rostoucí role umění, kultury a historie při plánování dovolené.
- Poroste potřeba lepšího a tvořivějšího způsobu poskytování informací.
- Poroste poptávka po nových destinacích střední a východní Evropy.
- Bude více preferována mobilita.
- Poroste preference regionů, které nabízejí širokou, rozmanitou a zcela vyváženou koncepci cestovního ruchu.
- Chování ve volném čase bude více individualizované, poroste poptávka spíše po menších ubytovacích jednotkách (menší rodinné hotely, farmy).
- Posun ve vnímání života a životního stylu způsobí pokles v poptávce po plně doprovázených zájezdech.
- V cestovním ruchu poroste význam vizuálních prezentací.
- Dostupnost turistických informací o destinacích a produktech a složitější systémy vyhledávání způsobí mnohem větší konkurenci na trhu cestovního ruchu.
- Destinace budou více profitovat z jednoduché dostupnosti především v případě krátkodobějších pobytů.
- Lepší dostupnost přímých vlakových a leteckých spojení bude stimulovat poptávku po prodloužených víkendech a krátkodobějších pobytech ve městech v zahraničí.
- Přetížení silniční dopravy bude mít negativní vliv na cesty soukromými vozy, zejména v hlavní sezóně.

Uvedené trendy působí v mnoha případech společně, není tedy možné stanovit u každého z nich přesný následek a období působení.

3.1.2 Prognóza vývoje mezinárodního cestovního ruchu v roce 2005 a 2006

Dle údajů World Tourism Organization je mezinárodní cestovní ruch je uvolněný a očekává se jeho dlouhodobý růst o 4 %. Rozvoj cestovního ruchu bude nejvíce ovlivněn ekonomickými podmínkami zdrojových zemí jako je např. inflace a úrokové sazby, nicméně velké změny se neočekávají. Výrazný dopad mohou mít výkyvy v ceně ropy na mezinárodních trzích, a to především v případě turistů ze vzdálenějších zdrojových zemí, jejichž počet může klesnout v důsledku zdražení letecké dopravy.

3.2 Bariéry rozvoje cestovního ruchu v České republice

Jak vyplývá z analýzy současného stavu cestovního ruchu v ČR uvedené v dokumentu „Koncepte státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2002 – 2007“, rozvoj cestovního ruchu v regionech naráží na řadu bariér. Jednou z nich je nekvalitní a v některých aspektech nedostatečná infrastruktura cestovního ruchu a služeb, nízká technická úroveň a vybavenost turistických tras včetně informačních a orientačních systémů, atp. Agentura Czechtourism iniciovala zpracování 55 překážek pro rozvoj CR v České republice (<http://www.czechtourism.cz/index.php?show=00701.1>), z nichž níže uvedených 27 překážek se přímo týká regionu Kyjovsko.

- Cestovní ruch není uznán jako jedno ze zcela klíčových odvětví ekonomiky (přestože tvoří 6 % HDP a zaměstnává 10 % obyvatel ČR)
- Chování personálu ve službách (naš zákazník - naše neštěstí), neznalost jazyků, neochota
- Nedostatek veřejných WC (a zvláště čistých)
- Špatná kvalita cest
- Minimální spolupráce a komunikace veřejného sektoru s podnikatelskou sférou a neziskovými organizacemi
- Malá spolupráce mezi jednotlivými městy a mikroregiony například v oblasti propagace a tvorby společných turistických produktů
- Otevírací doba hradů, zámků a dalších pamětihodností neodpovídá potřebám turistů
- Mnohdy nedostatečná nabídka doprovodných služeb a akcí - neexistence alternativního programu pro turisty např. v případě špatného počasí, nedostatek doprovodných aktivit
- Nedostatečná infrastruktura
- Nedostatečné místní značení a špatná orientace v regionu a v obcích, neexistence aktivních informačních center v turisticky významnějších obcích (v některých působí jen v omezeném rozsahu např. v rámci knihovny)
- Nezkoušenost s marketingem cestovního ruchu v regionech
- Nedostatečná kvalita a profesionální vybava zaměstnanců infocenter, jejich malá spolupráce s podnikatelskými subjekty stravovacích a ubytovacích služeb
- Jazyková bariéra - pokud jde o značení a nápisy ve městech, na nádražích, na silnicích atd.
- Stavebně technický stav některých památek (především v méně rozvinutých regionech), nepřístupnost některých historických objektů (např. hradů)
- Naprostý nedostatek prostředků na řádnou údržbu a obnovu památkového fondu a na zabezpečení památek zpřístupněných veřejnosti, nedostatek financí na uchování dalších památek
- Nedostatečné využívání kulturního dědictví venkovských oblastí - památkově chráněno je přibližně stejné množství vesnic jako měst
- Nedostatečnost statistických informací za odvětví cestovního ruchu
- Pro cizince relativní obtížnost cestování automobilem; jedná se o celý komplex problémů: jazyková bariéra, nepřehledné značení (zejména ve městech) a špatná úroveň komunikací
- Relativní obtížnost cestování hromadnou dopravou - komunikační potíže při nákupu jízdenek, špatná kvalita služeb (toalety ve vlacích a na nádražích)
- Špatná dostupnost, nedostatek vlakových a autobusových spojení do turisticky významných míst
- Neexistence standardizované klasifikace hotelů, zařazení hotelů do kategorie často neodpovídá evropskému standardu, stejně u infocenter, restaurací
- Nedostatky v budování turistických tras (cyklostezky, lyžařské běžecké trasy, trasy pro turistiku na koních)
- Špatné sociální zařízení v některých kempech
- Nedostatek dětských hřišť a atrakcí pro děti

- Nedostatek či úplná absence nekuřáckých restaurací nebo nekuřáckých zón
- Neumíme turistům poděkovat za návštěvu - cedulí, jednoduchou tiskovinou na infocentrech atd.

3.3 Nejdůležitější faktory ovlivňující budoucí vývoj v cestovním ruchu ¹

Vzhledem k tomu, že je cestování stále více neodmyslitelnou součástí našeho života, mají změny ve společnosti, stejně tak jako změny ekonomické či změny životního stylu, následný a neustálý vliv na cestovní ruch. Pro sektor cestovního ruchu je velmi důležité tyto změny co možná v nejrannější fázi akceptovat a přizpůsobit jim nabídku cestovního ruchu.

Preference a chování lidí a s nimi i nabídka služeb a produktů cestovního ruchu se neustále vyvíjejí. Zatímco dříve nabídka určovala poptávku, dnes je tomu právě naopak. Stále větší nasycení trhu, rostoucí zájem spotřebitelů o sebe sama, vyšší disponibilní příjmy a rostoucí fond volného času ovlivňují úspěšnost dodavatelů služeb cestovního ruchu.

Konkurence bude stále více nestálější. V následujících několika bodech jsou shrnuty základní budoucí trendy ovlivňující cestovní ruch. Je důležité rovněž zdůraznit, že trendy působí v mnoha případech společně, není tedy možné stanovit u každého z nich přesný následek a období působení.

Jako nejdůležitější faktory, které v budoucnu ovlivní rozvoj cestovního ruchu, byly definovány:

- demografie
- zdraví
- vnímavost a vzdělání
- volný čas
- zkušenosti s cestováním
- životní styl
- informační technologie
- doprava
- udržitelný rozvoj
- doprava a bezpečí

Demografie

Během několika let dojde k výraznému nárůstu osob ve vyšším věku, přičemž senioři budou mnohem zdravější a budou disponovat vyššími příjmy, než tomu bylo v minulosti. Díky tomuto faktu poroste poptávka zkušenějších turistů – seniorů mnohem rychleji než obecně zaměřená poptávka po cestovním ruchu.

Důsledky pro cestovní ruch:

- rostoucí poptávka po kvalitě, pohodlí a bezpečnosti
- rostoucí poptávka po jednoduchých způsobech dopravy
- rostoucí poptávka po relaxačních aktivitách (golf)
- rostoucí poptávka po produktech zaměřených na jednotlivce
- rostoucí poptávka spíše v obdobích mimo hlavní sezónu (zimní pobyty)
- v marketingových aktivitách by měl být kladen méně důraz na věk a více na pohodlí
- rostoucí poptávka po vzdálenějších destinacích, ale částečně i po kratších pobytech (prodloužené víkendy)

¹ Zdroj: ETC – Trends for Tourism in Europe (November 2003)

Původní text byl zpracován Hermanem Bosem z Netherlands Board of Tourism ve spolupráci s ETC (European Travel Commission) a ETAG (European Travel & Tourism Action Group). Zpracovala: Monika Belejová, CCCR, odbor analýz, listopad 2003

Zdraví

Uvědomování si významu zdraví bude v budoucnosti neustále narůstat. Tento faktor nebude sice ovlivňovat objem poptávky, bude ale zcela určitě ovlivňovat rozhodovací proces ve vztahu k destinaci a chování během pobytu v zahraničí.

Důsledky pro cestovní ruch:

- turisté se budou stále častěji vyhýbat destinacím, které jsou chápány jako méně zdravé
- poptávka po pouze letních dovolených bude stále klesat
- poroste stále více popularita aktivní dovolené a rovněž poptávka po všech aktivitách s ní spojených
- poroste poptávka po wellness produktech, lázeňských pobytech a fitness centrech

Vnímavost a vzdělávání

V budoucnu bude neustále narůstat průměrná úroveň vzdělanosti. Výsledkem tohoto trendu bude při plánování dovolené rostoucí role umění, kultury a historie, včetně rostoucího významu výchovných a duchovních hodnot.

Důsledky pro cestovní ruch:

- rostoucí poptávka po speciálních produktech
- stále častěji budou do balíčků služeb cestovních kanceláří zahrnovány prvky umění, kultury a historie, totéž se týká i individuálního cestování
- poroste potřeba lepšího a tvořivějšího způsobu poskytování informací
- poroste poptávka po nových destinacích střední a východní Evropy

Volný čas

Moderní společnost klade stále větší tlak na běžný život člověka, a tak stimuluje jeho poptávku po volném čase a relaxaci. Na druhou stranu má tento trend opačný vliv na volné disponibilní příjmy vzhledem k rostoucímu počtu dnů placené dovolené.

Důsledky pro cestovní ruch:

- rostoucí poptávka po levnějších produktech
- rostoucí poptávka po relaxačních pobytech
- zkracování hlavní delší dovolené a její nahrazování větším počtem krátkodobějších dovolených

Zkušenosti s cestováním

Více zkušenější spotřebitelé si budou stále více zajišťovat cesty sami podle svých potřeb, bude kladen větší důraz na kvalitu a na poměr kvality a ceny.

Důsledky pro cestovní ruch:

- dovolená bude stále více doplňována alternativními způsoby trávení času a utrácením peněz
- mnohem více utrpí destinace s nepřijatelným standardem služeb
- bude se stále více objevovat smíšené spotřební chování: jeden rok jednoduchá, další rok luxusní dovolená nebo jeden rok dlouhodobá, další rok krátkodobá dovolená
- preference dovolených budou stále více roztržštěné
- věrnost destinacím bude nadále oslabovat
- zkušenosti budou stimulovat turisty k návštěvám již navštívených destinací v minulosti, s kterými byli spokojeni
- bude více preferována mobilita, čímž poroste poptávka po půjčovnách aut, motocyklů a kol
- poroste preference regionů, které nabízejí širokou, rozmanitou a zcela vyváženou koncepci, poroste poptávka po lepším destinačním managementu

Životní styl

Životní styly se budou v západní společnosti postupně měnit, což ovlivní pohled turistů na jejich osobní potřeby a chování.

Důsledky pro cestovní ruch:

- společenské postavení bude méně důležité
- chování ve volném čase bude více individualizované, poroste poptávka spíše po menších ubytovacích jednotkách (menší rodinné hotely, farmy)
- posun ve vnímání života a životního stylu způsobí pokles v poptávce po plně doprovázených zájezdech
- dodavatelé získají vyšší zisky, pokud budou schopni vytvořit zcela nové produkty, bude stále důležitější jejich specializace v souvislosti se specifickými koníčky a zájmy
- poroste poptávka po druhých domovech
- stále více se bude projevovat trend návratu k „jednoduchému“ – např. budou spíše preferovány bungalovy před hotely a stany před karavany

Informační technologie

Rozšiřování internetu a jeho využívání nejen k získávání informací, ale i k nákupu turistických produktů a služeb, bude i nadále narůstat. V cestovním ruchu poroste neustále i význam vizuálních prezentací.

Důsledky pro cestovní ruch:

- dostupnost turistických informací o destinacích a produktech a složitější systémy vyhledávání způsobí mnohem větší konkurenci na trhu cestovního ruchu
- zkušenější turisté si budou stále více sestavovat svou dovolenou prostřednictvím přímé rezervace přes internet
- význam cestovních agentur poklesne, balíky služeb budou stále více nakupovány přes internet
- internet pozmění roli národních turistických organizací a posílí roli e-marketingu
- základním předpokladem úspěšných webových stránek bude dostupnost hlubších informací, jak o produktech, tak o destinacích, a přístupná propojení a prolínky
- možnost nákupu přes internet bude mít za následek ještě pozdější rezervace
- vzroste potřeba spolehlivých on-line rezervací především ze strany více zkušených a sebejistých turistů

Doprava

Lepší dostupnost rychlostních vlaků a nízkonákladových přepravečů ovlivní klasické způsoby cestování. Silniční doprava bude stát před problémem přesycení a nahromadění.

Důsledky pro cestovní ruch:

- destinace budou více profitovat z jednoduché dostupnosti především v případě krátkodobějších pobytů, zejména pokud jsou hlavní události pořádány v období mimo sezóny
- lepší dostupnost přímých vlakových a leteckých spojení bude stimulovat poptávku po prodloužených víkendech a krátkodobějších pobytech ve městech v zahraničí
- vzroste využívání vysokorychlostních železnic, které tak převezmou vysoký podíl v současné době letecké dopravy
- přetížení silniční dopravy bude mít negativní vliv na cesty soukromými vozy, zejména v hlavní sezóně klesne význam autobusové dopravy
- bariéry způsobené nedokonalými jízdními řády a nepřilíh optimální dopravou budou mít velice negativní vliv na destinace, které neakceptují rostoucí poptávku po snadné dostupnosti
- okružní plavby, ať už levnější či nákladné, narostou na významu, především u populace starší 50 let

Udržitelný rozvoj

Uvědomování si významu ekologie nadále poroste. V cestovním ruchu to způsobí zvýšenou poptávku po destinacích, ve kterých bude hrát stále významnější roli příroda a populace.

Důsledky pro cestovní ruch:

- vzroste důležitost jednotlivých regionů v rámci destinace
- politika destinačního managementu musí být zlepšována prostřednictvím kontinuálnějšího a důslednějšího plánování
- preference destinací budou stále silněji spojovány s podporou místního obyvatelstva a jejich přívětivým postojem

- k rostoucímu počtu přijíždějících turistů
- ekoturismus nesmí být zaměňován s udržitelným rozvojem cestovního ruchu

Jistota a bezpečí

Teroristické útoky, regionální války, znečištěné prostředí a další kritické situace se bohužel stanou součástí denního života a ovlivní tak zvýšenou potřebu jistoty a bezpečí.

Důsledky pro cestovní ruch:

- turisté se budou více vyhýbat destinacím, které jsou považovány za méně bezpečné
- při výběru destinace bude hrát větší úlohu kvalita vody (jezera, bazény, ale i vody z vodovodní sítě)
- turisté budou mnohem rychleji reagovat v případě, že nabízený produkt nebude splňovat očekávané standardy
- významně vzrostou náklady zaručující bezpečnost
- průmysl cestovního ruchu bude pružněji a lépe reagovat a uspokojovat poptávku v krizových obdobích

4 Analýza nabídky

4.1 Základní charakteristika území regionu Kyjovsko

Centrem správního území regionu je Kyjov, od roku 2003 město s rozšířenou působností pro 41 obcí této oblasti.

Tabulka 1: Seznam obcí regionu Kyjovsko

Obec	Telefon	e-mail	www stránka
Město Kyjov	+420 518 697 411	urad@mukyjov.cz	www.kyjov.cz
Obec Archlebov	+420 518 633 522	ou.archlebov@razdva.cz	
Obec Bukovany	+420 518 618 022	oubukovany@tiscali.cz	
Město Bzenec	+420 518 306 411	podatelna@bzenec.cz	www.bzenec.cz
Obec Čeložnice	+420 518 617 445	obec.celoznice@quick.cz	
Obec Damborice	+420 518 631 325	oudamborice@sendme.cz	www.damborice.cz
Obec Domanín	+420 518 388 201	domanin@cmail.cz	www.domanin.info.cz
Obec Dražůvky	+420 518 633 526	obec.drazuvky@tiscali.cz	www.home.tiscali.cz/drazuvky
Obec Hovorany	+420 518 375 102	obec.hovorany@tiscali.cz	www.obec-hovorany.cz
Obec Hýsly	+420 518 617 326	obechysly@mybox.cz	www.hysly.cz
Obec Ježov	+420 518 626 221	objezov@tiscali.cz	www.jezov.cz
Obec Kelčany	+420 518 625 728	kelcany@cmail.cz	
Obec Kostelec	+420 518 612 138	obec.kostelec@wo.cz	www.obec-kostelec.cz
Obec Labuty	+420 518 626 321	obec.labuty@cmail.cz	
Obec Lovčice	+420 518 633 420	ou.lovcice@iol.cz	www.lovcice.cz
Obec Milotice	+420 518 619 541	starosta@milotice.cz	www.milotice.cz
Obec Moravany	+420 518 617 530	moravany@tiscali.cz	
Obec Mouchnice	+420 517 367 428	obec.mouchnice@tiscali.cz	www.mouchnice.cz
Obec Násedlovice	+420 518 631 428	nasedlovice@iol.cz	www.web.telecom.cz/ounasedlovice
Obec Nechvalín	+420 518 618 224	nechvalin@tiscali.cz	www.nechvalin.cz
Obec Nenkovice	+420 518 622 621	obec.nenkovice@quick.cz	www.quick.cz/nenkovice.cz
Obec Ostrovánky	+420 518 618 023	obec.ostrovanky@quick.cz	
Obec Skalka	+420 518 626 227	ou.skalka@worldonline.cz	
Obec Skoronice	+420 518 625 822	obec.skoronice@tiscali.cz	www.skoronice.cz
Obec Sobůlky	+420 518 622 425	sobulky@wo.cz	www.sobulky.cz
Obec Stavěšice	+420 518 622 152	stavesic@e-dnes.cz	www.web.telecom.cz/stavesice
Obec Strážovice	+420 518 622 128	strazovice@quick.cz	www.sweb.quick.cz/strazovice
Obec Svatoborice – Mistrín	+420 518 620 237	obec@svatoborice-mistrin.cz	www.svatoborice-mistrin.cz
Obec Syrovín	+420 518 388 127	ou@syrovin.cz	www.syrovin.cz
Obec Šardice	+420 518 624 525	ou.sardice@sardice.cz	www.sardice.cz
Obec Těmice	+420 518 388 207	obec@temice.cz	www.temice.cz
Obec Uhřice	+420 518 631 630	starosta@uhrice.cz	www.uhrice.cz
Obec Vacenovice	+420 518 376 160	starosta@vacenovice.cz	www.vacenovice.cz
Obec Věteřov	+420 518 622 420	ou.veterov@worldonline.cz	www.veterov.cz
Obec Vlkoš	+420 518 625 326	ouvlkos@promail.cz	www.vlkos.cz
Obec Vracov	+420 518 628 182	muvracov@iol.cz	www.vracov.cz
Obec Vřesovice	+420 518 626 322	obec.vresovice@tiscali.cz	
Obec Žádovice	+420 518 626 127	zadovice@cmail.cz	
Obec Žarošice	+420 518 631 530	ouzarosice@worldonline.cz	
Město Žďánice	+420 518 633 615	muzdanice@politavi.cz	www.muzdanice.cz
Obec Želetice	+420 518 622 725	obec.zeletice@tiscali.cz	www.zeletice.cz
Obec Žeravice	+420 518 626 022	obec@obeczeravice.cz	www.obeczeravice.cz

Do správního území regionu Kyjovsko zasahuje několik mikroregionů. Tímto termínem se rozumí buď svazek obcí (dle zákona o obcích) nebo zájmové sdružení právnických osob založené za účelem spolupráce v problematice regionálního rozvoje.

Následující tabulka č. 2 obsahuje výčet mikroregionů zasahujících do regionu Kyjovsko a jejich stručnou charakteristiku.

Tabulka 2: Seznam mikroregionů a dobrovolných svazků obcí zasahujících do správního území Kyjovsko

Název seskupení obcí	Sídlo, statutární zástupce
Dobrovolný svazek obcí Severovýchod (Žďánicko, Kyjovsko, Bzenecko)	Městský úřad Vracov, 696 42 Nám. Míru 202 e-mail: muvracov@iol.cz, muvracov@kyjov.cz
Sdružení obcí mikroregion Moštěnka	Obecní úřad Hýsly, 696 50 Tibor Skalka, Josef Marčík e-mail: obechysly@mybox.cz
Mikroregion Nový Dvůr	Obecní úřad Milovice, 696 05 tel: +420518619479 Richard Šeďa e-mail: mistostarosta@milovice.cz
Mikroregion Hovoransko	Obecní úřad Hovorný, 696 12 tel: +420518375102 Ing. Josef Grmolec e-mail: obec.hovorany@tiscali.cz
Svazek obcí mikroregion Podchřibí	Obecní úřad Skalka, 696 48 tel: +420518626227 Ing. Miroslav Pavličík e-mail: ou.skalka@worldonline.cz
Mikroregion Žďánicko	Obecní úřad Archlebov tel: +420518633522 Ing. Oldřich Ždánský e-mail: ou.archlebov@razdva.cz
Mikroregion Babí lom	Městský úřad Kyjov MVDr. V. Ždánský obec Strážovice 196 tel: +420518622128 e-mail: strazovice@quick.cz
Mikroregion Bzenecko	Městský úřad Bzenec tel: +420518384760 Pavel Čejka e-mail: mubzenec@es-servis.cz

4.1.1 Přírodní charakteristika

Kyjovská oblast ležící na okraji Panonské nížiny je vymezena na severu lesními porosty Žďánického lesa a Chřibů. Jsou to nízká pohoří zejména s dubovými a bukovými porosty. Původní vegetaci zde tvoří doubravy s pestrým zastoupením karpatských druhů rostlin a živočichů. Ve střední a jižní části se zachovaly ostrůvky květnatých luk, pastvin a stepních strání s velkým počtem chráněných druhů rostlin a hmyzu.

Kyjovsko jako jedna z nejsušších oblastí ČR klade důraz na zachycování vody v krajině revitalizací vodních toků, chráněním jezer, rybníků, mokřadů, kde se vytváří příznivé prostředí pro život mnoha organismů – např. hnízdění ptáků. Je zde možno pozorovat unikátní rostlinná společenstva na bezlesých plochách vátých písků. K ochraně významných částí přírody byla vyhlášena řada chráněných území.

Díky své poloze má specifický ráz i zdejší vinařství. Vzhledem k severnějšímu položení vinic jsou pro Kyjovsko typické ranější odrůdy vinné révy – muškát moravský, rulandské šedé, ryzlink rýnský a müller thurgau. Jižně od Kyjova lemuje území

komplex borových lesů rozložených na pískách. Kyjovem protéká říčka Kyjovka pramenící v Chříbech.

Geomorfologická charakteristika

Území regionu Kyjovsko patří do Karpatské soustavy, která je součástí geologicky mladé alpínské horské soustavy. V této oblasti ji tvoří starotřetihorní vnější flyšové pásmo, které se skládá z magurského flyše (flyšem je nazýván horninový útvar, v němž se střídají vrstvy hornin) a ždánické jednotky, a mladotřetihorní Vídeňská pánev, která sem zasahuje svým severním okrajem, tzv. rakvickou krou, na níž stojí i město Kyjov. Povrch oblasti je většinou pokryt čtvrtohorními usazeninami.

Z hlediska mineralogie patří Kyjovsko k chudým oblastem. V celém území chybí horniny vyvěřelé (magmatity) a horniny přeměněné (metamorfity), které jsou hlavními zdroji nerostných výskytů. V místních usazeninách, včetně panonských vápničných jílů a písků ve střední a jižní části, je jen málo nerostných nalezišť.

Třetihorní flyšové horniny vznikaly sedimentací materiálu na dně moře, byly postupně vyvrásněny a nejodolnější z nich pak představují nejvyšší části Kyjovska (Chříby, Ždánický les). Na Kyjovsku je nalezneme jako ojedinělé pískovcové skalní útvary, nebo drobné výchozy střídajících se typů hornin (vápničných jílovců, pískovců) ve starých těžebnách. V písčítých sedimentech zde můžeme místy nalézt větší schránky třetihorních živočichů.

Původní třetihorní horniny jsou však překryty mladšími horninami čtvrtohorními, které vznikaly i jako důsledek střídání dob ledových a meziledových. Přestože v severní části nacházíme svahové sedimenty, je převážná část Kyjovska tvořena materiálem, který vznikl usazením částic unášených větrem (váté sedimenty). Ve spraších, na nichž se vyvinuly úrodné půdy, můžeme nalézt drobné vápnité konkrce (cicváry), povrch vátých písků v Doubravě je zase zajímavý dnes již lesem zarostlými dunami.

Ze zajímavých nálezů zmiňme např.: zkamenělé dřevo (Šardice), sádrovec (Těmice), travertin (Kelčany), velké vápnité konkrce (Vlkoš), roponosné pískovce (Uhřice), ropa (Žarošice, Ždánice), váté písky (Vracov, Bzenec), jaspis (Babí lom), limonit a siderit (Babí lom), vápenec (Moravany).

Klimatické podmínky

Kyjovsko se vyznačuje typickým střeoevropským klimatem. Převládá zde pevninský typ srážek s maximem v červenci a minimem v únoru. Srážkový průměr mezi lety 1961 – 1990 dosáhl 580 mm. Z toho připadá 400 – 450 mm na vegetační dobu. Sluneční svit zde dosahuje ročně až 1800 hodin, z toho 1400 – 1500 hodin v době vegetace. Průměrné teploty se pohybují mezi 8,1 – 9 stupni celsia. Území Kyjovska patří mezi nejteplejší oblasti České republiky (teplá podnebná oblast), v okolí nedalekého Hodonína však také byla naměřena nejvyšší průměrná roční teplota vzduchu v České republice. V níže položených oblastech je oproti průměru České republiky srážek méně. Letní období je tak ideální pro pěší či cykloturistiku, kdy můžeme očekávat teplé slunné počasí s malým množstvím srážek.

Vodstvo

Hlavním tokem Kyjovska je říčka Kyjovka (Stupava), která spolu se svými přítoky odvádí tekoucí vodstvo k jihu do řeky Dyje. Malá část území na východě je odvodňována přímo do řeky Moravy. Přes řeku Moravu a posléze Dunaj končí všechna tekoucí voda z Kyjovska svoji pouť nakonec v Černém moři. V době tání sněhu protéká řekami největší množství vody, na podzim jsou vodní stavy nejnižší. Přirozené vodní nádrže se na Kyjovsku nevyskytují. Z rybníků je oproti původnímu stavu do dnešních dob dochován pouze nepatrný zlomek. Některé obce však uvažují o obnově dnes už neexistujících rybníků.

Živá příroda

Kyjovsko je oblastí, kde se setkávají prvky karpatské, zastoupené hojněji ve Chříbech a Ždánickém lese, s prvky panonskými, které naopak dominují v níže položených teplejších oblastech. Na Kyjovsku nalezneme jak bukové, dubové nebo borové lesy, tak výslunné travnaté stráně. Celostátně významné jsou společenstva rostlin a živočichů nezpevněných písků v okolí Bzence. U Milotic se v menší míře zachovala slatinná společenstva sníženin. Raritou je úsek přirozeného toku řeky Moravy s volnými meandry.

V návrhu území připravených k zařazení do sítě celoevropsky významných lokalit v rámci soustavy Natura 2000 je více území, navíc s nesrovnatelně větší rozlohou, než se podařilo v rámci našich národních programů vyhlásit za mnoho desítek let.

Ždánický les a Věteřovská vrchovina

Pro Ždánický les a Věteřovskou vrchovinu jsou charakteristické hluboké listnaté lesy. Převládají zde karpatské dubohabřiny, ale v nejvyšších partiích jsou i bučiny. Na odlesněných svazích jižních úpatí se místy dodnes udržela cenná travino-bylinná společenstva se vstavačem vojenským a dalšími vzácnými rostlinami. V hlubokých, ale celkem otevřených údolích jsou louky. Dnes už jsou většinou degradované nevhodným způsobem obhospodařování nebo naopak postupně zarůstající. V kyjovské části Ždánického lesa je dosud vyhlášena jediná přírodní rezervace nazvaná U Vrby. Lokality – Lovčický potok a Jordánek a Věteřovská vrchovina – jsou navrženy k zařazení mezi evropsky významné lokality Natura 2000. Ždánický les byl v roce 1996 vyhlášen přírodním parkem.

Chřiby

Kyjovská část Chřibů navzdory své nevelké rozloze přímo překypuje přírodními hodnotami. I zde převládají karpatské dubohabřiny s ostřicí chlupatou a řadou dalších rostlin v podrostu. Na chladnějších místech rostou bučiny. V celých Chřibech zcela ojedinělou lokalitou je malý komplex lesních luk přímo na hřebeni, který byl vyhlášen za přírodní rezervaci Moravanské louky. Neméně pozoruhodným místem je blízký vrch Bradlo, kde se na různorodosti rostlinstva podílí jeho pestré geologické složení. V těsném sousedství vápenců se tu vyskytují kyselé pískovce. Celé Chřiby včetně jejich kyjovské části jsou navrženy na velmi rozsáhlou evropsky významnou lokalitu soustavy Natura 2000. Travino-bylinná společenstva suchých strání jsou chráněna v přírodní památce Bohuslavické stráně.

Podhůří Chřibů

Oblast podhůří Chřibů, v níž by se vedle dubohabřin objevovaly už i teplomilné doubravy je téměř zcela odlesněna a přeměněna na pole, sady a vinice. Nejzajímavější rostlinstvo je možné najít na kyselých pískovcových stráních severně od Ježova. Je zde malá přírodní památka Hošťálka chránící výskyt koniklece velkokvětého a těsně za hranicemi Kyjovska přírodní památka Ježovský lom. Celkově je však podhůří Chřibů oblastí, kde na řadě míst je zemědělská činnost v relativní rovnováze s okolní přírodou.

Doubrava

Jižní část Kyjovska se dělí na dvě přírodně zcela odlišné části. Jihovýchodní, převážně lesnatá část, se nazývá Doubrava. Jejím geologickým podkladem jsou kyselí váte písků, které určují ráz zdejšího rostlinstva. Původně zde rostly acidofilní doubravy, ale zachovala se z nich jen málo reprezentativní torza. Jejich nejvýznamnější lokalitou je Bzenecká Doubrava – Strážnické Pomoraví, která byla navržena mezi evropsky významné lokality Natura 2000. Větší část území je druhotně osázena borovicemi, které spoutaly zdejší pohyblivé písečné přesypy, jež v minulosti ohrožovaly i okolní pole, a daly oblasti přízvisko „Moravská Sahara“. Zalesnění unikl jen úzký, ale zato několik kilometrů dlouhý pás kolem železniční tratě a prostor vojenského cvičiště. Dnes tu jsou nejvýznamnější lokality písčomilného rostlinstva a živočišstva v celé České republice. Proto není divu, že zde byla vyhlášena národní přírodní rezervace Váté písků a přírodní památka Vojenské cvičiště. Obě lokality budou chráněny i v rámci soustavy Natura 2000. Celá oblast je vyhlášenou ptáčím oblastí Bzenecká Doubrava. Z mnoha významných druhů ptáků, kteří se zde vyskytují, je možné zmínit např. lelka lesního, dudka chocholatého nebo skřivana lesního.

Řeka Morava

Řeka Morava si mezi Bzencem a Rohatcem zachovala mnoho z půvabů přirozeného nížinného toku se zbytky lužních lesů a volnými meandry. Velmi působivým, a u nás naprosto ojedinělým jevem, je vysoká písečná stěna, která vznikla proříznutím okraje velké písečné duny nárazovým břehem řeky Moravy. Místo je chráněno jako přírodní památka Osypané břehy a celá říční niva Moravy v této oblasti byla zahrnuta do přírodního parku Strážnické Pomoraví.

Okolí Milotic

K výjimečnosti oblasti jihovýchodně od Kyjova přispívají i mělké sníženiny, které v minulosti daly vzniknout bahenním olšinám a slatinám. Zatímco jedinečné rašelinistiště u Vracova bylo vytěžené a přeměněné v rybník, další lokality Jezero a Písečný rybník se dodnes zachovaly a byly vyhlášeny za chráněná území navržena mezi evropsky významná území soustavy Natura 2000.

Zcela odlišný ráz má okolní rovinatá krajina a vyvýšenina Náklo u Milotic. Svým charakterem v mnohém připomíná některá

území na jihozápadě Kyjovska. Nejcennější přírodní hodnoty vyvýšeniny Náklo chrání přírodní rezervace Horky, která bude součástí soustavy Natura 2000. Nejvzácnější rostlinou, která tu roste je hadinec červený, nejatraktivnější je však hlaváček jarní, který zde roste ve velmi bohaté populaci.

Jihozápadní a střední část Kyjovska

Jihozápadní a střední část Kyjovska zaujímají níže položené části Kyjovské pahorkatiny. Tato oblast je nyní téměř zcela odlesněná. Původní převážně teplomilné doubravy byly již před více než tisícem let prakticky zcela vykáceny a přeměněny na pole, sady a vinohrady. Dnes nejvýznamnější zbytek teplomilných doubrav tzv. Hovoranský hájek, byl zahrnut do návrhu soustavy Natura 2000 a kromě několika zajímavých druhů rostlin hostí především významnou populaci roháče obecného. Mnohem větší přírodovědný význam však mají bývalé pastviny, dnes nevyužitá stepní lada. Nejvýznamnější z nich je chráněna jako národní přírodní rezervace Na Adamcích. Roste zde například atraktivní hlaváček jarní, kosatec nízký nebo třemdava bílá. Pro svůj přírodovědný význam, který je zcela srovnatelný s legendární Pouzdřanskou stepí, byla i tato lokalita zařazena do soustavy Natura 2000. Do ní byla zařazena i obdobná přírodní rezervace Hovoranské louky, která je navíc i nejsevernější částí ptačí oblasti Hovoransko-Čejkovicko, která má za cíl ochránit jedno z posledních hnízdišť strnada zahradního u nás. Soubor chráněných území na jihozápadě Kyjovska doplňuje malá přírodní rezervace Sovince u Nenkovic. Přestože i v této části Kyjovska se zachovalo několik přírodovědně cenných míst, jako celek má tato oblast nejvíce z celého regionu narušenou ekologickou stabilitu. První kroky k nápravě se už dějí, jako pozitivní příklady mohou posloužit nově vysazený biokoridor Vracov – Vlokoš nebo soustava revitalizačních rybníčků u Stavěšic.

4.1.2 Socioekonomické charakteristiky

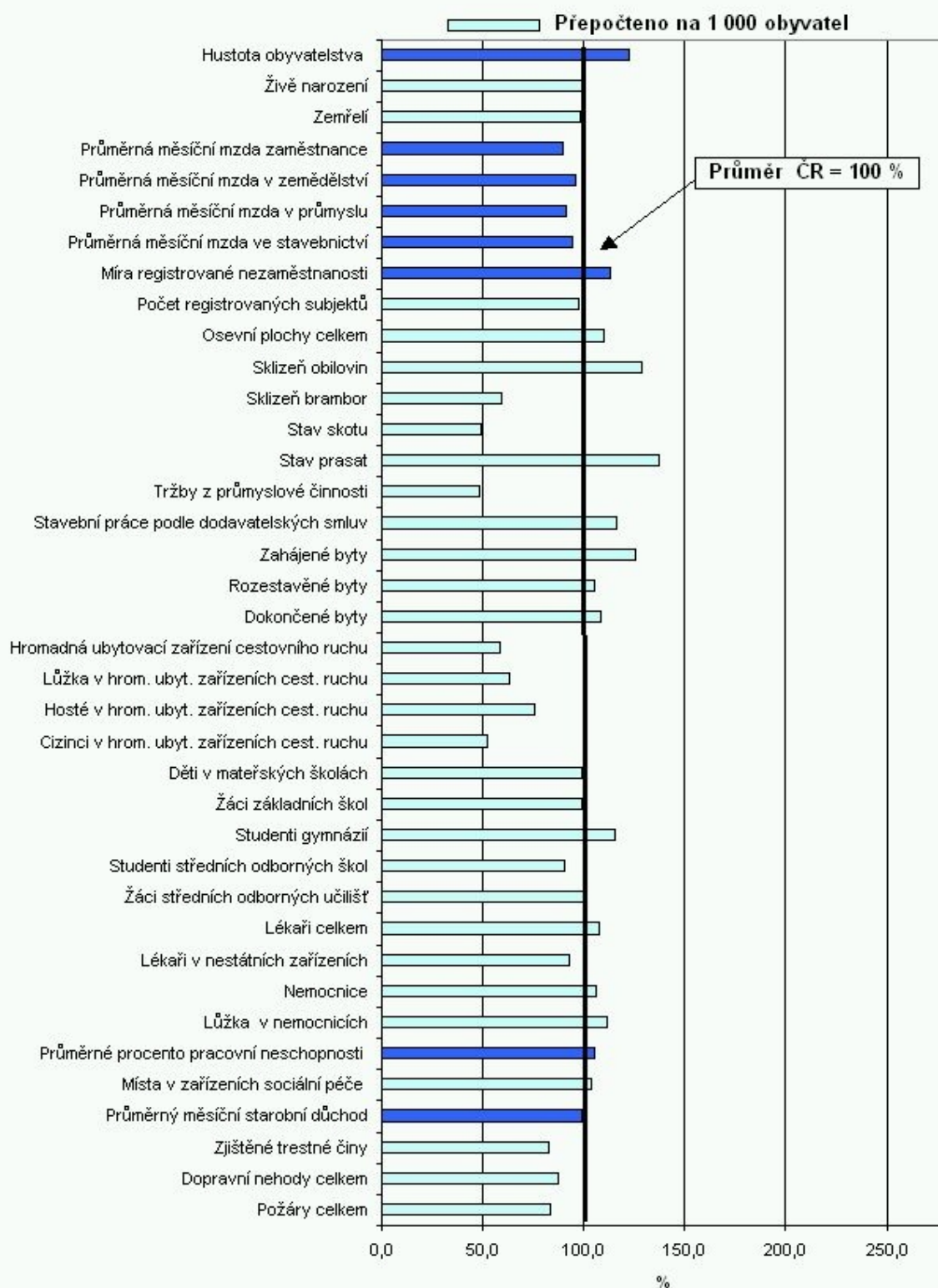
Vývoj počtu obyvatel jak v ČR tak i v Jihomoravském kraji od devadesátých let stagnuje. K 31. 12. 2004 dosáhl počet obyvatel Jihomoravského kraje 1 123 201, což odpovídá podílu 11 % na celé ČR. Hustota osídlení je 158,9 osob/km² a podíl městského obyvatelstva dosáhl 63,2 %.

Změny v celkovém počtu obyvatel jsou malé, mnohem závažnější je však změna struktury obyvatelstva. Dominantním rysem je změna věkové struktury populace, která v celé ČR dlouhodobě stárne. V Jihomoravském kraji je situace podobná. Až do věku 75 let u mužů a 70 let u žen se podíl žádné věkové skupiny neodlišuje od podílu této skupiny populace v ČR více než o 3 %. Podíl starších osob je však v kraji významně vyšší. V kraji je o 10 % více mužů a žen ve věku nad 80 let než je průměr ČR. To je způsobeno příznivějšími úmrtnostními poměry v kraji a také migrační historií, kdy území kraje nebylo příliš zasaženo poválečným vyhnáním a migracemi směřujícími do pohraničí. Tento vyšší podíl nejstarší skupiny obyvatel stojí za nadprůměrným zastoupením poproduktivní složky v populaci Jihomoravského kraje, které je o 1 % vyšší než v ČR.

Hrubý domácí produkt Jihomoravského kraje za rok 2004 činil 285 855 mil. Kč a podílel se 10,3 % na HDP celé ČR. HDP na 1 obyvatele činil 254 684 Kč téměř o 15 tisíc Kč méně než je celorepublikový průměr. Průměrná hrubá měsíční mzda dosáhla 16 226 Kč a zaostává oproti průměru ČR, který činil 18 035 Kč.

Graf na následující straně zobrazuje základní srovnání ekonomických ukazatelů Jihomoravského kraje v roce 2004 s celorepublikovým průměrem.

1. Porovnání vybraných ukazatelů v Jihomoravském kraji v roce 2004 s celorepublikovým průměrem



Obrázek 1: Základní srovnání ekonomických ukazatelů Jihomoravského kraje v roce 2004 s celorepublikovým průměrem
(Pramen: Český statistický úřad – www.czso.cz, 3.5.2006)

4.1.3 Kulturně–historické charakteristiky

Počátky osídlení Kyjovska se díky vhodné geografické poloze a výhodným klimatickým podmínkám datují do závěru starší doby kamenné (Boršov u Kyjova: škrabadla, drásadla, pazourky, kosterní zbytky mamuta, koně, soba i jelena).

Mezi archeologické nálezy z mladší doby kamenné patří pohřebiště z období volutové kultury (lokality Mistřina) a volutová keramika ze Žeravic. Další poměrně husté osídlení Kyjovska přišlo z jihovýchodu. Oblast byla osídlena lidem moravské malované keramiky. Typickým nálezem jsou zlomky keramiky zdobené pomocí červeného, žlutého a bílého přírodního barviva, úlomky širokých mís a amfor.

Vývoj regionu v mladší pozdní době kamenné zásadně ovlivnily dvě souběžné kultury. Kultura šňůrové keramiky (naleziště v Bohuslavicích, Mistřině, Moravanech, Uhřicích, Vacenovicích, Vřesovicích, Ždánicích) a kultura zvoncových pohárů (Mistřín, Kyjov, Strážovice, Žarošice, Vlkoš).

I nálezy z dalších období ukazují na poměrně husté osídlení lokality. Z doby bronzové bylo na Kyjovsku nalezeno mnoho pohřebišť, nástrojů i keramiky. Nálezy z doby římské a období stěhování národů ukazují, že změna osídlení přinesla nižší hospodářskou i společenskou úroveň, než jakou mělo původní obyvatelstvo.

Slované přicházeli na Kyjovsko ze severní Moravy i ze severozápadu a západu Slovenska z oblasti Púchovské kultury.

Dokladem hustého osídlení v těchto dobách jsou četná pohřebiště i velký počet hradišť. Trvalý význam měla však jen dvě z nich. Jedno rázu správního u Strážovic a druhé kulturně kultovní, Svatý Kliment. Hradiště na Sv. Klimentu s kostelem, klášterem a zařízením pro školení duchovenstva bylo na dobře zvoleném místě - odlehleém, skrytém ale snadno dosažitelném z tehdejšího velkomoravského kulturního i náboženského centra, Velehradu. Jeho význam tak přetrvával i v době po rozpadu Velké Moravy.

Zajímavá shoda jmen obcí, s nimiž se setkáváme i desítky kilometrů severněji na Přerovsku (Vlkoš, Žeravice, Moštěnice), je důsledkem osídlování zničených osad na Kyjovsku po nájezdech z jihu v 10. a 11. století. První písemná zmínka o Kyjovsku je na darovací listině olomouckého knížete z roku 1126, v níž daroval městečko Kyjov benediktskému klášteru Hradisko u Olomouce.

V polovině 14. století bylo Kyjovsko osadami přímo přesyceno. Mnohé z nich se však později na tomto neklidném území neudržely. Některé pro nevhodné místní podmínky (málo vody, neúrodná půda), jiné byly vypleněny častými válkami.

Kyjovsko, coby hraniční oblast mezi dvěma královstvími, bylo dějištěm častých válek.

Po smrti Jana Jindřicha, bratra Karla IV. a majitele nedalekého hradu Cimburk, řeší jeho synové spor o majetek válkami, které pokračují až do dob válek husitských. Přesnější zprávy o průběhu husitských válek na Kyjovsku se nedochovaly, a tak jen víme, že roku 1421 se husité bezvýsledně pokoušeli dobýt městečko Kyjov a že o několik let později bylo dobytí probošství na hoře Sv. Klimenta. Válkami česko-uherskými v době poděbradské se pak dovršily škody napáchané na Kyjovsku za válek husitských.

Význam Kyjovska vzrůstá v 16. století, kdy se většina Uher dostala pod nadvládu Osmanské říše, a právě z Kyjovska vycházely mnohé armády čelit expandujícím Turkům. Tyto události jsou však v důsledku pro místní obyvatele spíše na škodu. Císařští vojáci, kteří tudy procházeli, se chovali častokrát hůře než nepřátelé, kteří podnikali výpady z Uher do příhraničních oblastí. Za vlády císaře Rudolfa II. při vpádu sedmihradského vojska je vypálen Bzenec, Kyjov a většina okolních vesnic.

Další nesnáze přišly na Kyjovsko za českého stavovského povstání, při vpádu Švédů na Moravu roku 1642, dalších vpádech vojsk z Uher i Sedmihradska a v roce 1705 za vpádu kuruckých vojsk na Moravu. Poddaní byli opakovaně zabíjeni nebo po válkách opouštěli vypleněné statky a vrchnost se vždy snažila rekolonizaci doplňovat zpusťšenou lokalitu poddanými z panství jiných. Jen málokterá vesnice si zachovala původní obyvatelstvo.

Žádná z pozdějších válek už neměla na obyvatelstvo Kyjovska takové zničující následky.

Roku 1805 dorazila na Kyjovsko francouzská armáda pronásledující rakouské sbory směrem k Brnu. I na ždánických polích a lukách se vojáci chystali na rozhodující bitvu spojenecké armády a Francouzů. Tato bitva, bitva u Slavkova, byla jedním z nejkrvavějších střetnutí na českém území.

Během tažení přebývali v Žarošicích dočasně ruský car Alexandr I. i rakouský císař František I. Ten se pak setkal s Napoleonem 4. prosince 1805 u Žarošic v místě zvaném Spálený mlýn a oba mocnáři zde smluvili příměří a ústup ruského

a rakouského vojska po prohrané bitvě.

Právě v Žarošicích se Imperátor a jeho vojáci setkali s vínem z místních vinic. Kroniky hovoří o hektolitrech vína zabaveného Francouzi a vypitého po vítězném tažení. Jako vzpomínku na svůj triumf si prý Napoleon nechal poslat několikrát archlebský ryzlink do Paříže.

Víno a vinařství

Víno je jedním z klíčových aktiv regionu, turista si s Kyjovskem víno asociuje. V České republice existují dvě vinařské oblasti, Čechy a Morava. V jejich rámci se pak rozlišují :

- Vinařská podoblast mělnická
- Vinařská podoblast litoměřická
- Vinařská podoblast mikulovská
- Vinařská podoblast slovácká
- Vinařská podoblast velkopavlovická
- Vinařská podoblast znojemská

Kyjovsko je součástí podoblasti slovácké, má však svá specifika.

Bzenec a okolí

Podloží je tvořeno zejména jíly s polohami štěrků a písků. Nejznámějším vínem oblasti je Bzenecká lipka – známkové víno z ryzlinku rýnského. Kromě ryzlinku rýnského zde vinaři pěstují hojně rulandské bílé, veltlínské zelené, svatovavřínecké a frankovku.

Ždánicko

Tradice pěstování vína na teplých viničních horách Ždánic, Archlebova a Žarošic má své kořeny v klimatu této oblasti. Vinice na jižních svazích Ždánického lesa jsou dostatečně vystavené slunci a přitom dobře chráněné před severními větry. Příznivé mikroklima, blížící se středomořskému, vytváří příznivé podmínky, ale spolu s písčitém podložím s vyšším obsahem vápence dává vzniknout osobitým vínům.

Další významné vinařské obce jsou Hovorany, Čejč, Šardice a Terezín, které sousedí s velkopavlovickou vinařskou podoblastí.

Nejvýznamnější vinařství:

- Chateau Bzenec (skupiny Bohemia Sekt)
- Vinařství Bunža, Bzenec
- Vinařství Bisenc, Bzenec
- Vinařství JUDr. Blanka Ďurinová, Bzenec
- Vinařství Spielberg, Archlebov
- Vinařství Maňák
- Neoklas, Šardice
- Vinařství Krist, Milotice

Výčet všech vinařství a vinařů viz příloha.

Víno je nedílnou součástí kulturního a společenského života regionu. V regionu se koná několik významných tradičních akcí spojených s životním cyklem vinné révy a vína:

- Otevírání sklepů - koncem ledna
- Tradiční výstavy a košty vín - velikonoční neděle
- Vinobraní - většinou v měsíci září
- Koštování burčáku - září / říjen

Výčet všech akcí viz příloha.

Lidová kultura

Lidová kultura na Kyjovsku pramení z křesťanské věrouky a je přímo vázaná na největší křesťanské svátky. Druhým zdrojem je nepochybně příroda a její cykly. Hlavními projevy živé tradice jsou mnohé slavnosti a akce (hody, vinobraní apod.) spočívající zejména v pochůzkách obcí v bohatě zdobených krojích a společném zpěvu lidových písní. V regionu působí řada folklórních (hudebně-tanečních) souborů, jež jsou známé i mimo region.

Výčet nejznámějších lidových souborů:

- Cimbálová muzika Jury Petrů
- Cimbálová muzika Pavla Růžičky
- Cimbálová muzika Javor
- Dětský soubor Kyjovánek
- Dětský soubor Kyjovánek II
- Národopisný soubor Javor z Kyjova
- Slovácký soubor Kyjov
- Cimbálová muzika a dechový soubor ZUŠ Kyjov
- Dechová hudba „Žadovjáci“
- Dechová hudba „Skoroňáci“
- Dechová hudba „Mistříňanka“
- Dechová hudba „Gloria“
- Dechová hudba „Podhoranka“
- Dechová hudba „Miločanka“

Výčet nejvýznamnějších tradic a akcí:

- Tři Králové - obchůzky tří králů
- Fašank - 7 týdnů před Velikonocemi, pochůzky po dědině
- Smrtná neděle - 14 dní před Velikonocemi, nedělní mše
- Květná neděle - 7 dní před velikonoční nedělí, nedělní mše, svěcení kočiček
- Velikonoce - první neděle po prvním jarním úplňku, mše, košty vín
- Stavění máje - předvečer prvního května
- Kácení máje - na konci měsíce května, většinou o víkend
- Národopisný festival Kyjovského Slovácka - červenec - Mistřín
- Dožínky - během srpna
- Národopisný festival Kyjovského Slovácka - Milotice - koná se v letech, kdy neprobíhá festival Slovácký rok
- Slovácký rok - 1 x za 4 roky, nejbližší 2007
- Hody - většinou konec září - listopad, dále v jednotlivých obcích podle zasvěcení kostela
- Sv. Barbora - děvčata si dávají do vázy větvíčku z ovocného stromku, aby zjistila, zda se do roka vdají
- Sv. Mikuláš - obchůzky mikulášských skupin
- Sv. Lucie - v některých obcích bílé "Luce" vymetají nečistoty z domu
- Vánoce - společná zpívání u vánočního stromu, živé betlémy
- Sv. Štěpán - tradiční štěpánské besedy

Další tradiční kulturní akce

- Concentus Moraviae - mezinárodní hudební festival třinácti měst
- Žalmanův folkový Kyjov
- Kyjovské letní slavnosti
- Hudební sklepy - projekt koncertů legend českého folku

4.2 Turistická infrastruktura

4.2.1 Doprava

Doprava patří mezi základní podmínky pro realizaci cestovního ruchu. Zajišťuje přemístění turisty z výchozího místa do navštěvované oblasti. Rozvoj dopravy přispívá k rozvoji cestovního ruchu. Z hlediska mikroregionu Kyjovsko je nejdůležitější doprava silniční, železniční a částečně i letecká.

Silniční doprava

Pro region Jihomoravského kraje je důležitou dopravní spojnicí dálnice D1, která spojuje centrum regionu Brno s hlavním městem Prahou. Z Brna dále pokračuje směrem na Vyškovsko. Tato důležitá dopravní tepna v současné době nevyhovuje svou stávající kapacitou. Nadměrný provoz na této páteřní komunikaci je jednou z příčin častých dopravních nehod. Dalším negativem je její špatný technický stav, který cestujícím znepříjemňuje cestu častými uzavírkami jízdních pruhů z důvodu oprav. Výše zmíněné faktory způsobují časté kolony a neprůjezdnost komunikace, což se negativně odráží v dostupnosti Jihomoravského kraje.

Přirozeným centrem Jihomoravského kraje je Brno. Z Brna vychází další komunikace, které ho spojují s dalšími částmi kraje:

- jižní část Jihomoravského kraje: dálnice D2 – Břeclav, vinařské oblasti Břeclavska a Hodonínska, dále směr na Slovensko a Bratislavu; dále silnicí I/52 – Pohořelice, Mikulov, hraniční přechod Drasenhofen směrem z Rakouska, z Vídně (v úseku Rajhrad-Pohořelice vybudovaná jako rychlostní komunikace R52)
- severní část Jihomoravského kraje: silnice č. 43 – Blansko, Moravský kras

V celém kraji je pak velké množství komunikací regionálního či lokálního významu (silnice II. a III. třídy). Velkou nevýhodou této poměrně husté dopravní sítě je její špatný technický stav.

Mikroregion Kyjovsko je dostupný z Brna po komunikaci E 50 směřující do Uherského Hradiště a dále na hraniční přechod Starý Hrozenkov. Tuto komunikaci s Kyjovskem spojují silnice 419, 431, 429 a 432. Z jihu je možné využít komunikaci 55 vedoucí z Břeclavi do Hodonína a z Hodonína silnicí 432.

Železniční doprava

Nejdůležitější železniční trasou nadregionálního významu v území Jihomoravského kraje je severojižní trasa I. koridoru ve spojující oblasti na trase Děčín – Praha – Pardubice – Brno – Břeclav – Rakousko. Brno představuje důležitý železniční uzel. Spojuje region s dalšími částmi České republiky. Z důležitých vnitrostátních tratí se jedná o trať Brno – Žďár nad Sázavou – Kolín (- Praha), trať Brno – Přerov (- Ostrava) a trať Brno – Jihlava (- České Budějovice). Dalším významným železničním uzlem na území kraje je Břeclav, ve které se k I. koridoru přidává II. koridor přicházející z Polska a Severní Moravy. Dále pak pokračuje na Slovensko.

Z regionálního hlediska patří mezi významné železniční tratě:

- Brno – Veselí nad Moravou
- Brno – Hrušovany nad Jevišovkou – Znojmo resp. Hevlín

Dostupnost mikroregionu Kyjovsko zajišťuje trať 380 (Brno – Hodonín) a trať 340 (Kyjov – Bzenec).

Letecká doprava

Brno jako dopravní uzel nadregionálního významu disponuje i letištěm. Letiště Brno – Tuřany má technické parametry a odpovídající vybavení pro celoroční provoz všech typů letadel.

4.2.2 Ubytovací a stravovací zařízení

Z hlediska cestovního ruchu jsou pro destinaci cestovního ruchu důležité především ubytovací a stravovací služby. Stravovací služby nejsou určeny výhradně turistům a návštěvníkům regionu, ale také jeho místním obyvatelům. Následující tabulka je výčtem jednotlivých obcí regionu a jejich základní nabídky ubytovacích a stravovacích zařízení.

Tabulka 3: Ubytovací a stravovací zařízení v jednotlivých obcích regionu Kyjovsko

Obec	Ubytovací služby	Stravovací služby
Město Kyjov	x	x
Obec Archlebov		
Obec Bukovany		x
Město Bzenec	x	x
Obec Čeložnice	x	x
Obec Dambořice		x
Obec Domanín		x
Obec Dražůvky		
Obec Hovorany		x
Obec Hýsly		x
Obec Ježov	x	x
Obec Kelčany		
Obec Kostelec	x	x
Obec Labuty		
Obec Lovčice		
Obec Milotice	x	x
Obec Moravany		x
Obec Mouchnice	x	x
Obec Násedlovice		x
Obec Nechvalín		
Obec Nenkovice		
Obec Ostrovánky		
Obec Skalka		
Obec Skoronice		
Obec Sobůlky		x
Obec Stavěšice		
Obec Strážovice		x
Obec Svatobořice – Mistrín	x	x
Obec Syrovín		
Obec Šardice		x
Obec Těmice	x	x
Obec Uhřice		
Obec Vacenovice		x
Obec Věteřov		
Obec Vlkoš		x
Obec Vracov	x	x
Obec Vřesovice	x	x
Obec Žádovice		
Obec Žarošice	x	x

Obec	Ubytovací služby	Stravovací služby
Město Ždánice	x	x
Obec Želetice		x
Obec Žeravice		x

Zdroj: OHK, CK Regio, vlastní šetření

Podrobný výčet ubytovacích a stravovacích služeb viz příloha.

4.2.3 Ostatní doplňková turistická infrastruktura

4.2.3.1 Pořadatelé akcí

Městské kulturní středisko Kyjov

MKS vzniklo v r. 2000 sloučením Domu kultury a kina Panorama. Jeho hlavní činností je zajišťování kulturního dění v Kyjově. Pod MKS spadá Dům kultury, kino Panorama a letní kino, v těchto prostorách se koná většina kulturních akcí v Kyjově.

Dům kultury je situován na Masarykově náměstí vedle radnice. Prostory budovy jsou využívány ke konání kulturních i jiných akcí, které pořádá MKS nebo jiné organizace, které si tyto prostory mohou pronajmout. Veškerá divadelní představení se odehrávají v divadelním sále, který má kapacitu 334 míst. Nejprostornější je estrádní sál, kde se konají např. tradiční Martinské hody, plesy a další akce s vysokou návštěvností. K dalším prostorům patří např. loutkový a malý sál, které jsou hlavně pronajímány pro různé přednášky a setkání.

Kino Panorama bylo postaveno na místě původního kina Oko. Promítat se zde začalo začátkem roku 1970. Kino, které má kapacitu 424 míst, nabízí také možnost zakoupení občerstvení v místním bufetu, dále šatnu a WC. Před budovou je k dispozici parkoviště pro cca 60 aut. Lístky na představení si můžete zakoupit v pokladně 1 hodinu před promítáním, lze je také rezervovat telefonicky nebo e-mailem. O víkendech se promítají 2 filmy denně, a to v 17.30 a 20.00 h (dle programu). V ostatní dny, tj. pondělí – čtvrtek, se hraje pouze 1 představení. Kino je otevřeno od září do června.

Letní kino má kapacitu 2000 míst. Tyto rozsáhlé prostory neslouží jen k promítání filmů, ale také ke konání řady kulturních akcí, jako jsou např. hlavní pořady Slováckého roku nebo Žalmanův folkový Kyjov pořádaný každý rok v srpnu v rámci Kyjovských letních slavností. V areálu kina je bufet s posezením a také WC. Filmy jsou promítány od června do srpna, začátek promítání je kolem 21.00 h, podle doby setmění.

zdroj: www.kyjov.cz

K dalším zařízením patří **Kulturní klub Milotice**, kontakt tel.: 724 760 296 p. Josef Levek – ředitel klubu a **Národopisná společnost, o.s. Vacenovice**, kontakt tel.: 518 376 097.

4.2.3.2 Sport a sportoviště

Sportovní zařízení v městě Kyjově

- Městský stadion (hala na basketbal, travnaté hřiště na kopanou, atletická dráha, víceúčelové hřiště, kuželna, 2 antukové kurty)
- Sportovní areál v Boršově (5 tenisových kurtů, v zimě tenisová hala, baseballové hřiště)
- Sportovní areál TJ Sokol Kyjov (5 tenisových kurtů, 2 volejbalová hřiště, tělocvična)
- Letní koupaliště
- Tenisové kurty vedle letního kina
- Letiště Kyjov
- Sportoviště při ZŠ, Klvaňovu gymnáziu a SOU
- Posilovny – Fitness Centrum Kyjov, ulice Jungmannova 499
- Fitness + spinning, ulice Nerudova 243
- Squash (hotel Club)

Sportovní zařízení v ostatních obcích regionu

- Střelnice Kostelec u Kyjova - provozovatel AVZO TŠČ - ČR ZO Kostelec
- Sportland Babylon - restaurace ve stylovém srubu, horská dráha pro minikáry dlouhá 580 metrů, dětský areál, Strážovice
- Víceúčelový sportovní areál, Nechvalín
- Jezdecký oddíl TEREZA, Nechvalín
- Jezdecká stáj Bzenec

4.2.4 Atraktivita cestovního ruchu**4.2.4.1 Přírodní turistické cíle:**

Rozmanitá příroda regionu zcela přirozeně nabízí pestrou škálu turisticky atraktivních oblastí. Nejvýznamnější cíle jsou:

- Přírodní rezervace Písečný rybník, Milotice
- Přírodní památka Osypané břehy, Bzenec
- Přírodní rezervace Sovince, Nenkovice
- Přírodní rezervace Moravanské louky, Moravany
- Přírodní rezervace Horky, Milotice
- Přírodní rezervace Hovoranské louky, Hovorany
- Přírodní památka Bohuslavické stráně, Bohuslavice
- Přírodní památka Vojenské cvičiště, Bzenec
- Přírodní památka Jezero, Vacenovice
- Přírodní památka Hošťálka, Skalka
- Milotice - letiště, Milotice
- Ptačí oblast Hovoransko-Čejkovicko, Hovorany
- Rostliny a živočichové Bohuslavické stráně, Bohuslavice
- Přírodní památka Ježovský lom, Ježov
- Přírodní památka „Losky“, Ježov

Podrobný výčet viz příloha.

4.2.4.2 Historicko-kulturní turistické cíle:

Nejvýznamnější historicko-kulturní cíle:

- Zámek Milotice, Milotice
- Nemocnice, Kyjov
- Bzenecká lípa, Bzenec
- Bukovanský mlýn, Bukovany
- Bukovanský mlýn, Bukovany
- Soubor domů z 1. poloviny 20. století, Kyjov
- Bývalá Živnostenská škola, Kyjov
- Dům ředitele Chromého, Kyjov
- Spořitelna, Kyjov
- Vila dr. Neumayera, Kyjov
- Zděný most, Milotice
- Kostel sv. Václava, Kostelec
- Renesanční zámeček, Kyjov
- Renesanční radnice, Kyjov
- Sloup se sochou sv. Jana Nepomuckého, Hýsly
- Slovácká izba, Skoronice

- Habánské vinné sklepy, Vracov

Podrobný výčet viz příloha.

4.2.4.3 Hlavní kulturní zařízení

V regionu se nachází poměrně velké množství místních kulturních zařízení - téměř každá obec má obecní kulturní dům, sokolovnu či jiné prostory pro pořádání tradičních akce. V tabulce je výčet kulturních zařízení regionálního významu.

Tabulka 4: Přehled hlavních kulturních zařízení v regionu Kyjovsko

Muzea	Vlastivědné muzeum v Kyjově	Kyjov
	Městské muzeum	Svatobořice – Mistrín
	Vrbasovo muzeum	Ždánice
Galerie	Galerie Doma	Kyjov
	Radniční galerie	Kyjov
	Galerie ve škole	Kyjov
	Galerie 920	Kyjov
Památník	Žarošický památník Jana Amose Komenského	Žarošice
	Památník obětem fašismu	Svatobořice – Mistrín

Další významná kulturní zařízení:

- Bukovanský mlýn, Bukovany
- Slovácká izba, Skoronice
- Obecní muzeum, Stavěšice
- Památník obce, Dambořice
- Galerie Originálu, Bzenec
- Městská knihovna, Bzenec

4.2.5 Aktivity

Region svými vhodnými přírodními a klimatickými podmínkami přeje aktivnímu pobytu.

4.2.5.1 Pěší turistika

Nejvýznamnější síť turistických značených tras je v Chříbech a Ždánickém lese. V těchto lokalitách jsou také aktivní místní organizace Klubu českých turistů: KČT Vřesovice, KČT TJ Jiskra Kyjov a KČT Šroubárny Kyjov.

Ždánický les

- červené trasy:
Bučovice žel. st. – Kloboučky – Velký Radlovec (4 km) – U Široké cesty (6 km) – Červený kříž (7 km) – Prostřední vrch (7,5 km) – U Slepice (10 km) – U Kříže (12 km) – Vlčí jáma – Bukovany – Bohuslavice žel. st. (22,5 km)
- modré trasy:
Kobeřice – Na Horáčku (2,5 km) – Těšanka (6,5 km) – U Zlatého jelena (11 km) – U Široké cesty (13,5 km) – Červený kříž (14,5 km) – Prostřední vrch (15 km) – Močidla (18 km) – Lovčice (20,5 km) – Vlčí jáma (23,5 km) – Jestřabice žel. zast (26,5 km)
- žluté trasy:
Žarošice – Matějovec (3,5 km) – U Andělíčka (5,5 km) – Konůvky (6,5 km) – odbočka na Kepkov + 400 m (8 km) – Vrchava (10 km) – Mouřínov koupaliště (12,5 km)
- zelené trasy:
Bučovice žel. st. – Marefy (3 km) – Šévy (4,5 km) – Mouřínov koupaliště (7 km) – U Dubu (9 km) – U Zlatého jelena (10,5 km) – Salaš (12,5 km) – Ždánice (15 km)
Nesovice žel. st. – Pod Nebštichem (3 km) – U Kříže (5,5 km) – Haluzická hájenka (9 km) – Jestřabice žel. zast. (12 km)

Chřibý

- červené trasy:
Bohuslavice žel. st. – Nad Zavadilkou (6 km) – Zavadilka (6,5 km) – Koryčanská cesta (7 km) – U Křížku (9 km) – U Mísy (10 km) – Pod Kazatelnu (11 km) – Buchlov (19 km)
- modré trasy:
Jestřabice žel. zast. – Jestřabice (1,5 km) – Pod Železnákem (7,5 km) – Nad Zavadilkou (8 km) – Zavadilka (8,5 km) – Koryčanská cesta (9 km) – Nad Koryčanskou kaplí (9,5 km) – Pod Koryčanskou kaplí (10,5 km) – Kobyly Doly (12,5 km) – Osvětmany (15,5 km)
- žluté trasy:
Koryčany – Pod Železnákem (2,5 km) – Nad Zavadilkou (3 km) – Zavadilka (3 km) – Zavadilka prm. (4 km) – Čeložnice (8 km) – Kyjov (13,5 km)
Pod Koryčanskou kaplí – Zubkova studánka (0,5 km) – Podhoří (2 km) – Vřesovice (3 km)
Osvětmany – Radost rekr. st. (3,5 km) – Sv. Kliment (5 km) – U Křížku (6,5 km) – Cimburk zříc. odb. (7,5 km)
- zelené trasy:
Bohuslavice žel. st. – Čeložnice (4 km) – Kameňák (6,5 km) – Zavadilka prm. (9 km) – Zavadilka (9,5 km) – Koryčanská cesta (10 km) – Nad Koryčanskou kaplí (10,5 km) – Sv. Kliment (12,5 km) – Pod Kazatelnu (14 km) – Staré Hutě (20,5 km)

4.2.5.2 Cykloturistika

Regionem vede množství cyklotras. Kyjovsko poskytuje pro jízdu na kole ideální terén, kdy se střídá poklidná rovinka okolí Bzence a Mílotice s mírně zvlněnou krajinou střední a jihozápadní části, které doplňuje kopcovitý terén Chřibů a Ždánického lesa.

- **Trasa č. 412** - Kyjovskem prochází od Dubňan přes Mílotice, Kyjov, Bukovany, Ostrovánky, Nechvalín, Lovčice. Končí na vrchu U Slepice, kde se napojuje na trasu č. 473
- **Trasa č. 473** - Dálková trasa z Rajhradic do Otrokovic. Kyjovskem prochází po hřbetu Ždánického lesa, dále pokračuje přes Snovídky a Mouchnici do Koryčan.
- **Trasa č. 5010** - Západní část Velkomoravské poutní cesty. Začíná v Osvětimanech, pokračuje přes Vřesovice, sedlo U Křížku, okolo hradu Cimburk do Stupavy a dále až do Starého Města.
- **Trasa č. 5154** - Vede po lesních cestách od sedla U Křížku, přes rozcestí U Kazatelny, Vlčák a Stříbrnické paseky na Smraďavku.
- **Trasa č. 5095** - Písečná – Dambořice – Zdravá Voda – Nad Svatým Hubertem, rozc.
- **Trasa č. 5096** - U Anděla – Ždánice – Lovčice – U Slepice

Moravské vinařské stezky

Dlouhodobý projekt, který realizuje za podpory Ministerstva pro místní rozvoj nadace Partnerství a Regionální rozvojové agentury jižní Moravy. Cílem je ochrana kulturního dědictví a podpora vinařské turistiky na jižní Moravě. Na páteřní Moravskou vinnou stezku se na Kyjovsku napojují tři místní vinařské stezky.

- **Vinařská stezka Kyjovská**
Vinařská stezka Kyjovská má několik větví. Severní prochází přes Dambořice, Žarošice, Archlebov, Ždánice, Lovčice, Nechvalín, Ostrovánky, Bukovany, Bohuslavice, Čeložnici, Moravany, Hýsly, Kelčany a Vlkůš. Souběžná trasa spojuje Moravany, Skalku, Ježov, Žádovice a Kelčany. Jižní větev začíná v Kyjově a pokračuje přes Sobůlky, Věteřov, Strážovice, Stavěšice, Želešice a Karlín do Čejče. Obě větve spojuje trasa přes Násedlovice a Janův Dvůr do Žarošic.
- **Vinařská stezka Bzenecká**
Její trasa vede z Ježova přes Žeravice, Těmice, Domanín do Bzence. Dále se vrací jinou cestou do Těmic a pokračuje přes Syrovín, Újezdec do Vážan. Celková délka Vinařské stezky Bzenecké je přibližně 27 km.
- **Vinařská stezka Mutěnická**
Na Kyjovsko zasahuje její severní část, která vede z Čejče přes Hovorany, Šardice, Svatobořice - Místřín a Mílotice do Dubňan.

4.2.5.3 Poznávací turistika

- **Naučná stezka Kyjov – Bohuslavice**

Naučná stezka byla vybudována v roce 2005. Její trasa má délku 17 km a je na ní celkem 9 zastavení. Při vynechání prvního zastavení v městském parku v Kyjově a devátého zastavení v Boršově je možné celou trasu výrazně zkrátit.

Seznam zastavení naučné stezky:

- Městský park v Kyjově
- Územní systém ekologické stability
- Historie Bohuslavic
- Rostlinstvo zdejších lesů
- Živočichové zdejších lesů
- Geologie okolí
- Řeka Kyjovka
- Teplomilná společenstva
- Mokřadní biocentrum v Boršově
- **Naučná stezka Žarošice**

Nově vybudovaná naučná stezka, která vede z Konůvek asi 2 km severně směrem na Rašovice.

4.3 Organizace a marketing cestovního ruchu v regionu Kyjovsko

4.3.1 Subjekty cestovního ruchu, které svojí působností zasahují do regionu Kyjovsko

Výčet níže uvedených subjektů CR není vyčerpávající. Přesto jejich počet dokladuje komplexnost cestovního ruchu a náročnost řízení jeho rozvoje. Kromě realizace vlastních aktivit se uvedené instituce podílely na tvorbě koncepcí a programů rozvoje CR.

Tabulka 5: popis tabulky

Subjekty cestovního ruchu	Hlavní aktivity v oblasti cestovního ruchu
Mikroregiony sahající do území Kyjovska	Marketing venkovské turistiky, zpracování nabídkových produktů
Krajský úřad Jihomoravského kraje	Zpracování a realizace Strategie rozvoje cestovního ruchu Marketingové aktivity za celý JMK
Regionální rozvojová agentura	Poradenství v oblasti rozvoje CR a podpora při získávání prostředků pro realizaci projektů
Obce a města regionu Kyjovsko	Vlastní marketingové aktivity, investice do infrastruktury CR, tvorba koncepcí, podpora rozvoje podnikání včetně CR
Destinační management Jihomoravského kraje	Koordinace dlouhodobě udržitelného rozvoje sektoru cestovního ruchu a napomáhají zvýšení jeho prodejnosti jako destinace na cílových trzích
Lesy ČR, s. p.	Budování infrastruktury CR
Národní památkový ústav	Propagace vlastních objektů
Nadace Partnerství	Podpora rozvoje CR prostřednictvím projektu MVS
Klub českých turistů oblast Jihomoravský kraj	Značení pěších tras a cyklotras, vydávání turistických map, průvodců, propagačních materiálů, pořádání turistických akcí
Sousední mikroregiony	Společná propagace a tvorba turistických produktů
Přirozené turistické regiony definované agenturou CzechTourism	Tvorba značky a image, propagace území jako celku, tvorba koncepcí, koordinace
Turistická informační centra v Kyjově	Poskytování turistických informací o daném území, prodej a distribuce propagačních materiálů, případně turistických produktů a jednotlivých služeb
Zprostředkovatelé služeb cestovního ruchu – cestovní kanceláře, touroperátoři	Prodej služeb konečným zákazníkům za účelem zisku, tvorba produktových balíčků a jejich propagace
Poskytovatelé služeb	Vytváří a nabízí turistické produkty, spolupracují s ostatními poskytovateli na tvorbě turistických balíčků, spolupracují s regiony při propagaci území, atd.
Profesní sdružení	OHK, Svaz venkovské turistiky, Svaz obchodu a cestovního ruchu

CzechTourism	Marketing cestovního ruchu České republiky
Ministerstvo pro místní rozvoj	Podpora rozvoje sektoru CR na národní úrovni - realizace Státního programu podpory cestovního ruchu, legislativní úpravy a vytvoření legislativního rámce pro podporu rozvoje cestovního ruchu

4.3.2 Hlavní subjekty činné v marketingu cestovního ruchu regionu Kyjovsko

4.3.2.1 Veřejná správa

Městský úřad Kyjov - odbor školství a kultury

Odbor školství a kultury městského úřadu Kyjov je v současné době hlavním činitelem v marketingu cestovního ruchu regionu Kyjovska. Odbor koordinuje činnosti v oblasti: školství, kultury, mládeže, tělovýchovy, sportu, cestovního ruchu, zahraničních styků, památkové péče.

- Řeší problematiku na úseku činnosti škol a školských zařízení zřizovaných městem (informace o školách, předškolních a školských zařízení města, organizování školního roku, termíny zápisů do MŠ a ZŠ, prázdninový provoz MŠ a ŠD aj.).
- Zajišťuje podmínky pro provoz škol a školských zařízení zřizovaných městem.
- Stanovuje spádové obvody, profilaci škol, zajišťuje zápis do 1. tříd ZŠ a do předškolních zařízení.
- Vykonává státní správu ve školství v obvodu své působnosti (42 obcí, 49 ředitelství škol a školských zařízení).
- Koordinuje aktivity mládeže ve městě a zabývá se jejich činností.
- Organizuje akce na propagaci města a okolí.
- Spolupracuje s kulturními institucemi ve městě, se společenskými, dětskými, charitativními, církevními organizacemi a občanskými sdruženími na organizaci kulturních a společenských akcí a oslav ve městě.
- Spolupracuje s turistickým a informačním centrem města.
- Vydává propagační materiály města.
- Koordinuje akce a výstavy v Radniční galerii; spolupracuje s ostatními galeriemi ve městě.
- Metodicky řídí Městské kulturní středisko a Městskou knihovnu.
- Zajišťuje činnosti spojené s propagací města na veletrzích cestovního ruchu v ČR i zahraničí, v celostátních i regionálních materiálech pro cestovní ruch.
- Zabezpečuje vzájemné kontakty se zahraničními partnerskými městy.
- Spolupracuje se sportovními a tělovýchovnými organizacemi, spolupřádá veřejné sportovní akce, podporuje sportovní aktivity.
- Vede pomocnou evidenci kulturních památek v obvodu své působnosti.
- Vykonává státní správu na úseku státní památkové péče.
- Vykonává státní stavební dohled při obnově kulturních památek z hlediska památkové péče.
- Poskytuje metodickou a odbornou pomoc obcím v obvodu své působnosti na úseku státní památkové péče.
- Vede evidenci válečných hrobů v obvodu své působnosti.

zdroj: www.kyjov.cz

Informační centrum města Kyjov

IC je v Kyjově zřizováno městským úřadem. Další místa regionu, kde lze získat turistické informace, jsou knihovna Ždánice a Milotice - komunitní centrum

Hlavní činnosti, které Informační centrum města Kyjov provozuje:

- Poskytování informací o:
 - turistických cílech a zajímavostech
 - dopravě (autobusové a vlakové jízdní řády)
 - službách (institute, stravování, ubytování, půjčovny kol atd.)

- kulturních akcích
- Poskytování informačních materiálů, distribuce informací v regionu (plakáty atd.)
- Zřízení a provozování webových stránek Kyjovského Slovácka
- Aktualizace webových stránek Moravských vinařských stezek (sekce památky, příroda, aktuality, galerie)
- Aktivní účast na akcích Moravských vinařských stezek (S Českým rozhlasem Brno po Moravských vinařských stezkách, Den vinařů v Petrově)
- Kulturní servis – tvorba letáku KAM v Kyjově a okolí
- Shromažďování informací
- Úprava do jednotného formátu
- Elektronická distribuce do nejbližšího i vzdálenějšího okolí
- Komunikace a spolupráce s ostatními IC (informace o kulturních akcích apod.)
- Spolupráce s Krajským úřadem Jihomoravského kraje formou dotazníkového šetření - zjišťování a vyhodnocování informací týkajících se profilu návštěvníků, jejich názorů a hodnotících soudů. Tento monitoring má přispět ke zkvalitnění strategie propagace České republiky na roky 2004 – 2010 a k přijímání opatření pro rozvoj cestovního ruchu v turistických regionech.

Hlavní požadavky turistů na informačním centru v letní sezóně 2005:

- uvést nejzajímavější památky a turistické atrakce v Kyjově a spádových obcích
- navrhnout možný program výletu či prohlídkové trasy po okolí
- poskytnout informace o ubytování v Kyjově a okolí
- sortiment místních produktů a propagačních materiálů
- vyhledat určitou firmu (název, sídlo, kontakt,...) v Kyjově a okolí
- informace o službách v regionu
- informace o kulturním dění v regionu

Co se turistům líbilo:

- pestrý výběr propagačních materiálů, mapy jednotlivých obcí, mikroregionů, Moravských vinařských stezek atd.
- jazyková vybavenost pracovníků IC
- pohotovost a profesionální přístup
- možnost rychlého vyhledání jakýchkoliv informací přes internet

Co se turistům nelíbilo:

- chybí ucelené informace o regionu jako takovém, turista ocení informace v rámci Kyjovska mnohem víc, než v rámci jednotlivých obcí – společné Image prospekty
- špatné orientační značení ve městě, chybí směrové tabule k informačnímu centru
- nedostatečně rozvinutá celková infrastruktura jednotlivých zařízení v oblasti cestovního ruchu – např. vinařská turistika v Kyjově (možnost posezení ve vinném sklepě pouze pro větší skupiny, jednotlivci odkázáni na vinaře v okolních obcích, z jejichž řad jenom nepatrná část provozuje ubytovací nebo stravovací zařízení ve vinném sklípku)
- prezentace místní kultury např. prostřednictvím živých dílen tradičních řemesel, lidových výrobků, místních produktů
- špatná kvalita služeb – restaurace, infrastruktura

zdroj: Městský úřad Kyjov, OŠK

4.3.2.2 Podnikatelské subjekty

Cestovní kancelář Kontakt Moravia

Kontakt Moravia, s centrálou sídlící v Hodoníně, disponuje sítí poboček, které lze najít v 15 moravských městech a tuto síť poboček se snaží i nadále rozšiřovat. Nabídka CK zahrnuje zájezdy do oblíbených pobytových míst (Chorvatsko, Černá Hora, Itálie, Řecko, Bulharsko, Španělsko, Tunisko, Turecko), speciálně vytvořené poznávací zájezdy atd. Tradicí je organizování školních pobytových a kolektivních zájezdů.

Cestovní kancelář KTA

CK KTA nabízí letní i zimní tuzemské i zahraniční rekreace, poznávací zájezdy, lázeňské pobyty apod. Dále zajišťuje jízdenky se spol. TOURBUS do zahraničí (Rakousko, Německo, Polsko, Itálie, Chorvatsko, Belgie), pořádá školní výlety, jednodenní zájezdy (Medvědí soutěska, Plavba lodí po Dunaji, Státní svátek Rakouska), zájezdy na muzikály a divadelní představení spolu se zajištěním vstupenek.

Cestovní kancelář Régio

Provozovatelem CK je firma Region, spol. s r. o. působící od r. 1993 v Kyjově. CK Régio se specializuje především na domácí cestovní ruch. Hlavním produktem je nabídka chat a chalup, rodinných penzionů, rekreačních domů a apartmánů po celé České a Slovenské republice, další nabídkou jsou pobyty v Chorvatsku, Rakousku a Maďarsku. Další činností je prodej zahraničních zájezdů od jiných významných cestovních kanceláří (Fischer, Čedok, Firo tour, Exim tours, Blue Style,...). Nabídka zahraničních zájezdů zahrnuje prodej pobytových a poznávacích zájezdů do všech koutů světa, dále kombinované a sportovně zaměřené zájezdy, zájezdy do exotických zemí a jazykové kurzy. Další službou je vyřizování víz, letenek, jízdenek mezinárodní autobusové a trajektové dopravy, prodej map, průvodců, videokazet a půjčování cestovního kufru. CK Régio je členem Asociace cestovních kanceláří ČR a má uzavřenou pojistnou smlouvu podle zák. 159/1999 Sb. na pojištění záruky pro případ úpadku CK.

Společnost MAG Consulting společně s COT media zorganizovala šetření a sestavila žebříček největších subjektů cestovního ruchu podle počtu odbavených zákazníků v roce 2005. RÉGIO je dle tohoto šetření po Čedoku a Atisu 3. největší cestovní kancelář působící v domácím cestovním ruchu.

V celkovém hodnocení je Régio s 34.368 klienty 16. největší cestovní kancelář v České republice.

24.2. 2006 vyhlásil pořadatel ankety TTG Travel Awards výsledky hlasování profesionálů v cestovním ruchu. V kategorii "Nejkooperativnější cestovní kancelář v domácím cestovním ruchu" se umístila CK Régio na 3. místě za CK Atis a Čedok.

Cestovní agentury

- Cestovní agentura – Martina Duhajská
- Cestovní agentura Lido
- Cestovní agentura Jana Ďurinová

zdroje: www.kyjov.cz, www.chata.cz

4.3.2.3 Region Slovácko

Kyjovsko zahrnuje do sféry své činnosti sdružení pro rozvoj cestovního ruchu Region Slovácko. Toto sdružení zejména propaguje Slovácko jako turistickou oblast s názvem a značkou a jím pověřená destinační agentura, společnost Avedon, s. r. o., provádí pro sdružení na tomto území marketingové aktivity a řízení destinace.

Sdružení Region Slovácko vzniklo v dubnu roku 1999, k iniciativě města Uherské Hradiště se připojili další zakládající členové - města Hluk, Uherský Ostroh, Staré Město, obce Buchlovice, Velehrad, podnikatelskou sféru reprezentovala Okresní hospodářská komora Uherské Hradiště. V současné době tvoří jeho členskou základnu subjekty z řad místní samosprávy, podnikatelských firem i neziskových organizací z bývalých okresů Hodonín, Uherské Hradiště a Zlín.

Sdružení působí na území přirozené turistické oblasti Slovácko. Geograficky je do ní zahrnuto území vymezené na severu Napajedelskou branou, na východě hranicí České a Slovenské republiky kopírující hřbet horského masivu Bílých Karpat a dolní tok řeky Moravy. Na jihu rakouskou hranicí, na západě siluetou Chřibů a Žďánického lesa. Rozloha jádra Slovácka je - 2732 km², přechodná pásma s vlivy hanáckými a valašskými - 618 km². Je to území s podobnou geografickou stavbou, mající společné historické kořeny, folklorní tradice. Dalším atributem Slovácka je víno a kultura vína. Jeho turisticky aktivní spojnicí je rovněž Baťův kanál.

Sdružení je řízeno tříčlennou správní radou, výkonným pracovníkem je tajemník. V současné době má Slovácko svoji Strategii rozvoje šetrného cestovního ruchu, své logo, své propagační materiály a upomínkové předměty a svou www prezentaci. Některé úspěchy, kterých sdružení dosáhlo, uvádí následující tisková zpráva (zdroj – stránky www.slovacko.cz)

„Získali jsme druhé nejvyšší ocenění (diplom a pohár) v rámci 2. ročníku soutěže Náš kraj 2003 v kategorii – Nejlepší cizojazyčný propagační materiál přirozeného turistického regionu a mikroregionu ČR. Sdružení Region Slovácko se stalo také

jedním z pěti zakládajících členů Asociace turistických regionů v České republice (ATUR – CZ). Významně se podílelo na přípravě všech jeho základních dokumentů a programového prohlášení. Nejlepší turistické informační centrum v České republice v roce 2004 je Městské informační centrum v Uherském Hradišti. Toto vyplynulo z hodnocení odborné poroty časopisu COT Media v rámci 3. ročníku soutěže „Náš kraj 2004“. V rámci veletrhu Regiontour 2005 sdružení získalo za své produkty hned dvě z pěti udělených GRAND PRIX REGIONTOUR 2005.“

Kontakty

Region Slovácko - sdružení pro rozvoj cestovního ruchu, Masarykovo náměstí 21, 686 01 Uherské Hradiště, tel. / fax: 572 540 303, e-mail: info@slovacko.cz , www.slovacko.cz, www.slovacko-tourism.cz, Květoslav Tichavský – předseda správní rady, Mgr. Josef Hapák - tajemník sdružení

Avedon, s. r. o., destinační agentura Regionu Slovácko, Náměstí 7, 692 01 Mikulov, tel.: 519 512 797, fax: 519 512 797

Obrázek 2: Logo Slovácka



5 Analýza poptávky

5.1 Analýza turistů a návštěvníků - příjezdový cestovní ruch

5.1.1 Cestovní ruch a jeho význam pro Českou republiku

Cestovní ruch představuje významný faktor pro ekonomiku České republiky. Devizové příjmy plynoucí z cestovního ruchu v roce 2004 dosáhly 4,2 mld. Kč, což představuje 3,9 % HDP. Devizové příjmy se také významně podílejí na celkové hodnotě exportu České republiky. V roce 2004 tento podíl dosáhl 6,1 %.

Česká republika má pro další rozvoj cestovního ruchu dobré předpoklady. Její hlavní devizou je velké přírodní a kulturní bohatství a dobré životní prostředí. Velkou výhodou z pohledu mezinárodního cestovního ruchu představuje její poloha ve středu Evropy.

5.1.2 Vývoj počtu turistů v České republice

V roce 2004 se v hromadných ubytovacích zařízeních ubytovala 6 158 464 českých turistů a 6 061 225 zahraničních turistů. Celkový počet turistů dosáhl výše 12 219 689 osob.

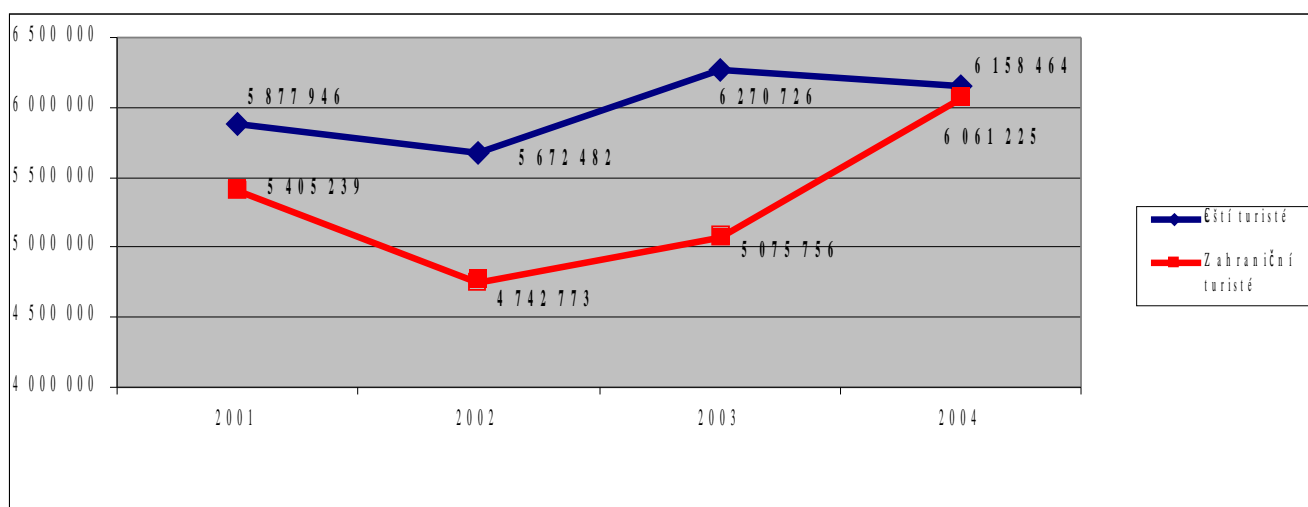
Tabulka 6: Počet českých a zahraničních turistů v hromadných ubytovacích zařízeních

Rok	Čeští turisté	Zahraníční turisté	Celkem
2001	5 877 946	5 405 239	11 283 185
2002	5 672 482	4 742 773	10 415 255
2003	6 270 726	5 075 756	11 346 482
2004	6 158 464	6 061 225	12 219 689

Zdroj: Český statistický úřad

Následující graf dokumentuje vývoj počtu turistů, kteří se ubytovali v hromadných ubytovacích zařízeních v letech 2001 – 2004. Z grafu vyplývá, že celkový počet osob účastnících se cestovního ruchu neustále vzrůstá. Menší propad návštěvnosti byl zaznamenán v roce 2002. Tento propad byl způsoben zejména srpnovými povodněmi. Propad se promítl do počtu českých i zahraničních turistů. V roce 2004 byl počet českých a zahraničních turistů velmi vyrovnaný.

Obrázek 3: Počet českých a zahraničních turistů v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR



Zdroj: Český statistický úřad

5.1.3 Vývoj počtu turistů v Jihomoravském kraji

Celkový počet českých a zahraničních turistů v Jihomoravském kraji vykazuje kolísavou tendenci. Za sledované období dosáhl maxima v roce 2003, kdy region navštívilo 1 042 645 osob. V roce 2004 dorazilo do regionu o 26 131 méně turistů.

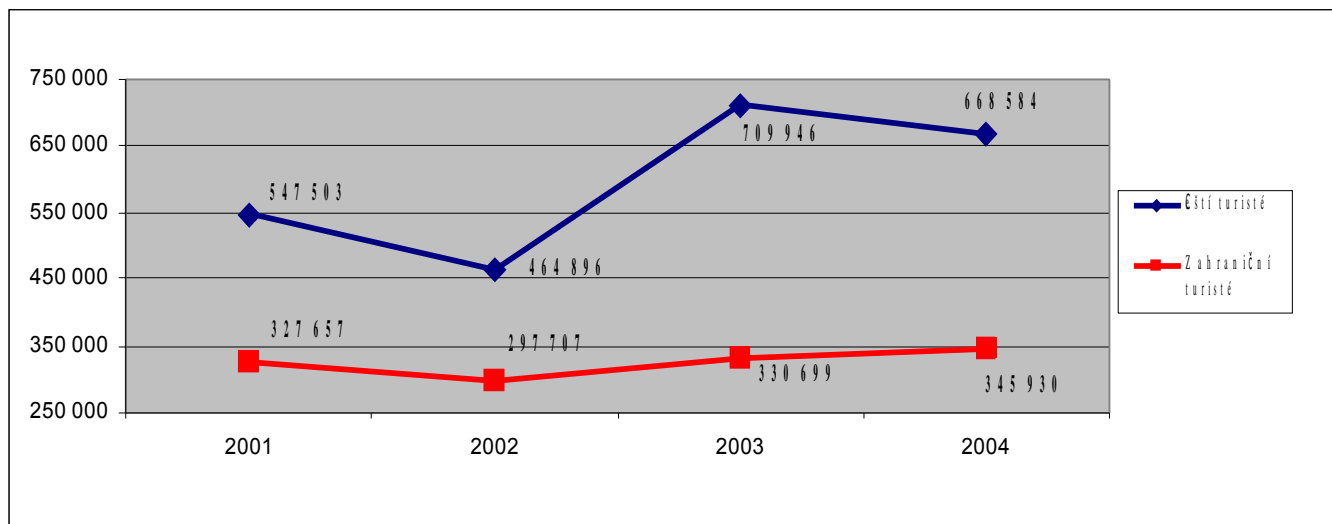
Tabulka 7: Vývoj počtu českých a zahraničních turistů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních v Jihomoravském kraji

Rok	Čeští turisté	Zahraniční turisté	Celkem
2001	547 503	327 657	875 160
2002	464 896	297 707	762 603
2003	709 946	330 699	1 040 645
2004	668 584	345 930	1 014 514

Zdroj: Český statistický úřad

Pokles počtu turistů byl zaznamenán v roce 2002, kdy se na cestovním ruchu negativně podepsaly srpnové povodně. Od té doby počet zahraničních turistů každoročně mírně vzrostl. Počet českých turistů dosáhl maxima v roce 2003, region navštívilo 709 946 osob. V roce 2004 byl zaznamenán mírný propad českých turistů.

Obrázek 4: Počet českých a zahraničních turistů v hromadných ubytovacích zařízeních v Jihomoravském kraji



Zdroj: Český statistický úřad

5.1.4 Počet zahraničních turistů v České republice v roce 2004

Rok 2004 byl z hlediska příjezdového cestovního ruchu pro Českou republiku úspěšný. Dle odhadů agentury CzechTourism v roce 2004 navštívilo Českou republiku 7 915 356 turistů. Z tohoto počtu jich 6 061 225 bylo ubytováno v hromadných ubytovacích zařízeních, 1 854 131 dalo přednost ubytování v pronajatých bytech, u příbuzných či známých. Počet zahraničních turistů oproti roku 2003 vzrostl o 19,4 %.

Ze sledování počtu zahraničních návštěvníků od roku 1992 vyplývá, že rok 2004 byl neúspěšnější. Do České republiky dorazilo nejvíce turistů za posledních 12 let.

Dlouhodobě nejvyšší návštěvnost České republiky vykazují Němci. V roce 2004 jich přijelo 1 569 369, což představuje 25,9 % všech zahraničních turistů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních. Nejčastějším důvodem návštěv německých turistů je dovolená (47 %), ostatní soukromé cesty (41 %) a služební cesty (12 %).

Na druhé příčce se umístili turisté z Velké Británie, kterých do České republiky přijelo 650 622, což je 10,7 % z celkového počtu všech turistů v hromadných ubytovacích zařízeních. V porovnání s rokem 2003 dorazilo britských turistů o 57,8 % více. Tento pozitivní trend v růstu návštěvnosti je částečně způsoben dobrou leteckou dostupností České republiky. Na trase Praha – Londýn létá několik nízkorozpočtových leteckých společností.

Třetí v počtu turistů jsou turisté z Itálie. Služby hromadných ubytovacích zařízení využilo 391 192 turistů (6,5 %). Významný počet turistů dorazil také z USA (4,8 %), Nizozemí (4,5 %) a Slovenska (4,4 %).

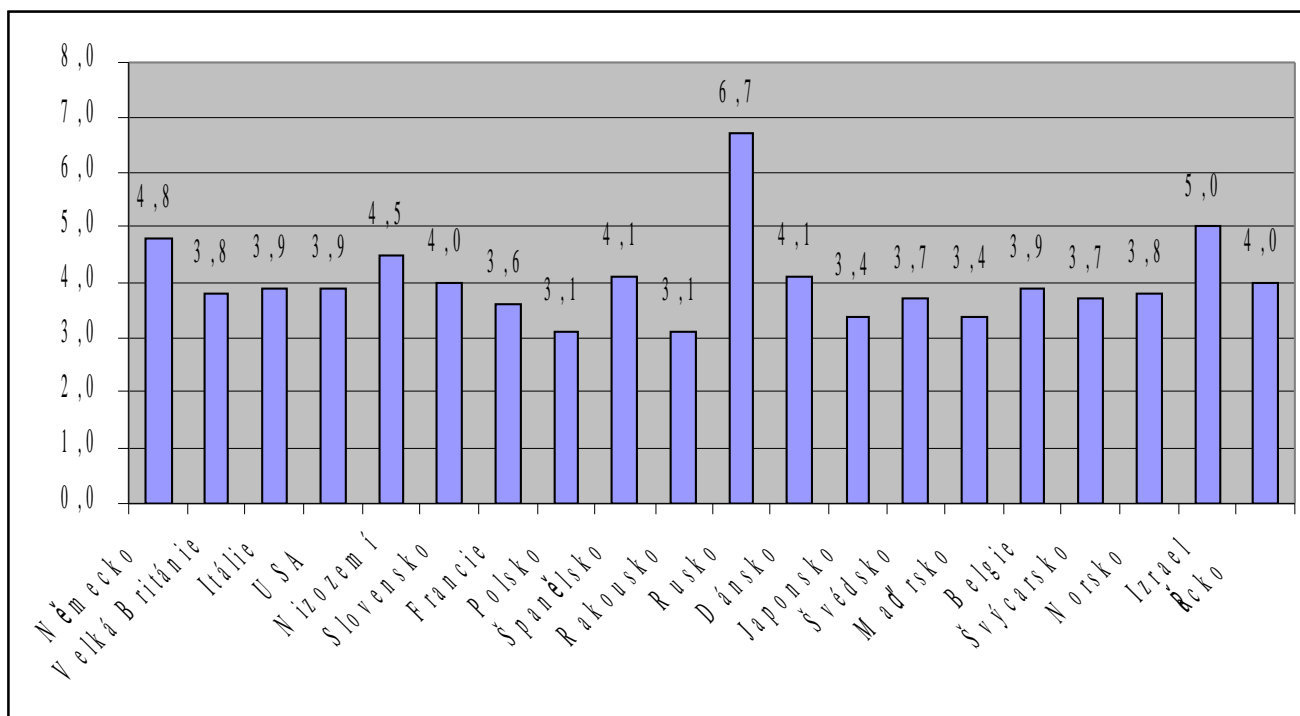
Tabulka 8: Zahraniční hosté v hromadných ubytovacích zařízeních České republiky podle zemí v roce 2004

Země	Počet hostů	% podíl	Průměrná doba pobytu ve dnech
Německo	1 569 369	25,9 %	4,8
Velká Británie	650 622	10,7 %	3,8
Itálie	391 192	6,5 %	3,9
USA	292 588	4,8 %	3,9
Nizozemí	273 757	4,5 %	4,5
Slovensko	266 917	4,4 %	4,0
Francie	256 429	4,2 %	3,6
Polsko	253 916	4,2 %	3,1
Španělsko	201 110	3,3 %	4,1
Rakousko	183 871	3,0 %	3,1
Rusko	164 036	2,7 %	6,7
Dánsko	127 671	2,1 %	4,1
Japonsko	122 613	2,0 %	3,4
Švédsko	88 755	1,5 %	3,7
Maďarsko	88 169	1,5 %	3,4
Belgie	77 477	1,3 %	3,9
Švýcarsko	66 419	1,1 %	3,7
Norsko	65 975	1,1 %	3,8
Izrael	64 125	1,1 %	5,0
Řecko	58 604	1,0 %	4,0
Ostatní	797 610	13,2 %	
Celkem	6 061 225	100 %	4,1

Zdroj: Český statistický úřad

Zajímavé je porovnání průměrné doby pobytu jednotlivých národností v České republice. Celková průměrná doba pobytu je 4,1 dne. Nejdelší dobu pobytu vykazují Rusové (6,7 dne). V průměru na dobu pěti dnů přijíždějí Izraelci, kteří představují pouhé 1,1% všech zahraničních turistů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních. Němečtí turisté navštěvující Českou republiku v nejhojnějším počtu zde v průměru tráví 4,8 dne. Nejkratší průměrnou dobu pobytu – 3,1 dne zůstávají v České republice Poláci a Francouzi.

Obrázek 5: Průměrná doba pobytu zahraničních hostů v hromadných ubytovacích zařízeních ve dnech



Zdroj: Český statistický úřad

5.1.5 Zahraniční hosté v krajích v roce 2004

Z celkového počtu všech zahraničních turistů, kteří se v roce 2004 ubytovali v hromadných ubytovacích zařízeních (6 061 225 turistů), jich jako vždy nejvíce bylo v Praze 3 470 279. To představuje 57,3 % z celkového počtu ubytovaných zahraničních turistů. Průměrná doba pobytu turistů v Praze činila 3,8 dne.

Druhým nejnavštěvovanějším regionem je Karlovarský kraj s 386 971 ubytovanými turisty, což je 6,4 % z celkového počtu turistů. Průměrná délka pobytu v Karlovarské kraji je 7,6 dní (celorepublikový průměr je 4,1 dne). Nejvíce turistů sem zamíří z Německa. Druhou příčku obsadili ruští turisté, kteří v kraji průměrně tráví 12,8 dní.

Třetí pozici z hlediska návštěvnosti zahraničních turistů zaujímá Jihomoravský kraj. V roce 2004 sem dorazilo 345 930 zahraničních turistů, kteří představují 5,7 % z celkového počtu zahraničních turistů v ČR. Průměrný počet přenocování je 1,9 dne, což je z hlediska všech regionů České republiky nejméně (průměrný počet přenocování zahraničních turistů v České republice je 3,1 dne). Do Jihomoravského kraje dorazilo nejvíce turistů z Německa (59 601) a Polska (55 481).

Tabulka 9: Zahraniční hosté v krajích v roce 2004

Kraj	Počet hostů 2004	% podíl
Praha	3 470 279	57,3 %
Středočeský kraj	268 155	4,4 %
Jihočeský kraj	317 742	5,2 %
Plzeňský kraj	170 586	2,8 %
Karlovarský kraj	386 971	6,4 %
Ústecký kraj	148 441	2,4 %
Liberecký kraj	250 575	4,1 %
Královéhradecký kraj	298 128	4,9 %
Pardubický kraj	53 018	0,9 %
Kraj Vysočina	64 194	1,1 %

Jihomoravský kraj	345 930	5,7 %
Olomoucký kraj	97 405	1,6 %
Zlínský kraj	81 608	1,3 %
Moravskoslezský kraj	108 193	1,9 %
Celkem	6 061 225	100%

Zdroj: Český statistický úřad

5.1.6 Počet zahraničních turistů v Jihomoravském kraji v roce 2004

V roce 2004 se v Jihomoravském kraji v hromadných ubytovacích zařízeních ubytovalo celkem 345 930 zahraničních turistů. Stejně jako v celorepublikovém průměru nejvíce turistů dorazilo z Německa (59 601 turistů), což představuje 17,2 % všech ubytovaných zahraničních turistů. O něco méně do regionu dorazilo turistů z Polska (55 481 turistů), kteří v procentním počtu znamenají 16 %. Třetí místo z hlediska návštěvnosti připadlo turistům ze sousedního Slovenska. Těch do regionu dorazilo 37 010 (10,7 % z celkového počtu turistů v regionu). Následují turisté z Rakouska s 7,8 % a Itálie 7,2 % z celkového počtu ubytovaných zahraničních turistů.

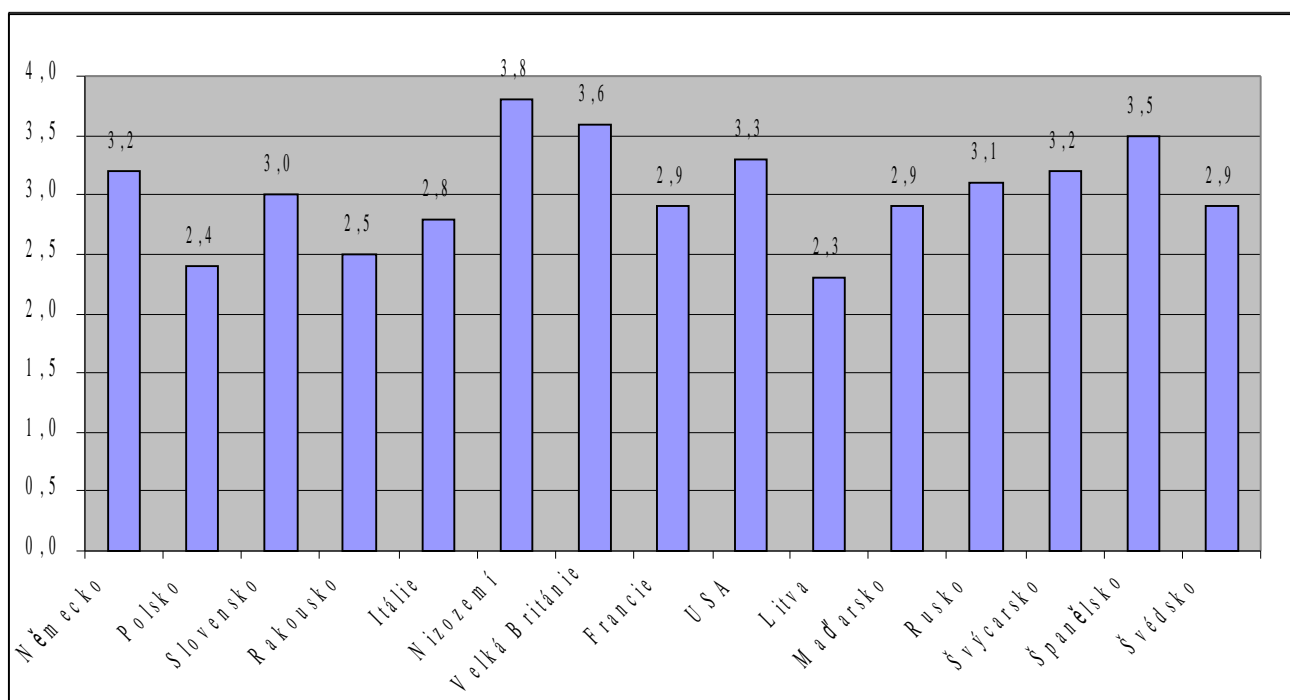
Průměrná doba pobytu zahraničních turistů jsou tři dny (pro porovnání celorepublikový průměr je 4,1 dne). Z hlediska průměrné doby pobytu vedoucí místo zaujímají turisté z Nizozemí, kteří v Jihomoravském kraji tráví 3,8 dny. Jsou následováni britskými turisty s 3,6 dny a španělskými turisty s 3,5 dny. Na opačném konci žebříčku se nalézají turisté z Litvy s 2,3 dny a Polska s 2,4 dny.

Tabulka 10: Počet zahraničních turistů v Jihomoravském kraji v roce 2004

Země	Počet hostů	% podíl	Průměrná doba pobytu ve dnech
Německo	59 601	17,2 %	3,2
Polsko	55 481	16,0 %	2,4
Slovensko	37 010	10,7 %	3,0
Rakousko	27 070	7,8 %	2,5
Itálie	24 838	7,2 %	2,8
Nizozemí	15 082	4,4 %	3,8
Velká Británie	11 467	3,3 %	3,6
Francie	10 346	3,0 %	2,9
USA	7 622	2,2 %	3,3
Litva	6 013	1,7 %	2,3
Maďarsko	5 980	1,7 %	2,9
Rusko	4 655	1,3 %	3,1
Švýcarsko	3 788	1,1 %	3,2
Španělsko	3 578	1,0 %	3,5
Švédsko	3 293	1,0 %	2,9
Ostatní	70 106	20,3 %	
Celkem	345 930	100 %	3,0

Zdroj: Český statistický úřad

Obrázek 6: Průměrná doba pobytu zahraničních hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v Jihomoravském kraji ve dnech



Zdroj: Český statistický úřad

Tabulka 11: Porovnání TOP pěti zahraničních národností v České republice a v Jihomoravském kraji v roce 2004

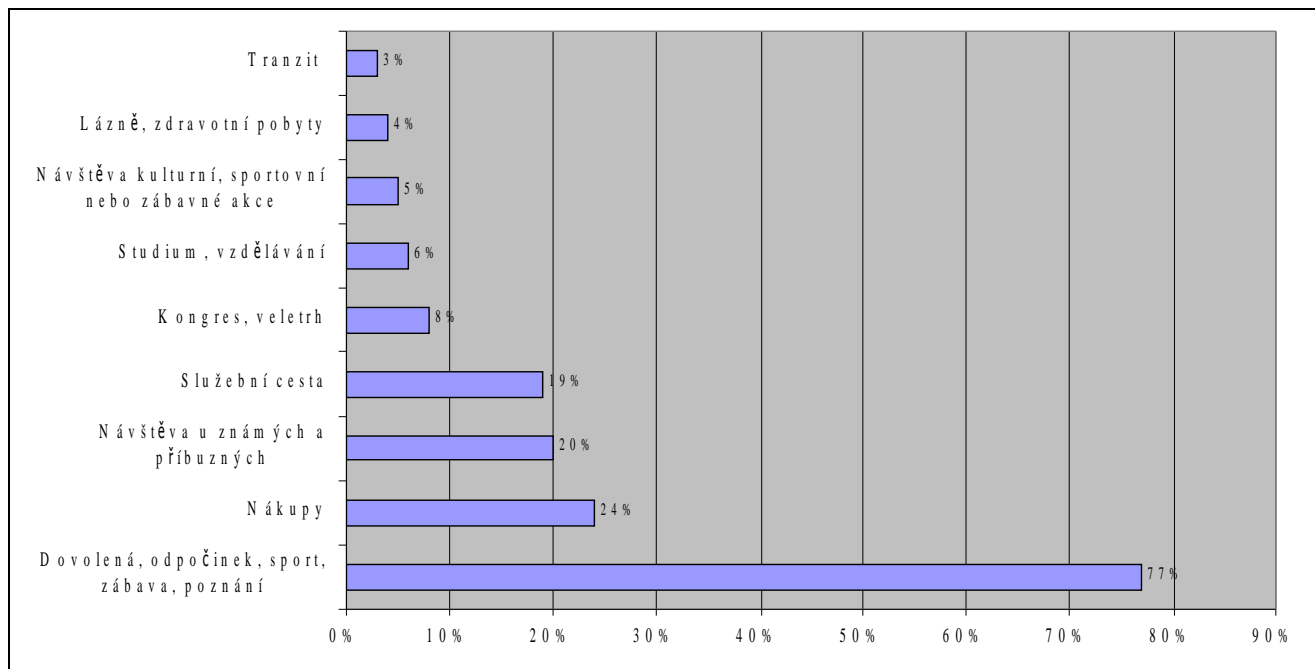
Česká republika		Jihomoravský kraj	
Země	% podíl	Země	% podíl
Německo	25,9 %	Německo	17,2 %
Velká Británie	10,7 %	Polsko	16,0 %
Itálie	6,5 %	Slovensko	10,7 %
USA	4,8 %	Rakousko	7,8 %
Nizozemí	4,5 %	Itálie	7,2 %

Zdroj: Český statistický úřad

5.1.7 Hlavní důvody návštěvy České republiky

Hlavním důvodem pro navštívení České republiky v roce 2003 byla dovolená, odpočinek, sport, zábava a poznání (77 %). Druhým nejčastějším důvodem pro návštěvu dotazovaní uváděli nákupy (24 %) a pomyslnou třetí příčku zaujala návštěva u známých a příbuzných (20 %) následovaná služebními cestami (19 %).

Obrázek 7: Hlavní důvody návštěvy České republiky v roce 2003

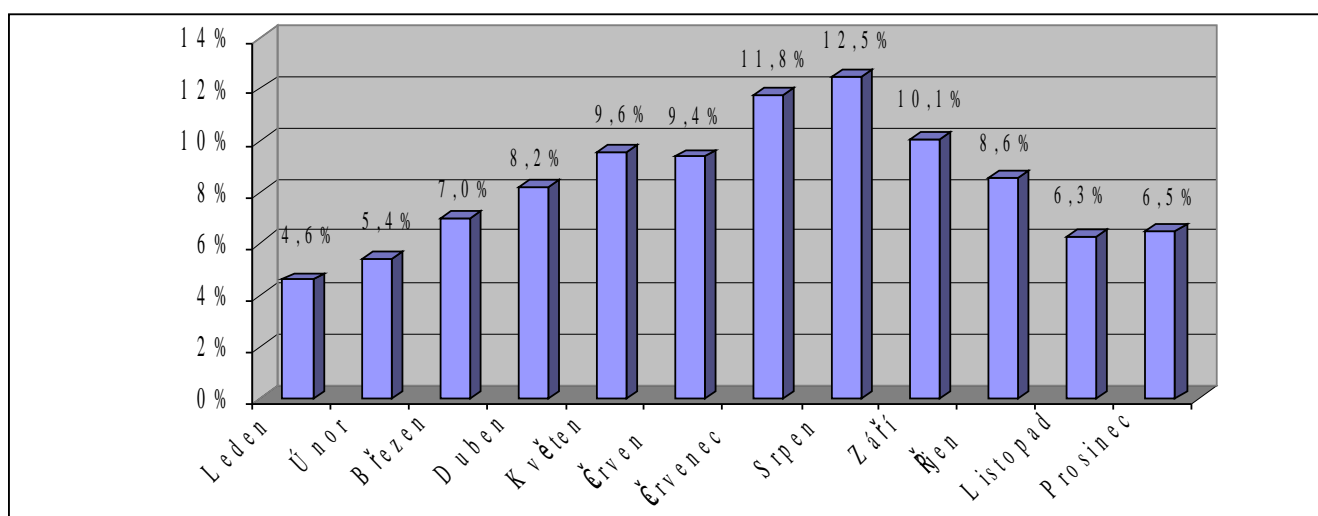


Zdroj: Výzkum General Marketing pro CzechTourism

5.1.8 Sezonalita cestovního ruchu – zahraniční turisté

Nejvíce zahraničních turistů do České republiky tradičně zavítá v letních měsících. V roce 2004 jich nejvíce přijelo v měsíci srpnu (12,5 %), červenci (11,8 %) a září (10,1 %). Naopak nejmenší zájem o návštěvu České republiky je tradičně v zimních měsících. Nejméně turistů do České republiky dorazilo v lednu 4,6 % a v únoru 5,4 %.

Obrázek 8: Počet zahraničních turistů v ČR podle měsíců v roce 2004



Zdroj: Český statistický úřad

5.2 Analýza turistů a návštěvníků - domácí cestovní ruch

5.2.1 Uskutečněné cesty domácích turistů a návštěvníků

Následující tabulka ukazuje, jak se vyvíjel počet delších cest, které podnikli obyvatelé České republiky po své vlasti v letech 1998 až 2004. Největší rozmach domácího cestovního ruchu nastal v roce 2003, kdy bylo uskutečněno 5 883,6 tisíc delších cest. Naopak nejméně jsme cestovali v roce 2002, což je opět důsledkem ničivých povodní, které Českou republiku v tomto roce zasáhly.

Tabulka 12: Počet uskutečněných delších cest za účelem trávení volného času a rekreace v letech 1998 – 2004

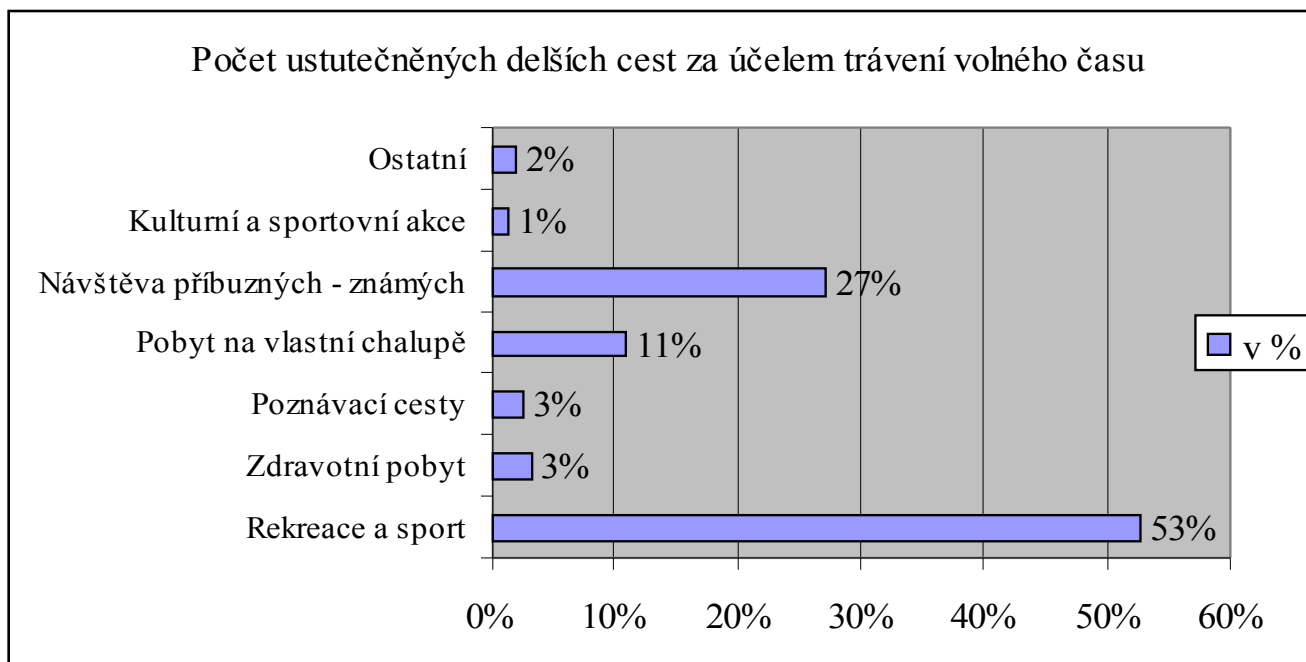
Rok	Počet cest (v tis.)
1998	5 345,4
1999	5 153,7
2000	5 502,1
2001	5 251,3
2002	5 003,8
2003	5 883,6
2004	5 552,3

Zdroj: Český statistický úřad

5.2.2 Důvody pro realizaci delších cest

Z hlediska cestovního ruchu je zajímavé sledovat, jaké pohnutky vedou jedince k cestování. Nejčastější motivy pro realizaci delších cest, jejichž hlavním smyslem je trávení volného času, jsou zmapovány v následujícím grafu. Nejčastějším důvodem pro cestování je rekreace a sport, následuje návštěva příbuzných a známých a možnost pobytu na vlastní chalupě. Na opačném konci této pomyslné škály jsou kulturní a sportovní akce.

Tabulka 13: Počet uskutečněných delších cest za účelem trávení volného času a rekreace



Zdroj: Český statistický úřad

5.2.3 Návštěvnost jednotlivých krajů

Z výše uvedených údajů vyplývá, že v roce 2004 uskutečnili obyvatelé České republiky 5 552,3 tisíc delších cest. Dalším zajímavým údajem jsou informace, do kterých částí republiky turisté v rámci domácího cestovního ruchu nejčastěji směřují.

Při sledovanosti návštěvnosti krajů se na čelních místech nacházejí Jihočeský kraj se 14 %, Královéhradecký kraj 12,2 % a Liberecký kraj 10,5 %. Jihomoravský kraj s 7,8 % zaujímá páté místo v návštěvnosti.

Tabulka 14: Počet uskutečněných delších cest v ČR za účelem trávení volného času a rekreace podle místa pobytu v roce 2004

Kraj	Počet cest 2004	% podíl
Praha	200,9	3,6 %
Středočeský kraj	478,6	8,6 %
Jihočeský kraj	778,9	14,0 %
Plzeňský kraj	372,2	6,7 %
Karlovarský kraj	240,1	4,3 %
Ústecký kraj	195,8	3,5 %
Liberecký kraj	583,3	10,5 %
Královéhradecký kraj	678,8	12,2 %
Pardubický kraj	202,5	3,6 %
Kraj Vysočina	441,2	7,9 %
Jihomoravský kraj	434,8	7,8 %
Olomoucký kraj	370,6	6,7 %
Zlínský kraj	249,4	4,5 %
Moravskoslezský kraj	325,2	5,9 %
Celkem	5 552,3	100 %

Zdroj: Český statistický úřad

5.2.4 Návštěvnost turistických regionů v roce 2004

Následující tabulka ukazuje návštěvnost jednotlivých turistických regionů České republiky. Toto rozdělení regionů bylo stanoveno Českou centrálou cestovního ruchu. Regiony jsou rozděleny do logických celků z hlediska cestovního ruchu. Toto dělení neodpovídá jednotlivým krajům České republiky. Region Kyjovsko z tohoto pohledu spadá do turistického regionu Jižní Morava. Z údajů v tabulce vyplývá, že turistický region Jižní Morava navštíví nejvíce českých turistů ze všech sledovaných regionů. V návštěvnosti zahraničních návštěvníků zaujímá třetí pozici za Prahou a Západočeskými lázněmi.

Tabulka 15: Návštěvnost regionů v roce 2004 - počet hostů

Turistický region	Cizinci	Češi
Praha	3 470 279	393 710
Okolí Prahy	246 418	557 417
Jižní Čechy	150 709	421 992
Šumava	234 286	501 978
Plzeňsko	88 049	135 989
Západočeské lázně	401 236	241 569
Severozápadní Čechy	148 348	204 774
Český sever	119 648	265 924
Český ráj	51 104	143 147
Východní Čechy	119 529	523 852
Vysočina	64 145	328 110
Jižní Morava	391 484	890 613
Střední Morava	71 474	214 639
Severní Morava a Slezsko	170 614	822 596
Krkonoše	333 902	539 154
Česká republika	6 061 225	6 185 464

Zdroj: Český statistický úřad

5.3 Analýza turistů a návštěvníků Jihomoravského kraje

Při analýze turistů navštěvujících Jihomoravský kraj vycházíme ze studie, kterou provedlo Výzkumné centrum regionálního rozvoje Masarykovy univerzity v Brně v listopadu 2004. Šetření návštěvnosti probíhalo v období červenec – říjen 2004 prostřednictvím dotazníků. Tazatelé byli pracovníci 15 významných turistických informačních center, která reprezentují všechny přirozené turistické regiony jižní Moravy.

5.3.1 Demografická struktura respondentů

Poměr mezi respondenty mužského a ženského pohlaví je vyrovnaný. Celkem bylo osloveno 1942 respondentů, z toho 955 žen (49,18 %) a 987 mužů (50,82 %). V souboru dotazovaných převažují mladší věkové skupiny. Více než polovina respondentů jsou ve věku do 35 let a pouze 4,9 % jsou starší 60 let. Díky velkému rozsahu souboru a způsobu výběru respondentů by měl být výběrový soubor reprezentativním vzorkem turistů navštěvujících Jihomoravský kraj.

Tabulka 16: Struktura respondentů z hlediska pohlaví a věku

věk	muži	ženy	celkem
15 - 25 let	21,7 %	27,2 %	24,4 %
26 - 35 let	27,3 %	29,0 %	28,1 %
36 - 45 let	24,8 %	21,5 %	23,2 %
46 - 60 let	17,9 %	16,4 %	17,2 %
61 a více let	6,1 %	3,8 %	4,9 %
nezjištěn	2,2 %	2,1 %	2,2 %
celkem	100 %	100 %	100 %

5.3.2 Socioekonomická struktura respondentů

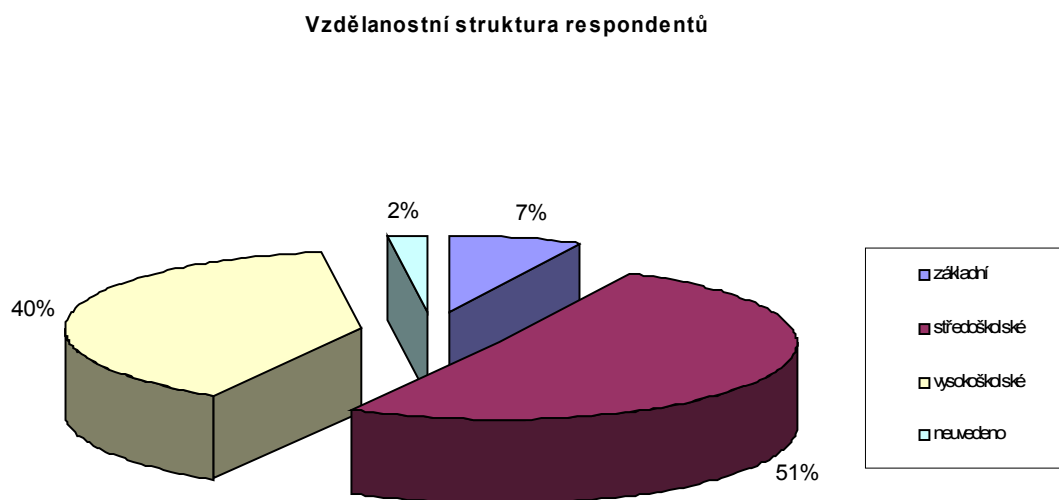
Socioekonomická struktura je reprezentována dotazem na nejvyšší dosažené vzdělání respondentů a jejich povolání.

Úroveň nejvyššího dosaženého vzdělání byla poměrně vysoká. Celkem 91 % dotázaných má středoškolské nebo vysokoškolské vzdělání. Tím se tento výběr nápadně odlišuje od průměru ČR.

Podíl zahraničních respondentů činí 29 %, zbylých 71 % respondentů mělo trvalé bydliště v České republice. Je nutné podotknout, že se jedná o poměr respondentů, nikoliv přesné procentuální rozdělení návštěvníků na zahraniční a domácí.

Domácích respondentů bylo nejvíce z Prahy, dále pak z Jihomoravského kraje, Moravskoslezského kraje, Olomouckého a Zlínského kraje. Nejméně dotazovaných pocházelo z Kraje karlovarského.

Obrázek 9: Vzdělanostní struktura respondentů



Mezi dotazovanými ze zahraničí figurovaly osoby z 36 států všech kontinentů. Většina ze států však není zastoupena více jak deseti respondenty. Těch bylo nejvíce z Německa, celá jedna pětina. Dále pak následují turisté ze Slovenska (16,9 %) a Rakouska (11 %). Naprostá většina respondentů pochází z Evropské unie (86,3 %).

Tabulka 17: Zahraniční respondenti podle státu trvalého pobytu

stát	podíl v %	stát	podíl v %
Německo	19,54	Itálie	2,84
Slovensko	16,87	Švýcarsko	1,95
Rakousko	11,01	Španělsko	1,78
Nizozemí	10,48	Kanada	1,60
Velká Británie	9,24	Belgie	1,24
Francie	6,75	Maďarsko	1,07
USA	4,44	ostatní státy	6,9
Polsko	3,37	celkem	100,00

5.3.3 Důvod návštěvy regionu

Při zjišťování důvodů návštěvy Jihomoravského kraje mohli respondenti vybrat jednu či více z devíti možností.

Tabulka 18: Důvod návštěvy regionu

důvod návštěvy	podíl v %
rekreace	42,7
turistika	36,5
návštěvy měst	24,0
návštěva příbuzných a známých	18,3
sportovní dovolená	13,6
služební cesta	7,9
zastávka na mé dovolené	5,8
nákupy	4,5
zdravotní dovolená	3,5
neúvedeno	1,5

Důvody návštěvy se liší i podle věku respondentů. Největší rozdíly mezi věkovými skupinami se vyskytují u důvodů návštěva měst a návštěva příbuzných a známých. Tyto důvody častěji uvádějí mladší respondenti (do 35 let). Respondenti nad 35 let dávají přednost zdravotní dovolené.

Tabulka 19: Struktura respondentů z hlediska důvodu návštěvy regionu jižní Morava a věku

důvod návštěvy	respondenti do 35 let (podíl v %)	respondenti nad 35 let (podíl v %)
rekreace	42,7	42,4
návštěva příbuzných, známých	20,1	16,6
sportovní dovolená	14,0	13,0
návštěvy měst	26,2	21,7
zdravotní dovolená	2,2	5,2
turistika	37,6	35,2
služební cesta	7,5	8,6
nákupy	5,0	4,1
zastávka na dovolené	6,0	5,0
neuvezeno	1,6	1,4

5.3.4 Způsob organizace pobytu

Většina turistů přijíždějících do Jihomoravského kraje si svoji cestu organizuje sama a nevyužívá žádné zprostředkovatelské služby (73,2 %). Více než jedna sedmina dotázaných měla ubytování předem rezervováno přímo u poskytovatele služeb. Rezervaci pobytu přes internet uskutečnilo 6,9 % dotázaných. To je více než procento respondentů, kteří využili služeb cestovní kanceláře (6,1 %).

Stále velký rozdíl existuje ve způsobu organizace pobytu mezi domácími a zahraničními návštěvníky. Zahraniční návštěvníci mnohem více využívají služeb cestovních kanceláří (10,7 %). Domácí turisté si naopak častěji zarezovali pobyt přímo u provozovatele ubytovacího zařízení. Je to způsobeno zřejmě absencí jazykové bariéry.

Při rozhodování o způsobu organizace pobytu má vliv též věk respondentů. Mladší věkové skupiny si většinou pobyt organizují samy. Starší respondenti naopak častěji využívají služeb cestovních kanceláří nebo si pobyt rezervují u poskytovatele ubytování.

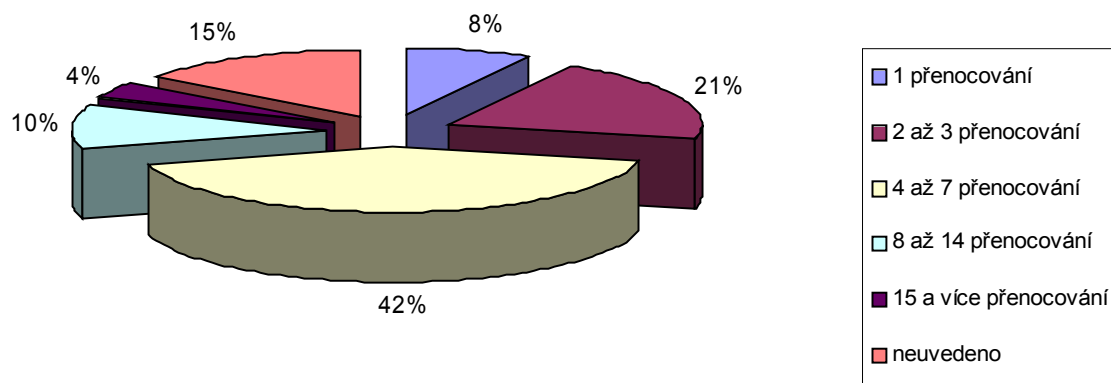
Tabulka 20: Způsob organizace návštěvy a pobytu

způsob organizace pobytu	domácí návštěvníci (podíl v %)	zahraniční návštěvníci (podíl v %)	celkem
organizují si sám	74,1	70,9	73,2
přímá rezervace u přepravce/ubytovatele	16,7	13,0	15,6
využití služeb cestovní kanceláře	4,4	10,7	6,2
rezervace na internetu	6,7	7,5	6,9
neuvezeno	1,7	1,6	1,4

5.3.5 Délka pobytu a typ skupiny návštěvníků

Téměř polovina dotázaných přijela do Jihomoravského kraje na 4 až 7 nocí. Druhá nejčastěji udávaná délka jsou 2 až 3 noci.

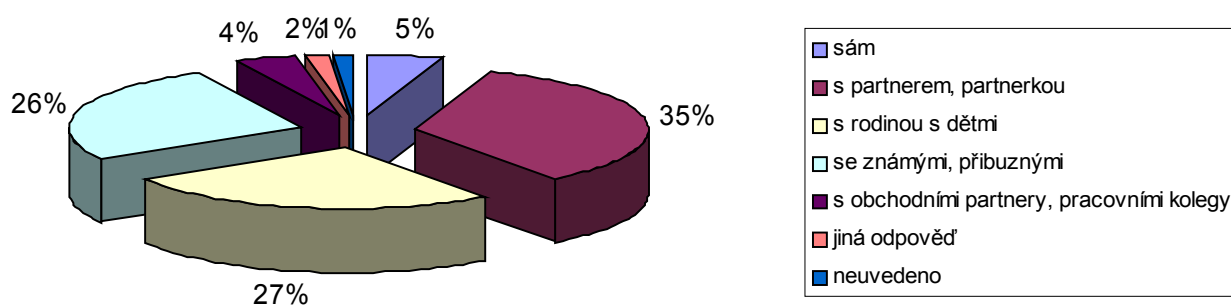
Obrázek 10: Délka pobytu v Jihomoravském kraji



5.3.6 S kým tráví návštěvníci Jihomoravského kraje svůj pobyt

Jižní Moravu vyhledávají především bezdětné páry, rodiny a skupiny známých a příbuzných. Nejvíce je zastoupena skupina respondentů, kteří trávili svůj pobyt se svým partnerem. Skupina jednotlivců tvořila pouze 6 %.

Obrázek 11: Forma trávení pobytu v Jihomoravském kraji



5.3.7 Způsob ubytování

Nejčastěji se respondenti ubytovali v penzionu (22 %). Rozdíl je mezi domácími respondenty, kteří toto zařízení využívali v 23,2 % a zahraničními návštěvníky, kterých se v penzionech ubytovalo 19,2 %. Další příčku obsadilo ubytování v kempech se 17,6 % před hotely s 16,3 %. Ubytování v kempech preferují spíše domácí návštěvníci. Naopak je tomu u hotelů, kterých využívalo 27,4 % zahraničních respondentů oproti pouze 13 % domácích.

Tabulka 21: Způsob ubytování

ubytovací zařízení	návštěvníci z ČR (podíl v %)	zahraniční návštěvníci (podíl v %)	celkem (podíl v %)
hotel	10,22	31,08	16,27
penzion	23,21	19,18	22,04
ubytování v soukromí	15,66	10,30	14,11
kemp	18,49	15,45	17,61
u příbuzných, známých	16,90	14,39	16,17
jiné zařízení	13,42	7,28	11,64
neuveдено	2,10	2,31	2,16
celkem	100,00	100,00	100,00

5.3.8 Způsob získávání informací o regionu

Při zadávání odpovědi na otázku, jakým způsobem získávají informace o regionu si mohli respondenti vybrat z devíti možností a zaškrtnout více variant. Nejčastější způsoby získávání informací o jižní Moravě jsou doporučení známých či příbuzných (34,6 %), informace na internetu (32,6 %) a z turistických průvodců (26,6 %). Přitom podíl internetu, jako informačního zdroje, vzrostl za rok o tři procentní body a dá se předpokládat, že tento trend bude i nadále pokračovat.

Velká část respondentů (23 %) informace nezískávala vůbec. Buď region znali, nebo jej navštívili bez předchozích informací.

Zahraniční návštěvníci využívají oproti domácím jako informačního zdroje více turistické průvodce a cestovní kanceláře.

Tabulka 22: Respondenti podle způsobu získávání informací o regionu

zdroj informací	návštěvníci z ČR (podíl v %)	zahraniční návštěvníci (podíl v %)	celkem (podíl v %)
turistický průvodce	22,7	34,3	26,1
propagační materiály a prospekty	19,7	14,7	18,3
doporučení známých a příbuzných	36,9	29,0	34,6
internet	33,4	30,7	32,6
cestovní kancelář	2,8	7,5	4,2
noviny a časopisy	8,5	3,7	7,1
turistické veletrhy	3,5	2,1	3,1
žádné informace nezískávali	9,8	10,8	10,1
region znají, žádné informace nezískávali	14,8	9,4	13,2
neuveдено	0,6	0,5	0,6

5.3.9 Frekvence návštěv regionu

Naprostá většina dotázaných již na jižní Moravě byla. Pouze 3,9 % respondentů uvedlo, že se jedná o první cestu do tohoto regionu za posledních pět let. Téměř 60 % respondentů bylo v kraji alespoň dvakrát a téměř třetina nejméně čtyřikrát. Podobná čísla platí i pro zahraniční návštěvníky, u kterých se jedná o první návštěvu za posledních pět let pouze v 7,5 %.

Tabulka 23: Frekvence návštěv regionu v průběhu posledních pěti let

návštěvy jižní Moravy za posledních pět let	návštěvníci z ČR (podíl v %)	zahraniční návštěvníci (podíl v %)	celkem (podíl v %)
žádná návštěva	2,4	7,5	3,9
jedenkrát	20,2	46,5	27,9
2 - 3krát	29,6	19,7	26,7
4 - 9 krát	19,4	12,3	17,4
10 - 19 krát	6,2	2,7	5,1
20 a vícekrát	6,9	3,6	5,9
neuvedeno	15,3	7,8	13,1
celkem	100,0	100,0	100,0

5.3.10 Trávení volného času

Respondentům byla též položena otázka, jakým aktivitám se během svého pobytu věnují. Na jedné straně to vypovídá o tom, co turisty zajímá a kvůli čemu do regionu přijeli, na straně druhé je struktura těchto aktivit omezena tím, jaké možnosti trávení volného času region nabízí.

Bylo vybráno 11 druhů aktivit a respondenti označili pomocí čtyřstupňové škály (1 – často, 2 – občas, 3 – málo, 4 – vůbec ne), jak moc se dané aktivitě věnovali.

Mezi hlavní formy trávení volného času návštěvníků Jihomoravského kraje patří návštěvy kulturních a historických památek, výlety do okolí a návštěvy přírodních zajímavostí.

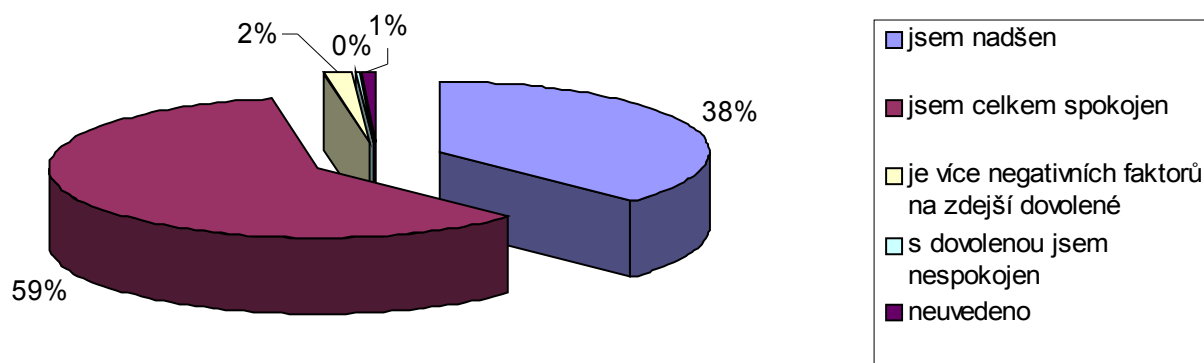
Tabulka 24: Formy trávení volného času

aktivita	součet odpovědí „často“ a „někdy“ v %
návštěva kulturních a historických památek	78,1
výlety do okolí	62,8
návštěva přírodních zajímavostí	60,8
pěší turistika	46,1
koupání, plavání	36,8
pouze relaxace	33,6
nákupy	32,5
návštěva kulturních a společenských akcí	26,1
cykloturistika	25,6
ostatní sporty	17,0
agroturistika	7,0

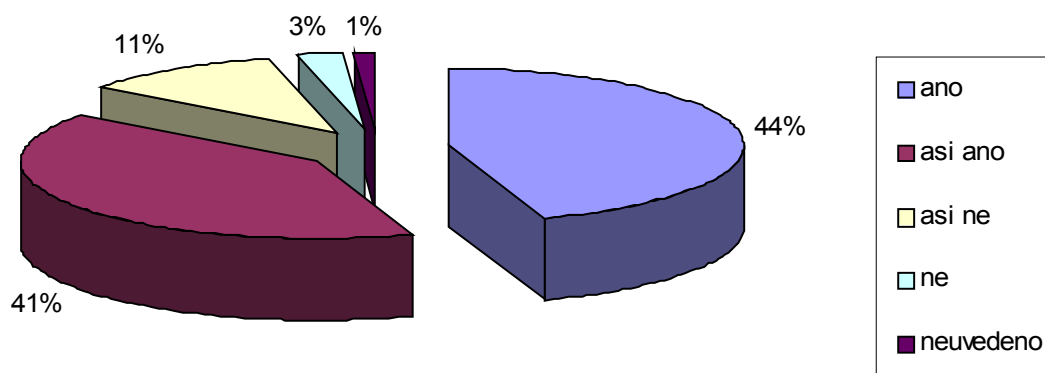
5.3.11 Spokojenost s pobytem v regionu

Spokojenost návštěvníků s pobytem na jižní Moravě je poměrně vysoká. Převažuje hodnocení „jsem spokojen“ nad hodnocením „jsem nadšen“ ale negativně pobyt hodnotí pouze 1,8 % respondentů.

Obrázek 12: Spokojenost respondentů s pobytem v Jihomoravském kraji



Obrázek 13: Rozhodnutí respondentů strávit v příštích 3 letech další dovolenou v regionu



5.4 Dotazníkové šetření - Analýza turistů a návštěvníků regionu

Analýza turistů a návštěvníků regionu Kyjovsko a služeb cestovního ruchu v tomto regionu vychází z dotazníkového šetření, které realizovala CK Régio společně s Městským úřadem Kyjov, odborem školství a kultury. Průzkum probíhal v období září až říjen 2005. Cílem bylo získání podrobnějších informací o turistech navštěvující region Kyjovsko a jejich hodnocení regionu z hlediska cestovního ruchu.

Respondenti byli vybíráni z databáze CK Régio podle přihlášek k pobytu, které byly zakoupeny u této CK či u jejich provizních prodejců. Respondenti tedy strávili letní dovolenou roku 2005, nebo alespoň prodloužený víkend v Kyjově a jeho okolí.

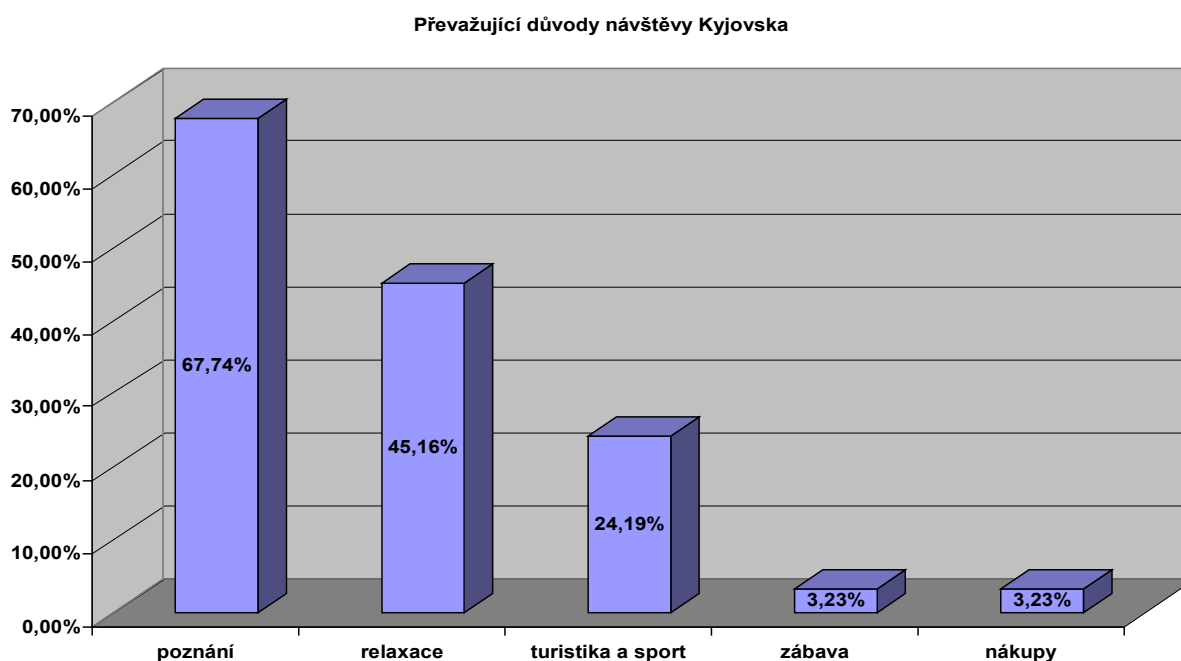
Motivací respondentů byli propagační materiály města Kyjov a soutěž o slosovatelný poukaz o 10 000 Kč.

Celkově se navrátilo 62 správně vyplněných dotazníků. Výsledky proto mohou být zatíženy relativně malým rozsahem souboru a dále tím, že se jedná pouze o klienty CK Régio. Přitom služeb cestovních kanceláří využívá při zajišťování dovolené pouze malé procento návštěvníků regionu. Celkově je však toto dotazníkové šetření velmi přínosné, protože se jako jediné zabývá přímo regionem Kyjovsko a lze jej považovat za vhodné doplnění výše popsaných analýz turistů trávících dovolenou v ČR a Jihomoravském kraji.

5.4.1 Důvody návštěvy regionu Kyjovsko

Respondentům byla položena otázka na převažující důvody návštěvy regionu Kyjovsko s tím, že dostali na výběr několik základních možností a mohli zaškrtnout více odpovědí. Jako nejvýznamnější důvod návštěvy vyšlo poznání, které označilo 67,74 % respondentů. Dalšími významnými důvody byla relaxace a turistika a sport. Ostatní důvody označilo jen malé procento dotazovaných.

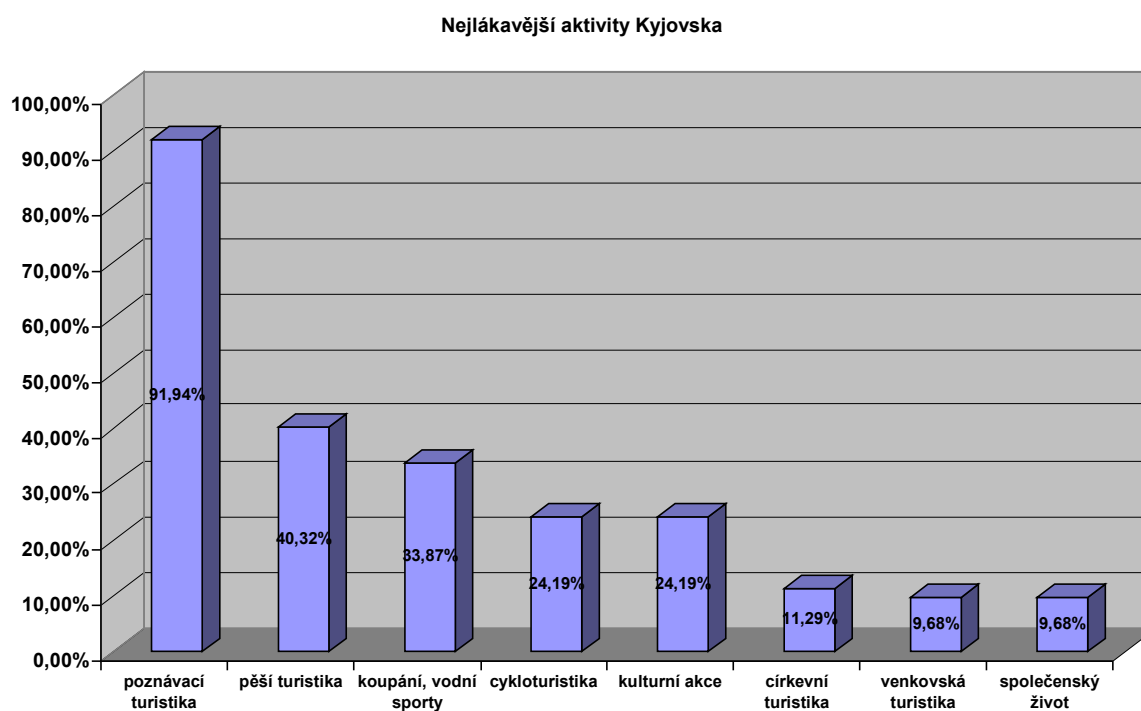
Obrázek 14: Převažující důvody návštěvy Kyjovska



5.4.2 Nejlákavější aktivity regionu Kyjovsko

Při tomto dotazu mohli respondenti opět zaškrtnout více možností ze seznamu osmi typů aktivit, které je možno na Kyjovsku provozovat. Jako nejlákavější aktivitu regionu označilo 91,94 % dotazovaných poznávací turistiku. Následuje pěší turistika s 40,32 % a koupání a vodní sporty s 33,87 %. Nejméně lákavými aktivitami jsou venkovská turistika a společenský život, které shodně označilo 9,68 % respondentů.

Obrázek 15: Nejlákavější aktivity

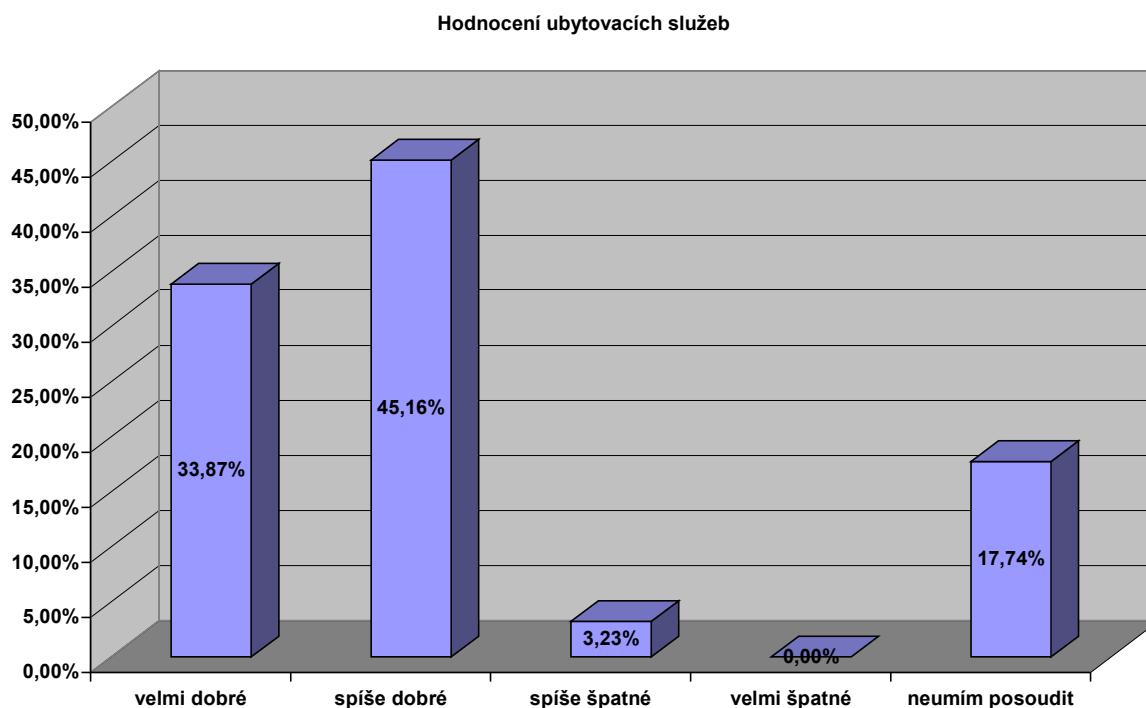


5.4.3 Hodnocení kvality služeb cestovního ruchu

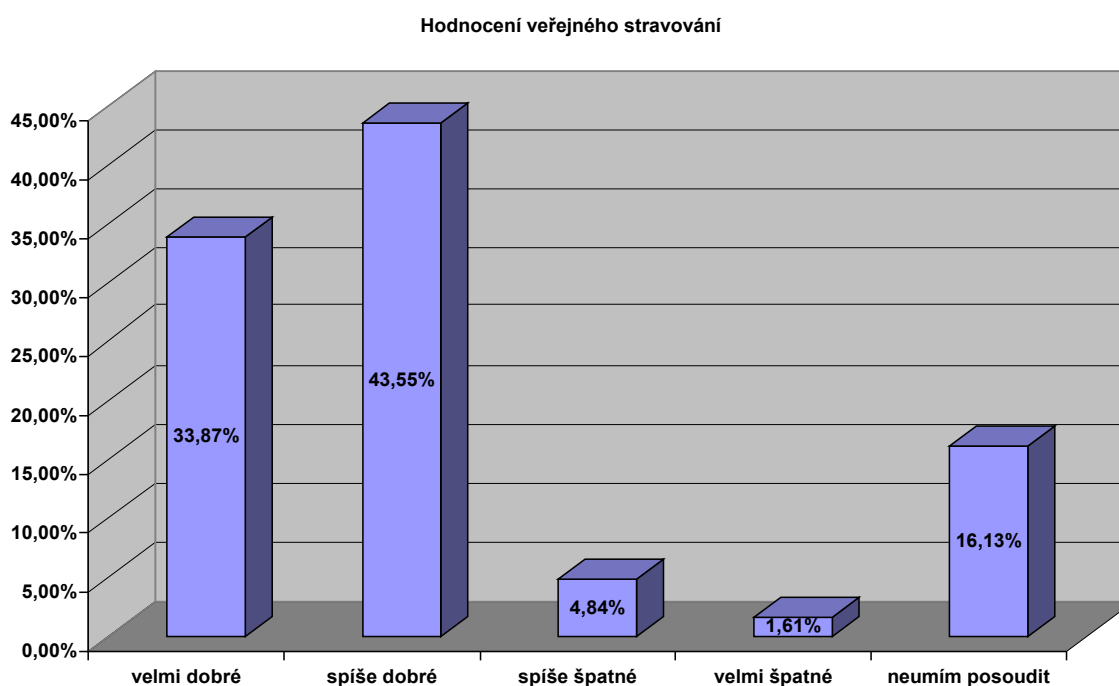
Respondenti byli dotázáni na kvalitu několika základních služeb poskytovaných v souvislosti s cestovním ruchem.

U hodnocení ubytovacích služeb bylo 79 % dotazovaných spokojeno s jejich kvalitou. Je však třeba brát v úvahu, že se jednalo o ubytování zprostředkované CK Régio. Ta si ubytování, které nabízí, jistě prověřuje z hlediska kvality, což může být důvodem pro tak kladné hodnocení. I ostatní poskytované služby byly hodnoceny velmi kladně. Nejpříznivěji hodnotili respondenti úroveň čistoty a pořádku. Téměř 92 % z nich ji považuje za velmi dobrou či spíše dobrou. Negativně hodnotilo čistotu a pořádek pouze 3,22 % dotazovaných.

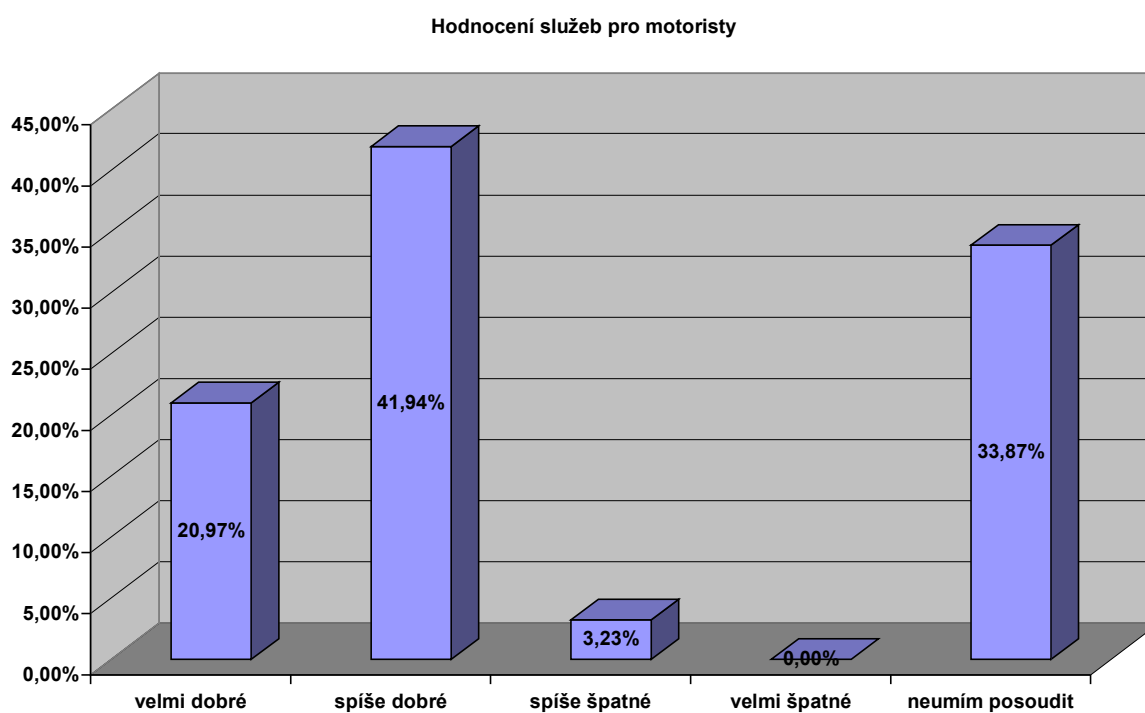
Obrázek 16: Hodnocení ubytovacích služeb



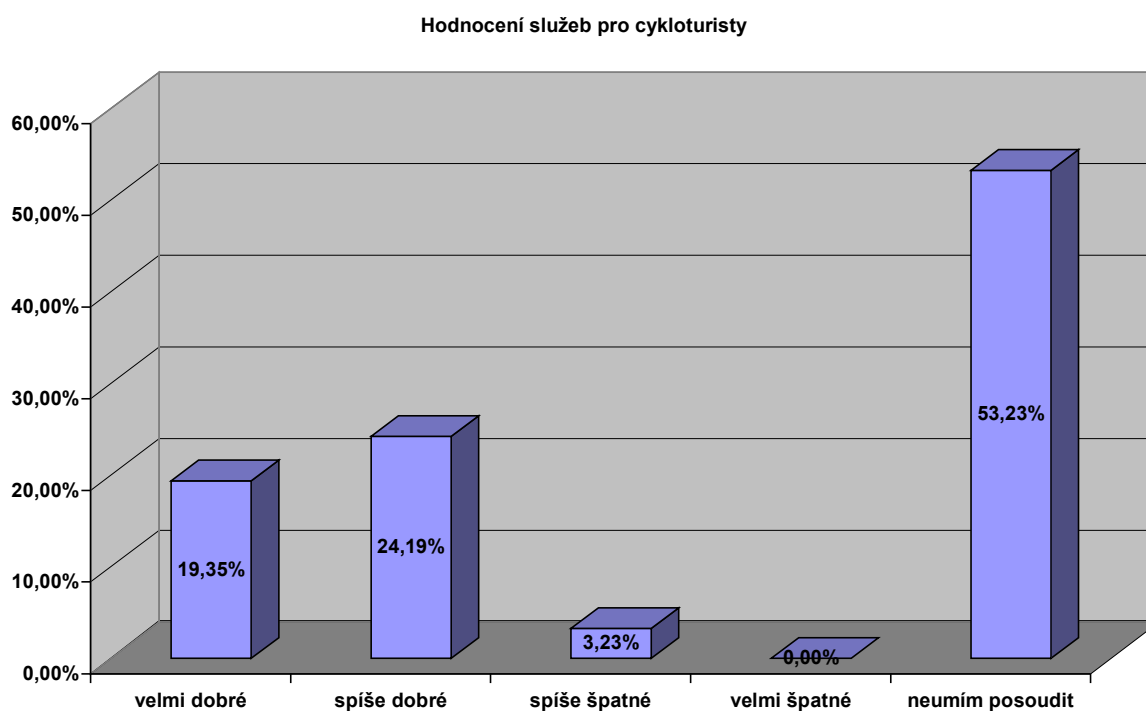
Obrázek 17: Hodnocení veřejného stravování



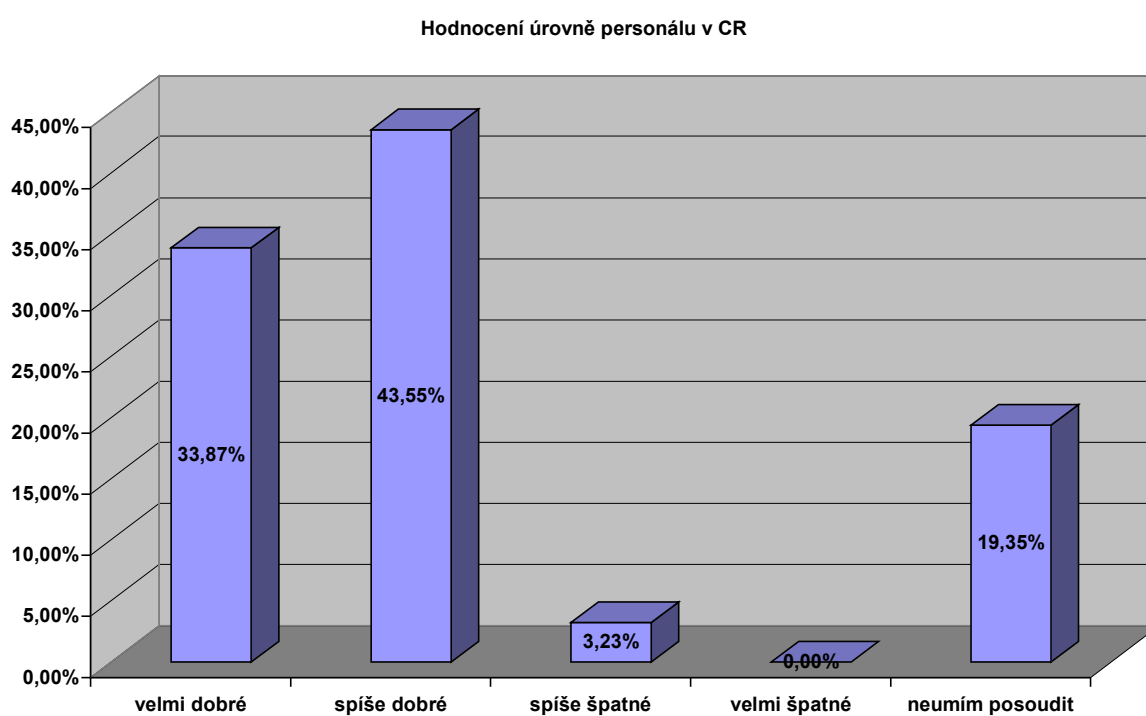
Obrázek 18: Hodnocení služeb pro motoristy



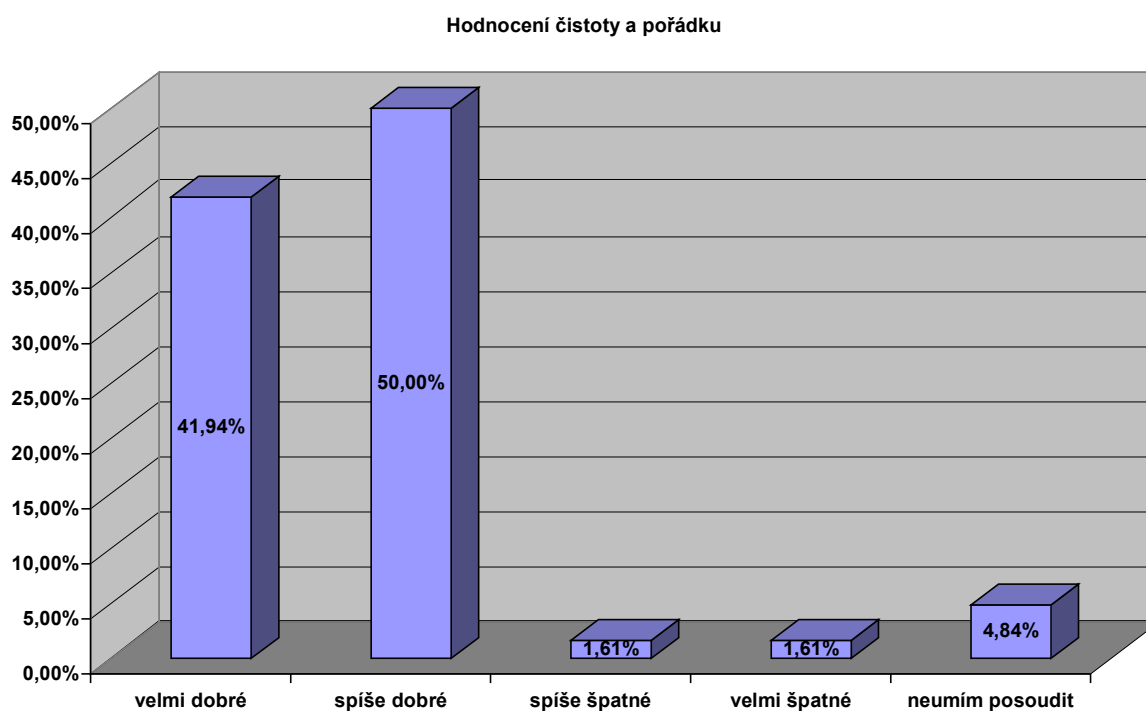
Obrázek 19: Hodnocení služeb pro cykloturisty



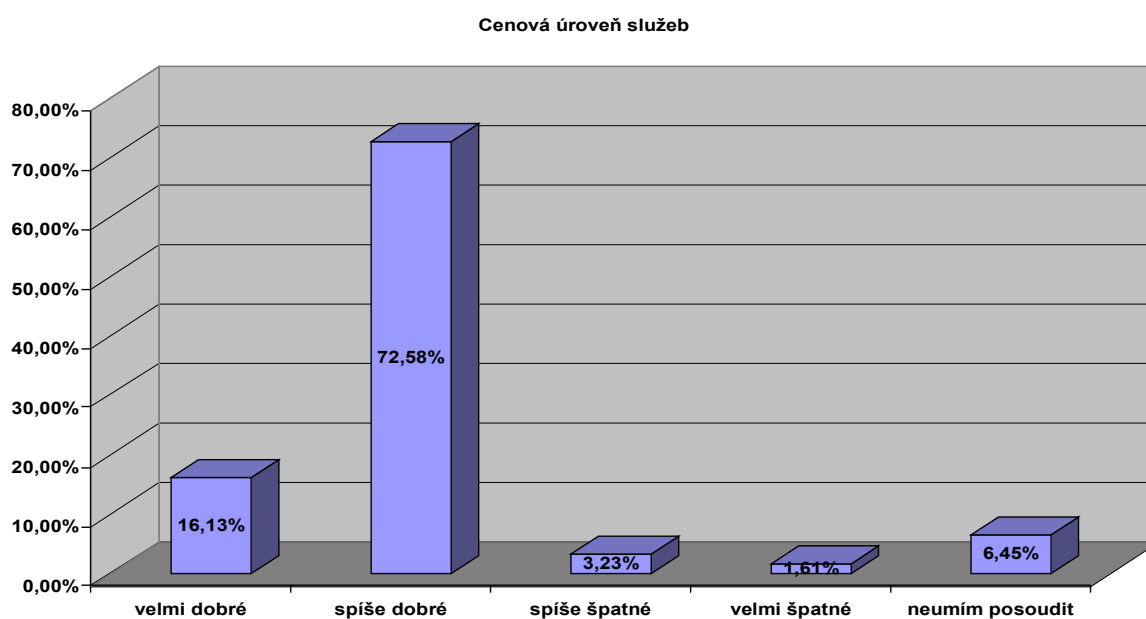
Obrázek 20: Hodnocení úrovně personálu v cestovním ruchu



Obrázek 21: Hodnocení čistoty a pořádku



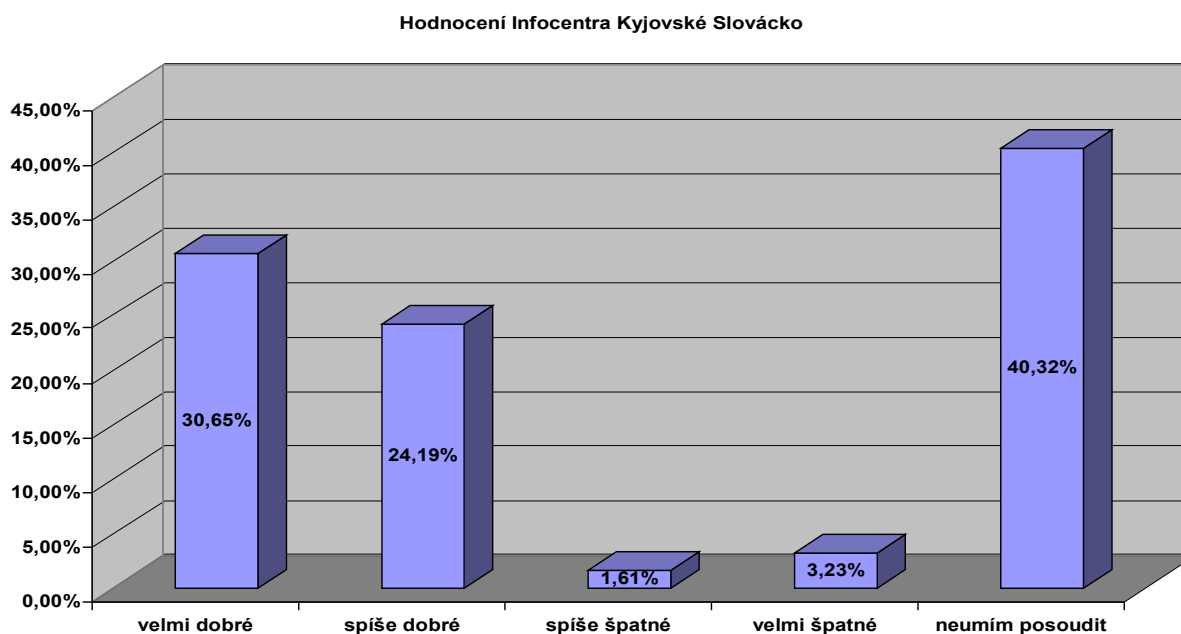
Obrázek 22: Cenová úroveň služeb



5.4.4 Infocentrum Kyjovské Slovácko

Respondenti byli též dotázáni na úroveň služeb poskytovaných Infocentrem Kyjovské Slovácko. Jeho nabídky využila poměrně velká část dotazovaných, téměř 60 %. Kladné hodnocení Infocentra naprosto převažuje, nicméně v dotaznících byla uvedena i stížnost na nedostatečnou kvalitu a rozsah propagačních materiálů, které Infocentrum zaslalo zájemci na vyžádání.

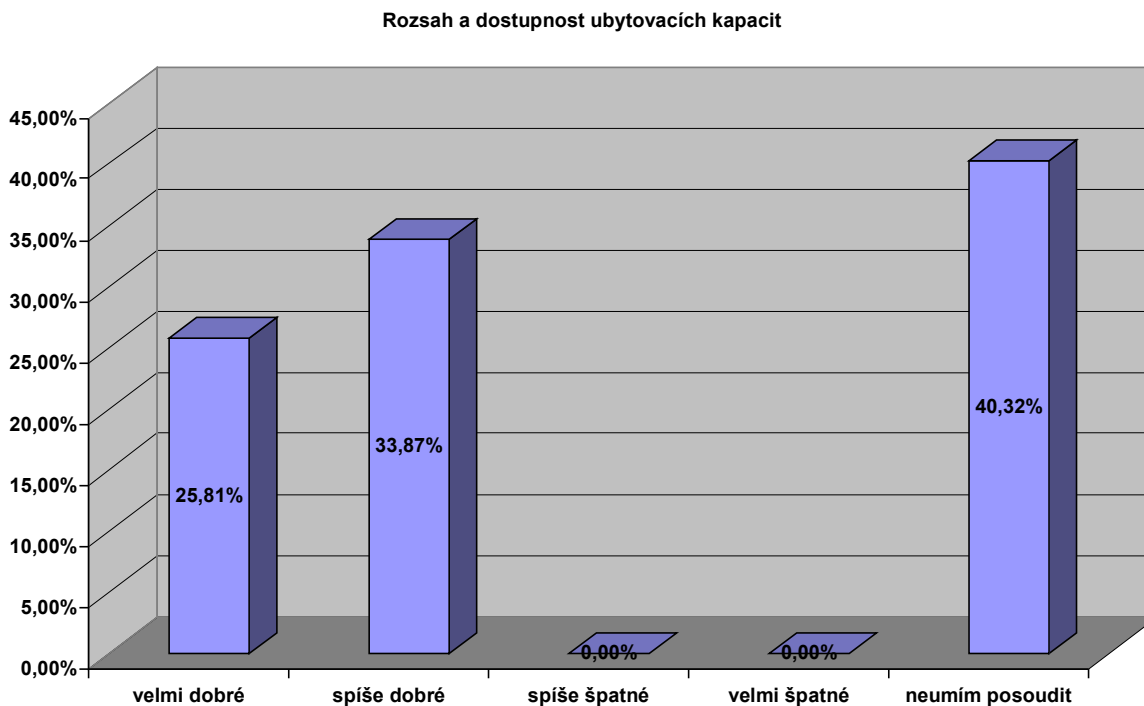
Obrázek 23: Hodnocení Infocentra Kyjovské Slovácko



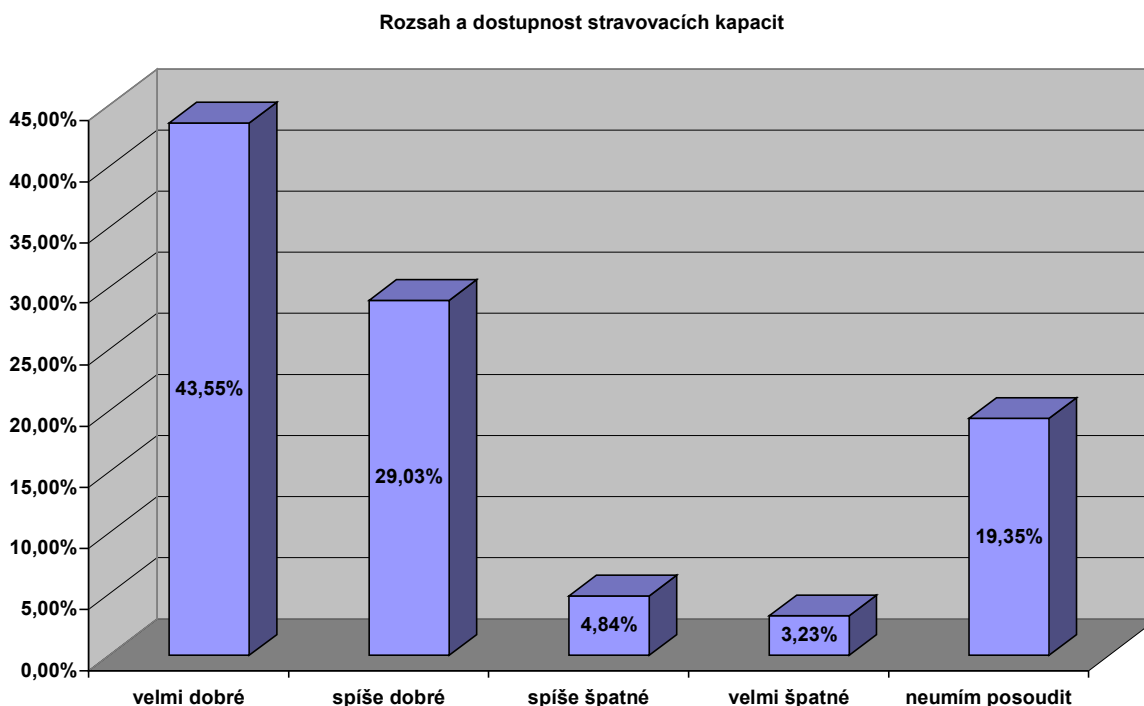
Hodnocení infrastruktury služeb cestovního ruchu

Respondenti byli dotázáni na zhodnocení infrastruktury cestovního ruchu, zejména na rozsah a dostupnost klíčových služeb CR. Nejkladněji byl hodnocen rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit. Z 60 % respondentů, kteří se k otázce vyjádřili, nikdo neuvedl záporné hodnocení. V tomto případě je však opět třeba vzít na zřetel, že respondenti absolvovali dovolenou s CK Régio a měli tedy ubytování předem zajištěno. Proto u nikoho nenastaly žádné problémy s jeho sháněním. U ostatních služeb opět převažovalo velmi kladné hodnocení.

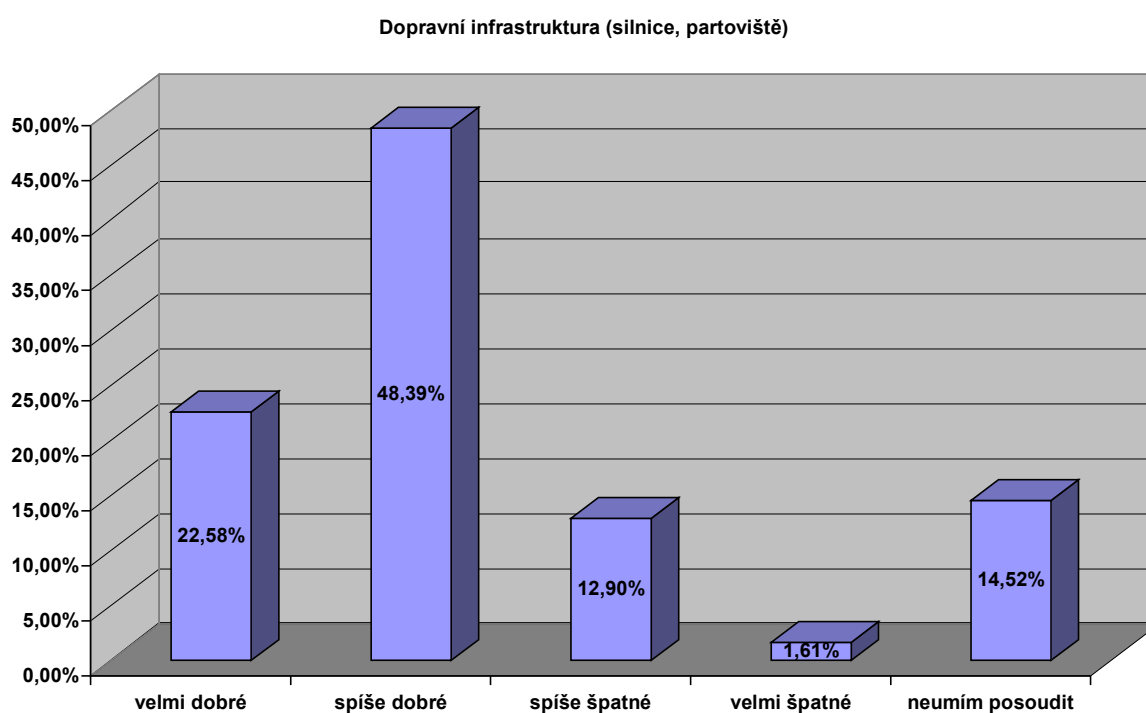
Obrázek 24: Rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit



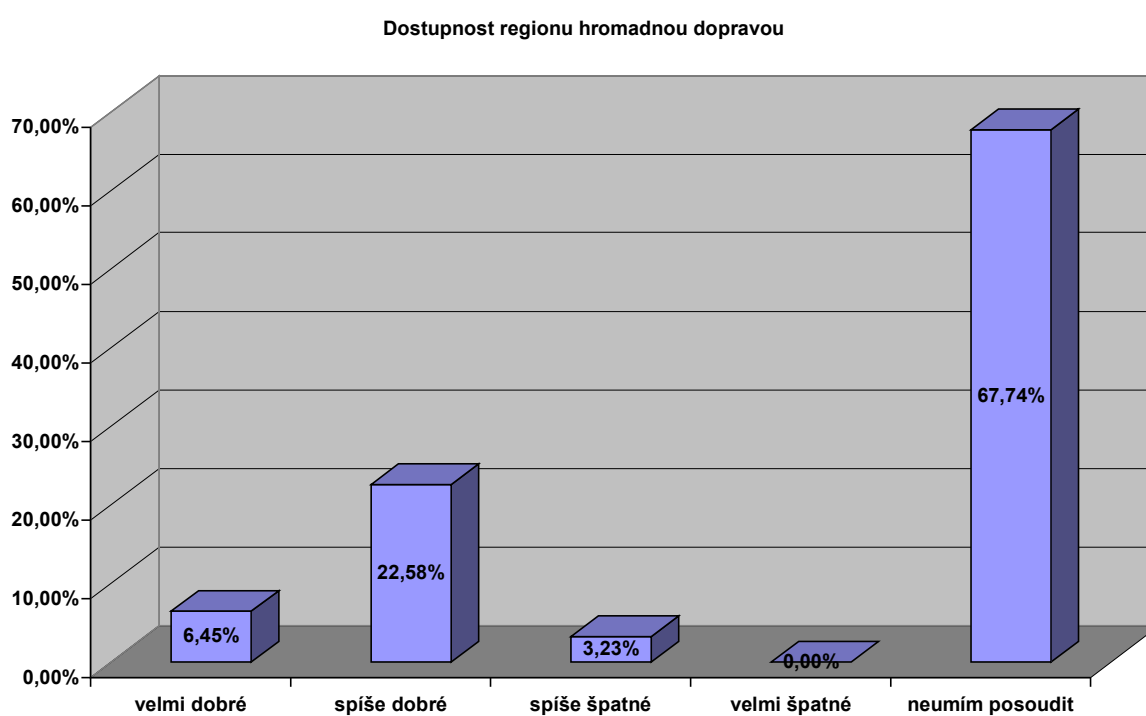
Obrázek 25: Rozsah a dostupnost stravovacích kapacit



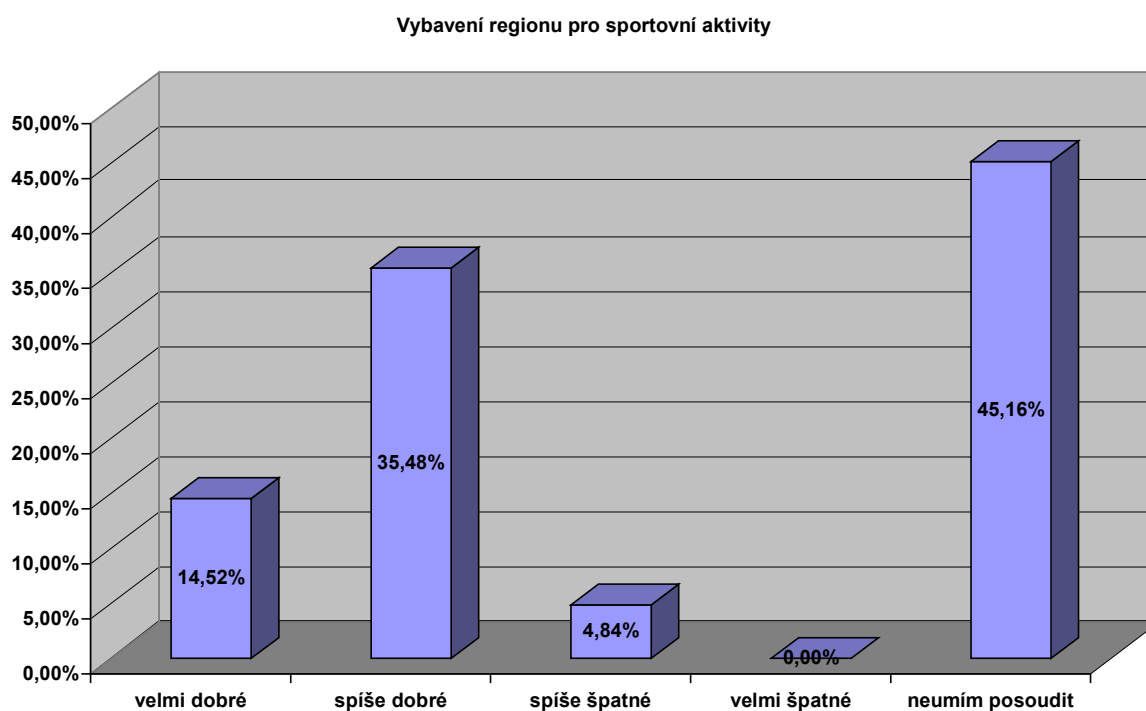
Obrázek 26: Dopravní infrastruktura



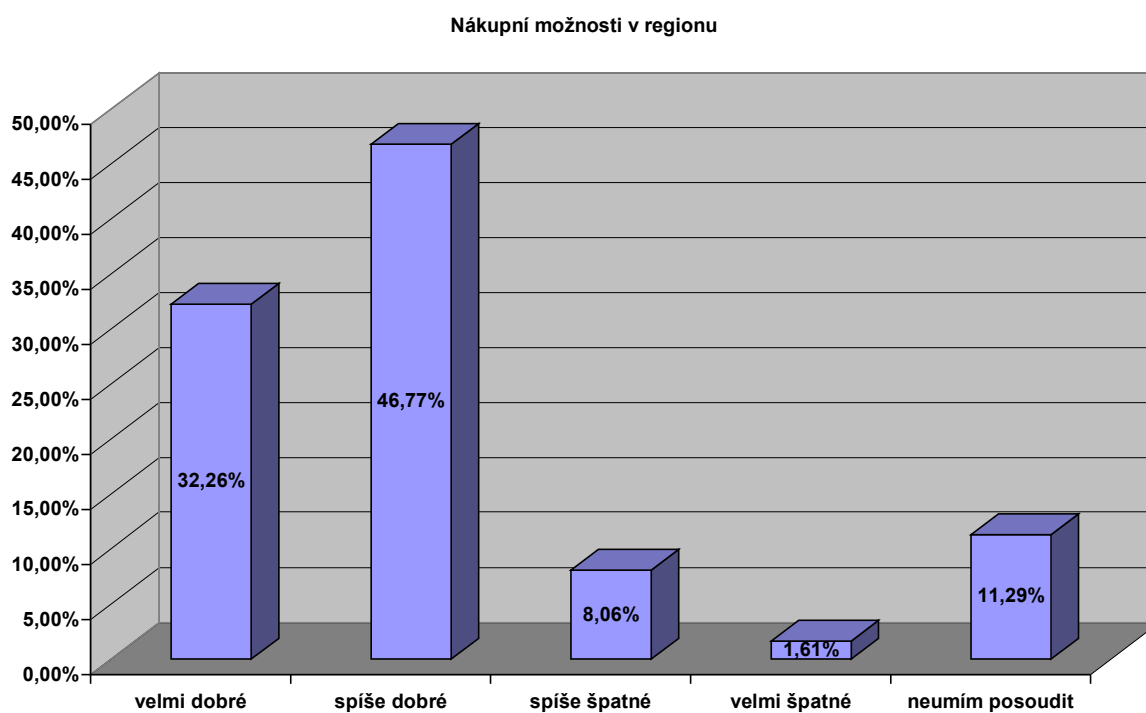
Obrázek 27: Dostupnost regionu hromadnou dopravou



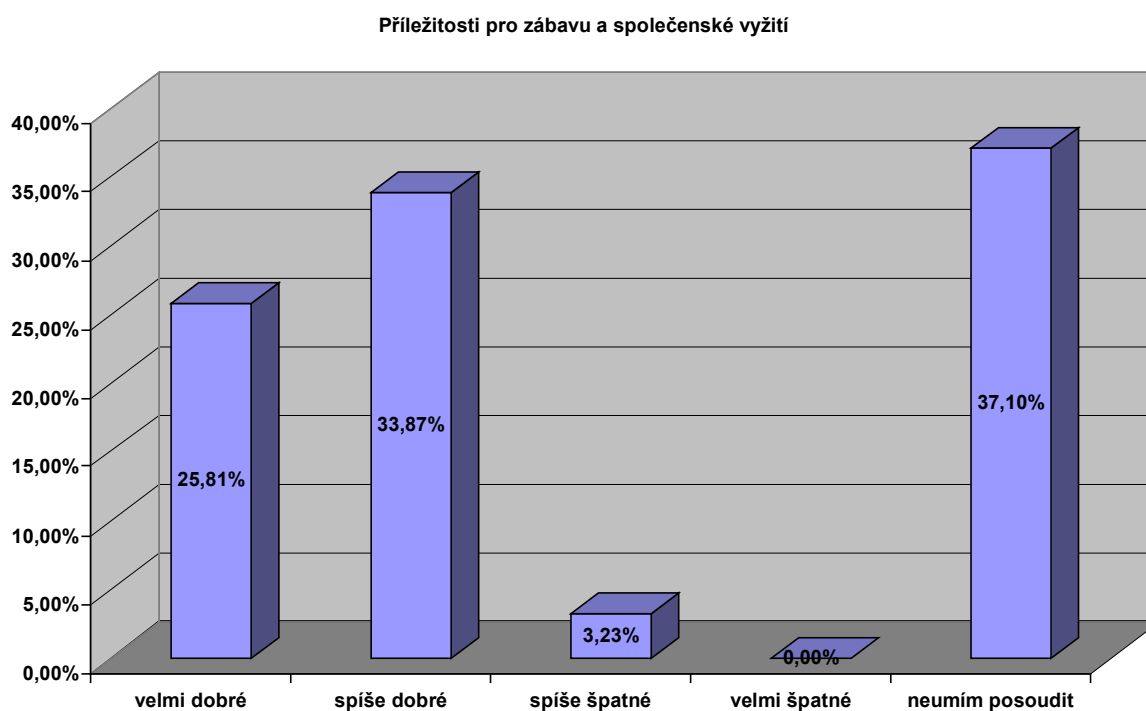
Obrázek 28: Vybavení regionu pro sportovní aktivity



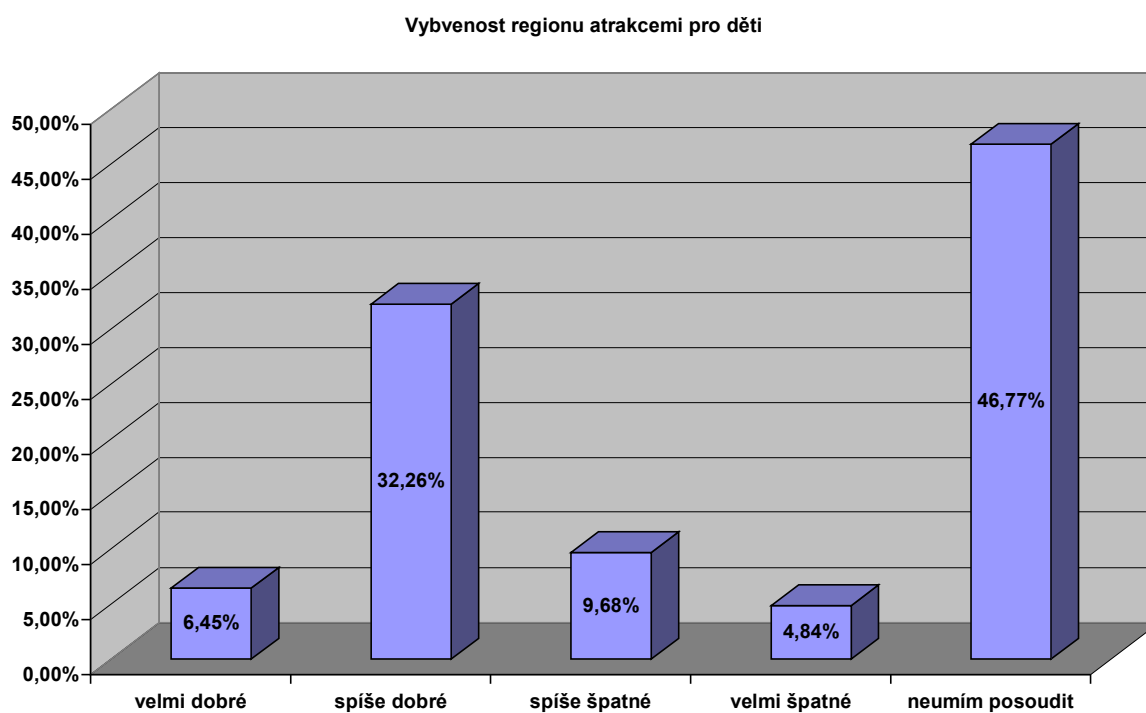
Obrázek 29: Nákupní možnosti v regionu



Obrázek 30: Příležitosti pro zábavu a společenské vyžití



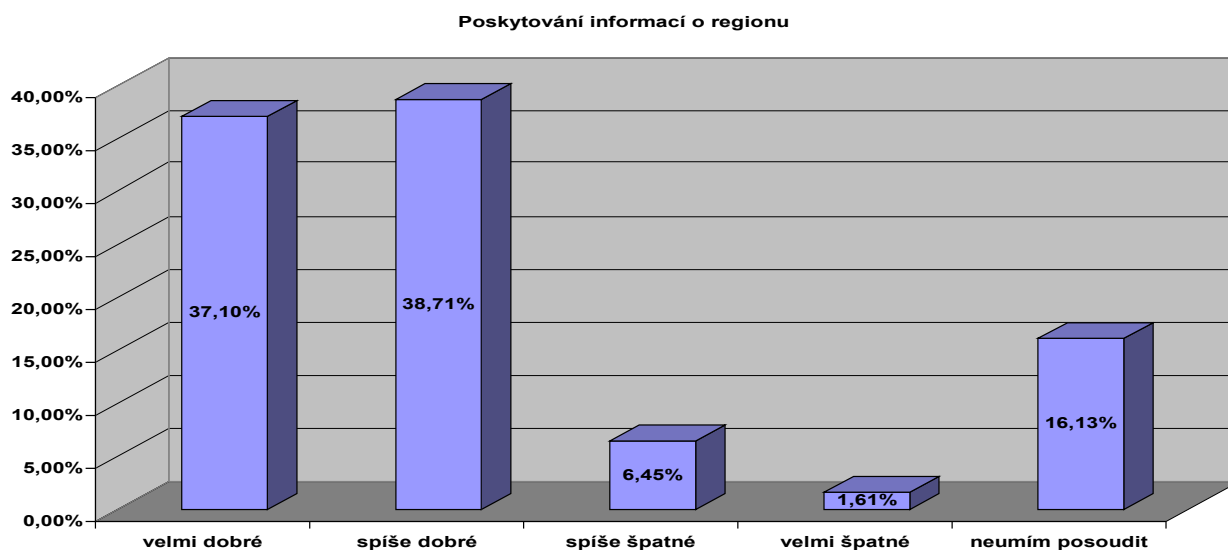
Obrázek 31: Vybavenost regionu atrakcemi pro děti



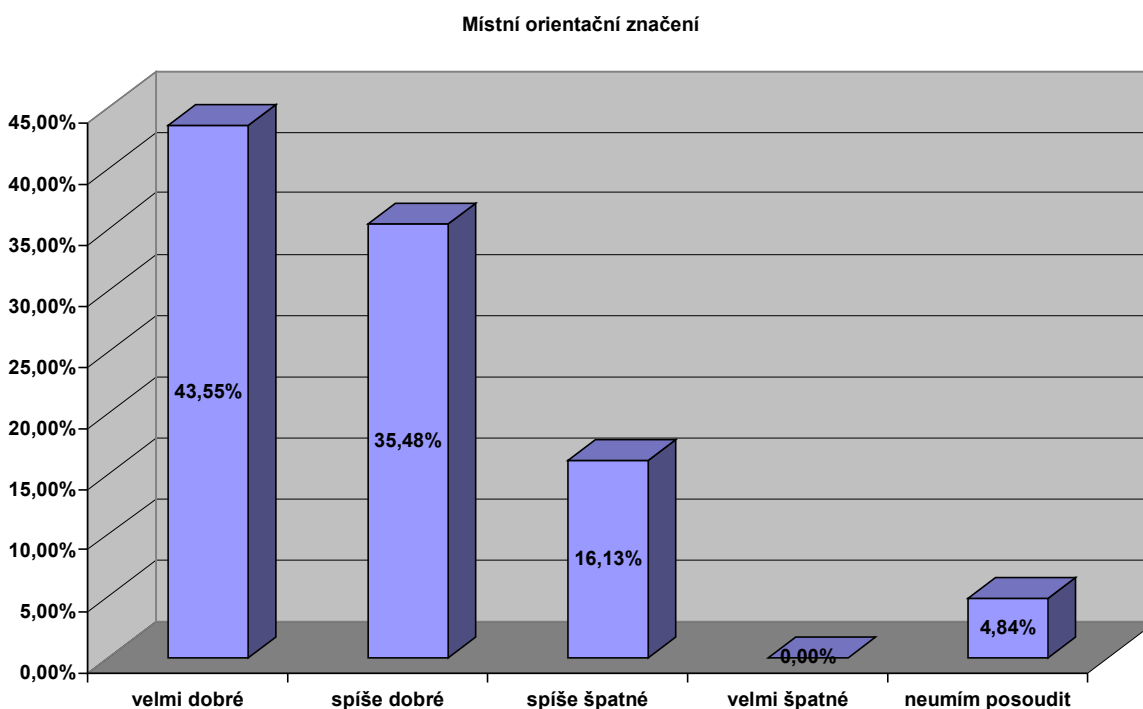
5.4.5 Hodnocení dalších služeb spojených s cestovním ruchem

Respondenti hodnotili i další aspekty související s kvalitou služeb cestovního ruchu. Jednalo se například o poskytování informací o regionu, místní orientační značení, péče o památky a turistické aktivity apod. Hodnocení vyznělo pro Kyjovsko opět velmi kladně, s minimálním procentuálním podílem odpovědí s negativním ohodnocením služeb.

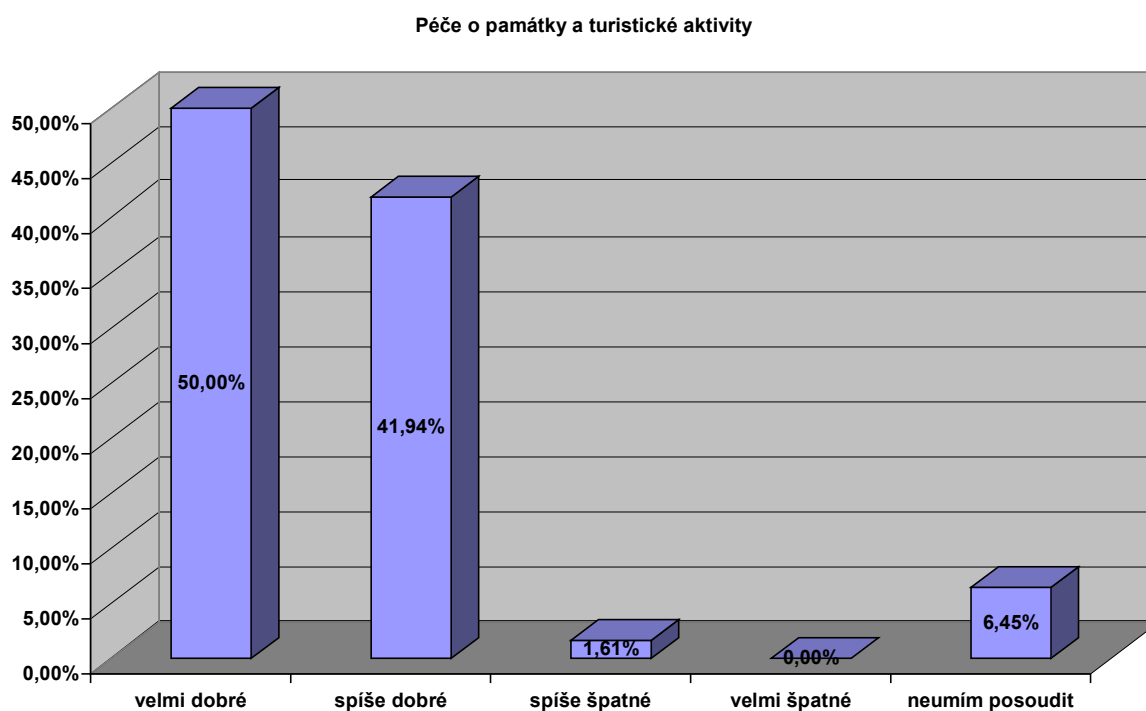
Obrázek 32: Poskytování informací o regionu



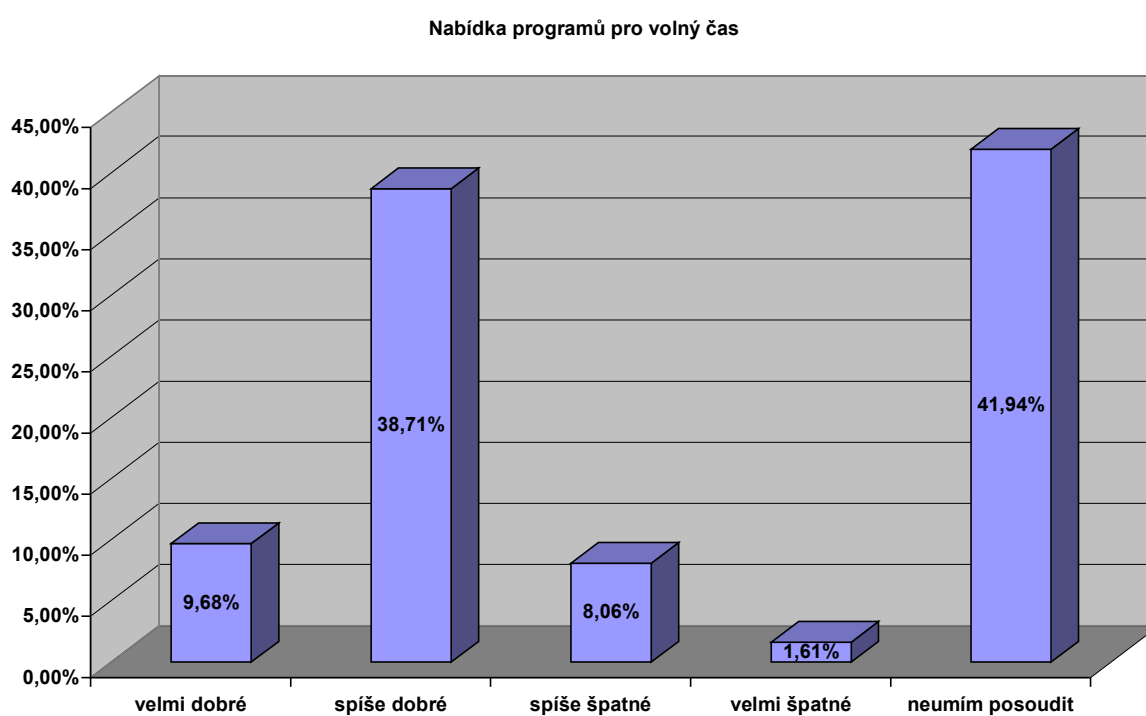
Obrázek 33: Místní orientační značení



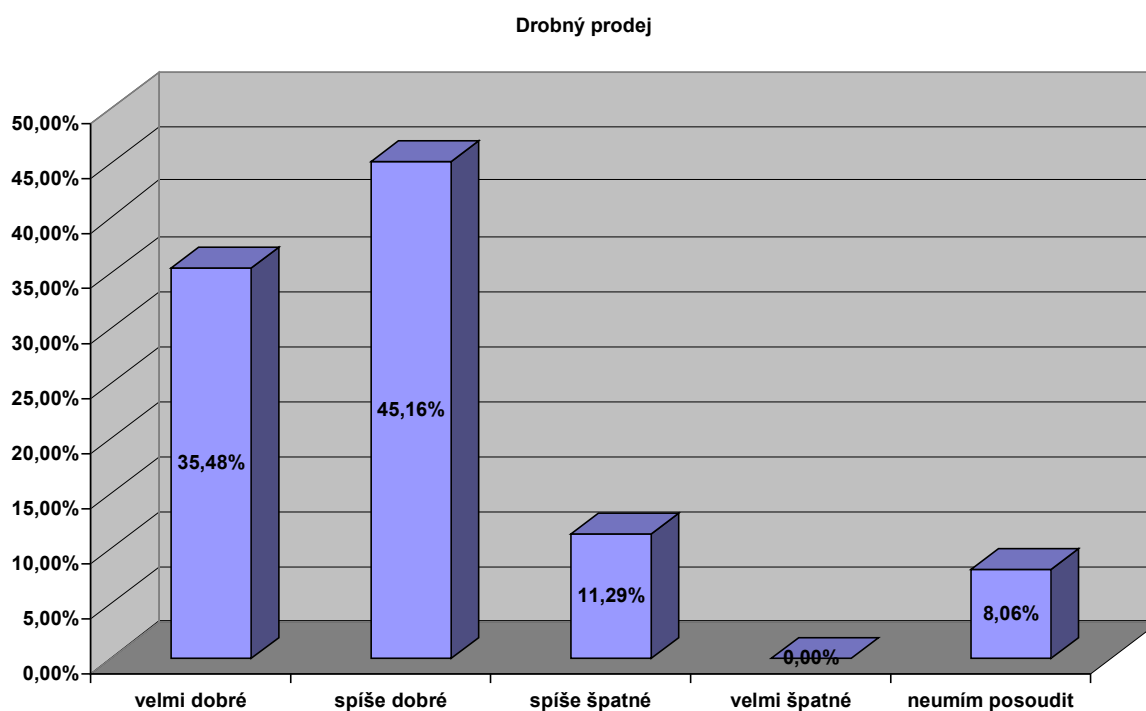
Obrázek 34: Péče o památky a turistické aktivity



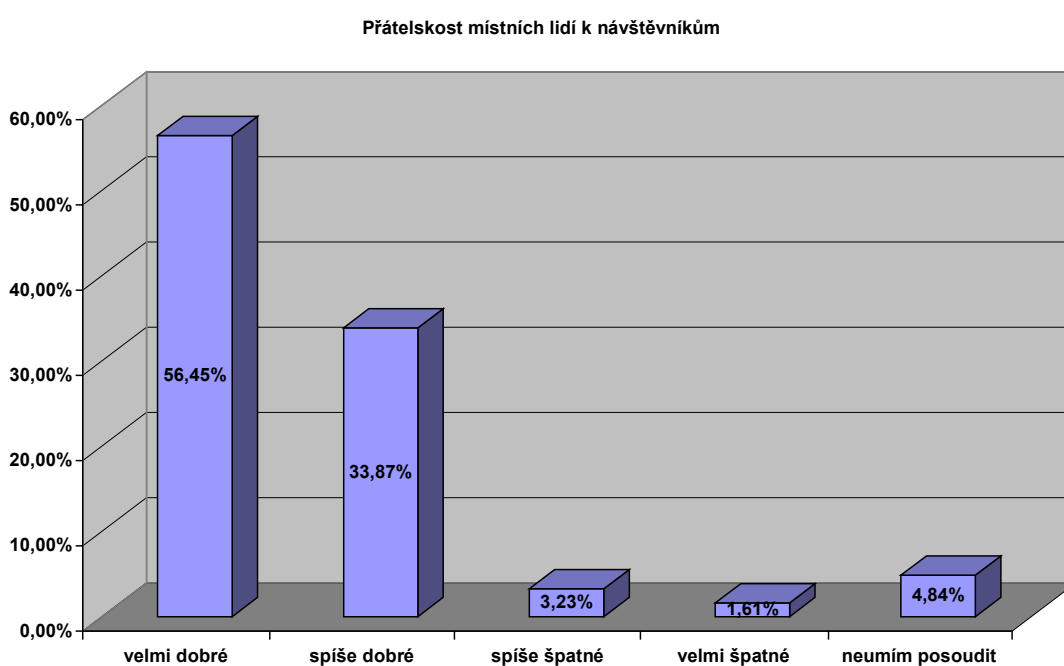
Obrázek 35: Nabídka programů pro volný čas



Obrázek 36: Drobný prodej



Obrázek 37: Přátelskost místních lidí k návštěvníkům

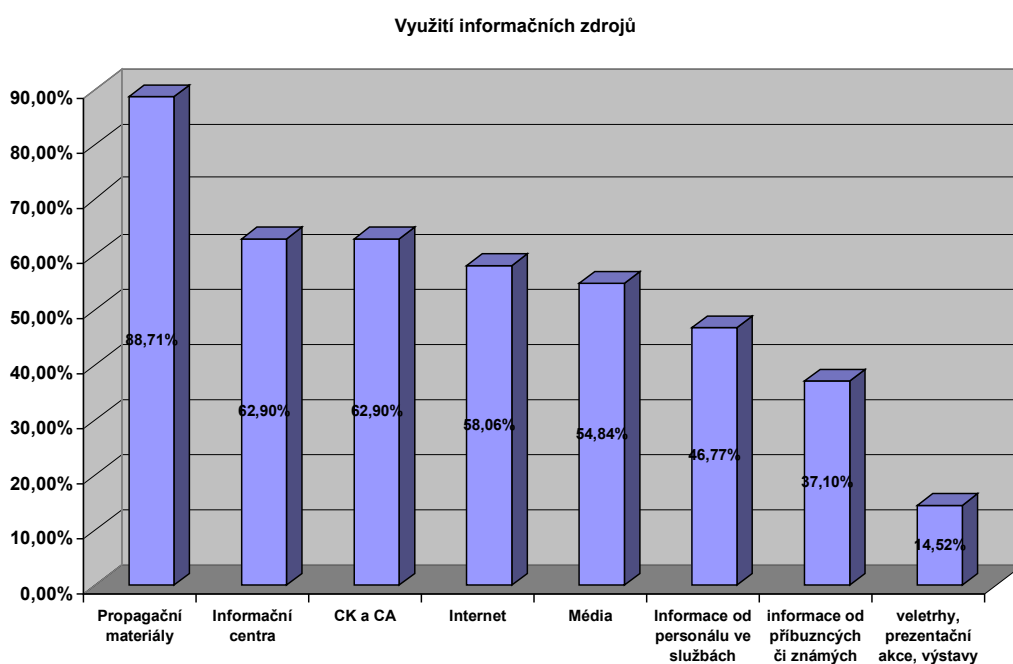


5.4.6 Využívání informačních zdrojů

Respondenti byli dotázáni na informační zdroje, jaké před pobytem získávali o regionu. Mohli označit libovolný počet z celkově osmi možných zdrojů informací.

Nejvíce využívali propagační materiály a to v 88,71 %. Hodně byla využívána též informační centra, cestovní kanceláře a agentury a internet. Vysoký podíl cestovních kanceláří jako informačního zdroje je však zřejmě opět způsoben tím, že respondenti byli klienty CK Régio.

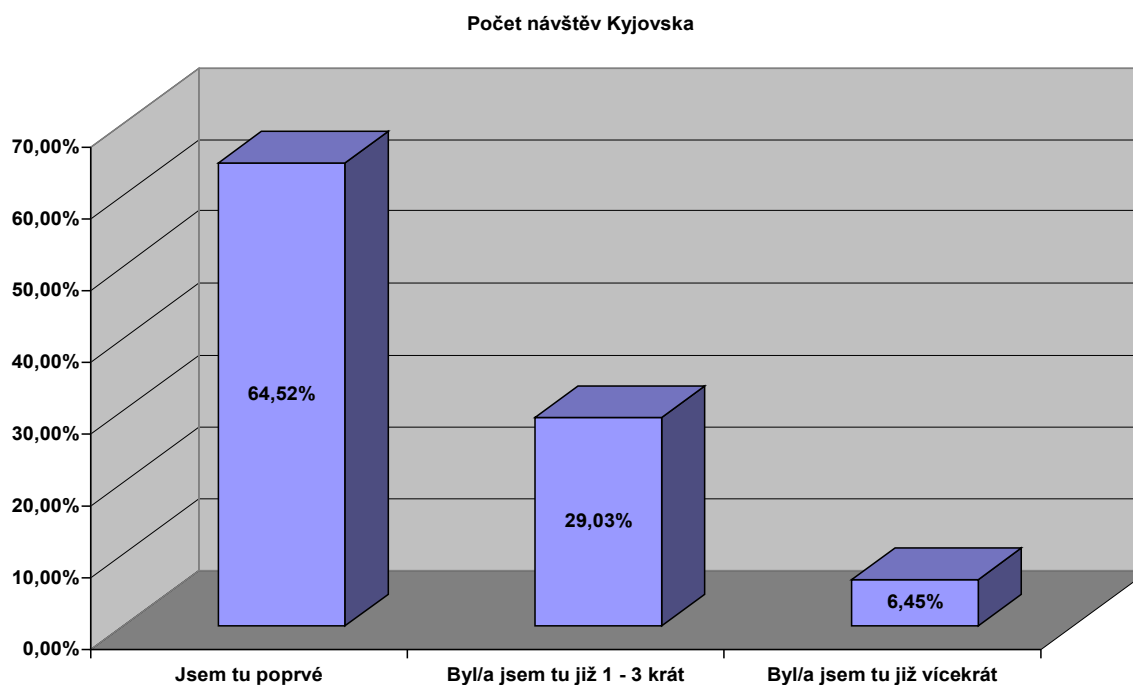
Obrázek 38: Využití informačních zdrojů



5.4.7 Počet dosavadních návštěv regionu Kyjovsko

Nejvíce dotázaných, 64,52 %, uvedlo, že strávilo svou dovolenou na Kyjovsku poprvé. Jednou až třikrát navštívilo tento region 29,03 % dotázaných a 6,45 % uvedlo, že zde byli již vícekrát.

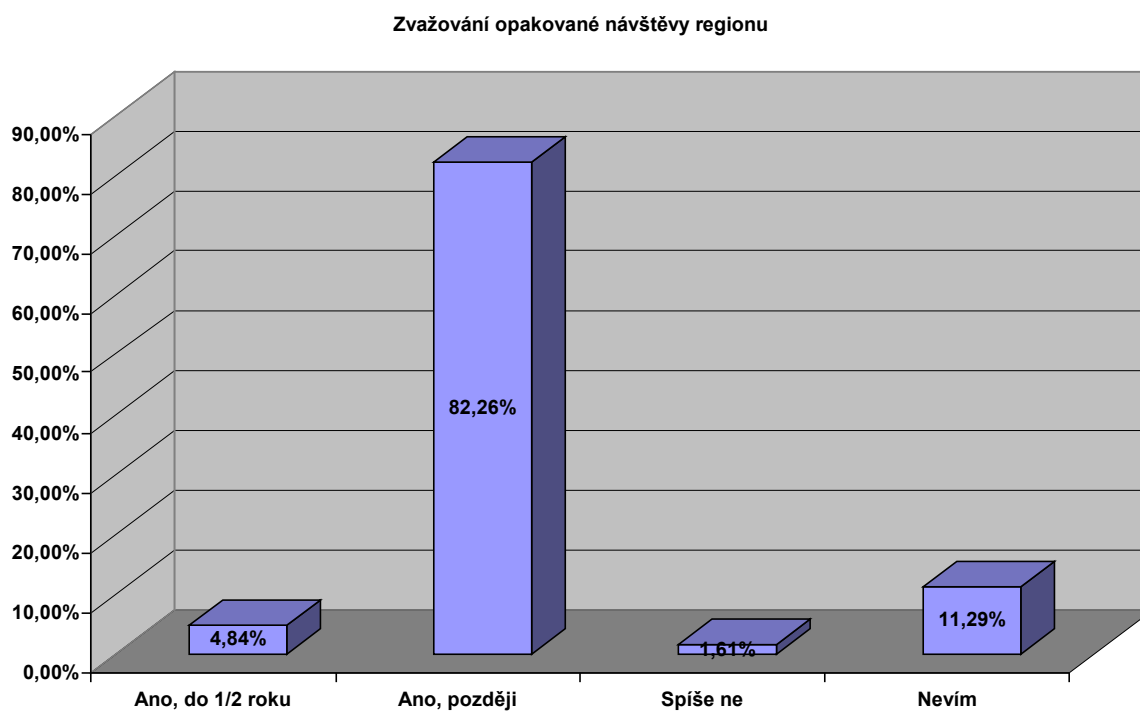
Obrázek 39: Počet dosavadních návštěv



5.4.8 Spokojenost návštěvníků s pobytem na Kyjovsku

Spokojenost s pobytem byla měřena otázkou na zvažování opakované návštěvy regionu. Necelých 5 % dotázaných plánuje vrátit se na Kyjovsko do půl roku. Největší část respondentů, 82,26 %, má zájem se do regionu opět vrátit, ale v delším časovém horizontu. Do regionu se spíše nechce vrátit 1,61 % dotázaných.

Obrázek 40: Zvažování opakované návštěvy regionu



5.5 Dotazníkové šetření - Image regionu Kyjovsko

5.5.1 Cíl dotazování

Cílem dotazování bylo získání základních informací o image regionu z pohledu místních lidí, o nabídce regionu a charakteru turistů a trávení jejich času. Dotazování bylo provedeno s ohledem na tvorbu www stránek. Snahou bylo u osob, které jsou zainteresovány do problematiky cestovního ruchu, zjistit jejich vnímání regionu. Dalším cílem bylo zvýšení povědomí o projektu u těchto osob.

Pro splnění účelu bylo zvoleno neosobní šetření formou dotazníků v tištěné podobě. V dotazníku byly otevřené otázky, které umožní dotazovanému volně se vyjádřit k danému tématu. Díky tomu byla získána široká škála odpovědí, které nebyly standardizované a obsahovaly různé pohledy na problematiku cestovního ruchu. Dotazník obsahoval 6 otázek, aby dotazované příliš nezatěžoval a bylo dosaženo jeho rychlé návratnosti. Pro účely výzkumu bylo distribuováno cca 30 dotazníků, vyplněno bylo 13 dotazníků.

Použití otevřených otázek ztěžuje technické zpracování dotazníků, ale vzhledem k cíli dotazníku (hledání nápadů, získání přehledu o regionu) nebyla nutná složitější analýza získaných odpovědí.

Pro potřeby dotazníkového šetření byly zvoleny následující otázky:

1. Co si myslíte, že se vybaví turistům pod pojmem Kyjovsko?
2. Bylo by vhodné rozšířit, prohloubit či pozměnit současnou image regionu Kyjovsko? V případě že ano, jakým směrem by bylo vhodné se ubírat?
3. Co je potřeba změnit či zlepšit aby se mohl cestovní ruch dále rozvíjet?
4. Za čím především turisté do Kyjovka jezdí?
5. Nachází se v regionu turisticky zajímavé cíle na které se zapomíná a bylo by vhodné je prezentovat? Jaké cíle to jsou?
6. Jaký je Váš vztah k cestovnímu ruchu?

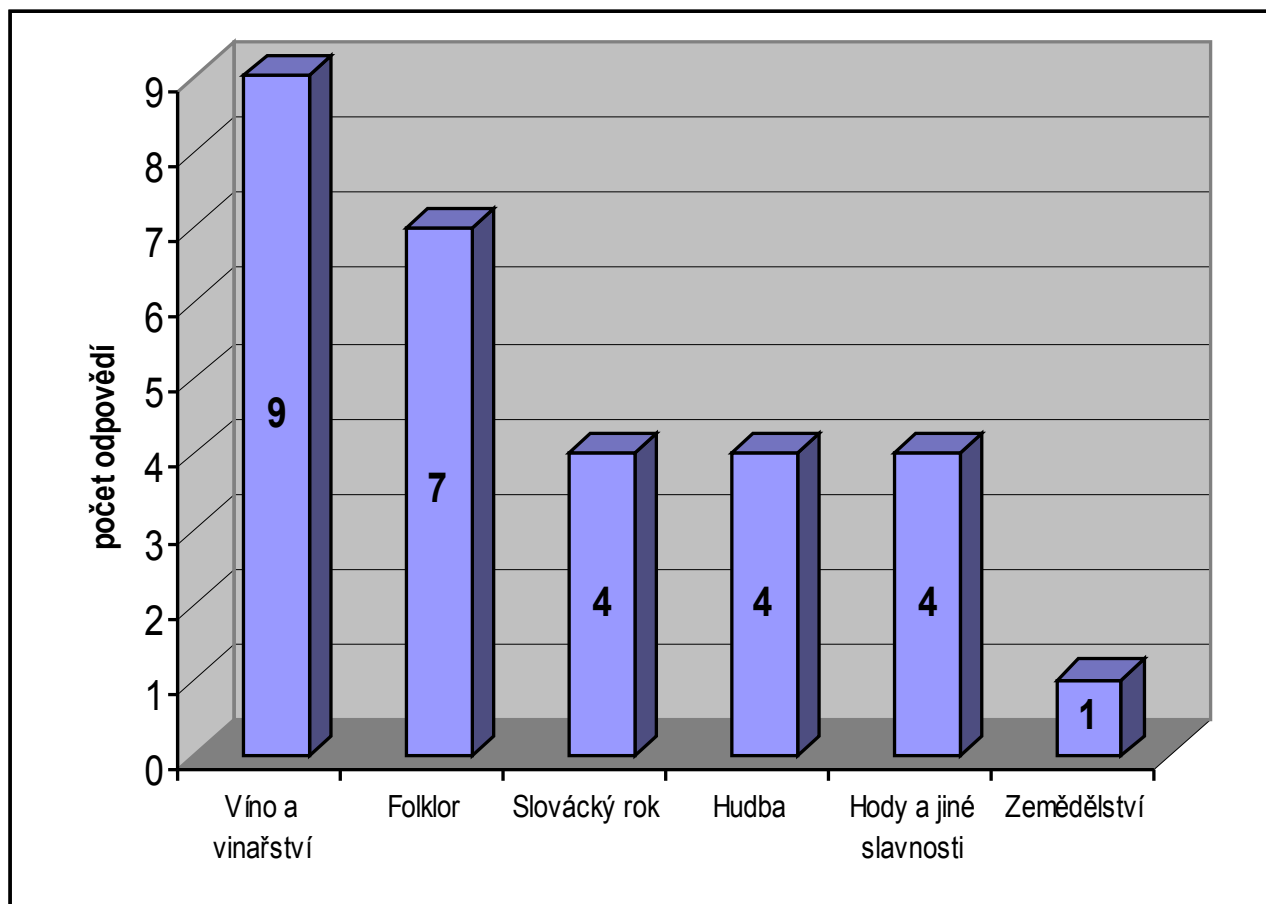
5.5.2 Vyhodnocení dotazníku

Celkem se navrátilo třináct správně vyplněných dotazníků. Počet respondentů je relativně malý a odpovědi nemusí věrně zobrazovat názor celé zainteresované veřejnosti.

5.5.2.1 Vnímání regionu Kyjovsko turisty

Nejvíce dotazovaných se domnívá, že si turisté s pojmem regionu Kyjovsko spojují víno a vinařství a dále pak folklor (včetně krojů), hudbu a slavnost Slovácký rok. Žádný respondent se nedomnívá, že si turisté Kyjovsko spojují s nějakou formou aktivního odpočinku, ať už s pěší turistikou či cykloturistikou.

Obrázek 41: Co se vybaví turistům pod pojmem Kyjovsko



5.5.2.2 Změna či prohloubení image regionu Kyjovsko

Odpovědi na tuto otázku byly velmi různorodé a obsahují některé zajímavé náměty na rozvoj a prohloubení image kyjovského regionu.

Z dotazníku vyplývají následující konkrétní návrhy:

- Prostřednictvím kyjovského Infocentra shromažďovat informace o všech službách spojených s cestovním ruchem a o všech chystaných aktivitách. Tyto informace pak vhodným způsobem publikovat, aby se dostali k zákazníkům tj. turistům.
- Rozšířit propagaci regionu a kulturních akcí. Využít k tomu jak běžně používaných propagačních prostředků, jako jsou letáky, pohlednice, účast na veletrzích, tak i moderních komunikačních prostředků, kam se řadí zejména internet.
- Informovat turisty více o kultuře a historii.
- Zaměřit se na rozvoj rekreačního sportu.
- Rozšířit nabídku služeb pro turisty.
- Zdůraznit, že Kyjovsko neznamena pouze folklor, ale že jsou zde i kulturní památky, galerie, hudební vystoupení apod.

5.5.2.3 Změny a zlepšení nutné k dalšímu rozvoji cestovního ruchu v regionu

Respondenti mají různé názory na to jak dále rozvíjet cestovní ruch v regionu. Odpovědi se velmi různily a ukázaly mnoho směrů, jakými je možné se ubírat.

V dotaznících se objevily tyto konkrétní náměty:

- Rozšířit, zlepšit a více prezentovat ubytovací kapacity.
- Dokončit vinařské a turistické stezky.
- Více medializovat kulturní a historické památky a současné dění v regionu.
- Provozovat Infocentrum i o víkendu.
- Zlepšit služby pro turisty – ubytovací, stravovací, sportovní apod.
- Investovat do turistické infrastruktury a rozšířit počet turistických atrakcí.
- Zapojit všechny obce regionu Kyjovsko do dění v regionu a propojení kulturních akcí.
- Centralizovat informace o všech akcích a poskytovat o nich informace jak v tištěné, tak i elektronické podobě.

5.5.2.4 Turistické cíle, které nejsou dostatečně prezentovány

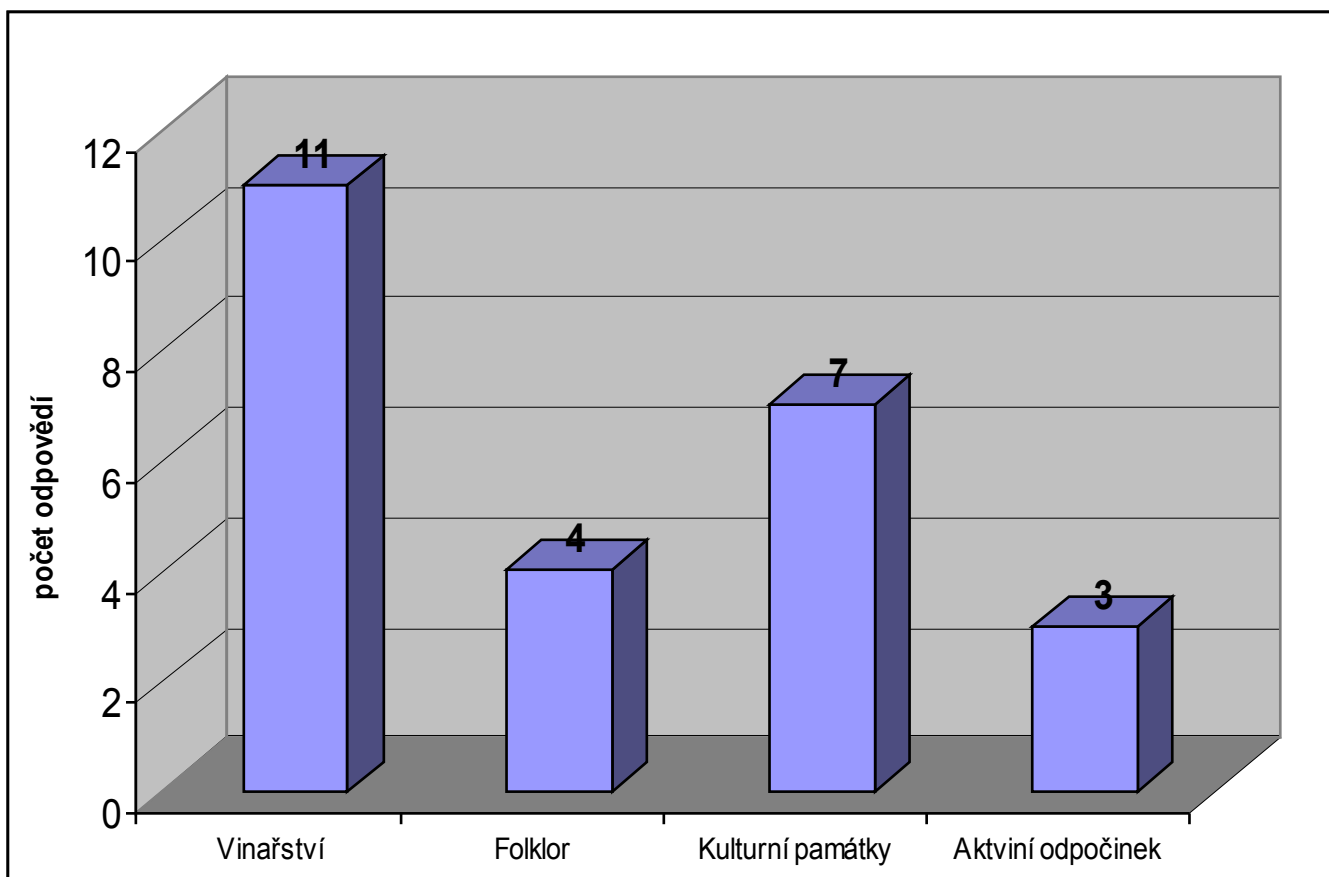
Respondenti se domnívají, že region může nabídnout turistům více než pouze vinařství a folklor. Uvedli tyto turistické cíle, na které se zapomíná a které by měly být více prezentovány:

- kultura a její všechny oblasti
- památky
- krajinářsky zajímavá místa
- příroda (zejména Chřiby, které nabízí mnoho zajímavých míst ležících i mimo hlavní tah k hradu Buchlov)

5.5.2.5 Za čím především turisté na Kyjovsko jezdí

Podle respondentů je převažujícím důvodem návštěvy regionu vinařství. Dále následuje folklor, kulturní památky, aktivní odpočinek jako turistika a sport.

Obrázek 42: Za čím především turisté na Kyjovsko jezdí



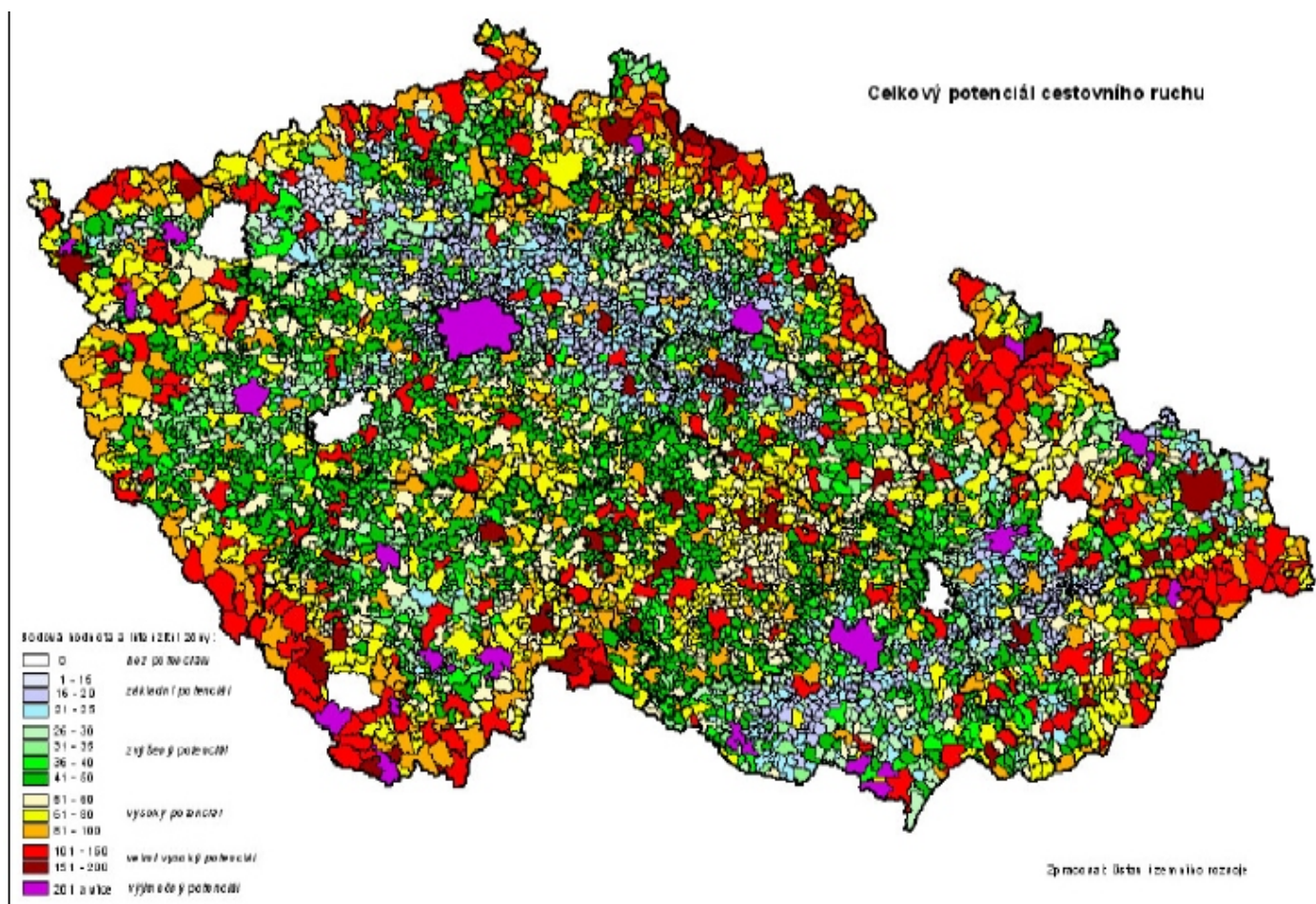
6 Analýza konkurence

Konkurenceschopnost regionu Kyjovsko v rámci celé ČR ilustruje kartogram celkového potenciálu cestovního ruchu jednotlivých obcí. Konkurenčně slabší oblasti jsou vybarveny v odstínech modré až zelené, oblasti s vysokým až velmi vysokým potenciálem pak v odstínech žluté až červené a hnědé. Turistický potenciál Kyjovska je definován jako zvýšený až mírně vysoký.

Vzhledem k místním specifikům jednotlivých regionů ČR můžeme chápat jako přímou konkurenci pouze lokality s identickými přírodními a kulturními charakteristikami, tedy sousední regiony Kyjovska. V zájmu zlepšování turistické infrastruktury by měly sousední regiony ale spíše kooperovat než konkurovat (viz spolupráce s regionem Slovácko). Právě nadregionální spolupráce v oblasti budování infrastruktury cestovního ruchu, tvorbě turistických produktů či propagaci může být zdrojem posilování konkurenceschopnosti Kyjovska.

Hlavní současné konkurenční výhody Kyjovska oproti ostatním regionům jsou uvedeny v kapitole 7 jako silné stránky.

Obrázek 43: Celkový potenciál CR v České republice (Pramen: Ústav územního rozvoje – www.uur.cz, 9.5.2006)



7 SWOT analýza

Cílem SWOT analýzy je stanovení silných a slabých stránek jednotlivých problémových oblastí regionu a definování jeho příležitostí a ohrožení. To umožní formulovat klíčové problémy rozvoje regionu a vyjmenovat jak globální tak i specifické cíle rozvojové strategie.

Metodika SWOT analýzy (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats - silné stránky, slabé stránky, příležitosti a ohrožení) je standardní metoda pro prezentaci analytických poznatků o nejrůznějších objektech zkoumání. Její podstatou je charakteristika silných a slabých stránek zkoumaného objektu (v tomto případě cestovního ruchu regionu) a jeho možných příležitostí a ohrožení. Přijetím silných stránek a naopak soustředěním se na odstraňování nebo alespoň omezování slabých stránek roste pravděpodobnost využití nabízejících se příležitostí a omezuje se dopad označených ohrožení. Zejména slabé stránky jsou východiskem pro návrh opatření v oblasti infrastruktury, marketingu, rozvoje lidských zdrojů, atd. a stanovení výše potřebných finančních prostředků.

7.1 Silné stránky

- víno, (drobné) vinařství
- vinné stezky
- autenticita venkova, pohostinnost, vstřícní lidé
- dědictví lidové tradice
- folklor - celoročně
- kulturní památky (zámek v Miloticích, Bukovanský mlýn, Cimburk...)
- lidová architektura
- přírodní bohatství a rozmanitost (Bzenecké váté písky, Chříby..)
- poměrně stálé a v létě teplé počasí
- vhodné podmínky pro pěší a cykloturistiku
- silné zázemí kulturních i sportovních aktivit
- vydávání měsíčního kulturního přehledu „KAM“
- „Kyjovsko“ je zaužívaný a známý pojem
- existující DSO – mikroregiony
- vhodná poloha
- dobrá dopravní infrastruktura

7.2 Slabé stránky

- CR není v regionu vnímán jako priorita
- nedostatek finančních prostředků vyčleněných pro CR
- nízká míra spolupráce mezi veřejnou sférou a podnikatelskými subjekty
- celkově nedostatečná a roztržitá informovanost občanů i turistů
- malá informovanost obcí ze strany poptávky
- chybí cestovní kanceláře orientovaná na příjezdový CR
- neznalost nutnosti nabízet turistické atraktivitu
- nízká aktivita lidí v jednotlivých obcích
- nespolečná mikroregionů při získávání dotací
- nedostatečná propagace akcí mikroregionů
- klesající zájem o spolupráci organizací i jednotlivců při organizování kulturních a sportovních akcí
- křížení termínů pořádaných akcí
- konzervativní přístup občanů k nově pořádaným kulturním a sportovním akcím
- špatná infrastruktura
- nekvalitní IC

- soustředění CR především do větších měst
- minimum ubytovacích a stravovacích kapacit v obcích
- nedostatečné zázemí pro akce (zastřešené sedací kapacity, jeviště,...)
- chybí rozmanitost druhů a kvality ubytování (autocamp, chaty, penziony,...)
- není plošné pokrytí internetovou sítí
- nedostatečné turistické značení
- omezené sportovní vyžití
- chybí sportovně-relaxační střediska (velké kvalitní koupaliště, sportovní areál...)
- nedostatečné množství a kvalita cyklostezek a služeb na ně vázaných
- zcela chybí značené a udržované běžkařské tratě
- informovanost podnikatelů o možnostech čerpání dotací
- místy špatný stav krajiny (eroze, prach, vítr, bláto,...)
- celkově špatná koordinace a podpora CR
- málo známých osobností

7.3 Příležitosti

- zlepšení organizace a plánování CR (i na úrovni menších územních celků – mikroregiony, obce)
- projekty na udržení a uchování tradic
- hledání nových způsobů interpretace místního kulturního dědictví
- prodej místních jedinečných produktů
- rozvoj regionu prostřednictvím aktivit MAS - zpevnění cyklostezek a jejich odklon z hlavních tahů, certifikace služeb
- dobrý marketing (www stránky, tiskoviny,...)
- vytvoření funkčního informačního systému
- zkvalitnění práce IC
- zapojení podnikatelů do budování infrastruktury CR
- hledat možnosti finanční podpory budování ubytování v soukromí
- diverzifikace zemědělské činnosti – vinařská turistika, gastroturistika, agroturistika, ekoturistika apod.
- tvorba celoroční turistické nabídky
- cykloturistika - vybudování sítě odpočívák s jednoduchým občerstvením
- stezky pro koně
- fondy EU
- vytvoření podmínek pro rozvoj kulturních a sportovních akcí nadregionálního významu
- vznik destinační agentury
- letiště Kyjov
- zvýšení úrovně služeb
- rozvoj lidských zdrojů (jazyková vybavenost, motivace k podpoře rozvoje CR)

7.4 Ohrožení

- nepochopení role CR v místní ekonomice
- nedostatek odvahy k podnikání
- nebudou realizovány projekty na rekonstrukci krajiny
- úpadek kultury drobného vinařství vlivem legislativy
- byrokracie v podnikatelském prostředí
- silná nabídka vinařských produktů v sousedních regionech (Velkopavlovicko, Mikulovsko)
- možná ztráta názvu "Kyjovská vinařská oblast"
- úbytek obyvatelstva malých vesnic, rušení venkovských škol
- špatná turistický infrastruktura

- nedostatek financí pro oblast CR
- nedostatečná podpora kulturních a sportovních aktivit pořádaných menšími skupinami či organizacemi (vyjma folkloru)
- volby
- živelné katastrofy
- omezenost zastupitelů
- útlum zemědělství
- nárůst nezaměstnanosti
- nedostatečná komunikace mezi jednotlivými sférami společnosti (veřejná sféra - podnikatelské subjekty - neziskový sektor)
- nezapojení samospráv malých obcí do strategie CR