

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU

Studijní program: N 6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

**Venkovský cestovní ruch a agroturistika jako nové
formy cestovního ruchu**

Vedoucí práce:

Ing. Petra Pártlová, Ph.D.

Autor:

Bc. Miroslava Králová

2011

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Venkovský cestovní ruch a agroturistika jako nové formy cestovního ruchu“ vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 sb. v plném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly, v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb., zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 29. dubna 2011

.....
Bc. Miroslava Králová

PODĚKOVÁNÍ

Mé poděkování patří zejména vedoucí práce Ing. Petře Pártlové, Ph.D. za vedení a rady při zpracování diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat provozovatelům objektů a poskytovatelům služeb venkovské turistiky na Prachaticku za jejich za ochotu při poskytování potřebných informací pro vlastní šetření.

OBSAH:

1	ÚVOD	1
2	LITERÁRNÍ REŠERŠE	3
2.1	ZÁKLADNÍ POJMY	3
2.2	PŘEDPOKLADY CESTOVNÍHO RUCHU	9
2.2.1	Selektivní předpoklady	9
2.2.2	Lokalizační předpoklady.....	10
2.2.3	Realizační předpoklady.....	12
2.3	TURISTICKÝ POTENCIÁL VENKOVA	13
2.4	VÝVOJ VENKOVSKÉ TURISTIKY.....	15
2.5	TRADIČNÍ SPOLEČENSKÉ STRUKTURY	17
2.6	VENKOVSKÁ TURISTIKA A JEJÍ PROJEVY.....	18
2.7	ORGANIZACE V OBLASTI VENKOVSKÉ TURISTIKY	19
2.7.1	Svaz venkovské turistiky	19
2.7.2	Evropské centrum pro ekoagroturistiku	20
2.7.3	Další organizace.....	21
2.8	AGROTURISTIKA NA RODINNÉ FARMĚ	22
2.9	CÍLOVÉ SKUPINY	24
2.10	PRODUKTY AGROTURISTIKY	28
2.11	DOPADY AGROTURISTIKY.....	31
2.11.1	Pozitivní dopady	31
2.11.2	Negativní dopady.....	32
3	CÍLE A METODIKA PRÁCE	33
3.1	CÍL PRÁCE	33
3.2	DÍLČÍ CÍLE	33
3.3	HYPOTÉZY	34
3.4	METODIKA PRÁCE	34
4	JIHOČESKÝ KRAJ	35
4.1	ZÁKLADNÍ ÚDAJE	35
4.2	CESTOVNÍ RUCH	37

4.2.1	Souhrn silných a slabých stránek Jihočeského kraje	38
4.3	PRACHATICKO	43
4.3.1	Vymezení zkoumané oblasti	43
4.3.2	Prachatice	44
4.3.3	Vimperk	45
5	VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO PRŮZKUMU	46
5.1	VYHODNOCENÍ SOUČASNÉHO STAVU	46
6	VÝSLEDKY A DISKUZE	59
6.1	ZHODNOCENÍ HYPOTÉZ	59
6.2	NAVRHOVANÁ ŘEŠENÍ	60
7	PILOTNÍ PROJEKT (NÁVRH AGROFARMY)	64
7.1	AGROFARMA „U BLANICE“	64
7.2	PROFIL HOSTA	65
7.3	UBYTOVÁNÍ	66
7.4	STRAVOVÁNÍ	66
7.5	PROPAGACE	66
7.6	DOPORUČENÍ PRO PODNIK	67
7.7	TIPY NA VÝLET	70
8	ZÁVĚR	72
9	SUMMARY	74
10	POUŽITÁ LITERATURA	76
10.1	ODBORNÁ LITERATURA	76
10.2	ELEKTRONICKÉ ZDROJE	77
11	SEZNAMY	78
	SEZNAM OBRÁZKŮ	78
	SEZNAM TABULEK	78
	SEZNAM GRAFŮ	78
12	PŘÍLOHY	80

1 Úvod

Jedním z největších světových fenoménů se stává cestovní ruch. Každoročně milióny lidí odjíždí ze svých domovů na dovolené, cestují na různá pracovní setkání, kongresy. Při těchto příležitostech navštěvují své přátele, někteří poznávají okolí, jiní dávají přednost pobytu v hotelech a využívání jejich bohaté nabídky.

Cestovní ruch tedy „hýbe světem.“ Má mnoho zvláštností, z nichž jednou z hlavních je, že jeho služby jsou závislé na místě a času poskytování a očekává se, že spotřebitel tyto služby vyhledává a jde za nimi. Služby cestovního ruchu jsou pomíjivé a nelze je žádným způsobem skladovat.

Odvětví cestovního ruchu přináší nemalé příjmy jak pro podnikatelskou sféru, tak následně i pro stát. V oblasti cestovního ruchu se hojně vytváří nová pracovní místa a snižují se tak počty nezaměstnaných, což přispívá k lepšímu obrazu státu v očích zahraničních investorů. Ti se pak nebojí vstoupit na místní trh. Z těchto důvodů je nutno řadit cestovní ruch k jednomu z nejdůležitějších odvětví.

V cestovním ruchu se také značně oceňuje produktová rozmanitost. Pro osoby, které v tomto odvětví pracují, je zásadní to, aby udržely krok s konkurenčními podniky, eventuálně, aby byli ještě o krok napřed. Proto jsou majitelé, ale i zaměstnanci podniků cestovního ruchu motivováni k vymýšlení nových produktů téměř neustále. Snaží se být co nejvíce originální a přimět tak turisty k návštěvě právě jejich zařízení.

V České republice v poslední době klade mnoho provozovatelů restaurací důraz na zážitkovou gastronomii. Dávají nám tak možnost vrátit se v čase o jedno i více století zpět a zakusit tak kuchyni našich prababiček, ale třeba i poznat chod středověké krčmy, která je přirozeně výrazně odlišná od současných restaurací. Naproti tomu některé cestovní kanceláře organizují zájezdy do hor ve stylu filmu „Dovolená s Andělem“, kde jsou na programu společné ranní rozcvičky, hromadné procházky, společenské hry a kulturní akce.

Další provozovatelé vsadili na to, že v dnešní době je spousta lidí přepracovaných a ve stresu z městského prostředí, ve kterém žijí. Jako řešení se tedy nabízí aktivní odpočinek, a to formou strávení dovolené na venkově. Zavedené i nově vznikající penziony tak mohou stále uspokojovat poptávku po venkovském cestovním ruchu.

Zákazníci však dnes chtějí být na venkově nejen ubytováni, ale chtějí poznat a zažít život místních lidí. Proto se současným trendem stalo trávení dovolených na venkově, a to na agrofarmách. Zde si návštěvníci mohou vyzkoušet péči o domácí i hospodářská zvířata, ochutnat místní produkty, jako jsou mléko, maso, vejce, a v neposlední řadě si odpočinout od ruchu velkoměst a obrnit své nervy vůči všudypřítomnému stresu.

Podnikatelé ve venkovské turistice v současné době mají velké množství klientů, a to jen z toho důvodu, že se dokázali originálně odlišit a nabídnout neopakovatelný zážitek z dovolené na venkově.

Pro to, aby bylo možné vytvářet příznivé podmínky rozvoje těchto malých a středních podniků, je důležitá spolupráce s různými orgány státní správy, ale i profesními sdruženími mezi sebou. Hlavní důraz by měl být kladen na rychlou komunikaci mezi těmito subjekty, dále by od podnikatelů měly vycházet připomínky k legislativě, podle které se musí řídit, a to tak, aby mohli bez nesmyslných omezení využívat potenciálu cestovního ruchu ve své oblasti.

Podobným způsobem by měla probíhat komunikace s orgány Evropské unie, které, prostřednictvím strukturálních fondů, také významnou měrou přispívají k rozvoji cestovního ruchu v České republice.

2 Literární rešerše

2.1 Základní pojmy

„**Cestovní ruchem** se rozumí soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního využití, lázeňského léčení a pracovních cest. Značnou část těchto potřeb lze uspokojit i mimo rámec cestovního ruchu, ale právě účast na cestovním ruchu představuje vyšší stupeň jejich uspokojení.“ (Orieška, J., 1999).

Pásková Martina a Zelenka Josef (2002) ve Výkladovém slovníku cestovního ruchu charakterizují cestovní ruch jako „komplexní společenský jev, souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně správních aktivit (politika CR, propagace CR, regulace CR, mezinárodní spolupráce apod.) a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.“

Definování cestovního ruchu se věnovalo i mnoho dalších autorů (Gúčík, M., 2004; Hesková, M., 2006; Királová, A., 2003; Petruž, Z., 1999). Ze všech definic lze vyzdvihnout, že podmínkou cestovního ruchu je dočasný pobyt osob mimo místo trvalého bydliště, a to za účelem rekreace, odpočinku a zábavy, ale ne za účelem výdělečné činnosti.

Koncepce rozvoje cestovního ruchu je jednou z nejdůležitějších součástí politiky cestovního ruchu. Pásková Martina a Zelenka Josef (2002) popisují, že koncepce je systematicky utříděná soustava názorů na rozvoj cestovního ruchu v dané destinaci. Účelem je navržení efektivních strategií, nástrojů a zpětnovazebního mechanismu realizace cílů vytyčených destinačním managementem nebo nositeli politiky cestovního ruchu. Výstupem je dlouhodobý (10 – 20 let) program rozvoje cestovního ruchu, který vychází z analýzy současného stavu cestovního ruchu v destinaci a vyúsťuje v návrhy konkrétních aktivit.

Koncepce činnosti Jihočeského kraje v oblasti cestovního ruchu, vychází v současné době především z dokumentu Strategie cestovního ruchu v Jihočeském kraji na roky 2009 – 2013.

Pásková Martina a Zelenka Josef (2002) také vymezují pojem **trvale udržitelný rozvoj**. Je to takový rozvoj, který současným i budoucím generacím zachová možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby a současně nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystémů.

Kučerová Jana (1999) uvádí, že v případě průmyslu cestovního ruchu má trvale udržitelný rozvoj specifický význam. Šancí pro průmysl je rozvíjet kapacitu cestovního ruchu a kvalitu produktů bez podstatného vlivu na přírodní a lidské prostředí, které zachovává a vyživuje tyto produkty.

Hesková Marie (2006) objasňuje termín subjekt cestovního ruchu. Je jím účastník cestovního ruchu označovaný jako návštěvník, turista nebo výletník.

Návštěvník je osoba, která v domácím cestovním ruchu cestuje na jiné místo v zemi svého trvalého bydliště na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu cestuje do jiné země na dobu nepřesahující jeden rok s tím, že hlavní účel cesty je v obou případech jiný, než výkon výdělečné činnosti.

Výletník je návštěvník, který cestuje na dobu kratší než 24 hodin s tím, že nepřenocuje v navštíveném místě.

Turista je osoba, která v domácím, resp. v zahraničním cestovním ruchu splňuje kritéria návštěvníka. Účast turisty na cestovním ruchu je spojena s minimálně jedním přenocováním. Z hlediska délky pobytu se přitom rozlišuje

- turista na dovolené – pobývá na daném místě více než určený počet nocí nebo dní (v ČR 2-3 noci)
- krátkodobě pobývajícím turistu – cestuje na dobu nepřekračující určený počet nocí nebo dní, ale zahrnuje pobyt alespoň s jedním přenocováním

Definice WTO (in Királová, A., 2003) vymezuje **destinaci cestovního ruchu** jako „místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu,

kteřé si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh.“

V širším slova smyslu vytyčují destinaci Pásková Martina a Zelenka Josef (2002) „země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami cestovního ruchu a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků.“

Hesková Marie (2006) vysvětluje význam **produktu cestovního ruchu** z různých hledisek. Na jedné straně je jím vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Z pohledu ekonomického pak tato autorka produkt cestovního ruchu blíže specifikuje. „Je souborem volných statků, služeb, zboží a veřejných statků, které jsou předmětem spotřeby účastníků cestovního ruchu.“

Gúčík Marian (2004) v podstatě souhlasí s předcházející definicí, a navíc upřesňuje pohled na produkt cestovního ruchu z hlediska návštěvníka. „Je to vždy soubor (balík) služeb, pro který je charakteristická: vzájemná podmíněnost a komplementarita; s ohledem na nemateriální charakter není možné služby dopředu vyzkoušet, proto v jejich nabídce mají důležitou roli informace.“

Zelený cestovní ruch „zdůrazňuje především místní hledisko uskutečňování cestovního ruchu, tj. nejen ve volné krajině, ale také i v mírně osídlených oblastech. Jde o cestovní ruch s aktivní náplní, respektující a chránící přírodu.“ (Škodová-Parmová, D., 2007)

Autorka dále uvádí rozdělení zeleného cestovního ruchu na ekoturistiku a venkovský cestovní ruch.

Ekoturistikou je nejčastěji označován cestovní ruch zaměřený na poznávání přírody a orientovaný na poznávání přírodních rezervací, národních parků a chráněných krajinných oblastí tak, aby nebyly cestovním ruchem narušovány. Vyznačuje

se vysokou mírou odpovědnosti a ohleduplnosti návštěvníků vůči přírodě a její ochraně. (Škodová-Parmová, D., 2007)

Jedna z forem, která blíže vymezuje místo pobytu, je **venkovský cestovní ruch**. Čertík Miroslav (2001) jím chápe rekreační formu cestovního ruchu, spojenou s pobytem ve venkovském prostředí a se snahou účastníků maximálně pobývat ve volné přírodě.

Hesková Marie (2006) formuluje podobnou definici, kterou rozšiřuje o možnost ubytování ve vesnických domech a různých ubytovacích zařízeních na venkově, kde je součástí nabídky i možnost stravování nebo vlastní přípravy stravy a možnost se zapojit do různých činností spojených s pobytem na venkově.

Pásková Martina a Zelenka Josef (2002) uvádí některé aspekty, díky kterým je venkovský cestovní ruch přitažlivý pro současné turisty. Jedná se o samotný venkovský způsob života, dále o klidnou a rozsáhlou krajinu, čistý vzduch, pracovní aktivity, zvyky a folklór, rozmanité stromy a zvířata atd.

Venkovský cestovní ruch je možné dále rozdělit na vesnickou turistiku, agroturistiku, ekoagroturistiku, stezky dědictví a chataření a chalupaření. (Škodová-Parmová, D., 2007)

Součástí venkovského cestovního ruchu je i **vesnická turistika**. „Je to forma cestovního ruchu, jejíž aktivity jsou bezprostředně spjaty s přírodou, krajinou a venkovským prostředím. Její zvláštnost spočívá v decentralizaci ubytovacích zařízení, což umožňuje eliminovat negativní dopady, které s sebou nese velké soustředění lidí v turistických centrech.“ (Němčanský, M., 1996)

Škodová-Parmová Dagmar (2007) souhlasí s touto definicí a ještě více upřesňuje náplň vesnické turistiky. „Náplní jsou individuální rekreační aktivity využívající atraktivitu konkrétního navštíveného místa (louky, lesy, rybníky, řeky, místní řemesla, folklór). K ubytování jsou využívána komerční ubytovací zařízení, rekreační chalupy i ubytování v soukromí.“

Dalším prvkem venkovského cestovního ruchu je **agroturistika**. Její význam je spojen „s uspokojováním potřeb na zemědělském hospodářství nebo na selské usedlosti. Jde o trend návratu do přírody a aktivní odpočinek. Jsou s ní spojené netradiční zážitky s poznáváním života a práce na zemědělském hospodářství. Dále to jsou různé typy řemesel, tradic, také sportovně-rekreační aktivity nebo farmářské činnosti.“ (Hesková, M., 2006)

Pásková Martina a Zelenka Josef (2002) uvádí velmi podobnou definici s tím, že agroturistika je rozvíjena jako ucelený program zejména v Evropě.

Němčanský Milan (1996) a Škodová-Parmová Dagmar (2007) ještě zmiňují, že agroturistika je souhrn ubytovacích, stravovacích a ostatních služeb a je provozována podnikateli v zemědělské výrobě jako vedlejší, doplňková činnost sloužící k získání dodatečných finančních prostředků.

Ekoagroturistika zahrnuje pobyty na ekologicky hospodařících farmách produkujících bio-produkty. Podstatným znakem je nejen sepětí s farmářskou rodinou, ale i účast na zemědělských pracích a konzumace produktů jejich ekologického zemědělství. (Němčanský, M., 1996)

Jako doplnění uvádí Pásková Martina a Zelenka Josef (2002), že ekologická farma nepoužívá při výrobě rostlin a chovu zvířat žádné syntetické chemikálie, hnojiva a hormonální přípravky. Produkty musí být přísně kontrolované a mohou používat značku bio.

Oba autoři dále zmiňují aktivity návštěvníků. Patří mezi ně zejména konzumace alternativně pěstovaných a upravovaných potravin ze zdrojů farmy, práce na farmě, jízda na koni, blízký kontakt s přírodou, pěší turistika, cykloturistika, pozorování zvířat a péče o ně.

Na poměrně nový produkt venkovské turistiky - **stezky dědictví** – upozorňuje Škodová Parmová Dagmar (2007). Jde o dobře propojenou síť přírodního a kulturního bohatství, služeb a zařízení v dané oblasti, sloužící pro určité skupiny návštěvníků, včetně jejich ubytování s orientací na pěší a cyklodovolenou, jízdu na koni a „easy dovolenou“ (vlastní auto), a to bez průvodce anebo s průvodcem. Stezky zahrnují různé

typy environmentálně příznivého cestovního ruchu: agroturistiku, hippoturistiku, krasovou turistiku, gurmánský cestovní ruch (návštěva vinných sklípků), turistiku vodní, pěší a cykloturistiku.

Stezky dědictví jsou protiváhou masové turistiky, probíhají již v severních Čechách, na Šumavě, na Vysočině, na severní, jižní a východní Moravě. Cílovou skupinou je „střední vrstva“ zákazníků nejen z Čech, ale i ze zahraničí.

Stezky dědictví jsou profesionálně realizovány místními multidisciplinárními týmy, na jejichž formování se podílí mimo jiné organizace ECEAT. Součástí stezek dědictví je značení v terénu a informační tabule. (Pásková, M., Zelenka, J., 2002)

K projektu stezky dědictví existují také webové stránky, na kterých si návštěvník může vyhledat oblast, do které se plánuje vydat, a dozvědět se o ní více informací. Nalezne zde např. informace o ubytování a stravování, a také tipy na výlety. Stránky se nachází na adrese www.heritage-trails.cz.

Chataření a chalupaření se nejvíce rozvíjelo díky omezené možnosti obyvatel vycestovat do zahraničí, a také kvůli nízké ceně půdy na výstavbu nových chat. Je třeba rozeznávat rozdíly mezi chalupařením a chatařením.

Chalupaření je využívání vlastních chalup a jejich okolí k rekreaci. Chalupaření rovněž oživuje venkov a přispívá k udržování objektů a jejich okolí. Chataření se liší od chalupaření tím, že chata je objektem nepostaveným pro bydlení, ale pro rekreaci svých vlastníků nejčastěji jako sezónní objekt individuální rekreace. (Pásková, M., Zelenka, J., 2002)

Do zeleného cestovního ruchu můžeme zahrnout i **cykloturistiku**. Gúčík Marian (2004) vyzdvihuje jeden z podstatných rysů cykloturistiky „zprostředkovává emocionální zážitky z kontaktu s přírodou, poznáváním kulturních památek, technických děl, lidí v jejich přirozeném prostředí, jejich zvyky a tradice.“

Pásková Martina a Zelenka Josef (2002) dodávají, že zde dochází často ke kombinaci dopravy (vlak, jízda na kole), pro cyklisty jsou poskytovány speciální servisní služby apod. Cykloturistika je podporována budováním nových cyklotras, cyklostezek a naučných stezek.

Cyklotrasa je komunikace pro cykloturistiku, která využívá stávajících místních a účelových komunikací včetně polních a lesních cest, silnic II. a III. třídy s nízkou frekvencí provozu. Cyklotrasa je označena speciální značkou.

Cyklostezka je společná stezka pro cykloturistiku a pěší turistiku. Jde o účelovou komunikaci s vyznačením pruhu na vozovce. Má zpevněný povrch a většinou je oddělena od frekventované silniční dopravy. Cykloznačky se umísťují stejně jako dopravní značky před každou křižovatkou nebo odbočkou cyklotrasy. (Pásková, M., Zelenka, J., 2002)

2.2 Předpoklady cestovního ruchu

Tyto předpoklady ovlivňují existenci a rozvoj cestovního ruchu, jejich obecné zákonitosti i uplatnění v konkrétních oblastech a střediscích. Podmínky pro cestovní ruch se obvykle člení na **selektivní, lokalizační a realizační**. (Holeček, M., 2005)

2.2.1 Selektivní předpoklady

Selektivní předpoklady cestovního ruchu vyjadřují způsobilost společnosti dané oblasti či země podílet se na cestovním ruchu aktivně i pasivně, tzn. přijímat účastníky cestovního ruchu i stávat se jimi. Umožňují vybrat ty obyvatele nebo ty oblasti, kteří nebo které mají nejlepší předpoklady pro účast na cestovním ruchu. Člení se různě, nejčastěji na předpoklady objektivní a subjektivní.

2.2.1.1 Objektivní předpoklady

Objektivní předpoklady zahrnují celý soubor faktorů, ovlivňujících cestovní ruch v území. Patří mezi ně zejména politická a bezpečnostní stabilita oblasti, ekonomická a životní úroveň jejich obyvatel, stav životního prostředí apod.

2.2.1.2 Subjektivní předpoklady

Subjektivní předpoklady ovlivňují rozhodování lidí o účasti na cestovním ruchu. Jejich účast závisí na příslušnosti k sociální a profesní skupině, na rodinných poměrech, ale také na četných psychologických faktorech. (Holeček, M., 2005)

Významnou roli zde má reklama a propagace, které mají vliv na vytváření módnosti některých středisek a oblastí. Mohou tak v relativně krátké době zvýšit příliv návštěvníků a postupně vyvolat i značné změny v rozmístění mezinárodního cestovního ruchu v širších oblastech. V pozadí zvýšeného subjektivního zájmu o konkrétní oblasti mohou působit i další skutečnosti: změna politické situace a exotika nabídky z hlediska přírodních a kulturních atraktivit. (Hrala, V., 2002)

2.2.2 Lokalizační předpoklady¹

Mezi lokalizační předpoklady zahrnujeme:

- přírodní podmínky a atraktivity (klimatické poměry, hydrologické poměry, reliéf a morfologické poměry, rostlinstvo a živočišstvo)
- společenské podmínky a atraktivity (kulturně-historické památky a akce)

2.2.2.1 Přírodní podmínky a atraktivity

Přírodní podmínky mají ve vztahu k rozmístění cestovního ruchu význam v tom, že jsou stacionární.

Klimatické poměry

Jsou jednou z hlavních podmínek realizace a rozmístění cestovního ruchu, na něž působí prostřednictvím pozitivních hodnot svých prvků (teplota, vlhkost vzduchu, množství srážek a jejich rozdělení, délka slunečního svitu apod.) ve vztahu k biologickým potřebám lidského organismu.

Hydrologické poměry

Oblasti s vhodnými hydrologickými podmínkami se stávají stále významnějšími z hlediska realizace cestovního ruchu (přispěl k tomu i rozvoj lékařské vědy,

¹ Zpracováno dle HRALA, V., 2002.

která od konce 19. století propaguje koupání v přírodě). V globálních poměrech patří dobré hydrologické poměry k nejdůležitějším lokalizačním podmínkám.

Reliéf a morfologické poměry

Pevnina je nezbytnou základnou pro fyzickou existenci člověka. Morfologická rozmanitost povrchu spolu s podnebím stále do značné míry determinuje jeho život. Relativně nedávno začaly morfologické poměry (tvary a celkový charakter reliéfu krajiny) mít hodnotu pro využití cestovním ruchem.

Rostlinstvo a živočišstvo

V konkrétní situaci se některé druhy rostlinstva a živočišstva mohou stát profilujícím momentem pro cestovní ruch. Ve vyspělých zemích mají lesní porosty (z velké části pěstované a udržované) značný význam pro letní rekreaci a turistiku městské části populace. Vzácně se vyskytující rostlinné druhy a společenstva jsou chráněny; pokud nejde o přísnou ochranu (zákaz přístupu veřejnosti), stávají se i ony objektem zájmu cestovního ruchu. Živočišstvo se v cestovním ruchu uplatňuje prostřednictvím chráněné a lovené zvěře.

2.2.2.2 Společenské podmínky a atraktivita

Společenské podmínky a atraktivita uspokojují hlavně poptávku po poučení, vzdělání a zábavě. Jejich hodnotu může zvyšovat skutečnost, že se vyskytují v oblastech přitažlivých i z hlediska přírodních podmínek; řada z nich má jen doplňkový význam pro jiné formy cestovního ruchu. Z jejich charakteru a funkce plyne, zda poutají zájem návštěvníků jako stálé objekty, nebo jako jednorázové akce.

Kulturně-historické památky

Kulturněhistorické památky a atraktivita mají mezi společenskými podmínkami a atraktivitami největší význam. Jejich využití cestovním ruchem je dáno zvláštností, uměleckou a historickou hodnotou. Rozhodující význam mají jen ty nejcennější, případně nejproslulejší, ostatní fungují většinou v postavení doplňujících atraktivit.

Akce

Zájem veřejnosti na sebe poutají hudební, dramatické, folklorní i jiné festivaly. Po druhé světové válce získaly na významu i filmové festivaly. Politicky a hospodářsky významné země a světově významná střediska vědy a výzkumu jsou pořadateli kongresů a symposií. Pravidelné i jednorázové sportovní podniky mezinárodního významu soustřeďují do míst jejich konání velký počet zájemců.

2.2.3 Realizační předpoklady

Realizační předpoklady umožňují uskutečnit (realizovat) nároky účastníků cestovního ruchu v oblastech s příznivými lokalizačními podmínkami. Umožňují dopravit se do těchto míst a využívat je k pobytu, k rekreaci a k dalším aktivitám. Dělí se proto na předpoklady dopravní a materiálně-technické. (Hrala, V., 2002)

2.2.3.1 Dopravní předpoklady

Doprava patří mezi základní podmínky realizace. Zajišťuje styk mezi výchozím místem účastníka a navštěvovanou oblastí (místem) a rozhoduje o využívání prostoru cestovním ruchem, vůči kterému vystupuje jako základní služba. O přitažlivosti území rozhoduje nejen možnost dopravního spojení, ale zejména hustota a kvalita dopravní sítě - čím je síť silnic, železnic, leteckých spojů hustší a její kvalita lepší, tím má oblast lepší předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. (Holeček, M., 2005)

2.2.3.2 Ubytovací a stravovací zařízení

Ubytovací a stravovací zařízení tvoří podstatnou část materiální základny zabezpečující realizaci cestovního ruchu. Zvláštností stravovacích služeb je, že neslouží jen účastníkům cestovního ruchu, ale ve značné míře i residentům. Rozsah i úroveň těchto zařízení limitují využití přírodních možností a kulturně-historických či jiných atraktivit konkrétních oblastí a intenzitu jejich zapojení do vnitrostátního či mezinárodního cestovního ruchu. Kapacita těchto zařízení vytváří možnosti pro jeho koncentraci a tedy i faktické rozmístění. Lokalizace těchto zařízení je výsledkem působení souboru místních podmínek. (Hrala, V., 2002)

2.3 Turistický potenciál venkova²

Uvedený přehled předpokladů cestovního ruchu ukazuje vysoký turistický potenciál venkova, venkovského prostředí a krajiny pro rozvoj pobytového, poznávacího, sportovního a zdravotně zaměřeného cestovního ruchu ve všech regionech a oblastech republiky.

Vzhledem k přírodním podmínkám však budou přijímací oblasti venkovské turistiky a agroturistiky převážně v podhorských a horských oblastech a kolem chráněných území, národních parků a v chráněných krajinných oblastech. Sem směřuje největší poptávka na trhu venkovské turistiky v rámci zahraničního cestovního ruchu - - incomigu.

Zkušenost a rozbor mezinárodní Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD), jejímž členem je i Česká republika, ukazují, že rozvoj venkovské turistiky odpovídá potřebám a zájmům obyvatelstva na obou stranách trhu. Zájem je jak na straně poptávky po speciálních produktech a stále větším zájmu turistů o pobyt a prožívání svého volného času ve venkovském prostředí, tak je zájem i na straně nabídky provozovatelů služeb cestovního ruchu. Existují zájmové profesní svazy, např. Svaz provozovatelů agroturistiky, které poskytují metodickou a odbornou pomoc při zajištění rozvoje těchto služeb.

Po vstupu do EU je znát i **vzrůstající zájem o venkovskou turistiku** a agroturistiku ze sousedních států, a dochází tak k přílivu zahraničních turistů do České republiky.

Podle zkušeností OECD není venkovská turistika nahodilým ani dočasným rozvojovým jevem. Je to sice činnost, která patří mezi tzv. módní odvětví, ale v pozadí rozvoje venkovské turistiky působí motivace jak na straně nabídky, tak na straně poptávky faktorů, které mají dlouhodobý charakter. Jednak se mění produkty

² Zpracováno dle JANOTKA, K., 1999.

cestovního ruchu a jednak se zdokonaluje a modernizuje doprava, komunikační spoje a zlepšuje se také venkovská infrastruktura v podobě obchodní sítě, zdravotní sítě, ubytovacích zařízení, příležitostí pro doplňkovou a zájmovou činnost. Toto vše ovlivňuje a bude ovlivňovat rozvoj turistiky i v budoucnosti.

Dle OECD existuje **10 rozhodujících faktorů**, které venkovskou turistiku pozitivně ovlivňují:

- 1. zvyšování úrovně vzdělanosti** – bylo prokázáno, že stoupající úroveň vzdělání odpovídá vyššímu zájmu o venkovskou rekreaci, agroturistiku a dovolenou zaměřenou na speciální zájmy
- 2. rostoucí zájem o tradice** – zájem o dědictví z minulosti, a to jak vybudované, tak přírodní
- 3. více volného času** – volný čas ve spojení s vyššími příjmy obyvatelstva, rodin, skupin seniorů i juniorů přispívá i k růstu obliby dovolené na venkově
- 4. doprava a komunikace** – odlehlost venkovských prostor už nehraje roli díky automobilům a také veřejnou dopravou
- 5. dobré zdraví** – venkovské prostředí má ideální podmínky k poskytování všech druhů rekreace pod širým nebem, a je tak pokládáno za zdravé prostředí ke strávení dovolené
- 6. kvalitní oděvy a vybavení** – došlo ke zkvalitnění vybavení a výstroje pro pobyt v přírodě
- 7. rostoucí zájem o zdravější potraviny** – trend je využíván zejména v agroturistice, kde je možné nabídnout návštěvníkům přímo produkty z farmy
- 8. stárnuocí obyvatelstvo** – méně narozených dětí a dřívější odchod do důchodu zvyšuje podíl seniorské turistiky – senioři cestují na venkov ze zdravotních a emocionálních důvodů
- 9. individualismus v turistice** – mnoho mladých lidí se odreagovává v masově neorganizované turistice spojené s péčí o životní prostředí, rozvojem osobnosti anebo s výpomocí v zemědělských činnostech

10. rozvoj reklamy a cestovních zprostředkovatelských služeb – cestovní kanceláře a agentury objevily zájem turistů o venkovské prostředí, a snaží se vytvářet všechny podmínky pro to, aby pobyt v přírodě byl pro turisty levnější než ostatní turistické pobyty

2.4 Vývoj venkovské turistiky

Venkovská turistika není úplně nová záležitost. Zájem o rekreaci na venkově se objevil už v devatenáctém století jako reakce na stres a špínu rodících se průmyslových měst a aglomerací. Řada spisovatelů zachycovala romantiku venkovské scenérie. A pozadu samozřejmě nezůstaly ani nové železniční společnosti. Ty vydělávaly na tomto novém zájmu tak, že dopravovaly turisty na venkov. Alpy a americké a kanadské Skalisté hory byly prvními místy venkovské turistiky podporovanými železničním marketingem a kapitálovými investicemi. (Stříbrná, M., 2005)

V dřívějším Československu byl venkovský cestovní ruch oblíbený, rodiny z měst jezdily na tzv. „letní byty“ na venkov. Tyto rodiny byly často ubytovány u příbuzných a známých, u kterých se také stravovali. Po druhé světové válce docházelo k migraci obyvatel z vesnic do větších měst. Postupem času se tak venkov do jisté míry odcizil městu, a proto se později návštěva venkova a možnost zapojení se do zemědělských prací stala vítaným zpestřením městského života. Negativní dopad na agroturistiku mělo zakládání družstev, kdy byly fakticky zlikvidovány do té doby soukromé zemědělské usedlosti. Jistým zástupcem za agroturistiku se tak v Československu stalo chataření a chalupaření, které bylo ve své době prestižním ukazatelem životní úrovně, nicméně s agroturistikou nemělo mnoho společného.

Moderní venkovská turistika, která se začala prosazovat v sedmdesátých až devadesátých letech dvacátého století, je v mnoha ohledech odlišná. Především se jí účastní vyšší počty turistů. Vzdálenosti, na které turisté cestují, jsou mnohem delší než dříve. Soukromý automobilismus a mezinárodně dostupný pronájem aut,

jim umožňují dopravit se do oblastí ležících mimo železniční síť a poslední železniční stanici. Ze všeho nejdůležitější je to, že se cestovní ruch rozvíjí ve venkovské krajině všeho druhu. Vymanil se z velkých a specializovaných středisek, dostal se do malých měst a vesnic, a stal se tak skutečně venkovským. (Stříbrná, M., 2005)

Rozvoj venkovské turistiky není snadné kvantifikovat, protože jen málo zemí shromažďuje statistické údaje tak, aby bylo možné vydělit její produkt od ostatních produktů cestovního ruchu. Přesto zkušenosti získané v evropských, amerických a australských venkovských regionech prokazují, že venkovská turistika je růstovým ekonomickým faktorem, a z toho důvodu je její rozvoj i předmětem vládních podpor. (Stříbrná, M., 2005)

V České republice se začala novodobá agroturistika rozvíjet až v devadesátých letech, a nemá tedy vybudovány ještě tak velkou tradici. Celkové rozmístění agrofarek je zatím nevyrovnané. V některých oblastech jsou kapacity agrofarek nedostačující, jinde naopak nevytížené. Vstup nových podnikatelů na trh pravděpodobně velmi ovlivňuje také riziko začít podnikat v agroturistice, protože potenciálním podnikatelům není známo její prostředí a nejspíše se obávají i nemalých výdajů. Přitom existuje možnost získání podpory z fondů Ministerstva zemědělství nebo Ministerstva pro místní rozvoj.

Přesný počet agrofarek v České republice není zatím znám a odhaduje se na několik stovek. Domácí turisté si však pomalu hledají cestu i k tomuto typu dovolené. V zahraničí jsou přitom na tento druh dovolené dávno zvyklí a také ho vyhledávají. Podle údajů MAG Consulting³ u nás ročně stráví dovolenou na farmě zhruba 30 tisíc turistů, z nichž je kolem 8-10 tisíc ze zahraničí - z Německa, Nizozemska a Polska, přičemž průměrná délka pobytu dosahuje 5 - 7 dní.

³ Zdroj: <http://www.magconsulting.cz/articleattachment.aspx?AttachmentID=536>

2.5 Tradiční společenské struktury

Stříbrná Marie (2005) uvádí rysy venkovské společnosti oproti městské. Vychází z tzv. Frankenbergových městských a venkovských protikladů z roku 1966.

Tabulka 1: Frankenbergovy městské a venkovské protiklady

Rysy venkovské společnosti	Rysy městské společnosti
Komunita	Společnost lidí
Vztahy lidí s málo, ale rozmanitými, rolemi	Vztahy lidí s mnoha rolemi
Různé společenské role plní jedna osoba	Různé společenské role plní různí lidé
Jednoduchá ekonomika	Rozmanitá ekonomika
Malá dělba práce	Velká specializovanost pracovních sil
Připisované postavení	Dosažené postavení
Vzdělání podle dosaženého postavení	Postavení odvozené od vzdělání
Přijetí role ve společnosti	Angažovanost pro dosažení role ve společnosti
Kompaktní síť vztahů	Volná síť vztahů
Lidé, kteří se zde narodili a vyrůstali	Kosmopolité
Ekonomická kategorie je jednou z několika kategorií	Ekonomická třída je hlavní kategorií
Stmelování společnosti	Segregace
Integrace do pracovního prostředí	Odloučení od pracovního prostředí

Zdroj: Stříbrná, M., 2005

Do devatenáctého století typické venkovské společenské rysy se musely změnit, a to v důsledku reakce na rychlou urbanizaci. Z tabulky je patrné, že se vyvinuly rysy typické pro městskou společnost, které se od původní, venkovské diametrálně odlišovaly.

Dodnes existují rozdíly nejen mezi kontinenty a státy, ale také na území států samotných. Přitom právě udržení dřívějšího způsobu života a myšlení má význam pro trvalé udržení venkovského rázu, který v souhře s místní krajinou přitahuje turisty z městských oblastí.

2.6 Venkovská turistika a její projevy

Projevy venkovské turistiky se v literatuře rozlišují podle různých znaků. Stříbrná Marie (2005) uvádí následující typická kritéria:

- **ohleduplný vztah k přírodě** a krajině, resp. krajina je turistickou atrakcí, o kterou se pečuje a je dále zvelebována
- **decentralizované ubytování** s omezenou ubytovací kapacitou, což umožňuje rozmělnit četnost turistů, a tak eliminovat negativní dopady, které s sebou nese „masová turistika“
- komorní, téměř **rodinné zázemí** (což je typické zejména pro agroturistiku)
- pochopení pro **individuální aktivity návštěvníků** a turistů
- **zázemí v horských a podhorských oblastech**, kde v symbióze se zemědělstvím představuje originální nabídku služeb a cestovního ruchu, včetně poskytování čerstvých produktů hospodářství hostům
- **pronájem chat a chalup**, tzv. druhého bydlení, což je specifický český fenomén

Většina autorů se však v podstatě shoduje na výše uvedeném udržování dobrého vztahu k přírodě a ubytování v typickém vesnickém obydlí.

2.7 Organizace v oblasti venkovské turistiky

V České republice se organizací v oblasti venkovské turistiky zabývají hlavně Svaz venkovské turistiky a ECEAT CZ.

2.7.1 Svaz venkovské turistiky⁴

Svaz venkovské turistiky je dobrovolné, nepolitické profesní sdružení podnikatelů ve venkovském cestovním ruchu a dalších příznivců. Svaz byl založen v roce 1997 a je členem Svazu obchodu a cestovního ruchu a mezinárodní organizace svazů venkovské turistiky Eurogites.

Obr. 1: Logo „Svaz venkovské turistiky“



Zdroj: www.svazvt.cz

Svou činností chce přispět k ekonomickému, kulturnímu a společenskému oživení venkova, obnově jeho tradic, údržbě krajiny i ke stabilizaci jeho osídlení.

Mezi úkoly svazu patří prosazovat a hájit zájmy svých členů – venkovských podnikatelů, zajišťovat zavádění do praxe a kontrolovat kvalitativní standardy ubytovacích kapacit na venkově, pomáhat při rozvoji odborných schopností poskytovatelů služeb ve venkovském cestovním ruchu a ve spolupráci s partnery, zejména krajskými úřady, agenturou CzechTourism a ECEAT CZ pomáhat při propagaci ubytovacích zařízení svých členů. Svaz venkovské turistiky také vytváří produkt Prázdniny na venkově.

⁴ Zdroj: www.svazvt.cz

2.7.2 Evropské centrum pro ekoagroturistiku ⁵

Obr. 2: Logo „ECEAT“

Evropské centrum pro ekoagroturistiku (ECEAT CZ) bylo jako samostatný subjekt založeno v roce 1994 v podobě Nadace ECEAT, se změnou zákona nadace ukončila činnost a bylo založeno stejnojmenné občanské sdružení, jež je aktivní do současné doby.



Zdroj: www.eceat.cz

Od počátku 90. let byl ECEAT jedinou organizací v ČR, jež se zabývala rozvojem agroturistiky či ekoagroturistiky. ECEAT má na rozvoji těchto oborů v České republice zcela zásadní podíl. V současné době se ECEAT věnuje rozvoji udržitelného (šetrného) cestovního ruchu a příbuzným oborům. V letech 2004 - 2009 zajišťoval ECEAT sekretariát mezinárodní organizaci ECEAT-International, jejímž je členem.

Dnes se ECEAT věnuje především rozvoji systému ECEAT QUALITY LABEL a dlouhodobému projektu Stezky dědictví - programu rozvoje regionální gastronomie.

ECEAT QUALITY LABEL je mezinárodní značka pro podniky cestovního ruchu s přínosem pro udržitelný rozvoj. Mohou ji využívat ty podniky, které splní kritéria ECEAT (jde např. o podporování ekologického hospodaření, šetrné nakládání s vodou a energiemi, využívání „zelených“ stavebních technik, přispívání k ochraně životního prostředí a kulturního dědictví nebo podporování místní ekonomiky).

ECEAT TRAVEL byl vytvořen pro odpovědné cestovatele. Nabízí neobvyklé cestovatelské zážitky a současně dává cestovateli jistotu, že cestuje šetrněji ve vztahu k naší planetě. Ubytování se značkou ECEAT QUALITY LABEL v nejlepší dostupné kvalitě nabízí pravou a neopakovatelnou atmosféru venkova.

⁵ Zdroj: www.eceat.cz

2.7.3 Další organizace

Dále je nutno jmenovat některé další organizace, které se zabývají venkovskou turistikou - Ministerstvo zemědělství, Ministerstvo pro místní rozvoj a agentura CzechTourism.

Rozvojem cestovního ruchu v Jihočeském kraji se zabývají také Jihočeská centrála cestovního ruchu a Regionální rozvojová agentura Šumava, o.p.s.

Jihočeská centrála cestovního ruchu⁶

Obr. 3: Logo „JCCR“

Její vývoj byl zahájen v roce 1994, kdy byla založena městy České Budějovice, Prachatice, Tábor a Třeboň jako zájmové sdružení měst pro podporu cestovního ruchu v jižních Čechách. Její členská základna se postupně ustálila na počtu 10 měst (přibyla města: Český Krumlov, Hluboká nad Vltavou, Jindřichův Hradec, Nové Hrady, Veselí nad Lužnicí a Vimperk) a několika významných podnikatelů.



Zdroj: www.jccr.cz

V roce 2009 došlo k restrukturalizaci Jihočeské centrály cestovního ruchu na příspěvkovou organizaci Jihočeského kraje.

Jihočeská centrála cestovního ruchu (JCCR) využívá dotace, příspěvky a granty z nejrůznějších zdrojů na podporu cestovního ruchu, pomocí nichž např. vytváří produkty cestovního ruchu, rozvíjí infrastrukturu CR, kulturu v regionu a spolupráci s příhraničními regiony Horního a Dolního Rakouska a Bavorska. JCCR prezentuje region na domácích výstavách a veletrzích cestovního ruchu, provozuje oficiální Informační systém cestovního ruchu Jihočeského kraje (www.jiznicechy.cz) a neustále ho rozšiřuje o aktuální data.

⁶ Zdroj: www.jccr.cz

Regionální rozvojová agentura Šumava⁷

Obr. 4: Logo „RRA Šumava“



RRA Šumava je zájmové sdružené právnických osob a zahájila svou činnost v roce 1997. Filosofie vzniku se stala Šumava jako celek – zázemí Národního parku Šumava a jeho problematika, pomoc větších měst malým obcím. Agentura pokrývá území 3 okresů – Klatovy, Prachatice a Český Krumlov.

Zdroj: www.rras.cz

Mezi hlavní úkoly patří regionální rozvoj, reprezentace samosprávy území, informační servis a poradenství. Spolupracuje s institucemi, firmami a jednotlivci v regionu (okresní úřady, Správa NPŠ, agrární a hospodářské komory...), zahraničními institucemi a podílí se na vzniku Euroregionu Šumava.

2.8 Agroturistika na rodinné farmě

Pro pochopení problematiky agroturistiky na rodinné farmě, je podstatné si nejdříve vymezit pojmy s ní související. Škodová Parmová Dagmar (2007) uvádí ty nejdůležitější.

Provozovatel – podnikatel v zemědělské výrobě je definovaný jako fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu (zák. č. 513/1991 Sb. – Obchodní zákoník).

Ubytování je zpravidla poskytováno v zemědělské usedlosti (na rodinné farmě) nebo v rekreačních objektech ve vlastnictví nebo užívání zemědělského podnikatele (chaty, sruby, chalupy, rekreační domky). Jde o decentralizované ubytování turistů v takřka rodinném prostředí s dalšími atributy, které může nabídnout jen zemědělská usedlost. Maximální ubytovací kapacita činí 25 lůžek.

⁷ Zdroj: www.rras.cz

Limitování ubytovací kapacity je nezbytným předpokladem pro zvýraznění specifik agroturistiky na rodinné farmě, a to jak ve vztahu k nabízeným službám, tak ve vztahu k prostředí, kde se realizují (rozvoj individuálních aktivit při minimalizaci zatížení krajiny a přírody lidským faktorem). Navíc je důležité, že tato forma ubytování je volnou živností, při jejímž provozování není třeba prokazovat odbornou způsobilost. Minimální standard vybavení ubytovacího zařízení je obdobný jako pro ubytování v soukromí.

Stravování - zde existuje široký prostor pro odbyt vlastních výpěstků, resp. výrobků, v podobě surovin (brambory, maso, mléko, zelenina, ovoce aj.) nebo polotovarů. Hosté si mohou vařit sami nebo se stravovat v místních restauracích nebo v hostincích. Nedoporučuje se poskytovat hostům farmy kompletní stravovací služby z toho důvodu, že jde o živnost koncesovanou, kde k provozování je třeba prokazovat odbornou způsobilost. Tím se ale nevylučuje občasné pohoštění, resp. pozvání ke společnému stolu k ochutnání místních specialit.

Poskytování max. 10 hlavních jídel denně je klasifikováno jako živnost volná (bez prokazování odborné způsobilosti). Hlavním důvodem pro vyloučení stravovacích služeb je však jejich časová náročnost a pracovní zaneprázdnění ve vztahu k hospodyně (farmářce), která má své další povinnosti v hospodářství.

Zázemí farmy - specifická agroturistiky na rodinné farmě spočívá v tom, že turista se volně pohybuje v provozním prostředí zemědělského podniku, čili má možnost se seznámit se vším, co tvoří zemědělskou usedlost. Tím jsou zejména domácí a hospodářská zvířata (kočky, psi, krávy, prasata, ovce, kozy, drůbež aj.), hospodářské objekty a nemovitosti (stáje, chlévy, stodoly, zemědělské stroje, nářadí apod.)

2.9 Cílové skupiny

Díky analyzování požadavků návštěvníků lze provést segmentaci trhu, čili rozdělit trh na jednotlivé skupiny, které mají stejné požadavky.

Királová Alžběta (2003) uvádí základní hlediska, dle kterých je třeba zkoumat návštěvníky destinace:

- demografický profil
- zájmy a motivace návštěvy
- činnosti vykonávané během pobytu v destinaci
- výše výdajů spojených s pobytem
- délka pobytu a frekvence návštěvy destinace
- způsob dopravy do destinace
- způsob získání informací o destinaci

Každá skupina může mít na pobyt i na vybavení specifické (mnohdy i protichůdné) požadavky, se kterými nás podrobněji seznamuje Škodová-Parmová Dagmar (2007).

Starší lidé, dosud v pracovním poměru, očekávají pokoje se sociálním zařízením, pohodlné sedací soupravy a lůžka, bezpečné schodiště s dobrým zábradlím, slušně vytápěné prostory, nouzové osvětlení schodů a chodeb. Vhodné jsou odpočinkové prostory ke čtení a sledování televize. Požadují klidný dům s přívětivou zahradou a případným altánkem, možnost vzít s sebou oblíbenou kočku, psa. Dále si většinou představují pohodlné turistické cesty s odpočívadly, chtějí mít možnost účasti v programech pro volný čas.

Jeden člen rodiny by měl plánovat čas pro diskuse se staršími manželi. Je velmi ceněné, když umí hrát na nějaký nástroj, oblíbené jsou starší dechové písně. Zároveň by měl být schopen informovat, kde a kdy hraje dechová hudba nebo country kapela. Pro přátele karetních her by měly být připravené sady mariášových karet.

Důchodci, podobně jako starší páry, hledají pokoje se sociálním zařízením, pohodlné sedací soupravy a lůžka, bezpečné schodiště s dobrým zábradlím, nouzové osvětlení schodů, důkladné vytápění. Upřednostňují poklidnou dovolenou v příjemném prostředí nerušeném hlukem velkoměsta. Rádi využívají dobře značené turistické cesty, odpočinková místa, altány apod. Rádi sledují televizi. V hudbě preferují zejména klasickou nebo lidovou tvorbu. Pokud je k dispozici promítačka nebo video, velmi rádi shlédnou starší filmy s herci jejich mládí. Rádi konají výlety na místní slavnosti či poutní místa do nepříliš velké vzdálenosti.

Přijímají s povděkem a úlevou osobní službu, jako je odvoz na rekreaci i zpět (za přiměřený poplatek). Osobní péče o tuto skupinu mění hosty ve stálé hosty. U této skupiny se nepředpokládá zájem o těžší práci na statku, spíše o krmení drobných zvířat, králíků, ovcí atd.

Rodiny s dětmi očekávají rozmanité druhy zvířectva, se kterými je možný kontakt. Pro děti je třeba nabídnout pestrou nabídku her a prostor pro hry. Knihovnička by měla kromě klasiky obsahovat i pestrý výběr knih pro děti, několik typů stolních her. Zpestřit dovolenou je možné i trávením večerů u táboráku s opékáním mas nebo buřtů, dětskými zábavami, karnevaly, soutěžemi nebo pikniky v okolí.

Nabídka pro rodiny s dětmi by měla obsahovat i venkovní možnosti ke hraní: pískoviště, houpačky, jednoduchý kolotoč, bazének na cachtání, prolézačky, popř. koloběžky a dětská kola.

Oblíbené je pořádání dětských soutěží v dovednostech, znalostech přírody, sportu. Při nepohodě je dobré mít v záloze nějaký prostor ke hrám, tabule, křídly, papíry a pastelky, stavebnice, míče atd.

Pro **skupinu dětí** se dají využít programy, které jsou obvyklé pro dospělé, jako jsou návštěvy hradů a zámků, jeskyní apod. Nadchnout je může jízda na koni, pasení hus, kachen, ovcí a obecně ošetřování zvířat. Nesmíme zapomenout na organizování občasných výletů do okolí, nočních pochodů a her.

Soutěže o diplomy jsou velmi oblíbené. Diplomy si mohou děti vytvořit samy. Často bývá zvykem nácvik a předvedení divadelního představení. Deštivé počasí lze přečkat např. výrobou dekorací a jinými rukodělnými pracemi.

Sportovně založení lidé předpokládají, že u nás najdou zázemí k naplnění jejich sportovních aktivit. Dnes se nejvíce setkáváme s jezdeckým, pěší turistikou, orientačním během, cykloturistikou, plaváním, rybařením, tenisem, kopanou, bruslením, lyžováním atp. Někteří požadují i neobvyklejší činnost, jako např. golf, minigolf, paintball a lukostřelbu. Je jasné, že vše nejsme schopni realizovat přímo na statku, je vhodné proto domluvit spolupráci s okolními sportovními kluby.

Stále více lidí si vozí svá kola na dovolenou s sebou. Pokud však na kola zapomenou, je dobré, když jim můžeme vyjít vstříc a nabídnout jim za drobnou úplatu kola na půjčení. Cyklisté nevyžadují většinou žádný velký standard a často jsou nejspokojenější právě v malém kempu. Mají ovšem také jednu nevýhodu – nikde nevydrží dlouho. Pokud se rozhodnou někde usadit, jejich pobyt trvá jen několik dní, ale většinou se zastaví jen na noc.

Minimálně jeden člen rodiny by měl být schopen poskytnout odborné informace o možnostech realizování daného sportu, např. by měl být schopen navést turistu na místní trasu pro pěší či cyklostezku, nebo na běžeckou stopu či sjezdovku.

Milovníci přírody očekávají připravené, převážně pěší túry za zajímavostmi kraje s poznáváním a pozorováním tamní zvěře, sbíráním lesních plodů, botanici budou chtít rozšiřovat svůj herbář, ornitologové dalekohledem sledovat hnízda i ptactvo. Mineralogové budou vyrážet na lokality nerostů, mykologové budou sbírat druhy hub, které jsme v životě neviděli. Ekologové rádi uvidí, že se na statku řádně zachází s odpady a využívá se recyklace. Budou chtít mít zařízené odborné exkurze někam,

kde se pracuje podle ekologických zásad. Milovníci geocachingu budou prahnout po informaci, kde že se v okolí nachází nějaký ten „poklad.“

Důležitá je nabídka vlastních produktů zdravé výživy, což přivítají zejména ženy. Ty by měly mít zároveň možnost z těchto produktů uvařit zdravý oběd nebo večeři.

Ubytovatel i hosté by měli být ve směru vztahu k přírodě naladěni na stejnou „vlnovou délku,“ pokud se vyskytnou rozdílné názory, měla by k nim být tolerance.

Hosté s dietou očekávají respektování jejich chorob a přizpůsobení jídelníčku jejich zdravotnímu stavu. Mají zájem o historii a okolní kulturní památky. Rádi se seznámí s podobně zaujatými lidmi. Je vhodné jim nabídnout i pohodlné cesty k vycházkám. Výborné je v těchto případech mít vazbu na lékaře, přírodního léčitele či bylinkáře.

Ve valné většině jde o poklidnou skupinu návštěvníků, kteří příliš nevyhledávají práce na statku. Ideální je pro ně, když je statek v blízkosti lázní, kam mohou pořádat výlety.

Tělesně postižení potřebují speciální úpravy, zejména bezbariérové přístupy do pokojů, nájezdy u vstupu do obytných prostor, dostatečně široké dveře, upravené přístupy ke kotcům, vjezdy na zahradu apod. Důležité je nabídnout turistům možnost jízdy na koních, plavání a další sporty, společenské hry a soutěže nevyjímaje.

Je třeba mít s takovými hosty již nějakou zkušenost, protože ostatní hosté rádi zajdou na zábavu nebo do kina, a ubytovatel by tak měl být schopen vyjít vstříc s péčí o hosta. Samozřejmostí je kontakt na lékaře v nejbližším okolí.

Absolventi kurzů mají zájem o vhodné prostředí k výuce, zajímavé okolí, nabídku atraktivních večerních programů. Zejména intenzivní kurzy jazyků potřebují adekvátní relaxaci. Výuku lze spojit s jinou činností např. s jízdou na koni, s pomocí na statku, s ošetřováním zahrady nebo sportovním vyžitím (stolní tenis, šipky, orientační závody).

Kluby a spolky vyžadují pobyty na víkendy, ale také pobyty před sezónou a po ní. Nabídka pro ně je pestrá, od místních tanečních skupin, přes jazzové večery až po koncerty ve městě. Velkým lákadlem jsou zvláštní prostory pro malování, tkaní, modelování nebo malá dílna pro kutily. Pro tyto skupiny lze pořádat různé soutěže a výlety, ať už pěší nebo cyklistické.

S těmito hosty nelze příliš počítat při pracích na statku, na druhou stranu ale rádi zdokonalují zábavní náradí nebo společné prostory. Lze s nimi např. stavět kuželník, udělat hřiště na odbíjenou nebo připravit závody pro jinou skupinu hostů.

Janotka Karel (1999) provádí segmentaci hostů z hlediska životního cyklu rodiny. Uvádí devět fází, kterými rodina postupně prochází, od mládeneckého období až po důchodový věk. Samotná podstata rozdělení je však podobná, jako výše uvedená.

Z rozdělení potenciálních hostů na agrofarmě lze vyčíst velikou různorodost. Proto je nutné zaměřit se přednostně pouze na určité skupiny a přizpůsobit jim jak nabídku ubytování a stravování, tak i různorodého vyžití na farmě a v jejím okolí. Pro potřeby této práce byla segmentace návštěvníků zestručněna na skupiny dětí, mladé bezdětné, rodiny s dětmi, starší páry a seniory.

2.10 Produkty agroturistiky

Turisté, kteří se rozhodnou prožít dovolenou na farmě, hledají v jejím nejbližším okolí také zábavu. Neláká je už však tolik návštěva kina nebo muzea, ale často chtějí poznat, jak se bavili naši předci. Z toho důvodu vyhledávají tradiční, nebo dnes už méně tradiční, venkovské způsoby trávení času a akce.

V první řadě se jedná hlavně o ubytování na farmě a spoluprožívání **pracovního cyklu v zemědělství**, který je pro dnešní turisty méně známé. Jde o oblíbený sběr ovoce, zeleniny, práce v senoseči, žňové a úklidové práce, ošetřování malých zvířat – drůbeže, králíků, holubů apod.

Kromě toho musíme zmínit také **stravování** na farmě nebo **ze zemědělských produktů farmy**, které si turisté sami připraví. Oblíbené jsou rovněž tradiční venkovské dopravní prostředky – jízdy v kočárech, v saních tažených koňmi, na selských vozech apod. Janotka Karel (1999) dále uvádí některé základní produkty agroturistiky:

- cykloturistika, půjčování kol a pěší turistika po krajině
- míčové hry a lukostřelba, dětské prolézačky, lyžování apod.
- zájmové aktivity turistů - jezdeckví, houbaření, lov, rybaření, sběratelství, speciální zdravotní programy, pořádání pikniků v přírodě, táboření pod širým nebem, pořádání táboráků s programem, grilování masa a zeleniny, opékání uzenin, ryb a drůbeže.
- ostatní doprovodné programy ve vazbě na krajinu (běžecké sporty) a na historii (hrady, zámky, muzea, kostely a církevní stavby, vývoj životního stylu na vesnici). Venkovský prostor nabízí také řadu skanzenů představujících tradiční selskou usedlost, řemeslnické dílny, domácí zpracování produktů jako másla, masa, obilovin, brambor apod. a tradiční provozy v krajině, jako jsou mlýny, lihovary, škrobárny atd.
- akce a slavnosti, lidové zvyky provázející venkovský přírodní i náboženský rok, tradiční svátky (pouť, posvícení, masopust, letní slavnosti a zábavy, zvyky vánoční a velikonoční, dožínky, vinobraní, taneční zábavy apod.)
- v zimním období doplňují nabídku vesnické zabijačky, myslivecké slavnosti, slavnostní vyřazení zvěře po skončení honů a tradiční myslivecké zábavy.
- výstavy soch, obrazů, plastik, uměleckých řemesel, ukazujících domácí dovednosti např. ve vyšívání, paličkování, kovářství, sklářství a to zejména umělců s vazbou přímo na místo a region.

- sportovní činnosti, jako jsou fotbalová utkání, automobilové, motocyklové a cyklistické závody, přespolní běhy.
- účast turistů na zemědělských pracích ubytovávajícího statku nebo u sousedů. Jde o oblíbený sběr ovoce, zeleniny, práce v senoseči, žňové a úklidové práce, obsluha malých zvířat – drůbeže, králíků, holubů apod.

Škodová Parmová Dagmar (2007) dále uvádí vybrané produkty a aktivity spojené s životem na statku v průběhu celého roku:

Tabulka 2: Aktivity v agroturistice

Jaro	Léto
možnost seznámit se s nově narozenými mláďaty	pořádání táboráků, pikniků, kempování
zdobení a barvení vajíček	sběr ovoce a lesních plodů
vyřezávání píšťalek	ukázky sklizně
pletení pomlázek, věnečků	stavění panáků ze slámy
pálení čarodějnic	sběr bylinek
stavění májky	rybolov, koupání, cyklistika
střílení z luku	jízda na lodích a duších

Podzim	Zima
výroba a pouštění draků	pečení vánočního cukroví
pečení posvícenských koláčů	vyřezávání Betlémů
výroba zvířátek a postaviček z kaštanů, slámy	výroba svíček
výlovy rybníků	ukázka zabijačky
pozorování zvěře	výroba masek na masopust
výroba masek na Mikuláše	vyjížďky na saních taženými koňmi

Zdroj: Škodová-Parmová, D., 2007

Nabídka programů, kterých se hosté mohou zúčastnit, je závislá na možnostech provozovatele. Jelikož ale není v jeho silách poskytnout takovou škálu služeb, které by hosté vyžadovali, je dobré spolupracovat s okolím (např. s půjčovnou jízdnic kol,

místním průvodcem nebo dobrým znalcem okolí, informačními centry apod.). Kvalita doprovodného programu se určitým způsobem odrazí i v celkovém dojmu hosta z dovolené. Proto je důležité, aby ubytovatel měl přehled o chystaných akcích v okolí a dokázal o nich své hosty informovat.

2.11 Dopady agroturistiky

Poskytování služeb v agroturistice má velký význam nejen pro podnikatele samotného, ale i pro příslušnou obec a stát. Jednotlivé kategorie dopadů agroturistiky se vzájemně ovlivňují, prolínají a projevují se kladnými nebo zápornými jevy. Lze jen doufat, že pozitivních dopadů bude vždy více, než negativních.

2.11.1 Pozitivní dopady

Význam pro podnikatele

Z hlediska provozovatele je agroturistika dalším doplňkovým zdrojem příjmů, a to jak z ubytování, tak i z případného prodeje produktů vlastní výroby. Stejně tak podstatný je fakt, že poskytuje pracovní místa pro členy rodiny, a někdy i pro další obyvatele vesnice.

Význam pro obec

Agroturistika je významná i pro obec, ve které se farma nachází. Je to především proto, že přispívá k vyšší vybavenosti obce (např. budování cest, cyklotras, informačních tabulí apod.), vytváří další pracovní příležitosti (např. díky turistice je vybudován obchod s potravinami), využívá budovy, které by jinak zbytečně chátraly, a třeba i proto, že přispívá k udržení tradičních akcí (masopust, vepřové hody, dožínky), na které už jinde dočista pozapomněli.

Význam pro stát

Stát je zprostředkovaně také ovlivňován agroturistikou, i když jen v malé míře. Nepochybný je fakt, že agroturistika snižuje nezaměstnanost a dochází díky ní ke stabilnímu osídlení venkova. Pomáhá také v rozptýlení cestovního ruchu do většího prostoru a v neposlední řadě dochází díky zahraniční návštěvnosti ke zvýšení exportní aktivity státu.

2.11.2 Negativní dopady

Agroturistika má však i negativní dopady. Může se jednat o špatný vztah k životnímu prostředí, které je zvýšeným pohybem lidí narušováno (např. rušení zvěře, odhozené odpadky). Dále je možno zmínit přepracovanost a stres ubytovatele - musí se hostům věnovat, poskytovat jim informace a mimo to zvládnout i svou obvyklou práci na farmě. Hosté mohou rušit své okolí hlukem, může dojít k přenášení nemocí kvůli nedostatečné hygieně hostů. Výjimkou nejsou ani krádeže a přepadení.

3 Cíle a metodika práce

Náplní diplomové práce je zjištění potenciálu venkovského cestovního ruchu a zejména agroturistiky ve vybraném regionu. Pro účely této práce byl zvolen Jihočeský kraj, konkrétně oblast Prachaticka.

Tato oblast je pro účely práce vybrána záměrně, jelikož se zde nachází zemědělské usedlosti, které jsou neodmyslitelně spjaty s chovem hospodářských zvířat a výrobou zemědělských produktů. V posledních letech se část těchto podniků orientuje také na poskytování ubytovacích a stravovacích služeb přímo ve svých farmách.

3.1 Cíl práce

Hlavním cílem je zjistit a analyzovat nabídku jednotlivých provozovatelů agrofarem, a to prostřednictvím dotazníkového šetření. Zpracovat a zhodnotit současný stav těchto podniků a navrhnout případné další možnosti pro rozvoj. Dále navrhnout založení nové agrofarmy, zvolit její vhodné umístění a doporučit její specializaci.

3.2 Dílčí cíle

- geografické vymezení Jihočeského kraje a oblasti Prachaticka
- výběr a analýza provozovatelů agrofarem
- získání základních informací o přijíždějících turistech
- navrhnout novou agrofarmu, specifikovat její umístění a zaměření
- uvést doporučení pro úspěšný rozvoj nového podniku

3.3 Hypotézy

H1: venkovský cestovní ruch je na Prachaticku v rané fázi rozvoje

H2: tato forma cestovního ruchu je vyhledávána více zahraničními návštěvníky

H3: agroturistika je pro provozovatele agrofarem pouze doplňkovou činností

H4: agrofarmy s větší nabídkou služeb jsou pro turisty atraktivnější

H5: turisté preferují možnost stravování z místních produktů

3.4 Metodika práce

Základním předpokladem pro zpracování tématu po teoretické stránce bylo studium odborné literatury, která se týkala oblasti cestovního ruchu, s hlavním zaměřením na vesnickou turistiku a agroturistiku. Dále studium geografických publikací, jež se vztahují k Jihočeskému kraji a Prachaticku, pomocí kterých byla vymezena a blíže charakterizována oblast Prachaticka. Zdrojem těchto materiálů byla zejména knihovna Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, Jihočeská vědecká knihovna a Městská knihovna Prachatice. Z internetových stránek byly čerpány hlavně statistické údaje, mapky, obrázky a fotografie.

Dalším důležitým krokem bylo vytvoření vhodného dotazníku pro samotné provozovatele agrofarem. Dotazník byl sestaven tak, aby otázky na sebe logicky navazovaly, byly pro respondenta srozumitelné, jednoznačné a směřovaly k tématu výzkumu. Zároveň byl kladen důraz na to, aby samotné dotazování nebylo příliš časově náročné. Výzkum probíhal jak formou osobního dotazování v terénu, tak i pomocí internetu, kdy byl zaslán dotazník e-mailem s žádostí o vyplnění.

Po vyplnění dotazníků respondenty byla data graficky zpracována. To umožnilo zhodnocení nabídky agrofarem, a následné navržení dalších možností pro jejich rozvoj. V závěrečné fázi práce bylo navrženo založení nové agrofarmy. Poté byla formulována doporučení pro úspěšný rozvoj tohoto zařízení.

4 Jihočeský kraj⁸

Krásné historické památky, vesnice postavené ve stylu selského baroka, neponičená příroda a výborné předpoklady pro turistiku a cykloturistiku lákají mnohé české i zahraniční návštěvníky k prozkoumání této malebné oblasti. A je jedno, zda v zimě nebo v létě.

4.1 Základní údaje

Poloha a územní členění

Druhý největší kraj České republiky se nachází v její jižní části. Hraničí s krajem Plzeňským (na západě), Středočeským (na severu), Vysočinou (na východě), Jihomoravským (na jihovýchodě) a na jihu se státními hranicemi Rakouska a Německa. Lze ho tak navštívit i po cestě z Prahy do Vídně, Lince nebo Pasova.

Z osmi bývalých okresů „starého“ Jihočeského kraje se jich sedm stalo součástí i kraje nového. Jsou to České Budějovice, Český Krumlov, Prachatice, Strakonice, Písek, Tábor a Jindřichův Hradec.

Obr. 5: Jihočeský kraj – mapa



Zdroj: www.risy.cz

⁸ Zpracováno dle PODHORSKÝ, M., 2003.

Rozloha

Rozloha kraje 10 056 km² představuje 12,8 % rozlohy státu. V jižních Čechách žije asi 630 000 obyvatel, což způsobuje, že je zde také nejnižší hustota osídlení v zemi – 62 obyvatel na km². Co do počtu obyvatel jsou nejlidnatější České Budějovice, které se jediné blíží k hranici 100 000. Obyvatelstvo kraje má proti republikovému průměru poněkud mladší věkovou strukturu (průměrný věk je 39,8 roku).

Druhým nejvíce zalidněným městem je Tábor, v jehož aglomeraci žije kolem 35 000 lidí. Z menších měst jsou největší Prachatice, kde žije téměř 12 000 lidí. Ostatní sídla jsou již mnohem menší.

Reliéf

Lidé si při vyslovení „Jižní Čechy“ zcela jistě vybaví řadu rybníků a malebných vesnic ve dvou pánvích uprostřed kraje - Českobudějovické a Třeboňské. Okolo se vypínají kopce Středočeské pahorkatiny, Českomoravské vrchoviny, na hranicích s Rakouskem Novohradské hory a na jihozápadní hranici druhé nejvyšší pohoří v Čechách, Šumava. Nejvyšší je hora Plechý 1378 m n. m. naopak nejnižším místem (330 m) hladina Orlické přehrady v okrese Písek.

Vodstvo

Většina území Jihočeského kraje náleží k povodí Vltavy, pouze nejvýchodnější část kraje náleží k povodí Moravské Dyje. Dalšími významnými řekami jsou pak Lužnice a Otava. Velmi známým a oblíbeným cílem je Lipno - nejrozsáhlejší přehradní nádrž na Vltavě a v České republice vůbec. Mezi další vodní díla řadíme např. Orlík a Hněvkovice na Vltavě, Římov na Malši a Husinec na Blanici. Z rybníků je největší Rožmberk (rozloha vodní plochy je 489 ha), a to nejen v České republice, ale i v celé střední Evropě.

Průmysl a zemědělství

V Jihočeském kraji se v minulosti průmysl příliš nerozvíjel. Kraj totiž není příliš bohatý na nerostné suroviny. Převažuje těžba šterkopísků, stavebního kamene, cihlářských hlín a v omezené míře keramických jílu, vápence a grafitu. V porovnání s jinými kraji pracuje stále poměrně velké množství obyvatel v zemědělství a lesnictví. Převažuje rostlinná výroba, pěstují se především obilniny, olejniny a brambory. V živočišné výrobě je to chov skotu a prasat. Dlouholetou tradici má v jižních Čechách rybníkářství. Chov ryb představuje polovinu produkce v rámci celé ČR. Dřevo se těží zejména na Šumavě.

Doprava

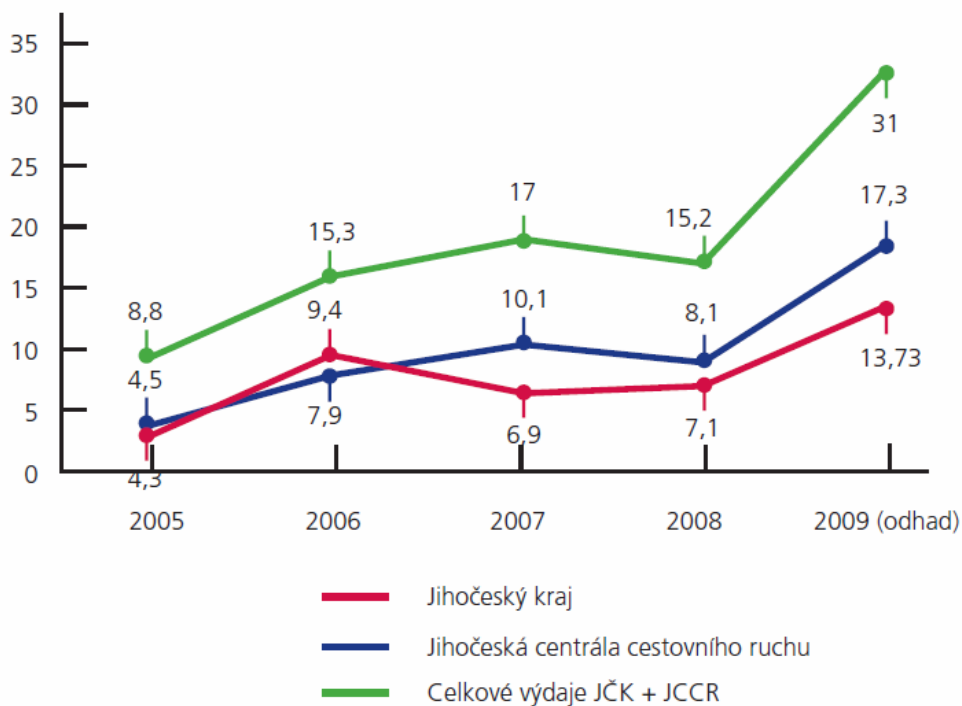
Z hlediska mezinárodní dopravy zaujímá Jihočeský kraj strategickou polohu na ose sever- jih. Krajem prochází důležité mezinárodní silnice a severojižní železniční koridor. Problémem je napojení kraje na evropskou síť. Plánovaná dálnice z Prahy do Českých Budějovic (150 km) a dále do Lince (100 km) by dopravní obslužnost vylepšila. Ne příliš hustá je i komunikační síť na Šumavě a v Novohradských horách.

4.2 Cestovní ruch

Jihočeský kraj se stal významnou turistickou a rekreační oblastí a je třetím nejnavštěvovanějším krajem České republiky (po Praze a Středočeském kraji). Tento úspěch můžeme přičíst mimo jiné i dobré práci zdejších subjektů působících v cestovním ruchu. Z těchto hlavních subjektů můžeme jmenovat např. Krajský úřad Jihočeského kraje a Jihočeskou centrálu cestovního ruchu, v turistickém regionu Šumava se pak jedná o Regionální rozvojovou agenturu Šumava, o.p.s.

V následujícím grafu je uveden vývoj výdajů na podporu cestovního ruchu v posledních letech. Jak je z grafu zřejmé, každým rokem se na podporu cestovního ruchu vydává více finančních prostředků.

Graf 1: Výdaje Jihočeského kraje a JCCR na podporu cestovního ruchu (mil. Kč)



Zdroj: Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji na roky 2009–2013

V grafu je možné sledovat vývoj výdajů na podporu cestovního ruchu. Ačkoli na podporu cestovního ruchu jsou vydávány různě velké finanční částky, většinou stále dochází k jejich zvyšování. To se následně odráží ve vyšším přílivu turistů do regionu.

4.2.1 Souhrn silných a slabých stránek Jihočeského kraje

V následující analýze, publikované ve Strategii rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji⁹ na roky 2009 – 2013, jsou uvedeny nejdůležitější faktory, které ovlivňují cestovní ruch v Jihočeském kraji, a to jak pozitivně, tak negativně.

⁹ Zdroj: http://www.jccr.cz/?page_id=131

Tabulka 3: Souhrn silných a slabých stránek Jihočeského kraje

	FAKTORY POMOCNÉ (k dosažení cíle)
VNITŘNÍ PŮVOD (atributy kraje)	Silné stránky
	§ geografická poloha
	§ přírodní bohatství <ul style="list-style-type: none"> - zachovalá, turisticky atraktivní krajina - velký podíl chráněných území - vysoká kvalita životního prostředí - atraktivní venkovská krajina - vodní plochy a toky - přírodní léčivé zdroje pro rozvoj lázeňství
	§ kulturní dědictví <ul style="list-style-type: none"> - kulturní a historické památky - technické památky - tradice lidových řemesel, zvyků a kultury
	§ tradice cestovního ruchu a lázeňství
	§ vhodné podmínky pro rozvoj pěší a cykloturistiky, rekreační plavby a hippoturistiky
	§ vybudovaná síť informačních center
	§ bezpečí v regionu s jednou z nejnižších kriminalit v celé České republice

VNĚJŠÍ PŮVOD (atributy prostředí)	<p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> § další vytěžení přeshraniční spolupráce s Rakouskem a Německem § využití potenciálu pro rozvoj pěší turistiky, cykloturistiky, hippoturistiky a vodáctví § rozvoj marketingu cestovního ruchu <ul style="list-style-type: none"> - jasná koncepce propagace, úzká spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem, rozvoj spolupráce s agenturou CzechTourism - oslovení koncového návštěvníka kraje moderními technologiemi (zejména internet) - neotřelý destinační management, tvorba nových produktů cestovního ruchu a podpora vzniku jedinečných atraktivit, které pomohou regionu odlišit se § využití potenciálu rozvíjejícího se segmentu lázeňství a wellness (propojení se stávající nabídkou může částečně pomoci řešit sezónnost a aktivity při nepřízní počasí) § aktivita kraje v oblasti legislativy § podpora zážitkové turistiky (vytváření příležitostí k návštěvě kraje mimo hlavní sezónu) § stimulace nabídky cestovního ruchu v oblasti kvality produktů a lidských zdrojů § rozvoj rekreační plavby na splavněné Vltavě (v dlouhodobém horizontu)
--	--

	FAKTORY ŠKODLIVÉ (k dosažení cíle)
VNITŘNÍ PŮVOD (atributy kraje)	<p>Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> § dopravní infrastruktura <ul style="list-style-type: none"> – chybějící napojení na dálniční síť a železniční koridor – nedostatečná technická kvalita komunikací, špatná zimní údržba silnic nižších tříd – nevyhovující systém dopravního značení – špatný stav okolí hlavních přístupových komunikací (nedostatečná vybavenost parkovišť, odpočívadel, opuštěná tržiště, prostituce) § infrastruktura cestovního ruchu <ul style="list-style-type: none"> – nedostatek ubytovacích kapacit pro náročnou klientelu (nerovnoměrné pokrytí území čtyřhvězdičkovými hotely) – omezená nabídka kongresových prostor – nedostatečná infrastruktura volnočasových aktivit v případě nepříznivého počasí § marketing v cestovním ruchu <ul style="list-style-type: none"> – nedostatečná propagace cestovního ruchu pro skupinu domácích turistů – neschopnost vytvářet unikátní atraktivity, kterými se může region odlišit § nízká konkurenceschopnost zimních středisek oproti zahraničí § neudržované plochy v okolí komunikací § špatný stav některých technických a kulturně – historických památek § sezónně nevyvážená nabídka cestovního ruchu § omezená nabídka doplňkových služeb a aktivit pro případ nepříznivého počasí v některých částech kraje § slabá schopnost propagovat produkty cestovního ruchu ze strany podnikatelů v cestovním ruchu § nedostatečná úroveň kvalifikovanosti pracovní síly (nedostatečné jazykové vybavení, špatné komunikační dovednosti, nedostatečné odborné vzdělání vedoucích pracovníků v gastronomii a v ubytovacích zařízeních) § nedostatečná spolupráce mezi jednotlivými zainteresovanými subjekty navzájem (podnikatelé, podnikatel vs. obec)

VNĚJŠÍ PŮVOD (atributy prostředí)	<p>Hrozby</p> <ul style="list-style-type: none"> § stagnace kvality nabízených služeb a produktů cestovního ruchu § omezení investic do rozvoje dopravní infrastruktury a infrastruktury doplňkových služeb v souvislosti s ekonomickou recesí § omezení rozvoje cestovního ruchu na několik málo center (Český Krumlov, Třeboň, Šumava) § příliš silná orientace na návštěvnost organizovaných skupin a s tím související rostoucí podíl jednodenních návštěv § nedocnění marketingu Jihočeského kraje, nedostatečná podpora prodeje produktů cestovního ruchu (omezování rozpočtů na podporu cestovního ruchu) § nedostatečná ochrana přírodních zdrojů, historického a kulturního dědictví § přílišná orientace na určitý segment návštěvníků kraje (nevyvážený poměr investic do akvizice návštěvníků z jednoho segmentu vůči ostatním segmentům)
--	---

Zdroj: Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji na roky 2009 – 2013

Shrnutí

Aktivity na podporu cestovního ruchu by se měly orientovat na výše uvedené příležitosti, které mohou pomoci ještě více zatraktivnit Jihočeský kraj v očích turistů. Důraz by měl být kladen také na spolupráci s profesionály v cestovním ruchu, ale i obcemi a dalšími podnikateli. V souvislosti s Jihočeským krajem je propagována značka Jižní Čechy a s ní související portál www.jiznicechy.cz, který podává návštěvníkům informace o možnostech ubytování, stravování a trávení volného času. Snahou musí také být minimalizovat slabé stránky, a to zejména investováním do dopravní infrastruktury a infrastruktury cestovního ruchu. Dále je zásadní nepodcenit

potenciální hrozby, jako je např. nadměrné zaměření se na rozvoj několika oblastí cestovního ruchu nebo jen určitého segmentu návštěvníků.

4.3 Prachaticko

Takřka nedotčená příroda, prameny Vltavy, Boubínský prales s vrcholem Boubín, dále Libín, Bobík, dlouhá sklářská a tiskařská tradice, Zlatá stezka... To vše si můžeme spojit s oblastí Prachaticka.

4.3.1 Vymezení zkoumané oblasti

Statistická územní jednotka na úrovni NUTS 4 (okres) byla zavedena s účinností od 1.9.1999 a má platnost pouze na území České republiky. Představuje územní členění státu na okresy.

Okres Prachatice se nachází na západní straně Jihočeského kraje. Rozlohou 1 375,1 km² je okres Prachatice čtvrtým největším v rámci kraje. Počtem bezmála 52 000 obyvatel je okres nejméně lidnatým v Jihočeském kraji. Nachází se v něm 2 obce s rozšířenou působností, 4 pověřené obce a 65 obcí.

Obr. 6: Okresy - mapa



Zdroj: www.risy.cz

4.3.2 Prachatice

Město Prachatice leží v jihozápadní části Jihočeského kraje. Žije v něm bezmála 12.000 obyvatel. Město bylo založeno na konci 13. století při obchodní trase nazvané Zlatá stezka, po které se do Čech dopravovala zejména sůl, ale i ostatní zboží (např. látky a

koření) z jihu a západu Evropy. Největšího rozkvětu dosáhly Prachatice v 16. století za vlády Rožmberků. Naopak k úpadku

došlo ve městě v 17. století, ať už to bylo kvůli ztrátě práv královského města, útoku Švédů anebo morové epidemii. Obchod na Zlaté stezce tak na začátku 18. století upadal takovým způsobem, že se jej už nepodařilo oživit. Počátkem 19. století velká část města

Obr. 8: Prachatice – Dolní brána



Zdroj: www.prachatice.cz

vyhořela a jen pomalu docházelo k jeho opravám. Velkou událostí bylo v roce 1893 vybudování železniční trati mezi Prachaticemi a Vodňany. Byl tak dán podnět k rozvíjení podnikání zejména v odvětví dřevozpracujícím. Okolí města je tvořeno podhorskou vrchovinou s dominantním vrcholem Libína (1096 m n.m.), která plynule přechází v horské pásmo Šumavy. Městem protéká Živný potok, západně od města se nachází řeka Blanice a Husinecká přehrada.

K neznámějším městským památkám můžeme zařadit Dolní bránu, Starou a Novou radnici, kostel sv. Jakuba a Husův dům. Městem prochází naučná stezka. Nalezneme zde také muzeum krajky a muzeum české loutky a cirkusu.

*Obr. 7:
Prachatice - znak*



*Zdroj:
www.prachatice.cz*

4.3.3 Vimperk

Druhé největší město okresu, někdy také nazývané „Brána Šumavy“. Žije zde téměř 8.000 obyvatel. Město vzniklo jako kolonizační osada, nad níž v letech 1251-1260 vybudoval Purkart z Janovic hrad. Osadu roku 1423 vypálili husité, v roce 1479 ji král Vladislav II. povýšil na město, které si pak

postavilo mohutné hradby, které se zčásti zachovaly. Od konce 13. do 17. století bylo město cílovou stanicí jedné ze tří větví

Zlaté stezky, po níž se do Čech z Pasova dopravovala sůl. Z tohoto obchodu město zbohatlo a prosperovalo do roku 1637, kdy Ferdinand II. zakázal, aby se sůl z Rakouska dopravovala přes Bavorsko. Tím město ztratilo na významu a obchod se solí se přesunul do Českých Budějovic.

Roku 1855 založil zde J. Steinbrenner tiskárnu, která se zabývala hlavně tiskem modlitebních knih, kalendářů a později i dětských knih. Roku 1930 vytiskla přes 34 milionů kalendářů, přes 96 milionů modlitebních knih v mnoha jazycích a proslavila se zejména tiskem miniaturních bibliofilských knížek a Koránů.

Mezi nejvýznamnější památky patří zámek, kde je umístěno muzeum Šumavy, sklárství a knihtisku, dále historické centrum s baštou Haselburg, srubové domy nebo dům U Slona a dům U Jelena. Městem prochází dva naučné okruhy.

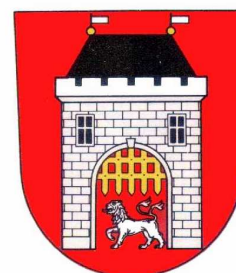
V okolí lze podniknout spoustu výletů – např. na Kvildu, k pramenům Vltavy, na Boubín nebo Mařský vrch.

Obr. 10: Vimperk - zámek



Zdroj: www.vimperk.cz

*Obr. 9:
Vimperk - znak*



*Zdroj:
www.vimperk.cz*

5 Vyhodnocení dotazníkového průzkumu

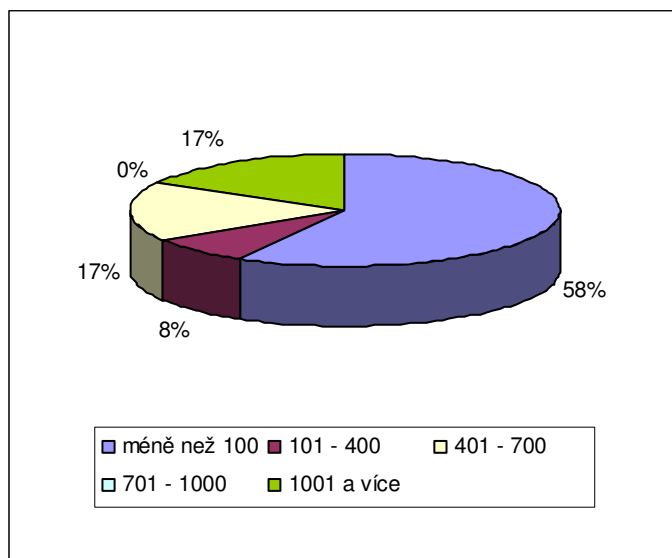
Cílem výzkumu bylo analyzovat nabídku jednotlivých provozovatelů agrofarem na Prachaticku, z výsledků zhodnotit její současný stav a navrhnout případné další možnosti pro rozvoj. Získané údaje byly graficky znázorněny a na jejich základě byla navržena nová agrofarma.

5.1 Vyhodnocení současného stavu

1. otázka: Kolik obyvatel má Vaše obec?

Úvodní otázka se týkala počtu obyvatel v obci, kde se zařízení nachází. Potvrdily se poznatky z teorie, že většina agrofarem se nachází ve venkovském prostředí, kde trvale žije méně než 100 obyvatel. Tuto možnost zvolilo celkem 58% dotazovaných. Malá osídlenost obcí je příznačná zejména pro lokalitu Šumavy, kde se nachází sice mnoho, ale malých obcí.

Graf 2: Počet obyvatel

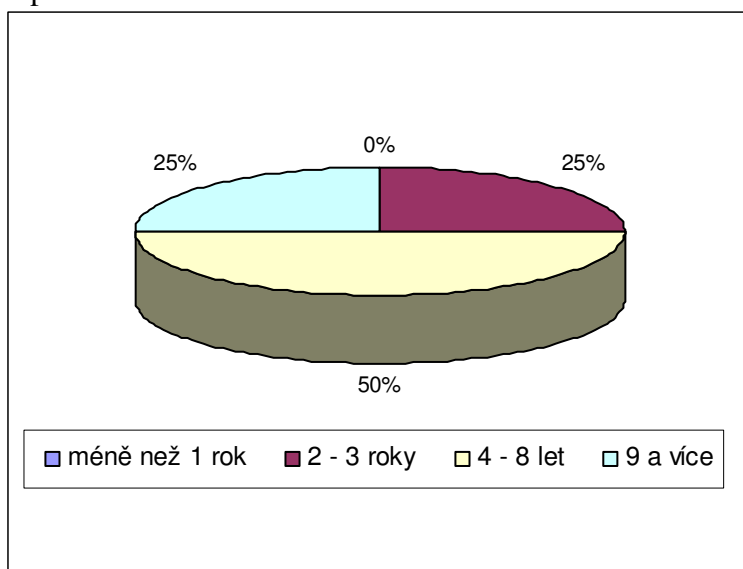


Zdroj: vlastní šetření

2. otázka: Jak dlouho již provozujete Vaše zařízení?

Otázka doby provozu zařízení přinesla odpověď na jednu ze stanovených hypotéz, a sice, zda je venkovský cestovní ruch v rané fázi rozvoje. Z níže uvedeného grafu je patrné, že celých 50% zařízení je provozováno déle než 4 roky. V dlouhodobém časovém horizontu to sice není příliš dlouhá doba, ale nejedná se již ani o začátek podnikání. Proto můžeme říci, že se hypotéza nepotvrdila. Na Prachaticku působí většina objektů již nějakou dobu. Naopak objekty, které by se agroturistice věnovaly méně než 1 rok, se v průzkumu neobjevily.

Graf 3: Doba provozu zařízení

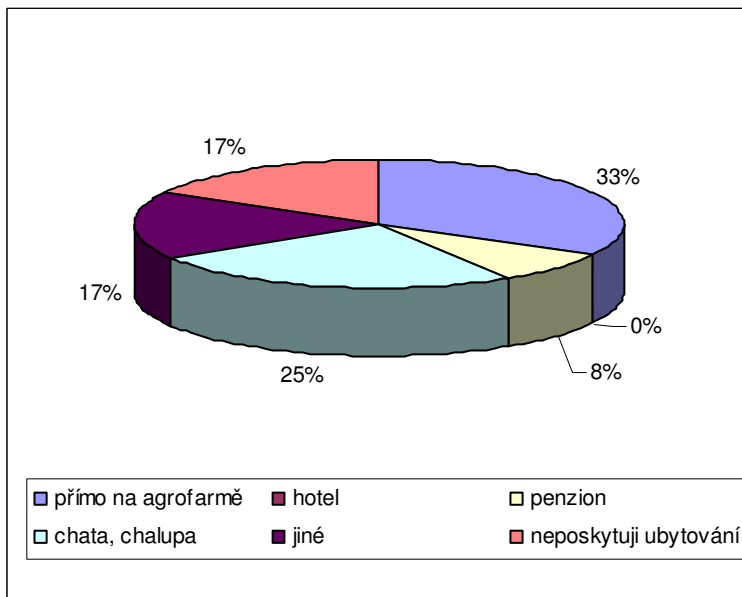


Zdroj: vlastní šetření

3. otázka: Umístění zařízení

Další otázka zkoumala, zda a kde jsou návštěvníci zařízení ubytováni. Nejčastější způsob ubytování je přímo na agrofarmě, a to 33%. Do jisté míry to odpovídá trendům v agroturistice – pokud návštěvníci zavítají na farmu, chtějí se zde také ubytovat. Nejspíše také z toho důvodu se v umístění ubytovacího zařízení nevyskytl žádný hotel. Dalším hojně využívaným způsobem ubytování jsou chaty a chalupy (25%). V letních měsících je některými návštěvníky upřednostňováno stanování nebo spaní pod širým nebem, což bylo zahrnuto do položky „jiné“ – 17%.

Graf 4: Umístění zařízení



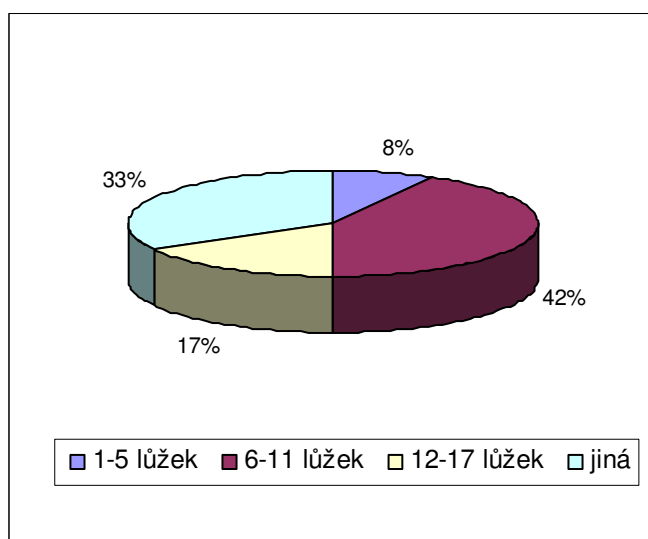
Zdroj: vlastní šetření

Ubytování v penzionu poskytuje 8% dotazovaných. Naopak ubytování vůbec neposkytuje 17% zařízení.

4. otázka: Ubytovací kapacita

Dotazovaní uváděli kapacitu ubytovacího zařízení. Na tuto otázku neodpovídalo pouze 17% respondentů, kteří neposkytují ubytování.

Graf 5: Ubytovací kapacita



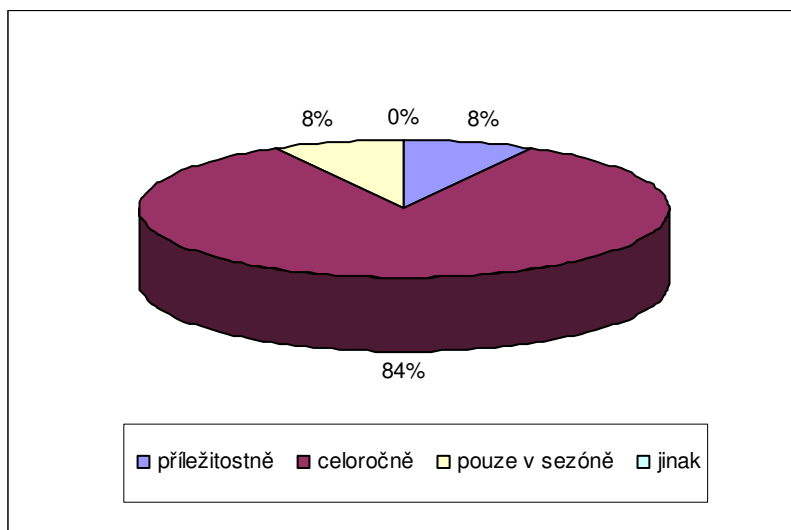
Zdroj: vlastní šetření

Nejčastější poskytovaná ubytovací kapacita je v rozmezí šesti až jedenácti lůžek. Takovou kapacitu nabízí téměř polovina dotazovaných. Tato kapacita se jeví jako nejvýhodnější, protože při vyšší kapacitě se provozovatel již nemůže dostatečně věnovat všem hostům tak, jak by potřeboval. Celých 33% respondentů uvedlo, že jejich ubytovací kapacita je jiná, než zde uvedené rozdělení. Byly to nejčastěji penziony s kapacitou do 30 lůžek.

5. otázka: Způsob provozování objektu

Celoročně provozuje své zařízení 84% dotazovaných. Takto velký počet je spojen především s klasickým pojetím samotného zemědělství, protože ani v zimě nemůže zemědělec zahálet a musí se samozřejmě starat o zvířata v průběhu celého roku. Mimo sezónu ovšem dává příležitost k návštěvě a poznání života na statku z jiného pohledu, např. v rámci různých tradic v předvánočním období.

Graf 6: Způsob provozování objektu



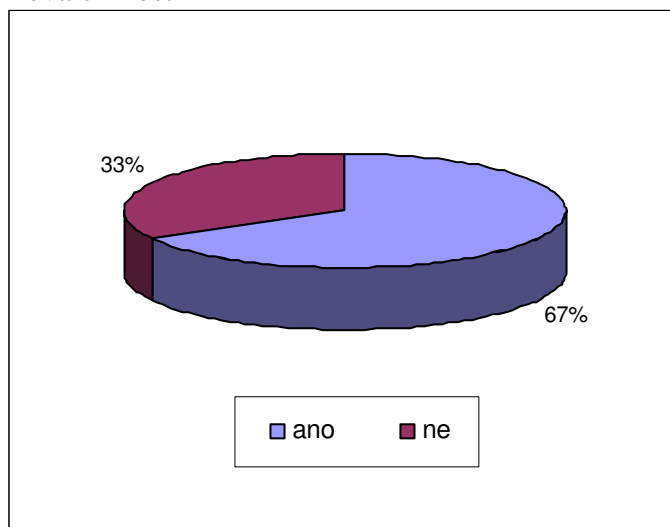
Zdroj: vlastní šetření

Osm procent dotazovaných provozuje objekt pro návštěvníky příležitostně, a dalších osm procent pouze v letní sezóně. Může to být způsobeno tím, že v letní sezóně je tradičně vyšší poptávka po pobytech na agrofarmách než v zimě, protože děti mají prázdniny a rodiče s nimi vyráží na dovolené.

6. otázka: Je agroturistika doplňkovou činností?

Pro většinu respondentů (67%) je agroturistika pouze doplňkovou činností, tzn. že hlavní příjmy pochází z jiné činnosti, zpravidla ze zemědělství. Toto zjištění koresponduje také s dříve uvedenými definicemi agroturistiky, a sice, že jde o činnost sloužící k získání dodatečných finančních prostředků.

Graf 7: Doplňková činnost



Zdroj: vlastní šetření

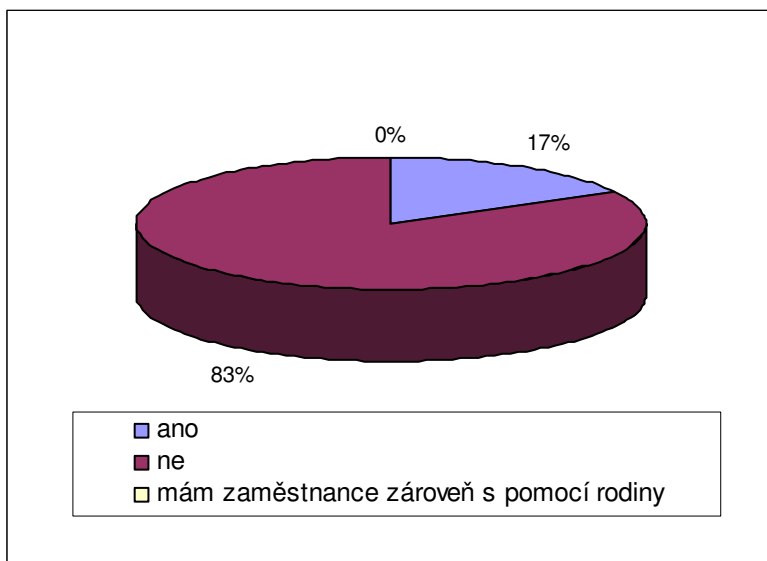
Zároveň se z výše uvedených údajů z praxe dozvídáme ověření platnosti dříve stanovené hypotézy, že agroturistika je pro provozovatele agrofarem pouze doplňkovou činností. Pro 33% respondentů je agroturistika velmi důležitou součástí podnikání a má velký význam v získávání finančních příjmů pro provozovatele.

7. otázka: Zaměstnanci

Následující dotaz zkoumal, zda si na farmě, z hlediska pracovních sil, vystačí sami anebo si sjednávají pomoc. Pouze 17% dotazovaných uvedlo, že si na výpomoc najímají zaměstnance. Naproti tomu 83% respondentů uvedlo, že zaměstnance nenajímají.

Tito si tedy vystačí s vlastními silami a s pomocí rodiny, jelikož tyto podniky jsou koncipovány jako rodinné. Žádný z respondentů nevedl, že by na farmě pracovala jak rodina, tak najatí zaměstnanci.

Graf 8: Najímání zaměstnanců

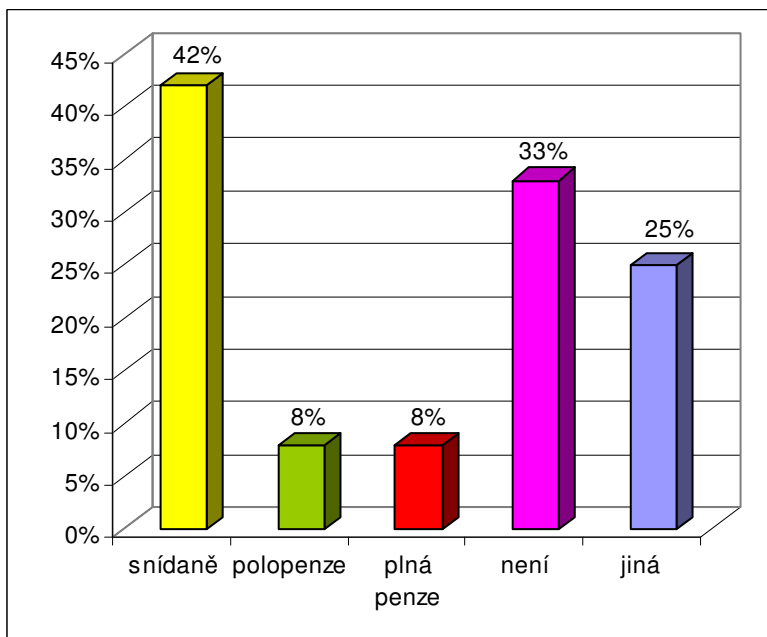


Zdroj: vlastní šetření

8. otázka: Možnost stravování v zařízení

Tato otázka se zabývala zajištěním stravování. Bylo možno zde uvést více druhů stravování, které jsou návštěvníkům k dispozici v jednom zařízení.

Graf 9: Možnost stravování



Zdroj: vlastní šetření

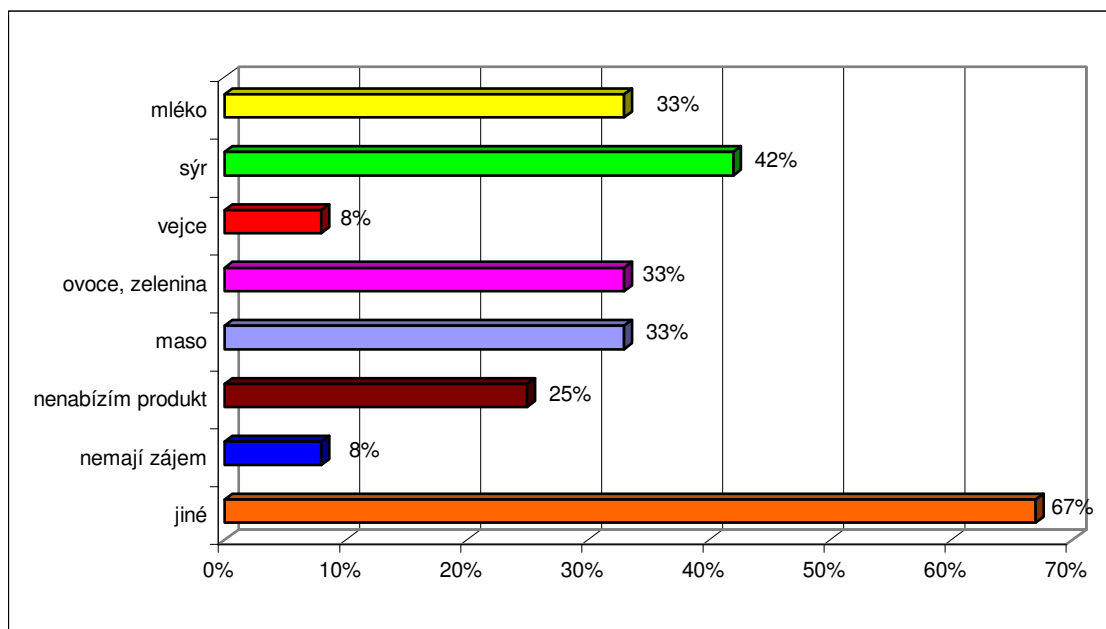
Ve většině případů (42%) je hostům nabízena snídaně, která je důležitá zejména u dětí a starších lidí, pro jejich dobrý start do nového dne. Polopenze a plná penze už tak často nabízeny nejsou (8%), protože se jednak počítá s tím, že host nebude celou dobu pobytu trávit na farmě, ale také na výletech v okolí, a tudíž si oběd (případně i večeři) zajistí sám. Druhým důvodem je, že připravování jídel pro hosty je velmi časově náročné, a do jisté míry zdržuje od práce na farmě. Všechny tyto druhy stravy jsou samozřejmě zpoplatněny.

Možnost stravování nebyla poskytnuta ve 33% případů. Většina provozovatelů však poté v možnosti „jiná“ uvedla doporučení stravování v restauraci v blízkosti agrofarmy a nebo stravování prostřednictvím pozvání ke společnému stolu.

9. otázka: Zájem o produkty vlastní výroby

V této otázce bylo také možno uvést více odpovědí. Většina objektů nabízí ubytovaným hostům své vlastní produkty. Největší zájem byl o domácí sýry (42%) a mléko (33%). Mléčné výrobky byly nejvíce favorizované i v kategorii „jiná“ – např. tvaroh, jogurty a máslo. Dále sem spadalo pečivo, koláče, med, marmelády a různé pálenky.

Graf 10: Zájem o produkty



Zdroj: vlastní šetření

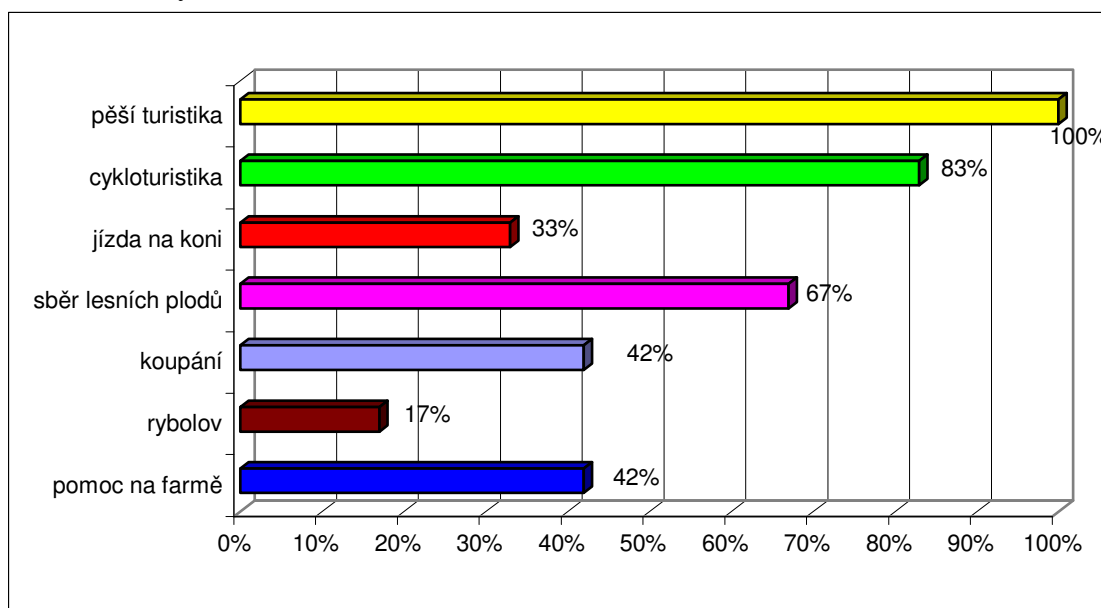
Ovoce, zelenina a maso – vše vypěstované na farmě - se také drželi v popředí zájmu hostů o produkty z agrofarmy.

Z výše uvedeného grafu je vidět velký zájem o produkty, které si turista mohl „osahat“ na agrofarmě a zjistit jak se vyrábí, aby si je po skončení dovolené zároveň nakoupil a odvezl domů.

10. otázka: Způsoby trávení volného času

Z nabídnutých variant trávení volného času bylo možno vybrat více možností. Vůbec nejčastěji se objevovala pěší a cykloturistika, kterou je možno praktikovat takřka všude. Dále provozovatelé uváděli sběr lesních plodů, jako jsou houby, borůvky nebo maliny. Tyto aktivity nejsou příliš závislé na vybavení objektu, ačkoli se samozřejmě cení, když je majitel schopen dát tip na pěkný výlet nebo prozradit houbařské místo.

Graf 11: Volný čas



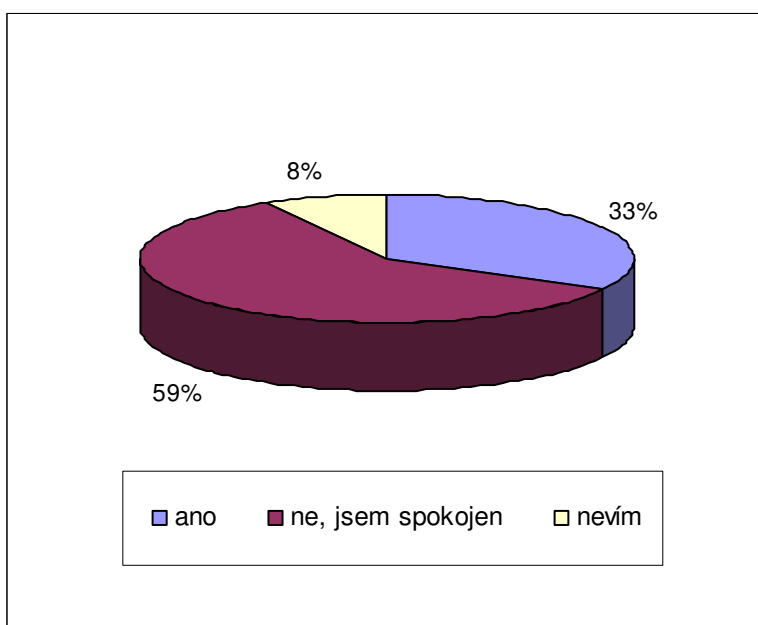
Zdroj: vlastní šetření

Lákavá byla i možnost koupání v okolí a také možnosti jízdy na koni, kterou většinou poskytoval samotný provozovatel zařízení. Je nutno říci, že se do způsobu trávení volného času začíná dostávat i pomoc na farmě, např. při krmení zvířat, nebo výpomoc s různými hospodářskými pracemi (sečení trávy, sušení sena, pěstování rostlin, krmení a ošetřování zvířat apod.).

11. otázka: Rozšíření služeb

Z uvedeného grafu je patrné, že většina provozovatelů (59%) je spokojena se současným stavem služeb, a zatím nehodlá nic měnit. Osm procent dotázaných nevědělo, zda bude v budoucnu zavádět nějaké nové služby. Je to patrně způsobeno poněkud skeptičtějším pohledem na provoz podnikání. Celých 33% dotazovaných uvedlo, že v budoucnu chtějí rozšířit své služby. Z toho je možné usoudit, že návštěvníci jsou stále náročnější a pokud se chce podnikatel udržet na trhu, musí vymýšlet nové služby, kterými by přilákal zákazníky právě k sobě.

Graf 12: Rozšíření služeb

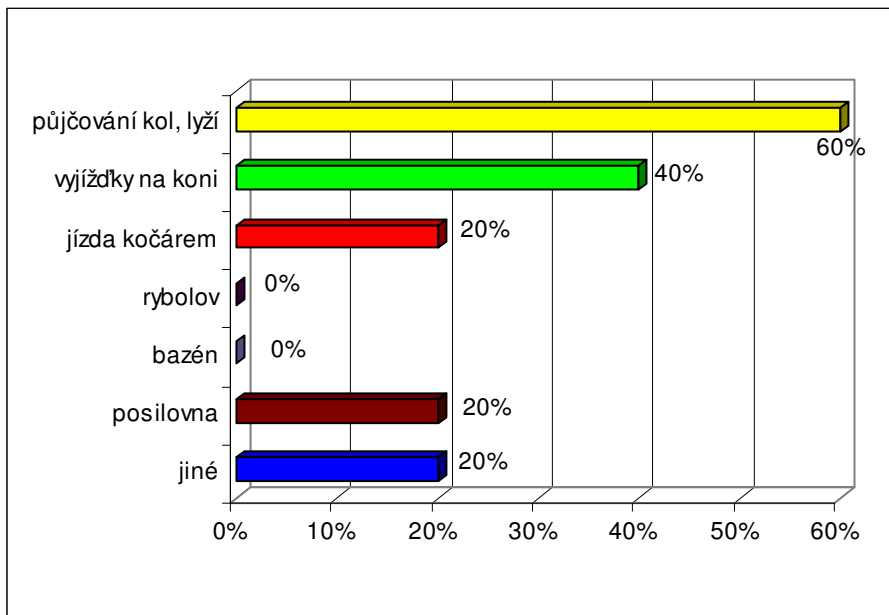


Zdroj: vlastní šetření

12. otázka: Nabídka dalších služeb

Z uvedené nabídky služeb by provozovatelé rádi zavedli půjčování kol a lyží, vyjížďky na koni a také jízdy kočárem. Modernější službou se v dnešní době jeví posilovna - i ta může být pro některé návštěvníky důležitým prvkem v rozhodování, zda pojedou nebo nepojedou na danou farmu.

Graf 13: Nabídka dalších služeb



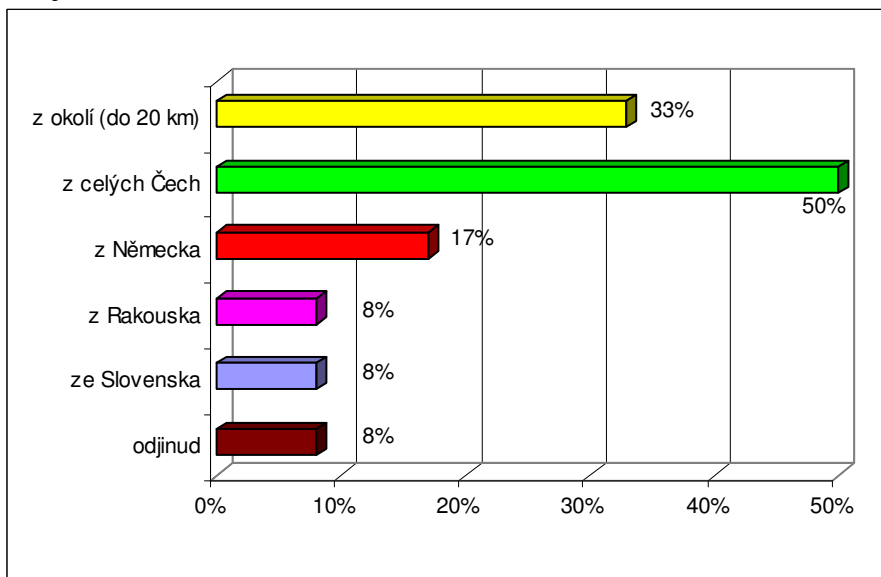
Zdroj: vlastní šetření

Zavedení rybolovu ani koupání v bazénu provozovatele neoslovilo. Naopak v kategorii „jiné“ se objevily požadavky na kosmetiku, maséra a nebo hru šipky.

13. otázka: Zdrojové země turistů

V této otázce, která se zabývala analýzou zemí, bylo možno uvést více odpovědí.

Graf 14: Zdrojové země turistů



Zdroj: vlastní šetření

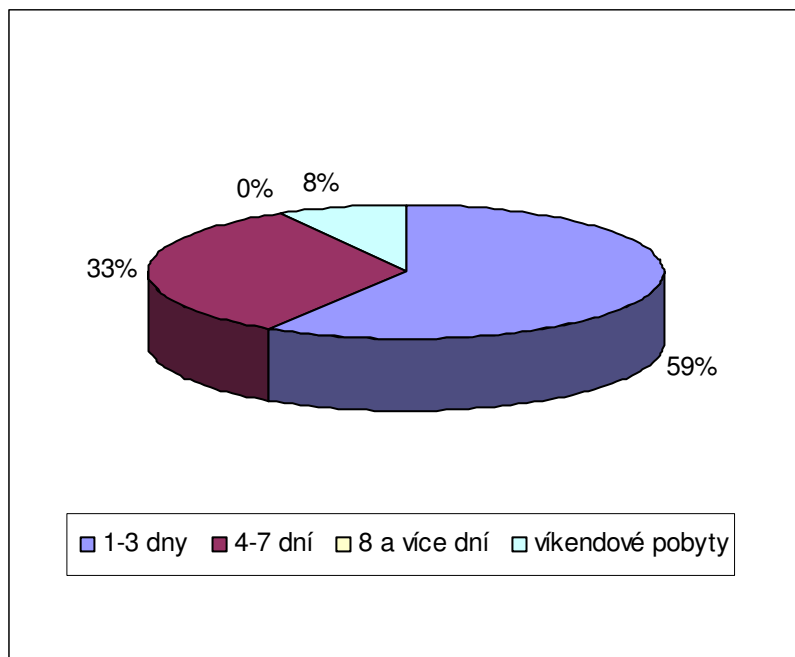
Podle průzkumu přijíždějí na agrofarmy nejčastěji turisté z Čech, a to jak z blízkého okolí, tak z celé země. Výhoda těch, co bydlí v blízkém okolí je, že se mohou vracet na farmu i na nákupy tamních produktů.

Mezi zahraničními návštěvníky převažují občané německé národnosti, což je dáno blízkostí hranic s tímto státem. Rakušané a Slováci na Prachaticko příliš nejezdí, protože musí překonat mnohem větší vzdálenost, než Němci. Z ostatních zemí bylo jmenováno Holandsko, pro jehož návštěvníky je Česká republika určitým magnetem, zejména díky svému členitému terénu.

14. otázka: Nejčastější délka pobytu

Délka pobytu 1 – 3 dny se v grafu projevila s největší četností, a to 59%. Po ní následují týdenní pobyty a nakonec víkendové pobyty (8%). Kategorii 8 a více dní respondenti neuváděli, proto je její hodnota nulová.

Graf 15: Délka pobytu



Zdroj: vlastní šetření

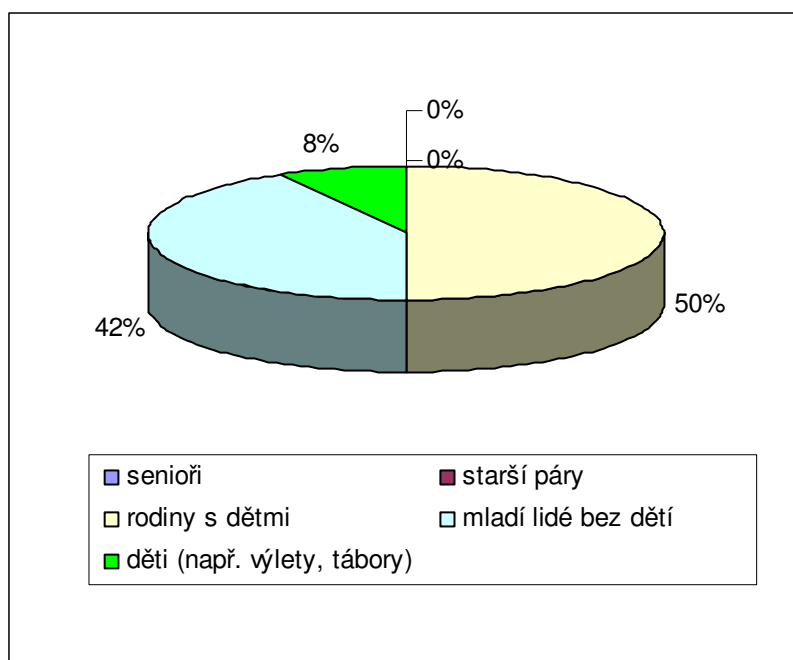
15. otázka: Věková struktura

Otázka se zabývala věkovou segmentací návštěvníků. Z grafického znázornění lze zjistit, že nejčastějšími návštěvníky jsou rodiny s dětmi (50%). Je to dáno dnešním postupným návratem k přírodě a přírodním produktům. Zejména děti pak obdivují možnost poznání zvířat, žijících na farmě a možnost pečování o ně.

Mladí lidé bez dětí pak přijíždějí proto, že chtějí zažít život na farmě, získat nové zážitky a poznat nové lidi. Organizované skupiny dětí, např. na výletech nebo na letních táborech, navštěvují agrofarmy spíše krátkodobě, většinou mají naplánovanou exkurzi po farmě s případnou možností nákupu tamních produktů.

Starší páry a senioři se v analýze neobjevili, což ovšem neznamená, že by je provozovatelé měli opomíjet, ale naopak se je snažit přilákat. Mohou je oslovit například tím, že jim budou farmu prezentovat jako místo jejich mládí, které posílí jejich tělo i duši, a do kterého se budou rádi vracet.

Graf 16: Věková struktura



Zdroj: vlastní šetření

16. otázka: Propagace zařízení

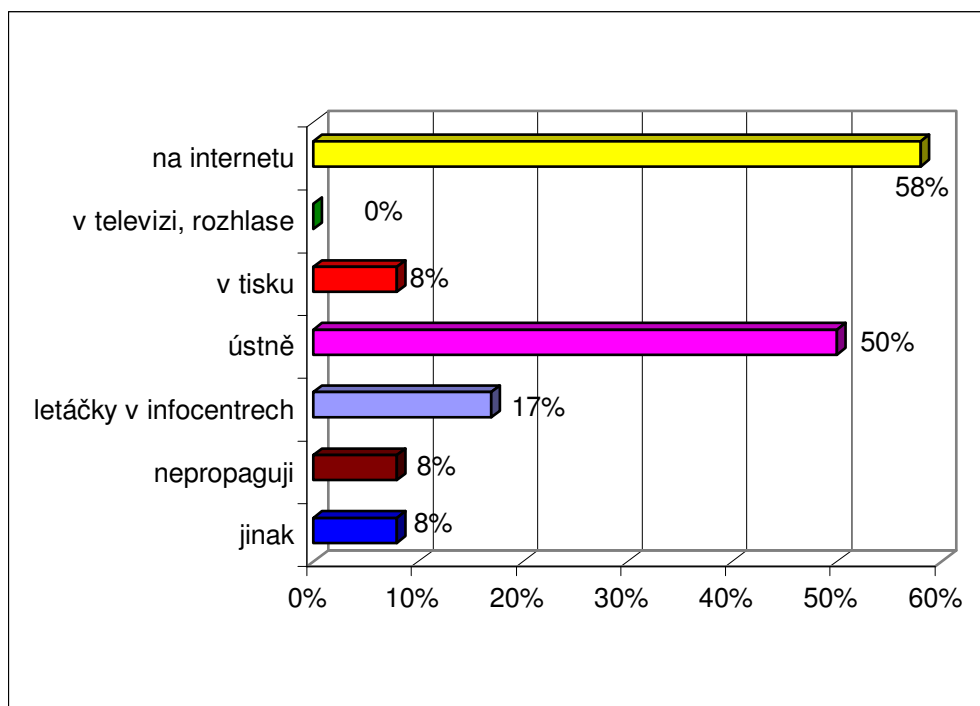
Jako nejčastěji využívaný komunikační kanál byl vyhodnocen internet (58%). Odpovídá to také věkové struktuře lidí, kteří na farmy jezdí – rodiny s dětmi a mladí bezdětní. Tyto skupiny nemají problém s používáním moderních informačních technologií, a mnohdy tak zjistí daleko více informací než např. z televize a tisku.

Dalším hojně využívaným nástrojem byla naopak ústní doporučení od příbuzných a známých. To využívají především ti provozovatelé, kteří jiným způsobem své zařízení nepropagují. Do budoucna by ale bylo vhodné zřídit alespoň internetové stránky, ačkoli je jasné, že by to bylo v rozporu se smýšlením některých respondentů, kteří se snaží o realističtější návrat k přírodě.

Letáčky v infocentrech jsou také dobrým nástrojem propagace, a to nejlépe ještě v jazykových mutacích. Jako „jiný“ způsob propagace byl uveden prodej vlastních výrobků, kteří je již natolik známý, že není třeba na něj jakkoli jinak upozorňovat.

Naopak nejméně využívaná je inzerce v televizi a rozhlase, a také v tisku. Je to jednoznačně proto, že propagace v těchto médiích je nesmírně nákladná.

Graf 17: Propagace zařízení



Zdroj: vlastní šetření

6 Výsledky a diskuze

6.1 Zhodnocení hypotéz

§ **H1: venkovský cestovní ruch je na Prachaticku v rané fázi rozvoje – NE**

Tato hypotéza se nepotvrdila. Jak je zřejmé z Grafu 3, je většina zařízení provozována v rozmezí 4 – 8 let, což se nedá brát jako ranná forma rozvoje venkovského cestovního ruchu. Naopak tato forma již na Prachaticku nějaký čas figuruje a rozvíjí se.

§ **H2: tato forma cestovního ruchu je vyhledávána více zahraničními návštěvníky – NE**

Ani tato hypotéza se nepotvrdila. Podle výzkumu převažují v návštěvnosti naopak Češi, za nimi se řadí Němci a Holanďané. Je tak možné sledovat vzrůstající zájem českých turistů o poznání venkova a venkovského života.

§ **H3: agroturistika je pro provozovatele agrofarem pouze doplňkovou činností – ANO**

Hypotéza o agroturistice jako doplňkové činnosti provozovatelů agrofarem se potvrdila. Pro některé provozovatele jsou příjmy z agroturistiky významnější, ale pro většinu až tak významné nejsou, čili je pro ně agroturistika činností doplňkovou.

§ **H4: agrofarmy s větší nabídkou služeb jsou pro turisty atraktivnější – ANO**

Větší nabídka služeb agrofarmy je pro turisty atraktivnější. Vyplývá to také z poznatků, že většina provozovatelů, kteří jsou spokojeni se současným stavem služeb, poskytuje služby opravdu bohaté. Ti provozovatelé, kteří spokojeni nejsou, chystají rozšíření služeb.

§ **H5: turisté preferují možnost stravování z místních produktů – ANO**

Stravování z místních produktů je pro turisty důležité a určitým způsobem jej na agrofarmách očekávají. Nejoblíbenější jsou mléčné výrobky, ovoce a zelenina, které je možné podávat při snídaních.

6.2 Navrhovaná řešení

Níže uvedená řešení se vztahují k problematice agroturistiky na Prachaticku.

Z hlediska počtu obyvatel v jednotlivých obcích je agroturistika nejvíce rozšířena právě v těch nejmenších obcích. Vhodné je **zvýšit počet agrofarem i v obcích s větším počtem obyvatel**, protože potom nebudou provozovatelé farem odkázáni jen na návštěvníky, ale je vysoce pravděpodobné, že k nim budou pro zdravé produkty docházet také obyvatelé obce. Tím se podnikatelům zvýší tržby a dojde k pravidelnějšímu rozložení odběru produktů, čímž se zamezí ztrátám např. v důsledku zvadlé zeleniny a nahnílého ovoce, či zkaženého mléka a sýrů.

Doba provozu zařízení ukazuje, že agroturistika už není tak novou formou cestovního ruchu, jak by se mohlo zdát. Většina podniků totiž provozuje svou činnost déle než 4 roky. To znamená jistou příležitost pro **vstup** nových podnikatelů **na trh**, pokud dokáží přijít s **něčím novým a neotřelým**.

Otázka ubytování na farmě v sobě také skrývá možnosti pro růst. Určitě je vhodné **vybavit stávající farmy** bez ubytování jednoduchým **ubytováním**. Návštěvníci se už pak nebudou muset ubytovávat u konkurence, čímž se zvýší i příjmy pro podnikatele. Ono samotné přenocování na farmě, kde ráno návštěvníka vzbudí kokrhání kohouta je opravdu odlišné od ubytování v moderně zařízeném hotelu. Někteří nadšení vyznavači farem ve stylu divokého západu jistě nepohrdnou možností přespání v indiánském tee-pee, nebo jen tak, pod širým nebem. Důležité ovšem je poskytnout těmto návštěvníkům odpovídající zázemí v budově se sociálním zařízením.

Ubytovací kapacita vhodná pro agrofarmy je do maximálně 12-ti lůžek. V případě menší kapacity (např. 4 lůžka) může dojít k nevyužití ubytování z toho důvodu, že se tam rodina nebo skupina přátel jednoduše nevejde. Naopak překročením 12-ti lůžek může dojít k nevyužití ubytovacích kapacit, protože některým návštěvníkům se může farma jevit jako přelidněná. Nehledě na to, že každá skupina návštěvníků má své specifické představy o době vstávání nebo usínání. Dochází pak zbytečně k rozepřím mezi návštěvníky, což rozhodně nekoresponduje

s klidně strávenou dovolenou. Vhodné se tedy jeví **ubytovací kapacitu příliš nenavyšovat**, ale ani nesnižovat.

Provozování objektů určených pro agroturistiku je zpravidla celoroční. Ovšem je nutno říci, že agrofarmy jsou využívány nejvíce v letních měsících, kdy je mnohdy požadavků tolik, že je provozovatel není schopen uspokojit. Naopak v zimních měsících dochází k rapidnímu poklesu návštěvnosti. Tyto výkyvy je třeba řešit. Snažit se **rozprostrít nabídku produktů do celého roku**, nalákat zákazníky i v zimě, např. na možnost sportovního vyžití, pozorování a stopování zvěře, pečení vánočního cukroví, obnovování starých zvyků a slavností – např. masopustu apod. možné je také **oslovit firmy** a nabídnout jim netradiční prostory pro školení a teambuilding. Dále je třeba návštěvníky upozornit i na jaro nebo podzim, kdy je příroda probouzí a nebo naopak usíná. Příhodné podmínky jsou také k návštěvě kulturních památek, které ještě nejsou zahlceny davy turistů. Takové klidné podmínky jsou vhodné např. pro seniory, kterým vadí uspěchaný životní styl a nebo naopak pro malé děti, které tak mají šanci získat první dojmy z přírody a památek.

Možnost stravování na agrofarmě jistě uvítá každý ubytovaný návštěvník. Zejména důležité je podávání snídaní, přičemž snídaně se jeví jako nejméně náročná forma podávání stravy, na rozdíl od obědů nebo večeří. Na snídaně je dobré připravovat produkty vlastní výroby, např. míchaná vejčička s chlebem, pečivo s máslem a marmeládou, sýry, koláče, jogurty, ovoce, zeleninu apod. Vůně a chuť čerstvě nadojeného mléka je také zcela odlišná. Důležité je proto snažit se **zavést alespoň podávání snídaní**, protože co návštěvník okusí, to mu většinou zachutná a odveze si také domů. Pro větší farmy existuje dnes populární možnost prodeje „bedýnek“, ve kterých jsou prodávány produkty z farmy. Vhodné je také uvést jednoduché recepty na chutná jídla z „našich“ surovin.

Využití volného času na farmě se jeví jako velice pestré. Lidé, kteří přijedou na farmu ale obvykle nechtějí navštěvovat muzea nebo zámky. Zajímá je venkovský styl života a jeho každodenní rytmus. Je proto důležité dát jim **možnost zapojit se do prací na farmě**. Může jít o krmení chovaných zvířat, jejich ošetřování, možnost

vyzkoušet si dojení krav nebo koz, ale i o vyzkoušení výroby sýrů, péči o rostliny a plodiny, kosení trávy a sušení sena nebo o oblíbenou jízdu traktorem.

Návštěvníci mají jedinečnou možnost seznámit se se zemědělskou technikou a pracemi v jednotlivých ročních obdobích. Proto je vhodné zapojit návštěvníky, pokud budou chtít, i do těchto akcí, a ukázat jim tak venkov z jiné stránky. Je ovšem nutné počítat s velkou opatrností a dbát na bezpečnost, aby nedošlo ke zranění.

Mladé lidi může na venkově zaujmout zejména **možnost sportovního vyžití**, starší páry a senioři budou naopak upřednostňovat možnost procházek a klid.

Jak prokázal výzkum, na agrofarmy nejezdí jen Češi, ale i cizinci. Nutné je tedy obnovovat si a **zdokonalovat jazykové znalosti**, vydávat informační materiály v češtině a také v jiných jazykových mutacích. Ve zkoumané oblasti se nejlépe uplatní materiály v německém jazyce.

Prodloužení délky pobytu na farmách je také důležité. Stále převažují pobyty do 3 dnů nad týdenními. Snahou je prodloužit délku pobytu na týden, protože během 3 dnů si zákazník venkova moc neužije. Vhodnou se jeví tvorba balíčků, např. týdenní ubytování se snídaní, možností jízdy na koni a vyrábění svíček ze včelího vosku, které si pak návštěvníci odvezou. Kratší pobyty jsou vhodnější pro jarní a podzimní období, naopak v létě a zimě by měla délka pobytu směřovat k týdnu.

Mezi nejčastější návštěvníky agrofarem patří rodiny s dětmi. Snahou je však **nabídnout pobyt i jiným skupinám**, ať už výše uvedeným pracovním skupinám nebo seniorům. Oslovit je můžeme prostřednictvím inzerce v tisku nebo rozhlasu. Pro mladé lidi pak připravit aktivní dovolenou plnou sportu a také seznámení se s pracemi na farmě. Podstatné je také umět sladit skupiny zákazníků tak, aby se vzájemně nerušily. Vhodné je také motivovat tyto skupiny po čase k návratu na farmu, a to např. různými slevami z ubytování, nebo např. poskytnutím produktů nebo jízdy na koni zdarma apod.

Nejvíce využívaným komunikačním kanálem je internet. Podstatné je tedy pravidelně aktualizovat webové stránky farmy a **popisovat dění na farmě**. Návštěvník tak zůstane v obraze, a příští rok se do zařízení spíše vrátí. Opomenout bychom neměli ani ústní propagaci, a dbát také na slušné vychování a vystupování. Nezaškodí ani občasná upoutávka na farmu v tisku.

Některé výše uvedené návrhy jsou samozřejmě do jisté míry limitovány **finančními možnostmi provozovatelů**, a je proto nutné dobře zvážit, na kterou skupinu návštěvníků chceme zacílit.

7 Pilotní projekt (návrh agrofarmy)

Dle zjištěných poznatků je na Prachaticku sice dostatek zemědělských subjektů, ale ne všichni se věnují agroturistice. Jelikož se tedy potvrdila hypotéza, že agroturistika je pro provozovatele agrofarem pouze doplňkovou činností, naskýtá se tudíž možnost začít provozovat agrofarmu.

7.1 Agrofarma „U Blanice“

Nová agrofarma s názvem „U Blanice“ bude situována 8 km západně od Prachatic, blízko malé vesnice Kratušín. Oblast byla zvolena proto, že v okolí žádné podobné zařízení nefunguje a na místě u řeky se nachází krásné přírodní scenérie.

Jako ubytovací objekt poslouží částečně zrekonstruovaný mlýn s malou vodní elektrárnou. Nedaleko mlýna je nově vybudovaný jez, který je příhodným místem pro koupání. Okolí tvoří především louky a lesy - ráj houbařů. V blízkosti mlýna se nachází malá jeskyně a Zábrdská skála, ze které je krásný výhled na okolní krajinu s vrcholky Boubína a Bobíka. Jiná, nižší skála je vhodná pro lezení i pro začátečníky. Řeka Blanice je vhodná k rybaření i koupání. Vedle řeky vede nově upravená a pro silniční dopravu téměř nevyužívaná silnice, která je vhodná pro in-line bruslaře.

Obr. 11: Umístění agrofarmy - mapa



Zdroj: www.mapy.cz

Na loukách v okolí je možno spatřit pasoucí se stádo skotu, které patří provozovateli ubytování. Přístup ke stádu je, ve vlastním zájmu, možný pouze za přítomnosti majitele, protože by mohlo dojít ke zranění, zejména dětí.

Kromě skotu je možné se na statku setkat se slepicemi, kachnami, králíky a dalšími domácími zvířaty – kočkami a psem. Majitel je včelař, čili je možné na jaře sledovat i rojení. Do budoucna se uvažuje o chovu koz. Oblíbené jízdy na koni lze zprostředkovat u místního chovatele.

7.2 Profil hosta

Agrofarma bude zaměřena na **segment rodin s dětmi**. Tato část zákazníků totiž nevyžaduje zvláštní nároky na stavební úpravy, jako by tomu bylo např. u seniorů nebo zdravotně postižených. V tomto segmentu hostů je zároveň skrytá i možnost, že se rodina, nebo později dospělé děti, na statek vrátí, pokud na ně dobře zapůsobíme hned při prvotním setkání.

K cestám na venkov je zároveň motivována i rodina. V poslední době rodiče, kteří vychovávají své děti ve městech, chtějí, aby děti poznaly život na venkově, setkaly se s domácími zvířaty, která se u nás běžně chovají, a dokázaly si představit, že mít „zvířátko“ není jen radost, ale také povinnost.

Zaměříme se tedy na rodiny s malými dětmi, které se rády starají o zvířata. Rodiče jsou mladí, preferují zdravou a pestrou stravu, a rádi zkouší nové věci a objevují. Rodina je spíše sportovně založena, dává přednost pěší nebo cykloturistice.

Díky kapacitě objektu mohou být ubytovány i početnější rodiny. Snahou je, aby trvalé bydliště hostů nebylo příliš vzdáleno od agrofarmy (max. hodina jízdy autem), aby v případě zájmu, mohli přijet na návštěvu nebo na nákup produktů. Důraz bude kladen na komunikaci s dětmi, připravovány pro ně budou různé hry a soutěže.

7.3 Ubytování

Ve mlýně bude poskytováno ubytování až pro 8 osob. Bude možné mít u sebe také domácí mazlíčky. Auto bude možné zaparkovat v kryté uzamykatelné garáži.

Samotný ubytovací prostor se bude skládat z prostorné společné místnosti, kde bude umístěna televize s DVD přehrávačem, rádio, rozkládací sedací souprava, čtyři lůžka a dětská postýlka. V místnosti bude také jídelní kout a šatní skříň.

Druhá ložnice bude menší, se třemi lůžky a skříněmi. Další místností bude kuchyně se sporákem, lednicí, mikrovlnnou troubou, varnou konvicí a nádobím. Samozřejmostí bude koupelna se sprchou a oddělená toaleta.

Ve dvoře se nachází posezení v dřevěné pergole s krbem. Ubytovaným hostům bude k dispozici také sklep pro uskladnění potravin.

7.4 Stravování

Na základě provedeného dotazníkového průzkumu se jeví jako vhodná možnost zajištění snídaní, a to přímo z produktů farmy U Blanice. Budou servírována vajíčka, mléko, ovoce a zelenina (v sezóně), hosté budou moci ochutnat domácí sýr, tvaroh, med, chléb a uzené. V případě využití možnosti vlastního vaření bude možné poskytnout hostům za úplaty brambory a hovězí, drůbeží nebo králičí maso. Samozřejmostí budou také praktické tipy na přípravu chutných pokrmů z těchto produktů nebo doporučení některé z restaurací v okolí.

7.5 Propagace

Z hlediska vstupu nové agrofarmy do povědomí zákazníků je důležitý dobrý start a rychlé zorientování se na trhu. Zpočátku se farma U Blanice bude orientovat na segment rodin s dětmi, čemuž je nutné přizpůsobit i propagaci.

Zařízení bude spojováno s „pohádkovým“ prostředím mlýna u řeky Blanice, který hlídá před velkou vodou vodník Zelenáček. Tento vodník se stane ústřední postavou zábavného seznamování dětí s venkovskou přírodou, se zvířaty chovanými

na farmě, bude umístěn na internetových stránkách farmy. Internetové stránky budou pravidelně aktualizovány a budou sem vyvěšovány informace týkající se nově narozených zvířat, jejich povaze a vývoji, ale i o jejich nezbednostech.

Snahou bude přimět děti naléhat na rodiče, aby společně sledovali internetové stránky a ve volném čase nebo o víkendech jezdili na „návštěvu za zvířátky,“ přičemž samozřejmě nikdy neodjedou s prázdnou, ale naopak s malou pozorností.

7.6 Doporučení pro podnik

- Trávení volného času na farmě U Blanice se přímo nabízí. Provozovatel může nabízet jízdu v traktoru a prohlídku zemědělských strojů. Pro zvědavější je doporučeno prohlédnout si zázemí farmy – stodolu, chlév, zahrada, dílny a garáže se zemědělskou technikou.
- Postupem času by bylo vhodné obnovit nyní nevyužívanou pec na chleba, ve které by si ubytovaní návštěvníci mohli vyzkoušet nejen pečení chleba, ale třeba také koláčů a buchet.
- Majitel farmy U Blanice má vlastní včelstvo, bylo by tedy příhodné využít možnosti a provádět ukázky stáčení medu nebo výroby svíček ze včelího vosku.
- V delším časovém horizontu bude snahou získat na produkty z farmy dnes už velmi známý certifikát „Šumava – originální produkt.“ O udělení této značky rozhoduje na základě podané žádosti Regionální rozvojová agentura Šumava.
- Do budoucna by majitel mohl vybudovat v mlýnici minimuzeum o mlynářském řemeslu, které by uvítaly jistě nejen děti.
- Výborným nápadem by bylo poskytnout hostům nějaký prospekt nebo pohled, který by jim připomněl místo pobytu. Níže jsou uvedeny jednoduché návrhy pohlednic.

Na navrhovaných pohlednicích je vidět ubytovací zařízení (částečně rekonstruovaný mlýn) v blízkosti řeky Blanice.

Obr. 12: Pohlednice 1



Zdroj: vlastní zpracování

První pohlednice má zapůsobit zejména na děti - postava vodníka evokuje pohádkové prostředí, do kterého se budou těšit. Krávy s telaty zase oživují vzpomínku, jak na statku chutnalo čerstvé mléko. Řeka Blanice nabízí možnost koupání i rybaření, rozkvetlá louka zase možnost pobytu na čerstvém vzduchu.

Druhá pohlednice zobrazuje možnost venkovního posezení a zároveň také možnost výletů do poklidného okolí.

Obr. 13: Pohlednice 2



Zdroj: vlastní zpracování

- Dále by bylo vhodné navázat spolupráci s blízkými provozovateli kulturních památek a podnikateli.
- Uvedená doporučení pro nově vznikající agrofarmu jsou samozřejmě závislá na finančních možnostech provozovatele, ale v průběhu určitého časového horizontu se jejich realizování jeví jako reálné.

7.7 Tipy na výlet

Zajímavým tipem na výlet by se jistě stala tvrz Drslavice, která je součástí Pohádkového království. Její majitel tvrz rekonstruuje a snaží se ji tak vrátit do podoby její největší slávy. Každý rok v měsíci září se zde organizují Slavnosti medu a medoviny. Zároveň je možno na tvrzi zakoupit suvenýr – Troškovu medovinu.

V blízké obci Lažiště se nachází návštěvnické centrum textilu. V unikátní interaktivní expozici se návštěvníci mohou vlastníma rukama dotknout tajemství a moudrosti našich předků, ale též si vyzkoušet nejmodernější technologie - - např. výrobu nanovláken. Mohou si vyzkoušet, jaké standardní postupy byly v minulosti používány při výrobě textilních výrobků. Lze také prozkoumat technické a technologické figle a vymoženosti, včetně jejich populárně - vědeckého vysvětlení. To, co se laikovi a běžnému konzumentovi jeví jako tajemství či „velká věda“, je zde jednoduše objasněno a ukázáno.¹⁰

V Lažišti je také možnost sportovního vyžití. Nachází se zde tenisové kurty, posilovna a hřiště. Vše je možné po domluvě pronajmout.

V nedaleké obci Zábrdí zase můžeme obdivovat unikátní muzeum papírových Betlémů a tradiční šumavské podmalby.

Na neobvyklou večeři nás pozve středověká krčma v Husinci, kde také probíhá kulturní program. S tím je spojena i možnost návštěvy muzea Mistra Jana Husa, které je umístěno v domku, kde bydlel.

Další stopu zanechal Mistr Jan Hus v obci Chlístov. Roste tam lípa, pod kterou Jan Hus kázal. Pověst praví, že lípa byla v době jeho kázání už tak mohutná, že na jejích větvích mohlo sedět mnoho Husových posluchačů.

¹⁰ Zdroj: www.oulaziste.cz

Zájem určitě vzbudí i možnost nahlédnutí do dílny uměleckého kováře v obci Podolí – jeho díla zdobí také např. prachatické náměstí.

Na jaře začínají trénovat také dobrovolní hasiči. Je zde možnost sledování tréninku, popř. si tuto dovednost vyzkoušet sám. V květnu pak obvykle probíhá hasičská soutěž, i s ukázkou starší techniky.

Tipem na zdravý nákup by se mohly stát trhy na návsi v Chlumanech, které se konají každou první sobotu v měsíci. V nabídce jsou čerstvé produkty jako ovoce, zelenina, brambory, bylinky, pečivo, med, houby, sýry, ryby, květiny, koření, drůbež.

Výše uvedené tipy na výlety jsou jen zlomkem skutečného kulturního a společenského potenciálu v této oblasti.

8 Závěr

Jedno z nejrozlehlejších pohoří České republiky, Šumava, se rozkládá na jihozápadě Čech. Šumava a její podhůří nabízí návštěvníkům nejen překrásnou přírodu a bezpočet tipů na výlety, ať už pro pěší, cyklisty nebo pro vyznavače adrenalinových sportů. Je to také místo, které má výborné předpoklady pro rozvoj agroturistiky, jelikož je zde provozována zemědělská výroba.

Zajímavou možností, jak proniknout do života zemědělců hospodařících na Šumavě, poskytuje agroturistika. Návštěvník má příležitost poznat a mnohdy si také vyzkoušet „chod života“ na farmě, ubytovat se tam a stravovat se z místních produktů. Zemědělci také nabízejí své produkty k prodeji, což je jeden z jejich dalších možných příjmů. Zájem o produkty z ekologicky hospodařících statků je veliký a bude stále narůstat. Je to z toho důvodu, že v dnešní době se mnoho lidí více zajímá o to, jaké potraviny konzumuje, a kde byly vyrobeny.

Cílem diplomové práce „Venkovský cestovní ruch a agroturistika jako nové formy cestovního ruchu“ bylo analyzovat nabídku jednotlivých provozovatelů agrofarm na Prachaticku. Analýza byla provedena prostřednictvím dotazníkového šetření. Následně byl graficky zpracován a zhodnocen současný stav podniků a navrženy případné další možnosti pro rozvoj.

Bylo zjištěno, že agrofarmy se nejčastěji nalézají v menších obcích, mnohdy fungují celoročně a poskytují ubytování s možností podávání snídaně. Jejich ubytovací kapacita je mezi šesti až jedenácti lůžky, což je dostačující pro menší skupiny, které zde mohou nalézt patřičné soukromí. Pobyt je proto vhodný nejen pro rodiny, ale např. také pro různé zájmové skupiny a nebo pro pořádání firemních školení. Většina dotazovaných provoz agrofarmy zajišťuje sama, čili nenajímá zaměstnance. Je to z toho důvodu, že se velmi často jedná o farmy rodinné, kde jsou zaměstnání všichni členové rodiny. Provozovatelé také uvádějí zvýšený zájem o potraviny, které jsou produkovány na farmě. Pokud jde o zdrojovou zemi turistů, tak stále převažuje Česká

republika, za kterou se drží Německo. Turisté zůstávají na farmě většinou do 3 dnů, převažují rodiny s dětmi a mladí lidé bez dětí. Zařízení jsou nejvíce propagována pomocí internetu, popř. ústně.

Vhodná doporučení pro stávající agrofarmy se týkala zejména zavedení možnosti zapojení se do práce na farmě, která je zejména pro návštěvníky z měst určitým zpestřením a zároveň odreagováním. Kromě toho bylo doporučeno využít potenciálu farmy po celý rok, prodloužit pobyt na farmě a mimo jiné také zvýšit využití internetu k propagaci. Dále bylo navrženo zvýšit počet agrofarem i v obcích s větším počtem obyvatel, což by způsobilo vzrůst poptávky po produktech farmy, jako jsou např. mléko nebo maso. Naproti tomu ubytovací kapacita by se příliš navyšovat neměla, aby nebylo narušováno soukromí hostů.

Poté byl sestaven návrh na založení nové agrofarmy. Farma byla navržena nedaleko Prachatic, v blízkosti malé obce Kratušín, u řeky Blanice v objektu bývalého mlýna. Oblast byla zvolena proto, že se v blízkém okolí žádná podobná farma zaměřená na agroturistiku nenalézá. Farma se specializuje na chov skotu, a to jak mléčného, tak masného. Kromě toho se zde chová i drůbež, králíci a včely. Typičtí turisté, kteří budou cílovým segmentem agrofarmy, jsou mladé rodiny s dětmi. Tyto rodiny preferují zdravou stravu bez přidaných konzervantů, mají zájem o přírodu, zvířata, sport a získávání nových zážitků.

Nakonec byla formulována doporučení pro rozvoj agrofarmy do budoucna. Jedním z hlavních doporučení bylo, aby majitel usiloval o udělení certifikátu „Šumava originální produkt.“ Další doporučení se týkala např. úpravy bývalé mlýnice na minimuzeum o mlynářském řemesle a také o zprovoznění pece na chléb. Zároveň byl zpracován návrh na vytvoření pohlednic s motivem farmy.

Je jisté, že trend trávit dovolenou „na statku“ bude i v budoucnu narůstat, proto je vhodné začít poskytovat služby v agroturistice. Ta totiž může způsobit příliv turistů do regionu a tím také pomoci k uchování osobitého rázu a zvyků na Šumavě.

9 Summary

The green mountains called Šumava is one of the largest forested area in Central Europe. It is situated in the Czech republic, in south-west Bohemia. Šumava and its foothills offers to visitors not only beautiful scenery and countless tips for trips for walks, cycling or for fans of extreme sports. It's also a place that has excellent conditions for development of agri-tourism, because there is an agricultural production.

Agricultural tourism provides an interesting way to break into the life of farmers in Šumava. Visitors have the opportunity to know and often can also try the "course of life" on the farm. They can stay there and eat the local products. Most of farmers also offer their products for sale, which is one of the other potential revenue. The interest in the products of organic farming is huge and grows. It is because in these days many people are more interested in what food they eat and where the products were produced.

The aim of the thesis "Rural tourism and Agricultural tourism as new forms of tourism" is to analyze the offer of operators in agricultural tourism in Prachatice area. The analysis was conducted through a questionnaire survey. Subsequently, a graphic design was made and some options for further development were suggested.

It was found that farms are often found in small villages, they are often operate all the year round and offer the accommodation with breakfast. The accommodation capacity is between six to eleven beds, which is sufficient for smaller groups, which have adequate privacy there. Therefore the stay is suitable for families, but also for groups or corporate training. Most respondents work in the farm only itself, so they don't employ. This is because it goes about the family farm, where all family members are employed. Farmers also reported an increased interest in products that are produced on the farm. With regard to the source country of tourists, still the dominant is the Czech Republic and than Germany. Tourists usually stay on the farm three days, dominated by families with children and young people without children. Farms are the most publicized on the Internet.

Appropriate recommendations for the current farms relate mainly to the possibility to work on the farm, which is new mainly for visitors from the cities. Moreover, it is recommended to use the potential of the farm throughout the year, prolong the visitor's stay on the farm, and among other things, increase the use of the Internet for promotion. It was proposed to increase the number of farms in villages, where more people live, which causes a rise in demand for farm products such as milk or meat. In contrast, the accommodation capacity should not raise too much.

After that it was drafted to establish a new farm. The farm was proposed near Prachatice, near the small village Kratušín, by the river Blanice in former mill building. The area was chosen because it is not in the vicinity of any similar farm focusing on agricultural tourism. The farm specializes in raising cattle, both dairy and meat. In addition, they have chicken, rabbits and bees. Typical tourists are young families with children. These families prefer a healthy food, they have interest in nature, animals, sports.

In the end some recommendations were formulated. One of the main tip was that the owner ought to aspire to get a certificate "Šumava original product." Next tip was to open in the mill small museum of miller's trade. Last but not least it was processed a proposal to create postcards with a farm motive.

It is certain that the trend to spend holidays "on farm" will continue to grow, so that it is appropriate to provide services in agricultural tourism. This may result an influx of tourists in the region, which helps to preserve the distinctive character and habits of Šumava.

10 Použitá literatura

10.1 Odborná literatura

- ČERTÍK, M. a kol.: *Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF, 2001. 352 s. ISBN 80-238-6275-8
- GÚČIK, M. a kol. *Krátký slovník cestovního ruchu*. Banská Bystrica: Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovního ruchu, 2004. 175 s. ISBN 80-88945-73
- HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3
- HOLEČEK, M., MARIOT, P., STRÍDA, M.: *Zeměpis cestovního ruchu*. Praha: Nakladatelství České geografické společnosti, 1999. 99 s. ISBN 80-86034-39-9
- HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 2002. 173 s. ISBN 80-85970-36-8
- JANOTKA, K. *Venkovská turistika a agroturistika*. Pardubice: Střední odborná škola cestovního ruchu, 1999. 107 s.
- KIRÁLOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4
- KUČEROVÁ, J. *Trvalo udržitelný rozvoj cestovního ruchu*. Banská Bystrica: Studia oeconomica 8, 1999. 84 s. ISBN 80-8055-307-6
- NĚMČANSKÝ, M.: *Agroturistika*. Opava: Slezská univerzita, 1996. 158 s. ISBN 80-85879-36-0
- ORIEŠKA, J.: *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea servis, 1999. 244 s. ISBN 80-85970-27-9
- PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: *Cestovní ruch – výkladový slovník*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s.
- PETRŮ, Z.: *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea servis, 1999. 107 s. ISBN 80-85970-29-5
- PODHORSKÝ, M. *Jižní Čechy*. Praha: Freytag & Berndt, 2003. 160 s. ISBN 80-86236-43-9

- STRÍBRNÁ, M. *Venkovská turistika a agroturistika*. Praha: Profi Press, 2005. 68 s. ISBN 80-86726-14-2
- ŠKODOVÁ-PARMOVÁ, D.: *Agroturistika*. České Budějovice: Ekonomická fakulta, Jihočeská univerzita, 2007. 92 s. ISBN: 978-80-7394-009-6

10.2 Elektronické zdroje

- Jihočeský kraj: Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji na roky 2009-2013. 2009. [cit. 2011-02-24]. Dostupné z <http://www.jccr.cz/?page_id=131>
- MAG Consulting: *Agroturistika*. 2005. [cit. 2011-02-21]. Dostupné z <<http://www.magconsulting.cz/articleattachment.aspx?AttachmentID=536>>
- www.foto.mapy.cz
- www.heritage-trails.cz
- www.hrady.dejiny.cz
- www.husinec.cz
- www.jccr.cz
- www.jiznicechy.cz
- www.krcma.org
- www.mapy.cz
- www.oulaziste.cz
- www.prachatice.cz
- www.risy.cz
- www.rras.cz
- www.svazvt.cz
- www.vimperk.cz

11 Seznamy

Seznam obrázků

Obr. 1: Logo „Svaz venkovské turistiky“	str. 19
Obr. 2: Logo „ECEAT“	str. 20
Obr. 3: Logo „JCCR“	str. 21
Obr. 4: Logo „RRA Šumava“	str. 22
Obr. 5: Jihočeský kraj – mapa	str. 35
Obr. 6: Okresy – mapa	str. 43
Obr. 7: Prachatice – znak	str. 44
Obr. 8: Prachatice – Dolní brána	str. 44
Obr. 9: Vimperk – znak	str. 45
Obr. 10: Vimperk – zámek	str. 45
Obr.11: Umístění agrofarmy – mapa	str. 64
Obr. 12: Pohlednice 1	str. 68
Obr. 13: Pohlednice 2	str. 69

Seznam tabulek

Tabulka 1: Frankenbergovy městské a venkovské protiklady	str. 17
Tabulka 2: Aktivity v agroturistice	str. 30
Tabulka 3: Souhrn silných a slabých stránek Jihočeského kraje	str. 39

Seznam grafů

Graf 1: Výdaje Jihočeského kraje a JCCR na podporu cestovního ruchu	str. 38
Graf 2: Počet obyvatel	str. 46
Graf 3: Doba provozu zařízení	str. 47
Graf 4: Umístění zařízení	str. 48
Graf 5: Ubytovací kapacita	str. 48
Graf 6: Způsob provozování objektu	str. 49

Graf 7: Doplnková činnost	str. 50
Graf 8: Najímání zaměstnanců	str. 51
Graf 9: Možnost stravování	str. 51
Graf 10: Zájem o produkty	str. 52
Graf 11: Volný čas	str. 53
Graf 12: Rozšíření služeb	str. 54
Graf 13: Nabídka dalších služeb	str. 55
Graf 14: Zdrojové země turistů	str. 55
Graf 15: Délka pobytu	str. 56
Graf 16: Věková struktura	str. 57
Graf 17: Propagace zařízení	str. 58

12 Přílohy

Příloha 1: Dotazník pro poskytovatele služeb

Příloha 2: Fotografie z Prachaticka

Příloha 1

Dotazník pro poskytovatele služeb

Dobrý den,

jmenuji se Miroslava Králová a jsem studentkou Jihočeské univerzity. Obracím se na Vás s prosbou o spolupráci. V diplomové práci se zabývám agroturistikou na Prachaticku. Tento dotazník je součástí mého výzkumu, proto bych Vás chtěla poprosit o jeho pravdivé vyplnění. Děkuji Vám za ochotu.

Vaše odpovědi prosím zvýrazněte (**tučně, barevně...**)

1. Kolik obyvatel má Vaše obec?

- méně než 100
- 101 - 400
- 401 - 700
- 701 - 1000
- 1001 a více

2. Jak dlouho již provozujete Vaše zařízení?

- Méně než 1 rok
- 2-3 roky
- 4-8 let
- 9 a více

3. Vaše ubytovací zařízení je?

- přímo na agrofarmě
- hotel
- penzion
- chata, chalupa
- jiné
- neposkytuji ubytování (přejděte na otázku č. 5)

4. Jaká je ubytovací kapacita Vašeho zařízení?

- 1 - 5 lůžek
- 6 - 11 lůžek
- 12 – 17 lůžek
- jiná.....

5. Váš objekt provozujete

- příležitostně
- celoročně
- pouze v sezoně
- jinak.....

6. Je pro Vás agroturistika doplňkovou činností?

- ano
- ne

7. Najímáte zaměstnance?

- ano
- ne
- mám zaměstnance zároveň s pomocí rodiny

8. Možnost stravování ve Vašem zařízení (možno zaškrtnout více odpovědí)
- snídaně
 - polopenze
 - plná penze
 - není
 - jiná.....
9. Mají turisté zájem stravovat se z produktů Vaší vlastní výroby? Pokud ano, o jaké produkty jde? (možno zaškrtnout více odpovědí)
- mléko
 - sýry
 - vejce
 - ovoce, zelenina
 - maso
 - nenabízím produkty
 - nemají zájem
 - jiné.....
10. Jak lze u Vás a v blízkém okolí strávit čas? (možno zaškrtnout více odpovědí)
- pěší turistika
 - cykloturistika
 - jízda na koni
 - sběr lesních plodů (hub, jahod..)
 - koupání
 - rybolov
 - pomoc na farmě
11. Uvažujete do budoucna o rozšíření Vašich služeb?
- ano
 - ne, jsem spokojen se současným stavem (přejděte na otázku č. 13)
 - nevím
12. Jaké služby chcete zavést? (možno zaškrtnout více odpovědí)
- půjčování kol, lyží
 - vyjížďky na koni
 - jízda kočárem
 - rybolov
 - bazén
 - posilovna
 - jiné.....
13. Odkud k Vám turisté přijíždí nejčastěji? (možno zaškrtnout více odpovědí)
- z okolí (do 20 km)
 - z celých Čech
 - z Německa
 - z Rakouska
 - ze Slovenska
 - odjinud.....
14. Jaká je nejčastější délka pobytu turistů u Vás?
- 1-3 dny
 - 4-7 dní
 - 8 a více dní
 - víkendové pobyty
15. Jaké typy návštěvníků přijíždí nejčastěji?
- děti (např. výlety, tábory..)
 - mladí lidé bez dětí
 - rodiny s dětmi
 - starší páry
 - senioři

16. Vaše zařízení propagujete (možno zaškrtnout více odpovědí):

- na internetu
- v televizi, rozhlasu
- v tisku
- ústně – stačí vám doporučení spokojených hostů
- nepropagují
- letáčky v infocentrech
- jinak.....
- ...

Děkuji Vám za spolupráci při vyplnění dotazníku a přeji Vám spoustu milých návštěvníků

Příloha 2: Fotografie z Prachaticka

Tvrz v Drslavicích



Zdroj: www.hrady.dejiny.cz

Tvrz v Drslavicích



Zdroj: www.hrady.dejiny.cz

Lažiště



Zdroj: www.oulaziste.cz

Lažiště - Návštěvnícké centrum textilu



Zdroj: www.oulaziste.cz

Husinec



Zdroj: www.husinec.cz

Husinec – Husova světnička



Zdroj: www.husinec.cz

Středověká krčma Husinec – slavnost



Zdroj: www.krcma.org

Chlístov – Husova lípa



Zdroj: <http://foto.mapy.cz>