

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra statistiky



Diplomová práce

**Analýza rozvoje venkovského cestovního ruchu
v regionu Jindřichův Hradec**

Bc. Kristýna Vítková

© 2013 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra statistiky

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Vítková Kristýna

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Analýza rozvoje venkovského cestovního ruchu v regionu Jindřichův Hradec

Anglický název

Analysis of the development of rural tourism in region of Jindřichův Hradec

Cíle práce

Cílem diplomové práce je provést analýzu venkovského cestovního ruchu v regionu Jindřichův Hradec a na základě analýzy navrhnout podněty, které povedou ke zvýšení zájmu návštěvníků o tento specifický druh cestovního ruchu na daném území.

Metodika

Jako základní metodický postup při vypracování diplomové práce bude použito dotazníkové šetření, které bude zacíleno na návštěvníky vybraného regionu. Vyhodnocení dotazníkového šetření bude provedeno dle vybraných metod analýzy kvalitativních znaků.

Harmonogram zpracování

Práce na literárním přehledu: 6/2012 – 9/2012

Odevzdání kompletně zpracovaného Úvodu a Literární rešerše: 10/2012

Odevzdání zpracované Metodiky práce: 11/2012

Konzultace nad zpracováním vlastních výsledků práce: 12/2012 -2/2013

Vypracování závěru a odevzdání kompletní práce ke kontrole: 2/2013 -3/2013

Rozsah textové části

60 - 80 stran

Klíčová slova

Venkovský cestovní ruch, region Jindřichův Hradec, dotazníkové šetření.

Doporučené zdroje informací

- ČERTÍK, M. a kol.: Cestovní ruch - vývoj, organizace a řízení. 1. vyd. Praha: OFF, s.r.o., 2001. 352 s. ISBN 80-238-6275-8.
DAVID, P., SOUKUP, V.: Velká turistická encyklopedie. Jihočeský kraj. 1. vyd. Praha: Knižní klub, 2008. 368 s. ISBN 978-80-242-2075-8.
JANOTKA, K.: Venkovská turistika a agroturistika - specifické segmenty cestovního ruchu. Pardubice: SOŠ CR, 1999. 107 s.
KOLEKTIV AUTORŮ: Venkovská turistika. 1. vyd. Praha: ČZU, 2010. 138 s. ISBN 978-80-213-2163-2.
KOLEKTIV AUTORŮ: Venkovský cestovní ruch, jeho specifika a podmínky pro rozvoj. Praha: VŠE, 2007. 124 s. ISBN 80-245-1159-2.
MORAVEC, I. a kol.: Venkovská turistika - teoretická východiska a možnosti. 1. vyd. České Budějovice: Centrum pro komunitní práci, 2006. 92 s. ISBN 80-86902-31-5.
ORIEŠKA, J.: Služby v cestovním ruchu. 1. vyd. Praha: Idea servis, 2010. 405 s. ISBN 978-80-859-70-68-5
PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: ČR - Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s. ISBN 80-239-0152-4.
POUROVÁ, M.: Agroturistika, možnosti rozvoje a perspektiva v České republice. Praha: ČZU, 2000. 114 s. ISBN 80-213-0672-6.
ŘEZANKOVÁ, H.: Analýza dat z dotazníkových šetření. 1. vyd. Příbram: Professional Publishing, 2007. 212 s. ISBN 978-80-86946-49-8.
STRÁBRNÁ, M.: Venkovská turistika a agroturistika. 1. vyd. Praha: Profi Press, 2005. 65 s. ISBN 80-86726-14-2.

Vedoucí práce

Jindrová Andrea, Ing.

Termín odevzdání

březen 2013



doc. RNDr. Bohumil Kába, CSc.
Vedoucí katedry



prof. Ing. Jan Hron, DrSc., dr.h.c.
Děkan fakulty

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Analýza rozvoje venkovského cestovního ruchu v regionu Jindřichův Hradec" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 26. 3. 2013

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí práce, paní Ing. Andree Jindrové, za odbornou pomoc, cenné připomínky a rady potřebné k vypracování této diplomové práce. Rovněž děkuji své rodině za podporu a trpělivost.

Analýza rozvoje venkovského cestovního ruchu v regionu Jindřichův Hradec

Analysis of development of rural tourism in region Jindřichův Hradec

Souhrn

Diplomová práce byla zaměřena na analýzu venkovského cestovního ruchu v regionu Jindřichův Hradec. Teoretická část byla věnována vymezení pojmu venkovský cestovní ruch a jeho formám. Dále byly v této části popsány činnosti významných českých i zahraničních organizací zaměřených na venkovský cestovní ruch, způsoby financování venkovského cestovního ruchu, legislativní úpravy podnikání ve venkovské turistice či zmínka o vztahu venkovského cestovního ruchu a udržitelné turistiky.

Praktická část diplomové práce byla zaměřena na analýzu současného stavu venkovského cestovního ruchu v regionu. Analýza byla provedena dotazníkovým šetřením, které bylo zdrojem statistických dat. Získaná data byla analyzována pomocí metody kvalitativních znaků.

Z výsledků dotazníkového šetření a statistické metody byly vyvozeny závěry, na nichž byly postaveny návrhy rozvoje venkovské turistiky. Součástí práce bylo i zpracování informačního minima za účelem zvýšení návštěvnosti v regionu.

Klíčová slova: cestovní ruch, venkovský cestovní ruch, turista, region Jindřichův Hradec, dotazníkové šetření, analýza kvalitativních znaků

Summary

The thesis was focused on analyzing of the rural tourism in the region Jindřichův Hradec. Theoretical part was directed to term rural tourism and its forms. In this part were described activities of important Czech and foreign organizations oriented on rural tourism, financial ways or antecedent legislation of business in rural tourism and mention of relationship between rural tourism and sustainable development.

Practical part was focused on current state of rural tourism analysis in the chosen region. The analysis was performed by research survey based on using of the questionnaire. The questionnaire was the source of the statistical characters.

From the results of survey and statistical method were deduced the conclusions, which were used to create the suggestions of development of rural tourism. In conclusion, the information minimum was presented, which was aimed to increase the attendance of the region.

Keywords: tourism, rural tourism, tourist, region Jindřichův Hradec, questionnaire, qualitative analysis

Obsah

1	Úvod	10
2	Cíl práce	12
3	Literární rešerše	13
3.1	Venkovský cestovní ruch v České republice	13
3.1.1	Vymezení pojmů ve venkovském cestovním ruchu	15
3.1.2	Význam venkovského cestovního ruchu	19
3.1.3	Historie venkovského cestovního ruchu	19
3.1.4	Současnost venkovského cestovního ruchu	19
3.1.5	Formy venkovského cestovního ruchu	20
3.1.5.1	Vesnická turistika	20
3.1.5.2	Agroturistika	20
3.1.5.3	Ekoagroturistika	21
3.1.5.4	Chataření a chalupaření	21
3.1.6	Služby venkovského cestovního ruchu	22
3.1.7	Udržitelnost venkovského turismu	24
3.1.8	Pozitivní a negativní dopady venkovského turismu	26
3.1.9	Organizace venkovského cestovního ruchu v ČR	28
3.1.10	Financování venkovského cestovního ruchu	30
3.1.11	Legislativní úprava a normy při podnikání ve venkovském turismu	31
3.1.12	Produkty venkovského cestovního ruchu	32
3.1.12.1	Prázdniny na venkově	33
3.1.12.2	Zelené stezky „Greenways“	33
3.1.12.3	Stezky dědictví „Heritage trails“	35
3.1.12.4	Zelené prázdniny	35
3.1.13	Marketing venkovského turismu „Green marketing“	36
3.1.14	Region Jindřichův Hradec a venkovský cestovní ruch	37
4	Metodika	40
4.1	Dotazníkové šetření	40
4.1.1	Dotazník	40
4.2	Analýza kvalitativních znaků	41
4.2.1	Kontingenční tabulka	41

4.2.2	Kontingenční tabulka 2 x 2.....	42
4.3	Testy nezávislosti.....	43
4.4	Míry závislosti.....	44
4.5	Křížový poměr (odds ratio).....	45
5	Vlastní zpracování.....	46
5.1	Dotazníkové šetření.....	46
5.1.1	Souhrnné hodnocení dotazníkového šetření.....	47
5.2	Analýza závislostí kvalitativních znaků.....	56
6	Závěr.....	63
7	Zdroje.....	66
7.1	Seznam literatury.....	66
7.2	Elektronické zdroje.....	67
	Seznam použitých zkratk.....	70
	Seznam obrázků.....	71
	Seznam tabulek.....	71
	Seznam grafů.....	72
8	Přílohy.....	73

1 Úvod

Cestovní ruch je v současnosti významným společensko-ekonomickým fenoménem z pohledu jednotlivce i společnosti. Dle organizace CzechTourism představuje průmysl cestovního ruchu jeden z nejvíce ekonomicky výdělečných odvětví na světě.

Na trhu cestovního ruchu existuje různorodá nabídka forem a druhů cestovního ruchu, která se stále rozšiřuje. Nejnovější formy turismu jsou zaměřeny na šetrné chování turistů vůči přírodnímu prostředí v cílových destinacích a jejich aktivity korespondují s principy trvale udržitelného rozvoje. Do těchto forem turismu spadá i venkovský cestovní ruch. Venkovský cestovní ruch je nástroj, který svými nabízenými službami umožňuje uspokojit potřeby a přání turistů. Na druhou stranu venkovská turistika stimuluje rozvoj podnikatelských aktivit ve venkovských oblastech a pro podnikatele je doplňkovým finančním zdrojem vedle hlavní činnosti. Venkovská turistika podporuje vytváření nových pracovních míst, snižuje migraci venkovského obyvatelstva, zachovává zvyky a tradice venkova. Venkovská turistika plní převážně funkci rekreační, ale důležitá může být i v oblasti vzdělávání a celkově přispívá ke zvyšování životní úrovně obyvatel.

Aktivity venkovského cestovního ruchu neuspokojují jen potřeby turistů, ale můžou se významně podílet na rozvoji místa, kde se venkovská turistika odehrává, tedy na venkově. Venkov čelí řadě problémů, mezi něž patří mimo jiné urbanizace, která může být zmírněna právě rozvojem venkovského cestovního ruchu v oblasti. Rozvoj venkovského cestovního ruchu v regionech je dobré podporovat, ale je i důležité zohlednit místní ekologický potenciál a kapacitní omezení přírodní krajiny.

V současnosti existuje velké množství subjektů na trhu venkovského cestovního ruchu, jejichž činnosti je potřeba koordinovat. Proto jsou vytvářeny organizace, např. ECEAT CZ, a sdružení venkovského cestovního ruchu, které směřují objekty venkovské turistiky k vzájemné spolupráci, zajišťují promotion nebo vytváří standardy ubytovacích zařízení na venkově. Také roste význam destinačních společností, které se snaží zviditelnit cestovní ruch v turistické destinaci. Činnosti organizací a vytvořené produkty venkovské turistiky je potřeba financovat. V České republice je venkovský cestovní ruch financován z krajského i státního rozpočtu a také ze strukturálních fondů EU.

V České republice má venkovský cestovní ruch dlouholetou tradici, převážně ve formě chalupaření a chataření. Počátek venkovské turistiky spadá do 19. století, kdy se

na rozvoji venkovského cestovního ruchu podílel Klub českých turistů (KČT). Tento spolek byl první, který na území bývalého Rakousko-Uherska vyznačil první turistické trasy a posunul tak venkovskou turistiku o krok kupředu. Po pádu komunistického režimu byly otevřeny hranice a překážky bránící cestování do zahraničí byly odstraněny. Lidé hromadně vyjížděli na dovolené do ciziny. V současnosti se čeští turisté začínají postupně navracet k tuzemské turistice a objevují nové možnosti venkovského cestovního ruchu.

2 Cíl práce

Práce byla zaměřena na problematiku venkovského cestovního ruchu v regionu Jindřichův Hradec. Hlavním cílem diplomové práce bylo provést analýzu současného stavu venkovského cestovního ruchu a navrhnout možnosti, které povedou ke zvýšení zájmu návštěvníků o tento specifický druh cestovního ruchu na daném území. Dílčí cíle měly přinést zjištění, zda je venkovský cestovní ruch v dané oblasti dostatečně propagován, o jaké služby mají venkovští turisté zájem, jaká délka pobytu je nejčastěji poptávána a jaké aktivity turisté nejčastěji vyhledávají. Za účelem naplnění cílů práce byly stanoveny pracovní hypotézy.

Pracovní hypotézy:

H₁: Informovanost o venkovském cestovním ruchu je dostatečná.

H₂: Účastníci venkovského cestovního ruchu upřednostňují dlouhodobé pobyty před krátkodobými.

H₃: Účastníci venkovského cestovního ruchu jsou nejčastěji ubytováni v penzionech.

H₄: Nejvyhledávanější aktivitou venkovského cestovního ruchu je cykloturistika.

Jako základní metodický postup bylo použito dotazníkové šetření, které bylo zacíleno na návštěvníky vybraného regionu. Vyhodnocení dotazníkového šetření bylo provedeno dle vybraných metod analýzy kvalitativních znaků. Doplnkovým zdrojem dat byly statistiky sledované ČSÚ. K analýze dotazníkového šetření bylo využito programu MS Excel 2007 a programu Statistica 2010.

3 Literární rešerše

Aby mohl být definován pojem venkovský cestovní ruch (dále jen VCR), je třeba nejprve vysvětlit pojem cestovní ruch (dále jen CR). Cestovní ruch lze definovat více způsoby. Za nejčastěji uváděnou definici lze považovat vysvětlení dle UNWTO. Podle ní „*CR je činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest (osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa)*“. [21]

Cestovní ruch je také možno jinak popsat jako soubor činností, které jsou zaměřeny na uspokojování lidských potřeb souvisejících s cestováním ve volném čase a pobytem osob mimo místo jejich trvalého bydliště. Účelem cestování může být zotavení se ze zdravotního hlediska či lázeňské léčení, potřeba společenského kontaktu, sportovního či kulturního vyžití, služebních cest aj. [11]

Cestovní ruch se dělí na různé druhy a formy. Druhy jsou členěny podle různých kritérií, např. se jedná o cestovní ruch podle délky trvání, způsobu zabezpečení průběhu CR či místa realizace apod. Je tedy členěn podle toho, jak je CR možno uskutečňovat. Významnější z hlediska venkovské turistiky jsou formy cestovního ruchu. Forma CR představuje aktivitu, která je zaměřena na uspokojení konkrétních lidských potřeb, jedná se tedy o dělení dle motivace účastníků, o co mají turisté zájem. Mezi formy CR se řadí i venkovská turistika, resp. agroturistika i ekoturistika, jde o formy šetrné vůči životnímu prostředí a formy CR, které mají regenerační funkci pro člověka. Kromě klasických forem CR, mezi něž patří lázeňsko-léčebný CR, seniorský CR, rekreační atd., existují ale i nové a méně obvyklé formy CR, jako je drugtourism, darktourism, geocaching atd. [1]

3.1 Venkovský cestovní ruch v České republice

Česká republika má vhodné podmínky pro rozvoj venkovského cestovního ruchu. Je to dáno především přírodními, kulturně-historickými, společenskými a dalšími charakteristikami jako jsou tradiční zvyky venkova, malebná venkovská krajina a vybudovaná komunikační síť důležitá pro dostupnost dalekých vesnic. [8]

Venkov představuje velký nabídkový potenciál pro venkovský cestovní ruch. Dle klasifikace EU z roku 2007 tvoří v ČR venkov 85 % území státu a žije na něm 15 % obyvatel. Z údajů vyplývá, že největší eventuelní poptávku tvoří městské obyvatelstvo, které představuje 75 % lidí žijících ve velkých městech. [14]

Rozvoji venkovské turistiky nahrává i současný celosvětový trend, kdy lidé vyhledávají méně rekreaci v rušných místech v přímořských letoviscích, ale orientují se spíše na dovolenou, kde je klidné prostředí, čistá příroda a krajina a zdravý životní styl. Velkým plusem je, že je tato forma dovolené finančně velmi zajímavá, což ocení převážně rodiny s dětmi. [8]

Ideálními místy pro rozvoj VCR v ČR jsou horské a podhorské oblasti, sady, vinice, chmelnice, národní parky, chráněné krajinné oblasti apod. Jihomoravský kraj je oblíbenou turistickou destinací pro své vinařské stezky. Jde o příklad kraje, kde právě odlišná forma CR brání rozvoji jiných forem, které zde turisté z tohoto důvodu nevyhledávají. Jihočeský kraj má ideální podmínky pro rozvoj venkovské turistiky. Jsou zde lesy, rybníky, louky, pole, je zde nízká hustota obyvatelstva. Kraj Vysočina má zase údajně nejvíc farem v České republice apod. [3], [8]

Českým specifikem, které nemá v ostatních evropských státech obdobu, je chataření a chalupaření. Tento trend se rozšířil ve 20. století a je asi nejrozšířenější formou venkovského cestovního ruchu v České republice. [18]

Zvláštní postavení má v zemi forma venkovského cestovního ruchu a tou je agroturistika. Tato forma venkovského cestovního ruchu nemá v České republice dlouholetou tradici. Ačkoliv je tento typ turistiky ve světě, především v okolních státech, jako je Rakousko, Německo, Francie, Itálie aj., velice rozšířený a vyhledávaný, v ČR se vyvinul jen minimálně. Mezi hlavní příčiny malého zájmu o dané formy venkovského cestovního ruchu v ČR patří malá státní a legislativní podpora podnikatelů, nedostatečná spolupráce podnikatelských subjektů, dřívější transformace zemědělství v některých regionech ČR, která brání rozvoji regionů dodnes, nízká informovanost domácích, ale i zahraničních návštěvníků o venkovském cestovním ruchu aj. Na druhou stranu by venkovská turistika a agroturistika vytvořila nové pracovní příležitosti v problémových regionech a venkovských obcích. Zamezila by tím velkému problému a tím je migrace lidí za prací, venkov stárne. Přilákala by možné domácí či zahraniční investory a zajistila by udržování kulturní krajiny a ochranu tradic a obyčejů pro další generace. [8]

Venkovský cestovní ruch není lehké kvantifikovat a oddělit od ostatních produktů cestovního ruchu. Shrnutí statistických údajů do grafů a tabulek – počet účastníků venkovského CR, délka trávení dovolené v daném regionu atd. se bohužel v rámci venkovského cestovního ruchu nikde nezaznamenává. MMR, CzechTourism ani ČSÚ

nesbírá číselné údaje tohoto druhu cestovního ruchu a nevyhodnocuje je. Jen odhadem je možno zjistit přibližná čísla. [18]

3.1.1 Vymezení pojmů ve venkovském cestovním ruchu

Pojem **venkovský cestovní ruch** neboli **rustální cestovní ruch (rustální turismus)** představuje označení druhu cestovního ruchu, vyznačující se vícedenním pobytem a rekreačními aktivitami na venkově, např. pěší turistika, cykloturistika, jízda na koni, péče o domácí zvířata atd. Účastníci VCR jsou ubytováni v menších hromadných ubytovacích zařízeních nebo v soukromí. Přitažlivost rustálního turismu je dána venkovským způsobem života, pro který je typický čistý vzduch, rozsáhlá a tichá krajina, folklór a obyčej. VCR může být členěn do různých forem – agroturismus, ekoagroturismus, ekoturismus, kulturní CR či dobrodružný CR. [13]

Další vysvětlení uvádí, že **venkovský cestovní ruch** je takový CR, který se rozvíjí mimo rekreační oblasti, turistická centra a v oblastech mimoměstského osídlení. Do VCR jsou zahrnuty rekreační pobyty na venkově, které jsou spjaty se zemědělstvím a venkovským životem. Venkovský turismus se dělí na formy – vesnická turistika, agroturistika, ekoagroturistika a chataření. [14]

Venkovský cestovní ruch je spolu s ekoturistikou řazen mezi tzv. **zelený cestovní ruch** či udržitelný cestovní ruch. Zelený cestovní ruch je charakteristický tím, že návštěvníci touží splynout s přírodou i prostředím lidské společnosti. Zelená turistika představuje novou možnost návratu a objevu venkova a zemědělských oblastí. Snaží se spojit činnosti ve volném čase a zároveň si uvědomit přírodní a kulturní bohatství krajiny. [14]

Pro venkovský cestovní ruch se ve vybrané literatuře používá významově totožný pojem a tím je venkovská turistika. **Venkovská turistika** je představena jako rekreační forma CR, kdy účastníci turistiky se snaží co nejvíce pobývat ve venkovském prostředí a navrátit se k původnímu způsobu života na venkově. Aktivně využívají svůj volný čas, poznávají a znovuobjevují přírodní a kulturní bohatství země. Venkovská turistika jako druh cestovního ruchu je někdy označována jako zelená turistika. Kromě přírody a venkova využívá veškerý společenský, kulturní a materiální potenciál venkova. [1]

Velmi jednoduchou definici najdeme u Stříbrné. Podle ní je **venkovská turistika** „*cestovní ruch, který se odehrává na venkově*“. Tento pojem přesně nevystihuje podstatu

produktu a je v knize Venkovská turistika a agroturistika dále rozepsán a blíže vysvětlen. [18]

Venkovská turistika bezpodmínečně souvisí s přírodou a jejím střídáním ročních období, s vegetačními a biologickými cykly v přírodě a rurálním prostředím. Venkovská turistika se vyznačuje pobytem turistů mimo město a velká turistická centra, jsou ubytováni na vesnicích v zemědělských usedlostech či na farmách, zároveň je brána v potaz ochrana životního prostředí. [3]

Pojem venkov a venkovský prostor nelze přesně definovat. **Venkovský prostor** neboli **ruralita** dle Janotky představuje „protiklad k městskému životnímu prostoru a městské společnosti“. Venkovský prostor je charakterizován třemi znaky [3]:

1. nízká hustota obyvatelstva a menší sídla vzdálena dále od sebe, otevřený prostor
2. půda je využívána převážně pro lesnickou a zemědělskou činnost a pro ochranu přírodních lokalit
3. typicky venkovská struktura obyvatelstva (osídlení v rodinných domcích; významný vliv mají tradice a dědictví minulosti kraje, obce apod.)

Venkov je definován jako obydlený prostor, který se nachází mimo městské lokality. Činnost venkova je orientována na zemědělství a příznačná je pro něj menší hustota obyvatel, ale i jiný způsob života, většinou propojený s přírodou a s jinou sociální strukturou v porovnání s městem. Kromě venkova je užíván hlavně ve statistikách pojem **venkovský region**, který většinou označuje oblast definovanou konkrétními kritérii, např. podílem obyvatelstva žijícího ve venkovských obcích, které jsou vymezeny maximální hustotou obyvatel (počtem obyvatel na 1 km²). [7]

Turista je podle definice UNWTO v mezinárodním CR „osoba cestující do jiné země, než je země jeho trvalého bydliště, na dobu kratší jednoho roku, ale delší než jedno přenocování, za účelem jiným, než je výkon výdělečné činnosti; v domácím CR jde o osobu s trvalým bydlištěm v zemi, která cestuje do jiného místa v téže zemi na dobu minimálně jednoho přenocování a maximálně 6 měsíců za účelem jiným, než je výkon výdělečné činnosti“. Vysvětlení tohoto pojmu lze aplikovat i na venkovského turistu. [12]

Kromě výše uvedeného je **venkovský turista** charakteristický tím, že se chová v souladu s pravidly ochrany přírody, je šetrný vůči životnímu prostředí a vyhledává klidná zákoutí venkova. Ubytování je zařízeno v typicky venkovském stylu, stravování nabízí pokrmy a speciality daného regionu, doplňkové služby zase poskytují širokou škálu aktivit

pro volný čas, např. hippoturistiku, péči o zvířata, možnosti koupání, cykloturistiky, výlety po okolí apod. [12]

Obzvlášť důležité je ve venkovské turistice uskutečnění **segmentace trhu**. Princip segmentace spočívá v tom, že se určí několik cílových skupin, z jejichž chování se lépe zjistí představy a požadavky o pobytu na venkově. K nejdůležitějším segmentům trhu venkovského cestovního ruchu se řadí [15]:

1. Rodiny s dětmi

Rodiny s dětmi jsou asi nejčastějším segmentem VCR. Tato skupina požaduje kontakt se zvířaty, venkovní i vnitřní prostory pro různé hry a soutěže, pískoviště, bazén či alespoň brouzdaliště, houpačky, koutek pro hraní stolních her v případě nepřízně počasí a samozřejmě by mělo být ohniště na táborák.

2. Děti s pedagogickým doprovodem

Do tohoto segmentu se řadí skupiny dětí nebo školy v přírodě. Jelikož rekreace dětí podléhá hygienickým a stravovacím předpisům, doporučuje se předem si připravit program výletů (návštěvy zámků a hradů, řemeslných dílen, regionálních tradic a událostí, lze sem zařadit i pobyt na farmě po maximálně 10 dětech).

3. Milovníci přírody

Milovníci přírody si přejí vybrat z dostatečného množství nabídek přírodních aktivit. Ti, co mají rádi pěší túry, chtějí po cestě zhlédnout zajímavosti kraje, chtějí pozorovat zvířata ve volné přírodě či sbírat plody v lese. Oproti tomu třeba ekolog se bude převážně zajímat o recyklaci odpadu v prostředí, ve kterém se pohybuje.

4. Sportovně založení lidé

Aktivní sportovci požadují místo pro trénink, běh, jízdu na kole, tenis, golf a jiné sporty. To vše by měl umět ubytovatel zařídit. Evidentně nelze vše uskutečnit a nabídnout v ubytovacím objektu, ale třeba menší půjčovnou sportovních potřeb by měl každý ubytovatel disponovat. Poskytování informací o sportovním vyžití v blízkém okolí, sportovních utkáních či místních sportovních klubech je samozřejmostí.

5. Starší lidé

Do tohoto segmentu spadají lidé stále pracovně aktivní. Vyžadují pokoje se sociálním zařízením a topením, prostor pro čtení, televizi či rozhlas. Ideálním odpočinkovým místem je zahrada s altánem. Velkým plusem pro ubytovatele je vstup do objektu s domácím mazlíčkem. Kombinace rodin s dětmi a starších lidí v jednom ubytovacím zařízení není vítána. Starší lidé mají rádi svůj klid.

6. Důchodci

Požadavky důchodců jsou obdobné jako u starších lidí. Důchodci ještě více dbají na bezpečnost a osobní péči. Velmi rádi uskutečňují výlety do okolí a na místní slavnosti.

7. Tělesně postižení

Handicapovaní lidé mají velice specifické potřeby. Prostory ubytovacích zařízení musí být přizpůsobeny bezbariérově nejen uvnitř objektů, ale i vně – vjezd na zahradu, do chlévů aj. Pro hosty je možno zařídit plavání, společenské hry nebo hippoterapii, která je pro tělesně postižené osoby velice vhodnou léčebnou metodou.

8. Absolventi kurzů

Absolventi kurzů požadují příjemné prostředí pro výuku, které lze zařídit po domluvě s místní školou či spolkem. Intenzivní kurzy vyžadují následně určitý druh relaxace. Fyzicky se účastníci kurzů mohou odreagovat prací na statku, zahradě, poli nebo se mohou projet na koni.

9. Kluby a spolky

Tento segment je náročnější na počet účastníků a jejich vyšší požadavky. Nároky spočívají v tom, že si přejí širokou nabídku služeb, především se touží účastnit typických vesnických zábav, divadelních představení, folkových slavností, vesnických soutěží atd. Lákadlem jsou pro ně ruční práce, možnost vlastnoručně si vyzkoušet řezbářské a truhlářské činnosti, vyrobit si keramický suvenýr apod. Členové klubů rádi chodí do přírody nebo pořádají cyklistické výlety.

3.1.2 Význam venkovského cestovního ruchu

Význam venkovské turistiky lze zobecnit a shrnout v následujících bodech [21]:

- využívá možnosti venkova (ať už se jedná o přírodní, historický či kulturní potenciál venkova a jeho okolí),
- upevňuje vztahy mezi obyvateli venkova a přilehlého území,
- oživuje zaostalé oblasti,
- vytváří pracovní místa (mírně snižuje nezaměstnanost),
- podporuje rozvíjet malé a střední podnikání (další podnikatelské aktivity),
- podporuje vznik nových partnerských vztahů mezi soukromým a veřejným sektorem,
- podporuje ekonomické a kulturní změny (investiční činnost, nové výstavby atd.),
- zajišťuje trvale udržitelný rozvoj apod.

3.1.3 Historie venkovského cestovního ruchu

Venkovský ráz krajiny byl k rekreaci využíván již od 17. století. Lidé na venkově trávili svůj volný čas lovem divoké zvěře, ptáků, ryb, kachen atd. Tento způsob rekreace byl v té době vyhrazen pouze nejzámožnějším vrstvám obyvatelstva. Další velké rozšíření venkovského cestovního ruchu se uskutečnilo na přelomu 19. a 20. století. Rozvojem dopravní infrastruktury, zejména železnice, se stalo cestování dostupnější a bezpečnější. Zájem o venkov se zvýšil také díky výtvarným umělcům, kteří často malovali své obrazy právě s venkovskými motivy. Zajímavostí je, že počátkem 20. století si lidé začali uvědomovat cennost přírodního území a rychle se rozšiřující negativní vlivy na krajinu, a proto začaly vznikat přírodní parky a rezervace, chráněné krajinné oblasti apod., které lidé tak rádi navštěvují. [5]

3.1.4 Současnost venkovského cestovního ruchu

Stres, ekonomická nestabilita, nejistota zaměstnání, zvyšující se inflace a nezaměstnanost, rozvoj urbanizace a zrychlování životního tempa a mnoho dalších jevů dnešní civilizace vede ke stále častějšímu uchýlení se do klidných zákoutí venkovských oblastí. Obliba trávení dovolené v přírodě, na statku či farmě stoupá, zvyšuje se poptávka

po konzumaci domácích potravin, turisté mají vyšší zájem o poznání klasického vesnického folklóru, tradic apod. [5]

Venkovský cestovní ruch neboli venkovská turistika je významnou součástí odvětví cestovního průmyslu. Do tohoto oboru jsou většinou zapojeny malé rodinné firmy, jejichž počet je odhadován v evropských státech na více než 2,5 milionu. Jelikož se jedná o menší firmy, nepřispívají velkou měrou na vytváření nových pracovních míst – zaměstnanci firem jsou z větší části rodinní příslušníci. [5]

3.1.5 Formy venkovského cestovního ruchu

Jakožto obecný cestovní ruch, tak i venkovský CR má několik svých vlastních forem. Každý z autorů uvádí rozdílné, ale podobné členění. Asi nejčastěji uváděnou verzí je dělení VCR dle Pourové na tyto oblasti [14]:

- Vesnická turistika
- Agroturistika
- Ekoagroturistika
- Chataření a chalupaření

3.1.5.1 Vesnická turistika

Mezi první formu venkovského cestovního ruchu se řadí vesnická turistika. Jedná se o pobyty v přírodě a na venkově s typickými vesnickými sídly. Tato turistika využívá konkrétní venkovské prostředí (rybníky, louky, lesy, tradiční vesnické akce – poutě, vinobraní apod.) a láká na něj návštěvníky. Jednoduše řečeno jde o jakýkoliv CR uskutečněný na vesnici kromě agroturistiky. [14]

Tento CR není tak masivní, protože se soustřeďuje na vytváření individuálních aktivit a činností, ze kterých si turista vybere dle svého zájmu, a tím se eliminují negativní dopady organizované turistiky. [9]

3.1.5.2 Agroturistika

Další formou VCR je agroturistika. Ta se specializuje nejen na využití přírodního a kulturního bohatství venkova a přilehlé krajiny, ale je zaměřena převážně na zemědělskou výrobu tradičních domácích produktů. Agroturistiku provozují podnikatelé z toho důvodu, že je pro ně tato forma turistiky určitým dodatečným finančním

zdrojem. Agroturistika představuje souhrn služeb (ubytovacích, stravovacích a doplňkových) a nabízí činnosti na farmě či v objektech zemědělských podniků. [9], [14]

3.1.5.3 Ekoagroturistika

Dalším typem VCR je tzv. ekoagroturistika. Jedná se o kombinaci agroturistiky a ekoturistiky. Turisté jsou ubytováni na farmách či zemědělských usedlostech, jsou v kontaktu s farmářskou rodinou, pomáhají se zemědělstvím a výrobou domácích biovýrobků a i konzumují vyrobené produkty. Ani v tomto případě nejde o masový (hromadný) cestovní ruch a nedochází tedy k nadměrnému zatěžování životního prostředí a ohrožování tradičního venkovského života. Organizace zabývající se ekoagroturistikou se nazývá ECEAT. [1]

3.1.5.4 Chataření a chalupaření

Asi nejvíce využívanou formou venkovské turistiky je v českých poměrech chataření a chalupaření. Tento typ CR se začal rozvíjet po 2. sv. válce, převážně v době kolektivizace a je občas označován jako „*cestovní ruch mimo veřejné formy*“. Jedná se o pobyty vázané na vlastní rekreační objekty. Na rozdíl od ostatních forem venkovské turistiky tento typ CR by většina obyvatel ani nezařadila mezi cestovní ruch a nepovažuje ho za určitý způsob dovolené. Jelikož ale tráví majitel chaty či chalupy svůj volný čas v tomto objektu, zařízení plní rekreační funkci, proto je právem chataření a chalupaření součástí venkovského cestovního ruchu. [15]

Všechny formy venkovské turistiky představují určité druhy subproduktů tohoto cestovního ruchu. Každá forma je jiná a ojedinelá, ale ve výsledku mají určité charakteristické společné znaky, principy, mezi něž lze zahrnout [21]:

- decentralizované ubytování s omezenou kapacitou (ubytování není koncentrováno na jedno místo a je stanovena maximální ubytovací kapacita),
- komorní prostředí (takřka rodinné),
- zajištění rekreačního pobytu ve venkovském prostředí (mimo turistická centra),
- snaha pochopit individuální potřeby aktivity návštěvníků,
- vytváření různorodých rekreačních činností (včetně doprovodných programů poznávání venkovského rázu života),
- soužití se zemědělstvím (převážně v agroturistice),

- šetrný vztah k přírodě (venkovská turistika je „měkká“ forma CR ohleduplná vůči životnímu prostředí).

Čertík v členění VCR neuvádí vesnickou turistiku, ale jako další podobu VCR vymezuje ekoturistiku. Dle internetových stránek Ministerstva pro místní rozvoj ČR je venkovský cestovní ruch členěn na agroturistiku, ekoagroturistiku, ekoturistiku a jako nová další forma sem spadá i cykloturistika. [1]

3.1.6 Služby venkovského cestovního ruchu

Venkovský cestovní ruch uspokojuje potřeby cestovatelů prostřednictvím souboru různě kombinovaných služeb. Jde hlavně o ubytování, stravování a doplňkové služby. Konkrétními službami venkovské turistiky se rozumí „*činnosti nemateriálního charakteru, jejichž výsledkem je individuální nebo společenský efekt*“. Individuální efekt je efekt, který je součástí cíle účasti na CR, tj. jakou činnost si turista vybral z venkovské turistiky, co chce sám vyzkoušet, např. si chce odpočinout v prostředí venkova, nebo si chce zkusit dojení krav na farmě či provozovat cykloturistiku apod. Služby venkovské turistiky by měly být sestaveny na konkrétní cílové skupiny účastníků, jelikož tento typ CR je velmi zvláštní a specifický. [10]

Pro ubytovací zařízení venkovské turistiky je typická menší ubytovací kapacita. Turisté jsou ubytováni v chatě, na chalupě, farmě a ostatních zemědělských usedlostech s počtem max. 10 lůžek, ve srubu, v penzionech a hotelech do 50 lůžek přímo v obci či v jejím blízkém okolí, hosté nejsou koncentrováni na jednom místě, tudíž nedochází k velkému zatížení krajiny. Vybavení místností jednotlivých zařízení je skromné a jednoduché, ale přesto velmi útulné, spíše rodinného typu. Součástí každého ubytovacího objektu by mělo být parkoviště, prostor pro možnosti sportovního vyžití a venkovní zeleň z důvodu hygienického i estetického. Důležité je propagovat nabízené služby provozovatelů venkovského cestovního ruchu. Bohužel, většinou přesahuje vytvoření reklamy pro podnikatele jejich vlastní finanční možnosti, proto je častější kooperace mezi několika venkovskými subjekty. [11]

Dnešní doba je stále více zaměřena na šetrné chování vůči přírodě a životnímu prostředí a to ovlivňuje i odvětví cestovního ruchu více než kdy dříve. Je také náročnější vyhovět ekologickým požadavkům turistů, a proto se ubytovatelé snaží získat tzv. „zelené

certifikáty“, které garantují ekologické chování jejich zařízení. Nejen že je snaha udržovat určitou ekologii v cestovním ruchu dobrou věcí, ale během posledních let se stala i výnosným byznysem. Označení šetrnosti a kvality používají i ubytovatelé ve venkovské turistice. Svaz venkovské turistiky provozuje vlastní internetové stránky, kde si může zájemce vybrat z certifikovaného ubytování na venkově v různých cenových relacích. [23]

Dalším základním typem služeb poskytovaných hostům je stravování. Jde o služby navazující na ubytování. Host by měl mít k dispozici prostor na skladování potravin a kuchyňku na vaření, nejlépe na pokoji. V případě, že si host nechce vařit sám, zaplatí si menu ve stravovacím zařízení, pokud se v ubytovacím objektu nebo blízko něj nachází. Interiér restauračních zařízení by měl být vybaven v typicky venkovském stylu a i personál by měl nosit příznačné oblečení s folklorními prvky. Charakteristické pro venkovskou turistiku jsou nabídky, ochutnávky a prodej produktů domácí výroby (sýry, uzeniny, pečivo, destiláty atd.), hosté velmi rádi degustují krajové speciality. [11]

Účastníkům nestačí jen zajistit přijatelné ubytování a stravování, ale je zapotřebí zabezpečit aktivní a plnohodnotné trávení volného času. Majitelé venkovských objektů proto vymýšlejí doplňkové služby pro zatraktivnění pobytu na venkově a pro úplné uspokojení potřeb hostů. Do vytváření doprovodných programů neboli aktivit pro volný čas se zapojují i místní spolky, sdružení a svazky (rybáři, myslivci, hudební soubory aj.) a v neposlední řadě i sami občané a soukromí podnikatelé. Důležité je, aby spolu subjekty vzájemně kooperovaly a tím docílily zajištění vyšší kvality poskytovaných služeb i vyššího uspokojení požadavků klientů. [11]

Mezi doplňkové služby venkovské turistiky se řadí služby, které jsou určeny nejen turistům VCR, ale i ostatním návštěvníkům či obyvatelům dané obce. Jde o poskytování informačních a propagačních služeb prostřednictvím informačních center, obchodní služby, řemeslnické a opravárenské služby, zajištění placených komunálních služeb a zabezpečení zdravotnických služeb. [1]

Aby byly doplňkové služby kompletní, jsou do nich zahrnuty i služby volného času určeny pouze návštěvníkům venkovské turistiky. Služby volného času „*jsou takové služby, které umožňují účastníkům venkovského cestovního ruchu aktivně využít své dny volna, seznámit se se způsobem života na venkově, získat nové zážitky a poznatky.*“ [11]

Do poskytovaných služeb volného času venkovského turismu patří turistické aktivity [1]:

- účast na zemědělských a domácích pracích,
- jízda na koních,
- vodní sporty, plavání, koupání,
- horolezectví, vysokohorská turistika, pěší turistika, cykloturistika,
- zimní sporty, lyžařská turistika a lyžování,
- návštěva společenských a kulturních akcí (poutě, trhy, taneční zábavy apod.).

Do doprovodných programů aktivit pro volný čas venkovského cestovního ruchu se navíc zahrnuje [18]:

- sport (kromě výše uvedených sportovních činností také houbaření, sběr lesních plodů, rekondiční programy – golf, volejbal, tenis apod.),
- příroda, kultura, historie (sem patří místní přírodní lokality a památky, muzea, posvícení, poutě),
- řemesla (výroba suvenýrů, ukázka tradičních řemesel apod.),
- školy v přírodě (jde o cenově dostupné ozdravné pobyty),
- zájezdní hostinec (určen turistům, kteří potřebují pouze přespat či víkendový pobyt v rámci incentívni turistiky),
- speciální klientela (rekreační pobyt zaměřený na seniory, rodinu s dětmi, na handicapované občany, zahraniční klienty atd.).

3.1.7 Udržitelnost venkovského turismu

Odvětví CR se v dnešní moderní společnosti snaží směřovat k udržitelnému cestování. Lidé si totiž postupně uvědomili negativní vlivy a nebezpečí, které s sebou přináší hromadný cestovní ruch. Již od 60. let 20. stol. se vědci věnují tomuto tématu. Nejdůležitější byl rok 1987, kdy se o trvale udržitelném rozvoji jednalo na setkání Komise OSN pro životní prostředí a rozvoj neboli Zpráva G. Brundtlandové. Na konferenci OSN byla vytvořena první definice trvale udržitelného rozvoje, která zní: *„Udržitelný rozvoj je takový rozvoj, který zajistí potřeby současných generací, aniž by bylo ohroženo splnění potřeb generací příštích, a aniž by se to dělo na úkor jiných národů.“* Podobné vysvětlení pojmu trvale udržitelný rozvoj najdeme v české legislativě v zákoně o životním prostředí 17/1992 Sb., §6, kde je trvalý rozvoj vysvětlen jako: *„rozvoj, který současným i budoucím*

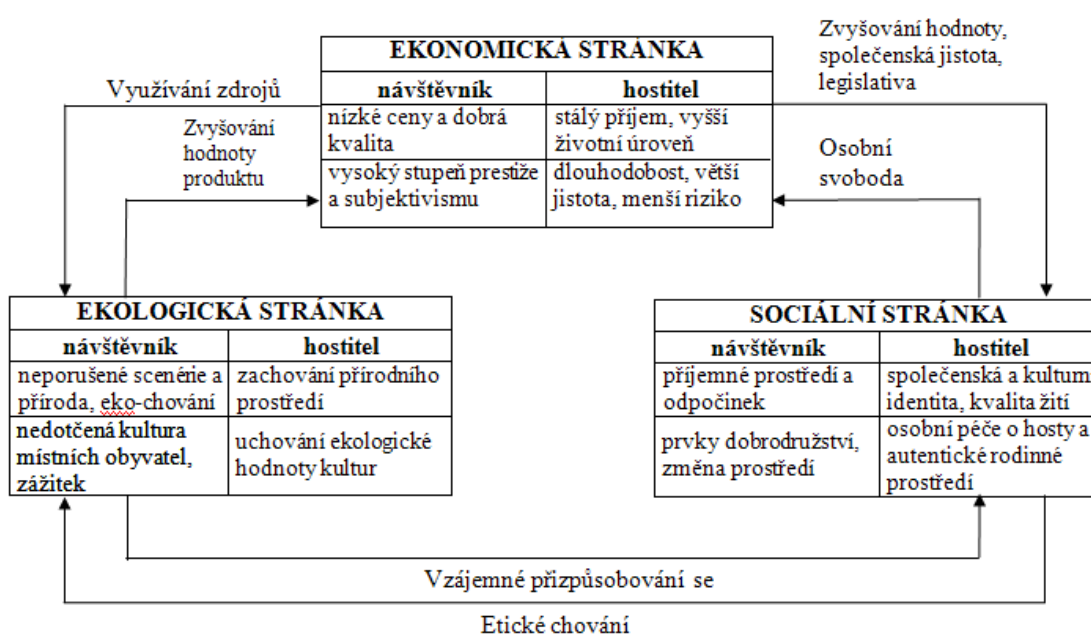
generacím zachovává možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby a přitom nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystémů.“ [24]

Udržitelný rozvoj je vytvořen ze tří pilířů – ekonomického (konkurenceschopnost, blahobyt atd.), ekologického (ochrana životního prostředí, stabilita krajiny...), sociálního (vzdělanost, sociální síť, zdraví, bezpečnost, autonomie atd.) a někde se uvádí jako čtvrtý lidský pilíř (vzdělání, výzkum, vývoj), všechny pilíře musí být navzájem vyvážené. [25]

Udržitelný cestovní ruch je spojován s alternativním neboli měkkým cestovním ruchem. Jde o opak k masovému cestovnímu ruchu, turisté cestují v malých skupinách, respektují zvyky a potřeby místních obyvatel. Jelikož se alternativní turismus uskutečňuje nejčastěji na venkově, spadá sem i venkovský turismus. [13]

Venkovský cestovní ruch může být příznačným finančním zdrojem obce a důležitý pro strukturální rozvoj regionů, poskytuje možnost zachovat kulturní a historické bohatství i typický krajinný ráz venkova. [25]

Obrázek 1 Vztahy ve venkovském CR z pohledu trvale udržitelného rozvoje



Zdroj: Vlastní zpracování (s použitím zdroje [18])

Výše uvedený obrázek 1 znázorňuje schéma jednotlivých stránek (atributů) trvalé udržitelnosti venkovského cestovního ruchu. Schéma vyjadřuje souvztažnost jednotlivých prvků udržitelného rozvoje CR, do nějž spadají ekonomická, ekologická a sociální

(společenská) stránka, které se na udržitelnost VCR dívají jak z pohledu návštěvníka, tak hostitele. Oba se obohacují o sociální, ekologické a ekonomické hodnoty a přitom neztrácí vlastní identitu. Současně v nich probíhá vnitřní výchovný proces, který jim říká, že mají ctít a chránit životní prostředí. Pokud by tak nečinili, trvalá kvalita životního prostředí by zanikla, a tudíž by neexistoval ani produkt venkovské turistiky. [18]

Úkolem ekonomického atributu je zajistit udržitelný hospodářský rozvoj tak, aby se zároveň zvyšovaly příjmy obyvatel. Ekologická stránka se dlouhodobě snaží zachovat statky a služby, které nabízí příroda lidské společnosti. Výstupem sociálního atributu je zajištění důstojného života a rozvoje lidské společnosti, jistotu zdraví, spravedlnosti, rozvoje kultury aj. [18]

3.1.8 Pozitivní a negativní dopady venkovského turismu

Cestovní ruch v jakékoliv podobě má vliv na okolní prostředí. Dle Janotky [3] působí cestovní ruch na prostředí jako komplex vlivů, které jsou buď pozitivní, nebo negativní. I u venkovského cestovního ruchu se jednotlivé dopady prolínají a vždy se projevují v kladných i záporných jevech současně. Dopady venkovské turistiky se zpravidla dělí na účinky trojího druhu: ekonomické, environmentální a sociokulturní. Jako čtvrtý účinek je někdy uváděn právní efekt, který ale stojí na pokraji, a rozumí se jím základní právní dokumenty, které ovlivňují podnikání ve venkovském cestovním ruchu. Jelikož výklad občanských práv a svobod je v rámci venkovské turistiky a agroturistiky velice liberální, existuje větší prostor pro vytváření zločineckých skupin, jedná se tedy o právní vliv negativního charakteru. V níže uvedených tabulkách jsou shrnuty tři základní dopady. [3], [26]

Tabulka 1 Ekonomické dopady

<u>Pozitivní</u>	<u>Negativní</u>
Příspěvek do státních i místních rozpočtů formou daní (vedlejší finanční příjmy provozovatelů venkovské turistiky a agroturistiky za ubytování hostů na farmě a z poskytování doplňkových služeb)	Škody na majetku způsobené špatným chováním turistů
Tvorba pracovních příležitostí	Sezónní charakter pracovních příležitostí
Vznik nových obchodů a služeb vytvořených v závislosti na poptávce turistů	Růst cen (služeb, nemovitostí i možnost vyšší míry imigrace a tím pádem snížení množství pracovních příležitostí pro místní obyvatele)
Rozšíření venkovských řemesel a živností	Závislost jednoho odvětví jen na turismu
Rozvoj terciárních služeb (silniční a železniční síť, taxi-doprava) a komunikačních služeb (internet) => vylepšení infrastruktury	Cena infrastruktury (možnost snížení vládních investic v jiných oblastech, např. zdravotnictví)

Zdroj: [3], [10]

Tabulka 2 Environmentální dopady

<u>Pozitivní</u>	<u>Negativní</u>
Zlepšení kvality ŽP a ochrana životního prostředí	Znečišťování a ničení životního prostředí (odpadky, emisemi, hlukem) Zvýšení cen služeb
Vznik nových objektů souvisejících s vybaveností pro venkovský CR	Změna původního obrazu destinace
Zajištění nové či vylepšení stávající infrastruktury	Přetížení
Obnova a restaurování historických a opuštěných budov	Vyšší finanční náklady

Zdroj: [3], [10]

Tabulka 3 Sociokulturní dopady

<u>Pozitivní</u>	<u>Negativní</u>
Zájem obcí uchovat a chránit obecní bohatství	Zvyšování kriminality a krádeží ze strany turistů (ničení památek)
Větší zájem o zachování tradičních jazyků	Začleňování cizích slov do slovní zásoby
Oživení tradičních forem řemesel a umění	Změna výroby tradičních produktů za výrobky žádané turisty (komerce)
Zpomalení procesu odlidňování	Převyšování imigrantů nad místním obyvatelstvem
Zájem o místní kulturu	Omezování národních tradic

Zdroj: [3], [10]

3.1.9 Organizace venkovského cestovního ruchu v ČR

Venkovskou turistikou se zabývá ve světě i v České republice několik organizací. Od roku 1993 působí v Nizozemí nejdůležitější instituce zaměřená na venkovskou turistiku s názvem ECEAT (Evropské centrum pro ekoagroturistiku). V České republice působí její pobočka **ECEAT CZ** od roku 1994. Jde o neziskovou organizaci, jejíž hlavním cílem je podporovat šíření šetrných forem cestovního ruchu a turisticky rozvíjet venkovské oblasti. Mezi další dílčí cíle této nezávislé organizace spadá rozvoj takového CR, který ochrání kulturní a přírodní památky, původní životní prostředí a podpoří udržitelný rozvoj CR a alternativní zemědělství. Organizace ECEAT CZ také uděluje mezinárodně uznávanou značku ECEAT QUALITY LABEL, kterou obdrží podniky cestovního ruchu přínosné pro trvale udržitelný rozvoj. [5]

Další dobrovolnou nepolitickou organizací venkovského turismu je **Svaz venkovské turistiky** (dále jen SVT). Sdružení bylo založeno v roce 1997 a je složkou Hospodářské komory ČR. SVT je také členem Evropského svazu institucí venkovské turistiky zvané Eurogites. Aktivity svazu spočívají v oživení venkova z pohledu kulturního, ekonomického a společenského, svaz se snaží udržet, případně obnovit dávné tradice a zvyky typické pro venkov apod. SVT kontroluje kvalitu standardů ubytovacích zařízení na venkově, podporuje poskytovatele služeb venkovského turismu a to vše zajišťuje prostřednictvím spolupráce s agenturou CzechTourism, krajskými úřady a s propagací ubytování kooperuje s organizací ECEAT CZ. [27]

Obrázek 2 Logo Svazu venkovské turistiky



Zdroj: <http://www.svazvt.cz/index.htm>

Největší státní příspěvková organizace cestovního ruchu v České republice je bezesporu Česká centrála cestovního ruchu, neboli **CzechTourism**. Agentura CzechTourism byla zřízena pod záštitou Ministerstva pro místní rozvoj ČR v roce 1993. Hlavním úkolem organizace je propagovat Českou republiku nebo její vybrané regiony jako atraktivní turistické destinace ČR ve světě, ale i na domácím trhu. Každý rok se mění témata zaměření propagace. Pro rok 2012 se jedná o oblast české gastronomie, lázeňství, kongresové a incentivní turistiky, golfové turistiky, bohatství historie a aktivní dovolené. [28]

Čertík [1] uvádí mezi další organizace venkovské turistiky Evropský svaz turistiky a dovolené na venkově, tzv. **EuroGites**. Jedná se o evropské sdružení venkovského cestovního ruchu, hlavně v oblasti vzdělávací, informativní, poradenské a organizační. Ve sdružení je celkem 29 členů, mezi nimiž je i Česká republika, lákající turisty na domácí a přátelskou atmosféru na venkově, na speciality české kuchyně a vynikající vína z Moravy a nabízející ideální podmínky k pěší turistice nebo jízdě na kole. [29]

Mezi instituce podílející se na rozvoji venkovské turistiky dále patří např. [4]:

- Asociace turistických informačních středisek A.T.I.S
- Národní informační středisko ČR
- PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců ČR
- LEA - Liga Ekologických Alternativ
- Ministerstvo zemědělství ČR (MZ)
- Ministerstvo životního prostředí ČR (MŽP)
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (MMR)

3.1.10 Financování venkovského cestovního ruchu

Venkovský cestovní ruch je v České republice (dále jen ČR) financován z veřejného či soukromého sektoru. Z veřejného sektoru jsou poskytovány dotace na opravy a údržbu kulturních památek nebo např. na propagaci venkovské turistiky, dále z regionálních rozpočtů jednotlivých měst a obcí, finanční výpomoc jde i ze státního rozpočtu či kraje. Obec může vybírat i vlastní místní poplatky, např. lázeňský poplatek. Ze soukromého sektoru se jedná o příspěvky od sponzorů a místních podnikatelů a vlastní výtěžnou činnost. [5]

Velkou finanční podporou venkovského cestovního ruchu v ČR v programovacím období 2007 – 2013 na základě Konceptce státní politiky cestovního ruchu v ČR jsou dotace získané z Evropské unie (dále EU). Tuto strategii rozvoje CR v ČR schválilo Ministerstvo pro místní rozvoj v roce 2007 a je základním střednědobým dokumentem, na základě jehož se rozvíjí CR v ČR. Konceptce je také východiskem pro zpracování Integrovaného operačního programu (IOP) a regionálních operačních programů, které jsou financovány právě z evropských strukturálních fondů. Ze strukturálních fondů je venkovská turistika podporována z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (dále jen EAFRD). EAFRD je nejdůležitějším peněžním nástrojem všech členských zemí EU pro komplexní rozvoj venkovských oblastí. Vládou ČR byl vytvořen programový dokument pro čerpání peněžních prostředků z EAFRD nazvaný jako Program rozvoje venkova ČR na období 2007 – 2013 (dále jen PRV). Jakožto fond EAFRD, tak i PRV má 4 osy. Venkovským cestovním ruchem se přímo zabývá osa III – Kvalita života ve venkovských oblastech a diverzifikace hospodářství venkova, opatření č. III.1.3 Podpora cestovního ruchu. Charakteristika opatření spočívá ve vytvoření kvalitní rekreační infrastruktury vč. ubytování a stravování v rekreačních zařízeních s nízkou ubytovací kapacitou. V rámci venkovské turistiky jsou podporovány projekty budování nových cyklotras i hippostezek, vinařských tras a stezek pro pěší turistiku. Podporovány jsou i návrhy zlepšení služeb v oblasti lyžařské turistiky a vodáctví, dále modernizace a rekonstrukce rekreačních zařízení. Projekt v rámci PRV smí být uskutečněn jen v obci do 2000 obyvatel na území ČR. Jde o finanční výpomoc v malých venkovských obcích. [5], [30]

Žádat o dotaci smí podat buď [5]:

- zemědělský podnikatel, který je fyzickou nebo právnickou osobou
- nezemědělský podnikatel zahajující svou podnikatelskou činnost
- nezemědělský podnikatel, který podniká v oblasti CR méně než dva roky
- nezisková organizace s právní subjektivitou (patří sem i spolky a zájmová sdružení)

3.1.11 Legislativní úprava a normy při podnikání ve venkovském turismu

Venkovská turistika a agroturistika nemá speciální právní normy, dle kterých se řídí. Obecné zákony cestovního ruchu platné i pro venkovskou turistiku jsou zapsány hlavně v obchodním a občanském zákoníku a v živnostenském zákoně. [4]

- Obchodní zákoník (zákon č. 513/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů) vymezuje pojem „podnikání“, upravuje vztahy obchodních společností, kapitálové vztahy uvnitř firem apod.
- Občanský zákoník (zákon č. 47/1992 Sb., ve znění pozdějších předpisů) vymezuje chování, práva a povinnosti ubytovatele a ubytovaného
- Živnostenský zákon (zákon č. 455/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů) upravuje podmínky vzniku živností, konkrétně u venkovské turistiky se jedná o poskytování ubytování v soukromí (do 10 lůžek) + snídaně – živnost volná, v případě zajišťování jiných forem stravování (např. polopenze) se jedná o hostinskou činnost – živnost řemeslná, tudíž je zapotřebí prokázat se odbornou způsobilostí. [4]

Další právní předpisy vztahující se okrajově venkovského cestovního ruchu jsou např. [4]:

- Zákon o místních poplatcích (zákon č. 565/1990 Sb., ve znění pozdějších předpisů) je velice důležitý, jelikož se týká poplatků za rekreační pobyt a poplatků z ubytovací kapacity v rekreačních zařízeních. Tyto poplatky navyšují celkové ceny ubytování. Ubytovatelé mají také povinnost vést si evidenci o ubytovaných osobách.
- Zákon o územním plánování a stavebním řádu („stavební zákon“ č. 183/2006 Sb., ve znění pozdějších předpisů) definuje podmínky výstavby, rozvoje území, přípravu veřejné infrastruktury a vliv stavby na udržitelný rozvoj území.

Podnikatele ve venkovské turistice budou nejvíce zajímat informace o terénních úpravách a zařízeních.

- Zákon o DPH (zákon č. 235/2004 Sb., ve znění pozdějších předpisů) vymezuje ubytovací služby spadající do snížené sazby daně, tj. 14 % v roce 2012 (od r. 2013 to je 15 %), pro poskytování stravování je základní sazba, tedy 20 % v roce 2012 (od r. 2013 to je 21 %)
- Zákon o účetnictví (zákon č. 563/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- Zákon o daních z příjmů (zákon č. 586/1992 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- Zákon o správních poplatcích (zákon č. 634/2004 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- Zákon o soudních poplatcích (zákon č. 549/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- Zákon o dani silniční (zákon č. 16/1993 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- Zákon z nemovitostí (zákon č. 338/1992 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- Zákon o pojistném na všeobecném zdravotním pojištění (zákon č. 592/1992 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- Zákoník práce (zákon č. 262/2006 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- Zákon o pojistném na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti (zákon č. 589/1992 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- Zákon o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu (zákon č. 159/1999 Sb., ve znění pozdějších předpisů)

3.1.12 Produkty venkovského cestovního ruchu

Turistický produkt neboli produktový balíček („package“) je kombinace dvou a více služeb, které jsou rezervované nebo zakoupené na přání zákazníka za jednu cenu. Součástí produktového balíčku jsou vždy základní a doplňkové služby cestovního ruchu. Mezi doplňkové služby se zahrnuje ubytování, stravování, aktivity pro volný čas, doprava apod. Kombinace těchto služeb tvoří samostatnou ucelenou jednotku, jejímž zakoupením je možno uskutečnit jednodenní či vícedenní dovolenou. Pro uspokojení potřeb zákazníka je důležité, aby všechny části fungovaly souběžně. [31]

V České republice byly v oblasti venkovské turistiky postupně vytvářeny tyto produkty [4]:

- Prázdniny na venkově
- Zelené stezky „Greenways“
- Stezky dědictví „Heritagetrails“
- Zelené prázdniny

3.1.12.1 Prázdniny na venkově

Prázdniny na venkově představují komplexní turistický produkt venkovské turistiky na území České republiky. Tento produkt spadá pod Svaz české turistiky, který spolupracuje s ECEAT CZ a agenturou CzechTourism. Hlavním cílem projektu je podpořit ubytovatele venkovských oblastí prostřednictvím internetové propagace. Program Prázdniny na venkově se skládá i z několika podprogramů, které jsou vytvářeny za účelem lepšího využití ubytovacích kapacit. Jde např. o program „DIRECT“, který je zvýhodněný tím, že umožňuje přímý kontakt se zákazníkem bez zprostředkovatele, jde o ekonomicky příznivější způsob prezentace, je ideální pro menší ubytovací zařízení, kempy, chalupy apod., které ale musí být certifikovány přímo Svazem podnikatelů. Novinkou je spuštění internetového webu <http://www.projekt-pnv.cz/>, který slouží poskytovatelům služeb ve venkovském cestovním ruchu (farmáři, řemeslníci, chovatelé, podnikatelé, historici apod.) a managementu projektu k rychlému předávání informací. Web, který obsahuje turistickou nabídku, byl zprovozněn v květnu 2012. [4], [32], [33]

3.1.12.2 Zelené stezky „Greenways“

Greenways „jsou trasy, komunikace nebo přírodní koridory využívané v souladu s jejich ekologickou funkcí a potenciálem pro sport, turistiku a rekreaci.“ Jedná se o vytvořený grantový program Nadací Partnerství. Nadace pomáhá a podporuje organizace a projekty přispívající k udržitelnému rozvoji kolem přírodních koridorů a stezek. Dalším cílem je vytvořit síť institucí a projektů, které si budou navzájem vyměňovat zkušenosti, spolupracovat spolu, ale i s ostatními domácími i zahraničními organizacemi. Projekty koridorů, stezek a aktivit místních obyvatel a institucí získají známku Zelené stezky – Greenways v případě, že projekty splňují podmínky [4]:

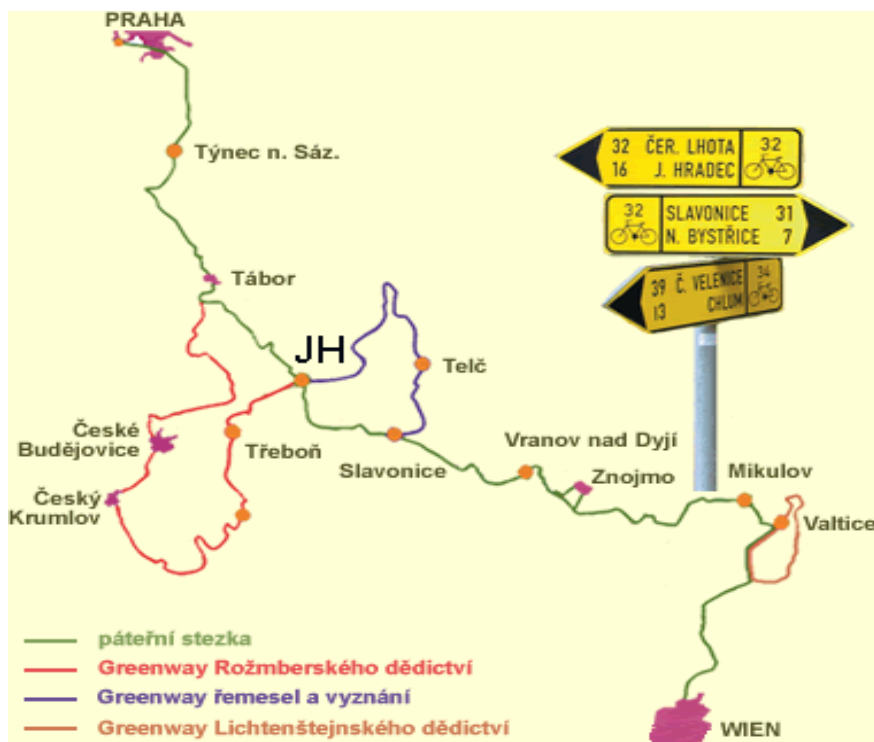
- zajištění většího bezpečí chodců a cyklistů,
- rozvine se šetrný cestovní ruch,
- bude dostupná rekreace,

- bude chráněno přírodní a kulturní bohatství,
- zaměření na zdravý životní styl.

V rámci tématu diplomové práce je pro region Jindřichův Hradec stěžejní Greenway Praha – Vídeň. Tato zelená stezka představuje soubor pěších a cyklistických tras mezi městy Praha a Vídeň. Na stezce a v její blízkosti se vyskytuje řada historických a přírodních zajímavostí a je možno ochutnat z celé škály krajových gastronomických pokrmů. Greenway Praha – Vídeň založilo již v roce 1992 stejnojmenné sdružení občanů, o šest let později projekt převzala a spravuje Nadace Partnerství. Celková délka trasy je 470 km. Po cestě je možno navštívit certifikovaná zařízení označená symbolem „Cyklisté vítáni“. Jde o celonárodní certifikační systém, který prověřuje nabídku, vybavenost a kvalitu ubytovacích, stravovacích a doplňkových služeb. Certifikace má napomoci tomu, aby cyklisté v jakémkoliv evropském státě dostali srovnatelný standard služeb. [34]

Jindřichův Hradec je také městem dalších tří Greenway stezek. Jde o Greenway Rožmberského dědictví, Greenway řemesel a vyznání a Greenway Lichtenštejnského dědictví. [34]

Obrázek 3 Mapa trasy Greenway Praha – Vídeň



Zdroj: <http://www.ruze.ekomuzeum.cz/?act=23>

3.1.12.3 Stezky dědictví „Heritage trails“

Program Stezky dědictví je další z produktů venkovské turistiky. V České republice působí již od roku 1994 a je pod záštitou organizace ECEAT CZ. Jde o mezinárodně prověřený marketingový nástroj na propagaci a rozvoj CR v jednotlivých mikroregionech a krajích ČR. Reklama spočívá v propagování a rozvíjení unikátního kulturního, přírodního dědictví a regionální gastronomie. Na nejlepší místní speciality a gastronomické zážitky poskytované domácím i zahraničním turistům je tento program zaměřen nejvíce. Do projektu se může zapojit každá restaurace na území ČR, která vaří typické regionální gastronomické speciality či nabízí domácí nápoje. Nejpočetnější zastoupení restaurací je na území jižní Moravy a na Vysočině. V regionu Jindřichův Hradec se žádná restaurace se značkou „Stezky dědictví“ nenachází. [35], [36]

Obrázek 4 Logo Stezky dědictví



Zdroj: <http://www.stezky-dedictvi.cz/stezky-dedictvi-projekt/>

3.1.12.4 Zelené prázdniny

Program Zelené prázdniny je produktem CR s garantovanou „eko“ kvalitou. Na trhu působí již od roku 1993. Tento produkt je zaměřen hlavně na destinace a podnikatele. Postupně dochází ke sjednocování eko-certifikací a od roku 2004 vznikl ve spolupráci s ECEAT-International evropský turistický produkt Green Holidays, který nabízí poradenský servis, informace o službách podnikatelům i návštěvníkům dané destinace. [4]

3.1.13 Marketing venkovského turismu „Green marketing“

Podnikání v oblasti venkovského cestovního ruchu vyžaduje dostatečné znalosti o daném oboru podnikání, změnu přístupu obyvatel venkova a schopnost podnikatele orientovat se v neustále se měnících tržních podmínkách. Základním principem marketingu je vycházet z potřeb zákazníků a navrhnout takový produkt či službu, které plně uspokojí zákaznickovy potřeby. [15]

Venkovský cestovní ruch má své specifikum v tom, že se jeho marketing musí více řídit environmentálními zásadami, jako je např. minimalizace dopadů vlivu produktů a služeb na životní prostředí. Na základě tohoto specifika byl vytvořen speciální pojem „Green marketing“, neboli ekologický marketing, který Mintu a Lozada definovali jako *„použití marketingových nástrojů k usnadnění takové tržní směny, která by naplňovala individuální a organizační cíle se současnou podporou ochrany, záchrany a udržování fyzického prostředí.“* [15]

Při využití marketingové koncepce je ve venkovské turistice nutné [15]:

- využívat všechny informace o zákaznících a jejich potřebách,
- potřeby zákazníků postavit na první místo a respektovat to, že zákazníci chtějí za své peníze kvalitní produkty a služby,
- uskutečňovat segmentaci trhu, tj. rozdělit trh a zaměřit se jen na vybrané zákazníky, u kterých se snadněji uspokojí jejich potřeby,
- obnovovat nabídku služeb a produktů, které procházejí životním cyklem,
- kombinovat marketingový mix tak, aby si zákazník koupil výrobek či služby a uspokojil tím své nároky.

Marketingový mix ve venkovském cestovním ruchu se klasicky skládá z ceny – podnikatelé mohou dávat cenové slevy a zvýhodnění, slevy dle sezónnosti, dle umístění pokoje apod. Dalším marketingovým nástrojem je místo – umístění subjektu CR, přímá a nepřímá distribuce atd. Propagace představuje komunikaci se zákazníkem. V oblasti venkovské turistiky se používají téměř všechny propagační nástroje [15]:

- reklama ve formě katalogů, letáků, plakátů, webových stránek, pohlednic, log apod.
- public relations (PR) představují články v tisku, konference, semináře, dary, výroční zprávy, sponzoring

- osobní prodej, jako např. obchodní jednání, prezentace na výstavách a veletrzích
- nejčastěji využívaným marketingovým propagačním prostředkem je internet

Dalším nástrojem jsou lidé – ať už se jedná o zaměstnance, zákazníky či obyvatele. Packaging neboli balíčkování služeb je kombinace výrobků a služeb sestavena na přání zákazníka za souhrnnou cenu. Dalšími velmi důležitými nástroji jsou programming a partnership. Vzájemná spolupráce jednotlivých subjektů dokáže vytvořit takové produkty, služby či souhrnné balíčky služeb, že dojde k maximálnímu uspokojení všech zákazníků. [15]

3.1.14 Region Jindřichův Hradec a venkovský cestovní ruch

Území Jindřichův Hradec ležící v turistickém regionu Jižní Čechy má ideální podmínky pro rozvoj venkovského cestovního ruchu. Pro potřeby práce je území vymezeno jako oblast s rozšířenou působností Jindřichův Hradec (dále jen ORPJH). Území je charakteristické vysokým podílem zemědělství na hospodaření. Typickým rysem oblasti je nízká hustota obyvatelstva, která je dle ČSÚ za celý okres 63 obyv./km². Nízká hustota obyvatel představuje jeden z předpokladů rozvoje venkova. Do vybrané destinace patří 45 obcí, jejichž veřejná správa spadá pod město Jindřichův Hradec, centrum oblasti. [38], [39], [41]

Velký podíl na rozloze ORPJH má Národní park Česká Kanada, což je území tvořené lesy, louky, rybníky a čistou jihočeskou přírodou. Husté zdravé lesy nabízí možnost houbaření a sběr lesních plodů. Turisté mohou lovit zvěř či rybařit v řekách a rybnících. Oblíbené je koupání v přírodních koupalištích, ale i v rybnících, které tvoří 2 % plochy území ORPJH. V oblasti je i několik kempů. Kempování je součástí turistiky na venkově. Území je protkané pěšími trasami, cyklotrasami a i několika hippostezkami. V oblasti se vyskytují i muzea a galerie zaměřené na řemesla a historii venkova. Pro příznivce agroturistiky jsou v provozu farmy a ekofarmy, dle údajů českých farmářů jich je 6. Vesnice i města v oblasti dodržují tradiční zábavy a akce. Mezi nejvýznamnější patří poutě, posvícení, masopustní slavnosti, letní hudební festivaly pod otevřeným nebem, tematické (myslivecké, hasičské) plesy, farmářské trhy aj. [40]

Mezi turisty nejnavštěvovanější kulturní atraktivity daného regionu bezesporu patří rozsáhlý komplex hradu a zámku v Jindřichově Hradci, který je třetím největším

památkovým objektem v Čechách hned po Pražském hradu a Českém Krumlově. V okolí se nachází i další známé hrady, zámky a zříceniny, např. Červená Lhota, Landštejn, které jsou významnými turistickými cíli nejen pro pěší návštěvníky, ale i pro cykloturisty. Region nabízí mnoho možností sportovního vyžití ve volném čase. Téměř v každé obci se nachází tenisové kurty a hřiště a často se konají přátelská fotbalová utkání. Nabídka zimních aktivit není tak bohatá jako v letních měsících. Na své si zde však přijdou i milovníci běžkování, na území je v zimních měsících za vhodných přírodních podmínek vybudováno několik běžkařských tras. Území Jindřichův Hradec se zachovalou přírodou a kulturními možnostmi představuje zajímavý potenciál pro další rozvoj. [41]

V regionu nepůsobí organizace zabývající se výhradně venkovským cestovním ruchem. Významná je Místní akční skupina Třeboňsko, o.p.s. (dále jen MAS Třeboňsko, o.p.s.), která vytváří rozvojovou strategii území, do níž spadají právě i obce regionu Jindřichův Hradec, přesně obce oblasti Jindřichohradecko-Západ. V rámci venkovského cestovního ruchu v regionu podporuje MAS projekty financované ze strukturálních fondů, jako jsou oprava a udržování kulturních památek, rekultivace krajiny, pomoc začínajícím podnikatelům, vzájemná spolupráce měst, obcí, regionů aj. [42]

Důležitá jsou turistická informační centra. Ve zkoumaném regionu jsou celkem 2 – v Jindřichově Hradci a Nové Bystřici. Jejich činnost spočívá v poskytování informací turistům o regionu, o výletech do blízkého okolí, o možnostech ubytování a stravování v zařízeních atd. Nejvýznamnější aktivita týkající se venkovského cestovního ruchu je propagace jednotlivých aktivit venkovské turistiky, mezi něž patří koupání, cykloturistika a pěší turistika, informace o přírodních a kulturních památkách a jiné. TIC v Jindřichově Hradci nabízí širokou škálu letáků a volně dostupných doprovodných materiálů, bohužel ne souhrnně o venkovském cestovním ruchu. Turisté mnohdy ani nevědí, že venkovský cestovní ruch zahrnuje výše vyjmenované aktivity. V rámci programu rozvoje Mikroregionu Jindřichohradecko – Svazek obcí Jindřichohradecko sestaveného na období 2011 – 2016 se TIC zabývají zachováním tradic a akcí (masopust, zábava, pouť) v menších obcích, snaží se udržovat a chránit krajinu, i jako příležitost ve SWOT analýze uvádí využití atraktivnosti prostředí venkova pro turistiku – konání konferencí na statcích, zajištění eko-ubytování aj. a rozvoj příhraniční spolupráce. Strategie rozvoje má 4 prioritní osy. Venkovským CR se převážně zabývá prioritní oblast 2 Podnikání a cestovní ruch a oblast 3 Zemědělství, lesnictví, rybářství a rozvoj venkova. [43], [44]

Instituce, která má na starosti prezentaci jižních Čech na výstavách a veletrzích cestovního ruchu, vytváří produkty cestovního ruchu, spolupracuje s agenturou CzechTourism, zaměřuje se na rozvoj cestovního ruchu v jižních Čechách, ale i v příhraničních oblastech, se jmenuje Jihočeská centrála cestovního ruchu. Tato organizace je zmiňována z hlediska celkového působení v Jihočeském kraji, tedy i ve sledovaném regionu. Její hlavní činností je propagace všech druhů a forem cestovního ruchu, které může daný region návštěvníkům nabídnout, tedy i venkovské turistiky. [42], [45]

4 Metodika

V diplomové práci byla použita metoda sběru dat v podobě dotazníkového šetření. Z výsledných dat byly zkoumány závislosti mezi statistickými znaky a ve vybraných případech byla zjišťována síla mezi znaky.

4.1 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření je jedna z metod sociologického výzkumu, při němž se uplatňují různé techniky sběru dat. Mezi nejčastěji používané techniky lze zařadit pozorování, dotazník, studium dokumentu, rozhovor (interview) a experiment. [6], [16]

4.1.1 Dotazník

Dotazník je při sběru primárních dat nejpoužívanějším nástrojem šetření. Představuje formulář s otázkami, na které respondent odpovídá. Tento formulář je zapotřebí sestavit, vyzkoušet a odstranit z něj chyby před vlastním dotazováním, to je označováno jako pilotní studie. Dotazník by měl být sestaven jednoduše, neměl by být příliš dlouhý a musí být vždy anonymní. Nejčastěji používané otázky v dotazníku jsou členěny dle variant odpovědí na otázky [6]:

- *uzavřené* – jsou předkládány možné odpovědi, respondent si vybere z nabídky; většinou se jich v dotazníkovém šetření vyskytuje nejvíce a respondentovi více vyhovují
- *otevřené* – tyto otázky nenabízí žádnou alternativu odpovědi, respondent odpověď sám formuluje
- *polouzavřené* – jsou předloženy varianty odpovědí, respondent si z nich může vybrat, nebo v nabídce „jiné“ doplnit vlastní odpověď na danou problematiku

Často se v dotazníku používají i *identifikační otázky*, které popisují základní charakteristiky respondentů (věk, vzdělání aj.), a otázky *filtrační*, které vyloučí ze souboru ty respondenty, kteří se pro daný sociologický výzkum nehodí. Otázky *škálové* umožní dotazovanému ohodnotit např. služby cestovního ruchu v daném regionu známkou od 1 – 5. [19]

Vytvoření dotazníku musí probíhat podle předem stanovených zásad [16]:

1. Vytvoří se seznam informací, které má dotazování přinést.
2. Určí se způsob dotazování.
3. Vymezí se cílová skupina respondentů.
4. Vytvoří se otázky ve vazbě na požadované informace.
5. Zkonstruuje se celý dotazník.
6. Uskuteční se pilotáž před samotným dotazováním.

Dotazník je zdrojem kvalitativních neboli kategoriálních dat i kvantitativních dat. Diplomová práce je zaměřena na získávání kvalitativních dat, tj. údajů získaných slovně, popis a vysvětlení je uveden v následující kapitole.

4.2 Analýza kvalitativních znaků

Kvalitativní znaky neboli kategoriální znaky jsou při provádění statistických analýz často hodnotami výsledků výzkumů veřejného mínění či průzkumů trhu. [2], [19]

Kvalitativní znaky jsou statistické znaky, které nabývají nečíselných hodnot a dělí se na ordinální a nominální znaky. Obměny ordinálních znaků (pořadových znaků) vyjadřují sestupné či vzestupné uspořádání intenzity zkoumané vlastnosti a jsou subjektivně hodnoceny. Příkladem ordinálního znaku je vzdělání. [2]

Nominální znaky lze členit na alternativní a množné. Rozdíl je, že alternativní znaky mohou nabývat jen dvou obměn. Příkladem alternativního nominálního znaku je pohlaví. Množné znaky mohou být vyjádřeny více variacemi, vyhodnocují se pomocí kontingenčních tabulek. Příkladem množného znaku je jméno či vzdělání. [19]

Výše uvedené znaky (data) je možno analyzovat. Existují dva druhy analýz – jednoduchá a vícerozměrná. Výsledkem jednoduché analýzy jsou nejčastěji frekvenční tabulky (tabulky četností) a grafy. Výsledkem vícerozměrné analýzy jsou např. kontingenční tabulky, křížový poměr nebo znaménkové schéma odchylek atd. [19]

4.2.1 Kontingenční tabulka

Kontingence je vztah dvou nebo více kvalitativních statistických znaků, z nichž alespoň jeden znak je znakově množným. Zkoumané znaky jsou uspořádány

v kontingenčních tabulkách. Význam použití kontingenčních tabulek je v testování těsnosti závislostí a ve výpočtu měření intenzity závislosti zkoumaných kvalitativních znaků. [19]

Kontingenční tabulka (viz Tabulka 4) zahrnuje v prvním řádku varianty prvního znaku (znaku B) a v prvním sloupci varianty druhého znaku (znaku A). Znak A má a_i obměn ($i= 1, 2, \dots, k$) a znak B má b_j ($j= 1, 2, 3, \dots, m$). Tabulka obsahuje sdružené neboli pozorované četnosti n_{ij} , které značí, kolikrát nastala varianta a_i znaku A a zároveň varianta b_j znaku B. V posledním sloupci, resp. řádku, jsou sloupcové n_j , resp. řádkové n_i . součty i -tých variant znaku B, resp. j -tých variant znaku A. Tyto součty jsou nazývány okrajové (marginální) četnosti. V pravém dolním rohu je vidět součet všech četností v tabulce n .

Tabulka 4 Schéma kontingenční tabulky

Znak B	b_1	b_2	...	b_j	...	b_m	Celkem
Znak A							
a_1	n_{11}	n_{12}	...	n_{1j}	...	n_{1m}	$n_{1.}$
a_2	n_{21}	n_{22}	...	n_{2j}	...	n_{2m}	$n_{2.}$
⋮					...		
a_i	n_{i1}	n_{i2}	...	n_{ij}	...	n_{im}	$n_{i.}$
⋮							
a_k	n_{k1}	n_{k2}	...	n_{kj}	...	n_{km}	$n_{k.}$
Celkem	$n_{.1}$	$n_{.2}$...	$n_{.j}$...	$n_{.m}$	n

Zdroj: [20]

Zvláštním případem kontingenční tabulky je asociační tabulka. Ta je někdy označována jako kontingenční tabulka 2 x 2 či čtyřpolní tabulka.

4.2.2 Kontingenční tabulka 2 x 2

Příkladem kontingenční tabulky 2 x 2 je tabulka 5, která je výsledkem třídění dvou kvalitativních alternativních statistických znaků A a B. Znaky a_1, b_1 představují výskyt dané vlastnosti u příslušné statistické jednotky, zatímco data a_2, b_2 poukazují na nepřítomnost této statistické jednotky. Znaky $n_{11}, n_{12}, n_{21}, n_{22}$ vyjadřují sdružené četnosti,

n je celkový rozsah souboru. V součtovém sloupci a řádku jsou okrajové (marginální) četnosti $n_{1.}$, $n_{2.}$, $n_{.1}$, $n_{.2}$. [19], [20]

Tabulka 5 Schéma asociační tabulky

Znak A	Znak B		Celkem
	b_1	b_2	
a_1	n_{11}	n_{12}	$n_{1.}$
a_2	n_{21}	n_{22}	$n_{2.}$
Celkem	$n_{.1}$	$n_{.2}$	n

Zdroj:[20]

4.3 Testy nezávislosti

Při zjišťování závislosti mezi kvalitativními statistickými znaky se používají většinou údaje získané výběrovým způsobem. Zkoumá se, zda jsou znaky závislé, a tedy, zda je možno výsledky zobecňovat na základní soubor. Proto dochází k testování ověření závislosti mezi vybranými statistickými daty a používá se χ^2 – test, jehož postup výpočtu lze stručně shrnout do následujících bodů:

1. formulace H_0 o nezávislosti kvalitativních znaků,
 2. formulace H_1 o závislosti kvalitativních znaků,
 3. určení hladiny významnosti (zde $\alpha = 0,05$),
 4. vypočtení testovacího kritéria (obecně)
- a) u kontingenční tabulky:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^m \frac{(n_{ij} - n_{oj})^2}{n_{oj}} \quad (4.1),$$

χ^2 ... statistika, na jejíž hodnotu lze nazírat např. jako na kvantil chí-kvadrát rozdělení

n_{ij} ... skutečné četnosti; pozorovaný počet výskytů sledované dvojice znaků

n_{oj} ... očekávané (teoretické) četnosti

k ... počet řádků tabulky

m ... počet sloupců tabulky

a) u kontingenční tabulky 2 x 2:

$$\chi^2 = n \frac{(n_{11}n_{22} - n_{12}n_{21})^2}{n_{1.}n_{.1}n_{2.}n_{.2}} \quad (4.2),$$

n ... rozsah souboru, tj. počet respondentů

$n_{11}, n_{12}, n_{21}, n_{22}$... sdružené četnosti

$n_{1.}, n_{2.}, n_{.1}, n_{.2} \dots$ okrajové (marginální) četnosti

5. určení kritické hodnoty X^2_{α} pro počet stupňů volnosti $[(k-1) \cdot (m-1)]$,
6. v případě, že $X^2 > X^2_{\alpha}$, H_1 se přijímá [20].

V kontingenční tabulce je možno χ^2 – test použít tehdy, je-li splněna podmínka – podíl teoretických četností menších než 5 nesmí překročit 20 % a zároveň žádná teoretická četnost nesmí být menší než 1. Pokud tato podmínka není splněna, spojí se slabé skupiny sloučením řádků nebo sloupců. Potom se určí intenzita závislosti v kontingenční tabulce. [17], [19]

U kontingenční tabulky 2 x 2 je kladena podmínka, kdy rozsah souboru $n > 40$ a zároveň všechny očekávané četnosti musí být větší než 5. V případě, že některé očekávané četnosti jsou menší než 5, použije se pro zkoumání závislosti mezi kvalitativními alternativními znaky tzv. Fisherův faktoriálový test. Pokud je prokázána významná závislost mezi znaky v kontingenční tabulce, lze měřit její intenzitu pomocí různých koeficientů. [19]

4.4 Míry závislosti

Pro potřebu této práce je vybrán Pearsonův koeficient kontingence neboli průměrná čtvercová kontingence. Tento koeficient se používá u větších tabulek, než jsou kontingenční tabulky 2 x 2. Hodnota koeficientu se pohybuje v intervalu (0,1), přičemž hodnota rovna 0 ukazuje na statistickou nezávislost proměnných, velikost koeficientu rovna 1 značí absolutní závislost, jejíž hodnoty nemůže být tímto koeficientem nikdy dosaženo. [19]

Pearsonův koeficient kontingence

$$C = \sqrt{\frac{x^2}{n + x^2}} \quad (4.3),$$

n ... počet pozorování

x^2 ... výsledek chí-kvadrát testu

4.5 Křížový poměr (odds ratio)

Křížový poměr představuje další možné zkoumání vztahů mezi kategoriemi v kontingenční tabulce (a to nejen ve čtyřpolní tabulce 2 x 2).

Křížový poměr vyjadřuje podíl šancí či sázkový poměr (šance na ohrožení). Poměr šancí odpovídá na otázku: „Kolikrát je vyšší šance na ohrožení“ a představuje tzv. multiplikační přístup. [19]

Poměr šancí je definován jako:

$$OR = \frac{n_{11}n_{22}}{n_{12}n_{21}} \quad (4.4).$$

OR (odds ratio) vyjadřuje podíl násobků křížových znaků v kontingenční tabulce $n_{11} * n_{22}$ a $n_{12} * n_{21}$, tj. sdružených četností. OR udává podíl šance, že se problém vyskytne v exponované skupině k šanci, že se jev vyskytne v neexponované – kontrolní skupině.

Výsledkem OR jsou tři možnosti [46]:

OR = 1, šance, že se jev vyskytne v zapojené skupině, je stejná jako šance, že se jev vyskytne v neexponované kontrolní skupině

OR > 1, šance, že se jev vyskytne v exponované skupině, je větší než šance, že se jev vyskytne v neexponované kontrolní skupině

OR < 1, šance, že se jev vyskytne v exponované skupině, je menší než šance, že se jev vyskytne v neexponované kontrolní skupině

5 Vlastní zpracování

Obec s rozšířenou působností Jindřichův Hradec leží v Jihočeském kraji v turistické oblasti jižní Čechy. Kraj je vyhledávaným cílem návštěvníků, kteří sem přijíždějí z území České republiky i ze zahraničí. Svůj rozvojový potenciál zde nachází i venkovský cestovní ruch. Zda je o venkovskou turistiku v oblasti zájem, případně jakým venkovským aktivitám dávají návštěvníci přednost, je možno vyčíst ze zpracovaných výsledků dotazníkového šetření v následující kapitole.

5.1 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření (viz Příloha 1) bylo provedeno formou terénního výzkumu. Dotazování proběhlo od května do září roku 2012 a bylo zaměřeno na české návštěvníky regionu.

Před realizací hlavního výzkumu byla uskutečněna pilotní studie. Účelem pilotáže bylo ověřit proveditelnost dotazníkového šetření, srozumitelnost a návaznost otázek v dotazníku. Relevantní vzorek účastníků venkovského cestovního ruchu představovaly náhodně vybrané osoby. Monitoring návštěvníků v oblasti byl proveden metodou osobního dotazování (face to face). Dotazník byl testován na vzorku 20 osob. Na základě připomínek a návrhů byly otázky poupraveny a některé otázky byly z dotazníku úplně vyřazeny z důvodu nízké validity. Následně byl dotazník připraven k terénnímu průzkumu. Konečný dotazník byl sestaven z 21 otázek.

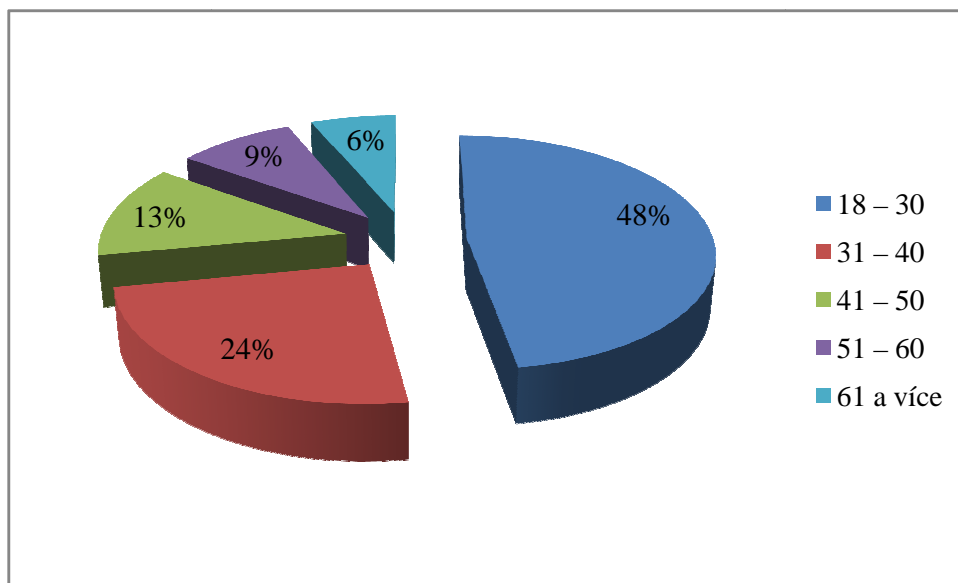
Obsah dotazníku tvořil tři tematické okruhy. První sada otázek se týkala obecného povědomí turistů o venkovském cestovním ruchu. Druhý okruh otázek byl zaměřen na charakteristiku pobytu ve zkoumané oblasti. Bylo zjišťováno, jak dlouho strávil respondent venkovskou dovolenou v regionu, kde byl ubytován, jakým způsobem se stravoval, jak zhodnotil vybrané služby apod. Poslední sada otázek umístěná na konci dotazníku byla zaměřena na identifikaci respondenta, na jeho věk, pohlaví, vzdělání, ekonomickou aktivitu a kraj, ze kterého pochází.

Celkem bylo distribuováno 300 dotazníků a jejich návratnost činila 82 %. Konečný počet dotazníků po zpracování detailní analýzy byl 204 kusů.

5.1.1 Souhrnné hodnocení dotazníkového šetření

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 60 % žen a 40 % mužů. Graf 1 znázorňuje věkovou strukturu oslovených osob. Věkovou kategorii 18 – 30 let zastupovalo 47 % respondentů. Dotazovaných v kategorii 31 – 40 let bylo 31 %. Nejméně početnou skupinu tvořily osoby ve věku 61 a více let, která byla zastoupena 2 % dotazovaných.

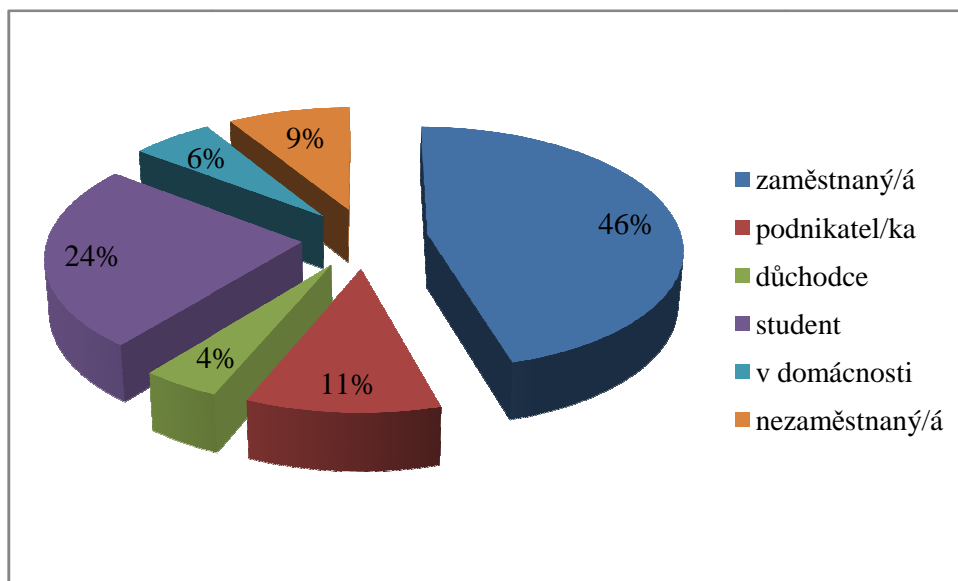
Graf 1 Respondenti podle věkové struktury



Zdroj: Vlastní zpracování

Z hlediska ekonomické aktivity se mezi zaměstnané zařadilo 46 % respondentů (viz Graf 2). Skupinou zaměstnaný/á jsou míněni nejen zaměstnanci a jejich zaměstnavatelé, ale např. i pracující studenti či důchodci přivydělávající si příležitostnými brigádami. Studenti představovali 24 % dotazovaných. Vysoký podíl studentů může být přisuzován uskutečnění dotazníkového šetření v kempech a chatových osadách, kde v době dotazníkového průzkumu probíhaly letní kurzy a tábory. Skupina podnikatelů byla zastoupena 11 % oslovených. Ženy, případně muži v domácnosti představovali 6 %. Z hlediska sociálního postavení se 9 % oslovených ve společnosti zařadilo do skupiny nezaměstnaný/á. Se 4 % se na posledním místě umístili důchodci.

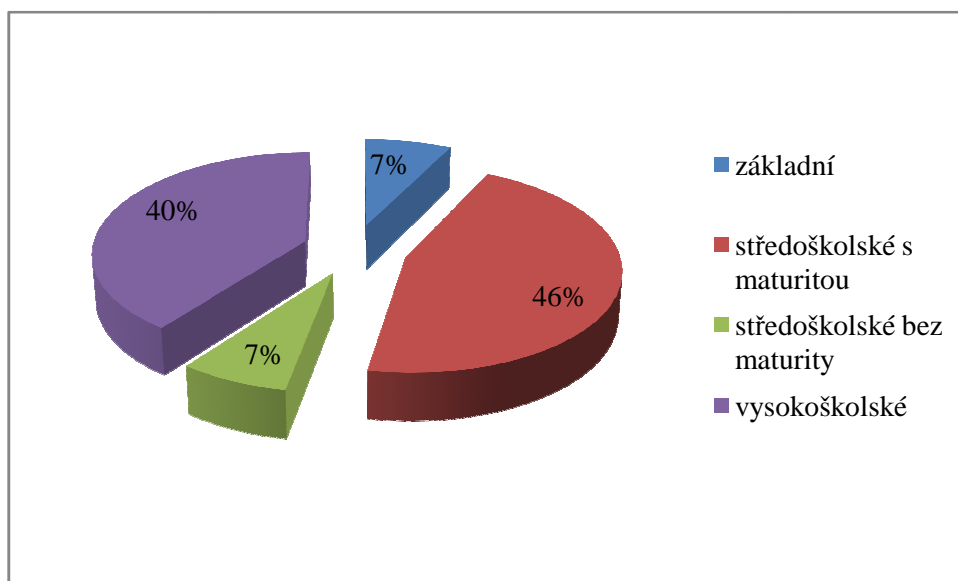
Graf 2 Respondenti podle ekonomické aktivity



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 3 popisuje respondenty z pohledu nejvyššího dosaženého vzdělání. V dotazníkovém šetření převládá počet středoškolsky vzdělaných osob, které studium ukončily maturitní zkouškou. Tato část oslovených tvořila 46 % respondentů. Za nimi se umístilo 32 % vysokoškolsky vzdělaných lidí. Kategorie se základním vzděláním a středoškolským vzděláním bez maturity, tj. s výučním listem, procentuálně tvoří shodně 2 %.

Graf 3 Respondenti podle nejvyššího dosaženého vzdělání



Zdroj: Vlastní zpracování

Dotazníkové šetření bylo zaměřeno pouze na respondenty z České republiky. Tabulka 6 popisuje kraje, ze kterých respondenti do vybraného regionu přicestovali, respektive kde mají své trvalé bydliště. Největší počet osob (20 %) přijel do regionu Jindřichův Hradec z Jihočeského kraje. Za ním následovalo 14 % osob z kraje Vysočina. Z Prahy přijelo na venkovskou dovolenou do regionu 14 % osob a ze Středočeského kraje zavítalo do této oblasti 13 % respondentů. Z krajů Zlínský a Pardubický nepřišel v době šetření žádný turista. Tuto možnost ne zvolil ani jeden dotazovaný. Důvodem mohla být větší vzdálenost od místa trvalého bydliště či nezájem o venkovskou turistiku v dané oblasti.

Tabulka 6 Rozdělení respondentů podle kraje

Kraj	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
Jihočeský	40	20,0
Jihomoravský	10	5,0
Karlovarský	6	3,0
Královéhradecký	9	4,0
Liberecký	10	5,0
Moravskoslezský	19	9,0
Olomoucký	6	3,0
Pardubický	0	0,0
Plzeňský	12	6,0
Praha	28	14,0
Středočeský	27	13,0
Ústecký	8	4,0
Vysočina	29	14,0
Zlínský	0	0,0
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Další okruh otázek v dotazníku se týkal obecného povědomí návštěvníků o venkovském cestovním ruchu. Na otázku, zdali se respondenti již dříve setkali s pojmem venkovský cestovní ruch, odpovědělo kladně 68 % z nich. Před dotazováním nikdy o venkovské turistice neslyšelo 32 % osob. Poprvé se venkovské turistice účastnilo 49 % respondentů. Oproti tomu 51 % osob potvrdilo, že se již dříve účastnili venkovského cestovního ruchu a nyní je to jejich několikátá účast. (viz Příloha 6; Tab. 26 a Tab. 27)

Tabulka 7 popisuje, jaký podíl tvoří odhadem venkovská turistika ve srovnání s jinými typy dovolených, kterou respondent absolvuje během jednoho roku. Nejvyšší procento odpovědí (51 %) zaznamenala možnost, kdy se podíl venkovské turistiky

ve srovnání s jiným typem dovolené pohyboval v rozmezí 21 – 40 %. Naopak nejnižší hodnota byla udána u poslední nabízené varianty, kde se podíl venkovského cestovního ruchu podílel na jiných typech dovolené pouze 5 %.

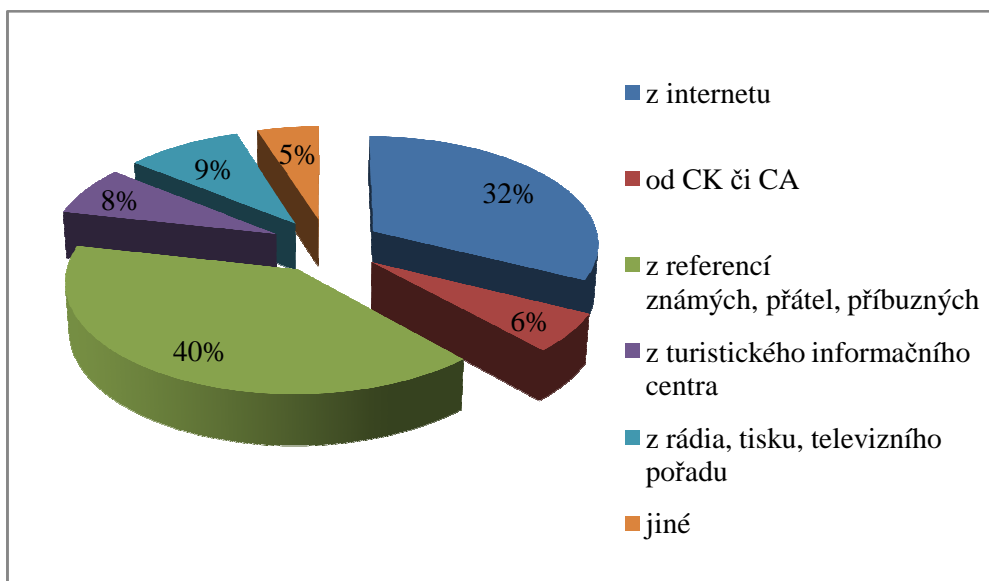
Tabulka 7 Podíl venkovské turistiky v porovnání s jinými typy dovolených

Podíl venkovské turistiky (v %)	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
0 – 20	58	28,4
21 – 40	103	50,5
41 – 60	17	8,4
61 – 80	16	7,8
81 – 100	10	4,9
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Další oddíl otázek dotazníkového šetření se zabýval charakteristikou venkovské dovolené ve vybrané oblasti. Graf 4 podrobněji poukazuje na povědomí respondentů o venkovské turistice v regionu. Nejvíce respondentů se o VCR dozvědělo z referencí známých, příbuzných či přátel, bylo to celých 40 %. Na druhém místě se umístil rozšířený komunikační prvek – internet s 32 % a na třetí příčce skončily informace o venkovské turistice poskytované z rádia, tisku či televize. Na poslední místo se s 5 % zařadila možnost „jiné“, která nejčastěji obsahovala odpověď – v zaměstnání či ve škole.

Graf 4 Povědomí respondentů o venkovské turistice ve vybrané oblasti



Zdroj: Vlastní zpracování

Co se týče informovanosti o venkovském cestovním ruchu, celých 49 % návštěvníků se domnívalo, že nemají dostatek informací o nabídce venkovské turistiky v regionu. Kladně se vyjádřilo jen 12 % oslovených, možnost „nevím“ využilo 39 % z nich. Z těchto odpovědí v tabulce 8 lze vyvozovat fakt, že venkovská turistika v regionu není dostatečně propagována. Ke zlepšení daného stavu by mohla přispět reklama nejen v televizi, rozhlase či formou letáků v TIC, ale i na internetových stránkách centrálního města regionu. (Příloha 6; Tab. 28)

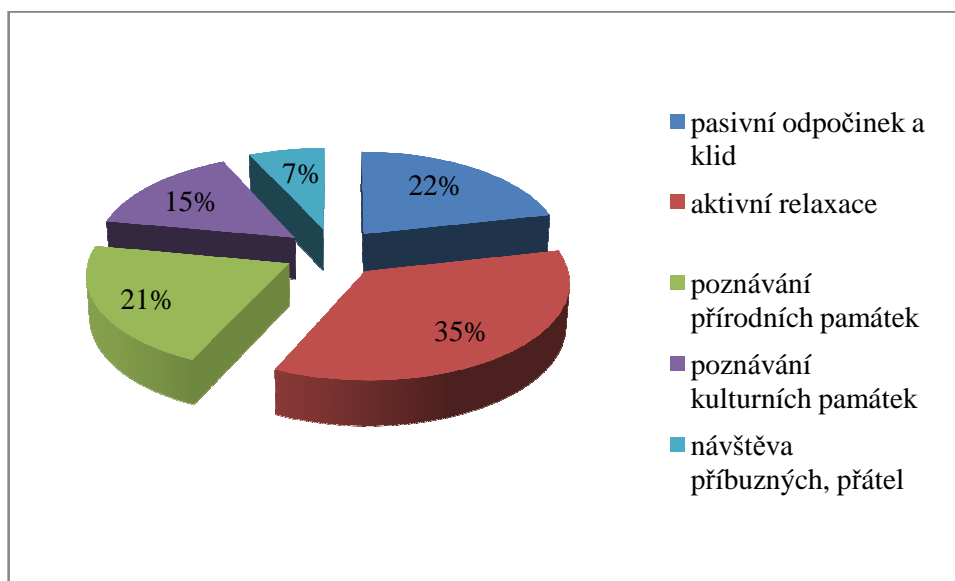
Tabulka 8 Informovanost o nabídce venkovského CR v regionu

Informovanost o nabídce VCR v regionu	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
ano	24	12,0
ne	100	49,0
nevím	80	39,0
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Nejčastějším cílem dovolené strávené formou venkovské turistiky byla aktivní relaxace. Do ní spadají aktivity jako pěší turistika, plavání, hippoturistika, geocaching apod. Tuto variantu zvolilo 35 % dotázaných. Graf 5 blíže popisuje tyto cíle dovolené. Dalším nejobvyklejším způsobem trávení dovolené byl pasivní odpočinek a klid, tuto možnost zvolilo 22 % návštěvníků. S pouhým jednoprocenním rozdílem se na dalším místě umístilo poznávání přírodních památek. Nejméně – 7 % návštěvníků – trávilo dovolenou u příbuzných a přátel. (viz Příloha 6; Tab. 29)

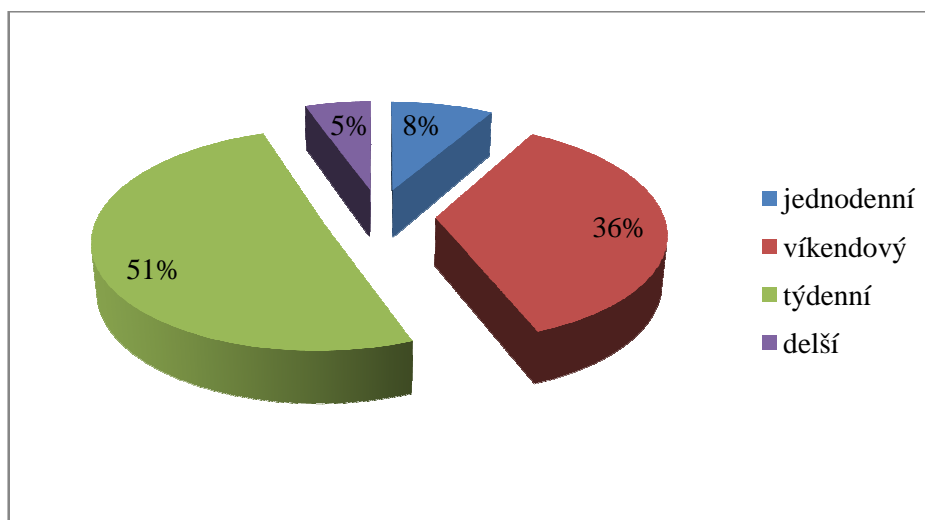
Graf 5 Nejčastější cíl dovolené v rámci venkovské turistiky



Zdroj: Vlastní zpracování

Délka pobytu respondentů se různí (viz Graf 6), od jednodenních návštěv bez noclehu až po pobyty delší než na 7 nocí. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že největší zájem mají respondenti o týdenní pobyty (4 – 7 nocí). Tuto variantu zvolilo více než 50 % dotazovaných. Víkendové pobyty v rozpětí 1 až 2 nocí zvolilo necelých 36 % osob. Nejméně jezdili návštěvníci na jednodenní pobyty bez přespání, ve většině případů se jednalo jen o výlety do regionu. Dlouhodobější pobyt, delší než 7 nocí, zvolilo 5 % respondentů.

Graf 6 Délka pobytu



Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 9 poukazuje na to, s kým strávili respondenti svoji venkovskou dovolenou. Na rekreaci se svým partnerem bylo 41 % dotazovaných. Dalších 28 % jelo na dovolenou s přáteli a známými. Volný čas rodině a dětem věnovalo 21 % osob. Respondenti starší věkové kategorie jezdili nejčastěji sami (7 %) a pouhá 3 % dotazovaných odpověděla, že nejraději tráví svůj volný čas s kolegy ze zaměstnání.

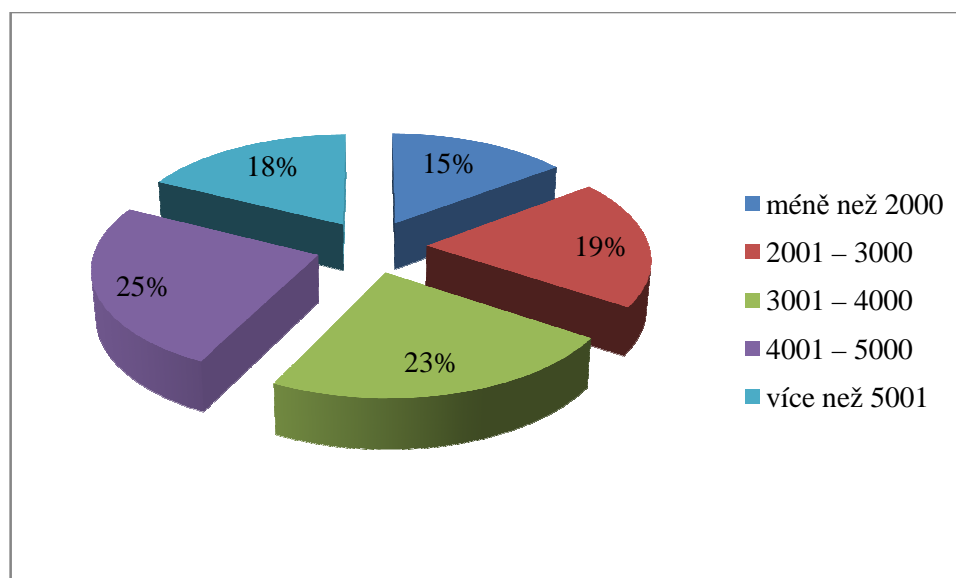
Tabulka 9 S kým strávil respondent dovolenou

S kým tráví respondent dovolenou	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
sám/sama	14	7,0
s partnerem/partnerkou	83	41,0
s rodinou a dětmi	44	21,0
s přáteli a známými	57	28,0
s kolegy ze zaměstnání	6	3,0
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Nejvíce (25 %) respondentů utratilo za týden dovolené částku v intervalu 4001 – 5000 Kč. Částka zahrnovala všechny služby, které dotazovaný během dovolené využil. Respondent, který utratil méně než 2000 Kč, zvolil první možnost. Poslední zmíněná varianta odpovědi byla nabídnuta hlavně nenáročným turistům venkovské turistiky – např. lidem, kteří stanují v přírodě nebo se stravují vlastním způsobem. (viz Graf 7)

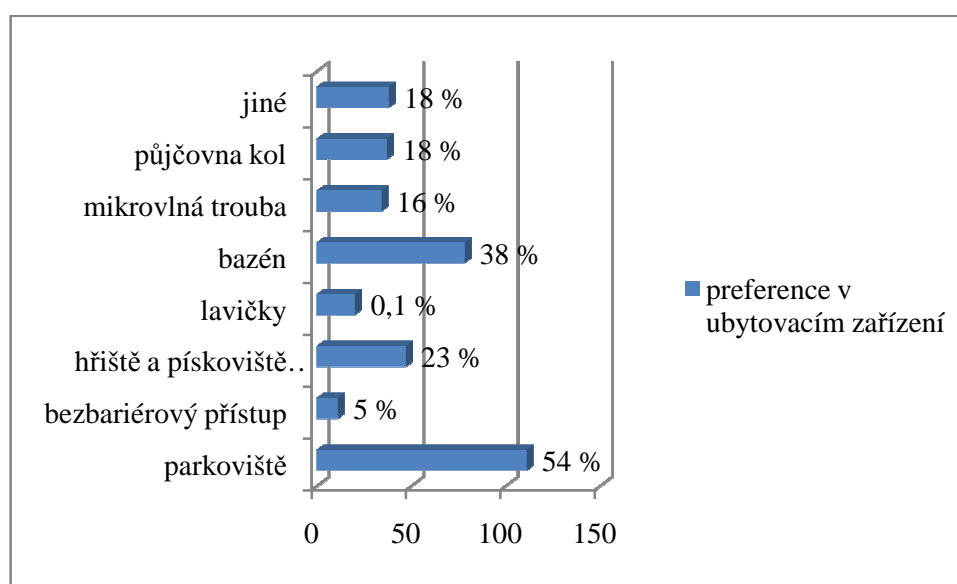
Graf 7 Celková utracená částka os/týden dovolené (v Kč)



Zdroj: Vlastní zpracování

Respondenti při výběru ubytování preferovali určité zařízení či služby v ubytovacím objektu. Dotazovaný si mohl vybrat více variant, nanejvýš však 3 možnosti. Hostům v 54 % případů záleželo na tom, aby u ubytovacího objektu bylo parkoviště pro motorové vozidlo. Dále byla pro návštěvníky důležitá přítomnost bazénu přímo v ubytovacím objektu či v jeho blízkosti. Lidé z 23 % vyhledávali u přechodného bydlení hřiště a pískoviště pro své děti, aby je mohli aktivně zabavit a využít volný čas pro sebe. (viz Graf 8)

Graf 8 Preference zařízení v ubytovacím objektu



Zdroj: Vlastní zpracování

Nejvíce využívanou alternativu ubytování na venkově byl hosty vybrán penzion, na tuto možnost odpovědělo 31 % respondentů. Oblíbenou variantou u 23 % osob byl pronájem chalupy či chaty. Ubytování v soukromí či spaní ve stanu si vybralo téměř shodný počet dotazovaných. Interval odpovědí v těchto dvou kategoriích se pohyboval v rozmezí 16 – 17 %. Nejméně využívanou formou ubytování se dle dotazníkového šetření jevil karavan, který pro účely venkovské turistiky využily jen 3 % respondentů. (viz Tabulka 10)

Tabulka 10 Druh ubytování

Druh ubytování	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
hotel	12	6,0
penzion	64	31,0
pronájem celé chalupy/chaty	46	23,0
ubytování na farmě či statku	9	4,0
ubytování v soukromí	34	17,0
stan	33	16,0
karavan	6	3,0
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Na venkovské dovolené se 44 % návštěvníků v ubytovacím objektu stravovalo formou polopenze. Většinou si tuto možnost vybrali lidé, kteří chtěli přes den aktivně využít čas návštěvou památek, sportem či turistikou a večer přijeli zpět do místa ubytování. Dalších 30 % osob se přiklonilo k odpovědi vlastního stravování. Přibližně 16 % dotazovaných využilo možnost snídaně. (viz Příloha 6; Tab. 33)

Návštěvník venkovského cestovního ruchu vyhledával v ubytovacím zařízení pro zpříjemnění svého pobytu různé služby a aktivity. Tato otevřená otázka byla dobrovolného charakteru, respondent na ni mohl a nemusel odpovědět. Nejdůležitější pro návštěvníky bylo zajištění sociálního zařízení přímo na pokoji, nikoliv ve společných prostorech. Osloveným respondentům by zlepšil pobyt internet v ceně ubytovacích služeb. Milovníci cyklistiky by uvítali úschovnu kol u ubytovacího zařízení. Některým respondentům by návštěvu regionu zpříjemnil přívětivý personál v oblasti ostatních služeb cestovního ruchu. Více tradičních kulturních akcí a sportovních událostí v okolí by upřednostňovala další skupina dotazovaných. Podrobnější informace jsou k dispozici v příloze 6; tabulce 32.

Dotazovaní hodnotili služby venkovské turistiky. Evaluace služeb se zabývala ubytováním (Příloha 6; Tab. 34), stravováním (Příloha 6; Tab. 35) a doplňkovými službami, pokud je využívali. Odpovědi byly podobné. Co se týče ubytování, 63 % respondentů bylo spíše spokojeno. Zcela nespokojen s ubytovacími službami nebyl ani jeden člověk. Hodnocení stravování nemohlo posoudit 19 % osob, protože využívaly vlastní způsob stravování. V celkovém výsledku dotazníkového šetření bylo se stravováním spíše spokojeno 56 % dotazovaných a zcela nespokojeno bylo 10 % osob. Srovnatelné hodnoty vykazovaly doplňkové služby. (Příloha 6; Tab. 36)

Účastníci venkovského cestovního ruchu nejvíce trávili svůj volný čas pěšími túrami, koupáním v přírodě nebo bazénu a návštěvou historických, přírodních a kulturních památek. Naopak nejméně turistů zodpovědělo možnost jiné, u které nebyla zaznamenána žádná reakce. Každý z respondentů si vybral z nabízených alternativ, maximálně však zvolil 5 možností. Účast na výrobě domácích pokrmů si vyzkoušelo necelých 7 % osob a tradiční řemesla 10 % osob. Hippoturistika oslovila 16 % respondentů a čím dál více oblíbená aktivita geocaching zaujala 17 % osob. Více informací o uskutečněných aktivitách venkovské turistiky jsou popsány v příloze 6; tabulce 37.

Opakovanou dovolenou na venkově zvažovalo 66 % respondentů. Naopak 34 % dotazovaných do budoucna neuvažovalo o tom, že se do regionu s cílem uskutečnění venkovské dovolené znovu vrátí. (viz Příloha 6; Tab. 38)

5.2 Analýza závislostí kvalitativních znaků

Analýza kvalitativních znaků byla provedena na základě údajů z dotazníkového šetření. Data byla seskupena do kontingenčních tabulek, ze kterých byly následně pomocí χ^2 – testu stanoveny závislosti. Byly testovány nulové hypotézy H_0 o nezávislosti mezi různými proměnnými s hladinou významnosti $\alpha = 0,05$. V případě, že byla prokázána závislost, jejich síla byla vypočtena pomocí Pearsonova koeficientu kontingence.

Jak již bylo uvedeno, první sada otázek z dotazníku se zabývala obecným povědomím turistů o venkovském cestovním ruchu. Tento oddíl otázek byl dán do závislostí s identifikačními otázkami. Detailněji byly zkoumány závislosti s ohledem na pohlaví, věk, vzdělání, ekonomickou aktivitu a případně kraj, ze kterého respondent pocházel. Otázky byly dávány do spojitostí jen podle logického uvážení.

V tabulce 11 jsou shrnuty závislosti, které se týkají povědomí turistů o venkovském cestovním ruchu a identifikací respondenta. Statistická závislost byla prokázána jen mezi proměnnými a věkem respondentů. Jednalo se o nízkou závislost. Z kontingenční tabulky 41 uvedené v příloze 6 vyplývá, že s věkem postupně klesala znalost venkovské turistiky. Ve věkové kategorii 18 – 30 let zaslechlo pojem venkovský cestovní ruch 36 % respondentů. Naopak nejméně o venkovské turistice vědělo 5 % osob ve věkových kategoriích 51 – 60 let a lidé starší 61 let.

Tabulka 11 Povědomí o VCR x identifikační otázky

	χ^2 - hodnota	<i>p</i> - hodnota	Závislost	Pearsonův koeficient
Pohlaví	1,655	0,198	NE	-
Věk	12,586	0,013	ANO	0,241
Vzdělání	3,946	0,267	NE	-
Kraj	13,395	0,063	NE	-

Zdroj: Vlastní zpracování

Závislosti, které se týkají podílu venkovského cestovního ruchu ve srovnání s jinými typy dovolených a identifikací respondenta, jsou popsány v tabulce 12. Statistická závislost byla prokázána u ukazatelů a věku respondentů a byla vyhodnocena jako střední závislost. Ve věkové kategorii 31 – 40 let odhadlo 19 % respondentů, že se venkovská turistika podílí na jiných formách dovolených přibližně 21 – 40 %. Osoby starší 41 let uvedly, že tráví dovolenou venkovskou turistikou z 61 %. (viz Příloha 6; Tab. 49)

Tabulka 12 Podíl VCR x identifikační otázky

	χ^2 - hodnota	<i>p</i> - hodnota	Závislost	Pearsonův koeficient
Pohlaví	2,437	0,656	NE	-
Věk	67,534	0,000	ANO	0,499
Vzdělání	8,666	0,193	NE	-
Ekonomická aktivita	1,520	0,823	NE	-

Zdroj: Vlastní zpracování

Druhá sada otázek dotazníku se vztahuje k charakteristice venkovského pobytu. Byly zkoumány závislosti, které se týkají způsobu získávání informací o venkovské turistice ve vybraném regionu. Statistická závislost nebyla prokázána u žádné zkoumané proměnné. (viz Tabulka 13)

Tabulka 13 Získání informací o nabídce venkovské turistiky x identifikační otázky

	χ^2 - hodnota	p - hodnota	Závislost	Pearsonův koeficient
Pohlaví	4,353	0,500	NE	-
Věk	11,691	0,069	NE	-
Vzdělání	4,562	0,335	NE	-

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 14 popisuje cíle venkovské dovolené v závislosti na identifikačních otázkách. Výsledkem zkoumání byla neexistence závislosti mezi cíli venkovského cestovního ruchu a vybranými proměnnými.

Tabulka 14 Cíl venkovské dovolené x identifikační otázky

	χ^2 - hodnota	p - hodnota	Závislost	Pearsonův koeficient
Pohlaví	6,645	0,156	NE	-
Věk	9,525	0,300	NE	-
Vzdělání	4,606	0,595	NE	-
Ekonomická aktivita	0,357	0,986	NE	-

Zdroj: Vlastní zpracování

Další závislosti byly zjišťovány u délky pobytu respondentů a vybraných ukazatelů, viz Tabulka 15. Délka pobytu byla závislá pouze na věku respondentů. Jednalo se o nízkou závislost. Nejčastěji (24 %) na týdenní venkovskou dovolenou jeli lidé ve věkové kategorii 31 – 50 let. Pro 22 % osob mladší věkové skupiny 18 – 30 let byly velmi oblíbené víkendové pobyty. Oproti tomu ani jeden turista věkové struktury starší 51 let do regionu nepřijel na jednodenní pobyt. Jednodenní pobyty, respektive návštěvy, jsou charakteristické absolvováním výletů v regionu, ale bez ubytování a přenocování. (viz Příloha 6; Tab. 71)

Tabulka 15 Délka pobytu x identifikační otázky

	χ^2 - hodnota	<i>p</i> - hodnota	Závislost	Pearsonův koeficient
Pohlaví	2,625	0,453	NE	-
Věk	11,834	0,019	ANO	0,234
Vzdělání	8,438	0,201	NE	-
Ekonomická aktivita	6,007	0,111	NE	-
Kraj	10,560	0,159	NE	-

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 16 popisuje závislosti, které se zabývají otázkou, s kým respondent trávil svoji dovolenou, a porovnává je s identifikačními otázkami. Byly zjištěny dvě statistické závislosti. S kým respondent strávil dovolenou, záviselo na věku a ekonomické aktivitě. Ve věkové kategorii 18 – 30 let strávilo 21 % respondentů svou dovolenou se svým partnerem. S rodinou a dětmi jelo na dovolenou 11 % osob ve věkové skupině 31 – 50 let. Nejméně dotazovaných ze všech věkových kategorií uskutečnilo svou rekreaci sami, bez doprovodu. (Příloha 6; Tab. 81)

Přibližně 20 % ekonomicky aktivních i neaktivních respondentů strávilo svou venkovskou dovolenou se svými partnery. Naopak 1 % ekonomicky aktivních i neaktivních dotazovaných prožilo dovolenou se svými kolegy ze zaměstnání. Lze podotknout, že aktuální sociální status jedince ve společnosti může člověka ovlivňovat při úvaze, s kým na dovolenou pojede. (Příloha 6; Tab. 83)

Tabulka 16 S kým strávil respondent dovolenou x identifikační otázky

	χ^2 - hodnota	<i>p</i> - hodnota	Závislost	Pearsonův koeficient
Pohlaví	3,480	0,481	NE	-
Věk	17,662	0,007	ANO	0,282
Ekonomická aktivita	11,035	0,026	ANO	0,227

Zdroj: Vlastní zpracování

Závislosti, které se týkají celkové utracené částky osoby za týden dovolené, jsou porovnány s identifikačními otázkami v tabulce 17. Byly zjištěny dvě statistické závislosti. Z vybraných identifikačních otázek byla utracená částka os/týden dovolené závislá na věku respondenta. Jednalo se o nízkou závislost. Prokázaná závislost byla nízká.

Ve věkové kategorii 18 – 30 let bylo 12 % respondentů, kteří utratili na osobu za týden dovolené částku v intervalu 2001 – 3000 Kč. Do věkového rozmezí 18 – 30 let spadali převážně studenti, kteří většinou neměli vysoké finanční příjmy, a proto si nedovolili více utracet. Osoby si vybírali také levnější alternativu ubytování a převážně kratší dobu rekreace, převážně víkendové pobyty. Lidé ve skupině 31 – 40 let nejvíce utraceli na osobu za týden pobytu částku v intervalu 4001 – 5000 Kč. Tato věková skupina charakterizovala hlavně rodiny s dětmi. Rodiny jsou náročnější klientelou, proto byl utracený finanční obnos vyšší než u předchozí skupiny. Nejméně častou odpovědí byla z 15 % zvolena celková utracená částka na osobu za týden dovolené nižší než 2000 Kč. (Příloha 6; Tab. 87)

Skupina ekonomicky aktivních respondentů, tj. pracujících, v 16 % případů vybrala možnost 4001 – 5000 Kč. Naopak nejméně častou volenou variantou v aktivní skupině byla možnost méně než 2000 Kč. V ekonomicky neaktivní skupině volilo 26 % respondentů nejčastěji možnost 2001 – 3000 Kč. Jen ve 4 % případů respondenti utratili částku vyšší než 5001 Kč. (Příloha 6; Tab. 89)

Tabulka 17 Utracená částka os/týden x identifikační otázky

	χ^2 - hodnota	<i>p</i> - hodnota	Závislost	Pearsonův koeficient
Pohlaví	6,726	0,151	NE	-
Věk	22,559	0,032	ANO	0,252
Vzdělání	7,387	0,117	NE	-
Ekonomická aktivita	11,916	0,018	ANO	0,235

Zdroj: Vlastní zpracování

V tabulce 18 jsou shrnuty závislosti, které se vztahují k výběru typu ubytování a proměnných. Statistická závislost nebyla zjištěna u žádné proměnné.

Tabulka 18 Druh ubytování x identifikační otázky

	χ^2 - hodnota	<i>p</i> - hodnota	Závislost	Pearsonův koeficient
Pohlaví	4,386	0,356	NE	-
Věk	12,572	0,127	NE	-
Ekonomická aktivita	7,657	0,264	NE	-

Zdroj: Vlastní zpracování

Závislosti, které se týkají výběru typu stravování v ubytovacím objektu a identifikací respondenta, jsou popsány v tabulce 19. Statistická závislost nebyla prokázána u žádné proměnné.

Tabulka 19 Typ stravování x identifikační otázky

	χ^2 - hodnota	<i>p</i> - hodnota	Závislost	Pearsonův koeficient
Pohlaví	0,847	0,838	NE	-
Věk	12,357	0,054	NE	-
Ekonomická aktivita	1,939	0,585	NE	-

Zdroj: Vlastní zpracování

Zda respondent jel opakovaně na dovolenou, bylo zkoumáno v závislostech na vybraných ukazatelích. Nízká statistická závislost byla prokázána u věku (viz Tabulka 20). Ve věkové skupině 18 – 30 let zvažuje účast na příští venkovské dovolené 35 % dotazovaných. Naopak ve stejné věkové kategorii o opětovném venkovském pobytu nepřemýšlí 13 % dotazovaných. V nejstarší dotazované věkové skupině 61 a více let o opakované dovolené v regionu uvažují 3 % osob a stejné procento respondentů si nemyslí, že region z hlediska venkovské turistiky opět navštíví. (Příloha 6; Tab. 106)

Tabulka 20 Opakovaná dovolená x identifikační otázky

	χ^2 - hodnota	p - hodnota	Závislost	Pearsonův koeficient
Pohlaví	0,9135	0,339	NE	-
Věk	9,659	0,047	ANO	0,213
Ekonomická aktivita	1,910	0,1667	NE	-

Zdroj: Vlastní zpracování

U výše uvedené otázky byl navíc u pohlaví zkoumán křížový poměr. Na základě níže uvedené kontingenční tabulky 21 byl vypočítán příklad na odds ratio. Otázka zněla: „Kolikrát je vyšší šance na absolvování opakované venkovské dovolené u žen než u mužského pohlaví?“

Tabulka 21 Kontingenční tabulka – Opakovaná dovolená x pohlaví

Opakovaná dovolená	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
ano	81	48	129
ne	42	33	75
Σ	123	81	201

Zdroj: Vlastní zpracování

U praktického příkladu lze u ženského pohlaví spatřit 1,3krát vyšší šanci, že se do regionu vrátí a opět si vyzkouší venkovskou turistiku oproti mužům. Ty takový typ dovolené láká o trochu méně. (viz vzorec 4.4)

6 Závěr

Hlavním cílem diplomové práce bylo zhodnotit současný stav venkovského cestovního ruchu v regionu Jindřichův Hradec a na základě výsledků dotazníkového šetření a analýz navrhnout případné možnosti, které povedou ke zvýšení zájmu návštěvníků o tento specifický druh cestovního ruchu na daném území. Dílčí cíle měly přinést zjištění, zda je venkovský cestovní ruch v dané oblasti dostatečně propagován, o jaké služby mají venkovští turisté zájem, jaká délka pobytu je nejčastěji poptávána a jaké aktivity turisté nejčastěji vyhledávají. Aby bylo cílů dosaženo, závěry vycházely ze stanovených hypotéz.

Ke zhodnocení současného stavu venkovského cestovního ruchu byla použita data získaná z dotazníkového šetření. Zvolená oblast byla vymezena jako území s rozšířenou působností Jindřichův Hradec (ORPJH). Cílovou skupinou byli návštěvníci oblasti. Dotazník byl rozdělen do tří okruhů. První okruh se týkal povědomí respondentů o venkovském cestovním ruchu, druhý okruh byl zaměřen na charakteristiku pobytu a třetí část dotazníku obsahovala identifikační otázky.

Dotazníkové šetření bylo zaměřeno jen na české účastníky venkovské turistiky, mezi nimiž převažovaly středoškolsky vzdělané osoby. Z výsledků vyplývá, že mezi cílové segmenty regionu nejčastěji patřily partnerské dvojice bez potomků a rodiny s dětmi. S kým respondent strávil dovolenou, záviselo na věku a ekonomické aktivitě. Průměrně utratila osoba za týden dovolené za všechny služby 4001 – 5000 Kč. Tato částka představuje přibližně 1/5 mediánu hrubé měsíční mzdy ekonomicky aktivního obyvatele žijícího na území České republiky [47]. Důvodem návštěvy regionu bylo z 35 % strávení dovolené aktivní relaxací, tj. sportem či výlety do okolí, nejméně trávili účastníci venkovské turistiky volný čas u příbuzných a známých.

Z provedených analýz vyplynulo, že pojem VCR znalo 68 % respondentů. Povědomí o této formě cestovního ruchu mají především lidé ve věkové skupině 18 – 30 let, s věkem se pak informovanost snižuje. Venkovské turistiky se již po několikáté zúčastnilo více než 50 % respondentů, z čehož lze usuzovat zájem o venkovskou turistiku.

Hypotéza H_1 „*Informovanost o venkovském cestovním ruchu je dostatečná*“ byla zamítnuta. Na základě výsledků dotazníkového šetření a vlastního pozorování jen 6 % turistů bylo o venkovském cestovním ruchu informováno z nabídek cestovních kanceláří

a agentur. Velkým nedostatkem je neexistující zmínka o venkovském cestovním ruchu na stránkách TIC či centrálního města regionu. Co se týče informovanosti o venkovském cestovním ruchu, 49 % návštěvníků se domnívalo, že nemají dostatek informací o nabídce venkovské turistiky v regionu. Kladně se vyjádřilo jen 12 % oslovených, odpověď „nevím“ zvolilo 39 % z nich. Z těchto odpovědí lze vyvozovat fakt, že venkovská turistika v regionu není dostatečně propagována. Zlepšit propagaci by mohla reklama formou letáků v TIC, v médiích, ale i na internetových stránkách centrálního města regionu.

Hypotéza H₂ „*Účastníci venkovského cestovního ruchu upřednostňují dlouhodobé pobyty před krátkodobými*“ byla přijata. V délce pobytu převažovaly z 51 % týdenní pobyty, tj. dlouhodobé pobyty. Analýzou byla prokázána statistická závislost mezi tím, kolik dní turisté prožili dovolenou venkovským způsobem a jejich věkem. Čím vyšší věk, tím delší doba strávená na dovolené.

Hypotéza H₃ „*Účastníci venkovského cestovního ruchu jsou nejčastěji ubytováni v penzionu*“ byla na základě výsledků dotazníkového šetření potvrzena. Z dotazníkového výzkumu vyplynulo, že 31 % respondentů preferovalo právě ubytování v penzionu. Ubytování v karavanu byla nejméně zvolená varianta, kterou označila 3 % dotazovaných. Stravování formou polopenze vyhovovalo 44 % turistů. Tomu je třeba přizpůsobit nabídku ubytovacích a stravovacích objektů. Vhodné by bylo zapojit do klasické stravovací nabídky i pokrmy regionální kuchyně. Kromě toho by bylo dobré zlepšit vybavenost a kvalitu ubytovacích zařízení. Z výzkumu vyplynulo, že i venkovský turista je poměrně náročný na vybavení ubytovacího objektu, pokud je přechodně ubytován v hotelu, penzionu či v soukromí. Celkově ale byli turisté s ubytovacími, stravovacími a doplňkovými službami spíše spokojeni.

Hypotéza H₄ „*Nejvyhledávanější aktivitou venkovského cestovního ruchu je cykloturistika*“ byla na základě výsledků analýz zamítnuta. Ačkoliv je v Jihočeském kraji, vybrané oblasti nevyjímaje, vytvořen kvalitní systém cyklostezek, do oblíbenějších aktivit venkovského cestovního ruchu spadala pěší turistika, koupání a poznávací turistika.

Z výsledků dotazníkového šetření a analýz byly vytvořeny návrhy rozvoje venkovské turistiky. Nedostatky venkovského turismu jsou patrné v informovanosti venkovského cestovního ruchu. Proto byly vytvořeny propagační letáky (příloha 3, příloha 4, příloha 5). Součástí letáků by mohl být i přehled nejatraktivnějších turistických míst

venkovské turistiky, tzv. highlights. Během psaní této práce proběhla diskuze se zaměstnanci turistických informačních center v Jindřichově Hradci a v Nové Bystřici, kde je navržené letáky pozitivně oslovily, a je možno, že budou v budoucnu pro zlepšení propagace přijaty.

Aby byla propagace úspěšná, mělo by dojít ke spolupráci podnikatelských subjektů venkovské turistiky. V destinaci přímo nepůsobí organizace, která by se řídila principy kvalitního destinačního managementu. O založení destinačního managementu by měly usilovat hlavně obce zkoumané oblasti, poskytovatelé venkovských služeb a organizace venkovské turistiky. Podstatné by bylo propojení veřejného a soukromého sektoru. Úkolem destinačního managementu by bylo shánění finančních prostředků na projekty týkající se venkovského cestovního ruchu, plánování a realizace marketingových aktivit, monitoring a celkové hodnocení realizovaných projektů. Významné by bylo prezentování venkovské turistiky regionu na veletrzích a výstavách, vytvoření jednotné klasifikace ubytovacích služeb a zprostředkování vzdělávacích služeb, zajištění kooperace s rakouskými příhraničními regiony apod.

Zajímavé z pohledu turistů by mohly být produktové balíčky (product packages), přímo určené venkovským segmentům. Tyto balíčky by se lišily aktivitami, službami, délkou pobytu, druhem ubytování a stravování, cenou apod. Produktové balíčky by uspokojily osobní potřeby zákazníků a navíc by vytvořily komplexní zážitek. Product packages by mohly nabízet cestovní kanceláře a agentury, turistická informační centra a hlavně venkovské objekty. Podnikatelé venkovských objektů by měli mít vytvořené vlastní internetové stránky, na kterých by si zájemce o venkovskou turistiku mohl pobyt online rezervovat nebo přímo koupit.

Dalším návrhem pro zvýšení zájmu o venkovský cestovní ruch je rozšíření nabídky víkendových aktivit mimo hlavní letní a zimní sezónu. Prostor pro rozšíření nabídky služeb by zde měla i incentivní turistika, určená zaměstnaneckým setkáním a meetingům. Jelikož z dotazníkového šetření vyplynulo, že se venkovské turistiky zúčastnilo nejméně osob ve věkové kategorii 61 a více let, byl by zde prostor pro podporu seniorského CR.

Ze studia odborných zdrojů a vlastního pozorování bylo zjištěno, že neexistuje žádná ucelená soustava statistických dat, která by mohla být porovnáována s jinými statistikami regionů či krajů. Není tak možno srovnávat souhrnné údaje o VCR, které by přispěly k zefektivnění jeho rozvoje.

7 Zdroje

7.1 Seznam literatury

- [1] ČERTÍK, Miroslav. *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. 1. vyd. Praha: OFF, 2001, 352 s. ISBN 80-238-6275-8.
- [2] CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 265 s. ISBN 80-247-1369-1.
- [3] JANOTKA, Karel. *Venkovská turistika a agroturistika: specifické segmenty cestovního ruchu*. Pardubice: SOŠ CR, 1999, 107 s.
- [4] KOLEKTIV AUTORŮ. *Venkovský cestovní ruch, jeho specifika a podmínky pro rozvoj: (příručka pro provozovatele objektů venkovské turistiky)*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007, 123 s. ISBN 80-245-1159-2.
- [5] KOLEKTIV AUTORŮ. *Venkovská turistika: (příručka pro provozovatele objektů venkovské turistiky)*. 1. vyd. Praha: ČZU, 2010, 138 s. ISBN 978-80-213-2163-2.
- [6] KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, s. 277. ISBN 80-247-0966-X.
- [7] MAJEROVÁ, Věra a kol. *Český venkov 2005: rozvoj venkovské společnosti*. 1. vyd. Praha: ČZU, 2005, 163 s. ISBN 80-213-1274-2.
- [8] MORAVEC, Ivo a KOL. *Venkovská turistika v Rakousku, České republice a Francii: koncept, aktivity a vzdělávání*. 1. vyd. České Budějovice: Centrum pro komunitní práci, 2007, 69 s. ISBN 978-80-86902-50-0.
- [9] NĚMČANSKÝ, Milan. *Agroturistika*. 1. vyd. Karviná: Slezská univerzita, Obchodně podnikatelská fakulta, 1996, 158 s. ISBN 80-85879-36-0.
- [10] ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea Servis, 1999, 244 s. ISBN 80-85970-27-9.
- [11] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 2010, 405 s. ISBN 978-80-859-70-68-5.
- [12] PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, 341 s. ISBN 80-247-1014-5.
- [13] PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, 448 s. ISBN 80-239-0152-4.

- [14] POUROVÁ, Marie. *Agroturistika, možnosti rozvoje a perspektiva v České republice*. 1. vyd. Praha: Kufr, 2000, 113 s. Monografie (ČZU). ISBN 80-213-0672-6.
- [15] POUROVÁ, Marie. *Agroturistika*. 1. vyd. Praha: ČZU, Provozně ekonomická fakulta ve vydavatelství Credit, 2002, 123 s. ISBN 80-213-0965-2.
- [16] PŘIBOVÁ, Marie a KOL. *Marketingový výzkum v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 1996, s. 238. ISBN 80-7169-299-9.
- [17] ŘEZANKOVÁ, Hana. *Analýza dat z dotazníkových šetření*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2007, 212 s. ISBN 978-80-86946-49-8.
- [18] STŘÍBRNÁ, Marie. *Venkovská turistika a agroturistika*. 1. vyd. Praha: Profi Press, 2005, 65 s. ISBN 80-86726-14-2.
- [19] SVATOŠOVÁ, Libuše a Bohumil KÁBA. *Statistické metody II*. 1. vyd. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2008, 107 s. ISBN 978-80-213-1736-9.
- [20] SVATOŠOVÁ, Libuše, Bohumil KÁBA a Marie PRÁŠILOVÁ. *Zdroje a zpracování sociálních a ekonomických dat: učební texty*. 1. vyd. Praha: ČZU, 2004, 194 s. ISBN 80-213-1189-4.

7.2 Elektronické zdroje

- [21] Charakteristika cestovního ruchu. *CzechTourism* [online]. 2005 – 2013 [cit. 2012-08-13]. Dostupné z: <<http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>>.
- [22] Principy venkovského turismu: Význam venkovského turismu. *Ucr.uhk.cz* [online]. [cit. 2012-08-15]. Dostupné z: <ucr.uhk.cz/documents/Venkovsky_CR/text/VT.pdf>.
- [23] Aktuality - Co je „zelená“ turistika? A kdo jsou „zelení“ turisté? *Kudy z nudy* [online]. 2010 [cit. 2012-08-21]. Dostupné z: <<http://www.kudyznudy.cz/cs/aktuality/2008-08-08-zelena-turistika.html>>.
- [24] Udržitelný rozvoj. *Ministerstvo životního prostředí* [online]. 2008-2012 [cit. 2012-08-21]. Dostupné z: <http://www.mzp.cz/cz/udrzitelny_rozvoj>.
- [25] ŠIMKOVÁ, Eva. *Udržitelný rozvoj venkova a udržitelné turistiky: E M. Ekonomie a Management* [online]. Liberec: Hospodářská fakulta Technická Univerzita, 2008 [cit. 2012-08-21]. ISSN 1212-3609. Dostupné z: <http://www.ekonomie-management.cz/download/1331826657_e04c/03_simkova.pdf>.

- [26] ČERVENKOVÁ, Martina. *Venkovský prostor a venkovský turismus* [online]. Brno, 2008 [cit. 2013-03-17]. Dostupné z:<http://is.muni.cz/th/73991/prif_m/diplomkaTurismus.pdf>. Diplomová práce. Masarykova univerzita.
- [27] Svaz venkovské turistiky. *Svaz venkovské turistiky*. [online]. [cit. 2012-08-16]. Dostupné z:<www.svazvt.cz>.
- [28] Informace o CzechTourism. *CzechTourism* [online]. 2005 – 2013 [cit. 2012-08-16]. Dostupné z:<<http://www.czechtourism.cz/informace-o-czechtourism/>>.
- [29] Mitgliederverbände - Tschechische Republik. *EUROGITES* [cit. 2012-08-20]. Dostupné z:<www.eurogites.org/member.php?lang=DEid=CZ>.
- [30] Regionální rozvoj a cestovní ruch – Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013. *Ministerstvo pro místní rozvoj* [online]. 2009 [2012-11-08]. Dostupné z:<<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na->>.
- [31] Turistické produkty – definice. *JCCR* [online]. 2007 [cit. 2012-09-10]. Dostupné z:<http://www.jccr.cz/media/download_gallery/20070627_produkty_podklad.pdf>.
- [32] Prázdniny na venkově. *Prázdniny na venkově* [online]. [cit. 2012-09-08]. Dostupné z:<www.prazdninynavenkove.cz>.
- [33] O projektu. *Prázdniny na venkově* [online]. 2011 [cit. 2012-09-08]. Dostupné z:<<http://www.projekt-pnv.cz/doc/13/>>.
- [34] Stezky Greenways. *Nadace partnerství Cyklisté vítáni* [online]. 2008 – 2013 [cit. 2012-09-08]. Dostupné z:<<http://www.nadacepartnerstvi.cz/greenways/cykliste-vitani>>.
- [35] O projektu Stezky dědictví. *Stezky dědictví „Heritagetrails“* [online]. 2010 [cit. 2012-09-10]. Dostupné z:<<http://www.stezky-dedictvi.cz/stezky-dedictvi-projekt/>>.
- [36] Projekt Stezky dědictví. *ECEAT* [online]. 2008 [cit. 2012-09-10]. Dostupné z:<<http://www.eceat.cz/eceat-stezky-dedictvi/>>.
- [37] Marketing venkovského cestovního ruchu. *Ucr.uhk.cz* [online]. [cit. 2012-09-10]. Dostupné z:<http://ucr.uhk.cz/documents/Venkovsky_CR/text/Marketing%20venCR.pdf>.
- [38] Městský úřad. *Město Jindřichův Hradec* [online]. 2011 [cit. 2012-11-08]. Dostupné z:<<http://www.jh.cz/cs/mestsky-urad/spravni-obvody-mesta/obec-s-rozsirenou-pusobnosti.html>>.

- [39] Vybrané ukazatele. *Český statistický úřad*. [online]. [cit. 2012-11-08]. Dostupné z:<[http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/vybrane_ukazatele_orp_jindrichuv_hradec/\\$File/3105_1.pdf](http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/vybrane_ukazatele_orp_jindrichuv_hradec/$File/3105_1.pdf)>.
- [40] Jihočeský kraj. *Ceskyfarmer.cz* [online]. [cit. 2012-11-08]. Dostupné z:<<http://www.ceskyfarmer.cz/farmer-region.php?rid=1>>.
- [41] Kraj, okresy: Charakteristika okresu Jindřichův Hradec. *Český statistický úřad* [online]. 2013 [cit. 2012-11-08]. Dostupné z:<http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_jh>.
- [42] Základní údaje o MAS. *MAS, Třeboňsko, o.p.s.* [online]. 2008 [cit. 2012-11-08]. Dostupné z:<<http://mas-trebonsko.cz/>>.
- [43] Město – Mikroregion Jindřichohradecko – svazek obcí Jindřichohradecko. *Jindřichův Hradec* [online]. 2011 [cit. 2012-11-11]. Dostupné z:<<http://www.jh.cz/cs/mesto/mestske-organizace/spoluucast-mesta-v-organizacich/mikroregion-jindrichohradecko-svazek-obci-jindrichohradecko.html>>.
- [44] Sport a relaxace. *JH – Městské informační centrum* [online]. 2011 [cit. 2012-11-11]. Dostupné z:<<http://infocentrum.jh.cz/cs/infocentrum.html>>.
- [45] O nás. *Jihočeská centrála cestovního ruchu* [online]. 2010 [cit. 2012-11-08]. Dostupné z:<<http://www.jccr.cz/>>.
- [46] Pojmy šance – poměr šancí. *Knihovna.upol.cz* [online]. [cit. 2013-20-10]. Dostupné z:<http://www.knihovna.upol.cz/fileadmin/user_upload/LF/IC/vzdelavani/Statistika.pdf>.
- [47] Informační systém o průměrném výdělku. *Ministerstvo práce a sociálních věcí* [online]. 2012 [cit. 2013-30-15]. Dostupné z:<http://www.mpsv.cz/files/clanky/13123/ISPV_121.pdf>.
- [48] Cestovní ruch v regionech České republiky. *CzechTourism* [online]. 2013 [cit. 2013-30-10]. Dostupné z:<http://www.czechtourism.cz/files/regiony/rozvoj/cestovni_ruch.pdf>.

Seznam použitých zkratk

CA	Cestovní agentura
CK	Cestovní kancelář
CR	Cestovní ruch
CzechTourism	Česká centrála cestovního ruchu
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
ČZU	Česká zemědělská univerzita
EAFRD	Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova
ECEAT	Evropské centrum pro ekologii a turismus
EU	Evropská unie
EuroGites	Evropský svaz turistiky a dovolené na venkově
Greenways	Zelené stezky
JH	Jindřichův Hradec
KČT	Klub českých turistů
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
OR	Odds ratio
ORPJH	Obec s rozšířenou působností Jindřichův Hradec
OSN	Organizace spojených národů
PRV	Program rozvoje venkova
SVT	Svaz venkovské turistiky
TIC	Turistické informační centrum
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
VCR	Venkovský cestovní ruch

Seznam obrázků

Obrázek 1 Vztahy ve venkovském CR z pohledu trvale udržitelného rozvoje	25
Obrázek 2 Logo Svazu venkovské turistiky	29
Obrázek 3 Mapa trasy Greenway Praha – Vídeň.....	34
Obrázek 4 Logo Stezky dědictví.....	35

Seznam tabulek

Tabulka 1 Ekonomické dopady	27
Tabulka 2 Environmentální dopady.....	27
Tabulka 3 Sociokulturní dopady.....	28
Tabulka 4 Schéma kontingenční tabulky.....	42
Tabulka 5 Schéma asociační tabulky.....	43
Tabulka 6 Rozdělení respondentů podle kraje.....	49
Tabulka 7 Podíl venkovské turistiky v porovnání s jinými typy dovolených	50
Tabulka 8 Informovanost o nabídce venkovského CR v regionu.....	51
Tabulka 9 S kým strávil respondent dovolenou.....	53
Tabulka 10 Druh ubytování	55
Tabulka 11 Povědomí o VCR x identifikační otázky	57
Tabulka 12 Podíl VCR x identifikační otázky.....	57
Tabulka 13 Získání informací o nabídce venkovské turistiky x identifikační otázky	58
Tabulka 14 Cíl venkovské dovolené x identifikační otázky.....	58
Tabulka 15 Délka pobytu x identifikační otázky.....	59
Tabulka 16 S kým strávil respondent dovolenou x identifikační otázky.....	59
Tabulka 17 Utracená částka os/týden x identifikační otázky	60
Tabulka 18 Druh ubytování x identifikační otázky	61
Tabulka 19 Typ stravování x identifikační otázky	61
Tabulka 20 Opakovaná dovolená x identifikační otázky.....	62
Tabulka 21 Kontingenční tabulka – Opakovaná dovolená x pohlaví.....	62

Seznam grafů

Graf 1 Respondenti podle věkové struktury	47
Graf 2 Respondenti podle ekonomické aktivity	48
Graf 3 Respondenti podle nejvyššího dosaženého vzdělání.....	48
Graf 4 Povědomí respondentů o venkovské turistice ve vybrané oblasti	50
Graf 5 Nejčastější cíl dovolené v rámci venkovské turistiky	52
Graf 6 Délka pobytu	52
Graf 7 Celková utracená částka os/týden dovolené (v Kč).....	53
Graf 8 Preference zařízení v ubytovacím objektu	54

8 Přílohy

Příloha 1 Dotazník	74
Příloha 2 Oblast dotazníkového šetření	78
Příloha 3 Propagační leták venkovského cestovního ruchu.....	79
Příloha 4 Propagační leták na geocaching	80
Příloha 5 Propagační leták na hippoturistiku	81
Příloha 6 Tabulky.....	82

Příloha 1 Dotazník

DOTAZNÍK PRO NÁVŠTĚVNÍKY REGIONU JINDŘICHŮV HRADEC

Dobrý den,

jmenuji se Kristýna Vítková a studuji obor Veřejná správa a regionální rozvoj na České zemědělské univerzitě v Praze. Touto cestou Vás prosím o zodpovězení následujících otázek v dotazníku týkajícím se venkovské turistiky zaměřené na jarní a letní měsíce. Výsledky dotazníkového výzkumu budou sloužit k vypracování praktické části diplomové práce na téma „Analýza rozvoje venkovského cestovního ruchu v regionu Jindřichův Hradec“. Zjištěné údaje jsou zcela anonymní. Pokud nebude v dotazníku uvedeno jinak, na výběr je pouze jedna možnost. Děkuji Vám za Váš čas a ochotu.

I. oddíl otázek – obecné povědomí turistů o venkovském cestovním ruchu

1. Slyšel/a jste pojem venkovský cestovní ruch?

- ano
- ne => (pozn. venkovský cestovní ruch => druh cestovního ruchu s vícedenním pobytem a s rekreačními aktivitami na venkově; jde např. o pěší turistiku, jízdu na kole či na koni, pozorování domácích zvířat a péče o ně, konzumace potravin vyprodukovaných na farmě apod.)

2. Jedná se o Vaši první účast na venkovské turistice?

- ano
- ne

3. Jaký podíl (v %) tvoří odhadem venkovská turistika ve srovnání s jinými Vámi absolvovanými dovolenými? (typy dovolených např.: týdenní pobytové zájezdy u moře, poznávací zájezdy, wellness pobyty, eurovíkendy, jazykové kurzy, exotické dovolené, sportovní dovolené, dovolená na lodi aj.)

- 0 – 20
- 21 – 40
- 41 – 60
- 61 – 80
- 81 – 100

II. oddíl otázek – charakteristika pobytu na venkově v regionu Jindřichův Hradec

4. Jak jste se dozvěděl/a o nabídce venkovské turistiky ve vybrané oblasti?

- z internetu
- od CK či CA
- z referencí známých, přátel, příbuzných
- z turistického informačního centra (TIC)
- z rádia, tisku, televizního pořadu
- jiné...

5. Jste dostatečně informováni o nabídce venkovského cestovního ruchu v regionu Jindřichův Hradec?

- ano
- ne
- nevím

6. Cílem Vaší návštěvy venkova v regionu je?

- pasivní odpočinek a klid
- aktivní relaxace (cykloturistika, rybaření, zemědělská činnost atd.)
- poznávání přírodních památek
- poznávání kulturních památek
- návštěva příbuzných, přátel

7. Jaká je průměrná délka Vašeho pobytu v rámci venkovského cestovního ruchu?

- bez noclehu (jednodenní)
- 1 – 2 noci (víkendový)
- 3 –7 nocí (týdenní)
- delší

8. S kým trávíte dovolenou v regionu?

- sám/sama
- s partnerem/partnerkou
- s rodinou a dětmi
- s přáteli a známými
- s kolegy ze zaměstnání

9. Jakou celkovou částku (za ubytování, stravování, dopravu, výlety apod.) utratíte za týden Vaší venkovské dovolené? (pozn. částka za 1 os.)

- méně než 2000 Kč
- 2001 – 3000 Kč
- 3001 – 4000 Kč
- 4001 – 5000 Kč
- více než 5001 Kč

10. Co preferujete (vyhledáváte) ve venkovském ubytovacím zařízení při výběru ubytování? (max. 3 možnosti)

- parkoviště
- bezbariérový přístup
- venkovní pískoviště pro děti
- lavičky
- bazén
- hřiště
- mikrovlnou troubu
- jiné...

11. Jaký druh ubytování v rámci venkovské turistiky v oblasti nejvíce využíváte?

- | | | |
|---|---|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> hotel | <input type="checkbox"/> ubytování na farmě | <input type="checkbox"/> karavan |
| <input type="checkbox"/> penzion | <input type="checkbox"/> či statku | |
| <input type="checkbox"/> pronájem celé chalupy či chaty | <input type="checkbox"/> ubyt. v soukromí | |
| | <input type="checkbox"/> stan | |

12. Co postrádáte pro zpříjemnění Vašeho pobytu? (služba, zařízení, stravování v objektu apod.)

Prosím vypište:.....

13. Jakou formu stravování jako účastník venkovské turistiky v regionu nejčastěji preferujete?

- plná penze (snídaně, oběd, večeře)
- polopenze (snídaně, večeře)
- snídaně
- vlastní

14. Jak hodnotíte služby venkovské turistiky v regionu Jindřichův Hradec uvedené níže? (označte křížkem)

	Zcela spokojen/a	Spíše spokojen/a	Spíše nespokojen/a	Zcela nespokojen/a	Nemohu posoudit
Ubytování	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stravování	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ostatní služby	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(pozn. ostatní služby=> doprovodné programy, průvodcovské služby, apod.)

15. Jaké aktivity venkovské turistiky jste v regionu skutečně absolvoval/a?

(max. 5 možností)

- pěší turistika
- cykloturistika
- vodní sporty
- koupání
- hippoturistika
- rybaření a lov zvěře
- účastník výroby domácích produktů (pečivo, sýr apod.)
- houbaření a sběr lesních plodů
- účast na místních tradičních akcích (poutě, vinobraní, zabijačky apod.)
- zkoušení tradičních řemesel (řezbářství, textilní a sklářská výroba, kovářství apod.)
- návštěva historických, kulturních a přírodních atraktivit
- geocaching (pozn. geocaching=> hra spočívající v používání navigačního systému GPS, hlavním smyslem je najít skrytou schránku, tzv. cache, která má dané zeměpisné souřadnice a soutěžící následně získává body)
- jiné...

16. Uvažujete o opakované venkovské dovolené v regionu Jindřichův Hradec?

- ano
- ne

III. oddíl otázek – identifikace respondentů

17. Z jakého kraje České republiky pocházíte?

- | | | |
|--|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Jihočeský | <input type="checkbox"/> Moravskoslezský | <input type="checkbox"/> Středočeský |
| <input type="checkbox"/> Jihomoravský | <input type="checkbox"/> Olomoucký | <input type="checkbox"/> Ústecký |
| <input type="checkbox"/> Karlovarský | <input type="checkbox"/> Pardubický | <input type="checkbox"/> Vysočina |
| <input type="checkbox"/> Královéhradecký | <input type="checkbox"/> Plzeňský | <input type="checkbox"/> Zlínský |
| <input type="checkbox"/> Liberecký | <input type="checkbox"/> Praha | |

18. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- základní
- středoškolské s maturitou
- středoškolské bez maturity
- vysokoškolské

19. V současnosti se z hlediska ekonomické aktivity řadíte ve společnosti mezi?

- zaměstnaný/á
- podnikatel
- důchodce
- student
- v domácnosti
- nezaměstnaný/á

20. Do jaké věkové kategorie spadáte?

- 18 – 30
- 31 – 40
- 41 – 50
- 51 – 60
- 61 a více

21. Jakého jste pohlaví?

- žena
- muž

Ještě jednou děkuji za Vaši spolupráci!

Příloha 2 Oblast dotazníkového šetření



Zdroj: [http://www.czso.cz/xc/redakce.nsf/i/administrativni_rozdeleni_okresu_jh_k_1_1_2008/\\$File/Jind%C5%99ich%C5%AFv%20Hradec.gif](http://www.czso.cz/xc/redakce.nsf/i/administrativni_rozdeleni_okresu_jh_k_1_1_2008/$File/Jind%C5%99ich%C5%AFv%20Hradec.gif)

Venkovský cestovní ruch v regionu Jindřichův Hradec



Venkovský cestovní ruch je charakteristický vícedenním pobytem a uskutečněnými rekreačními aktivitami na venkově. Je ideální pro všechny věkové kategorie. Je možno ho absolvovat za každého ročního období, avšak širší nabídka služeb je nabízena v letní sezóně. Do nejoblíbenějších aktivit lze zahrnout pěší turistiku, cykloturistiku, koupání v přírodě, poznávací CR aj.

Geocaching

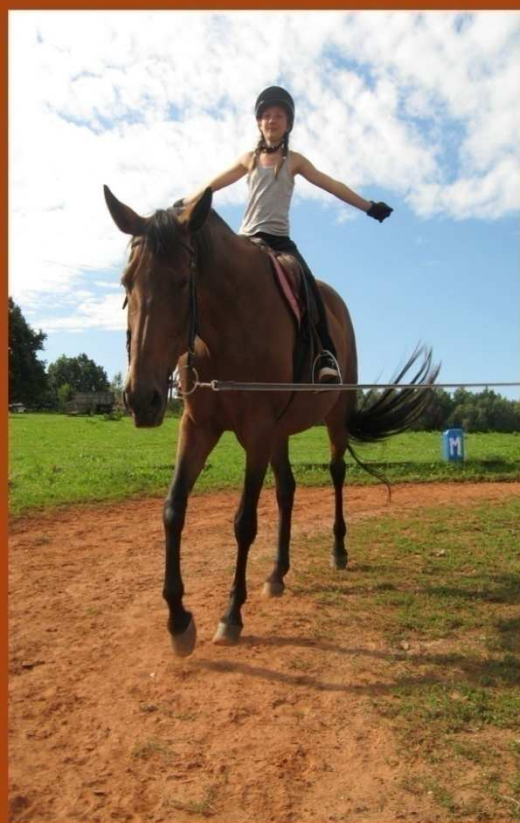
aktivita venkovského cestovního ruchu



Geocaching je dobrodružná hra pro majitele GPS, která spojuje prostřednictvím internetu tisíce lidí z celého světa. Funguje na základě přesnosti GPS systémů a možnosti výměny informací o nově vzniklých skrýších mezi účastníky hry. Ti pak mohou se souřadnicemi skrýše vyrazit na lov. Odměna za nalezení se ukrývá uvnitř plastického kontejneru nebo zavařovací sklenice.

Hippoturistika

aktivita venkovského cestovního ruchu



Hippoturistika je způsob trávení volného času na koňském hřbetě, přičemž se jedná o pobyt v přírodě. Tato forma turistiky pomáhá převážně pohybově nemocným lidem jako rehabilitační cvičení. Léčení koňskou přítomností má blahodárný vliv i na celkovou psychiku člověka.

Příloha 6 Tabulky

Tabulky – jednorozměrná analýza

Tabulka 22 Rozdělení respondentů podle pohlaví

Pohlaví	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
žena	123	60,0
muž	81	40,0
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 23 Rozdělení respondentů podle věku

Věk	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
18-30	97	48,0
31-40	50	24,0
41-50	26	13,0
51-60	18	9,0
nad 60	13	6,0
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 24 Rozdělení respondentů podle ekonomické aktivity

Ekonomická aktivita	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
zaměstnaný/á	93	46,0
podnikatel/ka	22	11,0
důchodce	9	4,0
student	50	24,0
v domácnosti	12	6,0
nezaměstnaný/á	18	9,0
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 25 Rozdělení respondentů podle nejvyššího dosaženého vzdělání

Dosažené vzdělání	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
základní	15	7,0
středoškolské s maturitou	93	46,0
středoškolské bez maturity/vyučen	15	7,0
vyšší odborné	16	8,0
vysokoškolské	65	32,0
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 26 Povědomí respondentů o venkovském cestovním ruchu

Povědomí o VCR	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
ano	138	68,0
ne	66	32,0
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 27 Prvotní účast na venkovské turistice

Prvotní účast na VCR	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
ano	100	49,0
ne	104	51,0
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 28 Povědomí respondentů o venkovské turistice ve vybrané oblasti

Povědomí respondentů o VT	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
z internetu	66	32,0
od CK či CA	12	6,0
z referencí známých, příbuzných	82	40,0
z turistického informačního centra	15	8,0
z rádia, tisku, televize	19	9,0
jiné	10	5,0
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 29 Nejčastější cíl dovolené v rámci venkovské turistiky

Cíl v rámci venkovské turistiky	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
pasivní odpočinek a klid	44	22,0
aktivní relaxace	72	35,0
poznávání přírodních památek	43	21,0
poznávání kulturních památek	31	15,0
návštěva příbuzných, přátel	14	7,0
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 30 Délka pobytu

Délka pobytu	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
bez noclehu (jednodenní)	17	8,3
1-2 noci (víkendový)	73	35,8
3-7 noci (týdenní)	103	50,5
delší	11	5,4
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 31 Celková utracená částka os/týden dovolené (v Kč)

Celková utracená částka os/týden (v Kč)	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
méně než 2000	30	14,7
2001 – 3000	40	19,6
3001 – 4000	47	23,0
4001 – 5000	□ □ H25,0	25,0
více než 5001	36	17,7
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 32 Aktivity či služby pro zpříjemnění pobytu

Druh ubytování	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
vlastní sociální zařízení na pokoji	34	30,0
úschovna kol zdarma	3	3,0
bohatší vyžití – kultura, sport	18	16,0
lepší informovanost	2	4,0
možnost rybaření	2	2,0
kuchyňka u ubyt. objektu	4	4,0
wellness služby, sauna	7	6,0
příjemný personál	9	8,0
stravování v objektu	7	6,0
klidné prostředí	4	4,0
internet zdarma	5	4,0
venkovní posezení, gril	11	10,0
možnost ubytování s domácím mazlíčkem	6	5,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 33 Forma stravování

Forma stravování	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
plná penze	20	9,8
polopenze	90	44,1
snídaně	33	16,2
vlastní	61	29,9
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 34 Hodnocení ubytovacích služeb

Ubytovací služby	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
zcela spokojen/a	40	19,0
spíše spokojen/a	128	63,0
spíše nespokojen/a	20	10,0
zcela nespokojen/a	0	0,0
nemohu posoudit	16	8,0
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 35 Hodnocení stravovacích služeb

Stravovací služby	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
zcela spokojen/a	15	7,0
spíše spokojen/a	114	56,0
spíše nespokojen/a	27	13,0
zcela nespokojen/a	10	5,0
nemohu posoudit	38	19,0
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 36 Hodnocení doplňkových služeb

Doplňkové služby	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
zcela spokojen/a	18	9,0
spíše spokojen/a	108	53,0
spíše nespokojen/a	47	23,0
zcela nespokojen/a	9	4,0
nemohu posoudit	22	11,0
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 37 Aktivity venkovského cestovního ruchu

Aktivity VCR	Počet respondentů	% aktivit VCR
pěší turistika	149	73,0
cykloturistika	116	56,9
vodní sporty	40	19,6
koupání	142	69,6
hippoturistika	34	16,7
rybaření a lov zvěře	39	19,1
účastník výroby domácích produktů	14	6,9
houbaření a sběr lesních plodů	87	42,6
účast na místních tradičních akcích	97	47,5
zkoušení tradičních řemesel	21	10,3
návštěva historických, kulturních a přírodních památek	126	61,8
geocaching	35	17,2
jiné	0	0,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 38 Opakovaná dovolená

Opakovaná dovolená	Počet respondentů	Počet respondentů (v %)
ano	134	66,0
ne	70	34,0
Σ	204	100,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulky – dvourozměrná analýza

Tabulka 39 Kontingenční tabulka – Povědomí o VCR x pohlaví

Povědomí o VCR	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
žena	79	59	138
muž	44	22	66
Celkem	123	81	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 40 Očekávané četnosti – Povědomí o VCR x pohlaví

Pearsonův chí-kv. : 1,65498, sv=1, p=,198283			
Povědomí o VCR	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
ano	83,2059	54,79412	138,0000
ne	39,7941	26,20588	66,0000
Celkem	123,0000	81,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 41 Kontingenční tabulka – Povědomí o VCR x věk

	Povědomí o VCR	Věk 18-30	Věk 31-40	Věk 41-50	Věk 51-60	Věk 61<	Celkem
Četnost	ano	74	25	16	12	11	138
Sloupc. četn.		76,29%	50,00%	61,54%	66,67%	84,62%	
Celková četn.		36,27%	12,25%	7,84%	5,88%	5,39%	67,65%
Četnost	ne	23	25	10	6	2	66
Sloupc. četn.		23,71%	50,00%	38,46%	33,33%	15,38%	
Celková četn.		11,27%	12,25%	4,90%	2,94%	0,98%	32,35%
Četnost	Celkem	97	50	26	18	13	204
Celková četn.		47,55%	24,51%	12,75%	8,82%	6,37%	

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 42 Očekávané četnosti – Povědomí o VCR x věk

Pearsonův chí-kv. : 12,5858, sv=4, p=,013487, C=,2410605						
Povědomí o VCR	Věk 18-30	Věk 31-40	Věk 41-50	Věk 51-60	Věk 61<	Celkem
ano	65,61765	33,82353	17,58824	12,17647	8,79412	138,0000
ne	31,38235	16,17647	8,41176	5,82353	4,20588	66,0000
Celkem	97,00000	50,00000	26,00000	18,00000	13,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 43 Kontingenční tabulka – Povědomí o VCR x vzdělání

Povědomí o VCR	Vzdělání ZŠ	Vzdělání SŠ s maturitou	Vzdělání SŠ bez maturity	Vzdělání VŠ	Celkem
ano	10	58	13	57	138
ne	5	35	2	24	66
celkem	15	93	15	81	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 44 Očekávané četnosti – Povědomí o VCR x vzdělání

Pearsonův chí-kv.: 3,94569, sv=3, p=,267389					
Povědomí o VCR	Vzdělání ZŠ	Vzdělání SŠ s maturitou	Vzdělání SŠ bez maturity	Vzdělání VŠ	Celkem
ano	10,14706	62,91176	10,14706	54,79412	138,0000
ne	4,85294	30,08824	4,85294	26,20588	66,0000
celkem	15,00000	93,00000	15,00000	81,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 45 Kontingenční tabulka po sloučení – Povědomí o VCR x kraj

Povědomí o VCR	JihoZ	JihoV	SeveroZ	SeveroV	Moravsko-slezsko	Střední Morava	Praha	Střední Čechy	Celkem
ano	37	27	22	10	17	6	14	5	138
ne	15	12	11	9	2	0	14	3	66
Celkem	52	39	33	19	19	6	28	8	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 46 Očekávané četnosti – Povědomí o VCR x kraj

Pearsonův chí-kv. : 13,3952, sv=7, p=,063046									
Povědomí o VCR	JihoZ	JihoV	SeveroZ	SeveroV	Moravsko-slezsko	Střední Morava	Praha	Střední Čechy	Celkem
ano	35,17647	26,38235	22,32353	12,85294	12,85294	4,058824	18,94118	5,411765	38,0000
ne	16,82353	12,61765	10,67647	6,14706	6,14706	1,941176	9,05882	2,588235	66,0000
Celkem	52,00000	39,00000	33,00000	19,00000	19,00000	6,000000	28,00000	8,000000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 47 Kontingenční tabulka – Podíl VCR x pohlaví

Podíl VCR (v %)	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
0-20	32	26	58
21-40	65	38	103
41-60	12	5	17
61-80	8	8	16
81-100	6	4	10
Celkem	123	81	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 48 Očekávané četnosti – Podíl VCR x pohlaví

Pearsonův chí-kv. : 2,43695, sv=4, p=,655960			
Podíl VCR (v %)	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
0-20	34,9706	23,02941	58,0000
21-40	62,1029	40,89706	103,0000
41-60	10,2500	6,75000	17,0000
61-80	9,6471	6,35294	16,0000
81-100	6,0294	3,97059	10,0000
Celkem	123,0000	81,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 49 Kontingenční tabulka po sloučení – Podíl VCR x věk

	Podíl VCR (v %)	Věk 18-30	Věk 31-40	Věk 41<	Celkem
Četnost	0-20	44	9	5	58
Sloupc. četn.		45%	18%	9%	
Celková četn.		22%	4%	2%	28%
Četnost	21-40	43	38	22	103
Sloupc. četn.		44%	76%	39%	
Celková četn.		21%	19%	11%	50%
Četnost	41-60	6	0	11	17
Sloupc. četn.		6%	0%	19%	
Celková četn.		3%	0%	5%	8%
Četnost	61 a více	4	3	19	26
Sloupc. četn.		4%	6%	33%	
Celková četn.		2%	1%	9%	13%
Četnost	Celkem	97	50	57	204
Celková četn.		48%	25%	28%	

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 50 Očekávané četnosti – Podíl VCR x věk

Pearsonův chí-kv. : 67,5369, sv=6, p=,000000, C=,4987192				
Podíl VCR (v %)	Věk 18-30	Věk 31-40	Věk 41-50	Celkem
0-20	27,57843	14,21569	16,20588	58,0000
21-40	48,97549	25,24510	28,77941	103,0000
41-60	8,08333	4,16667	4,75000	17,0000
61 a více	12,36275	6,37255	7,26471	26,0000
Celkem	97,00000	50,00000	57,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 51 Kontingenční tabulka po sloučení – Podíl VCR x vzdělání

Podíl VCR (v %)	Vzdělání ZŠ	Vzdělání SŠ	Vzdělání VŠ	Celkem
0-20	6	31	21	58
21-40	9	51	43	103
41-60	0	10	7	17
61 a více	1	15	10	26
Celkem	15	108	81	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 52 Očekávané četnosti – Podíl VCR x vzdělání

Pearsonův chí-kv. : 2,89161, sv=6, p=,822322				
Podíl VCR (v %)	Vzdělání ZŠ	Vzdělání SŠ	Vzdělání VŠ	Celkem
0-20	5,26471	29,7059	23,02941	58,0000
21-40	7,57353	54,5294	40,89706	103,0000
41-60	1,25000	9,0000	6,75000	17,0000
61 a více	1,91176	13,7647	10,32353	26,0000
Celkem	15,00000	108,0000	81,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 53 Kontingenční tabulka po sloučení – Podíl VCR x ek. aktivita

Podíl VCR (v %)	Ekonomická aktivita aktivní	Ekonomická aktivita neaktivní	Celkem
0-20	30	28	58
21-40	62	41	103
41-60	9	8	17
61-80	8	8	16
81-100	6	4	10
Celkem	115	89	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 54 Očekávané četnosti – Podíl VCR x ek. aktivita

Pearsonův chí-kv. : 1,52031, sv=4, p=,823037			
Podíl VCR (v %)	Ekonomická aktivita aktivní	Ekonomická aktivita neaktivní	Celkem
0-20	32,6961	25,30392	58,0000
21-40	58,0637	44,93627	103,0000
41-60	9,5833	7,41667	17,0000
61-80	9,0196	6,98039	16,0000
81-100	5,6373	4,36275	10,0000
Celkem	115,0000	89,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 55 Kontingenční tabulka – Informovanost o nabídce VCR x pohlaví

Informovanost o nabídce VCR	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
internet	43	23	66
CK či CA	5	7	12
reference známých, přátel	52	30	82
TIC	8	7	15
rádio, tisk, televize	9	10	19
jiné	6	4	10
Celkem	123	81	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 56 Očekávané četnosti – Informovanost o nabídce VCR x pohlaví

Pearsonův chí-kv. : 4,35314, sv=5, p=,499770			
Informovanost o nabídce VCR	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
internet	39,7941	26,20588	66,0000
CK či CA	7,2353	4,76471	12,0000
reference známých, přátel	49,4412	32,55882	82,0000
TIC	9,0441	5,95588	15,0000
rádio, tisk, televize	11,4559	7,54412	19,0000
jiné	6,0294	3,97059	10,0000
Celkem	123,0000	81,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 57 Kontingenční tabulka po sloučení – Informovanost o nabídce VCR x věk

Informovanost o nabídce VCR	Věk 18-30	Věk 31-40	Věk 41-50	Věk 51<	Celkem
média	46	16	10	13	85
instituce CR	6	9	4	8	27
jiné	45	25	12	10	92
Celkem	97	50	26	31	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 58 Očekávané četnosti – Informovanost o nabídce VCR x věk

Pearsonův chí-kv. : 11,6916, sv=6, p=,069212					
Informovanost o nabídce VCR	Věk 18-30	Věk 31-40	Věk 40-50	Věk 51<	Celkem
média	40,41667	20,83333	10,83333	12,91667	85,0000
instituce CR	12,83824	6,61765	3,44118	4,10294	27,0000
jiné	43,74510	22,54902	11,72549	13,98039	92,0000
Celkem	97,00000	50,00000	26,00000	31,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 59 Kontingenční tabulka po sloučení – Informovanost o nabídce VCR x vzdělání

Informovanost o nabídce VCR	Vzdělání ZŠ	Vzdělání SŠ	Vzdělání VŠ	Celkem
média	7	38	40	85
instituce CR	1	17	9	27
jiné	7	53	32	92
Celkem	15	108	81	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 60 Očekávané četnosti – Informovanost o nabídce VCR x vzdělání

Pearsonův chí-kv. : 4,56205, sv=4, p=,335253				
Informovanost o nabídce VCR	Vzdělání ZŠ	Vzdělání SŠ	Vzdělání VŠ	Celkem
média	6,25000	45,0000	33,75000	85,0000
cestovní ruch	1,98529	14,2941	10,72059	27,0000
jiné (známí, příbuzní, škola...)	6,76471	48,7059	36,52941	92,0000
Celkem	15,00000	108,0000	81,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 61 Cíl venkovské dovolené x pohlaví

Cíl venkovské dovolené	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
pasivní odpočinek a klid	25	19	44
aktivní relaxace	41	31	72
poznávání přírodních památek	23	20	43
poznávání kulturních památek	22	9	31
návštěva příbuzných, známých	12	2	14
Celkem	123	81	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 62 Očekávané četnosti – Cíl venkovské dovolené x pohlaví

Pearsonův chí-kv.: 6,64547, sv=4, p=,155852			
Cíl venkovské dovolené	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
pasivní odpočinek a klid	26,5294	17,47059	44,0000
aktivní relaxace	43,4118	28,58824	72,0000
poznávání přírodních památek	25,9265	17,07353	43,0000
poznávání kulturních památek	18,6912	12,30882	31,0000
návštěva příbuzných, přátel	8,4412	5,55882	14,0000
Celkem	123,0000	81,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 63 Kontingenční tabulka po sloučení – Cíl venkovské dovolené x věk

Cíl venkovské dovolené	Věk 18-30	Věk 31-40	Věk 41<	Celkem
pasivní odpočinek a klid	19	8	17	44
aktivní relaxace	32	22	18	72
poznávání přírodních památek	25	10	8	43
poznávání kulturních památek	17	6	8	31
návštěva příbuzných, přátel	4	4	6	14
Celkem	97	50	57	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 64 Očekávané četnosti – Cíl venkovské dovolené x věk

Pearsonův chí-kv. : 9,52512, sv=8, p=,299949				
Cíl venkovské dovolené	Věk 19-30	Věk 31-40	Věk 41<	Celkem
pasivní odpočinek a klid	20,92157	10,78431	12,29412	44,0000
aktivní relaxace	34,23529	17,64706	20,11765	72,0000
poznávání přírodních památek	20,44608	10,53922	12,01471	43,0000
poznávání kulturních památek	14,74020	7,59804	8,66176	31,0000
návštěva příbuzných, přátel	6,65686	3,43137	3,91176	14,0000
Celkem	97,00000	50,00000	57,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 65 Kontingenční tabulka po sloučení – Cíl venkovské dovolené x ek. aktivita

Cíl venkovské dovolené	Ekonomická aktivita aktivní	Ekonomická aktivita neaktivní	Celkem
pasivní odpočinek a klid	25	19	44
aktivní relaxace	41	31	72
poznávání přírodních památek	25	18	43
poznávání kulturních památek	16	15	31
návštěva příbuzných, přátel	8	6	14
Celkem	115	89	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 66 Očekávané četnosti – Cíl venkovské dovolené x ek. aktivita

Pearsonův chí-kv. : ,356646, sv=4, p=,985870			
Cíl venkovské dovolené	Ekonomická aktivita aktivní	Ekonomická aktivita neaktivní	Celkem
pasivní odpočinek a klid	24,8039	19,19608	44,0000
aktivní relaxace	40,5882	31,41176	72,0000
poznávání přírodních památek	24,2402	18,75980	43,0000
poznávání kulturních památek	17,4755	13,52451	31,0000
návštěva příbuzných, přátel	7,8922	6,10784	14,0000
Celkem	115,0000	89,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 67 Kontingenční tabulka po sloučení – Cíl venkovské dovolené x vzdělání

Cíl venkovské dovolené	Vzdělání ZŠ	Vzdělání SŠ	Vzdělání VŠ	Celkem
pasivní odpočinek a klid	2	22	20	44
aktivní relaxace	7	42	23	72
návštěva kulturních a přírodních památek	6	36	32	74
návštěva příbuzných, přátel	0	8	6	14
Celkem	15	108	81	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 68 Očekávané četnosti – Cíl venkovské dovolené x vzdělání

Pearsonův chí-kv. : 4,60647, sv=6, p=,595181				
Cíl venkovské dovolené	Vzdělání ZŠ	Vzdělání SŠ	Vzdělání VŠ	Celkem
pasivní odpočinek a klid	3,23529	23,2941	17,47059	44,0000
aktivní relaxace	5,29412	38,1176	28,58824	72,0000
návštěva kulturních a přírodních památek	5,44118	39,1765	29,38235	74,0000
návštěva příbuzných, přátel	1,02941	7,4118	5,55882	14,0000
Celkem	15,00000	108,0000	81,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 69 Kontingenční tabulka – Délka pobytu x pohlaví

Délka pobytu	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
jednodenní	12	5	17
víkendový	41	32	73
týdenní	65	38	103
delší	5	6	11
Celkem	123	81	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 70 Očekávané četnosti – Délka pobytu x pohlaví

Pearsonův chí-kv. : 2,62472, sv=3, p=,453173			
Délka pobytu	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
jednodenní	10,2500	6,75000	17,0000
víkendový	44,0147	28,98529	73,0000
týdenní	62,1029	40,89706	103,0000
delší	6,6324	4,36765	11,0000
Celkem	123,0000	81,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 71 Kontingenční tabulka po sloučení – Délka pobytu x věk turistů

	Délka pobytu	Věk 18-30	Věk 31-50	Věk 51<	Celkem
Četnost	jednodenní	8	9	0	17
Sloupc. četn.		8%	12%	0%	
Celková četn.		4%	4%	0%	8%
Četnost	víkendový	44	19	10	73
Sloupc. četn.		45%	25%	32%	
Celková četn.		22%	9%	5%	36%
Četnost	týdenní a delší	45	48	21	114
Sloupc. četn.		46%	63%	68%	
Celková četn.		22%	24%	10%	56%
Četnost	Celkem	97	76	31	204
Celková četn.		48%	37%	15%	

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 72 Očekávané četnosti – Délka pobytu x věk turistů

Pearsonův chí-kv. : 11,8343, sv=4, p=,018627, C=,2341592				
Délka pobytu	Věk 18-30	Věk 31-50	Věk 51<	Celkem
jednodenní	8,08333	6,33333	2,58333	17,0000
víkendový	34,71078	27,19608	11,09314	73,0000
týdenní a delší	54,20588	42,47059	17,32353	114,0000
Celkem	97,00000	76,00000	31,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 73 Kontingenční tabulka po sloučení – Délka pobytu x vzdělání

Délka pobytu	Vzdělání ZŠ	Vzdělání SŠ s maturitou	Vzdělání SŠ bez maturity	Vzdělání VŠ	Celkem
jednodenní	0	8	2	7	17
víkendový	7	25	5	36	73
týdenní a delší	8	60	8	38	114
Celkem	15	93	15	81	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 74 Očekávané četnosti – Délka pobytu x vzdělání

Pearsonův chí-kv. : 8,43769, sv=6, p=,207758					
Délka pobytu	Vzdělání ZŠ	Vzdělání SŠ s maturitou	Vzdělání SŠ bez maturity	Vzdělání VŠ	Celkem
jednodenní	1,25000	7,75000	1,25000	6,75000	17,0000
víkendový	5,36765	33,27941	5,36765	28,98529	73,0000
týdenní a delší	8,38235	51,97059	8,38235	45,26471	114,0000
Celkem	15,00000	93,00000	15,00000	81,00000	204,0000

*Zdroj: Vlastní zpracování***Tabulka 75 Kontingenční tabulka po sloučení – Délka pobytu x ek. aktivita**

Délka pobytu	Ekonomická aktivita aktivní	Ekonomická aktivita neaktivní	Celkem
jednodenní	6	11	17
víkendový	42	31	73
týdenní	58	45	103
delší	9	2	11
Celkem	115	89	204

*Zdroj: Vlastní zpracování***Tabulka 76 Očekávané četnosti – Délka pobytu x ekonomická aktivita**

Pearsonův chí-kv.: 6,00730, sv=3, p=,111256			
Délka pobytu	Ekonomická aktivita aktivní	Ekonomická aktivita neaktivní	Celkem
jednodenní	9,5833	7,41667	17,0000
víkendový	41,1520	31,84804	73,0000
týdenní	58,0637	44,93627	103,0000
delší	6,2010	4,79902	11,0000
Celkem	115,0000	89,00000	204,0000

*Zdroj: Vlastní zpracování***Tabulka 77 Kontingenční tabulka po sloučení – Délka pobytu x kraj**

Délka pobytu	JihoZ	JihoV	SeveroZ	SeveroV	Moravsko-slezsko	Střední Morava	Praha	Střední Čechy	Celkem
1-3 nocí	25	19	18	6	8	4	6	4	90
4 a více nocí	27	20	15	13	11	2	21	5	114
Celkem	52	39	33	19	19	6	28	8	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 78 Očekávané četnosti – Délka pobytu x kraj

Pearsonův chí-kv. : 10,5601, sv=7, p=,158993									
Délka pobytu	JihoZ	JihoV	SeveroZ	SeveroV	Moravsko-slezsko	Střední Morava	Praha	Střední Čechy	Celkem
1 - 3 noci	22,94118	17,20588	14,55882	8,38235	8,38235	2,647059	12,35294	3,529412	90,0000
4 a více	29,05882	21,79412	18,44118	10,61765	10,61765	3,352941	14,64706	5,470588	114,0000
Celkem	52,00000	39,00000	33,00000	19,00000	19,00000	6,000000	28,00000	8,000000	204,0000

*Zdroj: Vlastní zpracování***Tabulka 79 Kontingenční tabulka po sloučení – S kým strávil respondent dovolenou x pohlaví**

Trávení dovolené s	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
sám/sama	8	6	14
partnerem/partnerkou	51	32	83
rodinou a dětmi	30	14	44
přáteli, známými, příbuznými	32	25	57
kolegy ze zaměstnání	2	4	6
Celkem	123	81	204

*Zdroj: Vlastní zpracování***Tabulka 80 Očekávané četnosti – S kým strávil respondent dovolenou x pohlaví**

Pearsonův chí-kv. : 3,48006, sv=4, p=,480916			
Trávení dovolené s	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
sám/sama	8,4412	5,55882	14,0000
partner/partnerka	50,0441	32,95588	83,0000
rodinou a dětmi	26,5294	17,47059	44,0000
přáteli, známými, příbuznými	34,3676	22,63235	57,0000
kolegy ze zaměstnání	3,6176	2,38235	6,0000
Celkem	123,0000	81,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 81 Kontingenční tabulka po sloučení – S kým strávil respondent dovolenou x věk

	Trávení dovolené s	Věk 18-30	Věk 31-50	Věk 51<	Celkem
Četnost	sám/sama	5	4	5	14
Sloupc. četn.		5,15%	5,26%	16,13%	
Řádk. četn.		35,71%	28,57%	35,71%	
Celková četn.		2,45%	1,96%	2,45%	6,86%
Četnost	partnerem/partnerkou	43	27	13	83
Sloupc. četn.		44,33%	35,53%	41,94%	
Řádk. četn.		51,81%	32,53%	15,66%	
Celková četn.		21,08%	13,24%	6,37%	40,69%
Četnost	rodinou a dětmi	12	23	9	44
Sloupc. četn.		12,37%	30,26%	29,03%	
Řádk. četn.		27,27%	52,27%	20,45%	
Celková četn.		5,88%	11,27%	4,41%	21,57%
Četnost	přáteli, známými...	37	22	4	63
Sloupc. četn.		38,14%	28,95%	12,90%	
Řádk. četn.		58,73%	34,92%	6,35%	
Celková četn.		18,14%	10,78%	1,96%	30,88%
Četnost	Celkem	97	76	31	204
Celková četn.		47,55%	37,25%	15,20%	

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 82 Očekávané četnosti – S kým strávil respondent dovolenou x věk

Pearsonův chí-kv. : 17,6622, sv=6, p=,007134, C=,2822778				
Trávení dovolené s	Věk 18-30	Věk 31-50	Věk 51<	Celkem
sám/sama	6,65686	5,21569	2,12745	14,0000
s partnerem/partnerkou	39,46569	30,92157	12,61275	83,0000
s rodinou a dětmi	20,92157	16,39216	6,68627	44,0000
s přáteli, kolegy ze zaměstnání...	29,95588	23,47059	9,57353	63,0000
Celkem	97,00000	76,00000	31,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 83 Kontingenční tabulka po sloučení – S kým strávil respondent dovolenou x ek. aktivita

	Trávení dovolené s	Ekonomická aktivita aktivní	Ekonomická aktivita neaktivní	Celkem
Četnost	sám/sama	6	8	14
Sloupc. četn.		5,22%	8,99%	
Řádk. četn.		42,86%	57,14%	
Celková četn.		2,94%	3,92%	6,86%
Četnost	parner/partnerkou	43	40	83
Sloupc. četn.		37,39%	44,94%	
Řádk. četn.		51,81%	48,19%	
Celková četn.		21,08%	19,61%	40,69%
Četnost	rodinou a dětmi	34	10	44
Sloupc. četn.		29,57%	11,24%	
Řádk. četn.		77,27%	22,73%	
Celková četn.		16,67%	4,90%	21,57%
Četnost	přáteli, příbuznými	28	29	57
Sloupc. četn.		24,35%	32,58%	
Řádk. četn.		49,12%	50,88%	
Celková četn.		13,73%	14,22%	27,94%
Četnost	kolegy ze zaměstnání	4	2	6
Sloupc. četn.		3,48%	2,25%	
Řádk. četn.		66,67%	33,33%	
Celková četn.		1,96%	0,98%	2,94%
Četnost	Celkem	115	89	204
Celková četn.		56,37%	43,63%	

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 84 Očekávané četnosti – S kým strávil respondent dovolenou x ek. aktivita

Pearsonův chí-kv. : 11,0348, sv=4, p=,026176, C=, 2265310			
Trávení dovolené s	Ekonomická aktivita aktivní	Ekonomická aktivita neaktivní	Celkem
sám/sama	7,8922	6,10784	14,0000
partner/partnerka	46,7892	36,21078	83,0000
rodinou a dětmi	24,8039	19,19608	44,0000
přáteli, známými, příbuznými	32,1324	24,86765	57,0000
kolegy ze zaměstnání	3,3824	2,61765	6,0000
Celkem	115,0000	89,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 85 Kontingenční tabulka – Utracená částka os/týden x pohlaví

Utracená částka os/týden (v Kč)	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
< 2000	13	17	30
2001-3000	29	11	40
3001-4000	27	20	47
4001-5000	33	18	51
5001<	21	15	36
Celkem	123	81	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 86 Očekávané četnosti – Utracená částka os/týden x pohlaví

Pearsonův chí-kv.: 6,72568, sv=4, p=,151115			
Celková utracená částka os/týden (v Kč)	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
< 2000	18,0882	11,91176	30,0000
2001-3000	24,1176	15,88235	40,0000
3001-4000	28,3382	18,66176	47,0000
4001-5000	30,7500	20,25000	51,0000
5001<	21,7059	14,29412	36,0000
Celkem	123,0000	81,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 87 Kontingenční tabulka po sloučení – Utracená částka os/týden x věk

	Celková utracená částka os/týden (v Kč)	Věk 18-30	Věk 31-40	Věk 41-50	Věk 51<	Celkem
Četnost	<2000	16	10	2	2	30
Sloupc. četn.		16%	20%	8%	6%	
Celková četn.		8%	5%	1%	1%	15%
Četnost	2001-3000	24	10	4	2	40
Sloupc. četn.		25%	20%	15%	6%	
Celková četn.		12%	5%	2%	1%	20%
Četnost	3001-4000	20	5	10	12	47
Sloupc. četn.		21%	10%	38%	39%	
Celková četn.		10%	2%	5%	6%	23%
Četnost	4001-5000	20	16	4	11	51
Sloupc. četn.		21%	32%	15%	35%	
Celková četn.		10%	8%	2%	5%	25%
Četnost	5001<	17	9	6	4	36
Sloupc. četn.		18%	18%	23%	13%	
Celková četn.		8%	4%	3%	2%	18%
Četnost	Celkem	97	50	26	31	204
Celková četn.		48%	25%	13%	15%	

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 88 Očekávané četnosti – Utracená částka os/týden x věk

Pearsonův chí-kv.: 22,5592, sv=12, p=,031710, kontingenční koef.=,252426

Celková utracená částka os/týden (v Kč)	Věk 18-30	Věk 31-40	Věk 41-50	Věk 51<	Celkem
< 2000	14,26471	7,35294	3,82353	4,55882	30,0000
2001-3000	19,01961	9,80392	5,09804	6,07843	40,0000
3001-4000	22,34804	11,51961	5,99020	7,14216	47,0000
4001-5000	24,25000	12,50000	6,50000	7,75000	51,0000
5001<	17,11765	8,82353	4,58824	5,47059	36,0000
Celkem	97,00000	50,00000	26,00000	31,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 89 Kontingenční tabulka po sloučení – Utracená částka os/týden x ek. aktivita

	Celková utracená částka os/týden (v Kč)	Ekonomická aktivita aktivní	Ekonomická aktivita neaktivní	Celkem
Četnost	<2000	13	17	30
Sloupc. četn.		11%	19%	
Celková četn.		6%	8%	15%
Četnost	2001-3000	17	23	40
Sloupc. četn.		15%	26%	
Celková četn.		8%	11%	20%
Četnost	3001-4000	25	22	47
Sloupc. četn.		22%	25%	
Celková četn.		12%	11%	23%
Četnost	4001-5000	33	18	51
Sloupc. četn.		29%	20%	
Celková četn.		16%	9%	25%
Četnost	5001<	27	9	36
Sloupc. četn.		23%	10%	
Celková četn.		13%	4%	18%
Četnost	Celkem	115	89	204
Celková četn.		56%	44%	

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 90 Očekávané četnosti – Utracená částka os/týden x ek. aktivita

Pearsonův chí-kv. : 11,9164, sv=4, p=,017984, C=,234925

Celková utracená částka os/týden (v Kč)	Ekonomická aktivita aktivní	Ekonomická aktivita neaktivní	Celkem
< 2000	16,9118	13,08824	30,0000
2001-3000	22,5490	17,45098	40,0000
3001-4000	26,4951	20,50490	47,0000
4001-5000	28,7500	22,25000	51,0000
5001<	20,2941	15,70588	36,0000
Celkem	115,0000	89,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 91 Kontingenční tabulka po sloučení – Utracená částka os/týden x vzdělání

Utracená částka os/týden (v Kč)	Vzdělání ZŠ	Vzdělání SŠ	Vzdělání VŠ	Celkem
méně než 2000	4	17	9	30
2001-4000	6	52	29	87
více než 4000	5	39	43	87
Celkem	15	108	81	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 92 Očekávané četnosti – Utracená částka os/týden x ek. aktivita

Pearsonův chí-kv. : 7,38722, sv=4, p=,116786				
Utracená částka os/týden (v Kč)	Vzdělání ZŠ	Vzdělání SŠ	Vzdělání VŠ	Celkem
méně než 2000	2,20588	15,8824	11,91176	30,0000
2001-4000	6,39706	46,0588	34,54412	87,0000
více než 4000	6,39706	46,0588	34,54412	87,0000
Celkem	15,00000	108,0000	81,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 93 Kontingenční tabulka po sloučení – Druh ubytování x pohlaví

Druh ubytování	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
hotel, penzion	49	27	76
pronájem chaty/chalupy	22	24	46
ubytování na farmě/na statku	6	3	9
ubytování v soukromí	20	14	34
stan, karavan	26	13	39
Celkem	123	81	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 94 Očekávané četnosti – Druh ubytování x pohlaví

Pearsonův chí-kv. : 4,38640, sv=4, p=,356230			
Druh ubytování	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
hotel, penzion	45,8235	30,17647	76,0000
pronájem chaty/chalupy	27,7353	18,26471	46,0000
ubytování na farmě/na statku	5,4265	3,57353	9,0000
ubytování v soukromí	20,5000	13,50000	34,0000
stan, karavan	23,5147	15,48529	39,0000
Celkem	123,0000	81,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 95 Očekávané četnosti – Druh ubytování x věk

Pearsonův chí-kv. : 12,5722, sv=8, p=,127443				
Druh ubytování	Věk 18-30	Věk 31-40	Věk 41<	Celkem
hotel, penzion	36,13725	18,62745	21,23529	76,0000
pronájem chaty/chalupy	21,87255	11,27451	12,85294	46,0000
ubytování na farmě/na statku	4,27941	2,20588	2,51471	9,0000
ubytování v soukromí	16,16667	8,33333	9,50000	34,0000
stan, karavan	18,54412	9,55882	10,89706	39,0000
Celkem	97,00000	50,00000	57,00000	204,0000

*Zdroj: Vlastní zpracování***Tabulka 96 Kontingenční tabulka po sloučení – Druh ubytování x ek. aktivita**

Druh ubytování	Ekonomická aktivita aktivní	Ekonomická aktivita neaktivní	Celkem
hotel	9	3	12
penzion	36	28	64
pronájem chalupy/chaty	28	18	46
ubyt. na farmě/statku	7	2	9
ubyt. v soukromí	19	15	34
stan	14	19	33
karavan	2	4	6
Celkem	115	89	204

*Zdroj: Vlastní zpracování***Tabulka 97 Očekávané četnosti – Druh ubytování x ek. aktivita**

Pearsonův chí-kv.: 7,65718, sv=6, p=,264310			
Druh ubytování	Ekonomická aktivita aktivní	Ekonomická aktivita neaktivní	Celkem
hotel	6,7647	5,23529	12,0000
penzion	36,0784	27,92157	64,0000
pronájem chalupy/chaty	25,9314	20,06863	46,0000
ubyt. na farmě/statku	5,0735	3,92647	9,0000
ubyt. v soukromí	19,1667	14,83333	34,0000
stan	18,6029	14,39706	33,0000
karavan	3,3824	2,61765	6,0000
celkem	115,0000	89,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 98 Kontingenční tabulka po sloučení – Forma stravování x pohlaví

Forma stravování	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
plná penze	13	9	22
polopenze	53	37	90
snídaně	21	10	31
vlastní	36	25	61
Celkem	123	81	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 99 Očekávané četnosti – Forma stravování x pohlaví

Pearsonův chí-kv. : ,847410, sv=3, p=,838097			
Forma stravování	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
plná penze	13,2647	8,73529	22,0000
polopenze	54,2647	35,73529	90,0000
snídaně	18,6912	12,30882	31,0000
vlastní	36,7794	24,22059	61,0000
Celkem	123,0000	81,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 100 Kontingenční tabulka po sloučení – Forma stravování x věk

Forma stravování	Věk 18-30	Věk 31-40	Věk 41<	Celkem
plná penze	7	4	11	22
polopenze	39	24	27	90
snídaně	18	10	3	31
vlastní	33	12	16	61
Celkem	97	50	57	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 101 Očekávané četnosti – Forma stravování x věk

Pearsonův chí-kv. : 12,3571, sv=6, p=,054460				
Forma stravování	Věk 18-30	Věk 31-40	Věk 41<	Celkem
plná penze	10,46078	5,39216	6,14706	22,0000
polopenze	42,79412	22,05882	25,14706	90,0000
snídaně	14,74020	7,59804	8,66176	31,0000
vlastní	29,00490	14,95098	17,04412	61,0000
Celkem	97,00000	50,00000	57,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 102 Kontingenční tabulka po sloučení – Forma stravování x ek. aktivita

Forma stravování	Ekonomická aktivita aktivní	Ekonomická aktivita neaktivní	Celkem
plná penze	15	7	22
polopenze	47	43	90
snídaně	18	13	31
vlastní	35	26	61
Celkem	115	89	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 103 Očekávané četnosti – Forma stravování x ek. aktivita

Pearsonův chí-kv. : 1,93896, sv=3, p=,585172			
Forma stravování	Ekonomická aktivita aktivní	Ekonomická aktivita neaktivní	Celkem
plná penze	12,4020	9,59804	22,0000
polopenze	50,7353	39,26471	90,0000
snídaně	17,4755	13,52451	31,0000
vlastní	34,3873	26,61275	61,0000
Celkem	115,0000	89,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 104 Kontingenční tabulka – Opakovaná dovolená x pohlaví

Opakovaná dovolená	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
ano	81	48	129
ne	42	33	75
celkem	123	81	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 105 Očekávané četnosti – Opakovaná dovolená x pohlaví

Pearsonův chí-kv.: ,913524, sv=1, p=,339181			
Opakovaná dovolená	Pohlaví žena	Pohlaví muž	Celkem
ano	77,7794	51,22059	129,0000
ne	45,2206	29,77941	75,0000
celkem	123,0000	81,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 106 Kontingenční tabulka – Opakovaná dovolená x věk

	Opakovaná dovolená	Věk 18-30	Věk 31-40	Věk 41-50	Věk 51-60	Věk 61<	Celkem
Četnost	ano	71	29	12	11	6	129
Sloupc. četn.		73%	58%	46%	61%	46%	
Řádk. četn.		55%	22%	9%	9%	5%	
Celková četn.		35%	14%	6%	5%	3%	63%
Četnost	ne	26	21	14	7	7	75
Sloupc. četn.		27%	42%	54%	39%	54%	
Řádk. četn.		35%	28%	19%	9%	9%	
Celková četn.		13%	10%	7%	3%	3%	37%
Četnost	Celkem	97	50	26	18	13	204
Celková četn.		48%	25%	13%	9%	6%	

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 107 Očekávané četnosti – Opakovaná dovolená x věk

Pearsonův chí-kv. : 9,65860, sv=4, p=,046588, C=,2126165						
Opakovaná dovolená	Věk 18-30	Věk 31-40	Věk 41-50	Věk 51-60	Věk 61<	Celkem
ano	61,33824	31,61765	16,44118	11,38235	8,22059	129,0000
ne	35,66176	18,38235	9,55882	6,61765	4,77941	75,0000
Celkem	97,00000	50,00000	26,00000	18,00000	13,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 108 Kontingenční tabulka po sloučení – Opakovaná dovolená x ek. aktivita

Opakovaná dovolená	Ekonomická aktivita aktivní	Ekonomická aktivita neaktivní	Celkem
ano	68	61	129
ne	47	28	75
Celkem	115	89	204

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 109 Očekávané četnosti – Opakovaná dovolená x ek. aktivita

Pearsonův chí-kv. : 1,91049, sv=1, p=,166909			
Opakovaná dovolená	Ekonomická aktivita aktivní	Ekonomická aktivita neaktivní	Celkem
ano	72,7206	56,27941	129,0000
ne	42,2794	32,72059	75,0000
Celkem	115,0000	89,00000	204,0000

Zdroj: Vlastní zpracování