

Česká zemědělská univerzita v Praze

Fakulta agrobiologie, potravinových a přírodních zdrojů

Katedra botaniky a fyziologie rostlin



Venkovská turistika a agroturistika ve vybraném regionu

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Tereza Kratochvílová

Obor studia: Rozvoj venkovského prostoru

Vedoucí práce: Ing. Josef Zilvar, CSc.

© 2018 ČZU v Praze

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Venkovská turistika a agroturistika ve vybraném regionu" 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 10. 4. 2018

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Josefu Zilvarovi, CSc., svému vedoucímu práce, za cenné rady, náměty i připomínky, které mi během zpracování diplomové práce poskytl. Dále děkuji svým blízkým a své rodině za podporu, pomoc a trpělivost během celého mého studia.

Venkovská turistika a agroturistika ve vybraném regionu

Souhrn

Cílem práce je charakterizovat agroturistiku v České republice ve vybraném regionu a charakterizovat její současný stav. Na základě provedeného šetření následně navrhnout řešení pro zlepšení možností podnikání v dané oblasti. Práce je především zaměřena na ekologické farmy a ekologicky hospodařící zemědělce, kteří svou činností přispívají k ochraně životního prostředí.

Práce obsahuje několik hypotéz. První hypotéza předpokládá, že region Pardubický kraj je málo navštěvovaným regionem z pohledu venkovské turistiky a agroturistiky. Druhá hypotéza předpokládá, že venkovskou turistiku využívají nejvíce rodiny s dětmi. Třetí hypotéza udává, že je marketing a propagace venkovské turistiky nízká. Čtvrtá hypotéza předpokládá, že Pardubický kraj navštěvují za cílem venkovské turistiky více návštěvníci z jiných krajů než z kraje Pardubického. Na základě šetření byly všechny hypotézy dotazníkovým šetřením potvrzeny. Pardubický kraj je málo navštěvovaným krajem i přes svůj potenciál, venkovskou turistiku provozují nejvíce rodiny s dětmi, upřednostňující návrat k přírodě. Třetí hypotéza byla také potvrzena, marketing a propagace venkovské turistiky je na nízké úrovni. Nejvíce účinnou reklamou je však stále osobní doporučení od rodiny či známých na základě pozitivních zkušeností. Čtvrtá hypotéza byla také potvrzena, šetřením se zjistilo, že Pardubický kraj navštěvuje nejvíce respondentů z Prahy a Středočeského kraje.

V první části diplomové práce jsou vysvětleny a charakterizovány základní pojmy venkovské turistiky a agroturistiky, získané z odborné literatury a publikací. Druhá část práce se zabývá charakteristikou vybraného regionu, tedy Pardubického kraje. Tento region je popsán nejen z pohledu lokality, ale též z pohledu kulturních a přírodních památek.

V druhé části byl proveden formou osobních rozhovorů a analýzou výsledků dotazníkového šetření uskutečněného v uvedeném regionu a okolí. V dotazníkovém šetření bylo osloveno 170 respondentů, zpět se k šetření vrátilo 138 vyplněných dotazníků. Na základě jejich vyhodnocení byla vytvořena SWOT analýza. Z načerpaných informací a poznatků získaných v průběhu práce došla autorka k závěru, že Pardubický kraj přes svou výhodnou polohu a množství atraktivních destinací, je z pohledu agroturistiky a venkovské turistiky málo navštěvovaným krajem. Dle výsledků šetření a rozhovorů by se měla jednotlivá

centra více zaměřit na propagaci agroturistiky a venkovské turistiky. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že současné formy propagace nejsou dosti účinné. Na uvedeném faktu se shodli jak provozovatelé středisek a respondenti, tak i informační centra. Pro další zlepšení rozvoje venkovské turistiky a agroturistiky v regionu by bylo nutné lépe využít možnost čerpání dotací a dále intenzivní propagací podpořit využití těchto středisek i mimo oblíbenou letní sezónu, například pomocí rozšíření incentivní turistiky.

Pozitivním jevem, vyplývajícím z výsledků šetření, je, že návštěvníci upřednostňují alternativní odpočinkové dovolené s možností návratu k přírodě, s pozitivním přístupem k přírodě a využitím ubytování v klidných místech s možností stravy v BIO kvalitě. Za pozitivní považuje autorka i názor respondentů a zástupců obcí, že venkovská turistika a agroturistika má nejen ekonomický přínos pro obce a region, ale i pro rozvoj venkova a rozvoj podnikání v dané oblasti.

Klíčová slova: Agroturismus, cestovní ruch, venkovská turistika, rozvoj venkova, region

Rural tourism and agritourism in the selected region

Summary

The aim of this work is to characterize agritourism in the Czech Republic in the selected region, describe the current state of it and, after evaluating the results of the research, suggest improvements and/or solutions for local companies offering services in agritourism. The work primarily focuses on eco-farms and farmers who have implemented methods leading to protection of environment.

This work contains several theses. The first thesis assumes that Pardubice Region is not very popular in terms of agritourism or rural tourism. The second thesis suggests that rural tourism is most popular among families with children. The third thesis supposes that marketing and general publicity of rural tourism is very low. The fourth thesis assumes that majority of rural tourists in Pardubice Region are from other parts of the country. All the theses were confirmed through questionnaire survey. Despite its potential, Pardubice is a little-visited region and the majority of rural tourism businesses are run by families with children whose priority is to return to nature. The third thesis was also confirmed, as marketing and promotion of rural tourism are very poor. The most effective advertising remains personal recommendation from family or friends based on positive experience. The fourth thesis was also confirmed as the survey shows that the Pardubice Region is mostly visited by people from Prague and Central Bohemian region.

The first part of the work offers explanation of the basic terms of rural tourism and agritourism extracted from specialized literature and internet sources. The second part is focused on characterization of Pardubice Region. The region is described in terms of location and cultural and natural values.

The research was conducted through personal interviews and analysis of the results of the questionnaire survey conducted in the selected region and its surroundings. In the questionnaire survey, 170 respondents were contacted and 138 completed questionnaires were returned. Founded on their evaluation, a SWOT analysis was developed. Based on the information and knowledge gained during the research, the author came to in the conclusion that the Pardubice region, despite its convenient location and many attractive destinations, is from the point of view of agritourism and rural tourism only a little-visited region. According

to the survey results and interviews, individual centres should focus more on promoting agrotourism and rural tourism. The questionnaire survey showed that the current forms of promotion are not effective. This fact was agreed by both the managers of the centres and the respondents and also by the tourist information centres. To further improve the development of rural tourism and agritourism in the region, it is necessary to make better use of subsidies and, through intensive promotion encourage the use of holiday centres also outside the popular summer season, for example, with the aid of the expansion of incentive tourism.

A positive phenomenon stemming from the results of the survey is that visitors prefer alternative leisure holidays with the possibility to return to nature and accommodation in quiet places with the option of BIO quality meals. The author also considers as positive the opinion expressed by respondents and representatives of municipalities that rural tourism and agritourism not only bring economic benefits to municipalities and the region, but also for rural development and business development in the area.

Keywords: Agritourism, tourism, rural tourism, rural development, region

Obsah

1. Úvod.....	1
2. Vědecká hypotéza a cíle práce	2
3. Literární přehled současného stavu problematiky	3
3.1 Cestovní ruch	3
3.2 Venkovský cestovní ruch	7
3.2.1 Formy venkovské turistiky	9
3.2.2 Cílové skupiny venkovského cestovního ruchu	16
3.2.3 Podnikání ve venkovské turistice.....	17
3.2.4 Marketing a marketingové nástroje agroturistiky.....	21
3.2.5 Poradenské a informační služby	25
3.2.6 Externí zdroje financování venkovské turistiky	27
4. Materiál a metody	30
4.1 Charakteristika sledované oblasti – Pardubický region	31
4.2 Podmínky pro rozvoj turistiky	33
5. Výsledky	36
5.1 Kvalitativní výzkum	36
5.1.1 Ranč Oklahoma – agroturistická farma – Hrádek.....	38
5.1.2 Sportovní areál a Penzion Kolesa.....	40
5.1.3 Ranč Bělečko	41
5.1.4 Apolenka Spojil	42
5.2 Kvantitativní výzkum	45
5.3 Vyhodnocení hypotéz	72
5.4 SWOT analýza	73
6. Diskuse	77
7. Závěr	80
8. Seznam literatury.....	81
9. Seznam použitých zkratk	90
10. Seznam grafů	92
11. Seznam obrázků	93
12. Přílohy	94
13. Obrazová příloha.....	105

1. Úvod

Diplomová práce se zabývá tématem venkovské turistiky a agroturistiky, kdy je venkovská turistika při propagaci cestovního ruchu převážně označována jako agroturistika. Z historického hlediska se jedná o jednu z nejmladších forem cestovního ruchu, i když dle svých charakteristik existovala již mnohem dříve. Příkladem je chalupaření a chataření, trempink, pobyty u rodiny a udržování rodinných vazeb spojených s venkovem. V těchto případech to však není chápáno v kontextu s cestovním ruchem.

V současné době patří venkovská turistika mezi významné formy cestovního ruchu a zaznamenává i největší rozvoj. Jedná se však o to, zda se jedná o rozvoj pouze v rámci množství a objemu nabídky, nebo též s ohledem na kvalitu a množství poskytnutých služeb, kdy jsou nabízeny mnohdy netradiční formy dovolených.

Venkovská turistika a agroturistika nabízí mnoho produktů a možností, které cílí především na rodiny s dětmi a další skupiny návštěvníků, kteří kladou důraz na návrat nejen k přírodě, ale i k tradicím a následně pak k lidem, kteří jsou si plně vědomi odpovědnosti za trvale udržitelný rozvoj. Mnozí z nich upřednostňují konzumaci kvalitních BIO potravin z místních zdrojů. Všechny tyto uvedené trendy jsou pak důležitými předpoklady pro rozvoj venkovské turistiky a spolu s ní následně i rozvoj celé oblasti a regionu, kde je agroturistika praktikována. Vzorem a příkladem pro místní podnikatele by mohli být sousedé z Německa, Švýcarska, Slovenska, Polska, Maďarska a Rakouska. V těchto zemích má venkovská turistika bohatou tradici, je zde velmi oblíbená a vyhledávaná.

2. Vědecká hypotéza a cíle práce

Cílem diplomové práce je zmapování stavu venkovské turistiky v daném regionu. Pro účely výzkumu byl autorkou vybrán Pardubický kraj. Dalším cílem je vytvoření návrhu pro další možný rozvoj venkovské turistiky a agroturistiky v tomto regionu. Práce je rozčleněna do dvou částí.

V první část je teoretická a autorka v ní seznamuje a přibližuje charakteristiku dané oblasti a vymezuje zde základní pojmy spojené s tématem diplomové práce.

V druhé části, která je praktická, se zabývá charakteristikou vybraného regionu. V tomto regionu bude provedeno dotazníkové šetření. Vyhodnocením dotazníků, ale i zhodnocením vlastních zkušeností, bude vytvořena SWOT analýza a následně zhodnocen stav venkovské turistiky a agroturistiky v Pardubickém kraji.

Následně budou uvedeny návrhy a možnosti dalšího rozvoje venkovské turistiky a agroturistiky.

Práce obsahuje několik hypotéz. První hypotéza předpokládá, že region Pardubický kraj je málo navštěvovaným regionem z pohledu nejen venkovské turistiky a agroturistiky. Druhá hypotéza předpokládá, že venkovskou turistiku využívají nejvíce rodiny s dětmi. Třetí hypotéza udává, že je marketing a propagace venkovské turistiky nízká. Čtvrtá hypotéza předpokládá, že Pardubický kraj navštěvují za cílem venkovské turistiky více návštěvníci z jiných krajů, než z kraje Pardubického. Tyto hypotézy jsou v závěru práce vyhodnoceny.

3. Literární přehled problematiky

3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch má v České republice dlouholetou tradici, někdy je také chápán jako průmysl poskytující veškeré služby spojené s cestováním. Dle Kateřiny Ryglové (2011) byl v původním významu termín cestovní ruch synonymem cestování. V dnešní době se cestovní ruch stal neodmyslitelnou součástí životního stylu a potřeb lidí.

Podle autorů Hall et Page (2002), kteří považují ekonomický význam venkovského cestovního ruchu za své oblíbené téma především z důvodu, že cestovní ruch je často označován jako tzv. všelék proti ekonomickým i sociálním problémům venkova, a také Wall et Mathieson (2006) je nutné zdůraznit, že uvedená pozitiva rozvoje venkovského cestovního ruchu jsou: péče o kulturní a přírodní bohatství, tvorba pracovních příležitostí, rozvoj místních služeb a řemesel, stabilizace venkovského obyvatelstva, využití volných objektů nebo dokonce regenerace brownfieldů (nevyužívané území), zmírňování regionálních disparit, diversifikace venkovského hospodářství a příjmů zemědělců, zlepšení odbytu místní produkce a celkové zvýšení kvality života na venkově.

Nejen v zahraniční, ale i v české odborné literatuře, se věnuje tématu přínosu cestovního ruchu mnoho autorů. Například Čertík (2001) a Ryglová a kol. (2011) shledávají hlavní význam cestovního ruchu v následujících oblastech: ekonomika – přispívání k vytváření hrubého domácího produktu, zaměstnanost – nabídka pracovních pozic a výsledný podíl na růstu zaměstnanosti, budování předpokladů pro umístění zahraničních investic a z nich plynoucí příjmy do státního rozpočtu a přispívání do rozpočtů regionálních. Ryglová a kol. (2011) nad rámec výše uvedeného upozorňuje také na přínos v sociální oblasti, protože cestovní ruch se v určité míře podílí i na vytváření vztahů mezi lidmi, konkrétně pak mezi místními obyvateli navštěvovaných oblastí a účastníky cestovního ruchu.

Podle Stříbrné (2015), si ve venkovském cestovním ruchu nelze ne všimnout zřetelných vazeb mezi jeho jednotlivými prvky. Tyto prvky pak udržují rozvoj cestovního ruchu. Turisté právě díky uvedenému venkovskému turismu získávají velmi zajímavé zkušenosti jak společenské, tak především ekologické. Podnikatelé na oplátku za uspokojení potřeb turistů, získávají ekonomické prostředky. Během celého procesu dochází nejen u podnikatele, ale

především i u turistů, k pěstování úcty k ochraně životního prostředí, bez kterého by venkovský cestovní ruch nemohl fungovat.

Na konferenci Světové organizace cestovního ruchu (WTO), pořádané roku 1991 v Ottawě, byl cestovní ruch definován jakožto činnost lidí, která spočívá v cestování a přebývání v místě, které není místem jejich trvalého pobytu, v rámci nejvýše jednoho roku, jenž je vykonávána ať už za účelem obchodu, či v rámci volného času (Čech, 1998).

Mezinárodní sdružení expertů cestovního ruchu (AIEST) definovalo na své konferenci v roce 1971 cestovní ruch jako „*soubor vztahů a jevů, které vyplývají z cestování a pobytu osob, pro které místo pobytu není ani hlavním místem bydliště, ani místem výdělečné činnosti*“ (Kopšo a kol., 1979).

Cestovní ruch lze chápat z hlediska přínosu pro českou ekonomiku jako:

- Významný zdroj pracovních příležitostí
- Významný potenciál pro rozvoj regionu
- Rostoucí oblast osobní spotřeby
- Prostor pro zahraniční investory
- Prvek restrukturalace české ekonomiky
- Exportní odvětví – významný zdroj deviz

Podle Ryglové a kol. (2011) se přínosy cestovního ruchu jakožto významného ekonomického odvětví, projevují v makroekonomických penězích a měnových vztazích, jelikož v ekonomice je mnoho podnikatelských odvětví s cestovním ruchem spjatých i v rámci vytváření nových pracovních míst, a to také v regionech z hlediska zaměstnanosti problémových.

Mezi nejčastější kritéria třídění cestovního ruchu patří:

a) Místo realizace, které dělí cestovní ruch na:

- vnitřní neboli domácí cestovní ruch – zahrnuje cesty obyvatel po vlastní zemi a aktivní příjezdový cestovní ruch, tj. cesty a pobyt cizinců v dané zemi

- zahraniční – zahrnuje aktivní příjezdový a pasivní výjezdový cestovní ruch
- tranzitní – jedná se o cestovní ruch, kdy cestující pouze projíždějí daným státem, zpravidla bez přespání, například přestup na letišti

b) Způsob formy úhrady nákladů:

- volný – cestovní ruch, který není z hlediska účasti formálně podmíněn, a jenž je plně hrazen z vlastních prostředků. Jedná se tedy volně přístupná zařízení cestovního ruchu
- vázaný – jedná se o cestovní ruch, který je něčím vázaný, např. lázeňská péče hrazená zdravotními pojišťovnami, nebo podniková rekreace ve vlastních zařízeních

c) Délka pobytu – časové hledisko:

- krátkodobý (do tří dnů a dvou přenocování)
- dlouhodobý (více než tři dny, ale ne déle, než šest měsíců)

d) Způsob účasti:

- organizovaný
- neorganizovaný

e) Roční období:

- letní, zimní a celoroční
- sezonní a mimosezonní

f) Formy cestovního ruchu:

1. Rekreační zájezdy

Jedná se o aktivní odpočinek, který vykonáváme mimo naše bydliště a kde načerpáváme duševní i fyzické síly. Na těchto zájezdech často využíváme doplňkové služby, zábavu s možností animátorů a jejich programů, kulturní či sportovní služby či wellness.

2. Kulturně poznávací CR

Tento cestovní ruch se zabývá návštěvami zámků, hradů, festivalů, muzeí, galerií, atraktivních míst, historických objektů, kulturních akcí. Většinou se jedná o vícedenní zájezdy, často organizované s doprovodem průvodce podle stanoveného itineráře a časového plánu.

3. Sportovně-turistický CR

Tento cestovní ruch nabízí sporty, nejen aktivně, ale i pasivně. Zpravidla jde o aktivní dovolenou, rekreační provozování určitého druhu sportu, jízdu na koni, turistiku, horolezectví, v rámci pasivního sportu sem patří i cesty účastníků na sportovní utkání, olympiády a závody.

4. Léčebné a lázeňské pobyty

Cílem těchto pobytů je zlepšení zdravotního stavu. Ozdravné pobyty jsou na doporučení lékaře, trvají 14 dní až měsíc a hradí je zdravotní pojišťovny. Dle diagnózy jsou hrazeny buď částečně, nebo plnou částkou.

5. Výstavy, veletrhy

Výstavy a veletrhy jsou organizované pro odborníky určitého zaměření, ale i pro školy a zájemce o předváděné služby a zboží, například veletrhy CK, Gastro trhy apod.

6. Zvláštní tematické pobyty

Tato oblast cestovního ruchu je zaměřena na zvláštní události či tematiku, například výuku cizích jazyků, učení jízdy na koni, náboženskou tematiku, výtvarnou či keramickou dílnu, jógu apod.

7. Incentivní pobyty

Jedná se o pobyty v rámci firmy. Jde o akce pořádané různými společnostmi pro své zaměstnance. Jedná se především o zájezdy či sportovní akce, které jsou náhradou za finanční odměny nebo jako forma odměny za spokojenost se zaměstnanci.

8. Kongresové pobyty

Kongresové pobyty se týkají více firem a jsou zaměřeny na výměnu poznatků a zkušeností z daného oboru. Jsou to odborné akce často s doprovodným programem, po přednáškách je možnost procházky městem, jsou organizovány rauty a jiná zábava.

3.2 Venkovský cestovní ruch

Venkovský cestovní ruch je velmi často nazýván venkovská turistika. Dle Pourové (2002) se jedná o cestovní ruch, který se rozvíjí nejen mimo oblast městského osídlení, ale zároveň mimo oblasti větších rekreačních a turistických center. Mezi venkovský cestovní ruch spadá například rekreační pobyt, ať už na vesnici, v chatových oblastech či na samotách, kde je vázán na venkovské osídlení spjaté se životem na venkově a se zemědělstvím. „*Zahrnuje tedy všechny činnosti účastníka cestovního ruchu v prostředí venkova*“ (Pourová, 2002).

Podle Čertíka (2001) „*Pojem venkovský cestovní ruch (rural tourism) nebo venkovská turistika je chápána jako rekreační forma cestovního ruchu spojená s pobýváním ve volné přírodě*“.

Aktivita ve venkovské turistice patří k šetrným a ohleduplným verzím cestovního ruchu. Tento cestovní ruch chrání přírodu a současně zachovává původní přírodní prostředí. Venkovská turistika je opakem na tzv. „masové turistiky“. V zahraniční literatuře se o této turistice píše v pojmech „alternativní cestovní ruch“, „zelený cestovní ruch“, nebo „udržitelný cestovní ruch“. Tyto pojmy uvádějí ve své publikaci i Příbylová a Jandová (2007).

Dle Příbylové a Jandové (2007) venkovská turistika uznává osvědčené šetrné formy cestovního ruchu, ale zároveň respektuje i potřeby a zvyky místní komunity. K těmto uvedeným šetrným formám patří venkovský cestovní ruch a ekoturistika. Mezi venkovský cestovní ruch patří agroturistika, vesnický turismus, ekoagroturistika a chataření a chalupaření. Ve své podstatě sem lze zařadit též hipoturistiku, cykloturistiku, pěší turistiku, vodáctví, ale i možnosti turistiky po tematicky zaměřených trasách, spojujících přírodní, kulturní a technické památky.

Orieška (2010) specifikuje pojem venkovské turistiky tak, že za základní stanovisko cestovního ruchu považuje šetrný, ohleduplný vztah nejen k přírodě, ale především k celému životnímu prostředí, dále porozumění osobním a individuálním aktivitám turistů

a návštěvníků, decentralizované ubytování s omezenou kapacitou v rodinném, komorním prostředí, možnost rekreačních pobytů v klidném venkovském prostředí, nejlépe mimo oblasti turistických a rekreačních center. Kromě výše uvedeného patří k venkovské turistice také aktivity podnikané v souvislosti se zemědělstvím, typické pro agroturistiku. Ty v současné době vytváří významnou a originální nabídku služeb v cestovním ruchu.

Šimková (2008) rozděluje cestovní ruch na motivační a zelený. Motivační cestovní ruch člení na vzdělávací, kulturní, náboženský, sportovní, zdravotní a dobrodružný cestovní ruch. „*Zelený cestovní ruch tvoří ekoturistika, agroturistika, ekoagroturistika, venkovský cestovní ruch, vesnická turistika, chataření a chalupaření*“ (Šimková, 2008).

Dle statistických údajů Robertse et al. (2001) potvrzuje oblíbenost agroturistiky fakt, že ve venkovských oblastech tvoří 10 až 20 procent kompletní turistické aktivity. Jako každoroční cíl své dovolené uvádí venkov 23 % evropských rekreatantů. O zvýšeném zájmu o venkovskou turistiku a turistické aktivity ve venkovských oblastech hovoří i Fleischer et al. (2000).

Venkovské regiony v současné době zažívají zásadní změny, které se dotýkají způsobu života a sociálních interakcí, protože tradiční zaměstnání vázaná na půdu jsou na ústupu a mladší a lépe vzdělaní obyvatelé venkova odcházejí do měst za lepší práci a kulturním využitím (Butler et al., 1998; Briedenhann and Wickens, 2004).

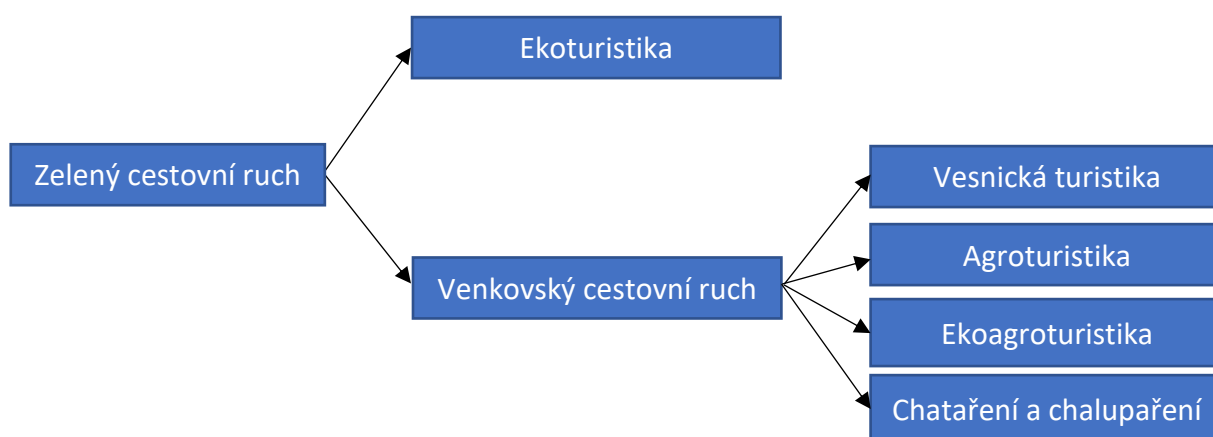
Venkovský turismus nabízí možné řešení některých problémů vzniklých ztrátou ekonomických příležitostí a úbytkem populace, které doprovází úbytek pracovních příležitostí v zemědělské výrobě. Mnoho vlád a jejich zástupců na regionální úrovni pojalo venkovský turismus jako příležitost přinést peníze do venkovských regionů, stimulovat tak růst, tvorbu nových pracovních příležitostí a tím zastavit úpadek venkova (Briedenhann and Wickens, 2004; Gulcan et al., 2009; Dimitrovski et al., 2012).

Venkovský turismus nabízí mnoho příležitostí, zahrnujících ubytování a další služby, seznamování místní kulturou a dědictvím, a jiné venkovské aktivity, které by byly vhodné pro komerční využití a nabídly možnost odklonit se od produktů masové turistiky. Nicméně venkovský turismus, jakožto významný prostředek regenerace venkova, je kritizován a považován za přehnaný a nerealistický (Roberts and Hall, 2001).

Již mnohokrát se stalo, že venkovský turismus nepřinesl ani předpokládaný ekonomický zisk, ani významnější počet nových pracovních míst, a naopak prohloubil sociální a ekonomické nerovnosti. Krom jiného venkovské komunity často postrádají dovednosti a zkušenosti potřebné k tomu, aby přilákaly pozornost a uspokojily nároky turistů, (Costa and Chalip, 2005).

Miller a kol. (2010) říká, že venkovský turismus není žádný magický všelék na vyléčení komplexních a hluboko zakořeněných problémů, kterým musí venkovské regiony na celém světě čelit. Přesto to může být jedna z cest vedoucích k růstu a znovuoživení venkova (Dashper, 2014).

Obrázek č. 1: Schéma struktury zeleného cestovního ruchu



Zdroj: vlastní zpracování

3.2.1 Formy venkovské turistiky

Pojem venkovská turistika je velmi široký. Mnohem lépe se charakterizují její specifické formy, které mají řadu podob. Nejvýznamnějšími jsou:

- vesnická turistika
- chataření a chalupaření
- agroturistika
- ekoagroturistika
- hipoturistika

Vesnická turistika

Podle Zeipelta a kol. (2010) je forma cestovního ruchu přímo závislá na přírodě a krajině venkova a na konkrétním vesnickém osídlení. „*Jde o veškerý cestovní ruch probíhající na vesnici mimo agroturistiku*“. Náplní vesnické turistiky jsou individuální rekreační aktivity, které využívají atraktivitu venkovské atmosféry navštíveného místa a prostředí např. louky, rybníku, lesa, řeky, místního folklóru či řemesla. Venkov podle městských obyvatel je často spojen s tradičními sociálními strukturami a hodnotami, které se v moderním městském prostředí ztratily. Jedná se například o pocit pospolitosti, pomalejší způsob života, existenci místní kultury, návrat člověka k přírodě a jejího využití k relaxaci, nabrání sil, věnování času přátelům a rodině v klidném, čistém prostředí (Zeipelt a kol., 2010).

K ubytování jsou následně využívána komerční ubytovací zařízení, ubytování v soukromí, rekreační objekty. Forma ubytování je v rekreačních objektech např. sruby, chaty, chalupy, mlýny a selská stavení po rekonstrukci, v rodinných domech (pronájem obytných místností), v hotelích a penzionech. Nejsou vyloučeny ani kempy a chatové osady. Maximální ubytovací kapacita činí 40 lůžek nebo 10 pokojů, v kempu nesmí počet karavanů nebo stanů přesáhnout 25 objektů nebo 50 osob. Limitování ubytovacích kapacit má zamezit nadměrnému soustředění osob v dané lokalitě. Typickou je pro vesnickou turistiku decentralizace ubytovacích zařízení s omezenou kapacitou, což umožňuje snížení koncentrace turistů, čímž se eliminují negativní dopady, které s sebou nese soustředění velkého počtu osob v turistických centrech. Významným ve vesnické turistice je nejen ohleduplný vztah ke krajině a přírodě, ale i využívání půdy, spočívající především v lesnictví, zemědělství, ale i ochraně přírodních krás a lokalit. Turisté mají také možnost individuálních aktivit, mohou zde využít nejen klidu, ale především komorního, téměř rodinného zázemí. Je nezbytné zajistit stravování, ať už celodenní, nebo pouze formou snídaní či polopenze, často ve veřejných zařízeních. Důležité také je, aby provozovatel vesnické turistiky informoval své klienty o možnosti nabízených programů v době jejich pobytu. Jedná se například o tyto aktivity:

- **Sport:** rybaření, lov zvěře – honitba, pěší turistika, koupání, zimní sporty, cyklistika + horská cyklistika, jezdectví – jezdecké školy, solária apod.

➤ **Kultura:**

- místní kulturní památky – hrady, zámky, poutní místa, kláštery, muzea, skanzeny
- místní atraktivní přírodní lokality – jeskyně, vzácné rostliny, stromy a zvěř, přírodní útvary apod.

➤ **Řemesla:** ukázky řemesel a tradic dané oblasti, např. krajkářství, sklářství, mlýny, kovárny, bednářství, výroba suvenýrů apod.

Do vesnické turistiky je možné zařadit i programy pro školy a školky, kterým je například škola v přírodě, maximálně však pro skupinu 40 osob. Speciálními klienty jsou pak především senioři, rodiny s dětmi, mládež, invalidní občané a zahraniční hosté.

Agroturistika

Podle Pourové (2002) se jedná o specifickou formu venkovského cestovního ruchu s bezprostředním využíváním přírody a venkovské krajiny, a je především charakterizována přímým vztahem k usedlosti – k zemědělským budovám, nebo k zemědělským pracím. Je provozována podnikatelem, kdy zemědělská výroba by měla být dominantní a měla by proto tvořit nadpoloviční podíl z příjmu. Využívá se zde přírodního ale i kulturního bohatství místního prostředí. Obvykle se agroturistika spojuje s aktivitami přímo v zemědělské usedlosti, může se jednat i o vzdělávací exkurze, programy pro MŠ, ZŠ, např. spaní na seně, slavnosti sena, zážitkové programy, kdy se nejen děti, ale i dospělí, seznámí s krásami a životem na farmě. Mohou si vyzkoušet, jak se dojí krávy, kozy, poznají, jak se z obilí vyrábí mouka, jak se vyrábí máslo či peče chleba v peci, vyzkouší si jízdu na koni apod.

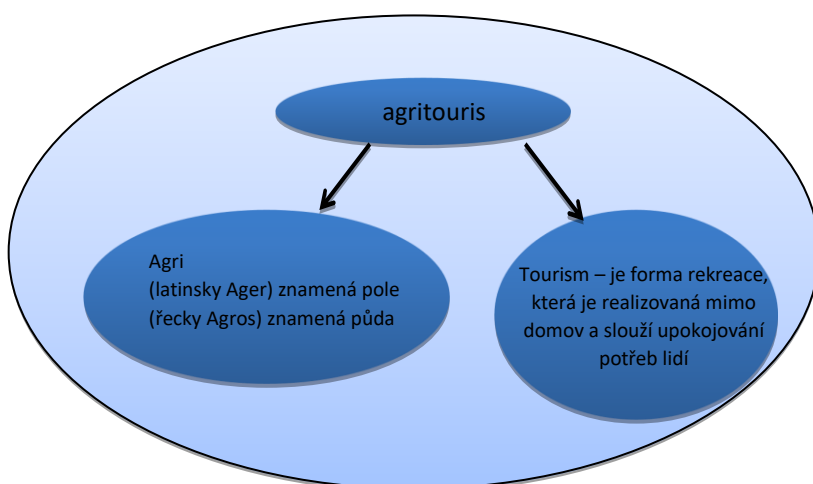
Hesková (2011) pojmem agroturistika nazývá soubor činností, které jsou spojeny s cestováním, ale především pobytem turistů ve venkovském prostředí.

Podle Čertíka (2001) je agroturistika verze cestovního ruchu, který spojuje rekreaci návštěvníků se zemědělskou prací.

Dudák a Pavelka (2012) vymezují agroturistiku jako současný – trendový způsob trávení volného času, kdy oblíbenost agroturistiky neustále roste. Říkají, že mezi významná

lákadla agroturistiky patří možnost práce na zahradě, v sadu, ale především na farmě. Tyto faktory však ustupují do pozadí, a naopak narůstá význam klientských priorit, mezi které patří především: ochutnávky domácí kuchyně, cyklovýlety, prožitky z výletu po okolí, z památek a lidové architektury, z poznávání řemesel a tradic, z venkovského folkloru, souznění s přírodou, rybaření, vyjížďky na koních, a také z kontaktu se zvířaty, který je vhodný k terapeutickým účinkům. Mezi významný faktor patří, v dnešní době tolik potřebný, klid.

Obrázek č. 2: Etymologie termínu agroturistika



Zdroj: Agroturistika, Sznajder (2009) - upraveno

Ekoagroturistika

Podle Zeipeltla a kol. (2010) se jedná o agroturistiku, která je provozována na certifikované ekologické farmě, která klade důraz na nepoužívání herbicidů a pesticidů, jakýchkoli syntetických přípravků či hnojiv. Dále je důraz kladen na chov zvířat, který musí být realizován přirozeným způsobem. Produkty ekologického zemědělství podléhají následně přísným kontrolám. Tyto farmy smějí používat ochrannou značku BIO.

Dle Šimkové (2008) se jedná o produkty ekologických farem, které jsou pěstované bez používání pesticidů a umělých hnojiv. Chov domácích zvířat probíhá pouze přirozeným způsobem. Z těchto uvedených důvodů jsou výrobky považovány za zdravotně nezávadné. Vzhledem k tomu, že farmy plní přísná pravidla, mohou nést označení BIO. Na těchto farmách turisté hospodaří společně s farmářskými rodinami, pomáhají na pozemcích a následně konzumují jimi vypěstované jídlo v BIO kvalitě.

Moderní trendy a tradice turisty také lákají. Nejen spojení biopotravin s organickým zemědělstvím, ale především typická venkovská strava, jako například tvaroh, máslo, mléko, vařené brambory, kyselo, kulajda, či bylinkové čaje, nenechá nikoho chladným, poukazuje Moravec a kol. (2006).

Ekoturistika

Chiu et al. (2014) uvádějí, že se jedná o turistiku založenou na přírodě. Nejzásadnější motivací k ekoturistice je obdivování přírody a její pozorování, významné jsou vzdělávací a interpretační prvky. Tento druh turistiky je spojován s ekologií, využíváním nejen přírodních zdrojů, ale i kulturních zajímavostí, především s ohledem na jejich zachování pro další generace. Toto vše se děje v souladu s přírodou a bez narušení navštěvovaných oblastí. Ekoturistika zahrnuje využívání naučných stezek, cyklotras a cyklostezek, které jsou zpravidla výsledkem práce různých spolků.

Podle Zeipeltla a kol. (2010) se pojmem ekoturistika nejčastěji označuje cestovní ruch zaměřený na poznávání přírody, přírodních rezervací, chráněných krajinných oblastí, národních parků a dalších přírodních krás tak, aby však tyto oblasti nebyly cestovním ruchem negativně ovlivňovány a narušovány. Vyznačuje se vysokou mírou odpovědnosti turistů a návštěvníků vůči přírodě a její ochraně. Velmi významné jsou také výchovné aspekty. Základní pravidla ekoturistiky, jakožto formy turistiky, která je udržitelná a prospěšná svým přispíváním k ochraně především přírodního kulturního dědictví, jsou v současné době zaštitěny programem UNEP (Organizace spojených národů pro životní prostředí). Společnost pro ekoturistiku definuje ekoturistiku jednou větou: *„odpovědné cestování do přírodních oblastí, které chrání životní prostředí, a zlepšuje prosperitu místních lidí“*.

Podle Příbylové a Jandové (2007) jedná se o turistiku, kde zásadními aktivitami jsou pěší turistika, hipoturistika, vodáctví, cyklistika. Mezi další aktivity může patřit fotografování při pozorování přírodních krás jako jsou rostliny a živočichové, které pozorujeme v jejich bezprostředním prostředí. Ekoturistikou získávají místní obyvatelé především alternativní pracovní místa a tím příležitost k výdělku. Také se těmito možnostmi zvyšuje těmto lidem životní úroveň. *„Je potřeba však šířit povědomí o potřebě chránit přírodní a kulturní bohatství“* (Příbylová a Jandová, 2007).

Hipoturistika

Stříbrná (2015) uvádí, že hipoturistika, tedy jezdecká turistika, je v současné době velmi významnou a oblíbenou součástí cestovního ruchu. Poptávka po hipoturistice neustále roste.

Právě díky hipoturistice mohou návštěvníci svůj volný čas využít k vyzkoušení nového. Hipoturistika je součástí vytvoření vzájemného vztahu mezi klientem, zvířetem a přírodou. (Velemínský, 2007)

Hipoturistika je definována Páskovou a Zelenkou (2012) jako druh cestovního ruchu, při kterém se klienti účastní vyjížděk na koních. Tyto vyjížděky jsou součástí nabídky při pobytu na farmě či hostelu. Projížďky na koních mají také efektivní rehabilitační a léčebné účinky.

Dle Zeipeltla a kol. (2010) by se dalo říci, že hipoturistika je kombinace rekreace a jízdy na koni. Vzájemné pojení rekreace s jízdou na koni v České republice neustále roste, nejen vzhledem k dostupnosti pro osoby všech životních stylů a různého věku, ale i pro nemocné, kdy se hipoterapie stala v posledních letech velmi účinným ozdravným a vyhledávaným prostředkem, jelikož se jedná o komplexní formu terapie prováděnou koněm.

Hipoturistika v současné uspěchané době poskytuje velmi důležitou formu duševního odpočinku, je tedy vhodnou formou relaxace. Jezdeckví je aktivní formou trávení volného času, kdy slouží k návratu člověka k přírodě, navázáním bližšího kontaktu s koněm, který prokazatelně působí příznivě na lidskou mysl, čímž se posiluje souznění člověka s přírodou (Velemínský, 2007).

O významu a přínosu koňské turistiky nejen pro rozvoj regionů hovoří i Kusnierz et al. (2005), kteří analyzují hipoturistiku jako příležitost pro další rozvoj agroturistiky a ekoturistiky. Skromné a chudé oblasti s nedostatkem příležitostí pro turisty, které se jeví jako turisticky nezajímavé, se mohou pokusit o rozvoj regionu právě prostřednictvím agroturistiky a ekoturistiky. Koncept aktivního odpočinku pro turisty na farmě, s možností využití přírodních krás, s ekologickými BIO produkty a jídly místní tradiční kuchyně, společně se starostí a péčí o zvířata a vyjížděkami na koních, je velmi zajímavý, zvláště pro zahraniční turisty.

Wyrzykowski (2002) uvádí, že hipoturistika patří mezi kvalifikovaný a specializovaný druh turismu. Vyžaduje, aby návštěvníci – turisté měli odpovídající schopnosti, organizátoři vlastnili řádnou certifikaci, odpovídající zázemí a vybavení.

Chataření a chalupaření

Podle Fialové a Marada (2008) se, za předpokladu využívání vlastních chat a chalup a jejich okolí k rekreačním pobytům, jedná o významnou součást domácího cestovního ruchu České republiky. Chalupaření a chataření přispívá k oživení venkova, k udržování tamějších objektů a jejich okolí. Chalupaření a chataření je často nazýváno pojmem „druhé bydlení“. Tyto objekty jsou využívány a označovány jako objekty sloužící jako přechodné místo pobytu uživatele, využívané převážně k rekreačním účelům. Mnozí je využívají od jara až do podzimu a přes zimu pak následně bydlí ve svých bytech. Tento typ cestovního ruchu má v České republice již dlouholetou tradici (Fialová a Marada, 2003).

Trypesová (2004) uvádí, že aktivity chatařů a chalupářů se datují již k polovině minulého století. Žádostivost a touha po přírodě byla naplňována především odjezdy a útky z měst, a to nejen mládeží a střední generací, ale i generací starší. K rozkvětu těchto aktivit přispěla, díky rozvoji automobilového průmyslu, dostupnost dopravy osobním vozidlem, čímž se tento druh cestovního ruchu stal dostupným pro běžné obyvatele. Současně k tomu trendu přispěl volný celý víkend od soboty do neděle, ale i moderní sociální trend být vlastníkem tzv. druhého bydlení. Být majitelem takových rekreačních objektů či staveb mělo význam i ve formě dobře investovaných finančních prostředků.

Podle Pácla (1988) je právě český chalupář a chatař především výborný domácí kutil. V současné době je však k dispozici bohatá nabídka služeb poskytovaných profesionálně, ať už v rámci rekonstrukcí a staveb domu či starostí o zahradu či pozemek. Chalupáři a chataři dnes proto častěji šetří svůj drahocenný čas pro své záliby, sport, relaxaci, odpočinek, turistiku, poznávání okolí a další aktivity, zatímco využijí služby uvedených profesionálů ke zvelebování a údržbě svých objektů.

3.2.2 Cílové skupiny venkovského cestovního ruchu

Rodiny s dětmi

Dle Stříbrné (2005) mezi nejrozšířenější návštěvníky venkovské turistiky patří v poslední době především rodiny s dětmi. Mají zde možnost odpočinku, relaxace, využití přírody, poznávací, sportovní i zábavné využití. V současné době se mnoho lidí vrací k trávení dovolené v českých zemích. Mnozí z nich jsou již nabaženi pobyty u moře v lokalitách, kde probíhá tzv. „boom“ českých turistů. Rodiny s dětmi motivuje mnoho aspektů, mezi nejdůležitější patří klid, příroda, kvalitní zdravá strava – nejlépe v BIO kvalitě, pohyb a pobyt na čerstvém vzduchu. Lidé, kteří žijí ve větších městech, vyhledávají čím dál častěji místa k trávení svých dovolených v přírodě a na venkově. Obzvláště rodiny s dětmi vyhledávají velmi často kontakt se zvířaty, ale i možnost pestrého využití velkého volného prostoru pro hraní her, rozvádí Stříbrná (2005).

Návštěvníci kladoucí důraz na zdravý životní styl

Podle Zeipeltla a kol. (2010) se v poslední době mnoho lidí soustředí na sebe, na své zdraví a svůj zdravý životní styl, proto i tato cílová skupina vyhledává již uvedené přednosti klidu, využití přírody, sportovního vyžití, BIO potravin a kvalitní stravy.

Senioři

Dle Kotíkové (2013) se jedná o skupinu osob starších 55 let, toto rozdělení však platí především pro Evropu. Senioři rádi konají výlety na různá místa, akce, poutě, místní slavnosti apod. Jsou však náročnými klienty. Vyžadují zpravidla sociální zařízení na pokoji, vytápěné prostory, možnost sledování televize, prostor pro čtení knih, novin a časopisů, a především klidné prostředí. Většinou není vítána kombinace starších manželů a rodin s dětmi. Zvýšený hluk dětí by mohl negativně ovlivnit spokojenost z pobytu těchto klientů (Zeipelt a kol., 2010).

Skupiny dětí (školní skupiny, tábory, zájmové oddíly)

Podle Zeipeltla a kol. (2010) se jedná o skupiny dětí s pedagogickým dozorem, které jsou organizovány především za účelem zotavení, například školy v přírodě. Tyto skupiny, vzhledem k rekreaci dětí, mají přísné hygienické a stravovací předpisy. Po předchozí

konzultaci s pedagogickým doprovodem je vhodné dopředu domluvit program, který je třeba přizpůsobit okolí, kulturním památkám, místním atrakcím a přírodním aktivitám, možným výletům po okolí. Děti může nadchnout také jízda na koni, ošetřování zvířat, ale i nácvič písni, tance či divadelního představení, noční pochody, bojové hry apod.

Sportovně založení návštěvníci

Obvykle očekávají plnění svých zvláštních přání, týkajících se tréninku. Může se jednat o trénink běhu, jízdy na koních, cyklistiky, turistiky, tenisu a další aktivit, např. horolezectví, stolního tenisu, golfu, minigolfu, rybaření, lyžování. Některé sporty lze realizovat přímo v prostředí ubytovacího areálu – objektu, jiné v blízkém okolí, popřípadě v nedalekém sportovním klubu či sousedním městě. Pro tento segment klientů je dobré zabezpečit možnost zápůjčky sportovních potřeb, odpovídajících cílové skupině, jako jízdní kola, koloběžky, lyže, rakety a další. Lze také zorganizovat hvězdicové výlety, např. do jiných sportovních areálů, na sportovní utkání, po selských dvorech, na farmu apod. (Zeipelt a kol., 2010).

Tělesně a zdravotně postižení

Jedná se o skupinu klientů, kteří potřebují speciální stavební úpravy a možnost bezbariérového přístupu a pohybu v obytných prostorách objektu. Nutné bývají širší dveře, vjezdy na toalety, přístup do sprch, cesty bez schodů, případně použití schodišťových plošin či schodolezů, bezbariérový přístup k venkovním aktivitám, do chlévů, k výběhům zvířat apod. Pro tyto hosty je vhodné zajistit jízdu na koni, protože hipoterapie je pro ně vhodnou léčebnou metodou. Vhodné je pro ně také plavání a lze organizovat společenské hry a sporty, odpovídající stupni indispozice klienta (Zeipelt a kol., 2010).

3.2.3 Podnikání ve venkovské turistice

Jandová a Příbylová (2007) sdělují, že podnikatelská činnost prováděná na venkově se prakticky neodlišuje od obvyklého podnikání. Hlavním cílem je, jako u všech ostatních druhů podnikání, zisk. Podnikat ve venkovské turistice mohou nejen majitelé farem a pracovníci v zemědělství, ale i lidé na venkově žijící, vlastníci chalup či zemědělských usedlostí. Většinou jsou motivováni chutí rozšířit své aktivity s cílem zlepšení hospodářské činnosti, zhodnocení nemovitosti či možnost výdělků. Je nutné si však uvědomit, že výdělek nepřijde okamžitě, ale že se výsledky dostaví až po určité době podnikání a zpravidla je podmíněn také investicemi.

Součástí politiky podnikání a zvýšení zisku je vždy přilákat a získat nové klienty – návštěvníky, ale také si udržet a přimět k opakované návštěvě i ty, kteří tu již byli. Podnikatel by měl připravit pro své hosty zajímavé aktivity a doprovodný program, aby docházelo nejen k samotnému návratu návštěvníků, ale i zisku nových klientů na základě doporučení. V oblasti venkovské turistiky je klíčové pečovat především o to, aby nabídka byla atraktivní nejen pro všechny věkové kategorie, ale i pro různé cílové skupiny. Je nezbytné přizpůsobit nabídku jejich potřebám, požadavkům a přáním. Právě pak totiž může být plně využit potenciál venkovské turistiky, která je formou cestovního ruchu vhodnou pro návštěvníky všeho věku, od dětí až po starší generaci, píše Stříbrná (2015).

Turismus je považován za jedno z největších odvětví světového průmyslu (Wallace and Russel, 2004; Saarinen, 2006) se stále se zvyšujícím ekonomickým růstem (McAreevey and McDonagh, 2010). Například v roce 2005 zaznamenaly státy Evropské unie 440 milionů turistů, kteří vytvořili 10 % hrubého domácího produktu EU a 20 mil. pracovních míst (Denman and Mihalič, 2007). Venkovský turismus pak přináší významný příspěvek do venkovské ekonomiky a také do průmyslu na turismus vázaného. Je odhadováno, že v Anglii venkovský turismus vytváří 380 000 pracovních míst (Haven-Tag and Jones 2012). Na základě těchto statistik se experti domnívají, že turismus má velký potenciál přispět k regionálnímu ekonomickému růstu (Wilson et al., 2001; Jensen-Butler et al., 2007; Deller, 2010). Důvodem je to, že peníze, které turisté utratí, se vrací různými způsoby zpět do turistického průmyslu, což se aktivuje růst místní ekonomiky – to platí ovšem pouze v případě, že lidé, kteří provozují turistické zařízení, dostanou svou provizi z místní ekonomiky. Pokud se tak nestane, což bývá často případ národních a nadnárodních hotelových řetězců, benefity pro region bývají pouze zanedbatelné (Jensen-Butler et al., 2007; Belletti et al., 2013).

Za účelem úspěšného rozvoje ekonomicky fungujícího turistického průmyslu je nutné rozvinout atraktivní a konkurenceschopný turistický profil. To znamená, že turistická destinace musí nabídnout různé druhy produktů a služeb (Haugland et al., 2011; Dong et al., 2013), které budou neustále přizpůsobovány změnám v požadavcích od všech zainteresovaných stran využívajících služby tohoto průmyslu (McAreevey and McDonagh, 2010; Belletti et al., 2013). Dalším důležitým aspektem je, že turistický profil je rozvinut a vychází zevnitř samotného regionu, aby mohl být akceptován také místními obyvateli, kteří v regionu žijí, stejně tak, jako turisty. Regiony, které nejsou schopné konkurence, a kde

turistická infrastruktura, spolu s přístupem k turistům, nedosahují standardů, které turisté očekávají, nebudou schopny v dlouhodobé perspektivě z turismu profitovat. Dále je nepostradatelný ofensivní (útočný) marketing a reklamní kampaně pro daný region (Wilson et al., 2001). Propojení regionu s dalšími zájmovými oblastmi a destinacemi je pak výhodou, neboť skýtá příležitost k výměně zkušeností a turistů (Fink and Plankl, 1998; Haugland et al., 2011).

3.2.3.1 Právní aspekty podnikání ve venkovském cestovním ruchu

Podnikatelská činnost v cestovním ruchu zaměřeném na venkovskou turistiku je spravována stejnými právními předpisy a zákony, kterými se řídí podnikání v cestovním ruchu obecně. Legislativně definuje povinnosti především pro podnikatele ve stravovacích a ubytovacích službách. Pro venkovskou turistiku a agroturistiku neexistují v současné době žádné speciální právní normy. Ty by bylo možné rozvíjet zejména v rámci ustanovení platného obchodního a občanského zákoníku, živnostenského zákona, popř. dalších právních předpisů. Důležité zákony a legislativa pro agroturistické podnikání jsou podle Markové (2014) následující:

- **Občanský zákoník** (zákon č. 89/2012 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- **Zákoník práce** (zákon č. 262/2006 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- **Živnostenský zákon** (zákon č. 455/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- **Zákon o účetnictví** (zákon 563/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- **Zákon o dani z příjmů** (zákon č. 586/1992 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- **Zákon o dani z přidané hodnoty** (zákon č. 235/2004 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- **Zákon o dani silniční** (zákon č. 16/1993 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- **Zákon o dani z nemovitosti** (zákon č. 338/1992 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- **Zákon o správních poplatcích** (zákon č. 634/2004 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- **Zákon o správě daní a poplatků** (zákon č. 337/1992 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- **Zákon o soudních poplatcích** (zákon č. 549/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů)

- **Zákon o místních poplatcích** (zákon č. 565/1990 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- **Zákon o pojistném na všeobecném zdravotním pojištění** (zákon č. 592/1992 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- **Zákon stavební** (zákon č.183/2006 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- **Zákon o zajištění dalších podmínek bezpečnosti a ochrany zdraví při práci**(zákon č. 309/2006 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- **Zákon o ochraně veřejného zdraví** (zákon č. 258/2000 Sb., ve znění pozdějších předpisů)
- **Zákon o pojištění na sociálním zabezpečení a příspěvků 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, poslední novela 214/2006 Sb.)
- **Požární předpisy**
- **Pojištění produktu cestovního ruchu**
- **Hygienické předpisy**

Problematikou venkovského cestovního ruchu včetně agroturistiky se zabývá řada institucí a organizací, mezi něž patří například:

- Ministerstvo životního prostředí ČR
- Ministerstvo zemědělství ČR
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR
- Ministerstvo sociálních věcí ČR
- Ministerstvo kultury ČR
- Ministerstvo školství ČR
- Národní informační středisko ČR
- PRO – BIO Svaz ekologických zemědělců ČR
- LEA – Liga Ekologických Alternativ
- Asociace vzdělávacích zařízení pro rozvoj venkovského prostoru
- Asociace turistických informačních středisek A.T.I.S.

3.2.4 Marketing a marketingové nástroje agroturistiky

Marketing cestovního ruchu (včetně agroturistického) je podle Zeipeltla a kol. (2010) specifický především tím, že hlavním předmětem obchodu není výrobek, ale „služba“. Základní principy jsou stejné, jen je nezbytné mít na paměti, že ve službách převládá přímý kontakt poskytovatele – prodejce se zákazníkem – klientem. Z rozsáhlé škály marketingových stanovisek, s ohledem na marketingové strategie, je prvořadou záležitostí produktu, podpory prodeje a stanovení cílových skupin zákazníků.

Marketingová strategie

Podle Kotlera a Armstronga (2004), kteří uvádí, že ne pokaždé se podaří oslovit veškeré skupiny zákazníků, je vždy dobré si nejprve definovat, a následně podchytit a oslovit, zájmovou skupinu potenciálních klientů – zákazníků. Při výběru této skupiny je nezbytné mít již promyšlený plán, jaká mohou být jejich přání, a jak uspokojit. Měli bychom mít také záložní plány a programy, které nám poskytnou s možností flexibilně reagovat na poptávku jiných skupin klientů – zákazníků, abychom i jim alespoň z části naplnili některá jejich přání a očekávání.

Moravec (2006) ve své knize píše, že správné určení cílových skupin je nezbytné obzvláště kvůli směřování reklamy co nejlepším směrem, a to i s ohledem na práci s veřejností. Tuto skupinu lze správně identifikovat pomocí jednoho z nástrojů marketingového mixu – výzkumu trhu. Díky němu zjistíme nejen, co lidé od venkovské turistiky očekávají, ale především jaké mají představy a přání. Požadavky jsou závislé na pohlaví osoby, věku, zda cílíme na jednotlivce, či skupiny, v případě skupin je také zásadním faktorem jejich velikost.

Kotler (2000) uvádí „*Podnikatel si při uvažování o marketingové strategii musí položit následující otázky:*

- 1) **KDO** – správné zaměření na správnou skupinu zákazníků
- 2) **CO** – jaká bude nabídka služeb vhodná pro tyto vybrané skupiny zákazníků
- 3) **JAK** – jakým způsobem tyto zákazníky oslovíme
- 4) **KDE** – jak velkou roli hrají lokalita a místa cestovního ruchu při rozhodování zákazníků “

Nejen ve sféře venkovské turistiky musí nabídka obsahovat dostatečně široké spektrum služeb, a to od těch základních, jako ubytování a stravování, až po služby doplňkové, počínaje dopravou, sportovními, kulturními a dalšími možnostmi vyžití.

Moravec (2006) píše, že zákazníky je třeba oslovit zcela záměrným marketingem, nejen prostřednictvím reklamy tištěné (katalogy, bulletiny, letáky), ale také cestou médií (televizní či rozhlasové spoty), aby se služby dostaly do podvědomí lidí. V tomto případě se vyplatí spolupracovat především s organizacemi zabývajícími se cestovním ruchem, jež disponují dostatkem kvalitních propagačních materiálů.

Kotler (2007) ve své knize prezentoval ideu Johna Wanamakera: „*Vím, že polovina mého rozpočtu na reklamu vyjde nazmar, nevím ale, která polovina to je.*“

Obrázek č. 3: Struktura produktu agroturistiky



Zdroj: Vlastní zpracování

Způsob propagace a prezentace služeb

Moravec (2006) popisuje ve své literatuře několik prostředků prezentace a propagace služeb v rámci venkovské turistiky (VT). Provozovatelé – podnikatelé v oblasti ubytování, stravování a jiných služeb, mají mnoho možností a způsobů poskytování informací veřejnosti i potenciálním klientům. Záleží především na nich, kterou formu propagace zvolí a dají jí přednost. Nejčastější reklamou je inzerce v denících a časopisech, ale i katalozích, vydávaných profesními sdruženími (například Svaz podnikatelů ČR ve venkovské turistice a agroturistice vydává katalogy Stezky dědictví, Prázdniny na venkově), popřípadě ve spolupráci s cestovními kanceláři. Mezi nejefektivnější propagační možnosti a nejúčinnější reklamu však patří pozitivní doporučení a reference od rodiny a známých. Na doporučení a kladné reference spokojených klientů následuje zřejmě nejčastěji reakce nových potencionálních návštěvníků a klientů.

Dalším, v dnešní době velmi často používaným druhem propagace, jsou vlastní webové stránky. Na nich jsou nabízeny služby, ceníky, mapky a další důležité informace pro klienty. Mezi velmi rozšířené a oblíbené propagační materiály patří také letáčky, kde je doplněna mapa – plánec, jak se dostat k nabízenému místu či službě. Pohlednice, s uvedenou adresou a kontaktem na poskytovatele služeb, patří také mezi významné reklamní doplňky.

Další, ale již poněkud nákladnější varianta, je propagace formou reklamních tabulí (poutačů), které upozorňují na nabízené služby.

V rámci propagace je velmi vhodné umístění letáčků s nabízenými službami v místě atraktivity nebo v informačním středisku, které poskytuje nabídky místních a regionálních produktů cestovního ruchu. Obce, které jsou sdružené v mikroregionu, by se měly aktivně snažit o vzájemnou a společnou prezentaci celé oblasti. Právě ta by následně mohla zviditelnit nejen jejich vlastní nabídky, ale také vhodně zvolenou škálou produktů společných, které mimo jiné podpoří i dobrou image mikroregionu jako celku. Hlavní význam je spatřován především v tom, že společnou a vzájemnou prezentací, ale i následným propojením organizace akcí, lze přinést daleko větší a lepší efekt, než kterého by dosáhly individuální aktivity jednotlivých obcí. V takových mikroregionech by tedy bylo vhodné vytvoření společného produktového balíčku, který by turistům a návštěvníkům nabídl atraktivní aktivity a zážitky, uvedl Kotler (2002).

Placená propagace:

- inzerce – s inzercí se můžeme setkat v tisku, denících, regionálních zpravodajích, ale tato reklama a inzerce může být i v odborných či společenských časopisech.
- barter (směna – protislužbou) – vzájemná výměna, např. za reklamu v médiích lze využít protislužbou reklamu vyznačením loga rádia či novin na vstupenkách, stáncích apod.
- letáky – jedná se o vytvoření letáků na jednotlivé akce, kupříkladu společné s místními akčními skupinami, sloužící k propagaci nejen akcí samotných, ale i pořádajících středisek
- pohledy – mohou obsahovat kontakt či mapku, výhodou tohoto produktu je, že si návštěvníci pohled zakoupí, a ještě propagují dané středisko
- samolepky, odznaky, upomínkové předměty – drobné předměty, které je možno zakoupit jako drobné dárky, či na památku
- billboardy – jedná se o pronájem reklamních ploch s možností propagace středisek
- televizní či rozhlasová reklama – jedná se o reklamu, která je sice dosti účinná, ale velmi finančně náročná
- výroba filmů – krátký propagační film vyrobený za účelem reklamy a propagace
- mapky – jedná se o mapy s vyznačením nejen turistických tras, ale i hipostezek, cyklostezek a významných míst v okolí

Propagace zdarma:

- články v časopisech, novinách – o činnosti středisek – redakce chtějí napsat o našem zařízení a o akcích, které se zde konají což je pro středisko reklama zdarma
- tisková konference – jedná se o pozvání zástupců médií, na tiskovou konferenci, kde získají potřebné informace o aktivitách středisek.

- internet – nejvyužívanější propagace současné doby (je možná též placenou formou)
- IC – propagační materiály o střediscích a jejich akcích, na akce je pak potřeba větší propagace, např. vývěsky u IC a na úřadech

3.2.5 Poradenské a informační služby

Problematikou venkovského cestovního ruchu a informačními poradenskými a vzdělávacími službami se v České republice zabývá především organizace ECEAT CZ, dále CzechTourism, Svaz venkovské turistiky a některé další organizace.

ECEAT – Evropské centrum pro ekoagroturistiku

Obrázek č. 4: Znak ECEAT



Zdroj: <https://www.eceat.cz/eceat-o-nas/>

Centrum sídlí v Amsterdamu, ECEAT CZ je jeho českou odnoží, která sídlí v Brně. Jedná se o neziskovou organizaci založenou v roce 1992, aby mohl být realizován první projekt cestovního ruchu na ekofarmách. Byl financován nizozemskou vládou nejen v České republice, ale i Maďarsku a Polsku. V současné době je ECEAT registrován v ČR jako spolek. V 90. letech přinesl ECEAT do České republiky „tzv. agroturistiku (cestovní ruch ve spojení s farmami) či ekoagroturistiku (cestovní ruch ve spojení s ekologicky hospodařícími farmami).“ ECEAT CZ má zásadní podíl na rozvoji agroturistiky a ekoagroturistiky v České republice (Zeipelt a kol., 2010).

Svaz venkovské turistiky

Obrázek č. 5: Znak venkovské turistiky



Zdroj: <https://www.svazvta.cz/>

V roce 1997 byl založen na popud Ministerstva pro místní rozvoj, sekretariát tomuto svazu řadu let zajišťoval ECEAT. Hájí zájmy podnikatelů ve venkovské turistice a agroturistice. Svou činností přispívají k obnově tradic, údržbě krajiny, ke kulturnímu, k ekonomickému a společenskému oživení venkova.

Pro Svaz odborníci ECEAT sestavili první verzi tzv. „*Jednotného standardu ubytování v soukromí*“ a produkt „*Prázdniny na venkově*“. Mezi lety 2001-2009 zajišťoval ECEAT sekretariát mezinárodní organizaci ECEAT-International, jejímž je členem.

CzechTourism

Obrázek č. 6: Znak CzechTourism

Zdroj: <https://www.czechtourism.cz/>

Jedná se o státní příspěvkovou organizaci, kterou v roce 1993 zřídilo Ministerstvo hospodářství, a která dnes spadá pod Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky. Vznikla pod názvem Česká centrála cestovního ruchu, název CzechTourism nese od roku 2003. Jejím cílem je koordinovat propagaci České republiky jakožto turistické destinace, a to jak v zahraničí, tak v České republice. CzechTourism je členem Evropské komise cestovního

ruchu (*European Travel Commission*). Na vzdálených trzích vede společnou propagaci s jinými středoevropskými zeměmi.

EuroGites

Obrázek č.7: Znak EuroGites



Zdroj: <http://www.eurogites.org/>

K významným zahraničním organizacím patří společnost EuroGites. Tato společnost je evropskou federací venkovské turistiky, která nabízí informace o venkovské turistice ve 27 členských státech.

3.2.6 Externí zdroje financování venkovské turistiky

Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova (EAFRD) – Program rozvoje venkova České republiky (PRV). Prostřednictvím EAFRD jsou v České republice financované projekty, které jsou předloženy na podkladě programového dokumentu „*Program rozvoje venkova*“. Tyto projekty se člení dle priorit na čtyři osy definované tímto programem:

- Osa 1 – Zlepšení konkurenceschopnosti zemědělství a lesnictví
- Osa 2 – Zlepšování životního prostředí a krajiny
- Osa 3 – Kvalita života ve venkovských oblastech
- Osa 4 – Leader (podpora zapojení venkovských mikroregionů)

Na základě těchto vymezených os jsou následně aktivovány finanční prostředky z EAFRD, z něhož jsou poskytovány finanční prostředky na rozvoj venkova, spadající do gesce společné zemědělské politiky EU, což znamená, že se nejedná o strukturální fond.

Evropský fond regionálního rozvoje (ERDF) – Regionální operační program Severovýchod (ROP Severovýchod). Jedná se o další variantu čerpání veřejné podpory na rozvoj venkovské turistiky v rámci regionálního operačního programu. ROP jsou vymezeny podle regionů soudružnosti podle klasifikace NUTS 2. V České republice je sedm regionů soudružnosti. Vzhledem ke geografickému vymezení rozsahu diplomové práce by případným poskytovatelem při předkládání projektů byl region Severovýchod s řídicím orgánem „*Regionální rada regionu soudružnosti Severovýchod se sídlem v Hradci Králové, Kukleny, Pražská třída.*

Také Pena et al. (2014) sdílí názor, že ekonomický provoz může být podporován z prostředků, pocházejících z různorodých programů celého evropského rozvoje. Jedná se kupříkladu o investice do ubytování a zařízení pro ubytované na venkově. Tyto investice jsou klíčovou součástí mnoha významných rozvojových investic.

V České republice jsou v současné době k dispozici, v souvislosti s venkovským cestovním ruchem, následující oficiální produkty – „*Stezky dědictví*“, „*Prázdniny na venkově*“, „*Zelené stezky*“.

Stezky dědictví

Obrázek č. 8: Logo Stezky dědictví



Zdroj: <http://www.stezkydedictvi.cz/>

Jedná se o turistický produkt České republiky od roku 1994. Stezky jsou mezinárodně prověřeným marketingovým nástrojem na propagaci a rozvoj cestovního ruchu mikroregionů a krajů. Stezky jsou prezentovány jako to nejlepší z přírodního a kulturního dědictví, perfektními programy pro nezávislé, zodpovědné a přemýšlivé cestovatele. Turisté cestují samostatně, bez průvodce, ale s detailním popisem cesty den po dni.

Prázdniny na venkově

Obrázek č. 9: Logo Prázdniny na venkově



Zdroj: <http://www.projekt-pnv.cz/>

Prázdniny na venkově jsou oficiálním turistickým produktem České republiky, podporovaným agenturou CzechTourism. Cílem tohoto projektu je podpora využití venkovských ubytovacích kapacit – penzionů, malých kempů, chalup a farem. Tento projekt poskytuje začínajícím podnikatelům know – how, pomáhá jim vytvářet nové pracovní příležitosti a podporuje ekonomický rozvoj v obcích, bez nároku na vysoké investice.

Zelené stezky

Jedná se o asistenční a grantový program Nadace Partnerství. Jeho prostřednictvím Nadace poskytuje pomoc a podporu organizacím a projektům přispívajícím k udržitelnému rozvoji podél stezek a přírodních koridorů. Program Zelené stezky je zaměřen především na zabezpečení větší bezpečnosti cyklistů a chodců, na ochranu kulturního dědictví a přírody, rozvoj šetrného cestovního ruchu, zdravý životní styl a na dostupnou rekreaci.

4. Materiál a metody

Ke zpracování a k řešení dané problematiky jsou v diplomové práci využity následující metody:

- **Analýza dokumentů** – významné získávání informací z dokumentů a dalších dostupných zdrojů, kterými následně získáváme odpovědi na otázky výzkumu (Kraus, 2005).
- **Explorace – průzkum** – výzkum prováděný v terénu (Kraus, 2005) .
- **Interpretace** – metoda, která nám podává vysvětlení, výklad a objasnění zjištěných skutečností (Kraus, 2005).
- **Analýza výsledků terénních šetření** – třídění, rozbor a pořádkání skutečně zjištěných informací v terénu (Kraus, 2005).
- **SWOT analýza** – zjištění silných a slabých stránek a z nich vyplývajících následných příležitostí a hrozeb v dané oblasti (Kraus, 2005).
- **Komparace, komparativní metoda (srovnávací metoda)** – zjištění rozdílu mezi sledovanými procesy a jevy, využité pro následnou analýzu odlišností, popřípadě shod (Kraus, 2005)
- **Situační analýza** – jedná se o komplexní analýzu zachycující všechny podstatné informace a faktory, které ovlivňují současnou a budoucí situaci (Kraus, 2005).

Párové metody:

- **Indukce – dedukce** – indukci označujeme úsudek a metodu zkoumání, kdy se z jedinečných výroků následně usuzuje na obecný závěr. Jedná se tedy o postup, kdy směřujeme od zvláštního k obecnému (Kraus, 2005).
- **Abstrakce – konkretizace** – abstrakce označuje jeden z podstatných momentů procesů poznání. Je založená na odloučení zvláštností a odlišností, čímž se dospívá ke zjištění podstatných a obecných vztahů a vlastností sledovaného jevu. Konkretizace je způsob poznání založený na uskutečnění, upřesnění

a realizaci, přičemž sledovaný jev, na základě dílčích dat, popisujeme, definujeme, specifikujeme, a tím mu dáváme konkrétní podobu (Kraus, 2005).

- **Analýza – syntéza** – analýzou rozumíme formu zkoumání jednotlivých položek a vlastností činnosti nebo sledovaného jevu, při které se činnost rozkládá na jednotlivé části, jejichž vlastnosti jsou následně předmětem vlastního zkoumání. (Kraus, 2005). Syntéza je opakem analýzy, kterým následně shrnujeme jednotlivé úsudky, případně zjištění, v jeden celek (Kraus, 2005). Bude provedeno kvalitativní a kvantitativní šetření, na jehož základě, a také základě nastudované literatury a podkladů, pak budou potvrzeny nebo vyvráceny hypotézy a vytvořena SWOT analýza.

4.1 Charakteristika sledované oblasti – Pardubický region

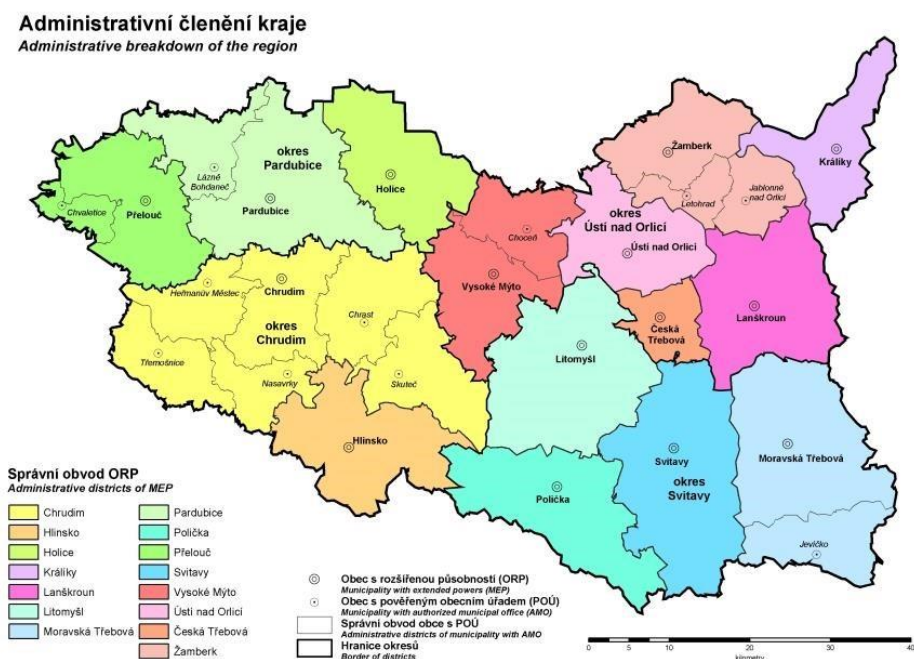
Podhorský (2004) uvádí, „*Pardubický kraj je vyšší územně samosprávný celek, jehož území se nachází v jižní části Východočeského kraje. Na východě sousedí s Olomouckým krajem, na jihovýchodě s Jihomoravským krajem, na jihu s krajem Vysočina, na západě se Středočeským krajem, na severozápadě s Královéhradeckým krajem a na severu s polským Dolnoslezským vojvodstvím. Většinu území tvoří pahorkatiny a vrchoviny, které přecházejí do nížin kolem řeky Labe. Na hranici s Polskem se tyčí třetí nejvyšší pohoří v Česku, Králický Sněžník. Na něj od severozápadu navazují nižší a plošší Orlické hory.*“ Na jihu následně začíná CHKO Železné hory a Žďárské vrchy, Českomoravská vysočina. Klimatické a přírodní podmínky Pardubického kraje jsou z geografického hlediska velmi členité. Pardubický kraj má ze všech krajů v České republice největší rozdíly v nadmořské výšce.

Podle Šebka a Bartoše (2004) je nejnižším bodem hladina Labe u Kojic ve výšce 202 m. n. m., a nejvyšším bodem je poté již zmiňovaný Králický Sněžník s nadmořskou výškou 1 423 m, představující jedno z nejvyšších míst v ČR.

Podhorský (2004) ve své publikaci dále uvádí, že má Pardubický region rozlohu 4 519 km² a žije zde přibližně 518 tisíc obyvatel. Region se skládá ze čtyř okresů, jimiž jsou Svitavy, Ústí nad Orlicí, Chrudim a Pardubice. „*Pardubický kraj svou rozlohou 4 519 km² ve srovnání s ostatními kraji České republiky, včetně hlavního města Prahy zaujímá pěkné desáté místo, čímž tvoří necelých 6 % území státu.*“ Tento region je velmi význačným v rámci celé České republiky. Může se pochlubit přírodními krásami, ale i památkami

a kulturním dědictvím UNESCO. Celá oblast Pardubického kraje je velmi rozmanitá a rozsáhlá.

Obrázek č. 10: Administrativní členění Pardubického kraje



Zdroj:

[http://notes3.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/7F0041878D/\\$File/53101109m02.jpg](http://notes3.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/7F0041878D/$File/53101109m02.jpg)

Dle Soukupa (2000) se Pardubický kraj nachází převážnou většinou své plochy ve východních Čechách. Západní část pak zasahuje také na území Moravy. S krajem Královéhradeckým a Libereckým vytváří, v rámci strategie České republiky, tzv. NUTS 2 – Severovýchod.

Pardubický kraj má také výborné ekonomické podmínky a infrastrukturu. Dle Českého statistického úřadu „v Pardubickém kraji činil v roce 2015 hrubý domácí produkt (HDP) na 1 obyvatele 80,8 % průměru ČR (o 0,5 procentního bodu méně, než činil revidovaný údaj za rok 2014). Na tvorbu HDP působí v kraji rozhodující měrou služby, které představují 52,2 % hrubé přidané hodnoty (HPH) kraje. Stěžejní je i průmysl, jehož podíl na HPH kraje v roce 2015 dosáhl 37,3 %. Stavebnictví se na HPH podílelo 6,5 %.“

V kraji je významná průmyslová tradice, zejména v průmyslu elektrotechnickém, chemickém, jenž je koncentrovaný v Pardubicích, strojírenském, kovodělném, potravinářském a textilním.

Dle Langerové (2004) jsou hlavním oborem, rozvíjejícím se ve službách, informační technologie. Pardubice mají zároveň silné postavení v oblasti finančních služeb – pojišťovnictví. Nachází se zde mnoho bankovních domů různých firem. V Pardubicích mají sídlo také Pojišťovna České spořitelny a ČSOB pojišťovna. Jedná se o dvě nejvýznamnější pojišťovny České republiky. Pardubický kraj se velkou měrou podílí i na českém průmyslu. Nejvýznamnější jsou elektrárny Opatovice a Chvaletice. V Pardubickém kraji se nachází množství dalších podniků z oblasti průmyslu potravinářského (Pardubický perník), chemického (Paramo, Synthesia), textilního, oděvního, strojírenského (Karosa Vysoké Mýto), kožedělného nebo elektrotechnického (ETA Hlinsko). Poloha Pardubického kraje v oblasti Polabí také velmi prospívá zemědělství. Pěstovány zde jsou zejména brambory, řepa, obiloviny, kukuřice, či řepka olejka (Langerová, 2004).

4.2 Podmínky pro rozvoj turistiky

Pardubický kraj je podle Langerové (2004) zajímavou oblastí, co se týče historických památek a přírodních úkazů. Turisté a návštěvníci zde mohou nalézt zajímavá místa nejen k odpočinku, ale i sportu. Lidé, kteří preferují cykloturistiku, si zde vždy mohou vybrat vhodnou trasu. Cyklostezky jsou v tomto kraji vybudovány téměř kompletně. Vyhovují nejen všem věkovým skupinám, ale i výkonnostním třídám, vzhledem k tomu, že v regionu není velmi výrazné převýšení terénu. Stezky jsou vedeny převážně v lesních porostech, tudíž je jízda pro návštěvníky příjemná i za velmi horkého letního počasí. K významnému turistickému zájmu o Pardubický kraj přispěly také hipoturistické jezdecké stezky, které k Pardubickému kraji neodmyslitelně patří stejně tak, jako známé osobnosti. Řadíme mezi ně například průkopníka létání Jana Kašpara, vynálezce hromosvodu Prokopa Diviše, bratrance Veverkovy, kteří stojí za vynálezem ruchadla, ale i vynálezce lodního šroubu Josefa Ressela.

Klenotem architektury a památek Pardubického kraje je dle Podhorského (2004) Pardubický zámek, který bohužel není zapsán v seznamu UNESCO. V něm je v současné době, v rámci kraje, zapsán pouze renesanční zámek v Litomyšli, od Pardubic vzdálené 50 km. Dalšími významnými městy jsou Chrudim, která má velký význam pro kulturní rozvoj kraje a regionu, a to především významným festivalem „Loutkářská Chrudim“, ale i muzeem

loutek, jelikož loutkářství je od roku 2016 nehmotným kulturním dědictvím na seznamu UNESCO. Další významná města Polička, Vysoké Mýto a Hlinsko, významné souborem lidových staveb a Masopustem, jenž je také součástí nehmotného kulturního dědictví seznamu UNESCO.

Jak uvádí Vorel (2000), v Pardubickém kraji nalezneme též velké množství chráněných krajinných oblastí, přírodních památek a parků, a památných stromů. Suchý vrch, jenž je nejvýchodnějším cípem Orlických hor, řadíme mezi nejvýznamnější přírodní parky. Dalšími významnými oblastmi jsou Kralický Sněžník a Heřmanův Městec. Vzhledem k tomu, že je celé území kraje protkáno obrovským množstvím turistických a cykloturistických cest, mají návštěvníci možnost se dostat k těm nejatraktivnějším, nejzajímavějším, ale zároveň i nejdostupnějším místům. Přihlédneme-li k těmto aspektům, je evidentní, že vysoké industrializaci navzdory si region stále dokázal zachovat povahu „české krajiny“. Právě toto pak může být důvodem, proč se do Pardubického kraje stále vrací velký počet turistů.

Regionální rozvojová agentura Pardubického kraje (2009) uvedla: *„Pardubický kraj se skládá z pěti turistických oblastí, jimiž jsou Českomoravské pomezí, Pardubicko, Orlické hory a Podorlicko, Chrudimsko-Hlinecko a Kralický Sněžník. Každá z jednotlivých oblastí je charakteristická svou určitou dominantností. Na své si přijdou jak milovníci historických památek, skanzenů, zimních sportů, turistiky, hipoturistiky, cyklistiky, tak i příznivci wellness pobytů či rybaření“*.

Dle Soukupa (2011) má pro cestovní ruch význam středověký hrad Kunětická hora, dominující okolí nedalekého krajského města Pardubic. Na tento hrad směřuje většina cest návštěvníků přijíždějícím za odpočinkem. Je zde také možnost projížďky na koních, a ZOO park pod hradem, který nabízí možnost vyžití nejen pro rodiny s dětmi. Na úpatí Kunětické hory, v Rábech, se nalézá Muzeum perníku, kde sídlí i Perníkové hejtmanství. Celé okolí a území je protkáno hustou sítí cyklotras a cyklostezek, která se stále rozšiřuje. Nechybí zde ani podrobný turistický informační systém a důležitý odpočinkový mobiliář na všech trasách. Pro letní relaxaci nabízí území mnoho možností přírodního koupání v místních pískách.

Velmi významným aspektem Pardubického regionu pro turistické účely je hipoturistika, jelikož samotné město Pardubice je městem koní a perníku i ve znaku města je hlava koně. Pardubice jsou proslulé závodem „Velká pardubická“. Jedná se o dostih 6900 m dlouhý, při kterém musí koně překonat 31 překážek včetně slavného Taxisova příkopu, Irské lavice,

Hadího příkopu a Velkých zahrádek. Významným je i Státní zámek Slatiňany, národní kulturní památka, kde se nachází Hipologické muzeum a Hřebčín Slatiňany, který je součástí Národního hřebčína Kladruby nad Labem a od roku 1945 je spojen s chovem Starokladrubských vraníků. Nejvýznamnějším místem s ohledem na chov koní je výše zmiňovaný Národní hřebčín Kladruby nad Labem, významný chovem Starokladrubských vraníků a běloušů. Populace koní starokladrubských čítá přibližně 1300 jedinců, kdy se v tomto hřebčínu chová přibližně polovina tohoto počtu běloušů, a druhá polovina, kterou tvoří vraníci, je chována ve Slatiňanech. V současné době je v jednání zařazení „Cesty krajiny hřebčína“ do seznamu UNESCO. Rada památky Krajiny pro chov ceremoniálních kočárových koní v Kladrubech nad Labem, na prosincovém zasedání roku 2017 provedla zpracování připomínek k přihlášce do UNESCO k podané dokumentaci od sekretariátu UNESCO, od české pobočky ICOMOS a od Národního památkového ústavu. *„Novinkou v metodice UNESCO je možnost zohlednění připomínek a jejich zpracování, které zvyšuje šanci zápisu památky mezi světové unikáty. Z připomínek vzešla například malá změna názvu památky, kam přibylo slovo výcvik, takže nyní zní: Krajina pro chov a výcvik ceremoniálních kočárových koní v Kladrubech nad Labem. Totiž právě výcvik určuje potřebné parametry krajiny tak, aby vyhovovala například poloměru otáčení kočárových spřežení a dalším požadavkům“*, řekl Roman Línek, který je 1. náměstkem hejtmána Pardubického kraje. Na základě těchto jednání bude nyní dokumentace se zpracovanými připomínkami graficky a jazykově upravena. Následně pak verze v češtině a angličtině opakovaně podepíší ministři zemědělství a kultury. Čistopis byl prostřednictvím stálé mise České republiky při UNESCO doručen na sekretariát v Paříži. Části jednání Rady památky se zúčastnili také starostové měst Kladruby nad Labem a Řečan nad Labem, a místostarosta Přelouče, kteří oznámili, že připravují pro UNESCO podpůrné stanovisko dotčených obcí. Tímto práce Rady památky nekončí, ale bude pokračovat její role minimálně po dobu posuzování zápisu na seznam světového dědictví UNESCO. Celé schvalování a jednání však může trvat i dva až tři roky.

5. Výsledky

5.1 Kvalitativní výzkum

Podle Hendla (2005) spočívá kvalitativní výzkum především ve sběru dat a jejich empirickém výzkumu. Tento výzkum se skládá z pokládání otázek lidem, získávání jejich odpovědí, vyprávění a naslouchání (Hendl, 2005). Na základě vyhodnocení kvantitativního šetření následně probíhalo v období červen 2017 – leden 2018 prověřovací šetření kvalitativní. Na základě výsledků dotazníkového šetření byl připraven okruh otázek pro představitele měst a obcí, a zástupce IC v rámci kvalitativního šetření (příloha číslo 3).

Tato část výzkumu byla provedena formou nestrukturovaných rozhovorů. Byli osloveni náhodně vybraní zástupci státní správy, představitelé obcí a pracovníci IC. Rozhovory byly směřovány na zjištění jejich názorů na agroturistiku a venkovskou turistiku, dalším důležitým bodem pak byl názor dotazovaných na možnost zlepšení úrovně agroturistiky a venkovské turistiky v regionu.

Zjištěné poznatky lze shrnout následovně:

- a) Představitelé odboru kultury, sportu a cestovního ruchu Krajského úřadu byli schopni rozlišit základní pojmy. O střediscích této formy cestovního ruchu mají informace pouze na stránkách Východní Čechy, tyto informace však dle mínění představitelky Krajského úřadu nejsou dostačující. Bylo by třeba je aktualizovat a pravidelně doplňovat. Agroturistika a venkovská turistika je dle těchto informací zajímavá a určitě je přínosem pro region, ale bohužel nejsou žádné statistiky a výstupy z tohoto druhu cestovního ruchu. K ostatním otázkám se nevyjádřila.
- b) Starosta obce Spojil, pan Ing. Jan Křivka, na otázky autorky práce odpověděl následovně: pojmy jsou mu známy a navíc je jejich velkým příznivcem. Dle jeho názoru dostává pojem venkov, díky této turistice, velký společenský rozměr. Farmy v Pardubickém kraji zná, jedna z nich sídlí i přímo v obci Spojil, a to farma Apolenka. Z dalších zná farmu Němcová, farmu Novák, farmu Selský dvůr Lichkov a další. Názor pana starosty na propagaci byl, že z jeho pohledu je propagace dobrá. Upozornil však na skutečnost, že žluté lány řepky olejky mají

bohužel dnes v českém národním prostředí větší společenskou váhu, než vše dobré, co je lidem ku prospěchu i v rámci volnočasových aktivit. VT a AT jsou primárně přínosem pro venkov jako takový a vzhledem k tomu, že venkovský prostor zaujímá 75% českého území, má přínos nejen pro Pardubický kraj. Na otázku dotační problematiky bylo panem starostou sděleno, že doposud dotace z oblasti této struktury nečerpali. „Nicméně tato forma cestovního ruchu má u nás zelenou a podporu, což lze doložit našimi aktivitami. Jako např. finanční podpora společnosti Apolenka, zapojení obce do malovaných turistických map východočeského regionu, obecní úřad je zapojen do informačního systému Infopoint apod.“ sdělil starosta obce pan Ing. Jan Křivka.

- c) Podle informací pana Bc. Tomáše Kulhánka, DiS., zastupitele obce Česká Čermná, ležící v Královehradeckém kraji, jsou agroturistika a venkovská turistika v jejich regionu velmi známými termíny. Je u nich i velmi rozšířeným druhem cestovního ruchu vzhledem k tomu, že Královehradecký kraj z části zasahuje do Orlických hor a větší části do Krkonoš, kde v poslední době začínají být agroturistika a venkovská turistika turisty čím dál více vyhledávanými. Převážně se jedná o horskou turistiku zaměřenou na privátní farmy, především s chovem koní a tudíž i rozvoj jezdeckví a hipoturistiky, spojené dále i s wellness aktivitami. V Královehradeckém kraji v poslední době začíná velká propagace tohoto druhu turistiky, převážně formou reklam regionálních masmédií a reklam v regionálním tisku. Dle pana Bc. Kulhánka je agroturistika a venkovská turistika přínosem pro region především z důvodu ekonomických přínosů daným obcím, dalšími přínosy jsou propagace regionů těchto obcí, a převážně přínosným je i rozvoj podnikání v oblasti venkova. Podle jeho názoru by bylo možno ještě více rozvinout a zlepšit tento druh cestovního ruchu pomocí dotací, které lze čerpat. V našem regionu je čerpají provozovatelé podnikající převážně v oblasti farem skotu, kde daný podnikatel využije dotace např. z programu RVP nebo Leader, kterými jsou podporovány privátní subjekty. Mnohdy však bojují a mají problém se získáním těchto dotací kvůli obrovské byrokratické náročnosti. V Královehradeckém kraji, a myslím, že tomu tak bude ve všech krajích, má tuzemská turistika jistě zelenou, a přímou úměrou její propagace stoupá, a to i v podvědomí obyvatel. Dle názoru zastupitele je celkově AT a VT založena na nápadu jedince, jakou formu svého podnikání zvolí, jaký bude

mít přínos v oblasti environmentální, a jak návštěvníka zaujme. V současné době tento obor nemá zcela vytyčené hranice.

- d) Návštěvami v informačních centrech různých měst a obcí autorka zjistila, že propagace agroturistiky a venkovské turistiky je zde velmi malá a nedostačující. Z patnácti navštívených IC, měla pouze dvě informační centra propagační materiál agrofarem a venkovské turistiky, a jedno mělo propagační materiál pouze na výrobky farmy. Zaměstnanci IC mají většinou dobrou znalost pojmu agroturistiky a venkovské turistiky, ale poptávka po těchto turistických formách a tomto druhu cestovního ruchu je velmi malá, což odpovídá o nízké propagaci.

Nejdůležitější informací zjištěnou v rámci kvalitativního výzkumu je fakt, že všichni účastníci tohoto šetření podpořili význam tohoto druhu cestovního ruchu a turistiky. Za nejvýznamnější považuje autorka fakt, že agroturistika a venkovská turistika mohou přispět k rozvoji venkova a daného regionu, a stává se oblíbenou formou cestovního ruchu.

Pro další šetření autorka vybrala níže uvedené farmy vzhledem k tomu, že jejich majitelé byli ochotni strávit čas a poskytnout autorce důležité informace ke zpracování práce.

5.1.1 Ranč Oklahoma – agroturistická farma – Hrádek

Tato jedinečná farma se nachází v městečku Hrádek u Ústí nad Orlicí. Jedná se o farmu, kde je cesta k srdci ušlechtilých zvířat, koní, za pomoci přirozených metod komunikace, inspirována špičkovými jezdci, a především indiánskými způsoby rozmlouvání s těmito úžasnými a tajemnými bytostmi. Tato farma nabízí splnění snů romantiky indiánského táboření pro děti, ale i dospělé. Majitel farmy kolem sebe sdružuje skupinu lidí, které spojuje láska ke koním, a především obdiv k přírodní kultuře severoamerických indiánů, zvláště pak k jejich úžasnému citu pro koně, viz obrázek č. 11. Všechny jejich dovednosti spojili a vytvořili díky nim velkou řadu aktivit s koňmi, které klienty přenesou v čase na pláň divokého západu. Volný čas je zde možné trávit putováním na koních, netradiční dovolenou v indiánské vesnici v teepee, uprostřed přírody, s využitím kurzů jízdy na koni nejen pro začínající jezdce, ale i putováním po Orlických horách pro jezdce zkušené. V letních měsících pak Ranč Oklahoma nabízí letní dětské tábory s koňmi, letní kurz akademie, malí školáci pak mají možnost nahlédnout do světa koní v rámci školních výletů. Velmi často je tato skupina najímána na různé show a firemní akce s koňmi. Všechny nabízené produkty a možnosti jsou zároveň i jejich životním stylem. Naučíte se od indiánů, jak rozmlouvat jazykem koní. Navíc

se zde, v této indiánské vesničce, naučíte vlastníma rukama vyrobit korálkovou ozdobu, výrobky z kůže, dřeva, okrasné předměty, mokasíny či šípy dle indiánských vzorů. Ve volných chvílích je pak možné využít indiánskou saunu, rožnit maso na ohni, využít horských kol na výlety do okolí, ale i nedalekou řeku.

Obrázek č. 11: Ranč Oklahoma



Zdroj: <http://www.kone-indiani.cz/>

5.1.2 Sportovní areál a Penzion Kolesa

Penzion, na obrázku č. 12, leží v Polabské nížině 3 km severozápadně od Kladrub nad Labem v osadě Kolesa, na okraji borových lesů, poblíž kompletního sportovního areálu, který je vhodný pro všechny druhy jezdeckého sportu. Nachází se zde i fotbalové hřiště, obora se spárkatou zvěří, rybník s vodním ptactvem, poskytující možnost rybolovu, a stáje. V Penzionu jsou v nabídce dvou a tří lůžkové pokoje. V nabídce je celodenní stravování ve stylové restauraci s příjemným posezením v loveckém salonku, v letních dnech pak v altánu. K dispozici je i víceúčelový sál s technickým vybavením, vhodný pro firemní prezentace a školení, rodinné oslavy, svatby, rauty a další akce. Návštěvníci v penzionu Kolesa naleznou útulné prostředí pro sport, zábavu, relaxaci a společenské akce. Budou mít možnost zahrát si kopanou, stolní tenis, kulečnický či volejbal, v případě zájmu pak mohou využít rybník k rybolovu. Ve stáji Vasury, která patří k objektu, je možné využít mnoho služeb, například výuku jízdy na koni, či vození dětí na pony. Při svatbě či rodinných oslavách je možno využít kočáry. Pro čtyřnohé miláčky je v nabídce kvalitní ustájení s možností výběru ze dvou druhů boxů, a to buď venkovní 3x3 m, vhodný pro koně s dýchacími potížemi, nebo vnitřní boxy 4x4m. Boxy jsou prostorné s automatickou napáječkou. Jako podestýlka je využita sláma, kvalitní seno, senáž a oves. V případě zájmu není problém zajistit granule. Pro koně jsou zde připraveny také kvalitní výběhy a pastva. Služby kováře a veterináře jsou také součástí nabídky. Další službou je příprava koní pro sportovní ježdění pod odborným dohledem, zkoušky základního výcviku klisen, příprava mladých koní do soutěží – parkur, všestrannost, drezura a trénink dostihových koní pro překážkové dostihy. Tyto přípravy jsou poskytovány s možností využití vlastního dostihového závodiště. Pro návštěvníky s dětmi je nabízena Pony školička, určená pro děti ve věku od 3 let do 14 let. Ty se zde pod dohledem odborné instruktorky a trenérky ČJF naučí správnému přístupu ke koni, čištění, ošetřování, uzdění, sedláni, a také základům jízdy na koni neosedlaném – voltiž.

Obrázek č. 12: Sportovní areál a Penzion Kolesa



Zdroj: <http://www.elektrovasury.cz>

5.1.3 Ranč Bělečko

Ranč Bělečko se nachází v obci Bělečko u Býště. Ranč v současné době chová 15 koní, pštrosy, lamy, kozy, prasata, hospodářská zvířata, slepice, kachny, kočky a psy. Vše však podle zásad ekologického zemědělství, se zpracováním mléka na mléčné výrobky. Tento ranč nabízí turistické vyjížďky pro začátečníky i pokročilé ve westernových i anglických sedlech, nachází se zde jezdecká škola, kde je k dispozici vedení zkušeného trenéra jak pro úplné začátečníky a rekreační jezdce, tak i pro ty, kteří se chtějí věnovat jezdeckému sportu aktivně, viz obrázek č. 13. Pořádány jsou výcvikové kurzy pro děti i dospělé. Klienti mají k dispozici šatnu se sprchou a WC. Koně mají výběhy o rozloze 15 ha, venkovní pískovou jízdárnu a velkou kruhovku. Ranč Bělečko nabízí celoroční pastevní ustájení koní. Dále je zde v provozu restaurace v country stylu, doplněná terasou pro 50-80 osob. Je zde možnost předem domluvit opékání selete, zajistit country kapelu a další akce, podle požadavků

a představ klientů. Ranč se specializuje na firemní večírky, svatby, ale i další aktivity pro klienty. Ranč Bělečko je současně regionální sekcí WRC – Western Riding Clubu ČR, který je od roku 1990 nezávislou sportovní organizací, působící v celé České republice. Hlavním posláním WRC je podpora westernového sportu, chovu a výcviku koní. Na Ranči Bělečko je možnost zakoupení mléčných výrobků, vyrobených z kozího a kravského mléka od zvířat chovaných v režimu ekologického zemědělství. Tyto výrobky, tzv. „prodej ze dvora“, prochází pravidelnou veterinární a hygienickou kontrolou, a mají certifikaci BIO. V rámci prodeje je zde možno zakoupit čerstvé kozí i kravské mléko, máslo klasické, ale i s příchutěmi, např. ořechové s medem, houbové či bylinkové, tvaroh tučný farmářský, farmářský sýr, vejce a drůbeží maso. Výrobky je možno zakoupit i po předchozí telefonické domluvě.

Obrázek č. 13: Ranč Bělečko



Zdroj: <https://www.facebook.com/ranc.belecko.5>

5.1.4 Apolenka Spojil

Farma se nachází v obci Spojil, která leží na samém okraji pardubického sídliště Dubina. Obec byla dříve součástí města Pardubice, od roku 1992 je však samostatnou obcí.

Právě díky blízkosti uvedeného sídliště a díky spojovací cestě, kterou nechal starosta obce vybudovat, je tato farma oblíbeným cílem rodin s dětmi, nejen z blízkého okolí, ale i z ostatních částí města, především díky skvělé dostupnosti nejen pěšky, ale, pro zájemce z jiných koutů města, také MHD. Návštěvníci sem proudí především o víkendech, a to nejen sezónně, ale v rámci celého roku. Vzhledem k příjemnému prostředí a množství nabízených možností, mezi které patří např. krmení zvířat, prohlídky stájí, venkovní dětské hřiště, nabídka projížďky na koních a možnost zakoupení občerstvení a BIO produktů z této farmy, je Apolenka velmi vyhledávanou farmou. Apolenka ve Spojile byla založena skupinou nadšenců, které spojovala láska ke koním a touha dělat radost, a především pomáhat druhým. Založena byla na podzim roku 1999 v prostoru bývalé hájenky, kde si firma zřídila zázemí a začala v provizorních prostorech nabízet ustájení koní. Po optimistickém začátku s přibývajícím zájmem bylo nutné získat další materiální zázemí a také odborný personál. Přišlo první a na delší dobu jediné řešení, a to cestou finanční podpory projektu cestou sbírky „Pomozte dětem“, od které farma získala 200 000,- Kč. Byl to úspěch především proto, že se jednalo o první projekt. Následně to šlo již velmi rychle. Přibývali noví klienti, koně, odborný personál a také mnoho dalších aktivit. Na základě rady poslankyně Ing. Aleny Páralové vznikla a byla založena chráněná dílna, kde jsou zaměstnávány osoby se zdravotním postižením. Právě prací u koní, v klidném prostředí, nacházejí potřebnou realizaci a sebeúctu. Po pěti letech se počet koní ztrojnásobil, přibyla řada dalších domácích zvířat, ale i personálu a klientů, jejichž počet neustále stoupá. Proto začalo být nezbytně nutné přestěhovat se do větších prostor, a to nakonec do blízkého areálu bývalého zemědělského družstva, z organizačních důvodů pak byla činnost chráněné dílny převedena na jiný právní subjekt. Díky přestěhování se rozšířily i možnosti pastvy pro koně a možnost realizace dalších projektů. Vybudován byl park pro děti, kde mají možnost využít dřevěných prolézaček, pro menší děti jsou k dispozici houpačky a pískoviště. Jsou zde ohrady se zvířaty, kde jsou kozy, ovce, krávy, telata, lamy a poníci, v další pak kachny, husy, slepice. Ve výběhu je možno vidět nosáky a ptactvo – korely, andulky a další pěvce. V uměle vytvořeném rybníku pak kachny a ryby. Ve stájích, ale i na pastvě, koně. V areálu farmy se nachází i naučná stezka „Bylinková zahrádka“, popisující byliny. O několik metrů dále naučná stezka „Stromy a keře“ opět s cedulkami s názvem. Vzhledem k tomu se zde pravidelně konají environmentální výchovné programy pro děti z MŠ a ZŠ, pro ilustraci viz obrázek č. 14. Pro MŠ je program povídání o domácích zvířatech u magnetické tabule s obrázky, následně pak ukázky zvířat v ohradách – ovce, kozy, oslíci, krávy, králíci a morčata. Děti si mohou všechna zvířata pohladit, případně nakrmit, pokud jim donesou jablíčka, mrkve, či suchý tvrdý chléb.

Dále jsou do programu zařazeny ukázky jezdeckého vybavení, krmiva – sena, druhů obilí a granulí, ukázky podkov, ovčího rouna, vlny, různých druhů drůbeže a vajec apod. Na závěr je pak možnost projížďky dětí na ponících. Mezi programy pro ZŠ patří: „*Za zvířátky do pohádky, Kdo žije na farmě, O jarních mláďatech, O beránkovi a ovečkách, Odkud máme mléko, O stromech v lese a sadu, Vidím, slyším, čichám, hmatám, Táboříme v přírodě, Ze života koní, Domestikace aneb kde se vzala hospodářská zvířata a Práce na farmě.*“ Tyto programy lze vybrat a následně objednat. Je možné využít i stánek s občerstvením, popřípadě ohniště. Pro žáky ZŠ byl v letech 2013–2014 vytvořen projekt Učebna na farmě, který byl financován z Operačního projektu OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost, oblast podpory 7.1.1: Zvyšování kvality ve vzdělání, registrační číslo CZ.1.07/1.1.28/02.0046. Dále byl projekt spolufinancován ze státního rozpočtu České republiky a také z Evropského sociálního fondu. Farma poskytuje nejen pracovní příležitost pro osoby zdravotně znevýhodněné, ale také sportovní aktivity, již zmiňované vzdělávání, odborné stáže, jezdeckou školu, sdružení Apolenka pak nabízí širokou škálu služeb zejména pro osoby se zdravotním postižením. Nejvyhledávanější službou je hippoterapie, ale rádi zde přivítají i děti, milovníky koní a klidného prostředí, a milovníky kvalitních BIO potravin. V rámci prodeje je na farmě možno zakoupit čerstvé kozí mléko, pasterované mléko kravské, jogurty, jogurtové nápoje, tvaroh, syrovátkový nápoj, sýr kozí farmářský, pařený sýr kravský, máslo klasické, tvaroh tučný farmářský, farmářský sýr, vejce a drůbeží maso. Výrobky je tu možno zakoupit každý den mimo soboty, v úterý a v pátek je prodej rozšířen ještě o pečivo z nedaleké pekárny Rokytno. Výrobky se z farmy vozí také do nedalekých Pardubic, kde jsou prodávány ve dvou prodejnách zdravé výživy.

Obrázek č. 14: Apolenka Spojil



Zdroj: <http://www.apolenka.org/>

5.2 Kvantitativní výzkum

Nejvhodnějším formátem výzkumu pro diplomovou práci se jevil výzkum kvantitativní, který dle Hendla (2005) využívá metod přírodních věd. Toto je podloženo faktem, že lidské chování se dá zčásti předpovídat a především měřit. Jedná se o model dedukcí a hypotéz. Dle Dismana (2008) je kvantitativní výzkum formou ověřování předem vytyčených hypotéz, kdy se využívá metoda dedukce předem formulovaného problému.

Kvantitativní část výzkumu byla zaměřena na zodpovězení demografických otázek, které byly následně upřesněny doplňujícími otázkami. Před samotným zvolením hypotéz se autorka seznámila s oblastí agroturistiky a venkovské turistiky s využitím literatury a dalších zdrojů, což je dle Umberta Eca (1997) jeden z nejdůležitějších předpokladů pro vytvoření diplomové práce.

Vícestuňným náhodným výběrem, který podle Dismana (2008) proběhl v několika krocích, bylo vybráno vhodné seskupení, a následně také požadovaný počet, respondentů. Z důvodu velkého cílového počtu respondentů byl vybrán a sestaven nestandardizovaný dotazník s uzavřenými a polo uzavřenými odpověďmi, z nichž respondent volil co nejpřesnější možnost. Pro zajištění efektivitý výzkumného nástroje byl nejprve náhodným výběrem zvolen menší vzorek osob (cca 30), který v rámci realizace tzv. předvýzkumu (Disman, 2008) ověřil srozumitelnost a jednoznačnost otázek vytvořeného dotazníku. Výsledky předvýzkumu potvrdily, že dotazník je efektivní a otázky jsou položeny jasne a srozumitelně.

Díky dotazníku bylo získáno velké množství cenných informací v relativně krátkém časovém úseku, které posloužily mimo jiné i k vyhodnocení hypotéz, stanovených na počátku práce.

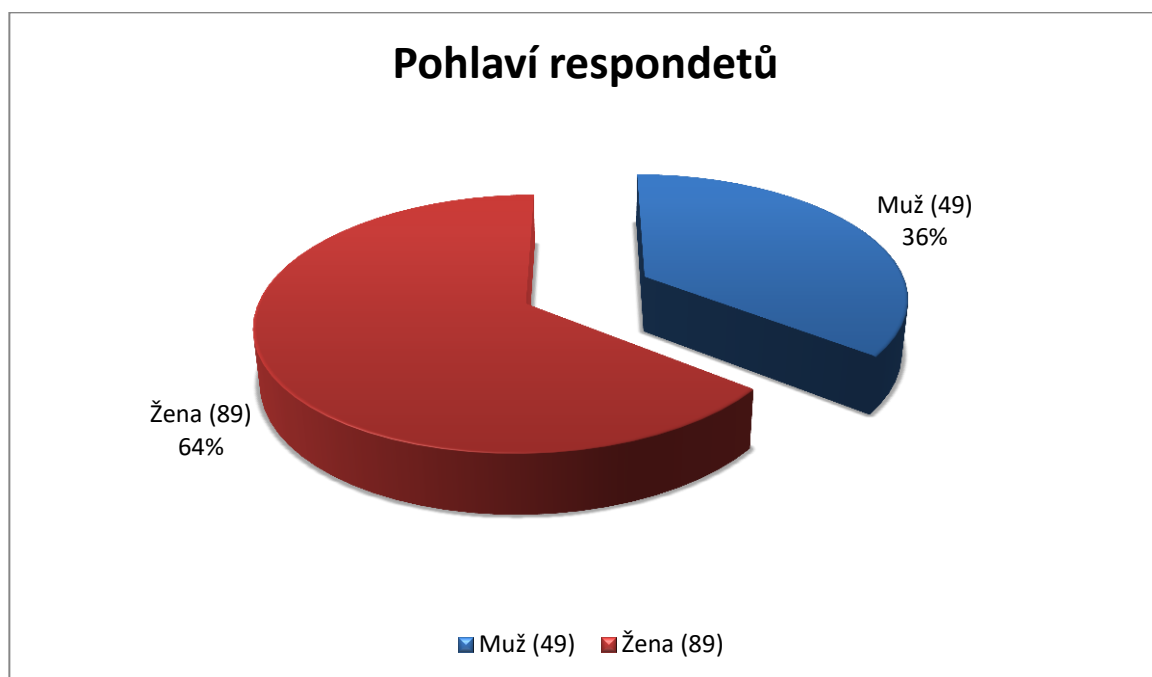
Úkolem dotazníkového šetření bylo zjistit obecnou znalost z oblasti agroturistiky a venkovské turistiky. Šetření bylo provedeno především prostřednictvím emailů, internetu, sociálních sítí a osobního předání. Ze 170 vybraných respondentů jich dotazník vyplnilo 138. Z vyhodnocení dotazníků vyplynulo, že převážnou většinu respondentů tvořily ženy (viz graf č. 1). Tato skutečnost souvisí patrně i s ochotou žen, které se podobných výzkumů účastní více než muži.

Na základě dotazníkového šetření byly zjištěny i další následující informace a výsledky:

Nejvíce respondentů bylo ve věku 26 – 45 let (viz graf č. 2), s bydlištěm v Praze a Středočeském kraji (viz graf č. 3), se středoškolským vzděláním (viz graf č. 7) a sociálním hlediskem zaměstnanými respondenty (viz graf č. 8). Většina respondentů cestují často (viz graf č. 4), nejvíce s rodinou a dětmi (viz graf č. 5) a u nás - v tuzemsku (viz graf č. 6), nejčastěji na 3-5 dní (viz graf č. 15) a v letních měsících (viz graf č. 20). Pro většinu návštěvníku při výběru dovolené je důležitým aspektem cena (viz grafy č. 16 a 17), většina pak na dovolených vyhledává sportovní vyžití, nejvíce jízdu na koni (viz graf č. 19) a poznávací dovolené (viz graf č. 18). Dotazníkovým šetřením byly zjištěny i důležité informace týkající se venkovské turistiky a agroturistiky. Povědomost o těchto pojmech a tomto druhu cestovního ruchu má zhruba polovina dotazovaných (viz graf č. 9), kdy nejvíce respondentů získalo informace díky ústnímu doporučení (viz graf č. 10), právě uvedení respondenti jsou s tímto druhem zážitkové turistiky většinou spokojeni a mají v plánu

i v budoucnu zúčastnit se znovu (viz graf č. 11), nejvíce navštěvovaným krajem respondenty je kraj Plzeňský (viz graf č. 12). Většina respondentů si myslí, že propagace VT a AT je velmi malá a nedostatečná (viz graf č. 14), i přesto, že většina z nich si myslí, že VT a AT jsou přínosem pro region (viz graf č. 21). Nejvíce respondentů VT a AT chtějí podpořit osobním doporučením a ústní reklamou (viz graf č. 22).

Graf číslo 1: Pohlaví respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

Pohlaví respondentů

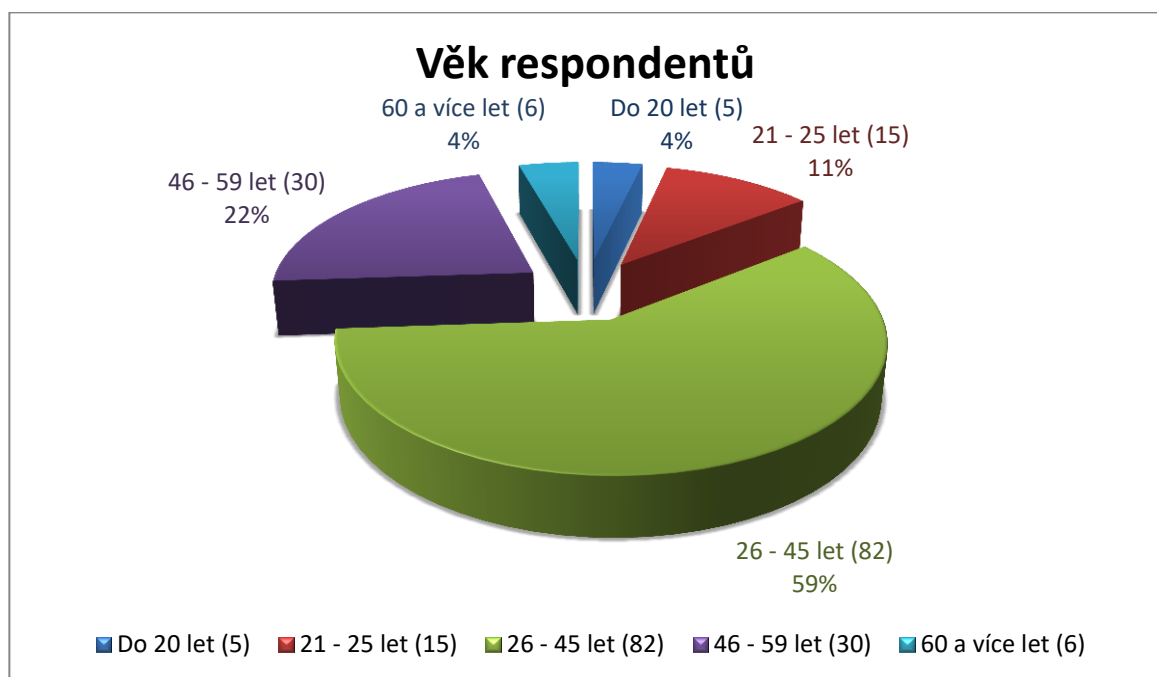
1. Uveďte vaše pohlaví

g) Muž (**49**)

h) Žena (**89**)

Na 22 otázek z celkového množství 170 kusů dotazníku odpovědělo 138 respondentů, z toho bylo 49 mužů, což činí 36 %, a žen bylo 89, což tvoří 64 % respondentů.

Graf číslo 2: Věk respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

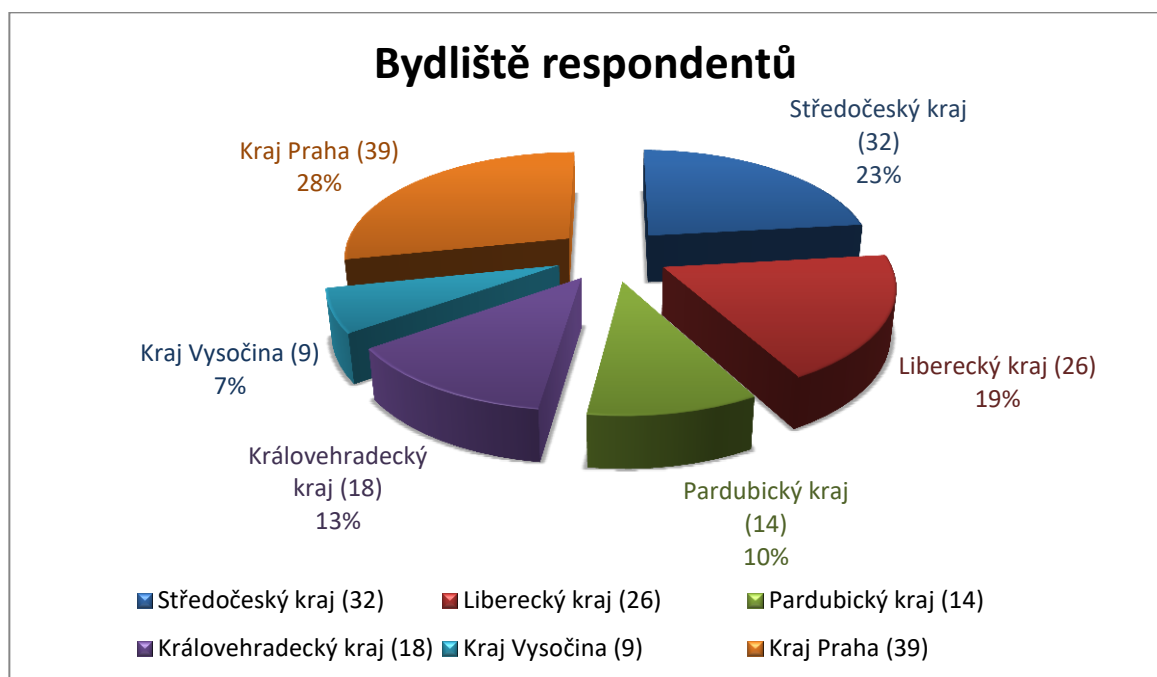
Věk respondentů

2. Do jaké věkové skupiny spadáte:

- a) Do 20 let (**5**)
- b) 21 – 25 let (**15**)
- c) 26 – 45 let (**82**)
- d) 46 – 59 let (**30**)
- e) 60 a více (**6**)

Nejpočetnější věková skupina respondentů byla ve věku mezi 26 – 45 rokem, a to 82 respondentů činila 59 %, druhá nejpočetnější skupina byla ve věku 46 -59 rokem, s 30 respondenty což je 22 %, další pak byla generace ve věku 21 – 25 rokem, s počtem 15 respondentů, to je 11 %, respondentů nad 60 let bylo 6, což jsou 4 %, a nejméně pak bylo respondentů do 20 let, těch bylo 5, což činí 4 %.

Graf číslo 3: Bydliště respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

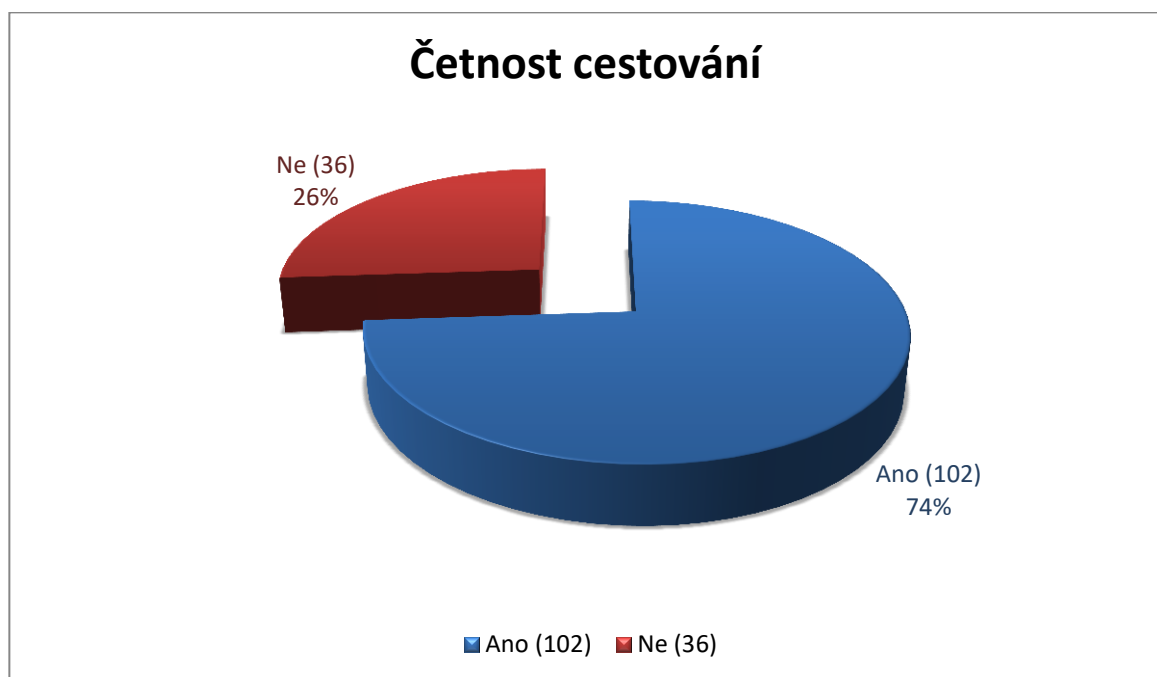
Bydliště respondentů

3. Uveďte kraj, ve kterém bydlíte popř. město:

- a) Moravskoslezský kraj
- b) Olomoucký kraj
- c) Středočeský kraj (**32**)
- d) Zlínský kraj
- e) Ústecký kraj
- f) Jihomoravský kraj
- g) Jihočeský kraj
- h) Liberecký kraj (**26**)
- i) Plzeňský kraj
- j) Pardubický kraj (**14**)
- k) Královehradecký kraj (**18**)
- l) Kraj Vysočina (**9**)
- m) Karlovarský kraj
- n) Kraj Praha (**39**)

Nejvíce respondentů je z Prahy, je jich 39, což je 28 %, v těsném závěsu je středočeský kraj s 32 respondenty, tvořící tak 23 %, další v pořadí je Liberecký kraj s 26 respondenty, což je 19 %. Mezi další kraje v pořadí patří Královehradecký kraj s 18 respondenty 13 %, Pardubický kraj je až na 5. místě s počtem respondentů 14, což je 10 %. Nejméně zastoupený kraj s 9 respondenty, je Kraj Vysočina což je 7 %

Graf číslo 4: Četnost cestování



Zdroj: Vlastní zpracování

Četnost cestování

4. Cestujete často?

- a) Ano (**102**)
- b) Ne (**36**)

102 respondentů cestuje často, což je 74 %, 36 často necestuje, jedná se o 26 % respondentů.

Graf číslo 5: S kým cestují návštěvníci



Zdroj: Vlastní zpracování

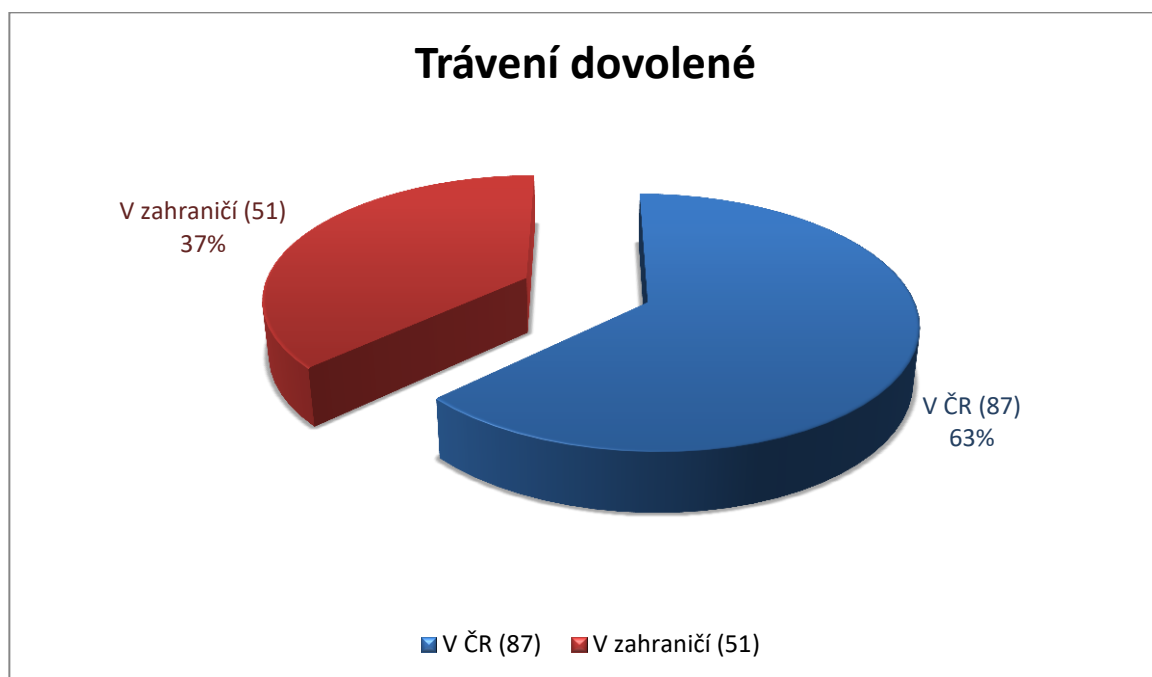
S kým cestují návštěvníci

5. Cestujete s rodinou – dětmi

- a) Ano (**88**)
- b) Ne (**50**)

S rodinou cestuje většina respondentů, je jich 88, což je 64 %, 50 respondentů cestují sami, a to je 36 %.

Graf číslo 6: Trávení dovolené



Zdroj: Vlastní zpracování

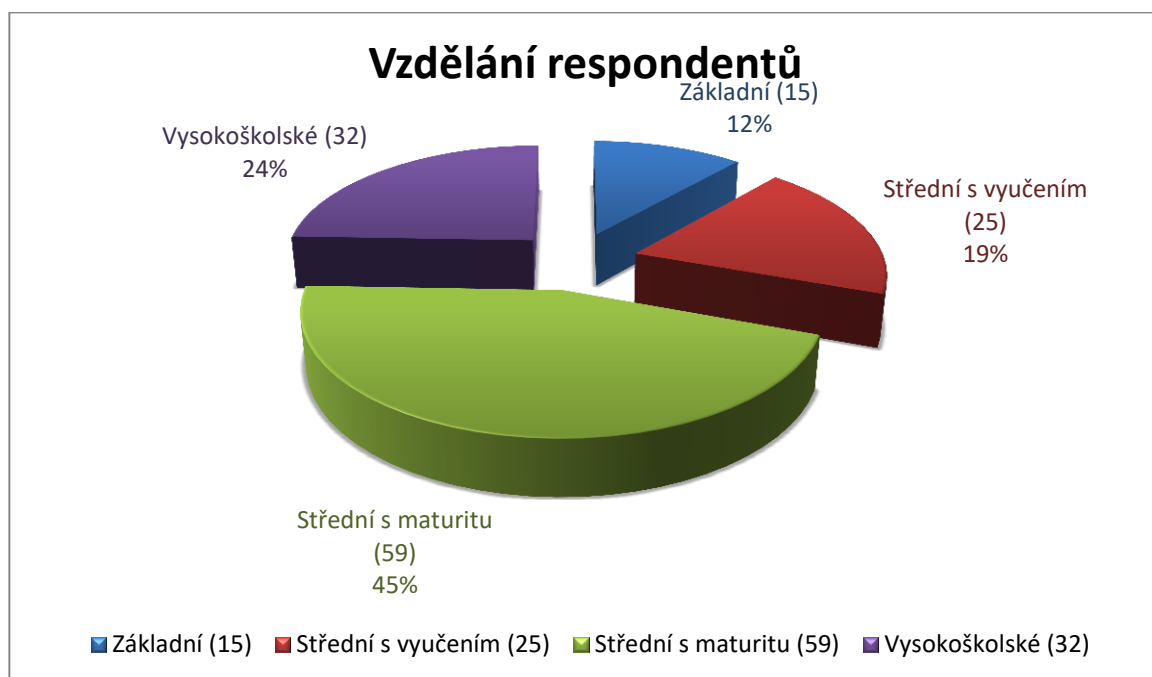
Trávení dovolené

6. Kde upřednostňujete trávit dovolenou:

- a) V ČR (**87**)
- b) V zahraničí (**51**)

Dovolenou v ČR upřednostňuje 87 respondentů s 63 %, v zahraničí dovolenou tráví 51 respondentů, což je 37 %.

Graf číslo 7: Vzdělání respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

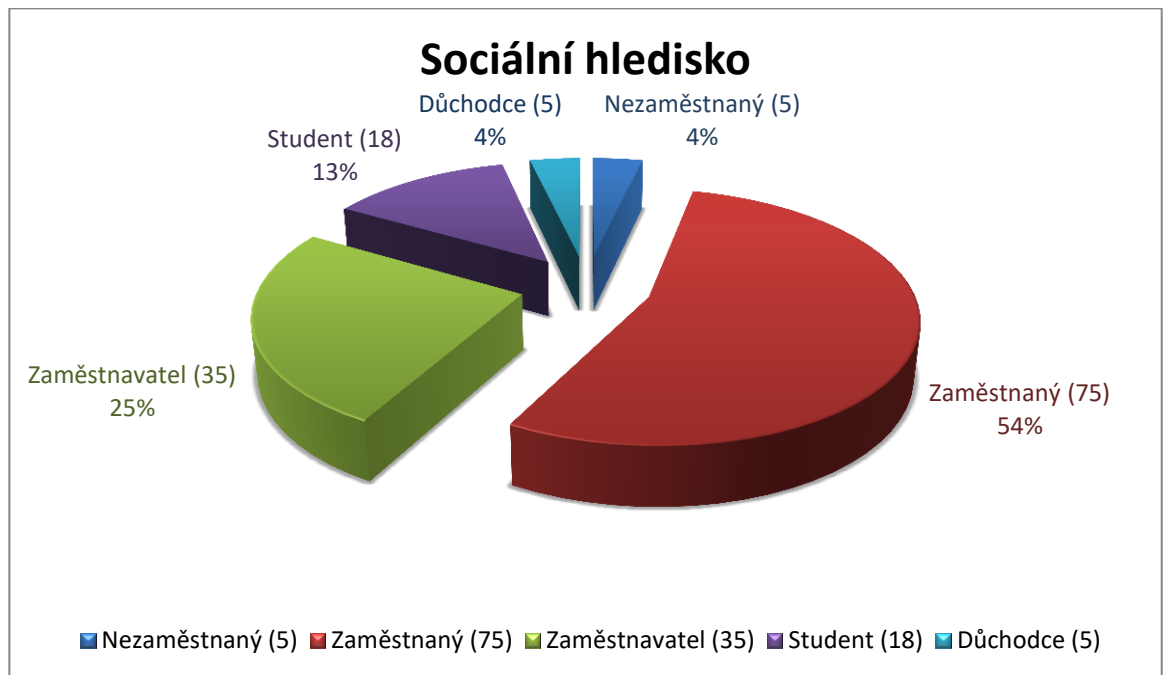
Vzdělání respondentů

7. Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání:

- a) Základní (**15**)
- b) Střední s vyučením (**25**)
- c) Střední s maturitou (**59**)
- d) Vysokoškolské (**32**)

Nejvíce respondentů má středoškolské vzdělání s maturitou, je to 59 respondentů, což je 45 %, vysokoškoláků je 32, s 24 %, vyučených je 25 respondentů to je 19 %, se základním vzděláním je 15 respondentů, to je 12 %.

Graf číslo 8: Sociální hledisko respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

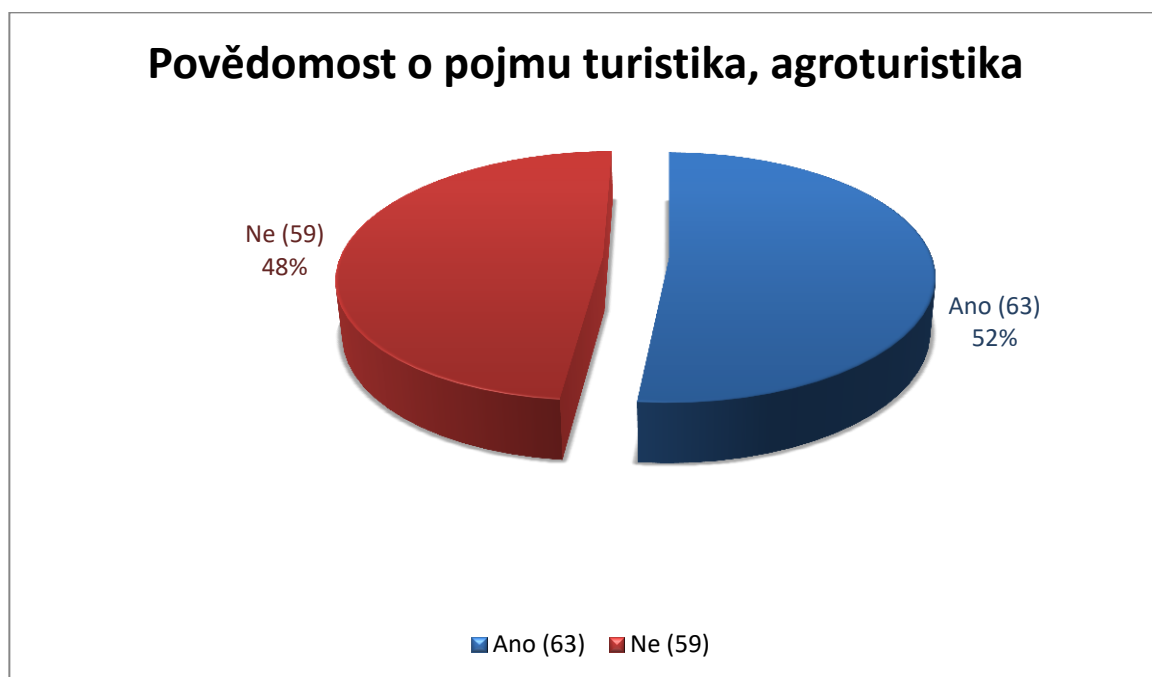
Sociální hledisko

8. Sociální hledisko:

- a) Nezaměstnaný (**5**)
- b) Zaměstnaný (**75**)
- c) Zaměstnavatel (**35**)
- d) Student (**18**)
- e) Důchodce (**5**)

Nejvíce respondentů je zaměstnaných se 75 respondenty, což je 54 %, 35 respondentů je pak zaměstnavateli, což je 25 %. Mezi respondenty bylo 18 studentů, to je 13 %. Nezaměstnaní a důchodci jsou ve stejném počtu 5 respondentů se 4%.

Graf číslo 9: Povědomost respondentů o pojmu venkovská turistika a agroturistika



Zdroj: Vlastní zpracování

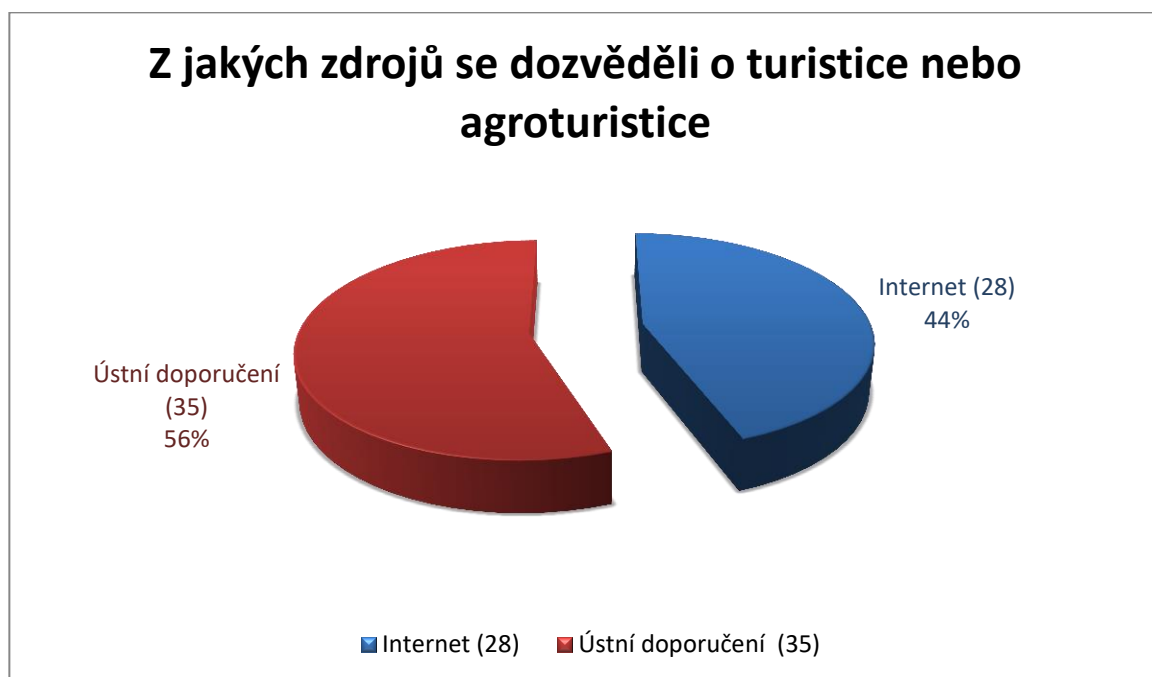
Povědomost o pojmu turistika (VT) nebo agroturistika (AT)

9. Slyšeli jste již o pojmu venkovská turistika (VT) nebo agroturistika (AT):

- a) Ano (**63**)
- b) Ne (**59**)

O pojmu venkovská turistika (VT), nebo agroturistika (AT) má pojetí 63 respondentů, to je 52 %, 59 respondentů, což je 48 %, o tomto pojmu nemají pojetí.

Graf číslo 10: Zdroj informací o venkovské turistice a agroturistice



Zdroj: Vlastní zpracování

Z jakých zdrojů jste se venkovské turistice (VT) nebo agroturistice (AT)

10. Pokud ano, odkud jste se o této formě turistiky dozvěděli:

- a) Internet (**28**)
- b) Inzerce
- c) Letáky
- d) TV, rozhlas
- e) Ústní doporučení (**35**)
- f) Billboardy
- g) Jiná možnost

35 respondentů, což je 56 % se s venkovskou turistikou (VT) nebo agroturistikou (AT) setkalo na základě doporučení, 28 respondentů se o venkovské turistice (VT) nebo agroturistice (AT) dozvědělo z internetu, což je 44 %.

Graf číslo 11: Využití venkovské turistiky a agroturistiky



Zdroj: Vlastní zpracování

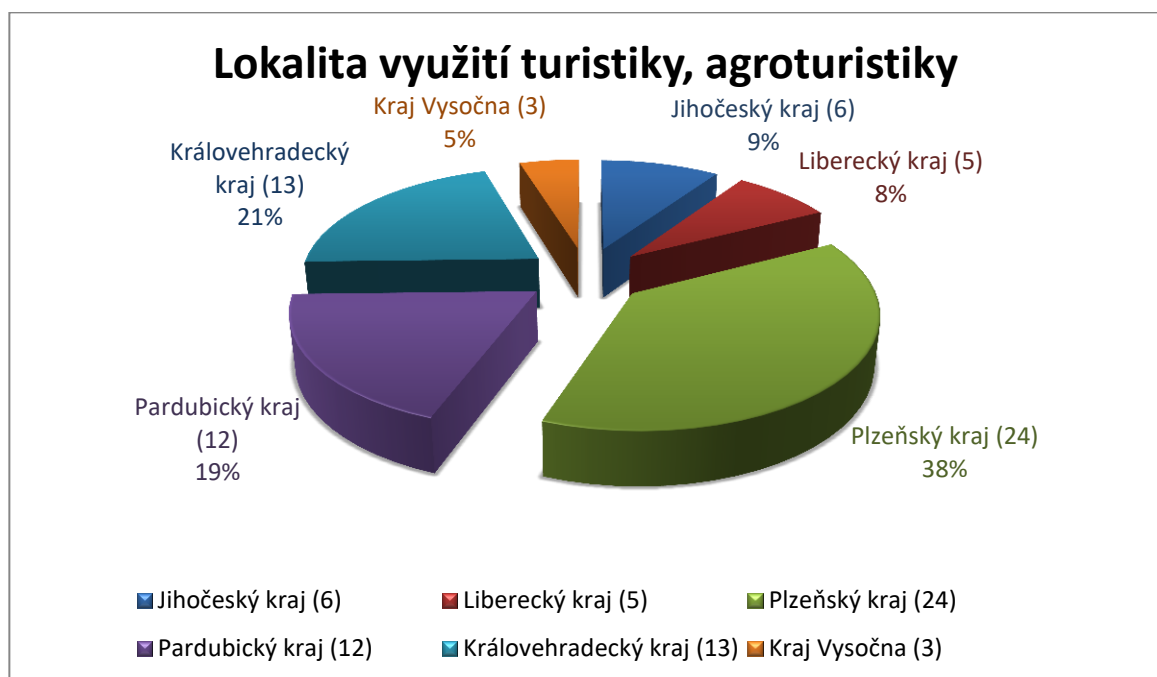
Využívání venkovské turistiky (VT) nebo agroturistiky (AT)

11. Využili jste již dříve služeb venkovské turistiky (VT) nebo agroturistiky (AT):

- a) Ano a zúčastním se znovu (**58**)
- b) Ano, ale znovu se již nezúčastním (**5**)
- c) Ne, ale láká mě to (**35**)
- d) Ne a neláká mě to (**40**)

Venkovské turistiky (VT) nebo agroturistiky (AT) se zúčastnilo a opakovaně se chce účastnit 58 respondentů, což je 42 %, 5 respondentů, to jsou 4 %, se zúčastnilo, ale již se opakovaně účastnit nechce. 35 respondentů, to je 25 % ještě nemá žádné zkušenosti, ale rádo by zkusilo a účast vyzkoušelo. Z celkového počtu 138 respondentů to 40 respondentů, což je 29 % nikdy nevyužilo a nemají zájem o to se VT a AT účastnit.

Graf číslo 12: Lokalita využití venkovské turistiky a agroturistiky



Zdroj: Vlastní zpracování

Lokalita využití venkovské turistiky (VT) nebo agroturistiky (AT)

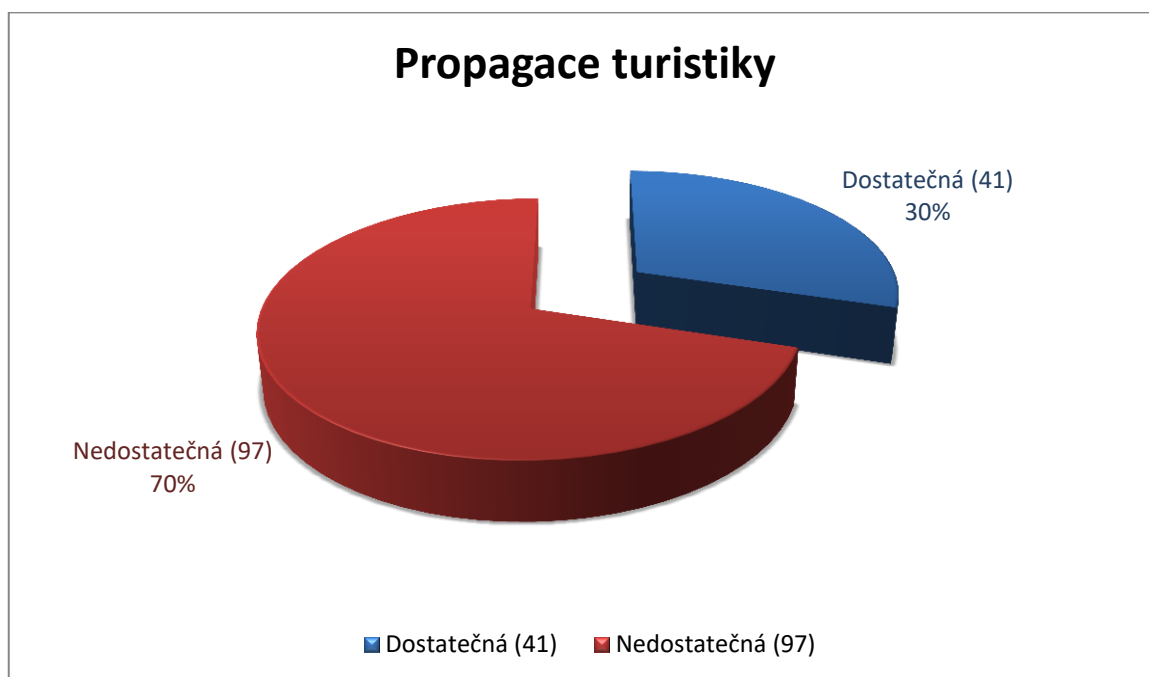
12. Pokud jste využili venkovskou turistiku (VT) nebo agroturistiky (AT), ve kterém kraji:

- a) Moravskoslezský kraj
- b) Olomoucký kraj
- c) Středočeský kraj
- d) Zlínský kraj
- e) Ústecký kraj
- f) Jihomoravský kraj
- g) Jihočeský kraj (**6**)
- h) Liberecký kraj (**5**)
- i) Plzeňský kraj (**24**)
- j) Pardubický kraj (**12**)
- k) Královehradecký kraj (**13**)
- l) Kraj Vysočina (**3**)
- m) Karlovarský kraj

n) Kraj Praha

Nejvíce klientů 24 využívají Plzeňský kraj, což je 38 %, druhým nejvíce navštěvovaným krajem je Královéhradecký kraj, se 13 respondenty, což je 21 %, Pardubický kraj pak navštěvuje 12 návštěvníků, to je 19 %. Jihočeský kraj navštěvuje 6 respondentů, což je 9 %, Liberecký kraj 5 návštěvníků, což je 8 %. Nejméně jich navštívila kraj Vysočina, zde se jednalo o 3 respondenty, tedy 5 %.

Graf číslo 13: Propagace venkovské turistiky a agroturistiky



Zdroj: Vlastní zpracování

Propagace turistiky

13. Myslíte si, že tento druh dovolené – venkovské turistiky (VT) nebo agroturistiky (AT) je dostatečně propagovaný:

- a) Ano (**41**)
- b) Ne (**97**)

Více respondentů si myslí, že propagace je nedostatečná jedná se o 97 respondentů, což je 70 %. 41 respondentů, to je 30 % si myslí, že je dostatečná.

Graf číslo 14: Znalost venkovské turistiky a agroturistiky



Zdroj: Vlastní zpracování

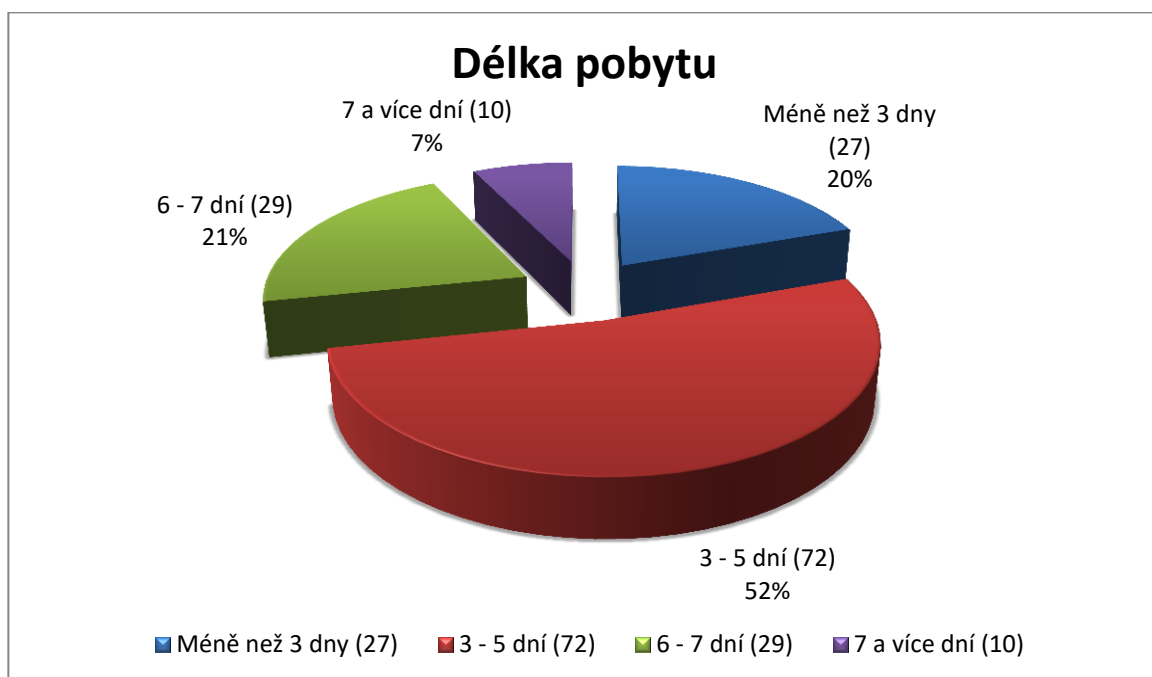
Znalost středisek venkovské turistiky (VT) nebo agroturistiky (AT)

14. Znáte nějaké středisko venkovské turistiky (VT) nebo agroturistiky (AT) v Pardubickém regionu:

- a) Ano (**33**)
- b) Ne (**105**)

Středisko venkovské turistiky (VT) nebo agroturistiky (AT) v Pardubickém kraji zná 33 respondentů což je 24 %, 105 respondentů povědomost o střediscích VT a AT v Pardubickém kraji nemá, to je 76 %.

Graf číslo 15: Délka pobytu



Zdroj: Vlastní zpracování

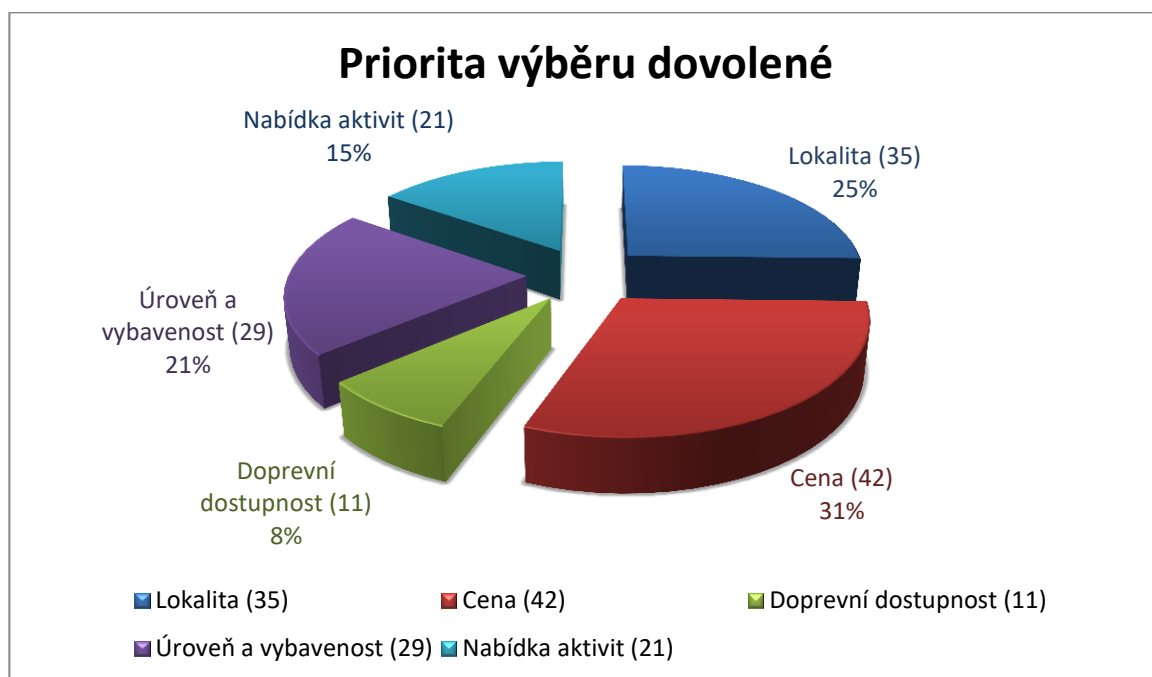
Délka pobytu

15. Jakou délku pobytu preferujete:

- a) Méně než 3 dny (**27**)
- b) 3 – 5 dní (**72**)
- c) 6 – 7 dní (**29**)
- d) 7 a více dní (**10**)

Nejvíce respondentů a to 72 využívají délku pobytu na 3 – 5 dní, což je 52 %. Na 6 – 7 dní jezdí 29 respondentů, což je 21 %. Na méně než 3 dny, jezdí 27 respondentů, to je 20 %. Nejméně respondentů jezdí na 7 a více dní, to je 7%.

Graf číslo 16: Priorita výběru dovolené



Zdroj: Vlastní zpracování

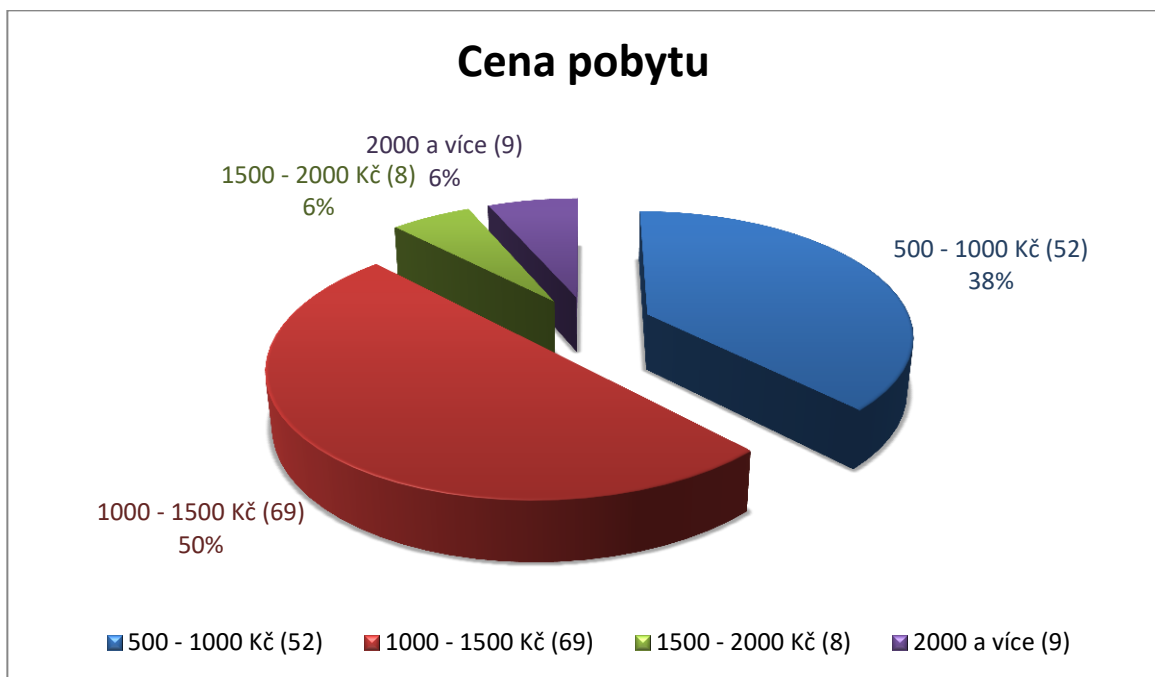
Priorita výběru dovolené

16. Co je pro vás rozhodující při výběru dovolené:

- a) Lokalita (**35**)
- b) Cena (**42**)
- c) Dopravní dostupnost (**11**)
- d) Úroveň a vybavenost (**29**)
- e) Nabídka aktivit (**21**)
- f) Jiná možnost

Pro nejvíce respondentů 42 to je 31 %, je při výběru dovolené prioritní cena, která hraje největší význam. Druhým nejdůležitějším faktorem je lokalita, kterou upřednostňuje 35 respondentů, to je 25 %. Dalším důležitým aspektem je úroveň a vybavenost, který upřednostňuje 29 respondentů, což je 21 %. Nabídku aktivit upřednostňuje 21 návštěvníků, to je 15 %. Pro 11 návštěvníků, to je 8 %, je rozhodující především dopravní dostupnost.

Graf číslo 17: Cena pobytu



Zdroj: Vlastní zpracování

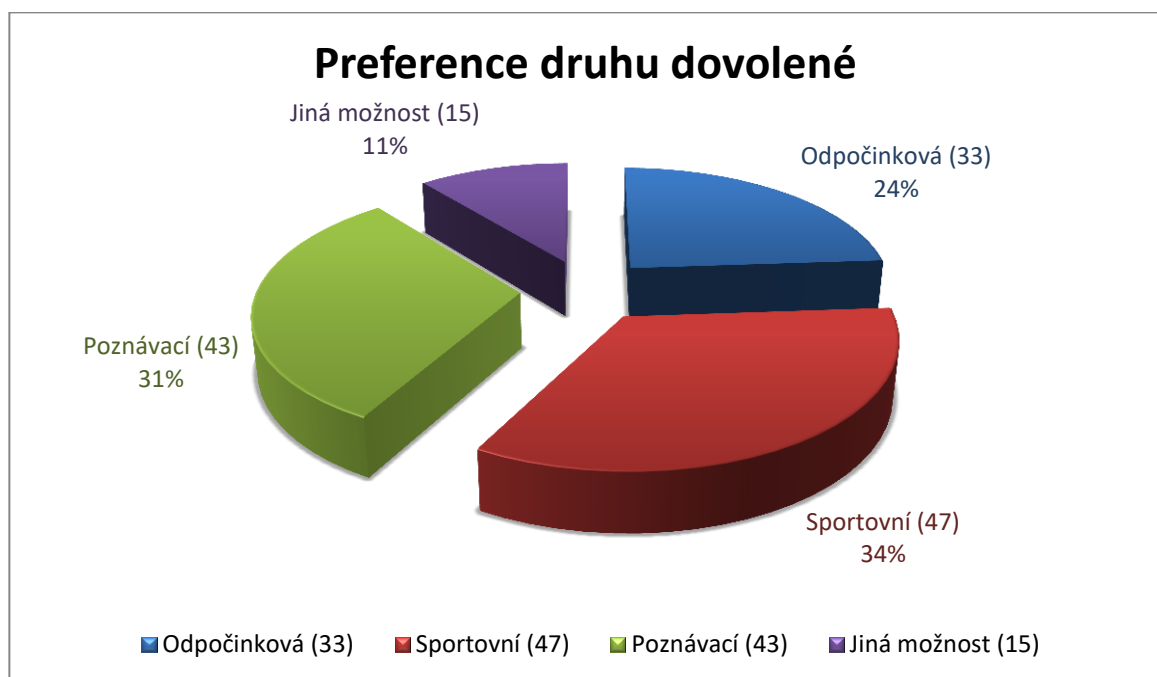
Cena pobytu

17. Kolik byste byli ochotni zaplatit za osobu za den za takovýto pobyt:

- a) 500 – 1000 Kč (**52**)
- b) 1000 – 1500 Kč (**69**)
- c) 1500 – 2000 Kč (**8**)
- d) 2000 a více Kč (**9**)

Pro návštěvníky je cena velmi důležitým aspektem, nejvíce klientů 69, to je 50 %, je ochotno zaplatit 1000 - 1500 Kč. Cenu nižší 500 - 1000 Kč, upřednostňuje 52 respondentů, což je 38 %. 8 návštěvníků, to je 6 %, je ochotno zaplatit 1500 - 2000 Kč. 2000 a více Kč je ochotno zaplatit 9 klientů to je 6 %.

Graf číslo 18: Preference druhu dovolené



Zdroj: Vlastní zpracování

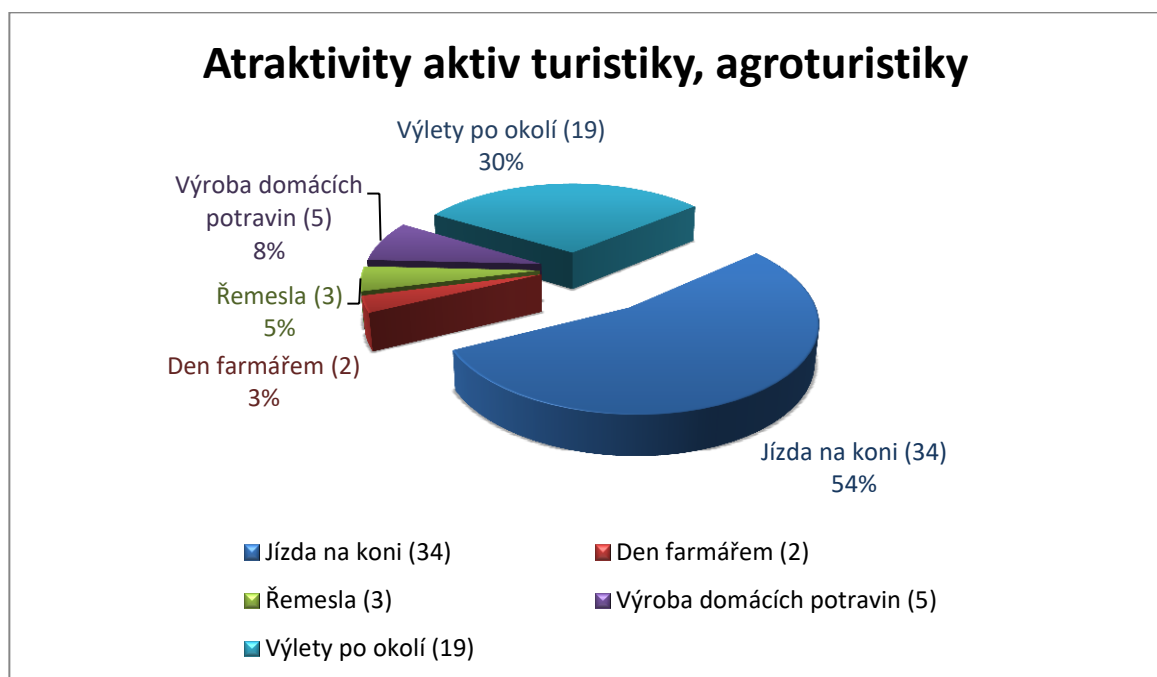
Preference druhu dovolené

18. Jaký druh dovolené preferujete?

- a) Odpočinková (**33**)
- b) Sportovní (**47**)
- c) Poznávací (**43**)
- d) Jiná možnost (**15**)

Nejvíce klientů 47, to je 34 %, preferuje dovolenou se sportovními aktivitami. Druhou variantou nejvíce preferovanou je poznávací dovolená, s 43 respondenty, což je 31 %. Odpočinku nejvíce využívá 33 návštěvníků, to je 24 %. Ostatní možnosti využití využívají 15 návštěvníků, to je 11 %.

Graf číslo 19: Atraktivity venkovské turistiky a agroturistiky



Zdroj: Vlastní zpracování

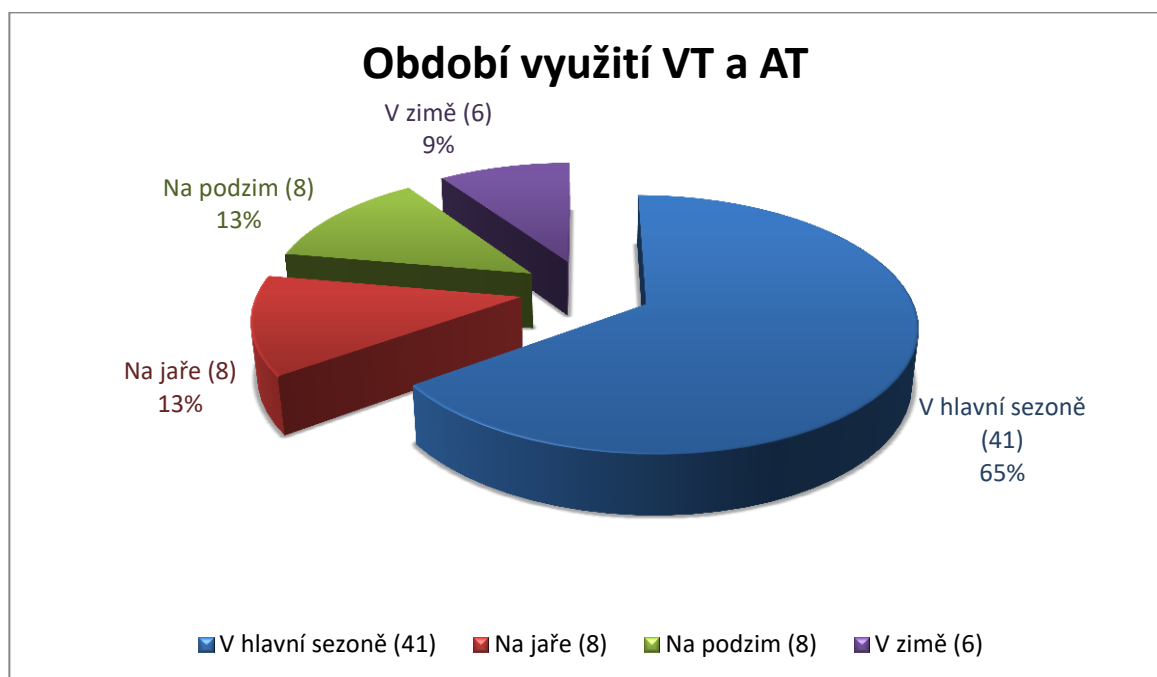
Atraktivity aktivit venkovské turistiky (VT) a agroturistiky (AT)

19. Jaké aktivity v rámci venkovské turistiky (VT) a agroturistiky (AT) jsou pro vás nejatraktivnější:

- a) Jízda na koni (**34**)
- b) Den farmářem (**2**)
- c) Řemesla (**3**)
- d) Ekologické programy
- e) Výroba domácích potravin (**5**)
- f) Výlety po okolí (**19**)
- g) Jiná možnost

Nejoblíbenější aktivitou mezi respondenty je jízda na koni, tuto aktivitu upřednostňuje 34 respondentů, to je 54 %. Výlety po okolí preferuje 19 návštěvníků, to je 30 %. Výrobu domácích potravin je prioritou pro 5 respondentů, to je 8 %. Řemesla pak upřednostňují 3 respondenti, to je 5 %. Mezi nejméně využívané aktivity patří den farmářem, využívají pouze 2 respondenti, to je 3 %.

Graf číslo 20: Období využití venkovské turistiky a agroturistiky



Zdroj: Vlastní zpracování

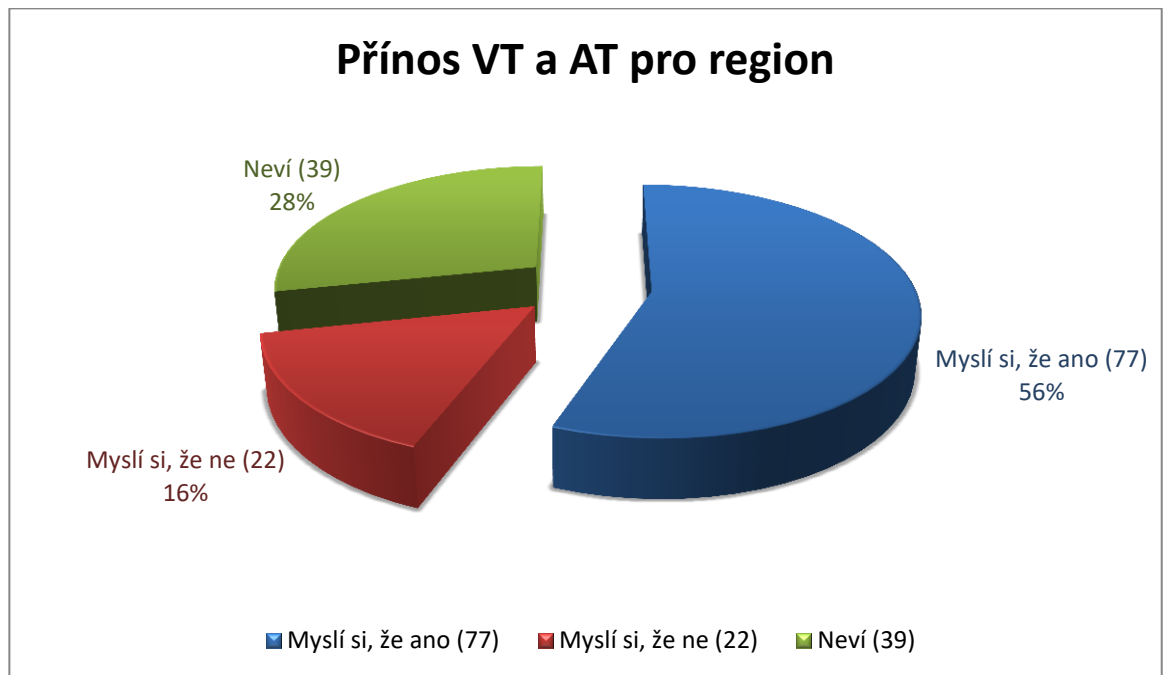
Období využití VT a AT

20. V jakém období byste se venkovské turistice (VT) nebo agroturistice (AT) nejraději věnovali:

- a) V hlavní sezóně (**41**)
- b) Na jaře (**8**)
- c) Na podzim (**8**)
- d) V zimě (**6**)

Nejvíce respondentů jedná se o 41 návštěvníků, to je 65 % využívá AT a VT v hlavní sezóně, na jaře a na podzim využívá VT a AT 8 respondentů, což je 13 %. Nejméně ji využívají v zimních měsících, a to 6 respondentů, což je 9 %.

Graf číslo 21: Přínos venkovské turistiky a agroturistiky pro region



Zdroj: Vlastní zpracování

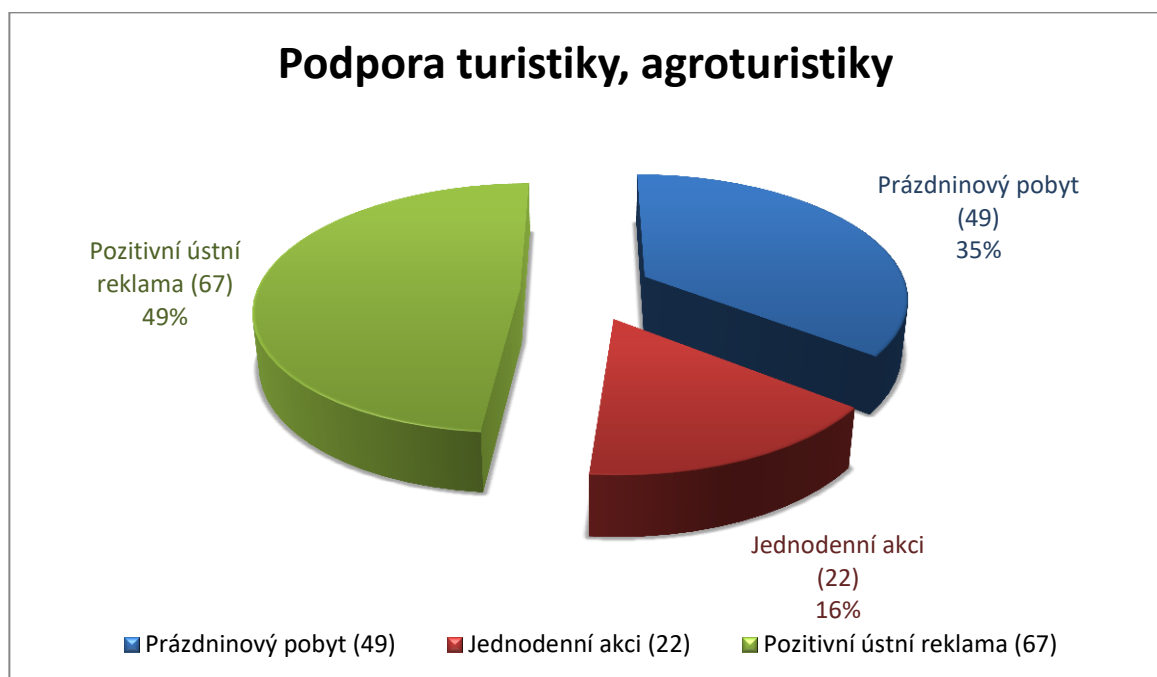
Přínos VT a AT pro region

21. Myslíte si, že tato forma turistiky je pro regiony přínosem:

- a) Ano (77)
- b) Ne (22)
- c) Nevím (39)

Na otázku myslíte si, zda je tato forma cestovního ruchu přínosem pro region, ano odpovědělo 77 respondentů, to je 56 %. Ne odpovědělo 22 respondentů, což je 16 %. Na tuto otázku 39 respondentů, což je 28 %, odpovědělo, že nevědí, zda VT a AT je přínosem pro region.

Graf číslo 22: Podpora venkovské turistiky a agroturistiky



Zdroj: Vlastní zpracování

Podpora venkovské turistiky (VT) nebo agroturistiky (AT)

22. Čím byste v budoucnu mohli osobně podpořit venkovskou turistiku (VT) nebo agroturistiku (AT):

- a) Účast na prázdninovém pobytu v rámci VT a AT (**49**)
- b) Účasti na jednodenní akci VT nebo AT (**22**)
- c) Pozitivní ústní reklamou (**67**)
- d) Jinak

Nejvíce respondentů, 67 což je 49 %, by venkovskou turistiku (VT) nebo agroturistiku (AT) podpořilo pozitivní ústní reklamou, 49 respondentů, což je 35 %, pak podporu shledávají v účasti na prázdninovém pobytu v rámci VT a AT. 22 respondentů, to je 16 % by VT a AT podpořilo účastí na jednodenní akci VT nebo AT.

5.3 Vyhodnocení hypotéz

V rámci diplomové práce jsou zmíněny čtyři hypotézy. Ty budou v této části práce vyhodnoceny na základě informací z dotazníků a znalostí, které autorka načerpala v průběhu tvorby této práce.

První hypotéza předpokládá, že region Pardubického kraje je málo navštěvovaným regionem, nejen z pohledu agroturistiky a venkovské turistiky. Hypotéza byla dotazníkovým šetřením potvrzena. Pardubický kraj je málo navštěvovaným krajem i přes svůj potenciál.

Druhá hypotéza předpokládá, že venkovskou turistiku provozují nejvíce rodiny s dětmi. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že agroturistiku skutečně praktikuje nejčastěji tato skupina obyvatel. Důvodem je v dnešní době rozšířená touha po návratu k přírodě s možností zapojení dětí, především z měst, do práce na farmě, které tím získávají nové znalosti, jak o zvířatech a podmínkách jejich života, tak i o provozu celé farmy. Vzhledem k obvykle současnému využití stravování na farmě, zároveň děti získají představu o produkci jídla, přidanou hodnotou je pak fakt, že strava je v BIO kvalitě. Mnohdy také rodiny využívají okolí k výletům a poznání kulturních a historických památek a přírodních krás.

Podle třetí hypotézy je marketing a propagace venkovské turistiky na nízké úrovni. Na základě šetření vyplývá, že úroveň marketingu a propagace je na nízké úrovni. Ač se v poslední době, oproti minulým rokům, situace zlepšuje, a to především díky rozmachu internetu, stále je tento aspekt podpory venkovské turistiky velice přehlížený. Nejvíce účinnou reklamou je však stále osobní doporučení od rodiny či známých na základě pozitivní zkušenosti.

Čtvrtá hypotéza předpokládá, že Pardubický kraj za cílem venkovské turistiky navštěvují více obyvatelé jiného kraje nežli místní. I tato hypotéza byla v rámci dotazníkového šetření potvrzena. Z tohoto šetření vyplývá, že Pardubický kraj navštěvuje nejvíce respondentů z Prahy a Středočeského kraje.

5.4 SWOT analýza

Dle Evanse (2015) je SWOT analýza zkratkou anglických slov, jejichž počáteční písmena určují její samotný význam. Využívá tak kombinaci dvou dílčích analýz S-W-O-T, jejichž smysl spočívá v přímé klasifikaci – hodnocení dvou významných faktorů vnitřního a vnějšího prostředí, které jsou rozděleny do 4 skupin.

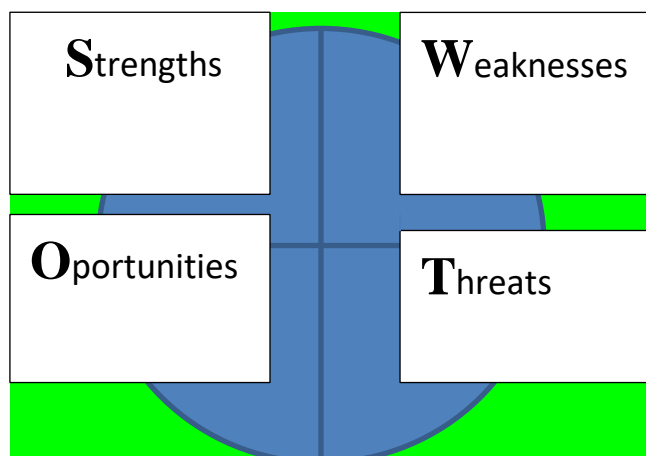
Ferrell a Hartline (2014) definovali analýzu SWOT jako postup vyhodnocení silných (Strengths) a slabých (Weaknesses) stránek, příležitostí (Opportunities) a ohrožení (Threats). Zelenka (2015) píše, že systém hodnocení spočívá v dynamickém rozlišení již zmiňovaných faktorů s možností efektivní volby a následným rozhodnutím.

Tato analýza byla vytvořena na základě dotazníkového šetření, vlastních poznatků a konzultací s osobami, zabývajícími se cestovním ruchem. Zohledňuje jak celkový pohledu na Pardubický kraj, tak i zhodnocení agroturistiky a venkovské turistiky jako takové. Uvedené poznatky slouží především k nalezení nových možností a směrů rozvoje a identifikaci slabých míst, na které je důležité se v rámci marketingu zaměřit, aby bylo možno plně využít potenciálu a nových příležitostí. Ignorování těchto poznatků pak může naopak vést ke stagnaci podnikání v rámci venkovské turistiky a agroturistiky v regionu.

Obrázek číslo 10: Tabulka SWOT analýzy

SWOT analýza

- **VNITŘNÍ PODMÍNKY** – Strengths (silné stránky = přednosti) - Weaknesses (slabé stránky = nedostatky)
- **VNĚJŠÍ PODMÍNKY** - Opportunities (příležitosti) - Threats (hrozby)



zdroj: Rozhodování v marketingu, Ring (1984)

Silné stránky

- V oblasti se nachází památky mezinárodního významu (UNESCO)
- Konání tradičních, folklórních i sportovních akcí, které jsou kulturním dědictvím
- Rostoucí zájem o alternativní formy odpočinku včetně ubytování a stravování – BIO potraviny
- Spokojení návštěvníci – opakovaně se vrací
- Schopnosti a ochota personálu
- Dobrá dopravní dostupnost
- Příznivé klimatické podmínky a přírodní bohatství – množství přírodních památek a rezervací, rozmanitost přírody
- Nenáročný terén, vhodný pro cykloturistiku a pěší turistiku
- Hustá a dobře značená síť turistických, cyklistických a hipoturistických tras
- Vodní plochy, poskytující možnost rekreačního vyžití, rybaření

Slabé stránky

- Sezonní návštěvnost
- Rozdílná úroveň kvality turistických služeb
- Nedostatečná úroveň základních a doplňkových služeb cestovního ruchu
- Vysoké vstupní náklady – příprava statku, farmy s možností ubytování a stravování
- Vysoké náklady spojené s provozem farmy a ubytovacích objektů
- Delší doba návratnosti investic
- Špatná propagace – nedostatečná propagace venkovské turistiky a agroturistiky mikroregionů a malých obcí
- Nedostatečná údržba a obnova historických objektů a kulturně historického dědictví
- Malá nabídka produktů venkovského cestovního ruchu
- Malý počet agrofarem a ekoagrofarem
- Malá informovanost potenciálních klientů o agroturistice a venkovské turistice
- Nezájem místních obyvatel o podnikání v agroturismu či ekoagroturismu
- Vysoký stupeň nezaměstnanosti ve venkovském prostoru, málo pracovních příležitostí.
- Nízká konkurenceschopnost
- Absence bezbariérového přístupu

Příležitosti

- Zvyšující se zájem o agroturistiku a venkovskou turistiku
- Velké množství budov vhodných, po rekonstrukci či modernizaci, k použití pro ubytování
- Využití možnosti zkvalitnění propagace regionu
- Tvorba webového seznamu, který by sdružoval informace o veškerých ubytovacích zařízeních pro agroturistiku a venkovskou turistiku v regionu
- Možnosti dotací a podpor
- Možnost vytvoření zvýhodněných balíčků, a to především na mimosezónní období
- Možnost nárůstu zahraniční klientely
- Možnost rozvoje také do oblasti incentivní turistiky

Ohrožení

- Zhoršování kvality životního prostředí
- Migrace části obyvatel venkova do měst za zaměstnáním
- Nižší atraktivita v mimosezónním období
- Absence kvalitního marketingu
- Nízká informovanost provozovatelů o dostupnosti a čerpání dotací a vytváření grantových projektů
- Zpřísnování legislativy v oblasti hygienických předpisů
- Růst provozních nákladů

6. Diskuse

Terminologie v oblasti agroturistiky a venkovské turistiky není v České republice sjednocena. Bylo by vhodné sjednotit a vytvořit ucelenou terminologii závaznou klasifikací pojmů. Tento krok by mohl usnadnit orientaci v dané problematice. Podle autorky práce je nejpřesnějším autorem paní Marie Stříbrná, která ve svých publikacích využívá, v porovnání s ostatními autory, srozumitelnou terminologii. K dalším přínosným autorům patří publikace Zelenky a Páskové.

Hall et Page (2002) a také Wall et Mathieson (2006) považují venkovský cestovní ruch za druh turistiky s velkým potenciálem pro rozvoj venkova, mající však také ekonomický význam pro region. Tento názor sdílí jak klienti – návštěvníci, tak i představitelé obcí.

Čertík (2001), Ryglová a kol. (2011) spatřují hlavní ekonomický význam venkovského cestovního ruchu v tvorbě pracovních příležitostí. Tento význam shledávají i dotazovaní zastupitelé a starostové obcí.

Stříbrná (2015) zmiňuje zřetelné vazby k ekologii, i v této oblasti se dle výzkumu, rozhovorů a šetření potvrdily zkušenosti návštěvníků s ochranou přírody a návratu k ní.

Tento podobný názor má i Pásková (2009), která spatřuje hlavní význam venkovské turistiky v regionech především v podpoře udržitelného rozvoje, s přispíváním ochrany krajiny tvorby a životního prostředí.

Agroturistika a venkovská turistika se v posledních letech stále rozrůstá, získává si více zájemců, a proto je potřeba, aby provozovatelé těchto středisek a farem své služby zlepšovali a zdokonalovali. Využit lze také zkušenosti ze zahraničí, kde se agroturistika a venkovská turistika, jakožto forma podnikání, začala rozvíjet o mnoho dříve, než v České republice. Díky tomu je na vyšší úrovni, provozovatelé mají větší zkušenosti, a to především v oblasti čerpání dotací, ale také v oblastech kvality a úrovně nabízených služeb. Samozřejmě je ovšem nezbytné zohlednit, že farmy v ČR jsou často podstatně větší, proto podíl příjmu z agroturistiky a venkovské turistiky bude v českém zemědělství vždy tvořit poměrně nižší část z příjmů celkových.

Otázka dotací je v současné době hlavní příležitostí pro české provozovatele. Jejich čerpání má potenciál do budoucna pozitivně ovlivnit nejen provoz, ale i rozvoj venkovské

turistiky a agroturistiky v České republice. Největším problémem při čerpání dotací je neznalost, a také zdlouhavé a velmi byrokratické úkony. Právě uvedené problémy mnoho podnikatelů od využití dotací odradí. Ti musí následně více šetřit na nákladech firmy, a to mnohdy na úkor návštěvníků – klientů, kdy služby nejsou v takovém rozsahu a kvalitě, jako v zahraničí. Bylo by proto dobré zvýšit informovanost podnikatelů o možnosti využití odborných poradců či poradců Agrární komory, kteří jsou schopni s čerpáním dotací pomoci.

Dalším významným směrem by pro agroturistická centra mělo být zaměření na rozšíření nabídky služeb. Bylo by vhodné vytvoření balíčků služeb, sestavených přímo na míru požadavkům jednotlivých kategorií návštěvníků. Každý by si mohl vybrat nabídku, která nejvíce odpovídá jeho požadavkům a potřebám. Další prozatím přehlíženou možností zvýšení atraktivity agroturistiky a venkovské turistiky je pořádání jedinečných akcí s využitím venkovské kultury, folklóru, místních akcí, trhů, nebo například při příležitosti masopustu či pouti. Přiblížit farmy veřejnosti a přilákat nové klienty by mohly i akce typu dne otevřených dveří s možností vyzkoušení rozličných aktivit na farmě, ochutnávky BIO produktů apod.

Velkým přínosem by do budoucna mohlo být přizpůsobení aktivit pro seniory, kteří agroturistiku v poslední době vyhledávají častěji, než tomu bylo v minulosti. Mezi aktivity mířené na tuto skupinu klientů by bylo vhodné zařadit např. večery s hudbou, místní slavnosti, projížďky kočárem po okolí či odvoz z nádraží na farmu. Dalším velice významným prostředkem k získání nových klientů by bylo vybudování bezbariérových přístupů.

Nejvýznamnějším problémem Pardubického kraje je, v rámci zkoumaného odvětví, především fakt, že jednotlivá města či obce vzájemně nespolupracují při organizaci společenských a veřejných akcích, a především při společné prezentaci. Nejsou vytvářeny ani společné produkty, což regionu, v porovnání s regiony jinými, ubírá na atraktivitě. O to více by se měl region soustředit na svou celkovou image, a především společnou propagaci. V současné době neexistuje žádný souhrnný seznam agroturistických a venkovských středisek. Není organizace, která by tato střediska zmapovala a poskytla informace veřejnosti a uveřejnila je na internetu. Propojení společenských a kulturních akcí a společné investice by mohly vytvořit také nové pracovní příležitosti. Podle autorky by se měla jednotlivá centra více zaměřit na propagaci agroturistiky a venkovské turistiky. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že současné formy propagace nejsou dosti účinné. Na uvedeném faktu se shodli jak provozovatelé středisek, tak i veřejnost. V první řadě by měli provozovatelé vylepšit

webové stránky. Ty jsou mnohdy zastaralé či nezajímavé, obsahují mnohé nedostatky, často neaktuální informace – občas dokonce nesprávné kontaktní údaje, což je kritický nedostatek, často chybí i popis a výčet aktivit, v mnoha případech nenalezneme ani přesnou polohu. Právě tyto informace jsou přitom z pohledu potenciálního zákazníka pro výběr destinace či střediska zásadní. Autorka si myslí, že by bylo dobré, v dnešní době – době moderních mobilních aplikací, do webových stránek zasadit přinejmenším GPS polohu pro rychlejší a snadnější orientaci návštěvníků. Dalším významným krokem by bylo použití rychlého kontaktu na úvodní stránce, který by usnadnil a urychlil komunikaci s ubytovacími centry.

V době sociálních sítí, internetu a mobilních aplikací je propagace právě prostřednictvím internetu a sociálních sítí velice populární a účinná a má obrovský potenciál. Reklama v této oblasti by mohla přispět ke zvýšení návštěvnosti a zvýšit povědomí o tomto druhu cestovním ruchu, možnostech ubytování a využití programů a nabídek jednotlivých farem, např. soutěží o pobyt při sdílení facebookových stránek daného zařízení. Je významné připomenout skutečnost, že tato forma propagace je zcela zdarma, a přitom se jedná o velmi úspěšný a účinný prostředek. Dalším velkým přínosem této formy propagace je, že může obsáhnout veškeré nabízené služby a produkty. Dle zjištění je však tento směr propagace využíván jen velmi malým procentem středisek, přitom využití sociálních sítí ve svůj prospěch by právě pro venkovskou turistiku a agroturistiku mohlo být obrovskou příležitostí.

Dalším významným krokem ke zlepšení informovanosti turistů by byla spolupráce s informačními centry v okolních městech spojená s vytvořením propagačních materiálů a jejich distribuce právě cestou informačních center turistům a výletníkům.

Vzhledem k využívání agroturistiky, která je dle dotazníkového šetření nejvíce využívána právě v letní sezóně, by bylo dobré zvýšit její atraktivitu i v mimosezónním období. Docílit toho by bylo možné například oslovením společností s nabídkou možnosti zabezpečení firemních akcí, jako jsou teambuilding, kongresy či firemní večírky. Velký potenciál vidí autorka i v pořádání incentivní turistiky, která není v ČR prozatím velmi rozšířenou. Přitom jde o velmi oblíbený způsob motivace zaměstnanců. Zaměstnavatel odměňuje zaměstnance za jejich práci, a tím si zároveň zajišťuje pracovitý, loajální a úspěšný tým. I tento způsob by tak mohl přispět k získání nových klientů, kteří by se, v případě spokojenosti s poskytovanými službami, mohli nadále vracet i v rámci pobytů s rodinami, a také doporučit zařízení svým známým.

7. Závěr

Cílem diplomové práce bylo zmapování úrovně a současného stavu agroturistiky a venkovské turistiky v Pardubickém kraji. V rámci práce bylo provedeno dotazníkové šetření a na jeho základě byla vytvořena SWOT analýza. Z načerpaných informací a poznatků získaných v průběhu práce došla autorka k závěru, že Pardubický kraj přes svou výhodnou polohu a množství atraktivních destinací, od množství kulturních a historických památek po přírodní krásy a atraktivní místa, je z pohledu agroturistiky a venkovské turistiky málo navštěvovaným krajem.

Podnikání v tomto oboru se v současné době stává oblíbenějším a turisty stále více vyhledávaným. Zároveň přispívá k udržování a zachování životního prostředí a návratu k přírodě. Napomáhá obnově tradičních řemesel, tradic a zvyků v regionu, a návštěvníkům nabízí prožití nevšední dovolené s nezapomenutelnými zážitky.

Pardubický kraj by měl využít svého potenciálu zlepšením a rozvinutím služeb. To by vedlo k přilákání nových klientů a současné spokojené zákazníky by pomohlo přimět k opakovaným návštěvám i v budoucnu. V práci byly uvedeny i návrhy a doporučení na zlepšení agroturistiky a venkovské turistiky.

Podle autorky má Pardubický kraj velký potenciál, který by mohl být využit především k tomu, aby se agroturistika a venkovská turistika v rámci regionu plně rozvinuly, čímž by do budoucna získaly mnoho dalších spokojených návštěvníků. Nejvýznamnější je totiž podle autorky spokojenost klienta a jeho následná pozitivní ústní reklama a osobní doporučení. Především proto, by se tedy měli provozovatelé těchto center snažit o co nejspokojenější návštěvníky a vzbuzení co nejlepšího dojmu.

8. Seznam literatury

- [1] Bartoš, Š., Šebek, F. 2004. *Pardubický kraj*. Helios. Pardubice. ISBN: 80-85211-16-5.
- [2] Belletti, G., Brunori, G., Marescotti, A., Berti, G., Rovai, M. 2013. *Is rural tourism sustainable? A reflection based on the concept of 'rural tourism configurations'*. In: Figueiredi, E., Raschi, A. 2013. *Fertile Links: Connections between Tourism Activities, Socioeconomic Contexts and Local Development*. 93-106, Firenze University Press. Firenze. ISBN: 8866553883
- [3] Briedenhann, J., Wickens, E. 2004. *Rural Tourism – Meeting the Challenges of the New South Africa*. International Journal of Tourism Research. 6. 189 - 203. ISSN: 1099-2340
- [4] Butler, R., Hall, C. M., Jenkins, J. 1998. *Tourism and recreation in rural areas*. Wiley. New York. ISBN: 0471976806
- [5] Cooper, C., Jackson, S. 1989. *Destination Lifecycle: The Isle of man case study*. Annals of Tourism Research. 3 (16). pp. 377–398, ISSN: 0160-7383.
- [6] Čech, J. 1998. *Malá encyklopedie cestovního ruchu: vybrané pojmy v češtině a angličtině, definice, zkratky*. Idea servis. Praha. ISBN: 80-85970-19-8.
- [7] Čertík, M. 2001. *Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení*. Nakladatelství OFF. Praha. ISBN: 80-238-6275-8.
- [8] Dashper, K. 2014. *Rural tourism: An International Perspective*. Cambridge Scholars Publishing. Newcastle upon Tyne. ISBN: 978-1-4438-6677-4
- [9] David, P., Soukup, V. 2000. Podorlicko. 2. aktualiz. vyd. S & D. Praha. Průvodce po Čechách, Moravě, Slezsku. ISBN: 80-86050-61-0.
- [10] David, P., Soukup, V. 2010. *Velká turistická encyklopedie*. Knižní klub. Praha. ISBN: 978-80-242-2972-0.
- [11] Deller, S. (2010). *Rural Poverty, Tourism and Spatial Heterogeneity*. Annals of Tourism Research, 37(1), 180-205. ISSN: 0160-7383

- [12]Dimitrovski, D. D., Todorović, A. T., Valjarević, A. D. 2012. *Rural tourism and regional development: Case study of development of rural tourism in the region of Gruza, Serbia*. Procedia Environmental Sciences, vol. 14, pp. 288–297.
- [13]Disman, M. 2000. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 3. vyd. Karolinum. Praha. ISBN: 978-80-246-0139-7.
- [14]Dong, E., Wang, Y., Morais, D., Brooks, D. 2013. *Segmenting the rural tourism market. The case of Potter County, Pennsylvania, USA*. Journal of Vacation Marketing, 19(2), 181-193. ISSN: 1356-7667
- [15]Dudák, V., Pavelka, Z. 2012. *Agroturistika v České republice: dovolená na venkově*. Novela bohemia. Praha. ISBN: 9788087683033
- [16]Eco, U. 1997. *Jak napsat diplomovou práci*. 1997. Votobia. Olomouc. Velká řada (Votobia). ISBN: 80-7198-173-7.
- [17]Evans, N. 2015. *Strategic management for tourism, hospitality and events. Second edition*. Routledge Taylor & Francis Group. New York. ISBN: 978-0-415-83727-9.
- [18]Ferrell, O. C., Hartline, M. 2014. *Marketing Strategy, Text and Cases*. South-Western, Cengage Learning. USA. 624. ISBN: 978-1-285-07304-0.
- [19]Fialová, D., Marada, M. *Chalupářství: příklad venkovské turistiky*. In: Hasman, M., Říha, J. 2003. *Cestovní ruch v České republice. Problémy a možnosti jejich řešení*. Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta. Tábor. s. 116-123.
- [20]Fink, M. & Plankl, R. (1998). *Wissenschaftliche Begleituntersuchung zum Modellvorhaben "Einkommenssicherung durch Dorftourismus": Abschlußbericht, Braunschweig, Februar 1997*. Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten. Bonn. ISBN: 3885793245.
- [21]Fleischer, A., Finkelshtain, I., 2006. *Rural Tourism: Development, Public Intervention and lessons from the Israeli Experience*. Discussion Paper No. 12.06, The Hebrew University of Jerusalem. Jerusalem. pp. 42.

- [22] Gulcan, Y., Kustepeli, Y., Akgungor, S. 2009. *Public Policies and Development of the Tourism Industry in the Aegean Region*. European Planning Studies, 17, 10. pp. 1509-1523. ISSN: 0965-4313
- [23] Hall, C. M., Page, S. 2002. *The geography of tourism and recreation: environment, place and space*. 2nd ed. Routledge. London. ISBN: 0-415-25081-1.
- [24] Hall, D. 2003. *New directions in rural tourism*. 2014. Ashgate. Aldershot [u.a.]. ISBN: 9780754636335
- [25] Hall, D., Kirkpatrick, I. 2005. *Rural tourism and sustainable business*. Buffalo, NY: Channel View Publications, 2005, 370 s. ISBN 18-454-1012-2.
- [26] Haugland, S., Ness, H., Groenseth, B.-O., Aarstad, J. 2011. *Development of Tourism Destinations: An Integrated Multilevel Perspective*. Annals of Tourism Research, 38 (1), 268-290. ISSN: 0160-7383.
- [27] Haven-Tang, C., Jones, E. 2012. *Local leadership for rural tourism development: A case study of Adventa, Monmouthshire, UK*. Tourism Management Perspectives, 4, 28-35. ISSN: 2211-9736.
- [28] Hendl, J. 2005. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Portál. Praha. ISBN: 80-7367-040-2.
- [29] Hesková, M. 2011. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Fortuna. Praha. ISBN: 978-80-7373-107-6.
- [30] Horner, S., Swarbrooke, J. 2001. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Grada. Praha. ISBN: 80-247-0207-9.
- [31] Chalip, L., Costa, C. A. 2005. *Sport Event Tourism and the Destination Brand: Towards a General Theory*. Sport in Society. 8 (2). 218-237. ISSN: 1743-0437
- [32] Chiu, YTH., Lee, WI., Chen, TH. 2014. *Environmentally responsible behavior in ecotourism: Antecedents and implications*. Tourism management. 40. 321–329. ISSN: 0261-5177.

- [33] Jensen-Butler, C., Madsen, B., Zhang, J. 2007. *Regional Economic Impacts of Tourism: The Case of Denmark*. *Regional Studies*, 41 (6), 839-853. ISSN: 0034-3404.
- [34] Kopšo, E., Baxa, Š., Gúčik, M. 1979. *Ekonomika cestovného ruchu: národohospodárske otázky*. Slovenské pedagogické nakladateľstvo. Bratislava.
- [35] Kotíková, H. 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Grada Publishing. Praha. 208. ISBN: 978-80-247-4603-6.
- [36] Kotler, P. 2002. *Marketing podle Kotlera: Jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. Management Press. Praha. 260. ISBN: 80-7261-010-4.
- [37] Kotler, P., Armstrong, G. 2004. *Marketing*. Grada Publishing. Praha. 864. ISBN: 80-247-0513-3.
- [38] Kotler, P. 2007. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Grada. Praha. ISBN: 978-80-247-1545-2.
- [39] Kotíková, H. 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Grada. Praha. ISBN: 978-80-247-4603-6.
- [40] Kusnierz, M., Dziedzic, S., & Wozniak, L. 2005. *Turystyka konna jako element turystyki wiejskiej*. In J. Bergier & B. Sawicki (Eds.), p. 92-96. Biala Podlaska. PWSZ.
- [41] Kraus, J. 2005. *Nový akademický slovník cizích slov A-Ž*. Academia. Praha. ISBN: 978-80-200-1351-4.
- [42] Lacina, K. 2010. *Management a marketing cestovního ruchu*. Vysoká škola finanční a správní. Praha. 81. ISBN: 978-80-7408-035-7.
- [43] Langerová, B. 2004. *Pardubický kraj*. ACR Alfa s.r.o. Praha. 287. ISBN: 80-86408-12-4.
- [44] LaSalle, D., Britton, T.A. 2003. *Priceless: Turning Ordinary Products into Extraordinary Experiences*. Harvard Business School Press. Boston. 224. ISBN: 1-57851-746-X.
- [45] Leco, F., Perez, A., Hernandez, JM., Campon, AM. 2013. *Rural Tourists and Their Attitudes and Motivations Towards the Practice of Environmental Activities such as*

- Agrotourism*. International journal of environmental research. 7 (1). 255- 264. ISSN: 1735-6865.
- [46] Marková, H. 2014. *Daňové zákony 2014, úplná znění platná k 1. 1. 2014*. Grada Publishing, a.s. Praha. 272. ISBN: 978-80-247-5171-9.
- [47] McAreavey, R., McDonagh, J. 2010. *Sustainable Rural Tourism: Lessons for Rural Development*. Sociologia Ruralis, Volume 51, Issue 2. p. 175-194. ISSN: 0038-0199.
- [48] Miller, E., Van Megen, K., Buys, L. 2010. *Impacts and opportunities : resident's view on sustainable development of tourism in regional Queensland, Australia*. Journal of Tourism Challenges and Trends, vol. 3, issue 1. pp. 9-28.
- [49] Moravec, I., Novotný, R., Folbergerová, R., Stříbrná, M. 2006. *Venkovská turistika: Teoretická východiska a možnosti*. Centrum pro komunitní práci. České Budějovice. 94. ISBN: 80-86902-31-5.
- [50] Němčanský, M. 1996. *Agroturistika*. Slezská univerzita. Opava. 158. ISBN: 80-85879-36-0.
- [51] Novotný, R., Moravec, I. 2004- 2005. *Návod na rozvoj cestovního ruchu v obcích formou zážitkové turistiky s využitím historického a kulturního dědictví*. Projekt MMR: Výzkum pro potřeby regionů. WB-11-04.
- [52] Novotný, R., Moravec, I. 2005-2006. *Studie unikátních místních atraktivit v ČR a jejich využití v zážitkové turistice*. Projekt MMR: Výzkum pro potřeby regionů. WB-05-05.
- [53] Oriška, J. 2010. *Technika služeb cestovního ruchu*. 2.vyd. Praha: Idea servis.244s. ISBN80-247-1014-5
- [54] Pácl, P. 1988. *Sociologie životního způsobu*. Státní pedagogické nakladatelství. Praha. 209.
- [55] Page, S. J., Connell, J., 2014. *Tourism: a modern synthesis*. 4th ed. Cengage Learning EMEA. Andover. p. 497. ISBN: 9781408088432.

- [56] Parmová, D. 2003. *Provoz služeb v cestovním ruchu*. Jihočeská univerzita. České Budějovice. 84. ISBN: 80-7040-611-9.
- [57] Pásková, M., Zelenka, J. 2002. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Praha. 448. ISBN: 80-239-0152-4.
- [58] Pásková, M., Zelenka, J. 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Linde. Praha. 768. ISBN: 978-80-7201-880-2.
- [59] Pena, A. I. P., Jamilena D. M. F., Molina, M. A. R., Olmo, J., C. 2014. Rural lodging establishments: effect of location and internal resources and characteristics on room rates. *Tourism geographies, Tourism Geographies*, 91-111, DOI: 10.1080/14616688.2014.949294.
- [60] Podhorský, M. 2004. *Pardubický kraj*. Freytag & Berndt. Praha. 197. ISBN: 80-7316-077-3.
- [61] Pourová, M. 2002. *Agroturistika, možnosti rozvoje a perspektiva v České republice*. Česká zemědělská univerzita. Praha. 114. ISBN: 80-213-0672-6.
- [62] Příbylová, M., Jandová, M. 2007. *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj. Praha. 235.
- [63] Roberts, L., Hall, D. R. 2001. *Rural tourism and recreation: principles to practice*. CABI. Wallingford. ISBN: 0-85199-540-3.
- [64] Ryglová, K., Burian, M., Vajčnerová, I. 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Grada. Praha. ISBN: 978-80-247-4039-3.
- [65] Saarinen, J. 2006. *Traditions of sustainability in tourism studies*. *Annals of Tourism Research*, 33(4), pp. 1121-1140. ISSN: 0160-7383
- [66] Sznajder, M., Przezborska, L., Scrimgeour, F. 2009. *Agritourism*. CABI. Wallingford, 301 s. ISBN 1-84593-482-2.
- [67] Stříbrná, M. 2015. *Venkovská turistika a agroturistika*. Profi Press, s.r.o. Praha. 65. ISBN: 80-86726-14-2.

- [68] Stříbrná, M., Mikula, P., 2003. *Agroturistika a biopotraviny: základ prosperity farmy: právní, finanční a informační podnikatelské minimum*. Ústav zemědělských a potravinářských informací. Praha. Potravinářské informace. ISBN:80-7271-137-7.
- [69] Šimková, E. 2004. *Systémový přístup a cestovní ruch*. Gaudeamus. Hradec Králové. 174. ISBN: 80-86771-08-3.
- [70] Šimková, E. 2008. *Manažerské a marketingové přístupy ve venkovské turistice*. Gaudeamus. Hradec Králové. 95. ISBN 978-80-7041-586-3.
- [71] Trypesová, P. 2004. *Chalupářská subkultura v Albrechticích v Jizerských horách (1950-1989)*. Sborník archivu Ministerstva vnitra. Archiv Ministerstva vnitra. Praha. 338.
- [72] Velemínský, M. 2007. *Zooterapie ve světle objektivních poznatků*. Dona. České Budějovice. ISBN: 978-80-7322-109-6.
- [73] Vorel, P. 2000. *Pardubický kraj*. Regionální rozvojová agentura Pardubického kraje. Pardubice. 40.
- [74] Wall, G., Mathienson, A. 2006. *Tourism, changes, impacts and opportunities*. 1 st ed. Pearson Education, Harlow. pp. 432. ISBN: 978-0-130-99400-4.
- [75] Wallace, G. & Russel, A. 2004. *Eco-cultural tourism as means for the sustainable development of culturally marginal and environmentally sensitive regions*. *Tourist Studies*, 4(3), pp. 235-254. ISSN: 1468-7976.
- [76] Wilson, S., Fesenmaier, R., Fesenmaier, J., van Es, J. 2001. *Factors for success in rural tourism development*. *Journal of Travel Research*, 40 (2), pp. 132-138. ISSN: 0047-2875
- [77] Wyrzykowwski, J. 2002. *Podstawowe formy turystyki*. In S. Toczek-Werner (Ed.), *Podstawy rekreacji i turystyki*. p 61-64. Wrocław: AWF.
- [78] Zeipelt, R., Dömeová, L., Jindrová, A. 2012. *Venkovská turistika*. Česká zemědělská univerzita. Praha. 138 s. ISBN 978-80-213-2163-2.

Seznam internetových zdrojů:

- [1] Apolenka. [cit. 2017-09-24]. Dostupné z: <http://www.apolenka.org/>
- [2] Administrativní členění Pardubického kraje. [cit. 2017-09-24]. Dostupné z: [http://notes3.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/7F0041878D/\\$File/53101109m02.jpg](http://notes3.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/7F0041878D/$File/53101109m02.jpg)
- [3] Czech Tourism. [cit. 2017-09-24]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/>
- [4] CZECHTOURISM. Mapa turistických regionů a oblastí, kontakty. [cit. 2017-09-18]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/nase-sluzby-pro-vas/spoluprace-s-regiony/mapa-turisticky-regionu-a-oblasti,-kontakty/>
- [5] Český statistický úřad: Krajská správa ČSÚ pro Pardubický kraj 2017. [cit. 2017-11-09]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/czso/database-demograficky-udaju-za-vybrana-mesta-cr>
- [6] Český statistický úřad. [cit. 2017-09-04]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso>
- [7] Denman, R., Mihalič, T. 2007. *Action for more sustainable European tourism: Report of the Tourism Sustainability Group*. European Commission. Brussels. [cit. 2018-01-04]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/3683/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>.
- [8] ECEAT:Quality-Travel-Expertise.[cit. 2017-09-24]. Dostupné z: <http://www.eceat.cz/>
- [9] EURO-GITES. [cit. 2017-09-24]. Dostupné z: <http://www.eurogites.org/>
- [10] Kolesa. [cit. 2017-09-24]. Dostupné z <http://www.elektrovasury.cz>
- [11] Prázdniny na venkově.[cit. 2017-09-24]. Dostupné z: <http://www.prazdninynavenkove.cz/>
- [12] Ranč Oklahoma. [cit. 2017-09-24]. Dostupné z: <http://www.kone-indiani.cz/>
- [13] Ranč Bělečko. [cit. 2017-09-24]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/ranc.belecko.5>
- [14] Regionální rozvojová agentura Pardubického kraje. Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji- analytická část. Destinační společnost Východní Čechy. Červen 2009

[cit. 2018-03-03]. Dostupné z http://www.vychodni-cechy.org/cs/kestazeni/doc_view/

[15] Svaz venkovské turistiky. [cit. 2017-09-24]. Dostupné z: <http://www.svazvt.cz/>, <http://www.svazvta.cz/certifikace/oficialni-jednotna-klasifikace-ubytovani-v-soukromi>

9. Seznam použitých zkratek

A.T.I.S. - Asociace turistických informačních středisek A.T.I.S.

AT – Agroturistika

Atd. - a tak dále

ČR – Česká republika

ČJF – Česká jezdecká federace

EARDF – Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova

ERDF – Evropský fond regionálního rozvoje

EU – Evropská unie

GPS - Globální polohový systém

HDP – hrubý domácí produkt

HPH - hrubá přidaná hodnota

IC – Informační centrum

ICOMOS - Mezinárodní rada památek a sídel

LEA – Liga Ekologických Alternativ

LFA -nízko úrodné oblasti

MHD – městská hromadná doprava

Např. – například

NUTS - územní celky vytvořené pro statistické účely

UNEP - Organizace spojených národů pro životní prostředí

UNESCO - Organizace OSN pro vzdělání, vědu a kulturu

PRO – BIO – Svaz ekologických zemědělců ČR

PRO BIO - Svaz ekologických zemědělců ČR

ROP – regionální operační program“

SWOT - analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb

VT – venkovská turistika

WTO – World Trade Organization - mezinárodní organizace sídlící v Ženevě.

WRC – Western Riding Club ČR

MŠ – mateřská škola

ZŠ – základní škola

ZOO – zoologická zahrada

10. Seznam grafů

Graf číslo 1: Pohlaví respondentů

Graf číslo 2: Věk respondentů

Graf číslo 3: Bydliště respondentů

Graf číslo 4: Četnost cestování

Graf číslo 5: S kým cestují návštěvníci

Graf číslo 6: Trávení dovolené

Graf číslo 7: Vzdělání respondentů

Graf číslo 8: Sociální hledisko respondentů

Graf číslo 9: Povědomost respondentů o pojmu venkovská turistika a agroturistika

Graf číslo 10: Zdroj informací o venkovské turistice a agroturistice

Graf číslo 11: Využití venkovské turistiky a agroturistiky

Graf číslo 12: Lokalita využití venkovské turistiky a agroturistiky

Graf číslo 13: Propagace venkovské turistiky a agroturistiky

Graf číslo 14: Znalost venkovské turistiky a agroturistiky

Graf číslo 15: Délka pobytu

Graf číslo 16: Priorita výběru dovolené

Graf číslo 17: Cena pobytu

Graf číslo 18: Preference druhu dovolené

Graf číslo 19: Atraktivita venkovské turistiky a agroturistiky

Graf číslo 20: Období využití venkovské turistiky a agroturistiky

Graf číslo 21: Přínos venkovské turistiky a agroturistiky pro region

Graf číslo 22: Podpora venkovské turistiky a agroturistiky

11. Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Schéma struktury zeleného cestovního ruchu

Obrázek č. 2: Etymologie termínu agroturistika

Obrázek č. 3: Struktura produktu agroturistiky

Obrázek č. 4: Znak ECEAT

Obrázek č. 5: Znak venkovské turistiky

Obrázek č. 6: Znak Czech TOURISM

Obrázek č. 7: Znak EUROGITES

Obrázek č. 8: Logo Stezky dědictví

Obrázek č. 9: Logo Prázdniny na venkově

Obrázek č. 10: Administrativní členění Pardubického kraje

Obrázek č. 11: Ranč Oklahoma

Obrázek č. 12: Sportovní areál a Penzion Kolesa

Obrázek č. 13: Ranč Bělečko

Obrázek č. 14: Apolenka Spojil

Obrázek č. 15: Ranč Oklahoma

Obrázek č. 16: Ranč Oklahoma

Obrázek č. 17: Penzion Kolesa

Obrázek č. 18: Penzion Kolesa

Obrázek č. 19: Penzion Kolesa

Obrázek č. 20: Ranč Bělečko

Obrázek č. 21: Ranč Bělečko

Obrázek č. 22: Apolenka Spojil

Obrázek č. 23: Apolenka Spojil

Obrázek č. 24: Apolenka Spojil

12. Přílohy

Příloha č. 1: Dotazník se zaměřením pro turistickou veřejnost

Dotazník

Dobrý den, chtěla bych Vás zdvořile požádat o vyplnění následujícího dotazníku, zabývající se venkovskou turistikou (VT) a agroturistikou (AT). Jmenuji se Tereza Kratochvílová a jsem studentkou České zemědělské univerzity v Praze obor Rozvoj venkovského prostoru. Ráda bych přiložený dotazník využila do své Diplomové práce.

Předem Vám velice děkuji za Vaši ochotu a čas strávený vyplňováním.

1. Uved'te Vaše pohlaví

- a) Muž
- b) Žena

2. Do jaké věkové skupiny spadáte:

- a) Do 20 let
- b) 21–25 let
- c) 26–45 let
- d) 46–59 let
- e) 60 a více

3. Uved'te kraj, ve kterém bydlíte popř. město

4. Cestujete často?

- a) ANO
- b) NE

5. Cestujete s rodinou – dětmi

- a) ANO
- b) NE

6. Kde upřednostňujete trávit dovolenou

- a) v ČR
- b) v zahraničí

7. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a) Základní
- b) Střední s vyučením
- c) Střední s maturitou
- d) Vysokoškolské

8. Sociální hledisko

- a) nezaměstnaný
- b) zaměstnaný
- c) zaměstnavatel
- d) student
- e) důchodce

9. Slyšeli jste již o pojmu venkovská turistika (VT) nebo agroturistika (AT)?

- a) ANO
- b) NE

10. Pokud ano odkud jste se o této formě turistiky dozvěděli?

- a) Internet
- b) Inzerce
- c) Letáky
- d) TV, rozhlas
- e) Ústní doporučení
- f) Billboardy
- g) Jiná možnost:

11. Využili jste již dříve služeb venkovské turistiky (VT) nebo agroturistiky (AT)?

- a) ANO a zúčastním se znovu
- b) ANO, ale znovu se již nezúčastním
- c) NE, ale láká mě to
- d) NE a neláká mě to

12. Pokud ano, kde?

a) Moravskoslezský kraj

b) Olomoucký kraj

c) Středočeský kraj

d) Zlínský kraj

e) Ústecký kraj

f) Jihomoravský kraj

g) Jihočeský kraj

h) Liberecký kraj

i) Plzeňský kraj

j) Pardubický kraj

k) Královéhradecký kraj

l) Kraj Vysočina

m) Karlovarský kraj

n) Kraj Praha

13. Myslíte si, že tento druh dovolené – VT a AT je dostatečně propagovaný?

a) ANO

b) NE

14. Znáte nějaké středisko venkovské turistiky (VT) nebo agroturistiky (AT) v Pardubickém regionu?

a) ANO

b) NE

15. Jakou délku pobytu preferujete?

a) Méně než 3 dny

b) 3-5 dní

c) 6- 7 dní

d) 7 a více

16. Co je pro Vás rozhodující při výběru dovolené?

a) Lokalita

b) Cena

c) Dopravní dostupnost

d) Úroveň a vybavenost

e) Nabídka aktivit

f) Jiná možnost:

17. Kolik byste byli ochotni zaplatit za osobu za den za takovýto pobyt?

- a) 500–1000 Kč
- b) 1000–1500 Kč
- c) 1500–2000 Kč
- d) 2000 a více

18. Jaký druh dovolené preferujete?

- a) Odpočinková
- b) Sportovní
- c) Poznávací
- d) Jiná možnost:

19. Jaké aktivity v rámci venkovské turistiky (VT) a agroturistiky (AT) jsou pro Vás nejatraktivnější?

- a) Jízda na koni
- b) Den farmářem
- c) Řemesla
- d) Ekologické programy
- e) Výroba domácích potravin
- f) Výlety po okolí
- g) Jiná možnost:

20. V jakém období byste se venkovské turistice (VT) nebo agroturistice (AT) nejraději věnovali?

- a) V hlavní sezóně
- b) Na jaře
- c) Na podzim
- d) V zimě

21. Myslíte si, že tato forma turistiky je pro regiony přínosem?

- a) ANO
- b) NE
- c) NEVÍM

22. Čím byste v budoucnu mohli osobně podpořit venkovskou turistiku (VT) nebo agroturistiku (AT)?

- a) Účastí na prázdninovém pobytu v rámci VT a AT
- b) Účastí na jednodenní akci VT nebo AT
- c) Pozitivní ústní reklamou
- d) Jinak:

Příloha č. 2: Dotazník se zaměřením na zastupitele obcí a úřadů.

Dotazník

Dobrý den, chtěla bych Vás zdvořile požádat o vyplnění následujícího dotazníku, zabývajícím se venkovskou turistikou (VT) a agroturistikou (AT). Jmenuji se Tereza Kratochvílová a jsem studentkou České zemědělské univerzity v Praze obor Rozvoj venkovského prostoru. Ráda bych přiložený dotazník využila do své Diplomové práce.

V případě Vašeho zájmu Vám ráda poskytnu výsledky šetření.

Předem Vám velice děkuji za Vaši ochotu a čas strávený vyplňováním.

1. Znáte pojmy venkovská turistika a agroturistika?
2. Znáte v Pardubickém kraji nějakou farmu?
3. Myslíte, že v Pardubickém kraji je tento druh cestovního ruchu dostatečně propagovaný?
4. Myslíte si, že tato forma cestovního ruchu je pro kraj – region přínosem?
5. Znáte možnost čerpání dotací pro tuto formu cestovního ruchu? Pokud ano jaké, popř. čerpáte nějaké?

Příloha č. 3: Výpočet hypotézy

1HO - Předpokládám, že není závislost mezi cestováním a jednotlivými věkovými skupinami respondentů

2H1- Předpokládám, že je závislost mezi cestováním a jednotlivými věkovými skupinami respondentů

Věková skupina	Ano	Ne	ni
0-20	2	3	5
21-25	12	3	15
26-45	63	19	82
46-59	21	9	30
nad 60 let	4	2	6
CELKEM	102	36	138

$$O_{11} = \frac{n_1 * n_{*1}}{n} = \frac{5 * 102}{138} = 3,7$$

$$O_{12} = \frac{n_1 * n_{*2}}{n} = \frac{5 * 36}{138} = 1,3$$

$$O_{21} = \frac{n_2 * n_{*1}}{n} = \frac{15 * 102}{138} = 11,1$$

$$O_{22} = \frac{n_2 * n_{*2}}{n} = \frac{15 * 36}{138} = 3,91$$

$$O_{31} = \frac{n_3 * n_{*1}}{n} = \frac{82 * 102}{138} = 60,6$$

$$O_{32} = \frac{n_3 * n_{*2}}{n} = \frac{82 * 36}{138} = 21,4$$

$$O_{41} = \frac{n_4 * n_{*1}}{n} = \frac{30 * 102}{138} = 22,2$$

$$O_{42} = \frac{n_4 * n_{*2}}{n} = \frac{30 * 36}{138} = 7,82$$

$$O_{51} = \frac{n_5 * n_{*1}}{n} = \frac{6 * 102}{138} = 4,4$$

$$O_{52} = \frac{n_5 * n_{*2}}{n} = \frac{6 * 36}{138} = 1,6$$

$$\chi^2 = \sum \frac{(n_{ij} - O_{ij})^2}{O_{ij}}$$

$$\chi^2 = \frac{(2-3,7)^2}{3,7} + \frac{(3-1,3)^2}{1,3} + \frac{(12-11,1)^2}{11,1} + \frac{(3-3,91)^2}{3,91} + \frac{(63-60,6)^2}{60,6} + \frac{(19-21,4)^2}{21,4} + \frac{(21-22,2)^2}{22,2} + \frac{(9-7,82)^2}{7,82}$$

$$+ \frac{(4-4,4)^2}{4,4} + \frac{(2-1,6)^2}{1,6} = 0,781 + 2,22 + 0,073 + 0,211 + 0,095 + 0,27 + 0,0648 + 0,178 +$$

$$0,036 + 0,1 = 4,0288$$

$$\chi^2_{\alpha;f} = \chi^2_{0,05;5} = 11,071$$

$$\alpha = 0,05$$

$$f = (k - 1) * (n - 1)$$

$$f = (5 - 1) * (3 - 1)$$

$$\chi^2_{0,05;8} = 15,507$$

$$\chi^2 > \chi^2_{\alpha;f}$$

$4,0288 < 15,507 \rightarrow H_1$ Neexistuje závislost mezi cestováním a jednotlivými věkovými skupinami respondentů.

13. Obrazová příloha

Obrázek č. 15: Ranč Oklahoma



Zdroj: <http://www.kone-indiani.cz/>

Obrázek č. 16: Ranč Oklahoma



Zdroj: <http://www.kone-indiani.cz/>

Obrázek č. 17: Sportovní areál a Penzion Kolesa



Zdroj: <http://www.elektrovasury.cz>

Obrázek č. 18: Sportovní areál a Penzion Kolesa



Zdroj: <http://www.elektrovasury.cz>

Obrázek č. 19: Sportovní areál a Penzion Kolesa



Zdroj: <http://www.elektrovasury.cz>

Obrázek č. 20: Ranč Bělečko



Zdroj: <https://www.facebook.com/ranc.belecko.5>

Obrázek č. 21: Ranč Bělečko



Zdroj: <https://www.facebook.com/ranc.belecko.5>

Obrázek č. 22: Apolenka Spojil



Zdroj: <http://www.apolenka.org/>

Obrázek č. 23: Apolenka Spojil



Zdroj: <http://www.apolenka.org/>

Obrázek č. 24: Apolenka Spojil



Zdroj: <http://www.apolenka.org/>