

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Fakulta agrobiologie, potravinových a přírodních zdrojů**

**Katedra botaniky a fyziologie rostlin**



**Fakulta agrobiologie,  
potravinových a přírodních zdrojů**

**Faktory rozvoje venkovské turistiky a agroturistiky  
v regionu Šumava**

**Diplomová práce**

**Autor práce: Bc. Nikola Princová**

**Obor studia: Rozvoj venkova a zemědělství**

**prof. Ing. Václav Hejnák, Ph.D.**

© 2023 ČZU v Praze

## **Čestné prohlášení**

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

V Praze dne 13. 04. 2023

---

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala prof. Ing. Václavu Hejnákovi, Ph.D. za cenné rady, odborné vedení při psaní této práce a také za vstřícný přístup a za věnovaný čas při konzultacích.

# Faktory rozvoje venkovské turistiky a agroturistiky v regionu Šumava

## Souhrn

Diplomová práce se zaměřuje na význam a rozvoj venkovské turistiky a agroturistiky v turistickém regionu Šumava, který má velmi příznivé podmínky pro rozvoj venkovské turistiky v České republice. Dalším cílem bylo zjistit, jaký je turistický potenciál regionu Šumava, jaký je zájem turistů o region a jaká je jejich spokojenost s nabízenými službami. Práce si rovněž klade za cíl vyhodnotit, na jakého zákazníka je třeba se zaměřit za účelem posílení konkurenceschopnosti a navrhnout případná řešení a doporučení stávající situace.

K dané turistické oblasti byl uskutečněn sociologicko-ekonomický průzkum. K dosažení stanovených cílů bylo potřeba vymezení a charakteristika lokality, na kterou byl dotazník zaměřen. Prostředkem ke sběru požadovaných dat byl vytvořený dotazník, který obsahoval 24 otázek, z toho jednu otevřenou a jednu polootevřenou otázku s vlastní odpovědí. Dotazník byl strukturovaný a byl mířen především na turisty, kteří již turistický region Šumava navštívili a využili služeb místních ubytovacích zařízení. Dotazník byl vytvořen ve webové aplikaci v elektronické formě a distribuován v rámci internetové komunikace a sociálních sítí.

Výsledky dotazníkového šetření byly vyhodnoceny deskriptivní statistikou, pro lepší přehled zpracovány graficky a slovně popsány. Na jejich základě byla sestavena SWOT analýza.

Z výsledků dotazníkového šetření lze konstatovat, že turistický region Šumava je mezi respondenty oblíbený a vyhledávaný. Z celkového počtu 139 respondentů se 39 % označilo za pravidelného návštěvníka a 31 % daný region alespoň jednou navštívilo. Turistický region zasahuje do dvou krajů Plzeňského a Jihočeského, přičemž Jihočeský kraj vyšel v průzkumu jako preferovanější část Šumavy. Nejčastějšími návštěvníky jsou mladí lidé bez dětí nebo rodiny s dětmi preferující pro cestování hlavní letní sezónu doplněnou o sportovní aktivitu nebo cestu za poznáním. Návštěvníci nejvíce preferují ubytování v soukromí či penzionu s vlastním stravováním. Většina dotázaných byla s nabídkou služeb ubytovacích zařízení spokojena, průměrnou známkou byly 4 hvězdy z 5. O opětovné návštěvě uvažuje 80 % dotázaných a 91 % by dané ubytovací zařízení doporučilo svým známým a přátelům, z čehož lze usuzovat, že reference z vlastní zkušenosti je zásadní pro rozhodnutí ve volbě destinace.

Doporučením je snaha o udržení nastaveného standardu služeb, který láká návštěvníky zpět. Přínosem by bylo rozšíření služeb například o požadovanou půjčovnu sportovního vybavení. Cílem podnikatelského subjektu by měla být specializace na typ zákazníka a přizpůsobení se jeho potřebám a přáním. Ke zlepšení situace by mohla přispět nejen cílenější a intenzivnější propagace subjektů podnikajících ve venkovské turistice a agroturistice, ale také propagace nabídky méně známých atraktivit v okolí. Pozornost by měla být zaměřena také na tvorbu takových programových balíčků, které by podpořily návštěvnost i mimo hlavní letní sezónu a zapojily by více subjektů do vzájemné spolupráce na venkově.

**Klíčová slova:** venkovská turistika, agroturistika, Šumava, rozvoj, služby

# Factors for the development of rural tourism and agrotourism in the Šumava region

## Summary

The diploma thesis focuses on the importance and development of rural tourism and agro-tourism in the tourist region of Šumava, which has very favourable conditions for the development of rural tourism in the Czech Republic. Another aim was to find out what is the tourism potential of the Šumava region, what is the interest of tourists in the region and how satisfied they are with the services offered. The thesis also aims to evaluate which customers should be targeted in order to strengthen competitiveness and to propose possible solutions and recommendations for the current situation.

A socio-economic questionnaire survey was carried out on the tourist area. In order to achieve the set objectives, the definition and characteristics of the location targeted by the survey were needed. The means of collecting the required data was a questionnaire, which contained 24 questions, including one open and one semi-open question with self-answer. The questionnaire was structured and was aimed primarily at tourists who had already visited the Šumava region and used the services of local accommodation facilities. The questionnaire was created in a web application in electronic form and distributed through internet communication and social networks.

The results of the questionnaire survey were evaluated by descriptive statistics, processed graphically and described verbally for a better overview. On their basis, a SWOT analysis was compiled.

From the results of the questionnaire survey it can be concluded that the Šumava tourist region is popular and sought after among the respondents. Of the 139 respondents, 39 % described themselves as regular visitors and 31 % had visited the region at least once. The tourist region extends into the two regions of Pilsen and South Bohemia, with the South Bohemia region coming out as the more preferred part of Šumava in the survey. The most frequent visitors are young people without children or families with children who prefer to travel in the main summer season, supplemented by sports activities or sightseeing trips. Visitors mostly prefer private or self-catering accommodation. The majority of respondents were satisfied with the service offered by the accommodation, with an average rating of 4 stars out of 5. 80 % of respondents would consider a return visit and 91 % would recommend the accommodation to friends and acquaintances, suggesting that a reference from their own experience is essential in the decision to choose a destination.

The recommendation is an effort to maintain a set standard of service that attracts visitors back. An extension of the services would be beneficial, for example, to include the required sports equipment hire. The aim of the business should be to specialise in the type of customer and adapt to their needs and wishes. Not only more targeted and intensive promotion of rural tourism and agro-tourism operators, but also promotion of the lesser-known attractions in the area could help to improve the situation. Attention should also be focused on creating programme packages that would encourage visitors outside the main summer season and involve more rural stakeholders in mutual cooperation.

**Keywords:** rural tourism, agrotourism, Šumava, development, services

# Obsah

<b>1 Úvod</b> .....	<b>8</b>
<b>2 Vědecká hypotéza a cíle práce</b> .....	<b>10</b>
<b>3 Literární rešerše</b> .....	<b>11</b>
<b>3.1. Cestovní ruch</b> .....	<b>11</b>
<b>3.2. Cestovní ruch v číslech</b> .....	<b>11</b>
<b>3.3. Venkovská turistika</b> .....	<b>12</b>
3.3.1. Agroturistika .....	13
3.3.2. Ekoagroturistika.....	14
3.3.3. Ekoturistika.....	14
<b>3.4. Vývoj venkovského cestovního ruchu</b> .....	<b>15</b>
<b>3.5. Turistika na Šumavě</b> .....	<b>17</b>
<b>3.6. Trvale udržitelný rozvoj venkova</b> .....	<b>17</b>
3.6.1. Trvale udržitelný cestovní ruch .....	18
3.6.2. Faktory podporující rozvoj venkovské destinace .....	18
3.6.3. Gastroturismus jako součást rozvoje venkova.....	19
3.6.3.1. Regionální potravina .....	20
3.6.3.2. BIO – produkt ekologického zemědělství .....	20
3.6.3.3. Šumava – originální produkt .....	21
3.6.3.4. Zaručená tradiční specialita.....	21
3.6.3.5. Chráněné označení původu .....	21
3.6.3.6. Chráněné zeměpisné označení.....	21
3.6.4. Geoparky jako podpora trvale udržitelného rozvoje destinace.....	21
3.6.5. Kladné a záporné efekty venkovské turistiky .....	22
<b>3.7. Venkovský cestovní ruch v Evropě</b> .....	<b>23</b>
<b>3.8. Organizace podporující venkovský cestovní ruch</b> .....	<b>24</b>
3.8.1. Svaz venkovské turistiky a agroturistiky .....	24
3.8.1.1. Strategie rozvoje venkovského cestovního ruchu (2018–2025).....	25
3.8.2. Celostátní síť pro venkov.....	25
<b>3.9. Finanční podpora ve venkovské turistice</b> .....	<b>25</b>
3.9.1. Státní zemědělský a intervenční fond (SZIF) .....	25
3.9.2. Integrovaný regionální operační program (IROP).....	26
3.9.3. INTERREG – příhraniční spolupráce mezi Bavorskem a ČR.....	27

<b>3.10. CLLD – komunitně vedený místní rozvoj</b> .....	<b>27</b>
3.10.1. Národní síť místních akčních skupin .....	28
<b>3.11. Koncepce rozvoje venkova do roku 2027</b> .....	<b>28</b>
<b>3.12. Shrnutí nejdůležitějších faktů z literární rešerše</b> .....	<b>29</b>
<b>4 Metodika</b> .....	<b>30</b>
<b>4.1. Metody výzkumu</b> .....	<b>30</b>
4.1.1. Dotazník – Hodnocení venkovské turistiky v regionu Šumava.....	31
<b>4.2. Charakteristika turistické oblasti Šumava</b> .....	<b>36</b>
<b>4.3. Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti Šumava ...</b>	<b>37</b>
4.3.1. Společenské předpoklady .....	37
4.3.1.1. Nejnavštěvovanější atraktivity Šumavy .....	37
4.3.1.2. Lidová architektura Šumavy.....	38
4.3.2. Přírodní předpoklady .....	38
4.3.2.1. Lesy Šumavy .....	39
4.3.2.2. Hydrologické poměry .....	39
4.3.3. Ochrana přírody .....	40
4.3.3.1. CHKO Šumava.....	40
4.3.3.2. Národní park Šumava .....	41
4.3.3.3. Natura 2000 .....	42
4.3.3.4. Biosférická rezervace Šumava .....	43
4.3.4. Realizační předpoklady.....	43
<b>5 Výsledky</b> .....	<b>45</b>
<b>5.1. SWOT Analýza</b> .....	<b>57</b>
<b>6 Diskuse</b> .....	<b>60</b>
<b>7 Závěr</b> .....	<b>66</b>
<b>8 Literatura</b> .....	<b>68</b>
<b>9 Internetové zdroje</b> .....	<b>74</b>
<b>10 Seznam použitých zkratk a symbolů</b> .....	<b>76</b>

# 1 Úvod

Téma s názvem „Faktory rozvoje venkovské turistiky v regionu Šumava“ bylo vybráno z důvodu stále se prohlubujících problémů venkova. Existuje zde mnoho výzev, které je třeba řešit. Dochází k odlivu mladší generace do měst, populace na venkově stárne, obecně klesá zájem o práci v zemědělství a v porovnání s městem, zde obyvatelé dosahují nižších příjmů. Spojení zemědělské praxe a cestovního ruchu je jednou z možností, jak dosáhnout růstu v podnikání. Spojení pomůže udržet stávající pracovní místa a vytvoří nové pracovní pozice v místě bydliště, podpoří tím místní ekonomiku a dá příležitost k rozvoji celé zainteresované oblasti. Podmínkou je spolupráce veřejného a soukromého sektoru, a především vlastní iniciativa obyvatel venkova.

Venkovská turistika je šetrná forma cestovního ruchu podporující trvale udržitelný rozvoj regionu. Přestože nemusí být spojena pouze se zemědělstvím, může se jednat o jiný druh turistiky vykonávaný na venkově, je součástí aktuálního trendu podporujícího pobyt v místech se zdravým životním prostředím a konzumací zdravých potravin, o kterých zákazník ví, odkud pochází. Venkov je místem, kde se propojuje historie, památky, přírodní atraktivita, kultura a tradiční výroba s moderními technologiemi. Pobyt na venkově je vyhledávaným zážitkem doplněným o nová poznání. Dává prostor místním obyvatelům zapojit se do procesu a zvednout tak životní úroveň v obci a zvýšit si tím své příjmy. Stále však existují atraktivní venkovské oblasti, které svůj potenciál pro venkovskou turistiku nenaplnily. Proto bylo toto téma zvoleno s cílem zjistit požadavky samotných návštěvníků turistického regionu Šumava, kterým se mohou provozovatelé turistických zařízení přizpůsobit. Odpovědi a požadavky respondentů z dotazníkového šetření budou vyhodnoceny a následně pro ně budou zvolena doporučení, jež mohou využít stávající podniky, ale i nově vznikající subjekty venkovského cestovního ruchu.

Turistický region Šumava, nacházející se v jižní části České republiky, je zajímavý především svým přírodním bohatstvím. Zasahuje do dvou krajů – Jihočeského a Plzeňského. Region Šumava má nejnižší hustotu zalidnění, vyskytují se zde malé vesničky i úplné samoty. Krajina je lemovaná vysokými, ale oblými vrcholy a extenzivně pasené louky přidávají regionu na venkovském charakteru. V nabídce pro turisty jsou zde cyklostezky, pěší trasy, hipotrazy, rozhledny, vyhlídky, hrady, zámky, sakrální stavby nebo technické památky. Navštívit lze jarmarky, řemeslné dílny či jiné tematické akce. Nachází se zde vyžití pro zimní i letní radovánky. Region nabízí vhodné podmínky i pro milovníky přírody, rybáře či myslivce. Venkovská turistika má výhodu ve spojení s přírodou, je šetrná k životnímu prostředí a finančně méně náročná pro turisty. Svým charakterem je vhodná pro všechny věkové skupiny a zaměřená především na domácí turisty a návštěvníky z blízkého příhraničí. Obohacuje návštěvníky o zapomenuté kulturní zvyklosti a lidové tradice, a umožňuje poznat proces výroby základních surovin pro obživu obyvatelstva i hospodářských zvířat.

Rostoucí zájem veřejnosti o cestování a poznávání krás České republiky se projevuje v nárůstu počtu především domácích turistů. Roste také ale i trend zdravého životního stylu, kdy se lidé více zajímají o původ potravin. Může se zdát, že jsou aktuálně ideální podmínky pro rozvoj tohoto odvětví cestovního ruchu, nicméně aktuálně rostoucí ceny energií, pohonných hmot, potravin a dalších surovin a výrobků pravděpodobně povedou k růstu cen ve venkovské turistice a ta se tak může stát méně dostupnou a méně konkurenceschopnou.



Stejné problémy jsou spojeny také s agroturistikou, kde brání zemědělcům v dalším rozvoji podnikatelské činnosti nadměrná administrativní zátěž, se kterou je spojena i časová vyčerpání. Z těchto důvodů je agroturistika doménou hlavně rodinných farem, kde jsou si členové rodiny schopni jednotlivé činnosti v zemědělství, cestovním ruchu a administrativě rozdělit. Proto je také nezbytná podpora venkovské turistiky ze strany státu, obcí, Evropské unie a zájmových sdružení, které přispívají finanční částkou kompenzující případné výpadky příjmu a jsou nápomocni v problematice administrativních povinností.

## 2 Vědecká hypotéza a cíle práce

Cílem práce bylo posouzení stavu venkovské turistiky a agroturistiky v turistickém regionu Šumava, který zasahuje do dvou krajů České republiky – Jihočeského a Plzeňského. Práce měla za další cíl porovnat danou oblast cestovního ruchu se sousedními zeměmi Německo a Rakousko. Snahou bylo popsat také dění v ostatních zemích Evropy a zmínit zdejší praxi ve venkovské turistice.

Zpracování literární rešerše bylo dílčím cílem, který pomohl definovat jednotlivé pojmy související s tématem a blíže přiblížit historii, současný stav a možnosti dalšího rozvoje ve venkovských oblastech s ohledem na udržitelnost venkovské turistiky a agroturistiky, případně jiných forem šetrného cestovního ruchu.

Pro dosažení cílů byly stanoveny hypotézy, které byly námětem pro průzkum. Prostřednictvím jeho realizace, zpracování a vyhodnocení bylo možné hypotézy vyvrátit či potvrdit. Účelem průzkumu bylo navíc určit jaký je zájem o turistický region Šumava z pohledu turistů a jaké jsou požadavky návštěvníků. Jejich odpovědi napomohly k tvorbě návrhů pro vylepšení současného stavu nabízených služeb ubytovacími zařízeními.

Hypotézy stanovené pro dosažení cílů:

- 1) V regionu Šumava je vysoký zájem turistů o venkovskou turistiku.
- 2) Kvalita služeb poskytovaných provozovateli ve venkovském cestovním ruchu je pro návštěvníky nedostatečná.
- 3) Agroturistika je doménou zejména rodin s dětmi preferující farmy zaměřené na chov koní.

## 3 Literární rešerše

### 3.1. Cestovní ruch

Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO 2010) označuje cestovní ruch jako činnost osoby, cestující do zvolené destinace, která se nachází mimo jeho obvyklé prostředí, a to na dobu kratší než jeden rok. Zde tráví svůj volný čas rekreací nebo je zapojena do incentivního cestovního ruchu, či ji k návštěvě cílového místa vedou osobní důvody. Podmínkou je, že zde nesmí být vykonávána podnikatelská činnost.

McAvoye (2002) píše o cestovním ruchu jako o vzájemném vztahu poptávky, kterou tvoří lidé, jež mají zájem o rekreaci, a nabídky, tvořící výběr ze zdrojových destinací, ubytovacích zařízení, a dalších příležitostí, které umožní splnění požadavků poptávky. Hall & Stephen (2006) dodávají, že cestovní ruch je závislý také na dopravě, službách, obchodních sítích, sociálních, politických a environmentálních vztazích.

Cestovní ruch umožňuje útek od denní rutiny, nicméně je vhodný pro tu část obyvatelstva, která má dostatek času a financí pro cestování (Hall & Stephen 2006). Argyle (1996) poznamenal, že mnoho studií zdůraznilo nedostatek peněz jako hlavní překážku účasti na rekreačních aktivitách. Bittman (2002) taktéž zmiňuje příjem domácností, typ povolání a výhodu vlastního automobilu za hlavní předpoklad rekreace. Množství volného času a forma cestovního ruchu závisí na vyvíjející se sociální, politické, kulturní a ekonomické situaci uvnitř společnosti. V konkrétní formě cestovního ruchu je ukryta i specifická motivace účasti (McAvoye 2002). Specifická motivace a forma cestovního ruchu vyústila k tvorbě geografických oblastí vhodných pro určité sociální, etnické a genderové skupiny lidí (Hall & Stephen 2006).

Turismus přináší do konkrétního navštíveného místa infuzi nových peněz, a to především na regionální úrovni. Prostřednictvím výdajů návštěvníků zvyšuje počet pracovních míst, daňové příjmy, posiluje místní komunitu a umožňuje vznik nových příležitostí (Hall & Stephen 2006).

Aktuálním celosvětovým trendem v cestovním ruchu je zdravý životní styl, odpočinek, relaxace či sportovní vyžití. Pro tyto nastavené parametry je venkovský cestovní ruch ideálním řešením (Gajić et al. 2020).

### 3.2. Cestovní ruch v číslech

Cestovní ruch je jednou z předních ekonomických aktivit ve světě, ale i v České republice. Podle světové organizace World Travel & Tourism Council (2022) tvořil cestovní ruch v Evropě v roce 2019 podíl 9,2 % a na zaměstnanosti se podílel 9,9 %. V roce 2020 přišla celosvětová pandemie viru Covid-19, která nejvíce zasáhla právě odvětví cestovního ruchu. Podíl HDP v tomto roce klesl o 47,1 % a zaměstnanost o 12,5 %. V roce 2021 se částečně obnovilo cestování, které ale bylo podmíněno několika nařízeními v závislosti na navštívené zemi. Přesto se tento ekonomický sektor dokázal vzpamatovat a podíly se opět navýšily. V roce 2021 se podíl HDP zvýšil o 28 % a zaměstnanost o 4,7 %. Pokud jde o Českou republiku, zde se v roce 2019 cestovní ruch podílel na HDP 6,2 %, v roce 2020 kleslo na

podíl 3,9 % a v roce 2021 došlo ještě k mírnému poklesu na 3,6 %. Zaměstnanost v cestovním ruchu tvořila v roce 2019 podíl 8,2 %, v roce 2020 klesla na 7,1 % a v následujícím roce nedošlo k výraznější změně, když zaměstnanost v cestovním ruchu dosáhla 7,2 %. Dále jsou uvedeny země, které jsou pro Čechy nezajímavější a kam nejvíce cestují. Na prvním místě byla v roce 2019 a 2020 Slovenská republika, na druhém místě v roce 2019 byla Itálie a třetí Rakousko. V roce 2020 druhé místo obsadilo Chorvatsko a na třetím byla Itálie. V příjezdovém cestovním ruchu se nic neměnilo, zde zůstávají v návštěvnosti České republiky na prvním místě Němci, na druhém Slováci a třetími jsou Poláci (Satelitní účet cestovního ruchu 2022).

Podle Satelitního účtu cestovního ruchu (2022) za rok 2020 spravovaného Českým statistickým úřadem byla ve stejném roce, tedy v době pandemie, hodnota HPH cestovního ruchu na 1,45 %. Ovšem v roce 2019 tato hodnota dosahovala 2,76 %, což bylo víc než v odvětví zemědělství, lesnictví a rybářství. Podíl na zaměstnanosti tvořil 4,16 % za rok 2020. Cestovní ruch se na HDP České republiky podílel z 1,48 %, podíl na zaměstnanosti byl 4,16 %. Kvůli restrikcím a omezenému cestování do zahraničí prudce stoupl domácí cestovní ruch – tedy, kdy čeští občané cestují po České republice. Jeho hodnota vzrostla na 62 %. Nejnavštěvovanějšími kraji se staly Středočeský kraj, dále kraje Jihočeský a Královéhradecký.

### **3.3. Venkovská turistika**

Venkovský cestovní ruch je označován mnoha pojmy a definicemi. Pojmy spojené s venkovskou turistikou jsou agroturistika, turistika na farmě, měkký turismus nebo alternativní turismus (Keane et al. 1992). Evropská unie i Česká republika používá k definování venkovského prostoru specifická kritéria, založená na hustotě osídlení venkovských nebo městských sídel (Robinson 1990). Venkovská turistika zahrnuje rozmanité aktivity ve venkovských oblastech včetně dovolené na venkově. Lane (2009) definuje venkovskou turistiku jako druh cestovního ruchu odehrávajícího se na venkově ve venkovských oblastech. Venkovské oblasti se dle autora vyznačují nízkou hustotou obyvatelstva a otevřenými prostory do krajiny. Tento prostor má své funkční venkovské rysy, kterými jsou spojení s přírodou, s tradicemi, s místní společností a s řemeslem předávaným z pokolení na pokolení, což z něj tvoří mnohostranné prostředí.

Venkovská sídla jsou charakteristická využíváním půdy pro zemědělské a lesnické účely, kde zemědělství je také dominujícím sektorem. Dalšími jsou rybářství a myslivectví. Venkovské oblasti se od sebe odlišují z ekonomického, sociokulturního a demografického hlediska (Klaus & Maklan 2013). Venkovská sídla jsou oproti městu menšího měřítka a mají složitější vzorec výstavby, jež je dán umístěním v krajině, historií místa a způsobem hospodářství (Lane 2009). Robinson (1990) dodává, že venkovská sídla jsou definována hlavně místními obyvateli a jejich hospodářskou činností na odlehlých místech s geograficky rozptýleným vzorcem.

Aktivity spojené s venkovským cestovním ruchem se orientují na agroturistiku, dovolenou v přírodě či turistiku v přírodě. Jsou s nimi spojeny specifické služby nabízené venkovskými provozovateli jednotlivých zařízení tak, aby přilákali turisty do své oblasti a generovali příjem pro své podniky. Kromě standardních služeb ubytování jsou nabízeny

slavnosti, ochutnávky, výroba a prodej řemeslných a zemědělských produktů (Rátz & Puczko 1998). Stříbrná (2015) dodává, že se jedná o dovolenou v přírodě, ekoturistiku, dovolenou s pěší turistikou, jezdectví, dobrodružství, sportovní aktivity, myslivost, cesty za poznáním a cesty za dědictvím minulosti. Dle autorů Rátz & Puczko (1998) závisí rozmanitost nabídky na navštívené zemi, její kultuře a zvyku. Lane (2009) doplňuje ke zmíněným aktivitám ještě ekoturistiku, procházky, horolezectví, jízdu na koni, sportovní turistiku, lov, rybaření, vzdělávání a poznávání kulturního dědictví.

Venkovská rekreace je brána podle autorů Hall & Stephen (2006) za pobyt v přírodě, který může být spojen s kempováním nebo chatařením, jedná se o trávení volného času v drsnějším prostředí. Volný čas ukazuje hodnotu časového úseku využitého pro cestování s ohledem na ostatní koníčky, pracovní povinnosti a rodinu. Motivací návštěvníků venkova může být dle Molera & Albaladeja (2007) kontakt s přírodou, užívání si klidu v otevřeném prostoru, hledání autenticity a tradice a touha po kontaktu s místními obyvateli. Podle Barbieri (2019) jsou to převážně obyvatelé měst hledající volnočasové a rekreační aktivity v blízkých venkovských oblastech. Snahou je útěk od ruchu města. Stále více obyvatel má zájem stěhovat se do měst nebo k jeho blízkému okolí. Plyne pro ně z toho řada výhod, zvláště pokud ve městě pracují. Právě díky vyliďňování venkova, změnám v zemědělské praxi a politice se na venkovskou turistiku klade stále větší důraz a je počítáno s jejím vzestupem v budoucnu (Rátz & Puczko 1998).

Venkovský cestovní ruch je založen na specifických rysech venkova a zahrnuje více druhů cestovního ruchu v závislosti na navštíveném regionu (Lane 2009). Právě regionální podmínky jsou faktorem rozvoje úspěšnosti cestovního ruchu na venkově (Webster & Ivanov 2014). Problémem venkovské turistiky je malý počet návštěvníků, sezónní poptávka a nízká míra obsazenosti ubytovacích zařízení (Rátz & Puczko 1998). Aby turisté byli spokojeni, je zapotřebí vybudovat a zlepšit stávající infrastrukturu. Paradoxem je, že podle autorů přitahují turisty právě nejméně průmyslově rozvinuté regiony, kde je hlavním zájmem místní kultura a tradice. Lane (2009) píše, že tyto oblasti mohou návštěvníkům nabídnout více specifických a nezapomenutelných zážitků. Některé výzkumy poznamenaly, že domácnosti při výběru destinace ovlivňuje jejich původ. Jsou přitahovány místy, která jsou jim povědomé nebo podobné jejich původnímu bydlišti (Zamora et al. 2004). Proto v posledním desetiletí vzrostl zájem o venkov, kdy hlavním tahounem poptávky je nostalgické hledání starých časů (Lane & Kastenholz 2015).

### **3.3.1. Agroturistika**

Agroturistika je podmnožinou venkovské turistiky. Její počátky se začaly rozvíjet v Itálii ve 20. století. Formálně byla uznána Italskou legislativou v roce 1985. Agroturistika se v té době stala tak úspěšnou, že tento model podnikání začali přebírat i další země. Podpořila odvětví zemědělství vedlejším příjmem a podpořila společný cíl všech – ochranu ekosystémů. Byla přínosem pro místní ekonomiku a rozvíjela nové regionální obchodní příležitosti (Porcaro 2009). Dodatečné příjmy farmy získávali podnikatelé přestavbou nepoužívaných hospodářských budov na rekreační ubytování. Změněny byly například i pole a louky na placené kempy (Potočník-Slavič & Schmitz 2013).

Agroturistika vytváří blízký kontakt mezi cestovním ruchem a zemědělstvím. Aktivita nabízená návštěvníkům farmy jsou spojeny s autentickým zážitkem na farmě a jsou hlavní charakteristikou agroturistiky. Při diverzifikaci zemědělských činností tvoří cestovní ruch dodatečný příjem zvláště pro malé rodinné firmy, protože pomáhá zachovávat rodinné dědictví v mnoha znevýhodněných regionech (Potočník-Slavič & Schmitz 2013). Činnosti nabízené farmáři v rámci agroturistiky jsou farmářské obchody s vlastními výrobky nebo restaurace nacházející se na farmě a využívající lokální produkty. Dalšími jsou pozorovatelnosti pro divokou zvěř, muzea, ukázky výrobního procesu, dny otevřených dveří a základní služby ubytování na farmě (Woods 2011). Barbieri et al. (2008) přidávají ještě samosběr ovoce či zeleniny, lov volně žijící zvěře, rybolov nebo wellness. Modernější aktivity dodává Chase et al. (2018), podle nich mohou turisté poslouchat zvuky farmy, sledovat pasoucí se zvířata, odpočívat v sauně nebo využít bosých chodníků. Autoři Petroman et al. (2016) přidávají pěstování květin, kurzy vaření, kurzy využití bylin, kde si návštěvníci mohou sami vyrobit domácí masti, mýdla, šampóny či bylinné čaje. Propojením s minulostí a tradičními činnostmi může být ukázka draní peří nebo zpracování vlny či zavařování masa. Podle všech výše zmíněných autorů se předpokládá, že agroturistika bude na vzestupu, neboť zapadá do současného trendu udržitelného životního stylu. Autoři Konecnik & Gratner (2007) ještě vyzdvihují typické venkovské rysy spojené s agroturistikou, kterými jsou zemědělství, vinařství, výroba domácích sýrů a tvarohu, chov koní a ve volných chvílích venkovské společenské akce. Podle Vystoupila et al. (2017) zahrnuje primární nabídka agroturistiky potenciál přírodní, kulturní a historický. Z pohledu zákazníka je nabídka vnímána jako komplexní, ale z pohledu podnikatele se může zdát nejednotná. Nabízí návštěvníkovi ubytování, stravu a rozmanité aktivity, ovšem další nabídky na daném území nebo vzhled okolní krajiny, obce či atraktivita nemůže sám ovlivnit. Destinace je uzavřený systém a vyžaduje vzájemné vazby a spolupráci jednotlivých akterů.

Studie prováděná v České republice, kde se porovnávaly intenzivní a extenzivní systémy hospodaření, zjistila, že farmy provozující agroturistiku se většinou nachází v regionech, kde se využívají extenzivní formy hospodaření. Extenzivní zemědělství je využíváno v regionech, kde jsou méně příznivé klimatické a půdní podmínky pro pěstování kulturních plodin. V tomto typu hospodaření jsou využívány rozsáhlé plochy půdy v horské krajině, kterou je nutné udržovat. Proto podle Cooper et al. (2009) někteří farmáři například s extenzivně paseným dobytkem nemají na další aktivity čas. Nejsou schopni produkovat jiné výrobky a využít tržní příležitosti v agroturistice, či prodeji vlastních výrobků.

### **3.3.2. Ekoagroturistika**

Podmnožina agroturistiky, kde základní funkce jsou stejné, mění se jen typ provozování zemědělské činnosti. Provozována je na ekologických farmách, produkující produkty s označením BIO. Často je doprovázeno také krajinou v různém režimu ochrany.

### **3.3.3. Ekoturistika**

Stejně jako agroturistika se i ekoturistika objevuje v literatuře již v 80. letech 20. století. Princip ekoturistiky je založen na hodnotách přírody, na její ochraně, na etice chování v přírodě, udržitelnosti a vzdělávání se o přírodních systémech. Jejím cílem jsou především

plošně chráněná území, doplněná o atrakci, která může návštěvníkovi ulehčit dostat se do nepřístupných míst, například lanovka. Autor Blamey (2001) stanovil pravidla pro provozování ekoturistiky. Důležité je, aby veškeré pomocné atrakce byly v souladu s přírodou a aby se návštěvníci při návštěvě zvoleného místa vždy něco nového dozvěděli. Dobrodružné cesty musí být ve shodě s ekologií, sociokulturní a ekonomickou udržitelností. Fennell (2009) doplňuje, že ekoturistika je pro návštěvníky, kteří mají specifický zájem o přírodní historii regionu, ekologický rozvoj a udržitelný rozvoj. Je alternativou k masové turistice.

Tento druh alternativní turistiky pomáhá zachovat místní ekosystémy a podporuje místní kulturu a udržitelný rozvoj. Cílem je rozmanitá příroda chráněná velkými národními parky a rezervacemi, ty mohou mít zvláštní geologické, archeologické či historické rysy (Fennell 2009).

### **3.4. Vývoj venkovského cestovního ruchu**

Venkov sloužil k odpočinku již v dávné historii. Tuto formu cestovního ruchu utvářelo mnoho historických změn a faktorů. V 16. století na venkově trávili volný čas pozorováním krajiny lidé z vyšších společenských tříd. Pro běžné obyvatelstvo bylo cestování nepohodlné, nákladné a v první řadě také nebezpečné. Venkov pokrýval většinu území a města byla v okolí šlechtických sídel a jejich opevnění. Podobná situace trvala i v dalších obdobích (Hall & Stephen 2006).

Změna přišla až v 19. století s postupnou urbanizací venkova a rostoucí industrializací měst. S průmyslovou revolucí a rozšiřujícími se městy začaly i kulturní a ekonomické změny, které vedly k nové výstavbě druhých domovů na venkově (Lane 2009). Zejména v Anglii se stala návštěva venkova oblíbenou destinací pro střední třídy žijící ve městech. Návštěva venkova obsahovala prvky romantismu a byla oblíbeným místem malířů, básníků a jiných umělců (Hall & Stephen 2006). Nárůst zájmu o venkovskou turistiku způsobil právě stres, rostoucí urbanizace, industrializace a s tím spojené zhoršené životní prostředí měst. K vyššímu zájmu pomohl i rozvoj železnice, zrychlení dopravy a větší dostupnost venkovských oblastí. (Rátz & Puczkó 1998). Z tradiční venkovské společnosti se začala stávat industriální společnost. Došlo k největší změně způsobu života, která neovlivnila pouze obyvatelstvo, ale také okolní krajinu (Pospěch et al. 2014). Díky tomu došlo na přelomu století k výraznému populačnímu růstu ve městech i na venkově. Za prací se stěhovalo stále více lidí, protože infrastruktura neumožňovala každodenní cestování do práce. Více lidí znamenalo větší poptávku po zemědělských produktech, což znamenalo nárůst v počtu pracovních míst a zavádění nových technologií do zemědělské výroby (Binek et al. 2007).

20. století se vyznačovalo dalším technickým pokrokem a zásadními historickými událostmi, které mu předcházely. Po druhé světové válce v 50. letech 20. století byly zemědělské podniky sjednoceny do jednotných zemědělských družstev (JZD). Industrializace, úplné znárodnění a kolektivizace byly plně podporovány státní politikou (Pospěch 2014). Přeměna soukromého vlastnictví na kolektivní měla za následek úpadek venkovské elity a došlo na utlačování původních vlastníků půdy. Tito lidé byli postaveni na okraj společnosti (Blažek 1998).

V pozdějších letech se v zahraničí stalo cílem propojení města s venkovem, kdy městská kultura byla vnášena do venkovských oblastí díky automobilové dopravě a lepší

dopravní infrastruktury. Snahou bylo snížení rozdílů mezi městem a venkovem. V České republice naopak zůstala hranice venkova a města stejná (Binek et al. 2007). Navýšila se zemědělská výroba, což znamenalo nárůst pracovních míst a více práce, která měla být kompenzována volným časem stráveným například v nových kulturních domech. Zemědělství bylo hlavním sektorem zaměstnanosti ve venkovských regionech. Velká část obyvatelstva pracovala také v přidružených zemědělských službách. Přesto někteří obyvatelé migrovali do měst, kde byl pestřejší výběr pracovních míst, zejména pro obyvatele s vyšším vzděláním. Venkov se dle své velikosti a polohy začal třídit a menší odlehlejší obce byly odtrženy od finančních podpor (Pospěch 2014).

80. léta 20. století byla v duchu chataření a chalupaření právě ve venkovských oblastech, venkov tím získal rekreační funkci. Ve stejné době v mnoha evropských zemích započal rozmach agroturistiky. K prvnímu vývoji ale došlo již po druhé světové válce, a to zejména v znevýhodněných alpských regionech, kde zemědělská produkce nebyla adekvátní k potřebnému finančnímu zisku (Barbieri 2019).

Převrat v roce 1989 znamenal ukončení tehdejší politiky, kdy došlo k masivnímu poklesu zemědělské produkce a s tím spojené zaměstnanosti v zemědělství. V prvních třech letech klesla zaměstnanost o 25 % a snižování pokračovalo i v dalších letech (Pospěch 2014). Nastalo období cílené obnovy venkova a hledání jeho nových funkcí. V České republice došlo v těchto letech k růstu venkovské turistiky. Hlavním cílem bylo zaměřit se zpět na výrobu a venkovskou rekreaci prostřednictvím procesu privatizace (Robinson 1990). Očekávalo se, že po navrácení půdy v restitucích začne znovu tradiční rodinné hospodaření. Většina nových vlastníků ale raději půdu dále pronajímala a jen část se rozhodla vytvořit vlastní podnikání. Vznikly malé skupiny rodinných farem (Pospěch 2014). Autor Swain (2000) označil post komunistické země jako území s vysokou úrovní zemědělské zaměstnanosti, kde převládají malé farmy a rolníci. Zemědělství zde bojuje s nedostatky v infrastruktuře a se stárnoucí a klesající populací v důsledku migrace.

Iniciativa Evropské unie podpořit rozvoj venkova strategickým plánem přišla již v 80. letech 20. stol. (Figueiredo & Raschi 2013). V době po přistoupení do Evropské unie v roce 2004 bylo zemědělství podporováno Společnou zemědělskou politikou a strukturálními fondy poskytujícími dotace. Vysoké ztráty v zemědělství způsobené strukturálními změnami mohl cestovní ruch ale ovlivnit jen lokálně, a nikdy s tak velkým makroekonomickým významem, aby individuálně vytvořená pracovní místa zaplnila zemědělský výrobní sektor nebo kompenzovala ztráty v zemědělské produkci (Figueiredo & Raschi 2013). Bohužel vstup do Evropské unie a ani Společná zemědělská politika výrazně zaměstnanost na venkově neovlivnily (Pospěch 2014). Omezení příjmu a životaschopnosti malých farem dospělo k potřebě diverzifikace zemědělských činností (Grief 2004). Změna českého venkova je nucena posunout se k větší multifunkčnosti (Petrick & Weingarten 2004). Pokles zaměstnanosti stále trvá, již několik desetiletí, a to ve všech členských státech EU. Venkovské regiony jsou závislé na nových příležitostech, které posilují růst a rozvoj. Některé oblasti prosperují, jiné v důsledku migrace obyvatel, stárnutí populace a nízké kvalifikační základny upadají (Hall & Stephen 2006). V minulosti jasný rozdíl mezi venkovem a městem je nyní smýván suburbanizací (Lane 2009). Podporou hospodářského růstu venkova a zvýšení životaschopnosti zaostalých regionů, či pro zlepšení životní úrovně místních obyvatel, může sloužit venkovská turistika (Rátz & Puczko 1998).



V posledním desetiletí je nárůst zájmu o venkovskou turistiku spojen s větším množstvím volného času a především s víkendovým cestováním. Příčinou mohou být ekonomické problémy, kdy návštěva venkova je pro cestování s rodinou finančně méně zatěžující. Současně se mění preference, roste zájem o zdravý životní styl a lidé se více zajímají o původ potravin (Gartner 2004).

### **3.5. Turistika na Šumavě**

V minulosti nebyla turistika tak hojně rozšířena jako dnes. Chyběla požadovaná infrastruktura, která by umožnila vstup k turistickým atraktivitám, možnost občerstvení či nabídka přespání. Obyčejní lidé byli zaneprázdnění prací pro vlastní obživu a neměli na cestování čas ani peníze. Proto bylo cestování jen pro vyšší společenské třídy, vědecké pracovníky nebo dobrodruhy (Moser 2003).

Protože na Šumavě byla a stále je vysoká pokryvnost lesního porostu s rozmanitou faunou a flórou, byla dříve práce v lese jednou z hlavních pracovních možností. Dřevorubci, či hajní v lesích byli jedni z mála, kteří znali okolní přírodu a její zajímavosti. Stávali se často průvodci a měli možnost si přivydělat. Během 19. století bylo cestování vyhraněno umělcům, kteří ve zdejší krajině čerpali inspiraci. Největší rozvoj turismu byl zaznamenán na konci onoho století. Rozvoj souvisel se stavbou železnice, která vedla z Plzně do Železné Rudy, ležící na okraji Národního parku Šumava, které je aktuálně jedním ze středisek zimního cestovního ruchu. Železniční cesta umožnila navštívit Černé jezero nebo nejvyšší vrchol Šumavy Velký Javor (1456 m. n. m.). Koncem 19. století se na Šumavě poprvé objevil zimní sport – lyžování jako rekreační činnost. Nová aktivita zapříčila stavbu ubytovacích zařízení, restaurací, rozhleden a jiných turistických atraktivit, které byly využívány i v letní turistické sezóně, jež byla rozvinuta na Šumavě dříve než zimní sezóna. Díky tomu vznikla i naše nejstarší kamenná rozhledna Klet', postavena roku 1825 (Moser 2003).

### **3.6. Trvale udržitelný rozvoj venkova**

Pojem trvale udržitelný rozvoj začal být v literatuře používán v 80. letech 20. století. Definován byl jako rozvoj, který odpovídá potřebám současnosti, zároveň nesmí ohrožovat schopnost budoucích generací uspokojovat své potřeby (Rátz & Puczko 1998). Jarolímková & Vaníček (2019) dodávají, že udržitelný rozvoj přispívá k udržení kulturních hodnot destinace a podporuje místní ekonomický růst a zaměstnanost. Pro rozvoj je důležité zapojení všech, kteří se ve venkovském cestovním ruchu angažují. Jde o zemědělské podniky, organizace ochrany přírody, místní obchody, řemeslníky či podnikatele v cestovním ruchu. Venkovský cestovní ruch jako nástroj pro rozvoj venkova musí být iniciován místní samosprávou. Cílem rozvoje je poskytnout přivýdělek nejen podnikatelům, ale také zlepšit kvalitu života v dané destinaci a zastavit opouštění a vystěhovávání z venkova do městských oblastí (Baum 2011).

Existují dva přístupy k trvale udržitelnému rozvoji. První je založen na vztahu k životnímu prostředí a druhý na ekonomické a sociální problematice. Ekonomickou aktivitu regionu indikuje míra nezaměstnanosti a nabídka pracovních míst, kdy vysoká hodnota nezaměstnanosti značí nízkou aktivitu regionu (Jeziarska-Thole & Biczkowski 2014). Environmentální aktivity často nebývají v souladu s ekonomickým rozvojem. Rozvoj regionu

musí probíhat tak, aby nenarušoval či nepoškozoval stávající životní prostředí. Na kvalitě zděděného přírodního prostředí stojí ekonomický úspěch zemědělství. Prostřednictvím tohoto sektoru, který podporuje prodej zboží a služeb je možné udržovat trvalý příjem a zaměstnanost v regionu (Cooper et al. 2009). Primární činnost je zde v konfliktu s ochranou krajiny a nezbytnými ekonomickými potřebami (Robinson 1990). Zemědělství má v rozvoji venkovské oblasti také sociální a ekonomické přínosy jakými jsou zvyky, kultura a řemeslo, na které jsou místní obyvatelé hrdí (Cooper et al. 2009)

Shrnutí jednotlivých aspektů důležitých pro rozvoj venkova podle Šimkové (2008).

- Udržitelný ekonomický rozvoj – konkurenceschopnost firem, snaha o udržení produktivity, vznik nových pracovních míst.
- Udržitelný sociální rozvoj – vnímání kvality života, dostupnost vzdělání, sociální kontakty, bezpečnost, dostupnost zdravotní péče.
- Udržitelná ochrana životního prostředí – stabilita a podpora biodiverzity.

### **3.6.1. Trvale udržitelný cestovní ruch**

Cestovní ruch, stejně jako jiná odvětví, musí ve svých plánech zahrnout i zásady odpovědnosti k dané lokalitě, místním obyvatelům, přírodě i krajině. Autor Jafari (1987) stanovil několik typů udržitelnosti v cestovním ruchu.

- Ekologická udržitelnost – cestovní ruch v navštíveném místě nesmí způsobovat nevratné změny v ekosystému destinace.
- Ekonomická udržitelnost – je spojena s ekonomickým ziskem z cestovního ruchu. Je potřeba vytvořit dostatečný příjem pro místní komunitu jako kompenzaci za nepříjemnosti spojené s odvětvím. Předpokladem úspěšného ekonomického zisku je vysoká atraktivita destinace a nabídka služeb.
- Sociální udržitelnost – značí vztah místních obyvatel k cestovnímu ruchu v destinaci. Obyvatelé by měli být zapojeni do obchodu, měli by být řádně informováni a měli by s cestovním ruchem v destinaci souhlasit.
- Kulturní udržitelnost – schopnost komunity odolávat změnám, které s sebou přinášejí turisté. Snaha o zachování svých osobitých kulturních rysů a tradic.

Venkovský cestovní ruch je se svými hodnotami vhodnou formou cestovního ruchu, který odpovídá výše stanoveným pravidlům. Udržuje nebo rozvíjí pracovní místa, udržuje nabídku služeb, rozšiřuje nabídku kultury, nabízí rozmanitou krajinu a udržuje venkovská řemesla jako turistickou atrakci (Rátz & Puczko 1998).

### **3.6.2. Faktory podporující rozvoj venkovské destinace**

Mnohé z evropských regionů poskytují zemědělcům atraktivní a biologicky rozmanitou krajinu. Její podobu formovaly historické události a způsoby hospodaření. Můžeme říci, že krajina, jak ji známe dnes, nabízí mnohé možnosti pro rozvoj venkovské turistiky jako možného přivýdělku k zemědělské činnosti.

Ekonomické příležitosti podporující rozvoj jsou závislé na technickém stavu a dostupnosti infrastruktury. Podle Coopera et al. (2009) je dle mnoha průzkumů hlavní motivací pro návštěvu regionu ráz krajiny, udržovaný zemědělskou činností, biodiverzita a

celkově venkovské prostředí s lidovou architekturou. Žádanější je tehdy, pokud se nachází v horských oblastech, v blízkosti přírodních rezervací či památek nebo národních parků. Poptávka po venkovské destinaci přímo souvisí s odpovídající charakteristikou oblasti.

Infrastruktura potřebná pro tvorbu nabídky produktu je podle Cawley a Gillmor (2008) tvořená historickými muzei, naučnými stezkami, vinicemi, pekárny, bazény, sportovišti a dětskými hřišti. Podle autorů ale nemají žádný ekonomický efekt a neovlivňují vnější image regionu, nejsou hlavními cíly návštěvy, pouze přispívají k atraktivitě destinace. Ale z antropologického hlediska mají velkou váhu pro místní obyvatelstvo.

Motivací pro návštěvníka je v první řadě touha cestovat. Dle vlastních nálad, preferencí a potřeb si vybírá oblast rekreace. Motivací k návštěvě venkova může být touha po úniku od ruchu velkoměsta, odpočinek, relaxace v přírodě, dobrodružství, jedinečný zážitek či sociální interakce (Molera a Albaladejo 2007).

Destinace, která má větší dispozice k tomu být konkurenceschopnější, do oblasti přiláká více návštěvníků. Problémem je, že to automaticky neznamená profit místních obyvatel z návštěvnosti. Pokud chce být destinace ekonomicky životaschopná, je potřeba vytvořit turistický profil obsahující požadované produkty a služby dané poptávkou. Podmínkou je tvorba produktu v rámci regionu se souhlasem místních obyvatel. Produkt by měl být přizpůsoben očekávaným standardům návštěvníka (Webster & Ivanov 2014). To je ve shodě s Quendler (2019), dle kterého musí být konkurenceschopnost destinace a její atraktivita přizpůsobena nejen návštěvníkům, ale také místním obyvatelům. Zdroje podporující cestovní ruch musí být využívány efektivně a udržitelným způsobem.

Očekáváním návštěvníka je určitá kvalita. Návštěvník svými požadavky nastavuje parametry kvality. Právě kvalita je určujícím faktorem rozvoje venkovské turistiky a lepšího umístění na trhu cestovního ruchu (Klaus & Maklan 2013)

Ideální rozvoj destinace spočívá v poznání zdrojů a možností, jež může oblast nabídnout. Je třeba zjistit, jaký je trh, jak se chová zákazník, jaký je jeho profil, co je jeho motivací k cestování, jaké má tužby. Získané údaje tvoří marketingový mix destinace (Kastenholz 2004).

Šimková (2008) přidává kvalitu života na venkově jako významný faktor jeho rozvoje. Kvalitu života vnímá každý odlišně dle svých vlastních preferencí. Dle autorky je pro obyvatele zásadní výše příjmu a její podíl pro osobní spotřebu, pracovní příležitost v místě bydliště, dopravní spojení, nabídka sociálních služeb, kulturní a společenské vyžití v obci, bezpečnost v obci a kvalita životního prostředí. Jako plus k životu na venkově přidává klidné bydlení, tiché prostředí, konzumaci domácích potravin, více pohybu a více soukromí oproti městskému prostředí.

### **3.6.3. Gastroturismus jako součást rozvoje venkova**

Vztah mezi cestovním ruchem a gastroturismem, kde se nejčastěji objevuje víno a lokální potraviny charakteristické pro danou zemi či oblast, je na regionální úrovni mimořádně významný. Místo zajišťuje propagaci produktu a naopak. Lokální potraviny a nápoje jsou součástí mechanismů, které jsou vhodné pro ekonomický rozvoj (Ilbery & Kneafsey 2000). Potravinářská a vinařská turistika je zásadní součástí diverzifikace zemědělských činností ve spojitosti s rozvojem venkova (Hall et al. 2000). Produkty vyrobené

farmáři z jejich vypěstovaných surovin či jiných lokálních surovin jsou označovány jako produkty s přidanou hodnotou. Jsou to tradiční výrobky s osvědčenou výrobní metodou, šetrné k životnímu prostředí. Tyto faktory jsou podstatou pro tvorbu ceny produktu. Zisk pak pomáhá k ekonomické životaschopnosti farmy (Cooper et al. 2009).

Potravinová turistika je definována jako exkurze u primárních či sekundárních výrobců potravin. Motivací pro tento druh cestovního ruchu je zážitek z jídla, který je umocněn o vliv okolního prostředí. Do gastroturistiky patří návštěva restaurací, food festivalů nebo jiných specifických míst, kde je možné ochutnat místní kuchyni (Hall & Sharples 2003). Pochutiny bývají spojené se svátky a oslavami. V České republice můžeme zmínit dožínky, masopustní hody, zabijačky či ochutnávky slivovice, vína nebo piva. Pokrm a hlavně způsob stolování je typický pro danou kulturu. Rituály spojené s jídlem jsou základním poznáním kultury národa (Hall & Sharples 2003). S ochutnávkou lokálních produktů je spojen i smyslový zážitek. Turista vnímá vůně a chutě. Zahrnuje také vizuální vnímání, jež utkví v paměti a může být konkurenční výhodou. Čerstvé produkty jsou navíc chápány jako kvalitnější, s lepší chutí a nutričními hodnotami a doplněné o benefit v podobě znalosti původu potravin (Chambers et al. 2007).

Česká centrála cestovního ruchu Czech Tourism, která má za cíl propagaci České republiky v zahraničí, vytvořila projekt s názvem „Ochutnejte Českou republiku“. Vznikl za účelem vrátit do českých restaurací naši kuchyni a podpořit výrobu a prodej regionálních produktů. Podmínkou pro restaurace, které mají zájem připojit se do projektu, je nabízet tradiční české pokrmy jako je svíčková, koprová omáčka, kulajda nebo v jižních Čechách populární kapří hranolky (Jarolímková & Vaníček 2009).

Na závěr můžeme říci, že produkt lze ještě doplnit o certifikaci, která ale pro podnikatele znamená řadu norem a pravidel navíc k dodržování. Výrobky označené různými certifikacemi jsou kontrolovány Státní zemědělskou a potravinářskou inspekcí či Státní veterinární správou.

### **3.6.3.1. Regionální potravina**

Známka Regionální potravina je vydávána Ministerstvem zemědělství České republiky a informace o ní jsou dostupné z internetového portálu [regionalnipotravina.cz](http://regionalnipotravina.cz). Určena je pro nejkvalitnější české zemědělské nebo potravinářské výrobky. Vítězové vychází z krajských soutěží. Cílem soutěže je podpora domácích výrobců lokálních surovin a zpracovatelských produktů. Snahou je motivovat zákazníka ke koupi ověřeného produktu v obchodech, na farmářských trzích nebo přímo u výrobců.

Logo, které udává původ domácí produkce na území daného kraje. Zákazníkovi zaručuje jedinečnost, kvalitu a tradiční recepturu a zároveň výbornou chuť. Zacíleno je na podporu rozvoje regionů a krajů, na podporu zemědělců, producentů nebo prodejců. Podporou jednotlivce a zvýšení jeho příjmů a odbytu může vést k tvorbě nových pracovních míst a rozvoji celého regionu ([www.regionalnipotravina.cz](http://www.regionalnipotravina.cz); accessed October 2022).

### **3.6.3.2. BIO – produkt ekologického zemědělství**

Výrobky pocházejí z ekologického zemědělství a jsou velmi přísně kontrolovány státem. V ekologické produkci je zakázáno používání umělých hnojiv, průmyslových přípravků na ochranu rostlin a nesmí se používat geneticky modifikované organismy. Zvířata

jsou chována ve volném výběhu na pastvě a i jejich krmivo musí být BIO původu. Ekologické zemědělství pečuje o krajinu. Celý proces od prvovýroby po zabalení produktu musí probíhat v režimu BIO ([www.myjsmebio.cz](http://www.myjsmebio.cz); accessed October 2022).

### **3.6.3.3. Šumava – originální produkt**

Tento certifikát přispívá k dobrému jménu regionu a je označením původu. Cílem je zviditelnění regionu Šumava a podpora místních výrobců a provozovatelů služeb. Produkty a služby označené tímto logem mají být zaručeným šumavským suvenýrem. Výrobky musí být šetrné k životnímu prostředí a musí mít vztah k Šumavě. Využívají tradiční technologie a ruční zpracování. K výrobě jsou použity kvalitní lokální suroviny. Každoročně oceňované produkty jsou k dispozici na oficiálních stránkách značky. Příkladem mohou být křišťálová lízátka, marmelády, hovězí maso nebo přírodní šumavská kosmetika ([www.regionalni-znacky.cz](http://www.regionalni-znacky.cz); accessed October 2022).

### **3.6.3.4. Zaručená tradiční specialita**

Označení produktu je založeno na tradičním výrobním postupu, dle receptury, která se dědí z generace na generaci. Není spojeno s lokální produkcí, jeho výroba může probíhat kdekoli na světě. Jedná se o označení Evropské, proto je jeho udělení schvalováno Evropskou komisí. Označený výrobek je následně chráněn před napodobením. v České republice se jedná o výrobky jako Lovecký salám nebo Pražská šunka ([www.akademiekvality.cz](http://www.akademiekvality.cz); accessed October 2022).

### **3.6.3.5. Chráněné označení původu**

Produkty jsou vázány na určitou lokalitu, místo produkce. Jedná se o lokalitu, která je danou produkcí vyhlášená. Celý proces výroby musí být vázán na dané místo. Opět schvaluje Evropská komise. Do toho značení v České republice patří například Pohořelický kapr, Český kmín, nebo Žatecký chmel ([www.akademiekvality.cz](http://www.akademiekvality.cz); accessed October 2022).

### **3.6.3.6. Chráněné zeměpisné označení**

Logem Chráněného zeměpisného označení může být označen výrobek, který je vyráběn v daném regionu a název regionu se promítá i do názvu výrobku. Příkladem mohou být Hořické trubičky, Štramberské uši, Třeboňský kapr, nebo Olomoucké syrečky ([www.akademiekvality.cz](http://www.akademiekvality.cz); accessed October 2022).

## **3.6.4. Geoparky jako podpora trvale udržitelného rozvoje destinace**

Předpokladem pro vznik geoparku je určitá hodnota území. Na prvním místě stojí geologická hodnota doplněná o významné přírodní či kulturní prvky. Finančně náročná je příprava území pro certifikaci. V místě je potřeba nastavit systém jak a kde se návštěvníci mohou pohybovat. Podmínkou je infrastruktura a propagace v souladu s kritérii regionálního udržitelného rozvoje. Důraz se klade na zapojení místních obyvatel do dění v geoparku a samozřejmostí je podpora místních produktů. Projekt geoparku zahrnuje výzkumné aktivity a

monitoring s následným přenosem informací návštěvníkům. Snahou je environmentální osvěta a vzdělávací prohlídky s průvodcem. Cílem je zachování kvality přírodního prostředí, jež by mohlo být z důvodu zpřístupnění lokality turistům ovlivněno, a proto musí být regulováno. Cestovní ruch má největší dopad na neobnovitelné primární přírodní zdroje, jež jsou součástí lokálních ekosystémů, které jsou zranitelné. Míra regulace návštěvníků udává, jaký je tlak na toto prostředí z hlediska znečištění či poškození (Vystoupil & Šauer 2008).

Národní geoparky jsou vyhlášovány a zaznamenávány do Sítě národních geoparků, vedenou Ministerstvem životního prostředí České republiky. Nejmladším vyhlášeným národním geoparkem je Národní geopark Královská Šumava. Leží v západní části centrální Šumavy a Pošumaví. Zahrnuje obce Kašperské Hory, Kvilda, Železná ruda a Čachrov. Návštěvníci se dozvědí o historii jeho vzniku a vlivu ledovcového působení či o zajímavostech z těžby zlata. Vzdělávání probíhá v součinnosti s Národním parkem Šumava a CHKO Šumava ([www.geology.cz/narodnigeoparky](http://www.geology.cz/narodnigeoparky); accessed January 2023).

### **3.6.5. Kladné a záporné efekty venkovské turistiky**

Plusem pro rozvojovou destinaci je podpora zachování venkovského prostředí, protože to je to, co láká turisty do venkovské oblasti. Přispívá k ochraně kulturního dědictví, k ochraně autenticity. Umožňuje místním obyvatelům mít více sociálních kontaktů a poznat jinou kulturu. Hlavní motivací je tvorba nových pracovních příležitostí a ekonomický prospěch všech zúčastněných ve venkovském cestovním ruchu (Webster & Ivanov 2014).

Negativem je, že naopak velké množství turistů může poškozovat místní krajinu, přírodní památky nebo ohrožovat biodiverzitu. Mění životní cyklus obyvatel a může být rizikem pro jejich soukromí. Dochází i k tomu, že za vidinou většího množství turistů se provozovatelé ubytovacích či stravovacích zařízení uchylují k přijímání jiné kultury. Turistické aktivity mohou přispívat k většímu počtu konfliktů mezi místními, turisty a podnikateli. Vyvolání negativního efektu na destinaci omezuje vhodnost cestovního ruchu jako klíče k rozvoji venkova (Webster & Ivanov 2014).

Vystoupil & Šauer (2008) dodávají, že cestovní ruch dává volnost lidem pohybovat se v místech, které pro ně nejsou přirozené prostředí. Toto prostředí bývá nejvíce ohroženo, a proto se na ochranu životního prostředí klade velký důraz. Rozvoj cestovního ruchu v destinaci má největší vliv na životní prostředí právě proto, že je situován v místech, která jsou atraktivní pro turistu a zároveň velmi citlivá na jakékoli změny. Finanční příjem a uspokojení přání návštěvníků bývá politikou místního rozvoje stavěno v žebříčku priorit na vyšší místo, než ochrana přírodních zdrojů a životního prostředí (Andereck et al. 2005). Často ale dochází k vlivům na sociálněkulturní prostředí místních obyvatel, kde může docházet ke kulturním střetům či zvýšenému tlaku turistů na historické objekty, s následnými ekonomickými dopady, neboť obce obtížně hledají peníze na opravy památek či infrastruktury. Vlivem většího počtu návštěvníků může dojít také k inflaci. Nově vzniklá pracovní místa mohou místním přinést finanční příspěvek, ale práce bývají bohužel pouze sezónního charakteru (Vystoupil & Šauer 2008).

Nunvářová a Holešínská (2017) také píše o možném úpadku celé obce ve chvíli, kdy mají občané nedostatek pracovních příležitostí v místě bydliště. Přichází tak o poměrnou část výdělku například za pohonné hmoty a údržbu automobilu, kterým se musí dopravovat do

vzdálenějšího zaměstnání. Zastaralá či chybějící infrastruktura ovlivňuje kvalitu a množství služeb v obci. Nižší kupní síla obyvatelstva a malý příjem financí do rozpočtu obce znamená i omezené investice v obci.

### 3.7. Venkovský cestovní ruch v Evropě

Evropa se vyznačuje mnoha různými typy regionů, kde se také vyvinuly různé formy venkovského cestovního ruchu. Dovolená na farmě je důležitá v mnoha venkovských regionech Německa, Rakouska či Francie, kde je chata s vlastním stravováním hlavním produktem venkovské turistiky. Ve Francii byla také provedena studie, která ukázala, že rozmanitost krajiny je to, co návštěvníky venkovské turistiky přitahuje. Mnohotvárnost krajiny je základem pro cestovní ruch (Lane 2009).

Ve Francii vytvořili naučnou stezku 5. druhů sýrů. Pro návštěvníka je zajímavá tím, že se během ní přiučí, jakým způsobem je sýr vyráběn. V cestě jsou zahrnuty farmy dodávající mléko, kde jsou k vidění pasoucí se hospodářská zvířata. Dále se zde nachází mlékárna, která mléko zpracovává. Součástí jsou ale i malí lokální sýraři. Kupující tak ví, odkud mléko pochází a vidí celý proces výroby (Cooper et al. 2009).

Srovnávací analýza ve východním Německu, ukázala, že jsou zde spolkové země s vysokou úrovní rozvoje. Jednou z nich je například spolková země Braniborsko. Vysoká úroveň rozvoje a stability regionu je charakterizována malými rozdíly v environmentálních, sociálních a ekonomických hodnotách. Tyto regiony s vysokou úrovní rozvoje jsou v blízkém vztahu s většími městskými aglomeracemi. Jako zde, kde se ve středu oblasti nachází hlavní město Německa – Berlín (Jeziarska-Thole & Biczkowski 2014). Venkovské regiony se navíc vyznačují svou rurální identitou. Jsou založené na tradicích spojených s geografickou polohou a jsou závislé na ekonomických a politických faktorech. Dle autorů Barbieri et al. (2017) jsou oblíbenými evropskými venkovskými regiony Jižní Tyrolsko v Itálii, Tyrolsko v Rakousku, Bavorsko a Černý les v Německu. Bavorsko nabízí venkovskou pohostinnost s regionální kuchyní a stezkami protknuté pohoří. Černý les nabízí ukázkou typických venkovských řemesel, historickou architekturu a krásnou hornatou krajinu.

Pokračováním Národního parku Šumava na německé straně hranice je Bavorský les. Cílem jeho vzniku nebyla jen ochrana přírody, ale také vzpruha jednoho z nejzaostalejších krajů v Německu. Ochrana je nastavena bez zásahů člověka, většina prostoru je ponechána samovolnému vývoji. Národní park Bavorský les byl založen roku 1970 a v jeho prostoru se nenachází žádná obec, pouze v jeho okrajích. Stejně jako na české straně park nabízí pro turisty převážně lesnaté území, dále rašeliniště, ledovcové jezero, či rozhledny. Oproti české straně je zde vyšší výskyt vlka nebo medvěda (Valenta 2003).

V Rakousku mají prázdniny na farmě dlouhou tradici a region od regionu vyvíjel se odlišně. Rakousko má široké spektrum regionálních specifik. Hlavní oblastí venkovského cestovního ruchu je západ a jih Rakouska. Vyšší koncentrace farem provozujících agroturistiku se odehrává v blízkosti nejbohatších turistických oblastí alpského regionu (Quendler 2019).

Pohoří Rhön, které se nachází na hranicích německých spolkových republik Hesensko, Bavorsko a Durinsko, se vyznačuje vysokou hodnotou biologické rozmanitosti. Díky vhodnému prostředí, bylo rozhodnuto o návratu plemena vzácné Rhónské ovce, která byla na

pokraji vyhynutí. Díky tomu se v místě podařilo rozšířit populaci tohoto plemene. Zároveň se staly symbolem místní krajiny, turistickou atrakcí a kulinářskou značkou. To vše mělo za následek posílení místního regionu (Cooper et al. 2009).

Další příklad lze nalézt v Německu, kde se spojili farmáři, blízké mlýny a pekárny a vytvořili sdružení, které uvádí na trh obiloviny, mouku a pekařské výrobky bez pesticidů. Pro kupující je to záruka kvalitní regionální potraviny. Výrobci zajišťují odbyt pro další zpracování v provozu, který může takovéto potraviny zpracovávat odděleně. To je důležité například u BIO potravin. Zároveň se všichni v procesu podílí na snižování kontaminace půdy a podzemních vod a podporují biologickou rozmanitost v místě produkce (Cooper et al. 2009). Dle autora mohou být příkladem i regionální spolupráce farmářů, kteří se spojili ve sdružení producentů hovězího masa pasoucích se na extenzivně udržovaných pastvinách. Chrání tak druhově bohaté louky.

Itálie je proslulá mnoha kvalitními a celosvětově známými potravinářskými výrobky. Stejně jako Francie disponuje i výrobou kvalitních vín. Pro turisty byly ve vinařských oblastech vybudovány vinařské stezky či vinné trasy, kde je vyráběno víno s označením původu. To zajišťuje, že se toto víno nemůže vyrábět nikde jinde ve světě. Je proto daleko atraktivnější a označení je také známkou kvality. Turisty do oblasti Toskánska, kde je víno vyráběno láká kvalita a autenticita produktů (Alebaki & Lakovidou 2011).

Maďarsko je zemí, která nemá velké přírodní zajímavosti, nemá moře, vysoké hory ani exotická zvířata. Venkovský cestovní ruch je zde proto důležitý. Turistům může nabídnout atraktivní kulturní krajinu s malými vesničkami. Krajině dominují řeky a jezera, vyhlášené jsou také maďarské termální prameny a lázně. Je ideální zemí pro odpočinek a rekreaci v klidném prostředí (Rátz & Puczko 1998).

### **3.8. Organizace podporující venkovský cestovní ruch**

Organizací podporujících venkovský cestovní ruch a rozvoj venkova je více. Příkladem mohou být – Asociace organizací cestovního ruchu, Asociace soukromého zemědělství či Spolek pro obnovu venkova a jiné. Nicméně ne všechny mají venkovskou turistiku a rozvoj venkova jako hlavní cíl, tak jako je tomu u níže uvedených organizací.

#### **3.8.1. Svaz venkovské turistiky a agroturistiky**

Svaz je dobrovolným sdružením působícím po celé České republice. Sdružuje podnikatele ve venkovské turistice a agroturistice. Spolupracují s organizacemi typu MAS, s organizacemi státní správy nebo s destinačním managementem. Snaží se o rozvoj činnosti prostřednictvím dalšího vzdělávání svých členů v oblasti podnikání v cestovním ruchu. Certifikují služby ubytování v soukromí značkami Dovolena na venkově, Dovolena na statku, Zázitky na venkově, Zázitky v regionech. Další značkou jsou Prázdniny na venkově, kde jsou kategorizovány zařízení poskytující služeb agroturistiky.

Pro propagaci venkovské turistiky se sdružení chystá vytvořit nový webový portál, kde by bylo možno zakoupit ubytování i zážitek. Další připravovanou novinkou je pro certifikované venkovské ubytovací zařízení propagace na nejnavštěvovanějším turisticko-cestovatelském portálu Kudyznudy.cz, který je zřízen agenturou CzechTourism.



Organizace vytvořila vlastní Strategický plán rozvoje venkovského cestovního ruchu v ČR pro období 2018-2025. Podle svazu zatím nedošlo k využití plného potenciálu venkovského cestovního ruchu, proto se rozhodly vytvořit dokument, který má podpořit jeho rozvoj. Součástí jsou také názvosloví a pojmy spojené s venkovem. Zdůrazňují také to, že tato část cestovního ruchu není nijak statisticky zaznamenávána, což má za následek nevědomost o dění v sektoru a problém dalšího plánování rozvoje. Strategický dokument byl sepsán s finanční podporou Ministerstva pro místní rozvoj ([www.svazvta.cz](http://www.svazvta.cz); accessed November 2022).

### **3.8.1.1. Strategie rozvoje venkovského cestovního ruchu (2018–2025)**

Dokument popisuje, co je venkovský cestovní ruch, jak se vyvíjel u nás a jak v zahraničí. Definuje jednotlivé pojmy venkovské turistiky a charakterizuje zákazníka, pomáhá vymezit faktory pro vývoj destinace. Má nastavené priority, které by měly pomoci rozvoji a stabilizaci turismu na venkově.

Cílem je, aby se pro podnikatelský sektor vytvořily takové podmínky, které by pomohly vytvořit kvalitní, originální a konkurenceschopné produkty venkovského cestovního ruchu. Úkolem zážitkových produktů je zvýšení návštěvnosti, a to především mimo hlavní letní sezónu. Kvalitní nabízené produkty, balíčky služeb a celkový dojem destinace by měly zákazníka přimět prodloužit si pobyt. Posledním cílem organizace je management na národní úrovni, snaha o zapojení více státních organizací do dění na venkově ([www.svazvta.cz](http://www.svazvta.cz); accessed December 2022).

### **3.8.2. Celostátní síť pro venkov**

Vznik organizace se datuje k roku 2008, založena byla Ministerstvem zemědělství za účelem propagace Programu rozvoje venkova. Aktuální činností je pořádání workshopů, exkurzí, společenských setkání místních akčních skupin a informačních akcí za účelem šíření dobré praxe v zemědělství, jedná se o ukázky a prezentace úspěšných a dobře prosperujících podniků. Firmy se aktivně zapojují do činností spojených s rozvojem venkova a zemědělství za finanční podpory z Programu rozvoje venkova ([www.szif.cz](http://www.szif.cz); accessed November 2022).

## **3.9. Finanční podpora ve venkovské turistice**

### **3.9.1. Státní zemědělský a intervenční fond (SZIF)**

Organizace podporující oblast zemědělství prostřednictvím finanční podpory z fondů Evropské Unie a národních dotací. Zřízena je Ministerstvem zemědělství. Dotace jsou vypláceny v rámci Společné zemědělské politiky z Evropského zemědělského záručního fondu (EAGF), z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EAFRD), ze kterého je vydáváno na potřeby pro Program rozvoje venkova. Dále je zapojena také Společná rybářská politika, kde je čerpáno z Evropského námořního a rybářského fondu (ENRF). SZIF poskytuje přímé platby, které jsou vypláceny za hektar obhospodařované půdy, jako základní dotaci pro zemědělce. Mezi další podpory patří dotace z Programu rozvoje venkova na období 2014–2020 (+ přechodné období). Ty se zaměřují na typ hospodaření, zpracování

zemědělských komodit, dobré životní podmínky zvířat a konkurenceschopnost. Největší podíl mají dotace zaměřené na ochranu životního prostředí, kdy je podporováno správné hospodaření s půdou dle nastavených pravidel, ale patří sem i modernizace podniků (www.szif.cz; accessed November 2022).

Pro zemědělce, který má zájem diverzifikovat své činnosti, je připraveno opatření M06 Rozvoj zemědělských podniků a podnikatelské činnosti z **Programu rozvoje venkova 2014–2020 + přechodné období**:

**„Investice do nezemědělských činností (6.4.1)“** – vytváření nových pracovních míst, podpora výroby potravinářský výrobků, nápojů, textilu, papíru, výroba ze dřeva, kovu nebo skla. Příspěvek je určen na nákup potřebného vybavení nebo na podporu výzkumu ve zvoleném odvětví.

**„Podpora agroturistiky (6.4.2)“** – pomoc pro rozšíření využití farem v cestovním ruchu a k tvorbě nových pracovních míst.

### **Strategický plán Společné zemědělské politiky na období 2023–2027**

#### **„Investice do nezemědělských činností (45.73)“**

Specifickým cílem tohoto opatření je podpora růstu zaměstnanosti, genderová vyrovnanost a vyšší zapojení žen do oboru zemědělství, podpora BIO hospodářství a udržitelného obhospodařování lesů. Opatření má vysokou prioritu ve strategickém plánu.

Podporovány budou nové stavební a technologické investice, nepotravinářské projekty jako je obnova řemeslné činnosti, zpracování dřeva nebo agroturistika. Čerpání podpory umožní vznik nových pracovních míst, zajistí rozvoj služeb na venkově a posílí ekonomický potenciál regionu a tím podpoří stabilizaci venkovské oblasti. Přednostně budou podporovány ekonomické aktivity a projekty, které budou myslet na životní prostředí a jejich vznik bude využívat například brownfields (Strategický plán Společné zemědělské politiky na období 2023–2027, 2022).

#### **3.9.2. Integrovaný regionální operační program (IROP)**

Tento program je podporován z Evropského fondu pro regionální rozvoj (EFRR). Aktuální obdobím pro podání žádostí o dotaci je rok 2021–2027. Organizace je spravována Ministerstvem pro místní rozvoj (MMR). Podporována jsou dvě hlavní témata, kterými jsou regenerace veřejných prostranství obcí a měst a druhou je veřejná infrastruktura pro cestovní ruch. Jako dílčí bod podpory je komunitně vedený místní rozvoj (CLLD) představovaný místními akčními skupinami (MAS). Příspěvky jsou dle MMR (2022) možné čerpat z oblastí:

**Kultura dědictví a cestovní ruch** – z evropského fondu je pro danou oblast vymezen rozpočet 8,8 miliardy korun. Žádat lze na projekty naučných stezek, na odstavná parkoviště či odpočívadla, na budování turistických center a turistických tras, případně na jejich renovaci.

**CLLD – komunitně vedený místní rozvoj** – specifický cíl, na který je vyhrazeno 8 miliard korun. Snahou je posílení venkovských oblastí, zabránění odlivu obyvatelstva, dostupnost služeb a modernizace infrastruktury.

### **3.9.3. INTERREG – příhraniční spolupráce mezi Bavarskem a ČR**

Program, který je financovaný z Evropského fondu pro regionální rozvoj (EFRD), kde je na podporu vymezeno až 99 mil. €. Podporuje spolupráci mezi německými vládními obvody Oberfranken, Oberpfalz, Niederbayern a kraji Karlovarským, Plzeňským a Jihočeským v ČR. Přispívá k odstranění bariér, k vzájemnému porozumění a propojení obyvatel za účelem vyšší kvality života. Priority programu se týkají výzkumu, životního prostředí změně klimatu, vzdělání, kultury a udržitelného cestovního ruchu. Prioritou je také lepší spolupráce státní správy a institucí, které jsou omezeny právními, administrativními a sociokulturními překážkami ([www.by-cz.eu](http://www.by-cz.eu); accessed December 2022).

Cestovní ruch se často objevuje jako strategie v příhraničních plánech rozvoje. Může fungovat jako pomoc při překonávání bariér souvisejících s hranicemi státu, které jinak brzdí spolupráci. Evropská unie stále více klade důraz na tuto spolupráci, podporuje jednotný hospodářský trh, zlepšení konkurenceschopnosti a podporu sociální soudržnosti. Mezihraniční bariéry mohou patřit jazykové rozdíly, ochota jednotlivých stran spolupracovat a ve hře mohou být i mezikulturní předsudky. Snahu o propojení regionů, podkopává fakt, že mezi Německem a Českou republikou jsou značné ekonomické rozdíly. Odlišnosti mezi zeměmi mohou naopak vést k poklesu návštěvnosti, neboť ekonomicky vyspělejší sousední zemi Česká republika nemůže konkurovat ([www.by-cz.eu](http://www.by-cz.eu); accessed December 2022).

### **3.10. CLLD – komunitně vedený místní rozvoj**

Program Leader – podpora místního rozvoje vznikl v roce 1991. Cílí na znevýhodněné a rozvojové venkovské oblasti. Metoda Leader je založena na principu zdola-nahoru, což znamená, že veškeré náměty a připomínky k rozvoji venkova pochází od místních obyvatel žijících v daném území. Očekává se, že sami občané budou aktivní a budou přicházet s různými nápady. V programu na roky 2014–2020 byl přejmenován kvůli přesnějšímu určení činnosti na komunitně vedený místní rozvoj (CLLD). Dotační tituly jsou prováděny prostřednictvím Evropského fondu pro regionální rozvoj (EFRD) a jsou součástí dotačního Programu rozvoj venkova. Náplní CLLD je rozhodování na místní úrovni prostřednictvím místních akčních skupin (MAS). Ty jsou složeny z místní samosprávy, občanské společnosti a místních podniků (Pollermann et al. 2020). Spolupráce místních aktérů zabezpečuje propojení znalostí mezi různými typy profesí. Díky jejich znalostem, lze adekvátně reagovat na regionální problémy územního rozvoje (Navarro et al. 2018). Podle Pollermann et al. (2020) jsou řešení na místní úrovni srozumitelnější a účelnější. MAS vyhláší jednotlivé výzvy, do kterých se mohou žadatelé přihlásit. Žádosti také schvalují a na financování projektů mají vymezený rozpočet. Finanční podpora je nabízena v několika oblastech, jako je zemědělství, infrastruktura obcí, vzdělávání, v programu chytrý venkov, sociální prostředí, životní prostředí a energetika. Například ve funkčním období 2014–2020 bylo podpořeno v oblasti zemědělství 5 000 projektů pro drobné podnikatele ([www.nsmas.cz](http://www.nsmas.cz); accessed October 2022).

### **3.10.1. Národní síť místních akčních skupin**

Jedná se o spolek sdružující jednotlivé MAS ve všech krajích České republiky, ne všichni ovšem musejí být členy. V Jihočeském kraji aktuálně funguje 16 a v Plzeňském kraji je v provozu 9 MAS. MAS spolupracují s dalšími aktéry ve prospěch rozvoje venkova. Jejich cílem je také školení, přednášky a další vzdělávání či organizace a účast na společenských a kulturních akcích venkova. Snahou je zkvalitňování života na venkově a zlepšování životního prostředí. Úkolem také je aktivní získávání finančních prostředků a přerozdělování prostřednictvím dotací ([www.nsmas.cz](http://www.nsmas.cz); accessed October 2022).

### **3.11. Koncepce rozvoje venkova do roku 2027**

Jedná se o strategický dokument, který byl vytvořen Ministerstvem pro místní rozvoj ČR (2019). Jeho účelem je nastavení priorit pro splnění vize, jak má venkov vypadat v roce 2027 v případě, že budou všechny cíle naplněny. Jednotlivé nedostatky a potřeby venkova jsou řešeny podle stanovených strategických cílů, jež jsou konkretizovány cíly specifickými. Dokument obsahuje 4 strategické plány doplněné o jeden průřezový cíl, ve kterém se jedná o rozvoj digitalizace a vzniku takzvaného chytrého venkova. Hlavními cíli jsou nazvány dle jednotlivých problémů, které je na venkově potřeba řešit – Lidé, Sídla, Ekonomika a Životní prostředí.

V sekci Lidé se jedná hlavně o dostupnost vzdělání v blízkosti bydliště a o dostupnost zdravotních a sociálních služeb. Obcím je doporučováno zřídit dostupné bydlení pro mladé rodiny s dětmi. Důležitým faktorem je také udržovat místní tradice, zvyky, řemesla a zachovat kulturní akce vedoucí ke stmelování místní komunity, kde je možnost využití programu LEADER.

V plánu pro venkovská sídla je nezbytností pro další rozvoj obce budování nové a rekonstrukce staré infrastruktury. Spojena je s dostupností veřejné dopravy, digitalizací a opravou budov či památek. V plánu je zahrnuta také volnočasová aktivita – parky, hřiště a bezbariérová prostranství.

Ekonomický úsek tvoří navyšování produktivity malých rodinných podniků a snaha o větší zapojení žen do podnikání. Hlavní je podpora lokální produkce. Nezbytným prvkem pro fungování všech stanovených cílů je koordinace a zlepšení spolupráce všech aktérů a zvýšení aktivity místních občanů. Zapojení se do komunitně vedeného místního rozvoje – MAS. Do ekonomického úseku se řadí i cestovní ruch, kde se jedná zejména o rozvoj trvale udržitelného cestovního ruchu, který je nejčastěji spojován s ekologickým zemědělstvím.

Posledním strategickým plánem je životní prostředí, kde je nejvíce dílčích cílů. Jedná se o činnost obcí – likvidace skládek, rekultivace, výsadba zeleně, výstavba ČOV a další. Je zde zmíněn i sektor zemědělství a změna hospodaření s půdou – dodávání organických živin, snižování utužení půdy, zamezení erozi půdy, péče o významné krajinné prvky. V oboru lesnictví – se dokument zaměřuje na zmírnění důsledků sucha, kůrovcové kalamity, zvyšování ekologické stability.

### 3.12. Shrnutí nejdůležitějších faktů z literární rešerše

Odvětví cestovního ruchu přináší do ekonomiky nemalé peníze. Strategické dokumenty, které se váží k tomu tématu, mají jasný cíl přilákat do České republiky co nejvíce zahraničních turistů. Soustředí se především na hlavní město Praha a nejnavštěvovanější města Kutná Hora a Český Krumlov. Snahou je přilákat takového návštěvníka, který se zde musí ubytovat a využít co nejvíce služeb a koupit co nejvíce dárkových předmětů. Zaměřují se především na masový cestovní ruch přinášející nejvíce finančních prostředků.

Venkovská turistika je pravý opak, turisté mohou zajímavou lokalitou pouze projít, využít nějakou z místních atraktivit a pro návštěvníky je zcela zdarma. Venkovská turistika je forma levnější varianty dovolené strávené v přírodě, mimo davy lidí masového turismu. Cílí na tuzemské cestovatele, především na rodiny s dětmi, dětské tábory, školní výlety nebo seniory. Ubytování je v soukromí, v kempech, chatách či penzionech. Typické je pro venkovskou turistiku nízká návštěvnost a sezónní charakter. Většina služeb v dané obci jako je parkování či vstupné se vybírá právě jen v hlavní letní sezóně, kdy je dostatek návštěvníků a osoba pověřená výběrem je schopna si přivydělat.

Agroturistika je doménou rodinných farem, kde jsou jednotliví rodinní příslušníci schopni rozložit práce na farmě a v ubytovacím zařízení. Poskytují návštěvníkům jedinečný zážitek jako je péče o hospodářská zvířata, jízda traktorem či pomocné práce při žních. Spojována je především s podniky zaměřenými na ekologické zemědělství. Souzní se současným trendem zdravého životního stylu a poptávce po kvalitních a nutričně hodnotných potravinách. Venkovská turistika i agroturistika či jiné odnože napomáhají odbytu místní produkce surovin, domácích potravin a jiných rukodělně řemeslných výrobků. Benefitem nejen pro návštěvníka je poznání místní kultury, zvyků, řemesel či místní kuchyně.

Účastníci venkovské turistiky očekávají klidné venkovské prostředí s kvalitními službami v menším rozsahu nabídky. Největším lákadlem je okolní nedotčená rozmanitá krajina s nabídkou mnoha přírodních atraktivit. Největší potenciál k dalšímu rozvoji mají destinace v klidné krajině národních parků, chráněných krajinných oblastí v blízkosti města, zimních středisek, bazénů či sportovišť s rozvinutější infrastrukturou. Budování infrastruktury pro turisty musí být v souladu s ochranou přírody a krajiny v závislosti na požadavcích místních obyvatel, kteří jsou turismem dotčeni. Rozmanitost krajiny a nabídka cyklostezek, turistických tras, dětských center, odpočívadel, výběhů se zvířaty a jiných atrakcí je hlavním lákadlem návštěvníků šetrného cestovního ruchu.

V Evropě probíhají větší projekty v rámci udržitelného cestovního ruchu. Místní obyvatelé jsou více aktivní. Obecně mají větší příjem finanční pomoci v rámci přerozdělování prostředků z Evropské unie. Země jako Francie či Německo jsou nejbohatšími zeměmi v EU a jsou hojně navštěvované, proslulé jsou i venkovské regiony na rozdíl od České republiky, kde se zahraniční turisté zaměřují především na hlavní město Prahu. Přesto, že se předpokládá vzestup této formy cestovního ruchu, která je aktuálním trendem, nebude nikdy tak úspěšná jako v zahraničí. Bez finanční podpory od organizací zaštiťující venkovský cestovní ruch by se podnikatelé jen těžko obešli. Navíc venkovský cestovní ruch není nijak zaznamenáván či statisticky hodnocen, proto je další plánování či rozvoj odkázán na jednotlivé provozovatele a další aktéry zapojené v dění v daném regionu.

## 4 Metodika

### 4.1. Metody výzkumu

Druhá část diplomové práce byla zaměřena na výzkum a charakteristiku lokality.

Turistický region byl vybrán, protože je to jeden z regionů s nejnižší hustotou obyvatelstva, což odpovídá definici venkovských oblastí. Je převážně lesnatým územím protknutým mnoha zajímavými a ekologicky cennými místy a díky převaze jehličnatých porostů je zelený i v zimním období. Dalším důvodem je, že se zde nachází Národní park Šumava, CHKO Šumava, Biosférická rezervace Šumava a Národní geopark Královská Šumava, což splňuje hlavní podmínky turistů na vzhled a zajímavost krajiny. Zemědělství zde funguje s prvky ochrany přírody. Je zde hojně rozšířené ekologické zemědělství. A typické je pro tento region množství volně pasených hospodářských zvířat, které přidává zdejší malebné krajině na venkovském charakteru. Region byl geograficky vymezen a blíže byla nastíněna jeho charakteristika. Popis oblasti byl orientován především na turisticky zajímavá místa, která by mohla tvořit vhodné podmínky pro rozvoj cestovního ruchu v regionu.

Na základě stanovených hypotéz byl vytvořen dotazník pro kvantitativní výzkum. Dotazníkové šetření probíhalo od poloviny listopadu roku 2022 do konce ledna roku 2023. Distribuce a získávání odpovědí probíhalo elektronickou formou dotazníku prostřednictvím portálu Survio ([www.survio.com](http://www.survio.com)), který je určený pro tvorbu dotazníků a anket. Online dotazování je rychlou formou tvorby dotazníku a sběru dat. Šetří čas i finanční náklady na tisk a distribuci dotazníků.

Zhotovený dotazník měl 24 otázek a začínal úvodem a představením problematiky, kterou se zabývá. V první části se otázky věnovaly tématu venkovské turistiky a druhá část soužila k identifikaci respondentů. Jedna otázka byla otevřená, kde dotazovaní uváděli vlastní odpověď, jedna otázka byla polootevřená s připravenými odpověďmi a jednou vlastní odpovědí. Zbylá většina – 22 otázek, byly otázky uzavřené. Ve výzkumu jsem se chtěla vyvarovat zavádějícím či jinak zaměřeným odpovědím, proto jsem zvolila větší počet uzavřených odpovědí. Dotazník byl anonymní a cílen byl především na respondenty, kteří již využili služeb ubytovacích zařízení na venkově, anebo navštívili nějakou z místních farem. Dotazník nebyl vyhrazen pro určitou věkovou strukturu, pohlaví či vzdělání. Dotazování bylo strukturováno tak, aby respondenti, kteří daný region nenavštívili, nemohli odpovídat na otázky týkající se spokojenosti. Doba trvání vyplnění dotazníku byla přibližně 2–5 minut.

V úvodu dotazníku byli účastníci dotazníkového šetření krátce seznámeni s cílem šetření. Distribuce dotazníku proběhla prostřednictvím emailu a sociálních stránek zaměřených na cestování po České republice. Osloveny byly také dva penziony v turistickém regionu Šumava, které vlastní certifikaci „Dovolená na venkově“ a „Ubytování v soukromí“ udělenou Svazem venkovské turistiky a agroturistiky z.s. Zde proběhlo zveřejnění dotazníku na oficiálních stránkách na sociálních sítích, kde jsou sdružováni bývalí návštěvníci a příznivci těchto ubytovacích zařízení.

Následuje část věnovaná analýze a výsledkům získaných dat. K vyhodnocení bylo přijato celkem 139 dotazníků, 46 respondentů vyplnění dotazníku nedokončilo, proto byly

vyřazeny. Celkem se tedy průzkumu účastnilo 185 respondentů. Roztříděné a správně vyplněné dotazníky byly graficky vyhodnoceny a následně slovně popsány jejich výsledky.

Ze získaných výsledků vlastního dotazníkové šetření a z dostupných údajů z literární rešerše byla stanovena SWOT analýza, jež zhodnocuje příležitosti, hrozby a silné a slabé stránky regionu a posuzuje kvalitu nabízených služeb ubytovacími zařízeními.

V závěru kapitoly byly určeny návrhy na možné zlepšení rozvoje regionu prostřednictvím venkovské turistiky.

#### **4.1.1. Dotazník – Hodnocení venkovské turistiky v regionu Šumava**

##### Hodnocení venkovské turistiky v regionu Šumava

Vážené respondentky, vážení respondenti,  
prosím věnujte několik minut svého času vyplněním následujícího dotazníku. Dotazník je zcela anonymní a bude využit pro výzkum v oblasti venkovské turistiky ve vybraném regionu. Cílem je zjistit, jaký je zájem o turistický region Šumava a jaká je spokojenost návštěvníků s ubytovacím zařízením. Výsledky budou publikovány v Diplomové práci s názvem Faktory rozvoje venkovské turistiky a agroturistiky v regionu Šumava.

Děkuji za spolupráci.

Studentka České zemědělské univerzity v Praze, Fakulta agrobiologie, potravinových a přírodních zdrojů

- 1) Znáte turistický region Šumava (Klatovy, Kašperské hory, Prachatice, Český Krumlov)?  
*Vyberte jednu odpověď.*
  - a) ano, jsem pravidelný návštěvník
  - b) ano, jednou jsem tu byl/a (*pokračuje otázkou č. 2*)
  - c) ne (*pokračuje otázkou č. 5*)
  
- 2) Kde jste hledali bližší informace o regionu?  
*Vyberte jednu odpověď.*
  - a) tento region navštěvuji již dlouho a znám ho
  - b) od známých / přátel
  - c) z internetu (vyhledavače – Czech tourism, Kudy z nudy a jiné)
  - d) ze sociálních sítí
  - e) z televize
  - f) z propagačních materiálů (letáky, turistické časopisy, infocentra...)
  
- 3) Uvažujete o opakované návštěvě toho regionu?  
*Vyberte jednu odpověď.*
  - a) ano
  - b) ne
  - c) nevím

- 4) Strávili jste někdy dovolenou na venkově v regionu Šumava?  
*Vyberte jednu odpověď.*
- a) ano (*přeskakuje otázku č. 5*)
  - b) ne
- 5) Z jakého důvodu jste Šumavský region nenavštívili? (*bez ohledu na odpověď pokračuje otázkou č. 17*)  
*Vyberte jednu odpověď.*
- a) nenachází se zde pro mne nic zajímavého
  - b) nedostatek finančních prostředků
  - c) příliš daleko od bydliště
  - d) nerad/a cestuji
- 6) Jaký byl motiv Vašeho pobytu na venkově?  
*Vyberte jednu nebo více odpovědí.*
- a) aktivní relaxace – sportovní aktivity (pěší turistika, cykloturistika, vodní sporty, jízda na koních, horolezectví a jiné)
  - b) pasivní odpočinek – ochutnávka lokálních potravin, relaxace v přírodě, nákupy, lázně)
  - c) cesty za poznáním – přírodní, kulturní, technické, církevní památky
  - d) účast na společenské, sportovní akci – svatba, pracovní setkání, festival, jarmark, závod, soutěž)
- 7) Co konkrétního bylo Vaším cílem?  
*Vyberte jednu nebo více odpovědí.*
- a) odpočinek od města, relaxace v přírodě
  - b) návštěva místní farmy – exkurze
  - c) práce na farmě – sběr, sadba ...
  - d) jízda na koni
  - e) péče o jiná hospodářská zvířata
  - f) řemeslná práce
  - g) výroba domácích potravin
  - h) ochutnávka regionálních potravin či výrobků
  - i) návštěva příbuzných či přátel
  - j) památky (hrady, zámky, technické památky církevní stavby atd.)
  - k) příroda a přírodní útvary
  - l) rozhledny a vyhlídky
  - m) galerie, muzea
  - n) zimní sport – lyžování atd.
  - o) vodní sport, koupání
  - p) jiné sporty (horolezectví, golf ...)
  - q) myslivost, rybaření
  - r) sběr lesních plodů
  - s) kulturní, společenské či sportovní akce



- t) léčebná procedura (masáže, solná jeskyně ...)
- 8) Jaký typ ubytování jste při pobytu na venkově zvolili?  
*Vyberte jednu odpověď.*
- a) ubytování v soukromí (kemp, chata, apartmán)
  - b) penzion
  - c) hotel
  - d) u známých a přátel
  - e) žádné
- 9) Jaká byla délka Vašeho pobytu?  
*Vyberte jednu odpověď.*
- a) jedna noc
  - b) víkend (od pátku do neděle)
  - c) 2 až 6 nocí
  - d) 6 až 13 nocí
  - e) déle než 13 nocí
  - f) jednodenní výlet (bez noclehu) *(pokračuje otázkou č. 17)*
- 10) Jaký typ stravování jste si vybrali?  
*Vyberte jednu odpověď.*
- a) vlastní
  - b) snídaně
  - c) polopenze
  - d) plná penze
- 11) Jak jste pobyt objednávali?  
*Vyberte jednu odpověď.*
- a) přes rezervační systém (Trip advisor, Trivago, Booking ...)
  - b) přes internetové stránky provozovatele ubytování
  - c) přes Facebook či jinou sociální síť
  - d) telefonicky, emailem
  - e) osobně na recepci – spontánní rozhodnutí v den výletu
  - f) přes cestovní kancelář / cestovní agenturu
- 12) Uveďte město/obec ve kterém jste byli ubytováni.  
*(Příklad – Kašperské Hory, Kvilda)*
- .....
- 13) Byla pro Vás v daném ubytovacím zařízení dostatečná nabídka služeb?  
*Vyberte jednu odpověď.*
- a) ano
  - b) ne

14) Jaké hodnocení byste udělili ubytovacímu zařízení v dané lokalitě?

(5\* – výborné, 1\* – nedostatečné)

- a) \*
- b) \*\*
- c) \*\*\*
- d) \*\*\*\*
- e) \*\*\*\*\*

15) Jaké rozšíření služeb byste navrhli s ohledem na typ ubytování, které jste navštívili?

*Vyberte jednu odpověď.*

- a) půjčovnu kol, lyží
- b) vyjížďky kočárem
- c) řemeslné ukázky
- d) bazén
- e) posilovna
- f) dětské hřiště
- g) hlídání dětí
- h) sauna, vířivka
- i) potravinový automat
- j) jiné

16) Doporučili byste pobyt na venkově svým přátelům a známým?

*Vyberte jednu odpověď.*

- a) ano, venkov jsme si oblíbili
- b) ne, svůj volný čas trávíme raději ve městě

17) Co považujete při výběru dovolené pro sebe za nejdůležitější?

*Vyberte jednu, maximálně dvě odpovědi.*

- a) cena
- b) nabídka a kvalita ubytování
- c) nabídka a kvalita stravování
- d) nabídka služeb (půjčovna sportovního vybavení, internet, možnost cestovat s domácím mazlíčkem...)
- e) lokalita (bezpečnost, čistota, atraktivita v okolí)
- f) dopravní dostupnost (autobusové a vlakové spoje, parkoviště)
- g) recenze

18) Jakou preferujete sezónu?

*Vyberte jednu odpověď.*

- a) léto
- b) zima
- c) celoročně

19) Jaký kraj pro dovolenou v ČR preferujete nejvíce?

*Vyberte jednu odpověď.*

- a) Praha
- b) Středočeský kraj
- c) Jihočeský kraj
- d) Plzeňský kraj
- e) Karlovarský kraj
- f) Ústecký kraj
- g) Liberecký kraj
- h) Královéhradecký kraj
- i) Pardubický kraj
- j) Kraj Vysočina
- k) Jihomoravský kraj
- l) Zlínský kraj
- a) Olomoucký kraj
- b) Moravskoslezský kraj
- c) jezdím raději mimo ČR

20) Kolik je Vám let?

*Vyberte jednu odpověď.*

- a) 0–20
- b) 20–40
- c) 40–60
- d) 60 a více

21) Jsem

*Vyberte jednu odpověď.*

- a) žena
- b) muž

22) Jaké máte vzdělání?

*Vyberte jednu odpověď.*

- a) bez maturity
- b) s maturitou
- c) vysokoškolské

23) Věková struktura – označte skupinu, do které patříte.

*Vyberte jednu odpověď.*

- a) sportovní skupina
- b) rodina s dětmi
- c) děti s pedagogickým dozorem (výlet, tábor)
- d) mladí lidé bez dětí
- e) senioři

24) V jakém kraji trvale pobýváte?

*Vyberte jednu odpověď.*

- a) Praha

- b) Středočeský kraj
- c) Jihočeský kraj
- d) Plzeňský kraj
- e) Karlovarský kraj
- f) Ústecký kraj
- g) Liberecký kraj
- h) Královéhradecký kraj
- i) Pardubický kraj
- j) Kraj Vysočina
- k) Jihomoravský kraj
- l) Zlínský kraj
- d) Olomoucký kraj
- e) Moravskoslezský kraj

## 4.2. Charakteristika turistické oblasti Šumava

Turistický region Šumava se rozprostírá od jihozápadu k jihovýchodu, podél jižní státní hranice České republiky (viz Obr. 1). Jihozápadní část a střední část sousedí s Německou spolkovou republikou, kam horský útvar Šumava pokračuje. Bavorská část národního parku zaujímá menší plochu pohoří. Jihovýchodní část Šumavy leží na hranici s Rakouskem. Česká část území se rozkládá v obvodu dvou krajů Plzeňského a Jihočeského kraje (Dickie et al. 2014). Šumava je známa jako zelená střecha Evropy a je protkána mnohými ekologicky významnými místy, včetně těch, která jsou ponechána přirozené sekundární sukcesy. Jedná se o nejrozsáhlejší lesní komplex ve střední Evropě (Křenová & Kiener 2012). Region je bohatý na turistické a cykloturistické cesty a stezky, množství letních i zimních rekreačních aktivit. Oblast je svým charakterem vhodná pro pozorování volně žijící zvěře i hospodářských pasoucích se zvířat. Šumava je také zajímavá tím, že byla dlouho nepřístupným prostorem pro veřejnost. Důvodem byla její poloha v blízkosti hranice. Kvůli vylidnění zanikly i některá sídla a zemědělské polnosti zůstaly neudržované. Část území je uzavřena i dnes, ale ne kvůli politickým důvodům, ale kvůli ochraně přírody, nebo kvůli vojenským účelům (Breuer et al. 2010).



Obr. 1 – Mapa ČR s vyznačením turistického regionu Šumava (zdroj: <https://geoportal.gov.cz/php/print/#H4|Mapa>)

### **4.3. Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti Šumava**

Hodnocení oblasti, zda je vhodná pro cestovní ruch je možno provést z několika pohledů. Jedná se například o demografické faktory, ekonomické rysy, přírodní, kulturní a veřejné služby. Do hodnocení by se měli zahrnovat dle Šimkové (2007) i rizikové vlastnosti oblasti. Potřeba je zanalyzovat současný stav, atraktivitu, velikost regionu, kulturní bohatství, místní obyvatelstvo a dostupnost pracovních sil.

V turistické oblasti Šumava má 35 % venkovského území vhodné předpoklady pro venkovskou turistiku, 29 % území je vhodné průměrně, 10 % má minimální předpoklady, 9 % představuje urbanizované území a 17 % území zabírají hory. Mezi nejméně atraktivní místa pro rekreaci patří nížiny a intenzivně využívaná krajina zemědělstvím. Největší potenciál pro cestovní ruch, jak již bylo zmíněno, mají horské oblasti. Horské oblasti zaujímají ve venkovské krajině Šumavy 75 %. Hlavními turistickými centry jsou na západě Železná Ruda, Prachatice, Modrava či Kvilda, východním směrem je centrem dění Lipenská přehrada a jedno z nejoblíbenějších turistických měst Český Krumlov (Vystoupil et al. 2017).

Jihočeský a Plzeňský kraj na sebe plynule navazují a mají výhodnou příhraniční polohu s turisticky silnými zeměmi Německo a Rakousko. Aktivity spojené s venkovskou turistikou jsou hipoturistika, agroturistika, ekoturistika, cyklistika a jiné. Nejvhodnější pro zmíněné aktivity jsou právě tyto dva kraje, kde se nachází i větší množství vesnických památkových rezervací a zón. Venkovská turistika se dá vykonávat během celého roku, ale jsou střediska, která se zaměřují jen na letní nebo zimní sezónu. Oblast Šumavy je vhodná pro zimní rekreaci, která je spojena se sjezdovým lyžováním, které je náročné na turistickou infrastrukturu, vybavení areálů a není v souladu s ochranou přírody. Typickými sjezdovými areály jsou Lipno nebo Zadov. Vhodnější a šetrnější variantou je běžkaření, pro které je ale potřeba dostatečná sněhová vrstva. V letních měsících se na Šumavě dá provozovat vodácká turistika, pro kterou je typická v jižních Čechách řeka Vltava. Ke koupání a pro jiné sportovní aktivity jsou pak vhodné umělé vodní nádrže, jejímž příkladem může být Lipno, nebo rybník Křišťanovice (Vystoupil et al. 2007).

#### **4.3.1. Společenské předpoklady**

Přírodní scéna doplňuje kulturní a historické památky jakou je například město Český Krumlov zapsané na listu světového kulturního dědictví UNESCO. Zde je k vidění zámek, hrad a klášter Český Krumlov. Za zmínku stojí také památková rezervace Prachatice, hrad Helfenburg nebo vesnická památková rezervace Dobruška. Významný podíl na návštěvnosti má hrad Kašperk nebo zámek Kratochvíle. Šumava je protkána mnoha vrcholy, a proto nesmí chybět rozhledny jako Klet' nebo Churáňov (Vystoupil et al. 2007).

##### **4.3.1.1. Nejnavštěvovanější atraktivita Šumavy**

Mezi nejvíce navštěvované okresy patří Lipensko, Krumlovsko, Prácheňsko, Železnorudsko či Klatovsko. Zájem je především o muzea, hrady, zámky, technické památky, sakrální stavby, věže a rozhledny. Pokud rozdělíme turistický region na kraje, v kterých se region rozprostírá, získáme údaje o návštěvnosti každého z nich, kdy v Plzeňském kraji je

sledován zvláště mikroregion západní Šumava, který v roce 2021 navštívilo 46 tisíc návštěvníků. Jihočeský kraj v roce 2021 navštívilo přes 2 miliony návštěvníků. Bohužel tento údaj je za celý kraj, nikoli pouze za území turistické oblasti Šumava. V plzeňské části navštívilo nejvíce turistů hrad Velhartice, hrad a zámek Klatovy, Černou věž v Klatovech, hrad Kašperk a muzeum historických motocyklů v Kašperských Horách. V jižní části Jihočeského kraje je pak nejnavštěvovanějším již zmiňovaný Český Krumlov, zámek Kratochvíle, Stezka korunami stromů – Lipno, klášter Vyšší Brod, klášter Zlatá koruna a vodní mlýn Hoslovice (Kupčíková 2022a, Kupčíková 2022b).

#### **4.3.1.2. Lidová architektura Šumavy**

Stavby lidové architektury v původním stavu v nezměněné podobě již nenajdeme. Budovy byly v průběhu času přestavovány či omítány. Domy, si ale dochovaly jednotlivé dominantní prvky, které byly ovlivněny dostupností místních materiálů pro stavbu, architektonickými prvky, či typem sídla kde byly umístěny. Lidová architektura je typ stavitelství, v němž se odráží každodenní činnost jejich majitelů. Stavby musely být především funkční. Největší prostor byl vyhrazen pro zemědělskou část, jednalo se o zděné domy s chlévem, stodolou, špýcharem či stájí. Velikost a dělení jednotlivých částí záviselo na typu chovaného hospodářského zvířete a také na postavení ve společnosti. Domy byly často zděné a doplněné dřevem včetně střešní krytiny – šindel. Nebo bývaly rozdělené na zděné a část pro světnici byla roubená. Centrem sídla často bývá rybník nebo náves, s domy postavenými kolem (Fencl 2003).

Typickou zástavbou je přízemní roubený dům – Šumavský nebo Alpský. Roubené domy převládaly do poloviny 19. století, poté je začaly nahrazovat domy zděné. Šumavský roubený dům se vyznačuje širokou ale výškově nízkou polovalbovou či sedlovou střechou. Alpský typ je dlouhý dům pod sedlovou střechou, který ukrývá veškeré výše zmíněné části budov. V přízemí byli obytné části a ty navazovaly na části zemědělské a na půdní prostor, jež sloužil k uskladnění sena (Dohnal et al. 2011).

#### **4.3.2. Přírodní předpoklady**

Můžeme říci, že přírodní předpoklady jsou na vysoké úrovni. V oblasti se nachází národní park, chráněná krajinná oblast, biosférická rezervace, geopark i 65 maloplošných zvláště chráněných území, kam patří národní přírodní památky, národní přírodní rezervace, přírodní památky a přírodní rezervace (Správa CHKO Šumava 2012). Mezi nejznámější lokality patří Boubínský prales nebo ledovcová jezera (Vystoupil et al. 2007).

Šumavská hornatina je tvořena srdcem Šumavy, Šumavským podhůřím, Novohradskými horami a Novohradským podhůřím. Vrcholy hor se vyznačují vyšší nadmořskou výškou a oblým méně výrazným tvarem. Nejvyšším vrcholem české strany Šumavy je Plechý s nadmořskou výškou 1378 m. n. m., druhým nejvyšším je vrch Boubín s výškou 1362 m. n. m. Zajímavostí jsou také kamenná moře nacházející se na úbočí hor (Kočárek 2003).

Nejvýznamnějším přírodním materiálem nacházejícím se na území Šumavy s nejdélejší tradicí, je zlato. Počátky jeho dolování sahají až do 13. století. Proslulé lokality jsou Hartmanice a Kašperské Hory, jež byly centrem těžby zlata a také místy, kudy vedla zlatá

stezka, tehdejší obchodní cesta vedoucí přes Kvildu do německého Pasova. Znamé jsou i drahé kameny pojmenované po řece Vltavě tzv. Vltavíny. Jedná se o šperkový kámen, moldavit, zvláštní svou zelenou barvou a k jehož vzniku došlo pravděpodobně v souvislosti s dopadem meteoritu. Podstatnou roli hrála i ložiska tuhy – grafitu, u kterého novodobá těžba počala v 18. století. Nejznámějším místem je grafitový důl v Českém Krumlově pod Městským vrchem zpřístupněný po ukončení těžby pro turisty v roce 1994 (Kočárek 2003).

#### 4.3.2.1. Lesy Šumavy

Aktuálním problémem lesů Šumavy je kůrovcová kalamita, způsobená lýkožroutem smrkovým (*Ips typographus*). Důvodem vzniku jsou již historické souvislosti vázané na lesní hospodaření v oblasti, vymizení listnatých stromů zajišťujících stabilitu porostu, na antropologické zátěži způsobené kyselými dešti, jež stromy oslabily, nebo vliv větrných kalamit, které dokázaly zničit větší plochy lesního porostu nežli sám kůrovec. Významným důvodem bylo také zalesňování plochy nepůvodním druhem smrku, který není přizpůsobený místnímu drsnému klimatu a je náchylnější ke stresu a chorobám (Chocholoušková & Gutzerová 2003). Oslabení jehličnatých lesů v důsledku imisního znečištění a následného napadení hmyzem, mělo za následek i negativní ovlivnění vzhledu krajiny v regionu a související turistické aktivity (Šamonil & Vrška 2007).

Lesy Šumavy jsou vymežujícím biotem a dodnes pokrývají asi 80 % území. Lesy jsou domovem pro bezpočet druhů zvířat. Odstraňování krajinných struktur a rozsáhlé meliorace – odvodňování mělo vliv jak na místní faunu, tak flóru. Pro Šumavu jsou typickým druhem z říše zvířat rys ostrovid (*Lynx lynx*), lasice hranostaj (*Mustela erminea*), tetřev hlušec (*Tetrao urogallus*) tetřevka obecná (*Tetrao tetrix*), myšivka horská (*Sicista berlina*), či ještěrka živorodá (*Lacerta vivipara*) a čáp černý (*Ciconia nigra*) (Plesník 2003).

#### 4.3.2.2. Hydrologické poměry

V roce 1978 byla Šumava vyhlášena za chráněnou oblast přirozené akumulace vod (CHOPAV). Vodním zákonem č. 254/2001 Sb. jsou tak označována místa, kde jsou přirozené podmínky pro akumulaci vod, zároveň se zde nesmí odvodňovat pozemky, těžit rašelinu či provádět práce, které by vedly k narušení vodního režimu (Tesař 2003).

Nejvýznamnější a nejdelší řekou u nás a hlavním přítokem Labe je Vltava. Pramení na Šumavě pod Černou horou. Její cesta vede přes největší vodní nádrž Lipno, přes Český Krumlov, České Budějovice a dál směrem na sever. Významným přítokem je Otava, která vzniká soutokem Vydry a Křemelné v místě, kde se nachází zajímavá technická památka Čenkova pila – vodní elektrárna z roku 1912. Dalším významným tokem je řeka Blanice, která byla v letech 1934 až 1939 přehrazena Husineckou údolní nádrží s elektrárnou.

Šumava je převážně lesnatý terén a jako takový má také svou historii v těžbě dřeva. S ní je spojena národní kulturní památka, Schwarzenberský kanál, který zjednodušoval svoz dřeva. Jeho celková délka byla 51,5 km. Vybudovaný byl v letech 1789 až 1822 a pojmenován byl po svém zřizovateli.

Na území regionu vznikla jediná pravá jezera glaciálního původu v ČR. Dohromady vzniklo 8 jezer a na české straně se jich nachází 5 – Černé jezero, Čertovo jezero, Prášílské

jezero Plešné jezero a jezero Laka. Černé je ze jmenovaných jezer největší, nejhlubší a nejnižše výškově položené (Tesař 2003).

Nejdůležitějším a nejvíce ohroženým ekologickým prvkem jsou Šumavské mokřady, chráněné Ramsarskou úmluvou o ochraně mokřadů celosvětového významu. Bývají biotopem pro celá specifická společenstva či vzácné jednotlivce z řad rostlin či zvířat. Zamokřená místa s nadbytkem vody osídlená především vodními rostlinami, jsou typickými rašeliništi. Rozklad nahromaděných rostlinných i živočišných těl zde probíhá velmi pomalu za anaerobních podmínek a mění se na humolit (Tesař 2003).

Na rašeliniště jsou vázána velká množství druhů bezobratlých. Endemitem je dle Spitzera (2003) ohrožený travařík šumavský (*Pediasia truncatella*). Dominantní dřevinou na rašeliništích je borovice kleč (*Pinus rotundata*) či borovice blatka (*Pinus mugo*). Všechna šumavská rašeliniště jsou navíc národní přírodní rezervací v rámci Biosférické rezervace Šumava, ta byla vyhlášena mezinárodní organizací UNESCO na podporu ochrany ekosystémů a genetických druhů (Tesař 2003). Aktuální hrozbou pro mokřady je chování návštěvníků a nedodržování vstupu mimo vyznačené cesty. Ohroženy jsou rovněž zemědělstvím, kde je riziko úniku hnojivých látek či přípravků na ochranu rostlin do vodních toků a půdy. Nejznámější rašeliniště jsou Modravské slatě, Jezerní, Cikánská, Malý Polec nebo Chalupská slat', jiné jsou v nepřístupném místě I. zóny Národního parku Šumava (Spitzer 2003).

Pro vlhké šumavské louky je typický chráněný (*Pedicularis sylvatica*) neboli všivec lesní (Blažková 2003).

### 4.3.3. Ochrana přírody

V minulosti často docházelo k rozpadu či ničení biotopů, tím ubývalo volně žijících rostlin a živočichů. S rozrůstající se populací a průmyslem začala fragmentace ekosystémů v důsledku stavby silnic, cest či železnic. Častěji se zasahovalo do režimu vodních toků, což má za následek rychlý odvod vody z krajiny a vysychání. Dalším důvodem přispívajícím k úbytku volně žijících živočichů bylo podle Jeníka (2003) intenzivní lovení zejména velkých predátorů, kdy se takto podařilo na Šumavě vymítit medvěda (*Ursus sp.*) nebo kočku divokou (*Felis silvestris*).

Z výše uvedených důvodů je zjevné, že bylo potřeba udělat něco pro ochranu životního prostředí. Díky tomu vznikla na Šumavě jedna z prvních chráněných oblastí v České republice a tím byl Boubínský prales, který byl vyhlášen v roce 1858 rodem Schwarzenberků. Drsnost a rozmanitost šumavského prostředí, kde se vyskytují neobhospodařované části území, ledovcové kary, sutě či rašeliniště mají vliv na druhovou bohatost společenstev. V roce 1922 byla zahájena ochrana ledovcových jezer Černého a Čertova. Později byla vyhlášena v roce 1933 ochrana většiny rašelinišť a postupem času se ochrana rozšiřovala o další významná místa (Plesník 2003).

#### 4.3.3.1. CHKO Šumava

Chráněná krajinná oblast Šumava byla vyhlášena v roce 1963 a byla největší CHKO v tehdejší Československu. I dnes je se svou rozlohou 99 480 ha jednou z největších CHKO. Svou polohou tvoří ochranné pásmo Národního parku Šumava. Při vyhlášení se



vyznačovala nízkou hustotou osídlení a v některých částech byla zcela vylidněná. Zbytek území byl vymezen pro vojenské výcvikové prostory (Valenta 2003).

Předmětem ochrany je příroda i krajina, tvořená lesními i zemědělskými plochami, nejčastěji extenzivně obhospodařovanými pastvinami. Krajina je protknutá sítí cest, jež vedou k sídlům s lidovou architekturou, která jsou rovněž předmětem ochrany, stejně jako další prvky v krajině jako jsou kamenné zídky, které v minulosti rozdělávaly vlastnictví pozemků (Správa CHKO Šumava 2012).

CHKO je stejně jako národní park rozdělena do čtyř zón ochrany. I. zóna je vyhrazena pro ochranu přirozených ekosystémů, kde jsou zahrnuty biotopy s vysokou druhovou rozmanitostí. Jsou stanovištěm pro kriticky a silně ohrožené rostlinné druhy a významné živočichy. II. zóna je vyhrazena plochám polopřirozeným. III. zóna zahrnuje zemědělské i lesnické pozemky s nižší biologickou rozmanitostí. Její část zabírá největší plochu, 44,2 % území CHKO. Zóna IV. je vyhrazena zastavěným územím, pozměněným stanovištěm, patří sem například i skládka odpadů nebo vojenský újezd Boletice (Správa CHKO Šumava 2012).

#### **4.3.3.2. Národní park Šumava**

Vyhlášení parku proběhlo v roce 1991 a svou rozlohou 68 460 ha je největším národním parkem České republiky. Rozkládá se na území dvou krajů, Plzeňského a Jihočeského. Prioritou je ochrana nenarušeného vývoje národního parku, kde se nachází rašeliniště, divoká údolí, ledovcová jezera, lesnaté hřebeny hor, kamenná moře a šumavské pláně. Území národního parku je tvořeno z 81 % lesním porostem doplněným o louky a pastviny. Nachází se zde rozmanitá skladba přírodních společenstev v různých stádiích vývoje. Chráněné či ohrožené druhy rostlin se vyskytují na podmáčených loukách, rašeliništích či vřesovištích, které jsou chráněné Ramsarskou úmluvou o mokřadech (Valenta 2003).

Cílem národního parku je zachování přirozených ekosystémů a zajištění klidových zón, které přispějí k naplnění cíle. Na zbývajícím území parku je cílem podpora biodiverzity a zlepšení stávajícího stavu ekosystémů za podpory člověka. Poznatky získané během monitoringu a následné péče o přírodu a krajinu, slouží ke vzdělávání návštěvníků parku. V klidových územích je přístup do oblasti omezen jen na vyznačené turistické trasy a chodníky, ze kterých se nesmí uhýbat. Pohybem mimo vyznačená místa hrozí poškození rostlinných společenstev, nebo rozrytí vrchních částí půdy, která pak může být náchylná k erozi (Správa NP Šumava 2020).

V roce 2020 byla v Národním parku Šumava zavedena čtyři nová ochranná pásma. Prvním je tzv. přírodní zóna, která tvoří téměř 28 % rozlohy parku. Je ponechána samovolnému vývoji, bez zásahu člověka a přísně chráněná. Jsou zde umístěna klidová území a díky nově vymezeným ochranným pásmům se plocha ochrany zvětšila o 9 %. Druhé ochranné pásmo se nazývá přírodě blízké a tvoří ho 25 % území parku. Jedná se o oblasti, kde již člověk svou činností přírodu ovlivnil, ale je zde snaha o navrácení do původního stavu. Třetí je zóna soustředěné péče a rozkládá se na největší části parku. Čtvrtou zónou je zóna kulturní krajiny, kam spadají plochy využívané lidmi, jedná se zejména o plochy zastavěné (Kolodziejczyk 2021).

#### 4.3.3.2.1. Turistika v Národním parku Šumava

Na německé straně je v Bavorském lese pro návštěvníky národního parku zpřístupněn větší prostor než v České republice. Díky dřívějšímu rozvoji cestovního ruchu v oblasti je zde rozsáhlejší síť turistické infrastruktury, kdy turistické stezky zasahují i do jádrové zóny národního parku. Na straně České republiky je turistická síť řidší, protože je zde management založen spíše na ochraně přírody a méně na turistickém ruchu (Kolodziejczyk 2021). Celá území by měla být bez přístupu, popřípadě s omezeným přístupem zvláště do míst s nižší odolností (Lopéz & Buendía 2018).

Klíčem k usměrnění turistů v oblasti jsou turistické stezky, které jsou podle autorů Lopéz & Buendía (2018) nejdůležitější součástí managementu národního parku. Stezky umožňují organizovaný pohyb, omezení kapacity návštěvníků a sledování počtu návštěvníků. Tyto faktory napomáhají rozvoji dalších aktivit, ochraně přírody, vzdělání a výzkumu. Oficiální značené trasy vstupují do první zóny pouze na krátký úsek a bývají vedlejší slepou trasou od hlavní cesty. Většinou se jedná o doprovodné naučné stezky. Některé cesty bývají v průběhu roku zcela uzavřeny, a to z důvodu hnízdících či přezimujících ptáků (Křenová & Hruška 2012). Jako turistické trasy byly využity původní zpevněné cesty, které sloužily k lesnictví a pohraniční strážní. Stezky přírodní tvoří menší procento zastoupení. Zpevněné cesty umožnily také vznik cyklostezek. Turisticky zajímavé jsou i dřevěné chodníky či vyhlídkové plošiny, vedoucí přes rašeliniště. K ukázkám místní bohaté přírody patří i výběhy se zvířaty žijícími v národním parku. Výstava těchto jedinců eliminuje případné dobrodruhy k vyhledávání a narušování zvířat v jejich přirozeném prostředí (Kolodziejczyk 2021).

#### 4.3.3.3. Natura 2000

Jedná se o soustavu chráněných území, které jsou vymezovány v jednotlivých státech Evropské unie. Účelem vytvořené sítě území je ochrana rostlin, živočichů a jejich přirozených stanovišť (Valenta 2003).

Hájení živé a neživé přírody probíhá na dvou úrovních:

##### 1) Evropsky významné lokality

Ochrana je vymezena směrnicí Rady Evropské unie č. 92/43/EHS o ochraně přírodních stanovišť, biotopů a volně žijících živočichů a planě rostoucích rostlin. Na území byly takto vyhlášeny dvě lokality – Evropsky významná lokalita Šumava a Boletice. K lokalitám se váže seznam přírodních stanovišť, na která jsou navázané druhy živočichů a rostlin s různým stupněm ochrany (Správa CHKO Šumava 2012). Příkladem je popelivka sibiřská (*Ligularia sibirica*), perlorodka říční (*Margaritifera margaritifera*) či netopýr velký (*Myotis myotis*).

##### 2) Ptačí oblasti

Ptačí oblasti jsou dle Správy CHKO Šumava (2012) dány směrnicí Rady EU č. 2009/147/ES o ochraně volně žijících ptáků. Cílem je ochrana vymezených druhů ptáků, jejich populace, ale hlavně jejich přirozených stanovišť a míst vhodných k hnízdění. Náchází se zde ptačí oblast Šumava a ptačí oblast Boletice.

Nejzajímavějšími druhy ptáků jsou kulíšek nejmenší (*Glaucidium passerinum*), sýc rousný (*Aegolius funereus*) nebo datel černý (*Dryocopus martius*).

#### 4.3.3.4. Biosférická rezervace Šumava

Biosférická rezervace Šumava vznikla v roce 1990 pod záštitou organizace spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu – UNESCO. Rozloha činí 1670 km<sup>2</sup>. Rezervace je tvořena především lesnatým horským terénem s jedinečnými nenarušenými biologickými společenstvy. Cílem ochrany je zbytek horských pralesních porostů, ledovcová jezera či údolní vrchoviště. Významným prvkem je divoká krajina s nízkým počtem obyvatel. Hustota zalidnění uvnitř rezervace je 18 obyvatel na km<sup>2</sup> (www.br-sumava.cz; accessed December 2022).

V České republice je celkem vyhlášeno 6 biosférických rezervací. Účelem je ochrana přírody její rozmanitostí, zajištění sociálně, kulturně a přírodně udržitelného ekonomického rozvoje a také podpora výzkumu, výchovy a vzdělání v oblasti životního prostředí. V rezervacích jsou určeny tři zóny ochrany. Prvním je jádrová zóna, kde jsou situovány nejvýznamnější části území. Probíhá zde ochrana přírody, monitoring rozvoje a výzkum. Aby byla zajištěna ochrana, překrývá se toto území s přírodní rezervací či národním parkem. Druhá zóna plní funkci ochrany jádrové zóny a třetí se nazývá přechodová zóna. V obou zónách je důležité, aby byly zachovány ekologické postupy při využívání přírodních zdrojů. Hranice biosféry jsou vyznačeny pouze orientačně, pro místní z nich nevyplývají žádná omezení (www.br-sumava.cz; accessed December 2022).

#### 4.3.4. Realizační předpoklady

Realizační předpoklady představují pro návštěvníky možnosti dopravy, ubytovací zařízení, stravovací zařízení a další, které poskytují služby nejen v odvětví cestovního ruchu. V případě venkovské turistiky zahrnují i ubytovací zařízení venkovského typu či na farmě. Doplňené mohou být o služby rozšiřující nabídku, jako jsou půjčovny sportovního vybavení. Pro návštěvníky jsou důležité informace o možnostech rekreace a využití volného času, které mohou získat využitím služeb informačních center (Vaníček et al. 2021).

Nejvíce návštěvníků přijíždí do oblasti od května do listopadu, což odpovídá převážně letní sezóně. Mírný vzestup bývá také v období jarních prázdnin od února do března. Průměrná doba pobytu v oblasti je 3–5 dní a nejčastěji využívaným typem ubytovacího zařízení je penzion (Kupčíková 2022c). Certifikovaných venkovských zařízení se v oblasti nachází 6 (www.prazdninynavenkove.cz; accessed February 2023). Počet běžných hromadných ubytovacích zařízení za kraj Jihočeský a kraj Plzeňský představují tabulky – Tab. 1 HUZ Plzeňský kraj a Tab. 2 HUZ Jihočeský kraj. Dále uvádějí počet lůžek nabízených v ubytovacích zařízeních, součástí je i čisté využití nabízených lůžek. Z tabulek je patrný pokles využití ubytovacích zařízení v letech 2020 a 2021, kdy svět zasáhla pandemie Covidu – 19, ale také je patrný nárůst počtu ubytovacích zařízení a počet lůžek.

**Tab. 1 HUZ Plzeňský kraj**

Rok	Hromadná ubytovací zařízení	Počet lůžek (v tis.)	Čisté využití lůžek (v tis.)
2019	582	28,5	34,5
2020	592	30,8	26,5
2021	613	31,6	23

(Zpracování: vlastní; zdroj dat: Kupčíková 2022c,d)

**Tab. 2 HUZ Jihočeský kraj**

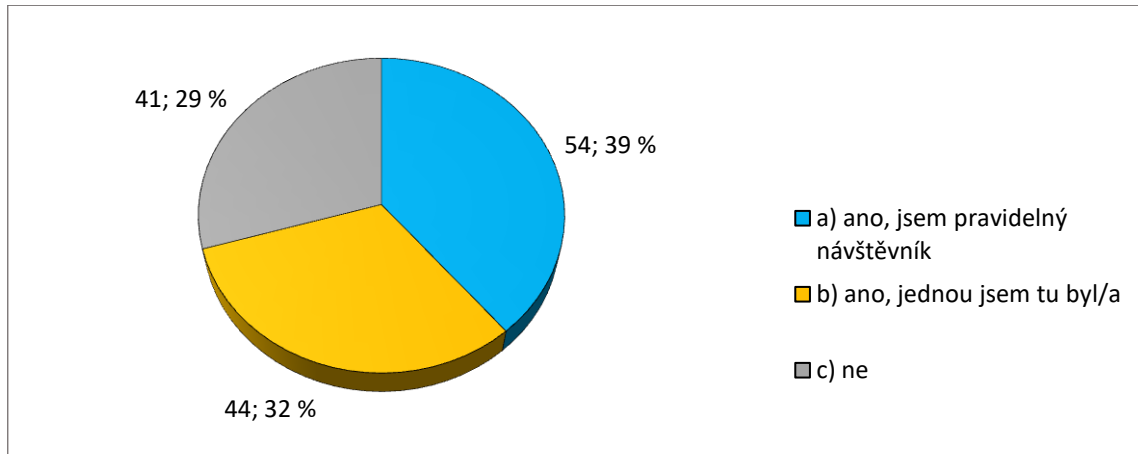
Rok	Hromadná ubytovací zařízení	Počet lůžek (v tis.)	Čisté využití lůžek (v tis.)
2019	1181	58,3	36
2020	1320	62,5	27,7
2021	1368	64,7	24,9

(Zpracování: vlastní; zdroj dat: Kupčíková 2022c,d)

Mezi turistickou infrastrukturu patří i naučné stezky, kterých je v obou krajích přes 400. Konkrétně na Prachaticku je to 48 naučných stezek a na Českokrumlovsku je to 29 stezek. Západní strana Šumavy na Klatovsku má k dispozici 61 naučných stezek ([www.naucnestecky.cz](http://www.naucnestecky.cz) 2022). Pro nákup suvenýrů nebo pro zjištění více informací o navštívené lokalitě je vhodné navštívit informační centrum, kterých se v turistické oblasti Šumava nachází 19 ([www.aticcr.cz](http://www.aticcr.cz); accessed February 2023).

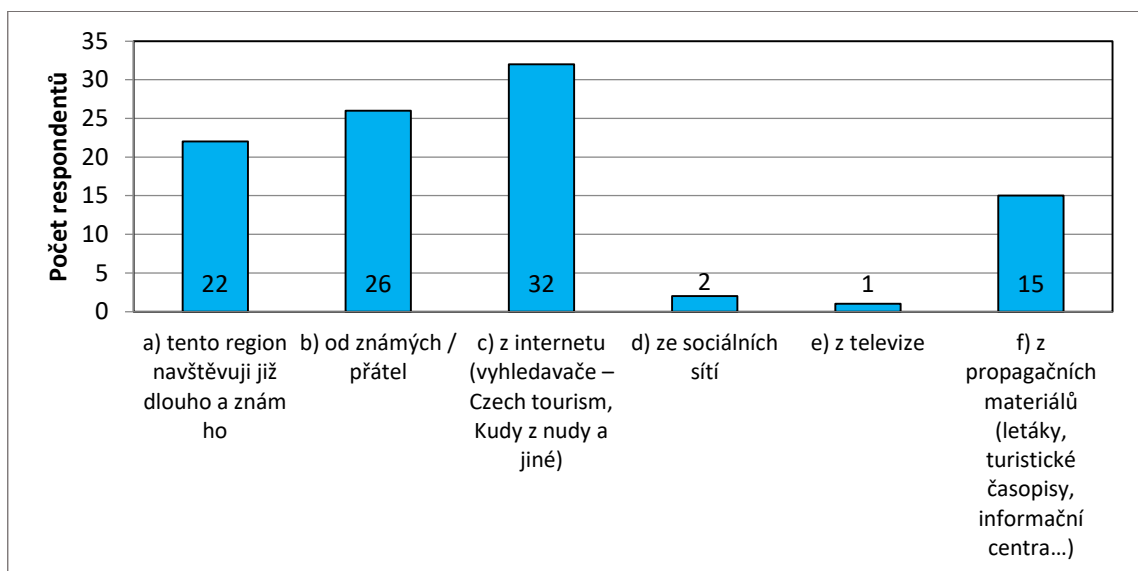
## 5 Výsledky

Kapitola obsahuje graficky znázorněné výsledky dotazníkového šetření zaměřeného na účastníky venkovské turistiky a agroturistiky v turistickém regionu Šumava.



**Obr. 2 - Znáte turistický region Šumava (Klatovy, Kašperské hory, Prachatice, Český Krumlov)?**

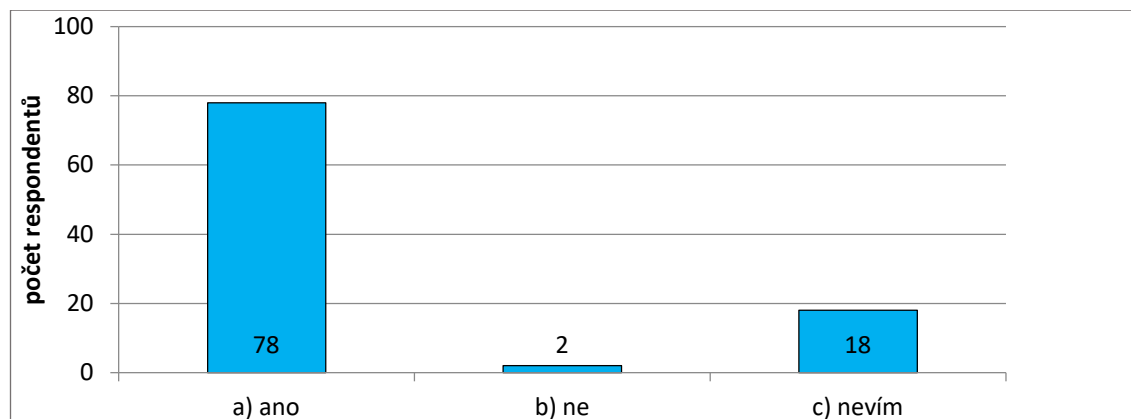
Na první otázku viz (Obr. 2) odpověděl plný počet respondentů 139, otázka byla selektivní. Respondenti odpovídající za c) ne, pokračovali na otázku č. 5. Nejvíce respondentů na tuto otázku odpovědělo a) ano, jsem pravidelný návštěvník, což činí 39 % z celkového počtu. Minimálně jednou turistický region Šumava navštívilo 44 respondentů, tedy 32 % z celku.



**Obr. 3 - Kde jste hledali bližší informace o regionu?**

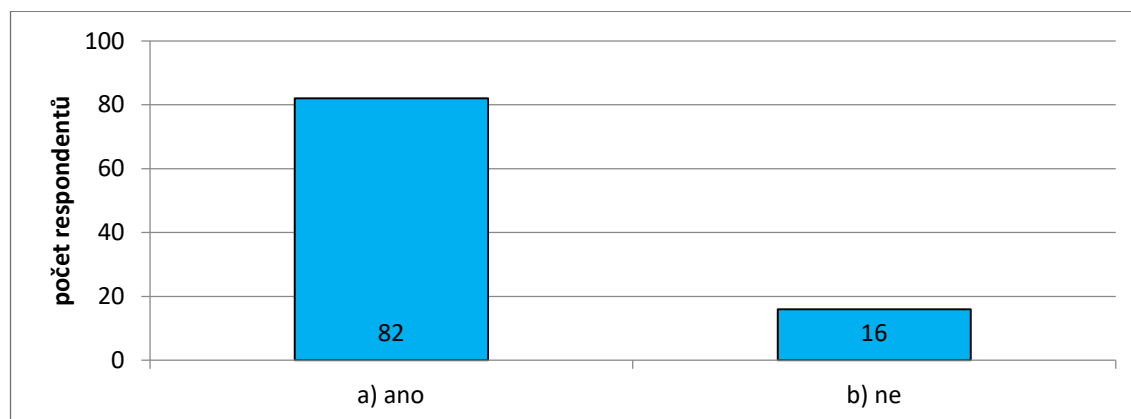
Na otázku č. 2, zobrazené na Obr. 3 odpovídali pouze ti, kteří daný region navštívili. Celkem jich bylo 98 a tvořili 70 % z celkového počtu 139 respondentů. Dle zjištěných výsledků, 23 % respondentů hledá informace o lokalitě na internetových serverech jako je například portál „Kudyznudy“. Reference od známých a přátel preferuje 18 % dotázaných, 15

% nepotřebuje žádné další informace a 10 % využívá propagačních materiálů. Téměř vůbec nevyužívají dotázaní sociální sítě nebo televizní reklamu.



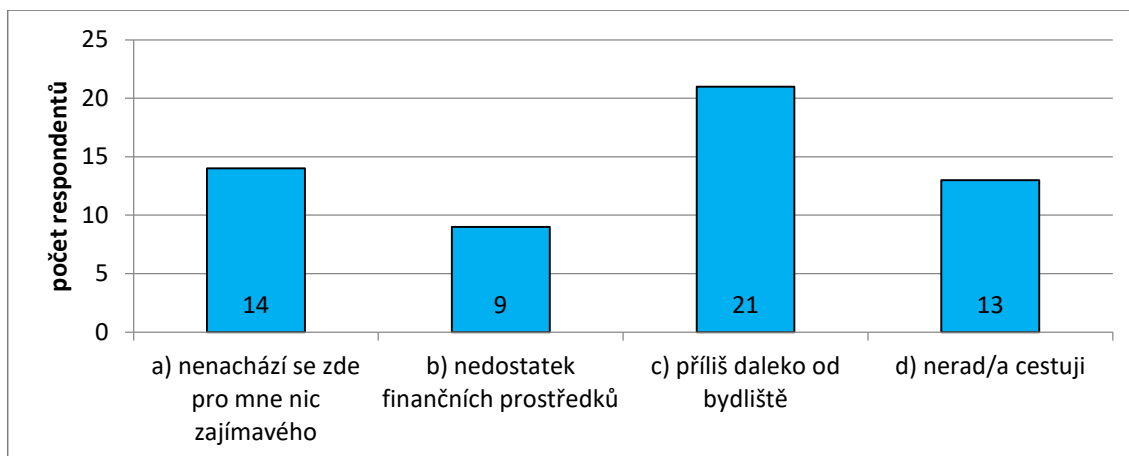
**Obr. 4 - Uvažujete o opakované návštěvě toho regionu?**

Stejně jako na předchozí otázku i zde odpovídalo 70 % dotazovaných graficky znázorněno na Obr. 4 - Uvažujete o opakované návštěvě toho regionu? Přes polovinu respondentů 56 % by rádo strávilo dovolenou v regionu Šumava opakovaně. Téměř 13 % dotazovaných neví, zda by se chtělo do lokality vrátit. A necelé 2 % respondentů vyjádřilo svůj nesouhlas s návratem do lokality.



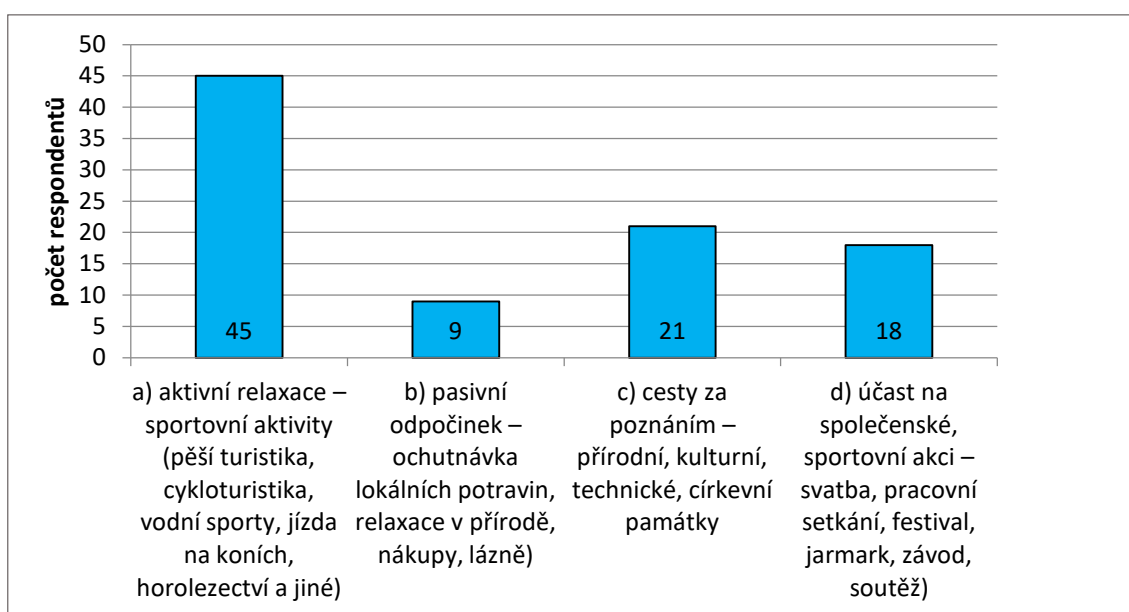
**Obr. 5 - Strávili jste někdy dovolenou na venkově v regionu Šumava?**

Respondenti, kteří strávili dovolenou v regionu Šumava, tvořili 84 % z 98 odpovídajících na otázku č 4. Chybějící respondenti 29 % z celkových 139 dotazovaných na tuto otázku neodpovídali, protože nikdy turistický region Šumava nenavštívili. Zbylých 16 % dotazovaných turistický region Šumava navštívilo, ale netrávilo zde dovolenou. Výsledky jsou zobrazeny v Obr. 5 - Strávili jste někdy dovolenou na venkově v regionu Šumava?



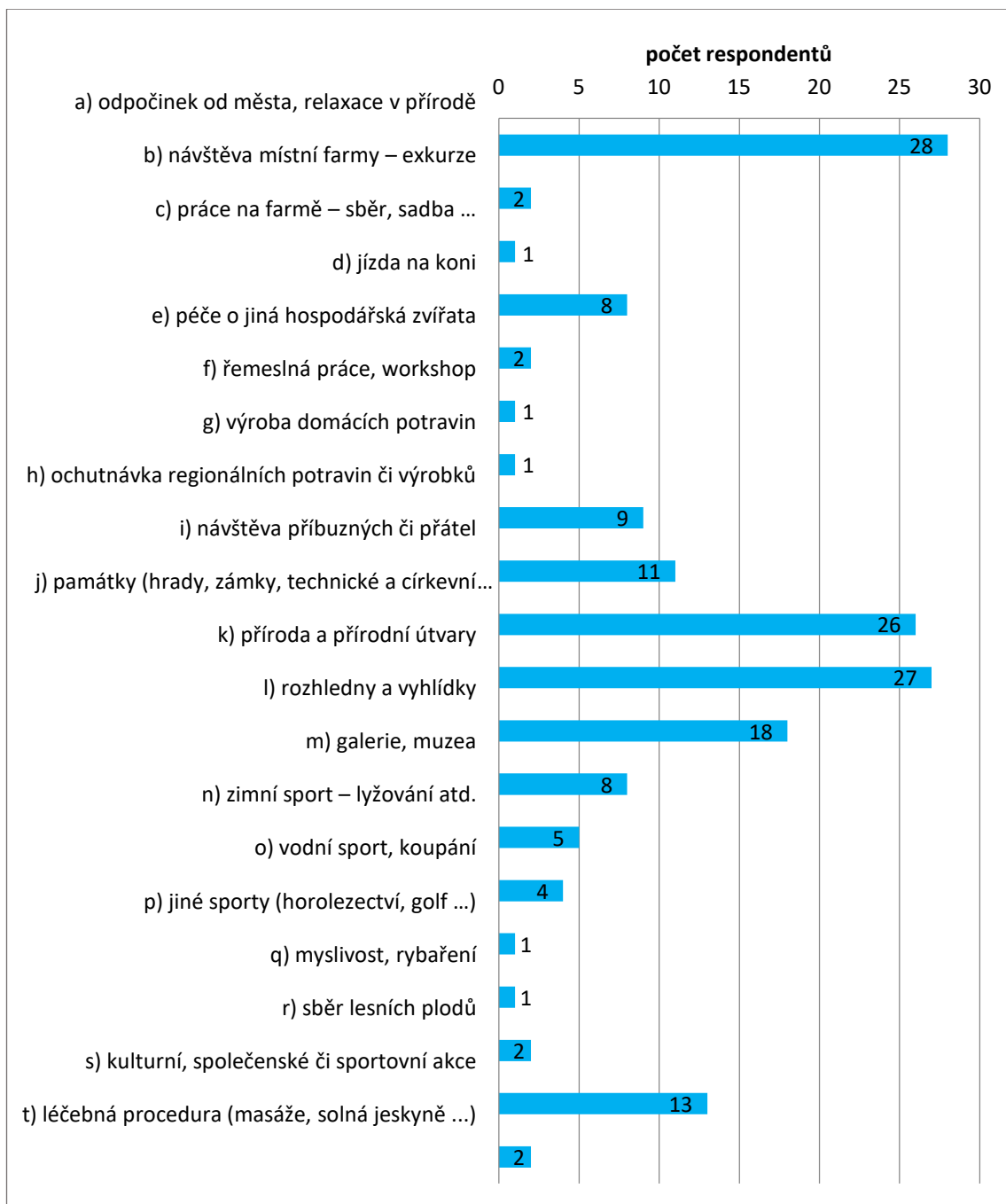
**Obr. 6 - Z jakého důvodu jste Šumavský region nenavštívili?**

Otázky zobrazující Obr. 6 se účastnili pouze ti dotazovaní, kteří daný turistický region nenavštívili. Jednalo se o 57 (41 %) respondentů z celkového počtu 139 odpovídajících. Hlavním důvodem, proč daný region nenavštívili, uvedlo 37 % respondentů jako problém přílišnou vzdálenost od domova, 24 % zaškrtnulo, že se pro ně v regionu nenachází nic zajímavého. Z dotazovaných 23 % nerado cestuje a 16 % uvedlo jako důvod nedostatek finančních prostředků.



**Obr. 7 - Jaký byl motiv Vašeho pobytu na venkově?**

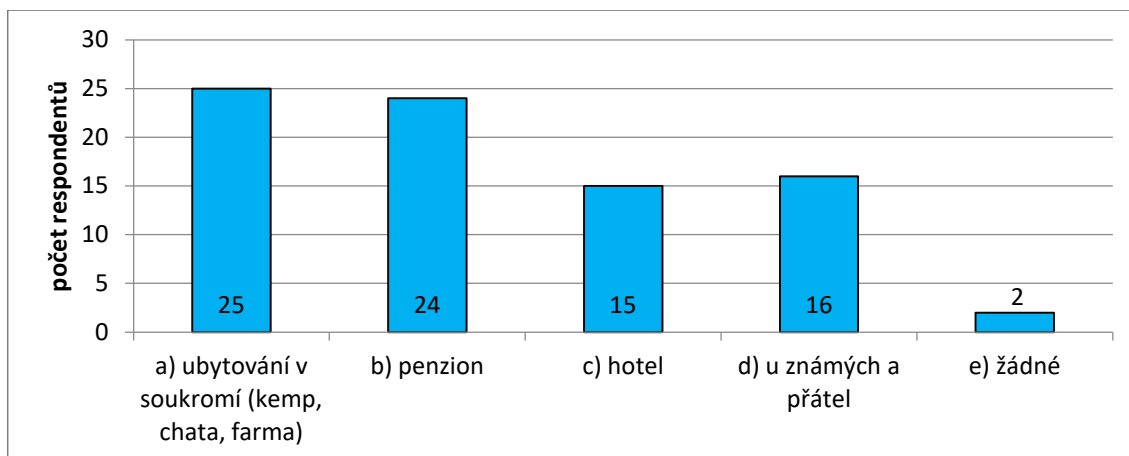
Na otázku č. 6 v dotazníku odpovídalo 82 respondentů (viz Obr. 7) z celkových 139 dotazovaných. Zaškrtnout mohli více možností, dle svého výběru. Nejčastěji udávali respondenti jako motiv své cesty aktivní relaxaci, ta byla označena v 55 % případů. Ve 26 % se jednalo o cesty za poznáním, z 22 % byla zaznamenána účast na společenské akci a 11 % cest bylo uskutečněno s motivem relaxace v přírodě či odpočinku.



**Obr. 8 - Co konkrétního bylo Vaším cílem?**

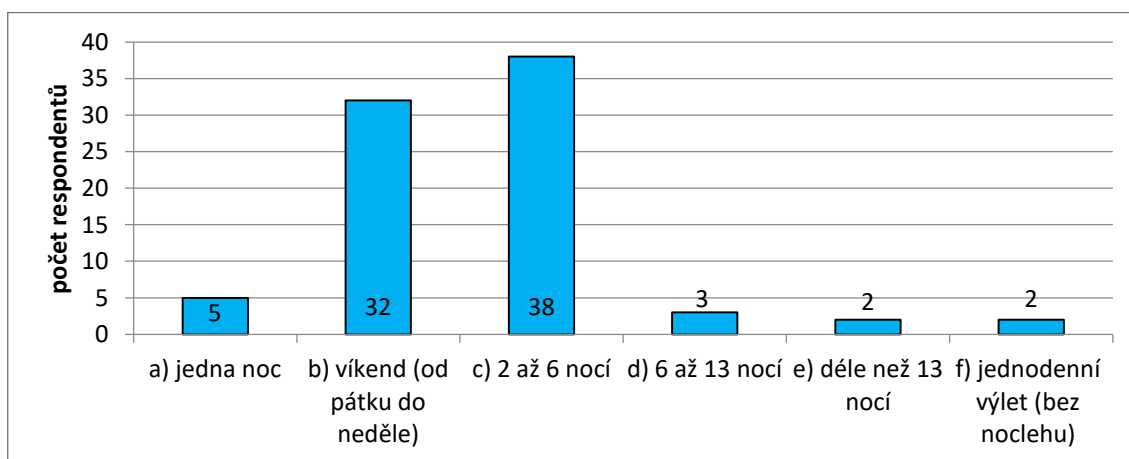
V odpovědi č. 7 se dotazovaní měli konkrétněji vyjádřit k aktivitám vykonávaným během jejich pobytu na venkově. U této otázky bylo umožněno vybrat více odpovědí. Nejčastěji zmiňovanou odpovědí byla právě odpověď – a) odpočinek od města, relaxace v přírodě, která byla zaškrtnuta ve 28 případech. Na druhém místě byla označena příroda a přírodní útvary, která byla zvolena 27. respondenty. Třetím nejčastějším cílem jsou památky, jež byly zvoleny 26 odpovídajícími. Vysoký počet označení s 18 body mají také rozhledny a vyhlídky. Následující nejvyšší počet odpovědí získali kulturní, společenské či sportovní akce v počtu 13 odpovědí. Za zmínku stojí také ochutnávka regionální potravin či výrobků zaškrtnuté 9x a galerie a muzea, či jízda na koni, které mají shodně po 8 odpovědích (viz Obr. 8).





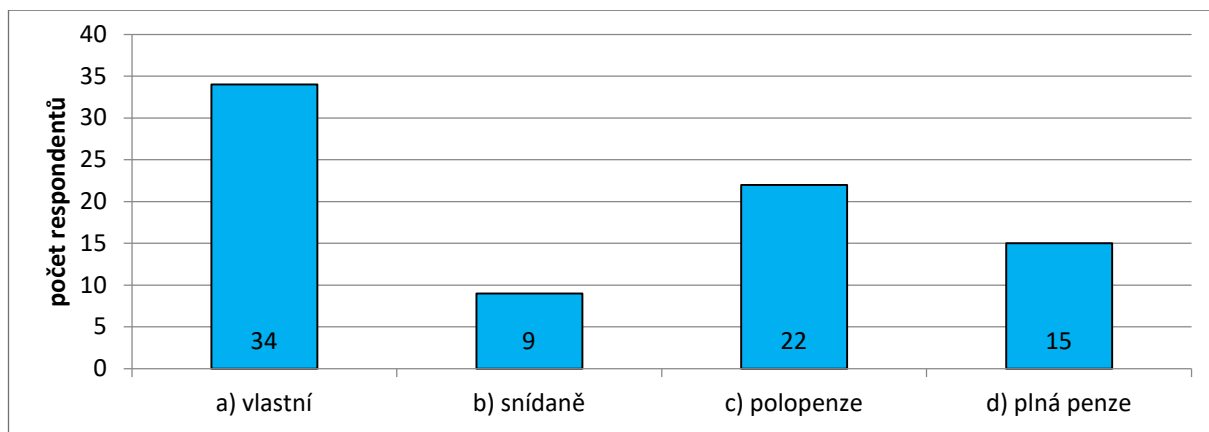
**Obr. 9 - Jaký typ ubytování jste při pobytu na venkově zvolili?**

V dotazníkovém šetření vyšel penzion jako druhý nejčastěji volený typ ubytování. Tuto odpověď označilo 29 % respondentů, častějším typem ubytovacího zařízení bylo označeno ubytování v soukromí s 31 % podílu dotazovaných. Třetím oblíbeným typem bylo ubytování u známých a přátel s 20 % a posledním byl hotel s 18 %, žádné ubytování vybrali 2 respondenti (2 %). Odpovědi jsou zaznamenány na Obr. 9.



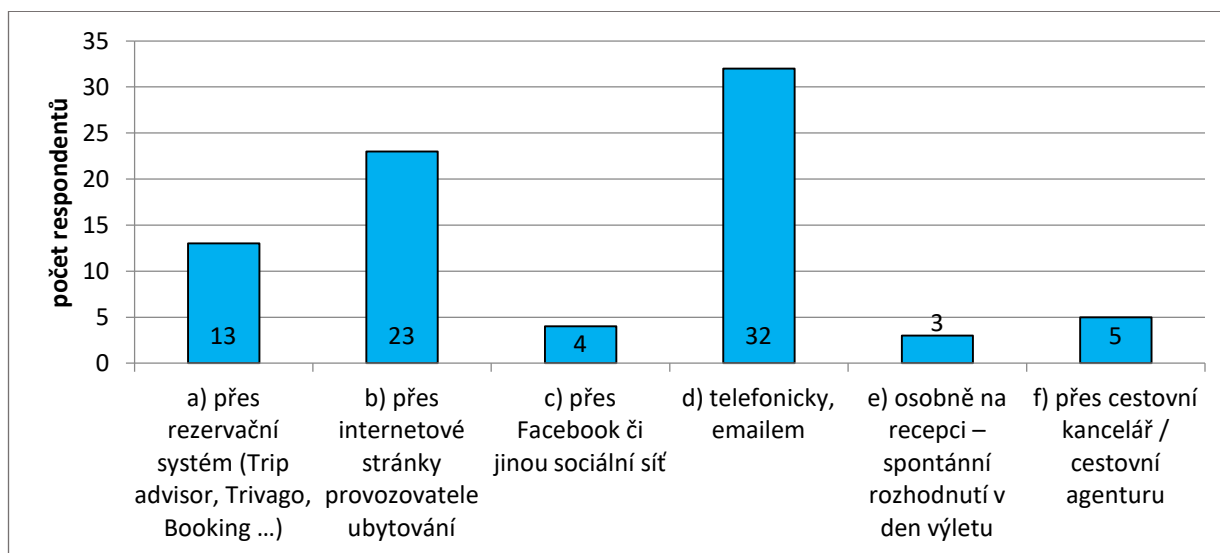
**Obr. 10 - Jaká byla délka Vašeho pobytu?**

Mezi respondenty byly zvoleny spíše krátkodobé pobyty do délky jednoho týdne, jak značí Obr. 10. Odpověď 2–6 nocí si vybralo 46 % dotázaných a víkendové přespání 39 % respondentů. Jednu noc zaškrtno 6 % dotázaných a zbylé odpovědi tvořili každá méně než 5 % z celkového podílu. Na tuto otázku odpovídalo celkem 82 respondentů.



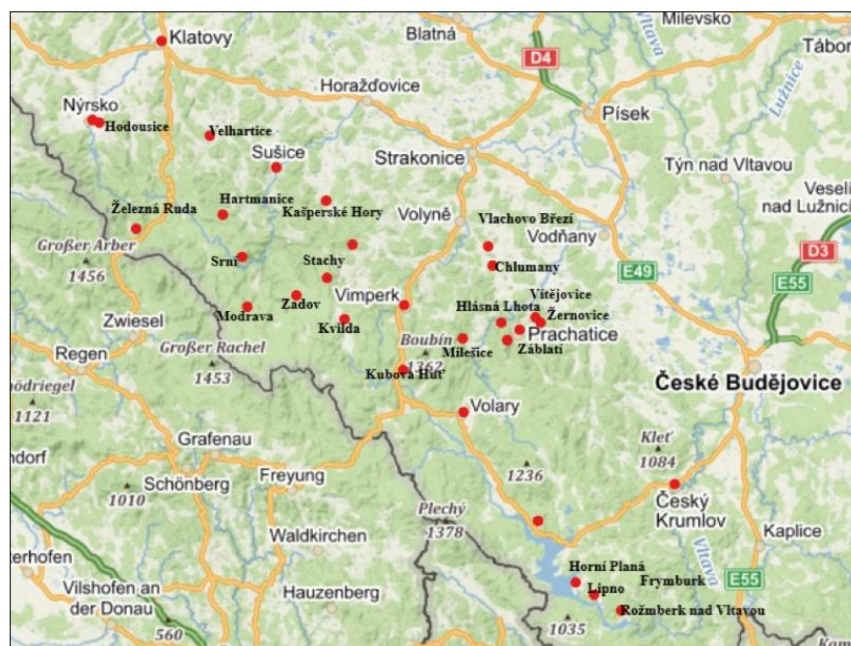
**Obr. 11 – Jaký typ stravování jste si vybrali?**

Vlastní stravování zvolilo 43 % respondentů, polopenzi si vybralo 28 % dotázaných, plnou penzi zaškrtnulo 19 % respondentů a pouze snídani využilo 11 % dotázaných. Výsledky jednotlivých odpovědí znázorňuje Obr. 11.



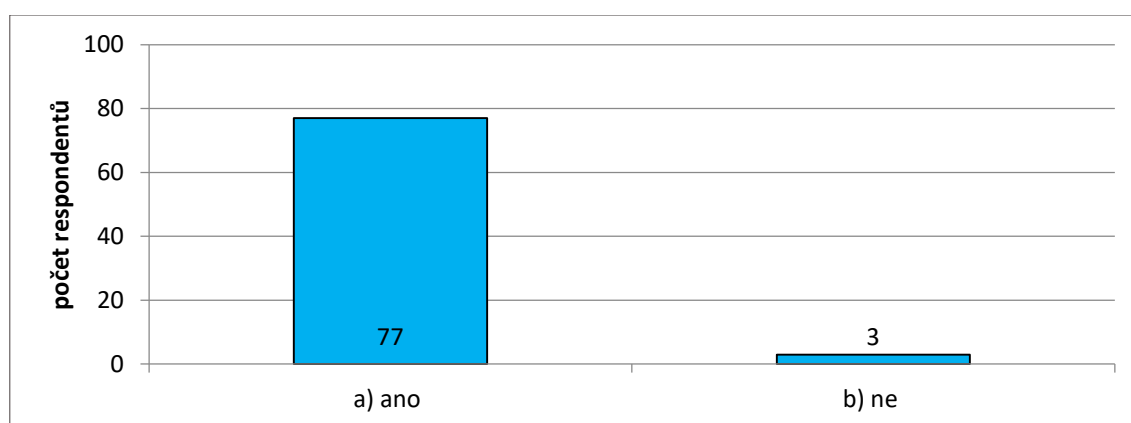
**Obr. 12 - Jak jste pobyt objednávali?**

Dle odpovědí respondentů je nejoblíbenějším způsobem objednávání ubytování přes – email, či telefonicky. Tuto odpověď zvolilo 32 respondentů, což činí 40 % z 80 respondentů, kteří na tuto otázku odpovídali. Objednávkový systém přes internetové stránky provozovatele ubytování zvolilo 23 odpovídajících, tedy 29 %. Přes rezervační systémy objednávalo 13 dotázaných (16 %), přes cestovní kancelář nebo cestovní agenturu rezervovalo pobyt 5 respondentů (6 %). Nejméně oblíbenou metodou se zdá být objednávání přes sociální síť, kde objednávali pouze 4 respondenti (5 %). Osobní kontakt s ubytovacím zařízením, kdy byl pobyt objednan v den výletu, zvolili 3 dotázaní z celku 4 % (viz Obr. 12).



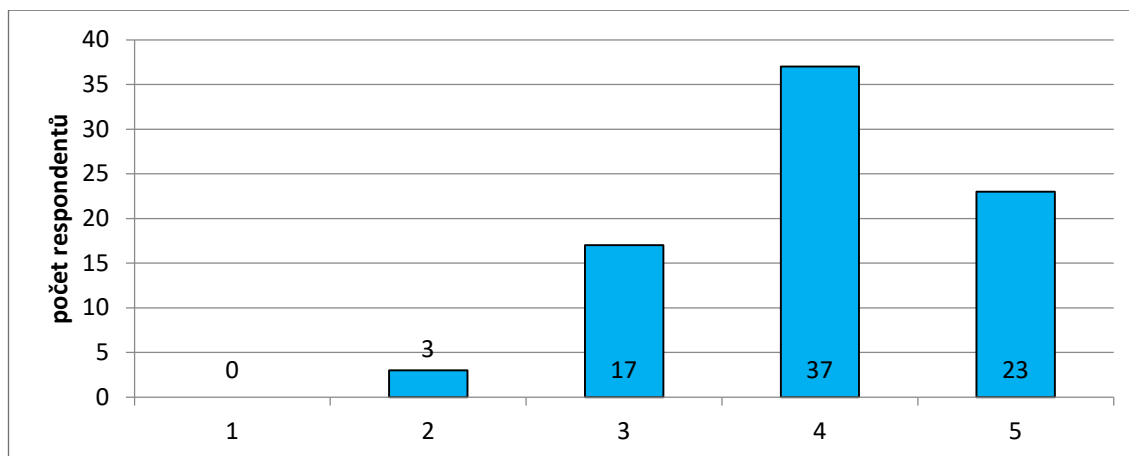
**Obr. 13 – Turistický region Šumava,** (zdroj: <https://www.kct-tabor.cz/gymta/ChranenaUzemiCR/SumavaCHKO/index.htm>)

Dotazovaní respondenti v otázce č. 12 měli uvést město nebo obec, ve kterém byli ubytováni. Jejich odpovědi byly následně zaznamenány v mapě (viz Obr. 13). Nejčastější uváděnou odpovědí byla obec Kvilda, tu označilo 10 respondentů. Druhou nejčastější bylo město Prachatice s 9 respondenty. Následující oblíbenou destinací jsou Kašperské hory (6), Klatovy (6) a Železná Ruda (6). Po třech respondentech mají obce – Chlumany, Modrava a Srní. Dva respondenti uvedli město Frymburk a 2x byla označena Kubova Huť, Nýrsko, Stachy, Sušice a Zadov. Ostatní lokality získaly po jedné odpovědi – Hartmanice, Hlásná Lhota, Hodousice, Horní Planá, Lipno, Milešice, Rožmberk nad Vltavou, Velhartice, Vítějovice, Vlachovo Březí, Volary, Záblatí, Žernovice.



**Obr. 14 - Byla pro Vás v daném ubytovacím zařízení dostatečná nabídka služeb?**

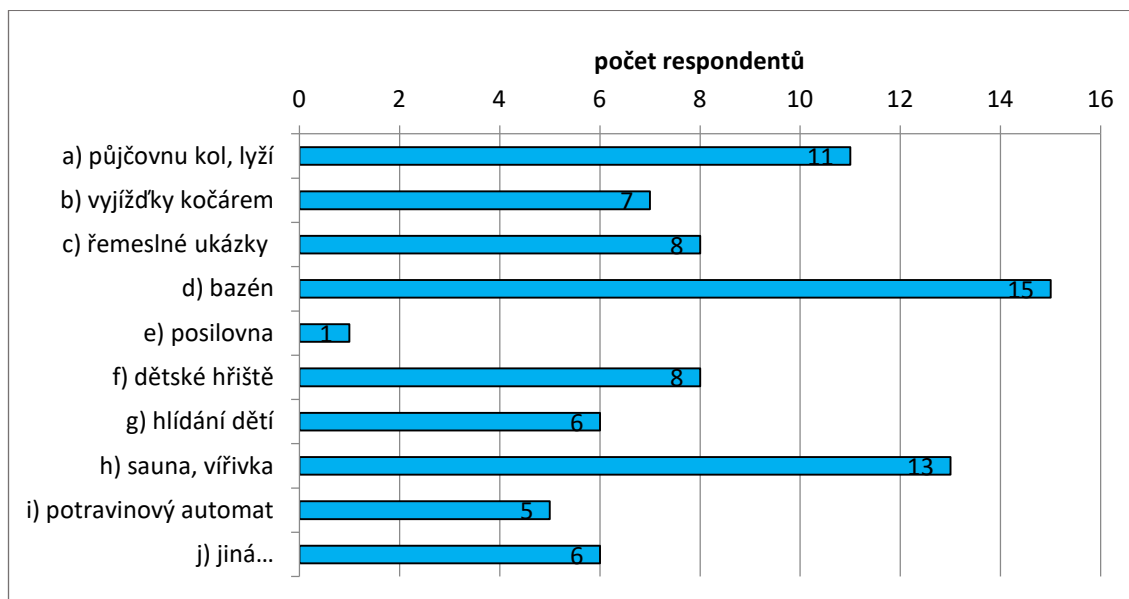
Nadpoloviční většina všech dotázaných byla spokojená s nabídkou služeb v ubytovacím zařízení, jak zobrazuje Obr. 14. Více jak 90 % respondentů nic nechybělo. Na tuto otázku odpovídalo 80 respondentů. Spokojenost s kvalitou služeb označovali dotázaní v následující otázce.



**Obr. 15 - Jaké hodnocení byste udělili ubytovacímu zařízení v dané lokalitě?**

Kvalita a rozsah služeb je zřejmě pro všechny ubytované v turistickém regionu Šumava dostatečný a jsou spokojeni. V této otázce měli respondenti označit, jak byli spokojeni a jaké hodnocení by udělili danému ubytovacímu zařízení. Škála byla nastavena opačně oproti hodnocení ve škole. V dotazníku zaškrtovali respondenti graficky hvězdy, kdy 5 hvězd znamenalo nejvyšší hodnocení a jedna hvězda nejnižší hodnocení.

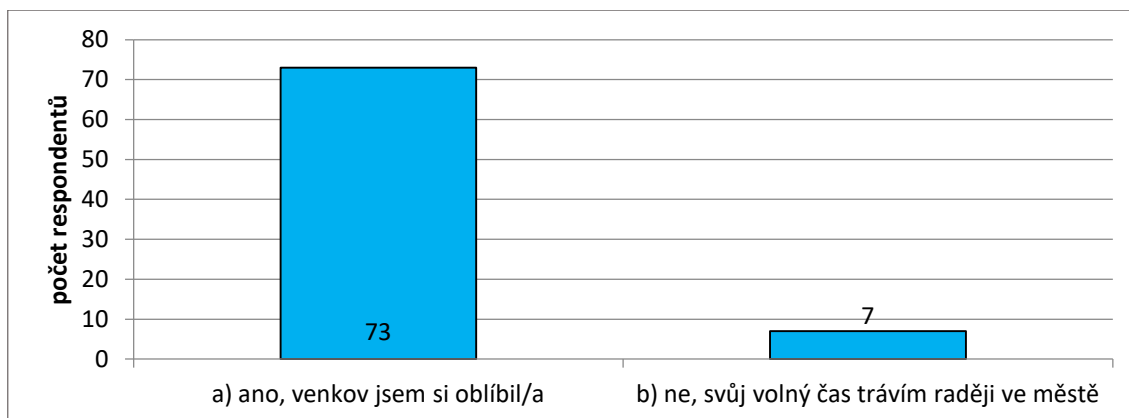
Nejčastější hodnotou byly 4 hvězdy (viz Obr. 15), které byly označeny 37 dotázanými, což tvořilo 46 % podíl z 80 respondentů. Plný počet 5 hvězd udělilo 23 respondentů (29 %). Třetí nejpočetnější bylo označení 3 hvězd, které zaznačilo 17 respondentů (21 %). Dvě hvězdy zaškrtili 3 respondenti (4 %) a jednu hvězdu, nejnižší hodnocení, nikdo neoznačil.



**Obr. 16 - Jaké rozšíření služeb byste navrhli s ohledem na typ ubytování, které jste navštívili?**

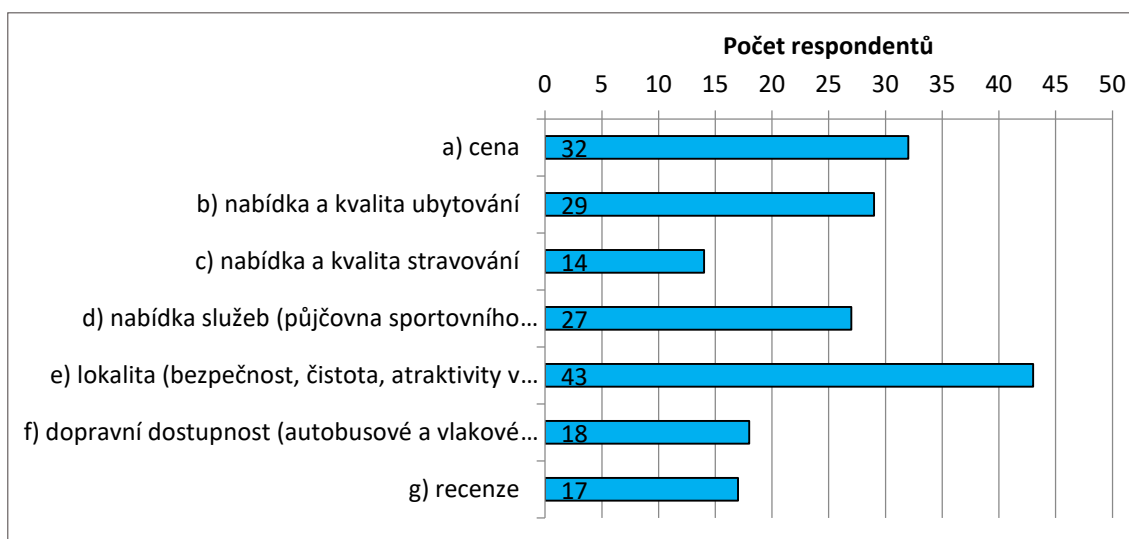
Respondenti uváděli v odpovědích, jaké rozšíření služeb by navrhli s ohledem na ubytovací zařízení, kde strávili pobyt na venkově. Nejvíce respondentům v ubytovacím zařízení chyběl bazén, tuto odpověď označilo 19 % respondentů a s ním spojená vířivka nebo sauna tu označilo 16 % odpovídajících. Podíl 14 % ubytovaných by navrhl půjčovnu kol, nebo lyží. Stejný podíl odpovídajících 10 % postrádalo dětské hřiště a řemeslné ukázky. 9 %

ubytovaných má zájem o vyjížďky kočárem, což jsou aktivity vhodné pro podnikatele v agroturistice. Podíl 7,5 % by v ubytovacím zařízení uvítalo hlídání dětí. Poslední odpověď byla ve stejném poměru 7,5 % a byla možností pro respondenty uvést vlastní odpověď, přičemž všichni odpovídali, že jim nic nechybělo. Výsledky otázky č. 15 jsou zaznamenány na Obr. 16.



**Obr. 17 - Doporučili byste pobyt na venkově svým přátelům a známým?**

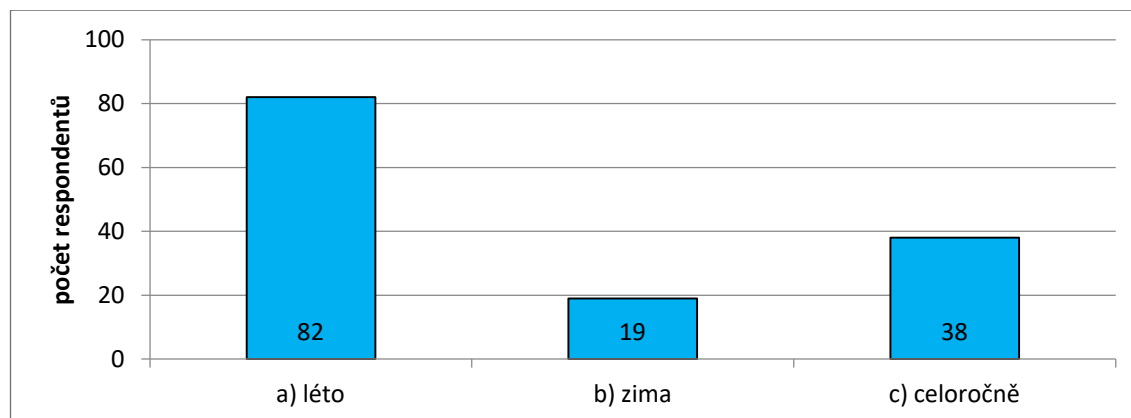
V závislosti na spokojenosti respondentů se dá předpokládat, že odpovídající budou chtít pobyt na venkově doporučit dalším. To potvrdily získané odpovědi na otázku, zda by respondenti doporučili pobyt svým známým a přátelům. Z více jak 91 % byla odpověď kladná. Necelých 9 % odpovídajících by dovolenou na venkově svým známým a přátelům nedoporučilo (viz Obr. 17).



**Obr. 18 - Co považujete při výběru dovolené pro sebe za nejdůležitější?**

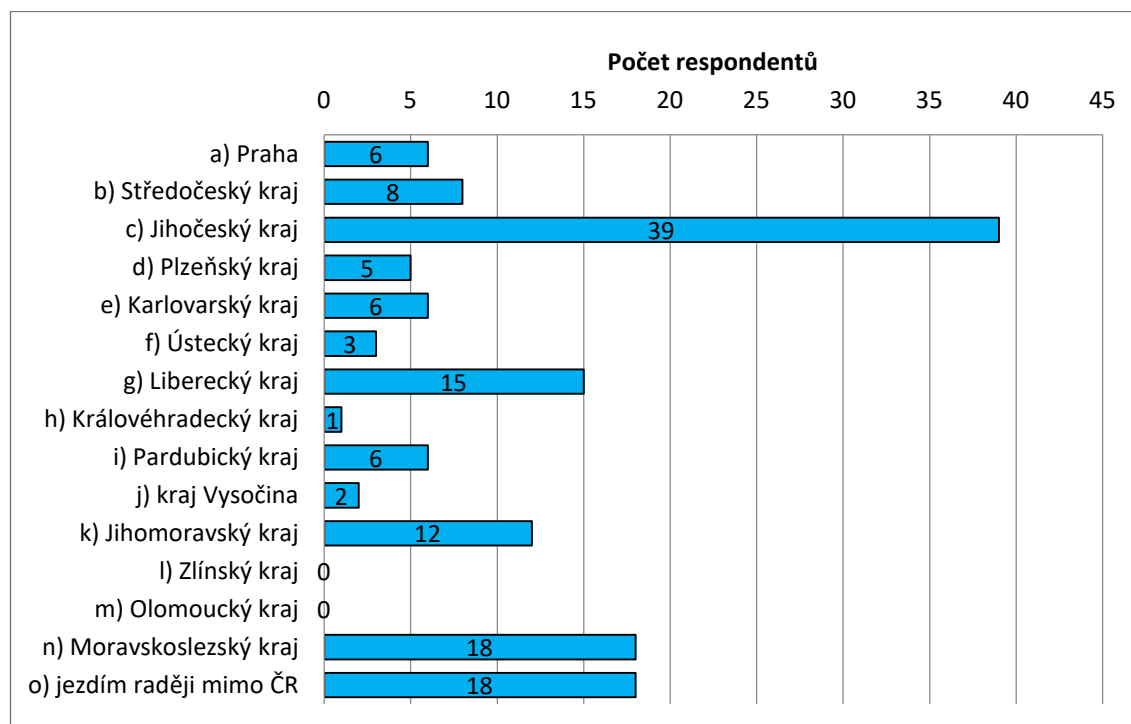
Z odpovědí respondentů, kterých byl opět plný počet 139, je patrné, že na volbu lokality mají vliv různé faktory. Respondenti měli možnost vybrat více odpovědí. Odpovídající ve 31 % preferují bezpečnost v lokalitě, čistotu v místě pobytu a nabídku atraktivit. Až na druhém místě odpovídající zvolili cenu (23 %), jako důležitý faktor pro výběr dovolené. Následuje 21 % respondentů, pro něž je důležitá nabídka a kvalita ubytování. Nabídka služeb v ubytovacím zařízení je důležitá pro 19 % odpovídajících. Pro 13 % odpovídajících je

důležitá dopravní dostupnost a pouhých 12 % se dívá na recenze jiných uživatelů. Nejméně uživatelů označilo odpověď nabídka a kvalita stravování (10 %), což může mít souvislost s otázkou č. 10, kde 42 % odpovídajících uvedlo, že preferuje vlastní stravování, proto je pro ně kvalita poskytnutého stravování při výběru dovolené méně významné. Grafické znázornění otázky č. 17 obsahuje Obr. 18.



**Obr. 19 - Jakou preferujete sezónu?**

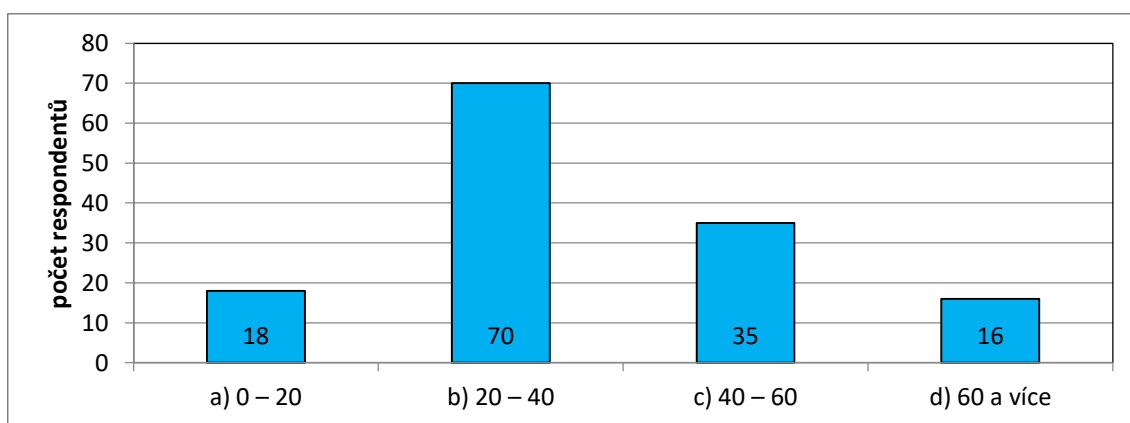
V otázce o preferenci sezóny zvolilo nejvíce odpovídajících (59 %) letní sezónu, která umožňuje více možností využití volného času. Bez ohledu na roční období cestuje více respondentů než v zimním období a to celkem 27 % podílu z celkového počtu 139 respondentů viz Obr. 19. Zimu preferuje 19 (14 %) respondentů.



**Obr. 20 - Jaký kraj pro dovolenou v ČR preferujete nejvíce?**

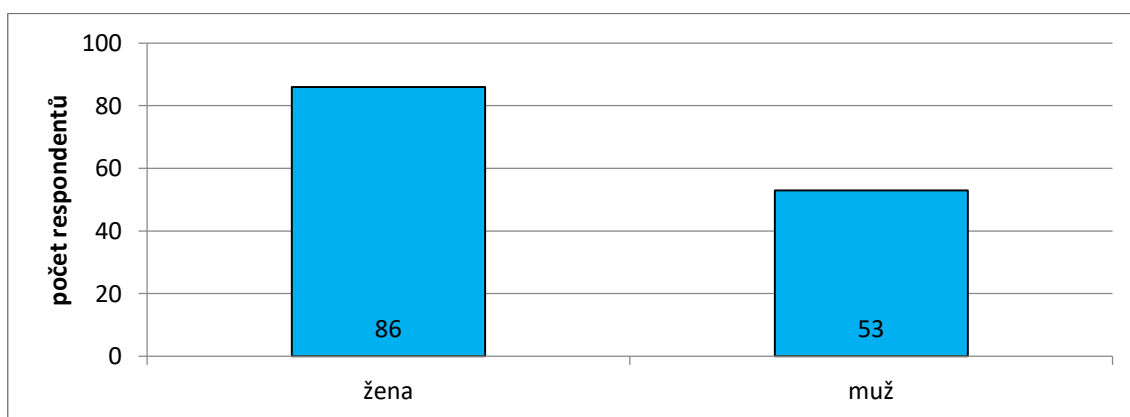
Nejčastějším výběrem respondentů byl Jihočeský kraj, celkem si ho zvolilo 39 respondentů (28 %). Poté následoval kraj Moravskoslezský s 18 respondenty (13 %). Početný

výsledek získal i kraj Liberecký, který zaškrtnulo 15 dotazovaných (11 %) a kraj Jihomoravský s podílem 9 % (12). Počet 8 odpovědí (6 %) získal kraj Středočeský. Na stejném žebříčku se umístil kraj Pardubický, Karlovarský a hlavní město Praha, jež byly označeny 6 respondenty v poměru 4 % z celkového počtu 139 respondentů. Plzeňský kraj by si pro dovolenou zvolilo 5 dotazovaných (4 %), 3 dotazovaní zvolili Ústecký kraj (2 %), 2 respondenti vybrali kraj Vysočina (1 %) a nejméně byl volen Královéhradecký kraj s 1 odpovědí (1 %). Zlínský kraj a Olomoucký kraj nezískali žádné odpovědi. Respondenti měli možnost vyhnout se České republice a zvolit poslední odpověď, že jezdí raději na dovolenou mimo Českou republiku. Tuto možnost označilo 18 respondentů, kteří tvořili 13 % z celkového počtu dotazovaných (Obr. 20).



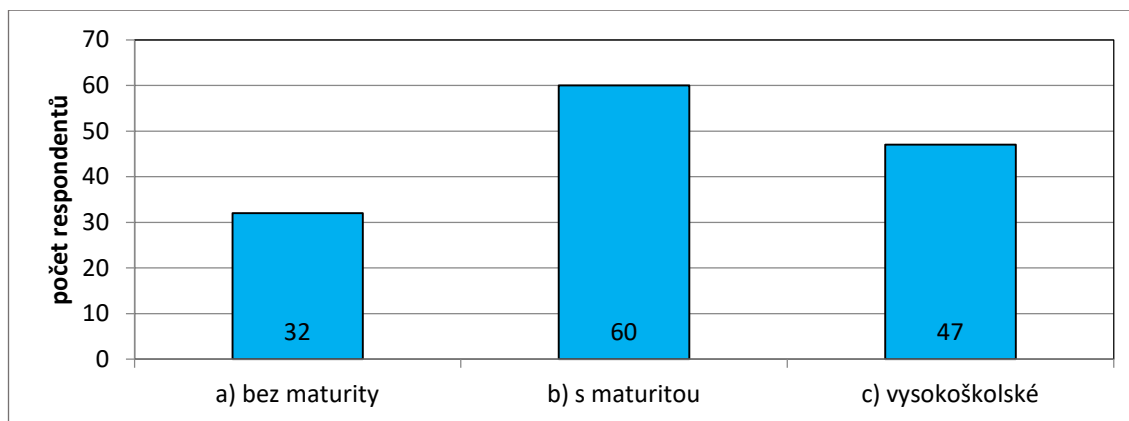
**Obr. 21 - Kolik je Vám let?**

Většina dotazovaných respondentů, jak ukazuje Obr. 21, byla ve věku 20 až 40 let v podílu 50 % z celkového množství respondentů. Ve věku 40 až 60 let bylo 25 % respondentů. Mezi roky 0 až 20 let se pohybovali odpovídající v poměru 13 % a nejméně z celkového počtu dotazovaných bylo ve věku 60 a více let, celkem 12 % ze 139 dotazovaných.



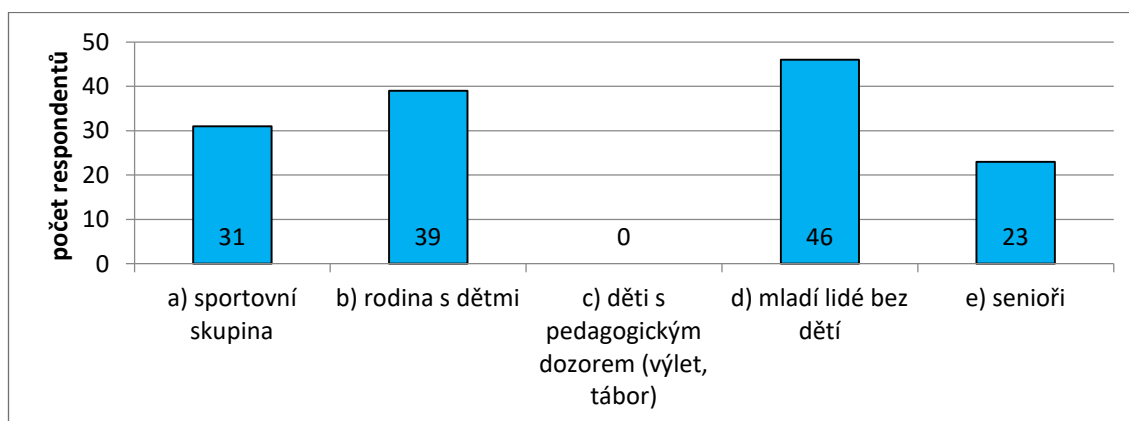
**Obr. 22 - Jakého jste pohlaví?**

V celém dotazníkovém šetření dominovali odpovědi žen. Celkem bylo shromážděno 139 dotazníků, z toho tvořilo podíl 86 (62 %) žen a 53 (38 %) mužů, jak dokazuje Obr. 22.



**Obr. 23 - Jaké máte vzdělání?**

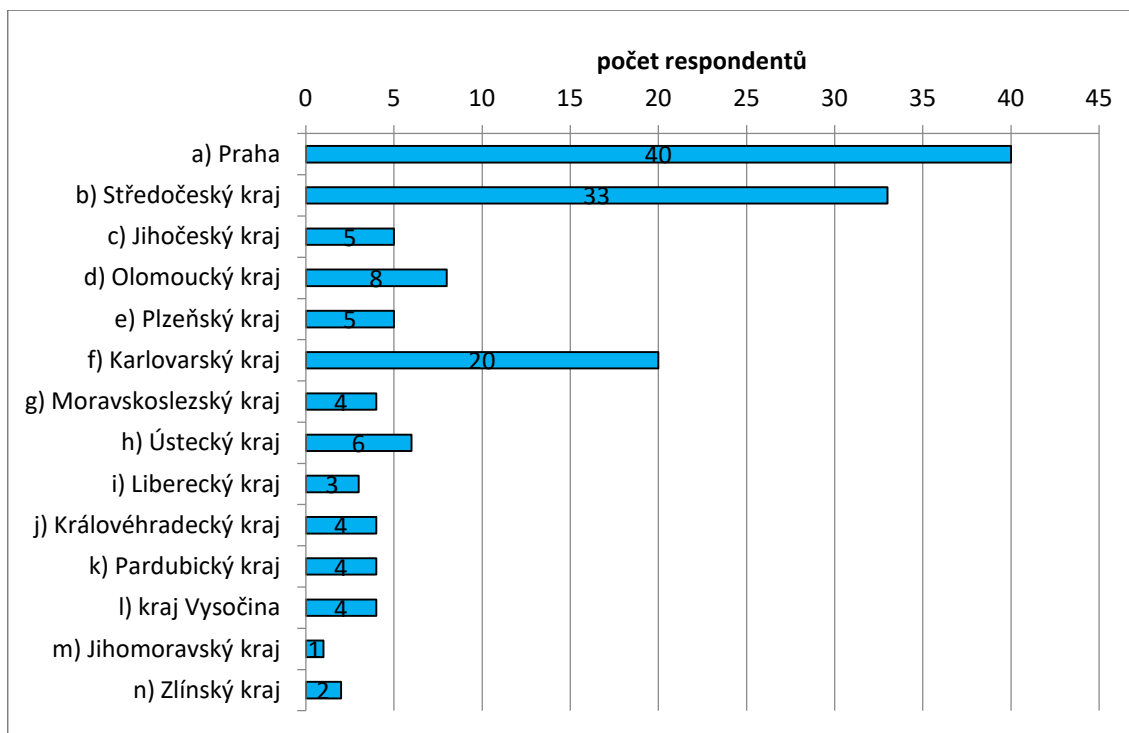
Dotazníkového šetření se dle zmíněných odpovědí účastnilo nejvíce respondentů se středoškolským vzděláním v počtu 60 (43 %), na druhém místě bylo vysokoškolské vzdělání s 47 respondenty a podílem 34 %. Nejméně se v šetření vyskytovalo vzdělání bez maturitní zkoušky, které tvořilo 32 (23 %) dotazovaných (Obr. 23).



**Obr. 24 - Věková struktura**

Dle otázky č. 20, kde většina dotazovaných byla ve věku mezi 20 až 60 let, odpovídají výsledky z otázky o věkové struktuře. Nejvíce respondentů se označilo jako mladí lidé bez dětí v počtu 46 (33 %) respondentů. Jasně vymezenou kategorii rodin s dětmi, tvořilo 39 odpovídajících v poměru 28 %. 31 respondentů (22 %) se identifikovalo jako sportovní skupina, což reflektuje odpověď na otázku č. 6, kde většina respondentů preferovala aktivní dovolenou. Nejméně bylo ve věkové skupině senioři, a to 23 odpovídajících (17 %). V dotazníkovém šetření se bohužel nepodařilo zachytit ani jedno dítě školního věku, které by absolvovalo školní výlet nebo exkurzi, jak je vidět na Obr. 24.





**Obr. 25 - V jakém kraji trvale pobýváte?**

Z celkového počtu 139 respondentů odpovídajících na poslední otázku č. 24, bylo 40 odpovídajících z hlavního města Praha a tvořili podíl 29 %. Ze Středočeského kraje pocházelo 33 respondentů (24 %), třetí nejčastější odpovědi pocházejí z kraje Ústeckého celkem 20 odpovědí (14 %). V Plzeňském kraji žije 8 dotazovaných 6 %, v Královéhradeckém kraji 6 respondentů (4 %). Z Jihočeského i Karlovarského kraje odpovídalo 5 respondentů v poměru (4 %) za každý kraj. Dotazníkového šetření se účastnilo z Libereckého kraje, z kraje Vysočina, z Jihomoravského kraje a Zlínského kraje po 4 respondentech za každý kraj v poměru 3 % vůči celku. Z Moravskoslezského kraje odpovídali 2 dotazovaní a z Olomouckého kraje 1 respondent. Počet respondentů a jejich odpovědi jsou na Obr. 25.

## 5.1. SWOT Analýza

SWOT analýza je složena z několika dílčích analýz, které spolu vzájemně souvisí. Jedná se o porovnání vnitřního a vnějšího prostředí dané destinace či podnikatelského subjektu v cestovním ruchu. Výsledkem je matice, kde jsou zobrazeny silné a slabé stránky a k nim jsou definovány příležitosti, jež je možné využít a hrozby, na které je třeba se připravit. Na základě SWOT analýzy je možné sestavit priority, ty by měly být v souladu s cíly subjektu. Pomůže také s nastavením opatření, což jsou aktivity prostřednictvím, kterých se dosáhne cílů (Holešínská 2022). Správné vyhodnocení SWOT analýzy umožní vidět výhody a nevýhody navrhovaného plánu. Je účinným prostředkem k hodnocení a rozhodování o činnostech v různých situacích (Krasavac et al. 2018). Silné a slabé stránky jsou hodnocením vnitřního prostředí, podporují, anebo naopak brání danému subjektu v dosažení zvolených cílů, jsou kontrolovatelné. Příležitosti a hrozby jsou faktory vnějšího prostředí, to má vliv na možnosti

subjektu započít a uskutečnit své cíle nebo subjektu zamezí v dosažení cíle, jedná se o nekontrolovatelné faktory (Dyson 2004).

**Tab. 3 – SWOT analýza venkovské turistiky v turistickém regionu Šumava**

Vnitřní prostředí	
Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>• atraktivní venkovské prostředí</li> <li>• dlouholetá tradice zemědělství a lesnictví</li> <li>• extenzivní pastva</li> <li>• dochované společenské a folklórní akce spojené se zemědělskou činností – dožínky, řemeslné jarmarky, Konopická slavnost</li> <li>• křižovatka turistických tras, cyklotras, hipotras</li> <li>• poloha, blízká dostupnost zemí – Německo, Rakousko</li> <li>• dostatek lokalit k rekreaci po celý rok</li> <li>• vodní plochy vhodné k rybolovu</li> <li>• vysoký podíl chráněných krajinných oblastí (CHKO, NP, Biorezervace)</li> <li>• vysoký podíl lesů a neobydlených území</li> <li>• značné množství přírodních atraktivit, rozhleden a dalších nabídek cestovního ruchu</li> <li>• atraktivita životního prostředí</li> <li>• vysoká ekologická hodnota</li> <li>• čistota prostředí</li> <li>• vysoká spokojenost zákazníků s kvalitou nabízených služeb</li> <li>• vysoká spokojenost zákazníků s ubytovacími zařízeními</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vyliďňování venkova</li> <li>• stárnutí populace nejen na venkově</li> <li>• odliv mladých lidí z venkova do města</li> <li>• nedostupnost základních služeb pro místní obyvatele</li> <li>• nedostatek kvalifikované pracovní síly</li> <li>• nezájem o práci v zemědělství</li> <li>• nízká konkurenceschopnost venkova vůči městu</li> <li>• nadměrné zatížení podnikatelů administrativou</li> <li>• nedostatečná finanční podpora podnikatelské činnosti</li> <li>• nízká úroveň propagace venkovské turistiky i agroturistiky</li> <li>• nízká obsazenost ubytovacích zařízení mimo letní sezónu</li> <li>• nízká dostupnost produktů venkovské turistiky</li> <li>• malý zájem o podnikání ve venkovské turistice a agroturistice</li> <li>• absence statistik cílených na venkovskou turistiku</li> </ul>
Vnější prostředí	
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>• větší podíl domácích turistů oproti předešlým rokům</li> <li>• trend zdravého životního stylu a zdravého stravování</li> <li>• zaměření na nabídku wellness</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ohrožení z důvodu rozšíření nákazy zvířat nebo lidské nákazy</li> <li>• živelná pohroma – oheň, povodeň, větrná kalamita</li> <li>• zvýšení cen v důsledku nedostatku</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• vyšší popularizace domácích produktů</li> <li>• vysoká oblíbenost turistického regionu Šumava</li> <li>• využití opětovného návratu zákazníků</li> <li>• pořádání vlastních soukromých společenských akcí</li> <li>• vyšší nabídka sportovních aktivit</li> <li>• půjčovna sportovních pomůcek</li> <li>• pozitivní vliv přírody a zvířat na psychiku člověka</li> <li>• venkovská turistika jako varianta levnější dovolené v tuzemsku</li> <li>• širší využití internetu a sociálních sítí</li> <li>• turistika jako příležitost pro udržení tradic a zvyků na venkově</li> <li>• zaměření na netradiční zážitek, na který návštěvník nezapomene</li> <li>• využití nových ekologických trendů</li> <li>• širší využití nově spuštěného portálu Kudy z nudy sdružující a propagující subjekty venkovské turistiky</li> <li>• speciální nabídka služeb, která by byla nabízena mimo letní sezónu</li> </ul>	<p>potravín</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zvýšení cen v důsledku navýšení cen energií</li> <li>• nově vznikající konkurenční subjekty</li> <li>• finanční náročnost údržby nemovitostí a strojů</li> <li>• neukázněné chování turistů v chráněné lokalitě</li> <li>• slabá podpora venkovské turistiky ze strany státu</li> <li>• omezení dotací v PRV</li> <li>• nedostatečný zájem o pracovní místa v cestovním ruchu</li> <li>• omezená nabídka sportovních a společenských aktivit</li> <li>• nižší zájem domácích turistů o dovolenou v ČR</li> <li>• špatná informovanost domácích turistů o možnostech venkovské turistiky</li> </ul>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 6 Diskuse

Cestovní ruch je z pohledu regionální politiky nejdůležitějším faktorem rozvoje, který zajišťuje ekonomický přínos turistickému regionu nebo oblasti. Hlavním ziskem jsou výdaje z činnosti subjektů cestovního ruchu, které jsou podporovány útratou turistů v navštívené destinaci (Sharpley 2004). Návštěvnost nezávisí na kvantitě, ale především na kvalitě nabízených služeb a produktů. Proto bylo vytvořeno a zhodnoceno dotazníkové šetření týkající se preferencí a motivace turistů vedoucí k návštěvě turistického regionu Šumava, se zaměřením na venkovskou turistiku a agroturistiku.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že Jihočeský kraj, který je součástí turistického regionu Šumava, je nejpreferovanějším krajem ČR z pohledu dotazovaných respondentů. Informaci potvrzují i výsledky Satelitního účtu cestovního ruchu za rok 2021. Zde byl v rámci domácího turistického cestovního ruchu Jihočeský kraj druhý nejnavštěvovanější (ČSÚ 2023). Zároveň je Jihočeský kraj druhým největším krajem ČR a má dle Hamarneh (2019) velmi příznivé podmínky pro rozvoj venkovské turistiky, zvláště jejich šetrných a ekologických forem. Jihočeský kraj má vysoký podíl zemědělských, lesnických a rybářských činností. Svou aktivitou dávají krajině jedinečný ráz a charakter venkova. Plzeňský kraj je z pohledu cestovního ruchu méně oblíbeným územím, přestože se část turistického regionu Šumava nachází na jeho území. Celkem Plzeňský kraj jako preferované místo pro dovolenou zaškrtno jen 5 respondentů z celkového počtu 139 dotazovaných. V této části regionu se nachází hned několik zajímavostí jako je například zimní turistické středisko Železná Ruda, hrad Kašperk a Rábí nebo cyklistické a pěší turistické trasy či naučné stezky Šumavy.

Samotný turistický region Šumava vyšel dotazovanými jako oblíbený. Což potvrzuje první hypotézu očekávající vysoký zájem turistů o daný turistický region. Za pravidelného návštěvníka regionu se v otázce č. 1 označilo 39 % respondentů, zbylých 31 % navštívilo region alespoň jednou a 30 % dotázaných uvedlo, že daný region neznají. Ti, co odpověděli, že region neznají a region nenavštívili, pokračovali otázkou č. 5, kde udávali důvod, proč do regionu nezavítali. Nejčastější odpovědí bylo, že se region nachází příliš daleko od jejich bydliště (37 %). I přes širokou škálu přírodních zajímavostí, památek a různých možností sportovního využití až 25 % dotazovaných uvedlo, že se zde pro ně nenachází nic zajímavého. Můžeme předpokládat, že důvodem těchto odpovědí je nedostatečná propagace turistického regionu a jeho atraktivit, stejně tak nedostatečná propagace venkovské turistiky a jejich výhod a přínosů pro návštěvníka (Seetanah et al. 2019). Rovněž to lze přisoudit i poměrně vysokému nezájmu o dovolenou v tuzemsku, jak vyplývá z výsledků dotazníkového šetření. Ze zbylých dotazovaných 23 % nerado cestuje a 16 % má nedostatek finančních prostředků na cestování. Respondenti uvádějící nedostatek finančních prostředků, mohou být z větší části dle autorů Vaníček et al. (2021) mladí lidé finančně závislí na rodičích. Autoři uvádějí i problém rozdělení společnosti mladých lidí, kteří mají zájem o životní prostředí a pak druhá polovina, která o něj zájem nemá a volný čas tráví sociálními sítěmi, což může být i případ 25 % respondentů, kteří v turistickém regionu Šumava nenašli nic zajímavého. Skupiny, které mohou trpět nedostatkem financí k cestování, nejsou jen mladí lidé, ale také rodiny s dětmi nebo senioři. Týká se rodin s jedním příjmem, nebo rodin, které navíc pečují o zdravotně postiženého člena rodiny (Nešpor & Večerník 2006). Důvodem může být i nevyváženost

podmínek pro rozvoj a nedostupnost základních služeb. Tento problém venkova uvádí Pártlová et al. (2020), stejně jako Hamarneh (2019).

Větší komplikací, která brání v rozvoji venkovské turistiky je nedostatečná spolupráce jednotlivých subjektů podnikajících v cestovním ruchu, v zemědělství, ale i nedostatečná snaha obcí v podpoře turismu. Spolupráce subjektů cestovního ruchu, kdy ubytovací služby, stravovací služby a zážitky z místních atraktivit a zajímavostí provozují a poskytují různí lidé a podniky je základem. Výhoda je, že ekonomický přínos se rozloží mezi několik příjemců v regionu a nesoustředí se jen na jeden podnik. Další výhoda spočívá v rozdělení nákladů na poskytované služby, které jsou následně finančně únosnější. Výsledkem je rozvoj celého regionu, který závisí na místních zdrojích (Hummelbrunner & Miglbauer 2009).

K tomu, aby destinace byla konkurenceschopná je potřeba poskytovat produkty a služby, tak aby uspokojily i moderního klienta. Nabídkový balíček je faktorem, za který je zákazník ochoten zaplatit určitou cenu. Do konkurenční primární výhody lze zahrnout klima, atraktivní okolní krajinu, vyskytující se divokou zvěř v lokalitě, kulturní či společenské aktivity. Druhotné výhody spočívají v jednotlivých subjektech poskytujících produkty a služby cestovního ruchu, zahrnující především kvalitu. Výsledkem je spojení několika faktorů tvořících zážitek z destinace, produkt (Murphy et al. 2000). Můžeme říct, že v dotazníkovém šetření v turistickém regionu Šumava bylo více než 90 % respondentů s nabídkou služeb ve zdejších ubytovacích zařízeních spokojeno. Dokazuje to fakt, že 80 % dotazovaných uvažuje o opětovné návštěvě regionu. A zároveň 91 % dotazovaných by doporučilo pobyt v daném regionu na venkově svým známým a příbuzným, protože si venkov oblíbili. Tento výsledek neumožnil potvrdit hypotézu č. 2, která říká, že kvalita služeb poskytovaných provozovateli ve venkovském cestovním ruchu je pro návštěvníky nedostatečná.

Z pohledu podnikatele v cestovním ruchu je složitější sledovat spokojenost zákazníků. Klienta ovlivňuje mnoho faktorů počínaje dopravou, personálem, cenou za ubytování a nabízené služby, jejich kvalita, informovanost o destinaci, pročitání recenzí a následný střet s realitou. Autorky Půlpanová & Simová (2012) uvádějí právě lidský faktor jako nejsilnější vliv na názor zákazníka. Jaký přesný vliv má personál na názor dotazovaných, nebylo zjišťováno, nicméně hodnocení subjektů cestovního ruchu v daném regionu bylo velmi vysoké. Téměř 50 % dotazovaných respondentů v otázce č. 14 udělilo 4 hvězdy, což je druhé nejvyšší ocenění. Důležitými rysy venkovské turistiky pro návštěvníky jsou čisté prostředí, čerství vzduch, klid, pohostinnost místních obyvatel, typická gastronomie, venkovský způsob života, zachovalé tradice a dědictví venkova (Rátz & Puczko 1998). Klíčové rozdíly ve vnímání kvality jsou dané i individuálními činnostmi turisty, dobou trvání jeho činností, jeho životním postojem, motivací k cestování a vnímání destinace jako celku (Robinson 1990). Kvalita služeb je dle Buhalise (2003) v rozsahu služeb a atraktivit. Hodnocení celé destinace návštěvníkem vychází z jejich funkčnosti a dostupnosti.

Půlpanová & Simová (2012) uvádějí za nejdůležitější faktor pro výběr dovolené cenu, jako základní rys rozhodování. Klient chce být informován, za co platí, jaké má možnosti slev či jaké může využít benefity. Ve výsledcích průzkumu vyšla cena jako podstatný údaj při výběru dovolené až na druhém místě. Cenu zaškrtno 23 % dotazovaných. Za mnohem důležitější označili respondenti v poměru 31 % k celku bezpečnost v lokalitě, čistotu lokality a nabídku atraktivit v okolí. Bezpečnost v lokalitě jako priorita může být zapříčiněna aktuálními globálními problémy a obavami z možné kriminality. Přání čisté lokality je

spojeno s životem ve městech zatížených smogem a pouličním nepořádkem. Stejných výsledků v prioritách turistů vybírajících si venkovskou destinaci dosáhli i autoři Ryglová et al. (2017). Venkovská turistika umožňuje návštěvníkům vyjít bezpečně do ulic a seznámit se s místní kulturou a místními obyvateli. Oproti městu je na venkově větší klid a přátelštější atmosféra. Bydlení přímo na farmě, či v soukromí v její blízkosti umožňuje poznat život venkovského obyvatelstva (Hall & Page 2006).

Většina dotazovaných na otázku č. 7, co konkrétního bylo cílem jejich návštěvy, odpovídalo, že hlavním cílem je relaxace v přírodě a odpočinek od města. Z předchozí otázky č. 6 (Jaký byl motiv Vašeho pobytu na venkově?) je patrné, že se z 55 % jedná o relaxaci aktivní, která zahrnuje různé sportovní aktivity probíhající během celého roku, dále se jedná z 26 % o návštěvu památek a z 22 % o účast na společenské akci. Nabídku atraktivit jako jeden z hlavních faktorů k výběru dovolené připouští i Hamarneh (2019). Za ideální destinaci autorka uvádí místo, kde je dostatek přírodních, kulturních, historických, společenských a dalších atraktivit. Jako příčinu rozvoje venkovské turistiky označuje Hamarneh (2019) aktuální trend návratu k přírodě. Česká republika má pro rozvoj této formy šetrného cestovního ruchu silný potenciál. Aktivní využití volného času potvrzuje i autor Oriška (2010), který uvádí, že většina hostů ve venkovské turistice má zájem o pěší turistiku, cykloturistiku, jízdu na koních, možnost rybolovu, využití sauny či jiných aktivit dle roční sezóny a konkrétní situace. Pobyt v přírodě, jak uvádí Shrapley & Roberts (2004), má také blahodárné účinky nejen na fyzické zdraví, ale především na psychické zdraví, což jsou benefity pro účastníky venkovské turistiky.

Zjištění motivace zákazníka, která vedla k návštěvě venkova, umožní podnikatelskému subjektu lepší přizpůsobení služeb. Umožní segmentovat zákazníka a přizpůsobit mu nabídku, výhody a informace o destinaci (Middleton & Clarke 2001). Dle předchozích výsledků můžeme doporučit jednotlivým subjektům zaměřit se na určitý typ zákazníka a přizpůsobit mu produktový balíček a vybavení interiéru i exteriéru. Produkt by měl být v souladu s hlavní sezónou, s ohledem na nabídku atraktivit v okolí. Nabízené služby jednotlivých ubytovacích zařízení jsou závislé na jejich velikosti a finančních možnostech. Mezi jednotlivými subjekty jsou v tomto ohledu značné rozdíly, v závislosti na zaměření typu hospodaření v případě agroturistiky. Podle schopností subjektů by měly být vytvořeny prostory či aktivity pro návštěvníky, které by mohli vykonávat jak venku, tak uvnitř objektů, dle aktuálního stavu počasí (Beresecká & Varecha 2018). Opatření by vedlo k zmírnění výkyvů v návštěvnosti během sezóny, ale i celého roku.

Autoři An & Alarcón (2021) přiznávají, že segmentace zákazníka a přizpůsobení se mu rozsahem a kvalitou služeb je klíčem k úspěšnému podnikání a konkurenceschopnosti venkovské turistiky. Přílišná heterogenita možná vede k širší nabídce služeb, která ale bude na úkor kvality služeb. V konečném důsledku bude mít správné zaměření vliv na rozvoj celého regionu. S výsledky dotazníkového šetření můžeme říct, že nejčastějšími skupinami jsou mladí lidé bez dětí (33 %), následované rodinami s dětmi (28 %), sportovními skupinami (22 %) a nejméně seniory (17 %). Každá ze skupin má své preference uvedené výše. Nižší počet seniorů, kteří navštívili turistický region Šumava, může být způsoben zhoršeným fyzickým stavem, který brání cestování, nedostatkem financí či chybějícím partnerem pro cestování (Goeldner & Ritchie 2009).

Třetí ze zkoumaných hypotéz bylo, zda nejčastější skupinou jsou rodiny s dětmi, které preferují výběr farem s chovem koní. Z výzkumu vyplynulo, že rodiny s dětmi jsou druhou nejpočetnější skupinou ve venkovské turistice. Jízda na koni byla označena pouze 8 respondenty z 82 odpovídajících na otázku o konkrétních aktivitách v průběhu dovolené na venkově. Bohužel otázka nebyla postavena tak, aby bylo patrné, že se jedná pouze o agroturistiku. Nicméně také Svaz venkovské turistiky ve své publikaci Strategie rozvoje venkovského cestovního ruchu v ČR 2018–2025 (2018) uvádí, že farmy a statky, které nabízejí agroturistiku, jsou z 33 % zaměřeny na chov koní a z 63 % chovají koně a další hospodářská zvířata. I další ubytovací zařízení, které nemají vlastní chov, pouze poskytují ubytování, chovají jiná hospodářská zvířata nebo jsou zaměřeny na rostlinnou výrobu, nabízejí ubytovaným jízdu na koni zprostředkovanou jinou farmou v okolí.

Shrapley & Roberts (2004) uvádějí, že venkovská turistika je specifická forma zážitku. Je vázaná na dané prostředí, zemi a kulturu. Co zažije návštěvník při návštěvě německého venkova, nezažije při návštěvě venkova v jiné zemi a opačně. Jedním ze zážitků, ale také jednou z možností propagace je gastronomie a typické místní produkty a výrobky, zatímco v masovém cestovním ruchu převažuje využití stravování v rámci ubytování. Ve venkovské turistice převažuje stravování vlastní. Důvodem mohou být zvláštní stravovací návyky ve formě specifické diety či úspora času v organizaci volného času v destinaci. Nicméně autoři Cohen & Avieli (2004) uvádí, že stravování v turistickém ruchu je velmi málo diskutováno. Výsledky otázky č. 10 o stravování respondentů v místě pobytu ukazují že, 43 % respondentů preferuje vlastní stravování, což potvrzuje výše zmíněné tvrzení. Může také souviset s otázkou č. 8, kde respondenti volili typ ubytování. Až 31 % označilo ubytování v soukromí, kam patří chaty a chalupy vybavené vlastní kuchyní, kde si mohou ubytovaní uvařit vlastní pokrmy, stejně tak 29 % ubytovaných v penzionu, kde mohou mít též vlastní kuchyň a patří sem i ubytování u známých a přátel označených 20 % respondentů. Z celkového počtu 18 % zaškrtnulo ubytování v hotelu, kde využili služby snídaně (11 %), polopenze (28 %), nebo plné penze (19 %), totéž platí i pro penzion. Příčinou volby vlastního stravování je i možnost ochutnávky místních specialit a typické venkovské kuchyně v gastronomických zařízeních mimo ubytovací zařízení.

S typem ubytování a danou roční sezónou souvisí i délka ubytování. Dle výsledků dotazníkového šetření lze navrhnout ubytovacím zařízením zaměřit se na krátkodobé pobyty. Odpověď 2 až 6 nocí, tedy nejdéle jeden týden označilo jako nejoblíbenější variantu až 46 % dotazovaných. Druhá početná skupina odpovídala, že cestuje zejména o víkendu od pátku do neděle. Tuto odpověď zaznačilo 39 % dotazovaných, kteří turistický region Šumava navštívili. Hlavní sezónní návštěvnost je dle výsledků právě v letních měsících. Letní sezónu označilo 59 % dotazovaných. Celoročně cestuje 27 % dotazovaných a zimu jako hlavní sezónu pro cestování zaškrtnulo pouze 14 % respondentů. Za příčinu úbytku turistů v zimní sezóně se dá považovat změna klimatu a nedostatek sněhové pokrývky. Za zmínku ale jistě stojí i cenově náročné sportovní vybavení a ceny v zimních střediscích. Hodnoty, ze kterých vychází oblíbenost dané sezóny, lze potvrdit i z odpovědí na otázku č. 7, kde respondenti uváděli konkrétní aktivity vykonávané během pobytu. Většina památek, rozhleden či společenských akcí uváděných jako hlavní motiv návštěvy, se koná nebo je otevřena pouze v hlavní letní sezóně.

S výběrem sezóny jsou spojeny i návrhy respondentů na případné rozšíření služeb v navštíveném ubytovacím zařízení. Nejžádanějším prvkem byl označen bazén z 18 %, následovala volba vířivky a sauny z 16 % a třetím prvkem je půjčovna cyklistických kol a lyžařského vybavení (14 %). Další návrhy jsou propojeny s určitou skupinou návštěvníků. Rodiny s dětmi byly v dotazníku druhou nejčastější skupinou (28 %) a jejich preference jsou dětská hřiště nebo hlídání dětí. Dle Vaníčka et al. (2021) jsou specifickou skupinou cestovatelů, kteří se řídí také hlavní letní sezónou, zejména z důvodu školních prázdnin, kdy mají děti delší období volno. V závislosti na věku dětí, může být hlavní prioritou bezbariérový přístup všech subjektů a atraktivit cestovního ruchu, a to z důvodu potřeby pohybu s kočárkem. Bezbariérový přístup by umožnil rekreaci také tělesně znevýhodněným cestovatelům či seniorům (Babita 2014).

V otázce č. 2, kde hledali respondenti informace o turistickém regionu Šumava, byly z 33 % označeny turistické vyhledavače jako je například portál „Kudyznudy“. Tento web je veden Českou centrálou cestovního ruchu – Czechtourism, která má za úkol propagaci České republiky ve světě. Tohoto poznatku by mohli provozovatelé venkovské turistiky využít, protože na portálu „Kudyznudy“ je samostatná sekce venkovská turistika a měla by vzniknout i sekce pro certifikovaná zařízení „Prázdniny na venkově“ od Svazu venkovské turistiky a agroturistiky (www.svazvta.cz 2023). Můžeme říci, že zapojení se do tohoto projektu pomůže provozovatelům s propagací. Jistým přínosem je spolupráce s informačními centry, neboť jejich služeb a propagačních materiálů využívá celých 15 % respondentů. Nejsilnějším argumentem, se ale zdá být osobní zkušenost. Až 27 % dotazovaných dá při výběru dovolet na názor svých známých a příbuzných. Na turistických portálech jsou uvedeny nejen typy na výlety, ale také informace k jednotlivým subjektům. Předpokládá se, že to je důvodem, proč 40 % respondentů uvádělo jako nejpoužívanější prostředek k objednávání ubytování telefonický či emailový kontakt. Přes přímou rezervaci na oficiálních stránkách provozovatelů objednáva jen 29 % odpovídajících, z velké části i proto, že provozovatelé nemají vlastní webovou stránku.

Vyhledávanými lokalitami v turistickém regionu Šumava jsou Český Krumlov, Chlumany, Kašperské Hory, Klatovy, Kvilda, Modrava, Prachatice, Srní, Stachy a Železná Ruda. Oblíbenost Českého Krumlova potvrzují výsledky výzkumu i počet turistů. V Českém Krumlově se nachází státní hrad a zámek Český Krumlov, který je druhou nejnavštěvovanější památkou v ČR (Jarolímková & Vaníček 2019).

Dá se předpokládat, že venkovská turistika se bude v turistickém regionu Šumava nadále rozvíjet. Jedná se totiž, jak již bylo zmíněno o turisticky oblíbenou lokalitu. Do budoucna je třeba podpořit a zapojit místní obyvatele do dění v místě bydliště a zajistit lepší spolupráci jednotlivých aktérů zainteresovaných v rozvoji venkova. Při nedostatku informací se nabízí i spolupráce s odbornými svazy a asociacemi. Jednotlivá zařízení poskytující služby turistům by měla dbát více na propagaci přes sociální sítě, turistické portály, či tiskové materiály poskytované turistickými informačními centry. Cílem je vytvořit vlastní značku, symbol, logo, které bude podporovat region (Mandarić et al. 2017). Následujícím doporučením je zaměřit se na určitý segment zákazníka a přizpůsobit mu nabídku služeb. Nejen, že se zlepší kvalita služeb, ale podpoří se tak vlastní konkurenceschopnost (Remenyik 2017). Kvalita služeb a nabízené produktové balíčky lze poskládat tak, aby byla zahrnuta domácí produkce, zážitek, či aktivita vykonávaná v ubytovacím zařízení. Podstatnou součástí



je také spolupráce více subjektů poskytujících služby ve venkovské turistice. V nabídce služeb by neměla chybět ani místní produkce surovin a domácích výrobků. Ta je možností odbytu vlastních produktů bez druhotných nákladů na dopravu a některé produkty mohou sloužit jako suvenýr (Radhika 2020).

Důležitým faktorem pro návštěvníka je čistota, klid a bezpečnost v navštívené lokalitě. Proto je třeba dbát na udržitelný rozvoj venkovské turistiky a využívat ekologická opatření a případně je učit i návštěvníky. Zařazení ekologické praxe je zásadním prvkem vzhledem k místu, ve kterém se turistický region Šumava nachází.

Podnikatelé se mohou nechat inspirovat novými aktuálními trendy ve venkovské turistice provozované v zahraničí. Podnikatelské projekty jsou zajímavé svým provedením. Otázkou je, do jaké míry by bylo možné jejich realizaci povolit příslušnými úřady v České republice, vzhledem k zákonem chráněným lokalitám. Příkladem může být podle Jarolímkové & Vanička (2019) tzv. bubble hotel, který nabízí návštěvníkům panoramatický výhled na krajinu a dokonalé splynutí s přírodou. Další variantou jsou domky v korunách stromů. Více pravděpodobné se zdají být doplňkové služby a nabídka kurzů, jakými mohou být hobby kurzy učící návštěvníky základním dovednostem se dřevem a výrobou zněj. Mimo klasické řemeslné kurzy patří i například oprava zemědělských strojů. Dle výsledků průzkumu by možná zákazníci nejvíce oslovily služby spojené s wellness, které zahrnují požadovaný bazén, vířivku či saunu. Variantou jsou také služby zahrnující užití místních produktů, například ve formě mléčných a pивních koupelí, bylinkových a medových masáží a podobně laděných procedur. Aktuálním trendem je také forma dovolené zvaná „digitální detox“, pro kterou je venkovská turistika ideální formou (Kotíková 2013).

## 7 Závěr

Předem stanovené cíle diplomové práce se podařilo naplnit. Cílem bylo zjistit jaký je turistický potenciál regionu Šumava a jaký je o něj zájem. Zda je zde možnost dalšího rozvoje a zda byli návštěvníci regionu spokojeni se službami ve venkovské turistice.

Hypotézy stanovené pro dosažení cílů:

1. V regionu Šumava je vysoký zájem turistů o venkovskou turistiku.  
První hypotéza se podařila prostřednictvím dotazníkového průzkumu potvrdit. V turistickém regionu Šumava je o venkovskou turistiku vysoký zájem.
2. Kvalita služeb poskytovaných provozovateli ve venkovském cestovním ruchu je pro návštěvníky nedostatečná.  
Druhá hypotéza se nepodařila potvrdit. Většina respondentů v průzkumu byla s poskytovaným rozsahem a kvalitou služeb spokojena.
3. Agroturistika je doménou zejména rodin s dětmi preferující farmy zaměřené na chov koní.  
Třetí hypotézu se nepodařilo potvrdit. Rodiny s dětmi jsou jednou z hlavních turistických skupin, nicméně jízda na koni, či péče o domácí zvířata se ukázala méně důležitým faktorem pro výběr dovolené.

Stručný přehled výsledků, který přispěl k vyhodnocení hypotéz, a stanovených cílů práce jsou uvedeny níže.

Z dotazníkového šetření zaměřeného na turisty, kteří již region Šumava navštívili, vyplývají tyto výsledky:

- Venkov v turistickém regionu Šumava je dle výsledků dotazníkového šetření vyhledávaným a oblíbeným místem pro dovolenou. Respondenti mají zájem o opětovnou návštěvu. Jihočeský kraj, jako součást regionu Šumava, je dotazovanými preferovanějším krajem pro dovolenou v ČR, oproti Plzeňskému kraji.
- Turisté, kteří byli ubytováni v daném regionu, byli spokojeni s nabídkou a kvalitou poskytovaných služeb provozovateli ubytovacích zařízení. Hodnocení jednotlivých subjektů bylo průměrně 4 hvězdy z celkových 5 hvězd.
- Doporučením je snaha o udržení nastavené kvality služeb, protože reference z vlastní zkušenosti je jedním ze základních přenosů informací potenciálním zákazníkům. Z 91 % respondentů by dané ubytovací zařízení doporučilo svým známým a přátelům.
- Dle názoru svých přátel a známých se rozhoduje 27 % respondentů, větší část 33 % se rozhoduje dle internetových turistických portálů, které taktéž obsahují recenze uživatelů, ke kterým ale přihlíží jen 12 % dotázaných.
- Hlavním motivem pobytu na venkově je aktivní relaxace, jako je pěší turistika, cyklistika, koupání a vodní sporty, spojené s hlavní letní turistickou sezónou. Letní sezóna byla označena jako nejoblíbenější pro cestování a souvisí s ní i vybrané konkrétní návštěvy památek, hradů, zámků, technických a církevních památek označené 32 % respondentů a doplněné o přírodu a přírodní útvary zvolené 33 % účastníků.

- S letní sezónou souvisí i návrhy respondentů na možné rozšíření služeb v navštíveném ubytovacím zařízení, kdy nejčastější preferencí byl bazén, sauna a vířivka. Rodiny s dětmi označovaly dětská hřiště a možnost hlídání dětí. V rámci agroturistiky jsou pak nejčastější volbou řemeslné ukázky.
- Nejčastějšími návštěvníky venkovských ubytovacích zařízení byli mladí lidé bez dětí (33 %) a rodiny s dětmi (28 %).
- Nejpočetnější skupinou byli klienti ve věku od 20–40 let.
- Segmentace, znalost zákazníka a přizpůsobení se jeho požadavkům a přáním zvyšuje konkurenceschopnost podniku.
- Hlavním požadavkem většiny respondentů je čistota, bezpečnost a nabídka atraktivit v lokalitě. Cena jako faktor výběru byla zvolena až na druhém místě.
- Převažujícím typem ubytování je ubytování v soukromí – chata, chalupa, farma, kemp po nich následuje volba penzionu. Preferovaným stravováním je vlastní stravování.

Zjištěné výsledky dotazníkového průzkumu a doporučení slouží zejména pro provozovatele ubytovacích zařízení ve venkovské turistice a agroturistice. Se stále rostoucím trendem zdravého životního stylu a vysokého zájmu turistů o lokalitu, lze předpokládat další rozvoj v oblasti. Při všech činnostech je nutné klást důraz na ekologické principy a zajistit tak udržitelný rozvoj venkovské turistiky.

Do budoucna je potřeba odstranit překážky hlavně pro agroturistiku, jakou je například náročná administrativa bránící v rozvoji podnikatelské činnosti zemědělců. Nejedná se jen o administrativu spojenou se zemědělskou činností, ale také s provozem ubytovacího zařízení zatíženého řadou norem, nařízení. Z těchto hledisek je nezbytná podpora ze strany státu prostřednictvím dotační politiky.

Vlastní iniciativa a podnikatelská činnost místních obyvatel přináší do regionu řadu výhod. Od ekonomických přínosů – nabídky pracovních míst, přes sociokulturní výhody – přes poznání nové kultury, zachování lidových tradic, až po environmentální benefity – ochrana přírody a krajinného rázu. Snahou je zachování původního charakteru místa a nepřejímání nových prvků přenášejících se od turistů. Originální prostředí je vhodnou formou zážitku a motivací k návratu.

## 8 Literatura

- Alebaki M, Lakovidou O. 2011. Market segmentation in wine tourism: a comparison of approaches. *Turismos: an international multidisciplinary journal of tourism* **6**:123-140.
- An W, Alarcón S. 2021. Inferring customer heterogeneity for rural tourism: A latent class approach based on a best-worst choice modelling. *Agricultural Economics – Czech* **67**:266-276.
- Andereck KL, Valentine KM, Knopf RC, Vogt CA. 2005. Residents perception of community tourism impacts. *Annals of tourism research* **32**:1056-1076.
- Argyle M. 1996, *The social psychology of leisure*. Penguin, London.
- Babita C. 2014. Disabled person's tourism – a component of social tourism. Pages 957–960 in Ionescu S, Tomita M, Cace S, editors. *Second World congress on resilience: from person to society*. Medimond SRL, Italy.
- Barbieri C. 2019. Agrisourism research: a perspective article. *Tourism review* **75**:149-152.
- Barbieri C, Mahoney E, Butler L. 2008. Understanding the nature and extent of farm and ranch diversification in North America. *Rural sociology* **73**:205-229.
- Barbieri C, Sotomayor S, Aquilar F. 2017. Perceived benefits of agricultural lands offering agritourism. *Tourism planning & development* **16**:43-60.
- Baum S. 2011. The tourist potential of rural areas in Poland. *Eastern European Countryside* **17**:107-135.
- Berešková J, Varecha L. 2018. Produkt vidieckeho turizmu. *Sborník příspěvků XXI. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách*.
- Binek J, Toušek V, Galvasová I, Věžník A, Kunc J, Seidenglanz D, Halásek D, Řehák S. 2007. *Venkovský prostor a jeho oživení*. Georgetown, Brno.
- Bittman M. 2002. Social participation and family welfare: the money and time costs of leisure in Australia. *Social policy and administration* **36**:408-425.
- Blamey RK. 2001. *Principles of ecotourism*. Encyclopedia of ecotourism. CABI pub. international, United Kingdom.
- Blažek B. 1998. *Venkov, města, média*. Sociologické nakladatelství, Praha.
- Blažková D. 2003. Šumavské louky a jejich historie. Pages 171-174 in Anděra M, Zavřel P, editors. *Šumava – příroda, historie, život*. Baset, Praha.
- Breuer T, Kolečka J, Marek D, Werner E. 2010. Convergence of cultural landscape on the Czech-Bavarian border in Šumava MTS. *Geografie* **115**:308-329.
- Buhalis D. 2003. *eTourism: Information technology for strategic tourism management*. Prentice Hall, London
- Cawley M, Gillmor D. 2008. Integrated rural tourism: Concepts and practise. *Annals of tourism research* **35**:316-337.

- Cohen E, Avieli N. 2004. Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of tourism research* **31**:755-788.
- Cooper T, Hart K, Baldock D. 2009. Provision of public goods through agriculture in the European Union. Institute for European environmental policy, London.
- Dickie I, Whiteley G, Kindlmann P, Křenová Z, Bláha J. 2014. An outline of economic impacts of management options for Šumava national park. *European journal of environmental science* **4**:5-29.
- Dohnal T, Hubený P, Jablonská L, Löw J, Novák J, Zimová E. 2011. *Architektonický manuál. Krajina Národního parku Šumava. Správa národního parku a Chráněné krajinné oblasti Šumava, Vimperk.*
- Dyson R. 2004. Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick. *European journal of operational research* **152**:631-640.
- Fencel P. 2003. Lidová architektura, Pages 521-526 in Anděra M, Zavřel P, editors. *Šumava – příroda, historie, život.* Baset, Praha.
- Fennell DA. 2009. Ecotourism. *International Encyclopedia of human geography.* Elsevier.
- Figueiredo E, Raschi A. 2013. Fertile links? Connections between tourism activities, socioeconomic contexts and local development in European rural areas. Firenze university press.
- Gajić T, Petrovič MD, Radovanovič MM, Tretiakova TN, Syromiatnikova JA. 2020. Possibilities of turning passive rural areas into tourist attractions through attained service quality. *European countryside* **12**:179-192.
- Gartner WC. 2004. Rural tourism development in the USA. *International journal of tourism research* **6**:151-164.
- Goeldner ChR, Ritchie SRB. 2009. *Tourism: principles, practices, philosophies.* John Wiley and sons, New Jersey.
- Grief F. 2004. Farm activities and subsistence fading in CEE countries – A statical approach. The role of agriculture in Central and Eastern European rural development: engine of chance or social buffer? *Studies on the agricultural and food sector in Central and Eastern Europe.* Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe, IAMO **25**:1-21.
- Hall CM, Johnson G, Mitchell R. 2000. *Wine tourism and regional development. Wine tourism around the World, development, management and markets.* Butterworth – Heinemann, Oxford.
- Hall CM, Page JS. 2006. *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space.* Routledge, London.
- Hall CM, Sharples E. 2003. The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. *Food tourism around the World.* London.

- Hall CM, Stephen JP. 2006. Rural recreation and tourism. The geography of tourism and recreation, environment, place and space. Taylor & Francis group, London.
- Hamarneh I. 2019. Development of rural tourism in the Czech Republic: case study of the South Bohemian region. XXII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků, Brno.
- Holešínská A. 2022. Destinační management. Umění rozvíjet destinaci. Grada, Praha.
- Hummelbrunner R, Miglbauer E. 2009. Tourism promotion and potential in peripheral areas: The Austrian case. *Journal of Sustainable Tourism* 2:41-50.
- Chambers S, Lobb A, Butler L, Harvey K, Traill WB. 2007. Local national and imported foods: A qualitative study. *Appetite* 49:208-213.
- Chase LC, Stewart M, Schilling B, Smith B, Walk M. 2018. Agrotourism: Toward a conceptual framework for industry analysis. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development* 8:13-19.
- Chocholoušková Z, Gutzerová N. 2003. Pages 167-170 in Anděra M, Zavřel P, editors. Šumava – příroda, historie, život. Baset, Praha.
- Ilbery B, Kneafsey M. 2000. Producer constructions of quality in regional speciality food production. A case study from South West England. *Journal of Rural Studies* 16:217-230.
- Jafari J. 1987. Tourism models: the sociocultural aspects. *Tourism Management* 8:151-159.
- Jarolímková L, Vaníček J. 2019. Kulturní cestovní ruch v České republice, *Oeconomica*, Praha.
- Jeník J. 2003. Celistvost a rozmanitost Šumavy. Pages 333-340 in Anděra M, Zavřel P, editors. Šumava – příroda, historie, život. Baset, Praha.
- Jeziarska-Thole A, Biczkowski M. 2014. The analysis of conditions and level of sustainable development of rural areas in Poland and Germany. *European Journal of Sustainable Development* 3:387-394.
- Kastenholz E. 2004. Management of demand as a tool in sustainable tourist destination development. *Journal of Sustainable Tourism* 12:388-408.
- Keane MJ, Brissoulis H, van der Stratten J. 1992. Rural tourism and rural development. Tourism and the environment. Regional, economic and policy issues. *Environment and Assessment* 2:43-56.
- Klaus P, Maklan S. 2013. Towards a better measure of customer experience. *International Journal of Market Research* 55:227-246.
- Kočárek E. 2003. Geomorfologie Šumavy. Pages 117-122 in Anděra M, Zavřel P, editors. Šumava – příroda, historie, život. Baset, Praha.
- Kolodziejczyk K. 2021. Tourism management in national parks: Šumava and Bayerischer Wald (Bavarian Forest) in the Czech-German borderland. *Journal of Mountain Science* 18:2213-2239.

- Konecnik M, Gartner W. 2007. Customer-based brand equity for a destination. *Annals of tourism research* **34**:400-421.
- Kotíková H. 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Grada publishing, a.s., Praha.
- Křenová Z, Hruška J. 2012. Proper zonation – an Essentials tool for the future conservation of the Šumava national park. *European Journal of environmental science* **2**:62-77.
- Křenová Z, Kiener H. 2012. Europe's wild heard – still beating? Experiences from a new transboundary wilderness area in the middle of the old continent. *European Journal of environmental sciences* **2**:115-124.
- Lane B. 2009. What is rural tourism? *Journal of sustainable tourism* **2**:7-21.
- Lane B, Kastenholtz E, 2015. Rural tourism: the evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? *Journal of sustainable tourism* **28**:1133-1156.
- Mandarić M, Milićević S, Sekulić D. 2017. Traditional values in the function of promotion of Šumadija and Pomoravlje as rural tourism destinations. *Economics of Agriculture* **2**:787-803.
- McAvoye L. 2002. American Indians, place meanings and the old/new west. *Journal of leisure research* **34**:383-396.
- Middleton VTC, Clarke JR. 2001. *Marketing in travel and tourism*. Routledge, London.
- Molera L, Albaladejo IP. 2007. Profiling segments of tourists in rural areas of south-eastern Spain. *Tourism management* **28**:757-767.
- Moser F. 2003. Turistika na Šumavě. Pages 727-732 in Anděra M, Zavřel P, editors. *Šumava – příroda, historie, život*. Baset, Praha.
- Murphy P, Pritchard MP, Smith JB. 2000. The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism management* **21**: 43-52.
- Navarro F, Labianca M, Cejudo E, de Rubertis S, Salento A, Maroto JC, Belliggiano S. 2018. Interpretation of innovation in rural development. The cases of Leader projects in Lecce (Italy) and Granada (Spain) in 2007–2013 period. *European countryside* **10**:107-126.
- Nešpor ZR, Večerník J. 2006. Socioekonomické hodnoty, politiky a instituce v období vstupu České republiky do Evropské unie. Sociologický ústav AV ČR. Praha.
- Nikischer R, Kašparová I, Zerák J. 2019. *Koncepce rozvoje venkova*. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Odbor regionální politiky, Praha.
- Nunvářová S, Holešínská A. 2017. *Tourism and rural area in the Czech republic*. Mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků, Brno.
- Pártlová P, Líšková ZD, Felcan M, Straková J, Váchal J, Polomský J. 2020. New approach to determining the economic potential of rural area on the example of the south bohemian region of the czech republic. *Entrepreneurship and sustainability issues* **8**:915-931.

- Petrick M, Weingarten P. 2004. The role of agriculture in Central and Eastern European rural development: engine of change or social buffer? *Studies on the agricultural and food sector in Central and Eastern Europe*. Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe, IAMO **25**:1-21.
- Petroman C, Mirea A, Lozici A, Constantin EC, Marin D, Merce I. 2016. The rural educational tourism at the farm. *Procedia economics and finance* **39**:88-93.
- Plesník J. 2003. Životní prostředí Šumavy. Pages 331-332 in Anděra M, Zavřel P, editors. *Šumava – příroda, historie, život*. Baset, Praha.
- Pollermann K, Aubert F, Berriet-Sollic M, Laidin C, Lépicier D, Vu Pham H, Raue P, Schnaut G. 2020. Leader as a European policy for rural development in a multilevel governance framework: A comparison of the implementation in France, Germany and Italy **12**:156-178.
- Porcaro P. 2009. *Agritourism in Italy*. International specialized skills institute, Melbourne.
- Pospěch P. 2014. Discursive no man's land: Analysing the discourse of the rural in the transitional Czech Republic. *Journal of rural studies* **32**:96-107.
- Pospěch P, Delín M, Doucha T, Drlík J, Nohel F, Spěšná D. 2014. *Vynalézání venkova v ČR po roce 1989*. Centrum pro studium demokracie a kultury, Brno.
- Potočník-Slavič I, Schmitz S. 2013. *Farm tourism across Europe. European country side*. Mendel university, Brno **5**:265-274.
- Půlpanová L, Šimová J. 2012. Faktory spokojenosti zákazníků v cestovním ruchu. *Ekonomika a management* **15**:160-170.
- Quendler E. 2019. The position of the farm holiday in Austrian tourism. *Open agriculture* **4**:697-711.
- Radhika V. 2020. Rural tourism – Features, components and key drivers for its growth. *International Journal of Creative Research Thoughts* **8**:3837-3844.
- Rátz T, Puczkó L. 1998. Rural tourism and sustainable development in Hungary. Pages 450-464 in Hall D, O'Hanlon L, editors. "Rural Tourism Management: Sustainable Options" International Conference. Conference Proceedings. Scottish agricultural college, Scotland.
- Remenyik B. 2017. Few aspects of the development of rural tourism. Pages 661-668 in Kosciarova I, Kadekova Z, editors. *Managerial trends in the development of enterprises in globalization era*. Slovak University of Agriculture, Slovakia.
- Robinson GM. 1990. *Conflict and change in the countryside*. Belhaven press, London.
- Ryglová K, Rašovská I, Šácha J. 2017. Rural tourism – Evaluating the quality of destination. *European countryside* **4**:769-788.
- Seetanah B, Sannassee RV, Teeroovengadam V, Nukoo R. 2019. Air access liberalization, marketing promotion and tourism development. *International journal of tourism research* **21**:76-86.



- Sharpley R, Roberts L. 2004. Rural tourism – 10 years on. *International journal of tourism research* **6**:119-124.
- Správa CHKO Šumava. 2012. Rozbory chráněné krajinné oblasti Šumava. Schválený plán péče CHKOŠ 2012–2027, Vimperk.
- Správa Národního parku Šumava. 2020. Zásady péče o Národní park Šumava 2022–2040. Správa Národního parku Šumava, Vimperk.
- Stříbrná M. 2015. Venkovská turistika a agroturistika. Profi press, Praha.
- Spitzer K. 2003. Rašeliniště Šumavy. Pages 175-180 in Anděra M, Zavřel P, editors. Šumava – příroda, historie, život. Baset, Praha.
- Swain N. 2000. The rural transition in post-socialist Central Europe and the Balkans, Halle/Saale: Max Planck institute for social anthropology.
- Šamonil P, Vrška T. 2007. Long-term vegetation dynamics in the Šumava Mts. natural spruce-fir-beech forests. *Plant ecology* **196**:197-214.
- Šimková E. 2007. Strategy approaches to rural tourism and sustainable development of rural areas. *Agricultural economics* **6**:263-270.
- Šimková E. 2008. Udržitelný rozvoj venkova a role venkovské turistiky. Marketing a management, Liberec.
- Tesař M. 2003. Hydrologie Šumavy. Pages 147-156 in Anděra M, Zavřel P, editors. Šumava – příroda, historie, život. Baset, Praha.
- Valenta M, 2003. Šumava a ochrana přírody. Pages 341-351 in Anděra M, Zavřel P, editors. Šumava – příroda, historie, život. Baset, Praha.
- Vaniček J, Bejdáková B, Jarolímková L. 2021. Nové trendy ve venkovském cestovním ruchu. *Oeconomica*, Praha.
- Vystoupil J, Šauer M. 2008. Geoparky – nový nástroj udržitelného rozvoje cestovního ruchu. *Životní prostředí* **42**:39-43.
- Vystoupil J, Holešínská A, Kunc J, Šauer M. 2007. Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR. Masarykova univerzita, Brno.
- Vystoupil J, Šauer M, Repik O. 2017. Quantitative analysis of tourism potential in the Czech Republic. *Acta universitatis agriculturae et silviculturae Mendeliane Brunensis* **65**:113.
- Webster C, Ivanov S. 2014. Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations? *Tourism management* **40**:137-140.
- Woods M. 2011. Rural. Tylor rand Francis group, New York.
- Zamora J, Valenzuela F, Vasquez-Parraga AZ. 2004. Influence of household origin and social class on choice of rural vacation destinations. *Journal of travel research* **42**:421-425.

## 9 Internetové zdroje

- Akademie kvality. 2022. Akademie kvality. Značky kvality. SZIF, Praha Available from <https://www.akademiekvality.cz/znacka-kvality> (accessed October 2022).
- Asociace turistických informačních center České republiky. 2022. A.T.I.C. České republiky. Available from [http://www.aticcr.cz/vismo/dokumenty2.asp?id\\_org=200039&id=1682](http://www.aticcr.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=200039&id=1682) (accessed February 2023)
- Asociace regionálních značek. 2022. Národní koordinátor systému regionálního značení: Regionální značky. Šumava – originální produkt. Available from <https://www.regionalni-znacky.cz/sumava/> (accessed October 2022).
- Bavorské státní ministerstvo hospodářství, regionálního rozvoje a energetiky. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. 2022. INTERREG Bavorsko-Česko 2021–2027. Available from <https://www.by-cz.eu/cs/> (accessed December 2022).
- Česká geologická služba. 2022. Národní geopark – Královská Šumava. MŽP, Praha Available from <http://www.geology.cz/narodnigeoparky> (accessed January 2023).
- Český statistický úřad. 2022. Statistiky: Satelitní účet cestovního ruchu. Ekonomika cestovního ruchu v České republice. Available from [https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni\\_ucet\\_cestovniho\\_ruchu](https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu) (accessed November 2022).
- Kupčíková T (a). 2022. Tourdata. Návštěvnost turistických cílů 2021. Regionální reporty – Jihočeský kraj. Czech tourism, Praha. Available from <https://tourdata.cz/data/navstevnost-turisticky-ch-cilu-jihocesky-kraj-2/> (accessed February 2023).
- Kupčíková T (b). 2022. Tourdata. Návštěvnost turistických cílů 2021. Regionální reporty – Plzeňský kraj. Czech tourism, Praha. Available from <https://tourdata.cz/data/navstevnost-turisticky-ch-cilu-2021-plzensky-kraj/> (accessed February 2023).
- Kupčíková T (c). 2022. Tourdata. Čisté využití lůžek 2019–2022. Czech tourism, Praha. Available from <https://tourdata.cz/data/hromadna-ubytovaci-zarizeni/ciste-vyuziti-luzek-2019-2022-q/> (accessed February 2023).
- Kupčíková T (d). 2022. Tourdata. Kapacity HUZ podle kategorie 2012–2021. Czech tourism, Praha. Available from <https://tourdata.cz/data/kapacity-huz-podle-kategorie/> (accessed February 2023).
- Ministerstvo pro místní rozvoj. 2022. Evropský fond pro regionální rozvoj. Integrovaný regionální operační program 2021–2027. Infostránka IROP 2021–2027. Available from <https://irop.mmr.cz/cs/irop-2021-2027> (accessed November 2022).
- Ministerstvo zemědělství. 2022. Strategický plán Společné zemědělské politiky na období 2023–2027. Schválené znění Evropskou komisí EU. Available from

- [https://eagri.cz/public/web/file/717715/SP\\_SZP\\_verze\\_1.\\_3\\_schvaleno\\_EK.pdf](https://eagri.cz/public/web/file/717715/SP_SZP_verze_1._3_schvaleno_EK.pdf)  
(accessed November 2023).
- Ministerstvo životního prostředí. 2023. Mezinárodní organizace – Globální síť geoparků a Síť evropských geoparků. MŽP, Praha. Available from [https://www.mzp.cz/cz/globalni\\_sit\\_geoparku](https://www.mzp.cz/cz/globalni_sit_geoparku) (accessed January 2023).
- Národní geoportál INSPIRE. 2023. Mapa ČR. Geoportal.gov.cz. Available from <https://geoportal.gov.cz/php/print/#H4|Mapa> (accessed February 2023).
- Naučné stezky. 2022. Naučné-stezky.cz. Available from <https://www.naucne-stezky.cz/> (accessed November 2022).
- NSMAS. 2022. Národní síť Místních akčních skupin České republiky, z.s. Available from <https://www.nsmascr.cz/> (accessed October 2022).
- Státní zemědělský a intervenční fond. 2022. Regionální potravina. Available from <http://www.regionálnipotravina.cz/> (accessed October 2022).
- Státní zemědělský a intervenční fond. 2022. My jsme BIO. Available from <https://www.myjsmebio.cz/> (accessed October 2022).
- Státní zemědělský a intervenční fond. 2022. Program rozvoje venkova 2014–2020. M06 rozvoj zemědělských podniků a podnikatelské činnosti Available from <https://www.szif.cz/cs/prv2014-m06> (accessed November 2022).
- Svaz venkovské turistiky a agroturistiky z. s. 2022. Strategie rozvoje venkovského cestovního ruchu v ČR 2018–2025. Velký Beranov. Available from <https://www.svazvta.cz/homepage/26-03-19/strategie-rozvoje-venkovskeho-cestovniho-ruchu-v-cr-2018-2025> (accessed December 2022).
- Svaz venkovské turistiky a agroturistiky z.s. 2022. Prázdniny na venkově – seznam. Velký Beranov. Available from <https://www.prazdninynavenkove.cz/seznam> (accessed February 2023).
- Regionální rozvojová agentura Šumava o.p.s. 2022. Šumava – Biosférická rezervace. Available from <http://www.br-sumava.cz/> (accessed December 2022)
- The World Tourism Organization (UNWTO). 2010. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. Department of Economic and Social Affairs. Statistics Division, New York. Available from [https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM\\_83rev1e.pdf#page=21](https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=21). (accessed November 2022).
- World Travel and Tourism Council. 2021. Research. Economic impact reports: Czech Republic. United Kingdom. Available from <https://wtcc.org/research/economic-impact> (accessed November 2022).

## 10 Seznam použitých zkratek a symbolů

BIO – Produkt ekologického zemědělství  
CLLD – Community-led Local Development – Komunitně vedený místní rozvoj  
ČOV – Čistírna odpadních vod  
ČR – Česká republika  
ČSÚ – Český statistický úřad  
EAFRD – European agricultural fund for rural development – Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova  
EHS – Evropské hospodářské společenství  
ENRF – Evropský námořní a rybářský fond  
EU – Evropská unie  
HDP – Hrubý domácí produkt  
HPH – Hrubá přidaná hodnota  
HUZ – Hromadné ubytovací zařízení  
CHKO – Chráněná krajinná oblast  
IROP – Integrovaný regionální operační program  
JZD – Jednotné zemědělské družstvo  
LEADER – Links between Actions for the Development of the Rural Economy – Propojení akcí pro rozvoj venkova  
MAS – Místní akční skupina  
MMR – Ministerstvo pro místní rozvoj  
NP – Národní park  
PRV – Program rozvoje venkova  
SZIF – Státní zemědělský a intervenční fond  
UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, Organizace OSN pro vzdělání, vědu a kulturu  
UNWTO – World Tourism Organization, Světová organizace cestovního ruchu

