



Ekonomická  
fakulta  
Faculty  
of Economics

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra regionálního managementu

Diplomová práce

# Udržitelný cestovní ruch v Jihočeském kraji a Horním Rakousku

Vypracovala: Bc. Monika Kanovová

Vedoucí práce: doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

České Budějovice 2017

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Monika KANOVOVÁ**  
Osobní číslo: **E15513**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Obchodní podnikání**  
Název tématu: **Udržitelný cestovní ruch v Jihočeském kraji a Horním Rakousku**  
Zadávací katedra: **Katedra regionálního managementu**

### Zásady pro vypracování:

#### **Cíl práce:**

Cílem práce bude zanalyzování aktuální nabídky a poptávky po službách udržitelného cestovního ruchu ve zvolených teritoriích. V práci budou použity analytické metody historické, logické a komparační s využitím terénního průzkumu a analýzy statistických údajů.

#### **Metodika práce:**

Diplomová práce je zaměřena na analýzu podmínek vnějšího a vnitřního prostředí pro nabídku udržitelného cestovního ruchu v Jihočeském kraji a v Horním Rakousku. Na základě analýzy nabídky těchto služeb resp. poptávky po nich určit rozdíly v obou teritoriích a shrnout možná zlepšení. Autorka provede též analýzu organizací podporujících udržitelný cestovní ruch v obou regionech.

#### **Rámcová osnova:**

1. Úvod, 2. Cíle a metodika, 3. Literární přehled, 4. Řešení problematiky, 5. Provedení analýzy, 6. Návrhová část, 7. Závěr, 8. Resumé, 9. Použitá literatura, 10. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**

Rozsah pracovní zprávy: **50-60 stran**

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**


Seznam odborné literatury:

1. FORET, M. a FORETOVÁ V. (2001) Jak rozvíjet místní cestovní ruch. (1. vyd.) Praha: Grada Publishing, s.r.o.
2. HESKOVÁ, M. (2011). Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. (2. vyd.) Praha: Nakladatelství Fortuna.
3. JAKUBÍKOVÁ, D. (2009). Marketing v cestovním ruchu. (1. vyd.) Praha: Grada Publishing, a.s.
4. KIRÁL'OVÁ, A. (2003). Marketing destinace cestovního ruchu. (1. vyd.) Praha: EKOPRESS, s.r.o.
5. LESLIE, D. (2012). Responsible tourism: concepts, theory and practice. Wallingford, Oxfordshire, UK: CABI.
6. ŠKODOVÁ PARMOVÁ, D. (2012). Konkurenceschopnost a služby pro podnikatele. Praha: Alfa nakladatelství, s.r.o.
7. WOODSIDE, Arch G a Drew MARTIN. (2008). Tourism management: analysis, behaviour and strategy. Wallingford, Oxfordshire, UK: CABI.

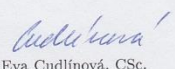
Vedoucí diplomové práce: **doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová**  
Katedra regionálního managementu

Datum zadání diplomové práce: **25. ledna 2016**

Termín odevzdání diplomové práce: **15. dubna 2017**

  
doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.  
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studentská 13 (20)  
370 05 České Budějovice

  
doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 9. března 2016

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

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

V Českých Budějovicích dne

.....

Bc. Monika Kanovová

## **Poděkování**

Ráda bych velmi poděkovala paní doc. Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové za odborné vedení a cenné rady a připomínky při zpracovávání diplomové práce. Velké poděkování patří také rodině, která mi studium umožnila a po celou tu dobu byla obrovskou oporou.

## Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod</b> .....	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>Cíl a metodika práce</b> .....	<b>11</b>
2.1	Cíl práce .....	11
2.2	Metodika práce.....	11
2.2.1	Metody použité v diplomové práci .....	12
2.3	Hypotézy .....	13
<b>3</b>	<b>Literární přehled</b> .....	<b>14</b>
3.1	Definice cestovního ruchu.....	14
3.2	Cestovní ruch jako systém .....	16
3.2.1	Subjekt cestovního ruchu.....	17
3.2.2	Objekt cestovního ruchu .....	18
3.2.3	Okolí systému cestovního ruchu.....	20
3.3	Trh cestovního ruchu.....	21
3.3.1	Poptávka cestovního ruchu .....	22
3.3.2	Nabídka cestovního ruchu .....	23
3.3.3	Konkurenceschopnost a produktivita.....	26
3.4	Udržitelný cestovní ruch .....	28
3.4.1	Pilíře udržitelnosti.....	29
3.4.1.1	Environmentální pilíř .....	30
3.4.1.2	Ekonomický pilíř.....	31
3.4.1.3	Sociální (sociokulturní) pilíř .....	32
3.5	Venkovský cestovní ruch .....	33
3.5.1	Vesnická turistika .....	34
3.5.2	Agroturismus .....	35
3.5.3	Ekoagroturismus .....	35
3.5.4	Chataření a chalupaření .....	36

3.6	Etický kodex cestovního ruchu .....	36
3.7	Agenda 21 pro cestovní ruch.....	37
<b>4</b>	<b>Jihočeský kraj .....</b>	<b>40</b>
4.1	Základní charakteristika Jihočeského kraje .....	40
4.2	Cestovní ruch v Jihočeském kraji .....	43
4.2.1	Turistické atraktivity v Jihočeském kraji.....	45
4.3	Organizace podporující udržitelný cestovní ruch v Jihočeském kraji .....	48
<b>5</b>	<b>Horní Rakousko.....</b>	<b>53</b>
5.1	Základní charakteristika Horního Rakouska .....	53
5.2	Cestovní ruch v Horním Rakousku .....	56
5.2.1	Turistické atraktivity v Horním Rakousku .....	58
5.3	Organizace podporující udržitelný cestovní ruch v Horním Rakousku .....	61
<b>6</b>	<b>Analýza nabídky a poptávky po službách udržitelného cestovního ruchu .....</b>	<b>66</b>
6.1	Analýza metodou dotazníkového šetření .....	67
6.2	Vztahy mezi dílčími hodnotami získané z dotazníkového šetření .....	85
6.3	Shrnutí výsledků z dotazníkového šetření a řízených rozhovorů.....	89
<b>7</b>	<b>Komparace zkoumaných teritorií – Jihočeský kraj a Horní Rakousko.....</b>	<b>94</b>
7.1	Komparace regionů z hlediska udržitelného cestovního ruchu s ohledem na agroturistiku.....	94
7.2	Komparace regionů z hlediska volnočasových aktivit udržitelného cestovního ruchu s ohledem na agroturistiku .....	99
7.3	Vyhodnocení hypotéz.....	100
<b>8</b>	<b>Návrhová část a diskuse.....</b>	<b>102</b>
8.1	Vlastní námět hry na způsob geocachingu.....	105
<b>9</b>	<b>Závěr.....</b>	<b>108</b>
<b>I</b>	<b>Summary .....</b>	<b>111</b>
<b>II</b>	<b>Seznam použité literatury .....</b>	<b>113</b>
<b>III</b>	<b>Seznam tabulek, schémat, obrázků a grafů .....</b>	<b>120</b>

<b>IV Seznam příloh .....</b>	<b>122</b>
<b>V Přílohy .....</b>	<b>123</b>



# 1 Úvod

Cestovní ruch označujeme za neustále se vyvíjející společensko-ekonomický fenomén současnosti. Řadíme ho mezi jedno z nejvýznamnějších hospodářských odvětví, které svými vlastnostmi a přínosy ovlivňuje mnoho dalších důležitých hospodářství, které se na něj svou činností nějakým způsobem vážou (doprava, zemědělství, potravinářský průmysl, stavebnictví atd.) a doplňují ho. Významně zasahuje do makroekonomických vztahů, podnikatelských odvětvích, které jsou v součinnosti s cestovním ruchem, ekonomického vývoje regionů, kvality života místních obyvatel a v důsledku multiplikačního efektu vytváří nová pracovní místa. Z opačného úhlu pohledu napomáhá při regeneraci nejen fyzických, ale i duševních sil návštěvníků. Umožňuje jim poznávat nové kultury, zvyky a tradice a vede je i místní obyvatele k uvědomělosti v oblasti trvalé udržitelnosti a vzájemného pochopení.

Cestovní ruch s sebou přináší i negativní vlivy a dopady na naše prostředí, proto cestu k opatření rovnováhy zajišťuje udržitelný cestovní ruch. Pravidla udržitelného cestovního ruchu jsou využitelná na všechny formy cestovního ruchu ve všech destinacích a týkají se vyváženosti třech pilířů: ekonomického, enviromentálního a sociálního.

Jedním z udržitelných druhů cestovního ruchu je právě venkovský cestovní ruch, kam řadíme specifické formy jako je agroturistika a ekoagroturistika. Snahou tohoto druhu cestovního ruchu je uspokojovat potřeby návštěvníků cestovního ruchu šetrným způsobem.

Diplomová práce se zabývá analýzou aktuální nabídky a poptávky po službách udržitelného cestovního ruchu ve zvolených teritoriích se zaměřením na venkovský cestovní ruch především formu agroturistiky a ekoagroturistiky. Dále se věnuje analýze organizací podporující udržitelný cestovní ruch v obou teritoriích.

Úvodní část práce uvádí základní pojmy vztahující se k cestovnímu ruchu, udržitelnému cestovnímu ruchu a jednotlivým formám venkovského cestovního ruchu. Literární rešerše je vypracována tak, aby došlo k lepšímu pochopení dané problematiky.

Předmětem druhé části práce je charakteristika regionů Jihočeského kraje a Horního Rakouska a zmiňované analýzy organizací podporující udržitelný cestovní ruch.

Nejširší část diplomové práce se týká samotné analýzy nabídky a poptávky po agroturistických službách v Jihočeském kraji a Horním Rakousku a zahrnuje dotazníkové šetření a řízené rozhovory. Všechna data a získané informace jsou podkladem pro návrhovou část a diskusi a vedou k naplnění cíle diplomové práce.

## **2 Cíl a metodika práce**

### **2.1 Cíl práce**

Cílem práce s tématem „Udržitelný cestovní ruch v Jihočeském kraji a Horním Rakousku“ je zanalyzování aktuální nabídky a poptávky po službách udržitelného cestovního ruchu v Jihočeském kraji a Horním Rakousku. Přes rozsáhlost termínu „udržitelný cestovní ruch“ je práce orientována především na analýzu služeb venkovského cestovního ruchu se zaměřením na agroturistické a ekoagroturistické farmy (dále jen agroturistika) ve zmíněných teritoriích. Při zpracování práce jsou použity metody analytické, historické, logické a komparační s využitím terénního průzkumu a analýzy statistických údajů. Dále se práce věnuje analýze organizací podporující udržitelný cestovní ruch v obou regionech. Na základě těchto předchozích analýz jsou určeny rozdíly v obou teritoriích a shrnuta možná zlepšení.

### **2.2 Metodika práce**

První část diplomové práce je věnována literárnímu přehledu, kde jsou s použitím odborné české i zahraniční literatury a publikovaných dat z internetových zdrojů vymezené a charakterizované základní pojmy týkající se problematiky dané práce. Literární přehled se zaměřuje na primární termíny vztahující se k cestovnímu ruchu, udržitelnému cestovnímu ruchu a charakterizovány jsou i jednotlivé formy venkovského cestovního ruchu, jež jsou předmětem další analýzy a zpracování.

Analytická část práce se v úvodu zabývá popisem Jihočeského kraje včetně statistických údajů, pohledu na turistický ruch a výčtu hlavních turistických atraktivit. Poté je provedena analýza organizací podporující udržitelný cestovní ruch. Stejným způsobem je zanalyzována i spolková země Horní Rakousko.

Pro samotnou analýzu aktuální nabídky a poptávky po agroturistických službách je zvolena metoda kvantitativního výzkumu v podobě dotazníkového šetření. Osloveni jsou provozovatelé venkovského cestovního ruchu, respektive agroturistických farem v Jihočeském kraji a Horním Rakousku, formou online dotazníku. Z Jihočeského kraje je dotazováno celkem 54 provozovatelů agroturistických farem a z Horního Rakouska 135 provozovatelů. Další metoda, která je vybrána pro analýzu nabídky a poptávky, je metoda kvalitativní v podobě řízených rozhovorů s Ing. Jaromírem Poláškem (ředitel Jihočeské centrály cestovního ruchu) a Mag. Rainerem Jelínkem (Oberösterreich

Tourismus – Destinace a rozvoj cestovního ruchu). Analýza poptávky po službách udržitelného cestovního ruchu se zaměřením na agroturistiku je ještě doplněna informacemi, které jsou čerpány ze statistických údajů a ostatních dostupných sekundárních zdrojů.

Na základě předchozích analýz je provedena komparace obou regionů z hlediska udržitelného cestovního ruchu a volnočasových aktivit s ohledem na agroturistiku a navrhnutá možná zlepšení.

## **2.2.1 Metody použité v diplomové práci**

### **Analýza**

Synek, Sedláčková & Vávrová (2007) charakterizují pojem analýza jako *„rozložení zkoumaného předmětu, jevu nebo situace na jednotlivé části, které jsou předmětem dalšího zkoumání.“*

### **Syntéza**

Syntézu chápeme jako myšlenkové spojení, které vychází z analýzy jednotlivých částí práce v jeden celek. Při syntéze jsme schopni lépe pozorovat důležité a vzájemné souvislosti jednotlivých složek a tím vhodněji reagovat na celek (Synek, Sedláčková & Vávrová, 2007).

Analýza a syntéza jsou protikladné metody, které jsou důležitou součástí postupů této práce, navzájem se prolínají a doplňují.

### **Metoda historická**

Tato metoda se opírá o soustavu poznávacích prostředků k poznání jevu v širších historických souvislostech (Vojtová, 2010).

### **Metoda logická**

Vojtová (2010) vysvětluje logickou metodu jako *„soustavu logických prostředků, pomocí kterých se analyzuje struktura jevu a souvislosti mezi různými složkami. Hledají se kauzální závislosti.“*

### **Metoda komparace**

Předmětem metody komparace je srovnávání pozorovaných jevů a následné hledání společných či odlišných vlastností od jevů ostatních (Koblihová, 2011).

## **Analýza statistických údajů**

Cílem statistické analýzy je zkoumat data, která obsahují důležité informace týkající se práce a daného tématu. Informace získané z této analýzy je poté nutné vhodně shromážďovat a interpretovat (Řehák & Brom, 2015).

## **Dotazování**

Je metoda sběru primárních dat, která je založena na přímém či zprostředkovaném vztahu mezi respondentem (dotazovaným) a tím, kdo daný výzkum realizuje (výzkumníkem). Základem je předem stanovená forma otázek, která slouží k lepšímu zpracování výsledků výzkumu. Dotazování respondenti musí vyhovovat cílům a záměrům prováděného výzkumu. Rozlišujeme několik způsobů dotazování: osobní, telefonické, online či písemné (Kozel, Mynářová & Svobodová, 2011).

## **2.3 Hypotézy**

H1: Horní Rakousko má podstatně kvalitnější nabídku služeb v oblasti agroturistiky než Jihočeský kraj.

H2: Více jak 70 % dotazovaných provozovatelů farem nabízejících agroturistiku z regionu Horního Rakouska a Jihočeského kraje se snaží udržovat provoz své farmy v souladu s udržitelným cestovním ruchem.

H3: Poptávka po službách udržitelného cestovního ruchu se zaměřením na agroturistické farmy za poslední roky v obou regionech roste.

Pravdivost stanovených hypotéz určí výsledky analýzy primárních a sekundárních dat.

## 3 Literární přehled

### 3.1 Definice cestovního ruchu

K cestovnímu ruchu a samotnému cestování se váže velmi dlouhá historie, která je spjata se zrodem lidstva. Nejprve byly cesty podnikány po souši, poté po vodě, později vzduchem, a nakonec se uskutečnily i vesmírné výpravy. Důvodů, proč se tyto výpravy realizovaly, bylo hned několik: obchodní, vojenské, poznávací, náboženské, sportovní či dokázání nějaké prestiže vůči ostatním. Osoby, které neodmyslitelně patří k počátkům cestování jsou Marco Polo a Kryštof Kolumbus. A nelze opomenout ani Thomase Cooka a jeho hromadné zorganizování patnáctikilometrového výletu vlakem pro 500 cestujících roku 1841. Zasloužil se o rozvoj moderního turismu a založil první cestovní kancelář, která funguje dodnes (Foret & kol., 2013).

Co se týká vymezení pojmu cestovního ruchu existuje nespočet autorů, tudíž i definicí, kteří tento termín formulují, avšak žádná z nich není zcela vyčerpávající. Autoři ve svých definicích zdůrazňují především různé stránky tohoto pojmu, a to zejména v závislosti na tom z hlediska jaké vědní disciplíny je jev definován a zkoumán. Co nejpřesnější definice cestovního ruchu je důležitá, chceme-li jej vyhodnocovat, plánovat, sledovat a řídit (Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011).

Za jednu nejzákladnější a mezinárodně uznávanou definici tohoto pojmu můžeme považovat definici UNWTO (United Nations World Tourism Organization), která byla ustálena na Mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu v Ottawě v roce 1991, a zní takto: „*Cestovní ruch je činnost osoby, cestující na přechodnou dobu (u mezinárodního cestovního ruchu maximálně jeden rok, u domácího šest měsíců) do místa mimo své trvalé bydliště, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě (trvalý či přechodný pracovní poměr). Může se však jednat o služební, obchodní či jinak pracovní motivovanou cestu, jejíž zdroj úhrady vyplývá z pracovního poměru zaměstnavatele v místě bydliště nebo v místě sídla firmy*“ (Beránek & kol., 2013).

W. F. Ogilvie (1933), jeden z prvních britských ekonomů, který rozpoznal význam cestovního ruchu, ve své publikaci chápe tento pojem jako „*ekonomický jev spojený se spotřebou hmotných a nehmotných statků, hrazených z prostředků získaných v místě trvalého bydliště.*“ Tato definice, která je ekonomicky laděna, ukazuje, že je cestovní

ruch součástí spotřeby obyvatelstva, kde dochází k přesunu finančních prostředků do míst cestovního ruchu (In Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011).

Další zajímavou definici uvádějí Goeldner & Ritchie (2009). Cestovní ruch lze definovat jako procesy, aktivity a výstupy, které vznikají ze vztahů a vzájemného působení mezi turisty cestovního ruchu, dodavateli cestovního ruchu, daného státu a okolního prostředí, jenž se podílí na získávání a hostování turistů.

Cestovní ruch, v mnoha publikacích nazýváno turismus, představuje velice široký komplex činností, který ovlivňuje velká řada subjektů. Snaží se o uspokojení a zpříjemnění pobytu návštěvníků v dané destinaci, ať už se jedná o pobyt rekreační či poznávací. Díky tomuto odvětví se zrodilo spektrum profesionálních podnikatelských subjektů, jako jsou cestovní kanceláře, cestovní agentury, ubytovací, stravovací, informační a kulturní zařízení, dopravní infrastruktura cestovního ruchu a celá řada dalších subjektů (Vitáková, 2007).

Chceme-li se zabývat původem anglického slova „Tourism“, jež je základem pro současné označení „Tourismus“ v němčině i dalších jazycích, dospějeme k tomu, že pochází z francouzského slova „Tour“, což znamená cesta (Kotíková, 2013).

Jakubíková (2009) dále objasňuje cestovní ruch jako rozsáhlý trh, který požaduje uspokojení různých potřeb, a tím tak vyvolává pozornost podnikatelů, veřejné i státní správy i segmentu ekonomiky. Další pojmy, které se často používají pro vymezení cestovního ruchu, jsou např. rekreace, turistika, zotavení či další, které však nejsou jeho synonymem.

Kotíková (2013) ve své publikaci vysvětluje, že pojem cestovní ruch je odvozen od slova cestování, přičemž se tyto dva termíny od sebe názorně liší. Pod cestováním si představujeme cesty, které jsou spojené s přechodným pobytem na místo jiné. Cestovní ruch je ale pojem daleko širší. Na rozdíl od cestování lze obecně říci, že o cestovním ruchu hovoříme tehdy, když je cestování spojeno s poskytováním služeb, jako je ubytování, stravování, doprava a další.

Cestovní ruch je v celosvětovém měřítku dynamicky rozvíjející se odvětví a má výrazné ekonomické přínosy. Podílí se na růstu HDP dané země, vytváří pracovní místa, pomáhá zvyšovat příjem domácností, má zřetelné multiplikační efekty atd. Na druhé

straně s sebou nese jistá negativa, zatěžuje životní prostředí, působí na proces akulturace, má výrazný sezonní charakter. Snahou podnikatelů je minimalizovat rizika a maximalizovat zisk a úsilí dnešní společnosti jako takové spočívá se snaze řešit aktuální problémy současnosti, které se týkají otázek sociálních, etnických a environmentálních (Jakubíková, 2009).

Aktuální statistiky uvádějí, že mezinárodní příjezdy turistů (s přenocováním) se zvýšily v roce 2015 na 1 186 miliónů a vzrostly tak oproti minulému roku o 4,6 %. Pro porovnání: od roku 1950 s hodnotou 25 milionů se zvýšily příjezdy do roku 1980 na 278 miliónů, rok 2000 vykazuje zvýšení na 674 miliónů. To nám naznačuje prakticky nepřetržitý růst cestovního ruchu v čase. Co se týká příjmů z mezinárodního cestovního ruchu, ty vzrostly oproti minulému roku o 4,4 %. Předchozí roky vykazovaly následující hodnoty: ze 2 miliard USD v roce 1950 vzrostly příjmy do roku 1980 na hodnotu 104 miliard USD, v roce 2000 se vyšplhaly na 495 miliard USD a rok 2015 udává 1,26 bilionů USD. Prognózy UNWTO nastiňují nárůst mezinárodních turistických cest i v letech dalších (UNWTO, 2015).

Následující Tabulka 1 ukazuje hodnoty příjezdového cestovního ruchu České republiky a tržeb v průběh několika let s podílovými hodnotami vůči celé Evropě.

Tabulka 1: Příjezdový cestovní ruch a tržby – Česká republika

Příjezdový cestovní ruch							Tržby z příjezdového cestovního ruchu					
(1000)				Meziroční změna (%)			Podíl (%)	(US\$ million)				Podíl (%)
2010	2013	2014	2015	13/12	14/13	15/14	2015	2010	2013	2014	2015	2015
8,629	10,300	10,617	11,148	1.7	3.1	5.0	1.8	7,172	7,042	6,822	6,048	1.3

Zdroj: UNWTO, 2015

### 3.2 Cestovní ruch jako systém

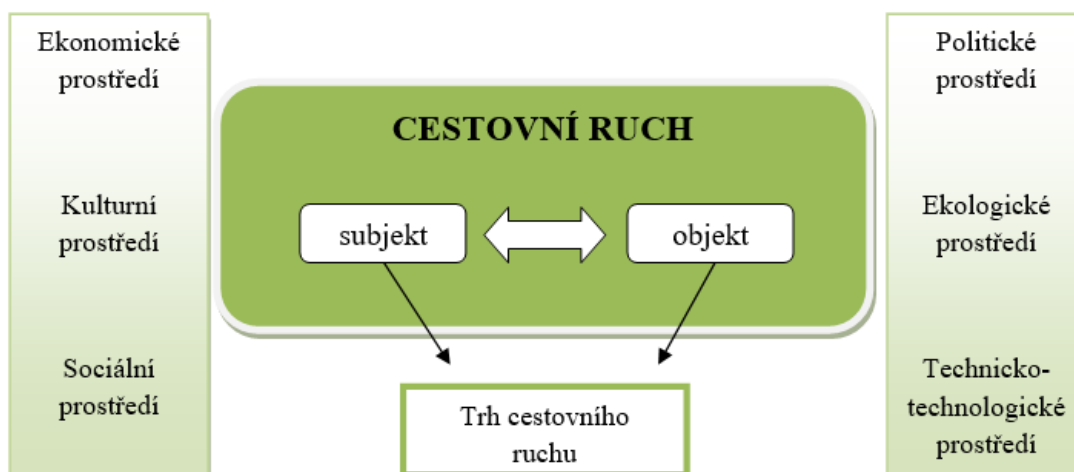
Cestovní ruch jako systém je jakési zjednodušené vnímání skutečnosti. Teorií modelování systému cestovního ruchu se již v minulosti zabývalo několik autorů a díky tomu se můžeme setkat s modely ekonomickými, teritoriálními, prostorovými, časovými nebo kulturními (Linderová, 2013).



Při vymezení cestovního ruchu z hlediska ekonomického pokládáme za jeho základ trh, prostor, sociálně ekonomický vztah, kde si ekonomické subjekty vyměňují výsledky své ekonomické činnosti, které jsou oddělené v důsledku dělby práce. Trh můžeme členit z několika různých hledisek: dle předmětu koupě na trh výrobních faktorů, trh statků a služeb, kapitálový trh a peněžní trh. Formu uspořádání, kde se jednotliví producenti dostávají do styku se spotřebiteli, nazýváme tržní mechanismus. Ten tvoří systém prvků, které na trhu existují a vzájemně se ovlivňují (Beránek & kol., 2013).

*„Cestovní ruch je otevřený a dynamicky se vyvíjející systém, který tvoří dva podsystémy, a to subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu.“* V důsledku označení cestovního ruchu jako systému, musíme brát v úvahu, že existuje soustava vazeb mezi jeho podsystémy a jeho prvky, ale i mezi cestovním ruchem a jinými systémy, které ovlivňují vnější prostředí (okolí) (Gúčik, 2010).

Schéma 1: Cestovní ruch jako systém



Zdroj: Gúčik, 2010

### 3.2.1 Subjekt cestovního ruchu

Beránek & kol. (2013) popisují subjekt cestovního ruchu jako účastníka cestovního ruchu, který je charakterizován určitým souborem vlastností: ekonomickými, fyziologickými, psychologickými, sociálními, ekologickými atd., a snaží se uspokojit své turistické přání a potřeby. Pro poskytovatele služeb cestovního ruchu je nezbytné tyto vlastnosti subjektů znát. Z pohledu ekonomického je subjekt představován jako nositel poptávky, který spotřebovává produkty cestovního ruchu.

Ze statistického hlediska rozlišujeme návštěvníka cestovního ruchu na stálého obyvatele a návštěvníka, kam řadíme turistu a výletníka.

Stálý obyvatel (rezident) je osoba, která přijíždí do jiného místa na dobu kratší než šest měsíců a v místě původním žila nejméně šest měsíců po sobě jdoucích. V mezinárodním cestovním ruchu jde o osobu, která přijíždí na dobu kratší než jeden rok a před příjezdem žila v dané zemi minimálně jeden rok.

Návštěvníkem je člověk, který cestuje ve své zemi do jiného místa mimo své trvalé bydliště, kde účel cesty není výdělečná činnost. V místě, které navštěvuje, nezůstává déle než šest měsíců. Návštěvník v mezinárodním cestovním ruchu cestuje do jiné země na dobu kratší než jeden rok a hlavní účel cesty je opět jiný než výdělečná činnost.

Turista, v domácím cestovním ruchu nazýváme osobu, která koná cestu do místa jiného než jeho obvyklé místo pobytu. Cesta se uskutečňuje v zemi, kde má turista trvalé bydliště a na dobu kratší než půl roku, minimálně však s jedním přenocováním. Cíl cesty je jiný než provozování výdělečné činnosti. V mezinárodním cestovním ruchu jde o osobu, která podniká cestu do jiné země, než je ta, kde má své trvalé bydliště za účelem jiným, než je vykonávání určité pracovní činnosti. Doba pobytu není kratší než jedno přenocování a nepřesahuje jeden rok.

Výletníkem se stává ten, kdo cestuje ve stejné zemi, jenž má své trvalé bydliště, ale na místo jiné, mimo svůj trvalý domov. Doba je kratší než jeden den, tudíž bez přenocování v navštíveném místě. Jedinec, který se stává výletníkem v mezinárodním cestovním ruchu podniká cestu do jiné země, než je ta, kde má uvedeno své trvalé bydliště a na dobu kratší než jeden den (bez přenocování). Jak v domácím, tak v mezinárodním cestovním ruchu jde o hlavní účel cesty jiný, než je výkon pracovní činnosti (Škodová Parmová, 2007).

### **3.2.2 Objekt cestovního ruchu**

Jako objekt cestovního ruchu můžeme vyjádřit veškeré cílové místo, díky němuž změní účastník cestovního ruchu své umístění pobytu. Objekt je představován jak cílovým místem či destinací, který účastník cestovního ruchu navštíví, tak podniky, institucemi, které produkují služby poptávané účastníky během jejich cesty a působení v cílovém místě. Tudíž objektem cestovního ruchu je z ekonomického hlediska nabídka. Návštěvník cestuje do cílové destinace jen v případě, že uspokojí svá přání

a požadavky, která jsou navíc spojena s určitými nároky po nabízeném zboží a službách ze strany podniků a institucí cestovního ruchu (Beránek & kol., 2013).

Ve spojení s objektem cestovního ruchu rozdělujeme nabídku na primární a sekundární. Primární nabídka ztělesňuje přírodní, kulturně-historický a společenský potenciál, který dané cílové místo nabízí. Tento potenciál není v daném prostoru rovnoměrně rozmístěn a v důsledku své ojedinělosti můžeme mít místní, regionální, celostátní až mezinárodní význam (Királ'ová, 2003).

Na druhé straně sekundární nabídka představuje podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které umožňují návštěvníkům se do cílového místa dopravit, ubytovat se, stravovat se či sportovat. Také nabízí různé kulturní či volnočasové aktivity, které lze v místě pobytu vykonávat (Hesková & kol., 2011).

Sekundární nabídka je vázána na nabídku primární, její význam, funkci a délku využívání během roku. Na větší požadavky kvality zařízení cestovního ruchu a služeb je nutné dbát v případě, že je význam primární nabídky větší (např. národní až mezinárodní).

Mezi tradiční střediska cestovního ruchu řadíme rekreační centra s nabídkou vodních sportů, koupání, turistiky či zimních sportů, městská střediska, rekreační obce, lázeňská místa, umělá střediska v podobě aquaparků, zábavných parků apod. Vedle těchto cílových míst bereme v úvahu i regiony cestovního ruchu, které musí vyhovět následujícím třem podmínkám:

- primární nabídka – přírodní, kulturní, historické podmínky vzbuzující návštěvnost
- komunikační dostupnost – možnost vstupu a pohybu v regionu
- infrastrukturní vybavenost – ubytování, stravování, doprava, kulturní, sportovní a jiné využití

Přehled těchto vlastností utváří jednotný pohled na území jako na cílové místo cestovního ruchu, které je díky své atraktivnosti a jedinečnosti vyhledáváno. Důvod návštěvy je buď cíl cestování nebo pobyt návštěvníků, kteří zde spotřebovávají různé statky a služby nabídky cestovního ruchu (Gúčik, 2010).

Kaspar (1998) svou definicí označuje objekt cestovního ruchu za nabídku cestovního ruchu, která plní přání a požadavky turistů, kde vztahy mezi jednotlivými prvky musí

být speciálně vytvořeny a organizovány. Některé funkce turistických zařízení nebo jednotlivé turistické oblasti musí být koordinovány pomocí speciálních organizačních struktur. V souladu s tím rozlišujeme:

- destinace cestovního ruchu – střediska cestovního ruchu či jiná turisticky atraktivní místa (užší pojetí), dopravní, školící či obchodní střediska (širší pojetí),
- podniky cestovního ruchu – umožňují vykonávat aktivity typické pro cestovní ruch,
- organizace cestovního ruchu – úřady, regionální, národní či mezinárodní organizace cestovního ruchu.

### 3.2.3 Okolí systému cestovního ruchu

Cestovní ruch, který byl vymezen jako systém prvků tvořený dvěma podsystemy, subjektem a objektem cestovního ruchu, se vzájemně propojenými vazbami, je ovlivňován i svým vnějším okolím, které působí na jeho strukturu. V případě dobré komunikace všech aktérů tohoto odvětví a jejich vzájemné spolupráce lze účinek okolí na cestovní ruch ovlivňovat. Důležitá je i zpětná vazba, tj. dopad cestovního ruchu na jeho vnější okolí (Linderová, 2013).

Cooper et al. (2008) dodávají, že jednotlivá prostředí ve vzájemném propojení a ovlivňování se, mohou mít zásadní vliv na budoucí průběh cestovního ruchu. Podstatné je tyto skutečnosti vzít v potaz a neignorovat je. Přičemž žádné z těchto prostředí nemá dominantní postavení a může tak ovlivňovat i jiné prvky v systému cestovního ruchu.

Jakubíková (2012) označuje za vnější okolí systému cestovního ruchu makroprostředí a vysvětluje, že se jedná o vlivy, které působí na vnitřní prostředí firmy či destinace cestovního ruchu. Vlivy mohou mít jak pozitivní, tak negativní dopady. Písmena ve tvaru PEST nebo PESTEL jsou počáteční písmena názvů následujících vlivů:

**P - politicko-právní prostředí** - zákony, mírové podmínky, společenské zřízení státu, vládní úřady, zájmové skupiny, tvorba strategií a koncepcí rozvoje cestovního ruchu atd.,

**E - ekonomické prostředí** - nezaměstnanost, inflace, růstu HDP, úroková míra, měnová stabilita,

**S - sociálně-kulturní prostředí** - sociální zřízení státu, sociální politika státu, funkce rodiny, společenské postavení jedince, proces akulturace, tradice, zvyky, náboženství atd.,

**T - technické a technologické prostředí** - technická, technologická, informační vybavenost, dopravní infrastruktura atd.,

**EL - ekologické prostředí** - vztah člověka vůči přírodnímu prostředí, fauna, flóra, klimatické podmínky, přírodní a kulturně historické zdroje atd.

Škodová Parmová (2012) analýzu vnějšího okolí doplňuje ještě o demografické faktory (věk, pohlaví, sociální postavení atd.), které jsou důležité při utváření cílové skupiny návštěvníků cestovního ruchu a jejich preferencí. Výše zmíněná analýza se týká vlivů jednotlivých prostředí a má výrazný dopad na rozvoj cestovního ruchu v budoucnosti, podmínky a překážky v daném odvětví.

### **3.3 Trh cestovního ruchu**

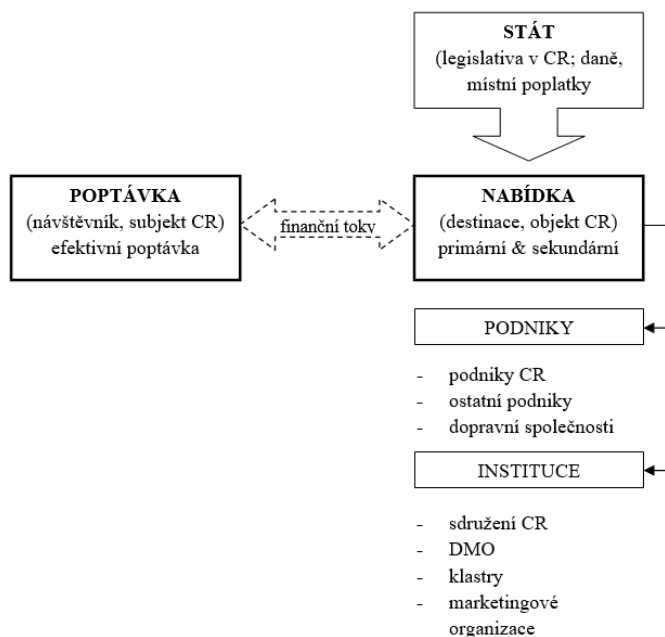
Dle Kotlera & Kellera (2013) je trh chápán jako základní ekonomický prostor. Z tradičně laického pohledu je považován za fyzické místo, kde se uskutečňuje obchodování. Setkává se zde kupující a prodávající za účelem nákupu či prodeje statků a služeb. Ekonomičtí odborníci považují trh za soubor kupujících a prodávajících, mezi kterými dochází k transakcím, jež jsou předmětem nějakého výrobku, služby. Mezi základní druhy trhů, které jsou spojovány vzájemnými toky, řadíme spotřební trhy, trhy prostředníků, trhy výrobců a trhy zdrojů (trh práce, peněz, surovin). Důležitou úlohu zde hraje stát, vláda, která vybírá daně, za něž nakupuje zboží za účelem poskytování veřejných služeb. Globální ekonomiku a ekonomiku všech států ovlivňují vzájemně propojující se trhy a jejich procesy směny.

*„Pro ekonomy je trh cestovního ruchu jako kategorie ekonomiky cestovního ruchu komplexem konkrétních ekonomických vztahů a svazků mezi účastníky cestovního ruchu (kupujícími) a cestovními kancelářemi (prodejci) a také cestovními agenturami (obchodními zprostředkovateli) a jejich smluvními partnery ve věci pohybu produktů cestovního ruchu a peněz, který odráží ekonomické zájmy subjektů tržních vztahů.“* Většina odborníků, literárních publikací a ekonomických praxí vymezují trh a poté i trh cestovního ruchu rozličně. Což nastiňuje různorodost a složitost tohoto jevu a tím tak dochází k narušení procesu vědeckého zkoumání (Beránek & kol., 2013).

Trh cestovního ruchu řadíme a považujeme za součást trhu zboží a služeb. Nicméně s sebou nese určité odlišné vlastnosti, které se projevují zejména na straně uspokojování potřeb cestovního ruchu, na straně spotřebních statků či vyplývají z předpokladů jeho rozvoje a působení obecných podmínek. Tyto osobitosti ovlivňují jak poptávku a nabídku, tak i trendy vývoje cestovního ruchu. Odlišnosti vůči trhu zboží a služeb, které na sebe váže trh cestovního ruchu, spočívají v nabídce některého zboží a služeb od specializovaných výrobců, a to výhradně účastníkům cestovního ruchu. Další část zboží a služeb je nabízena bez výjimky všem spotřebitelům, a to na trhu zboží a služeb. Dochází tedy k závislosti mezi trhem cestovního ruchu a jeho určitého zboží a služeb a trhem zboží a služeb (Gúčik, 2010).

Rozvoj trhu cestovního ruchu a jeho cíl spočívá ve vyhovění potřebám a přáním návštěvníků cestovního ruchu a ve schopnosti dosažení výnosnosti podniků cestovního ruchu jako celku (Linderová, 2013).

Schéma 2: Trh cestovního ruchu



Zdroj: Linderová, 2013

### 3.3.1 Poptávka cestovního ruchu

Pásková & Zelenka (2012) poptávku na trhu cestovního ruchu charakterizují jako objem produktu v cestovním ruchu, jež hodlá kupující v podobě jedince (individuální poptávka) či skupiny jedinců (agregátní poptávka) koupit, a to v určitém čase, na určitém trhu a za sjednanou cenu. Poptávku cestovního ruchu lze měřit jako veličinu

za časové období zpravidla jednoho měsíce. V období hlavní sezóny roste nejen cena za služby cestovního ruchu, ale i samotná poptávka. Křivka funkce poptávky je za běžných okolností vyjádřena nepřímou úměrou v souvislosti poptávaného množství produktu cestovního ruchu na jeho ceně. Změnu polohy celé křivky poptávky ovlivňují necenové faktory například v podobě sezónnosti, velikosti trhu, politických a přírodních pohrom. Na schopnost změny poptávky má vliv nejen cenová elasticita, ale i podmíněnost poptávky na změny produktu, čase či segmentu zákazníků.

Poptávka cestovního ruchu je tvořena účastníky cestovního ruchu a díky nim je trh výrazně diferencovaný. Vlivem toho je segmentace potenciálních účastníků realizována dle několika hledisek, můžeme jmenovat např. demografické hledisko, ekonomické hledisko, motivace účastníků na cestovním ruchu atd. S růstem a vývojem moderních informačních technologií se dnešní účastníci cestovního ruchu stávají mnohem náročnějšími, roste jejich informovanost a nehodlají se spokojit s klasickými nabídkami hromadných zájezdů. Zvyšuje se jak tlak na kvalitu poskytovaných služeb, tak na jejich druh a formu. Nabídka musí proto vhodně a včas reagovat na měnící se požadavky a zároveň na rostoucí poptávku zákazníků (Beránek & kol., 2013).

Palatková & Zichová (2011) k otázce poptávky v cestovním ruchu dodávají, že z pohledu ekonomické teorie je její rozsah určen velikostí disponibilního příjmu, její cenou a cenou ostatních statků. Nelze ale opomenout i určité preference spotřebitelů, které jsou ovlivňovány faktory sociálními, osobnostními i kulturními. Faktory motivující zdůvodňují, proč se chce jedinec cestovního ruchu zúčastnit a faktory limitující určují, zda a v jaké formě se může zúčastnit. To vše ovlivňuje strukturu a objem individuální poptávky. Dle výše zmíněného je tržní poptávka a její predikce obtížná, vyžaduje proto užití kvantitativních i kvalitativních metod.

### **3.3.2 Nabídka cestovního ruchu**

Nabídka cestovního ruchu je představována maximálním množstvím produkce cestovního ruchu, které je nabízeno ze strany subjektu či subjektů. Jejich cílem je daný produkt cestovního ruchu prodat za stanovenou cenu a realizovat tak určený cíl. Funkce nabídky znázorňuje poměr mezi maximálním objemem produktu cestovního ruchu a jeho cenou, za kterou ho hodlá subjekt prodat. Velikost nabídky je ovlivněna nejen cenou, ale také určitým cílem subjektu cestovního ruchu, mírou inflace, konkurencí, cenou výrobních faktorů nebo stupněm technologie (Pásková & Zelenka, 2012).

*„Nabídka cestovního ruchu je soubor prvků, které v různé kombinaci tvoří statky cestovního ruchu, tedy služby, zboží, volné statky. Spotřeba statků cestovního ruchu ovlivňuje konečný efekt cestovního ruchu. Nositelem nabídky je objekt cestovního ruchu, tedy destinace, podniky a instituce cestovního ruchu“ (Gúčik, 2010).*

Palatková & Zichová (2011) jmenují ve své publikaci objekty, které tvoří nabídku cestovního ruchu, jde o atraktivitu a vybavenost cílových míst. Atraktivita cílových míst představují primární část nabídky, jelikož uspokojují primární potřeby účastníků cestovního ruchu. Jsou její podstatnou částí a určují, jaký skutečný typ cestovního ruchu se dle jeho prostředí zde bude realizovat. Dělí se na:

- přírodní atraktivita – klimatické, morfologické, hydrologické podmínky, fauna, flóra,
- kulturně-historické atraktivita – historické, sakrální stavby, lidová architektura, moderní architektura, památníky, technické památky atd.,
- organizované atraktivita – kulturní zařízení, hudební a sportovní události, obchodní akce, folklór atd.,
- společenské atraktivita – způsob jiného života lidí, tradice, obyčej, regionální gastronomie.

Vybavenost cílových míst poskytuje sekundární nabídka, jenž uspokojuje účastníkům cestovního ruchu jejich sekundární potřeby spojené s pobytem mimo jejich obvyklé místo. Podstatným způsobem podporuje cestovní ruch a spolu se službami doplňuje primární atraktivita. Dělí se na:

- suprastrukturu – ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně-sociální, informační, zdravotnické služby atd.,
- infrastrukturu – dopravní, veřejná infrastruktura.

Jelikož jsou služby jako takové velmi významnou součástí národního i mezinárodního obchodu a jejich podíl na tvorbě HDP a zaměstnanosti je zásadní a důležitým ukazatelem vyspělé ekonomiky, tak i trh cestovního ruchu je v první řadě trh služeb (Palatková & Zichová, 2011).

Služby, jak uvádí Hesková & kol. (2011), jsou podstatnou součástí produktu cestovního ruchu. Jejich vlastnosti a soubor různorodých účinků slouží k uspokojování potřeb



účastníků cestovního ruchu. Nejsou poskytovány jen ze strany podniků cestovního ruchu, ale i od subjektů veřejného a soukromého sektoru.

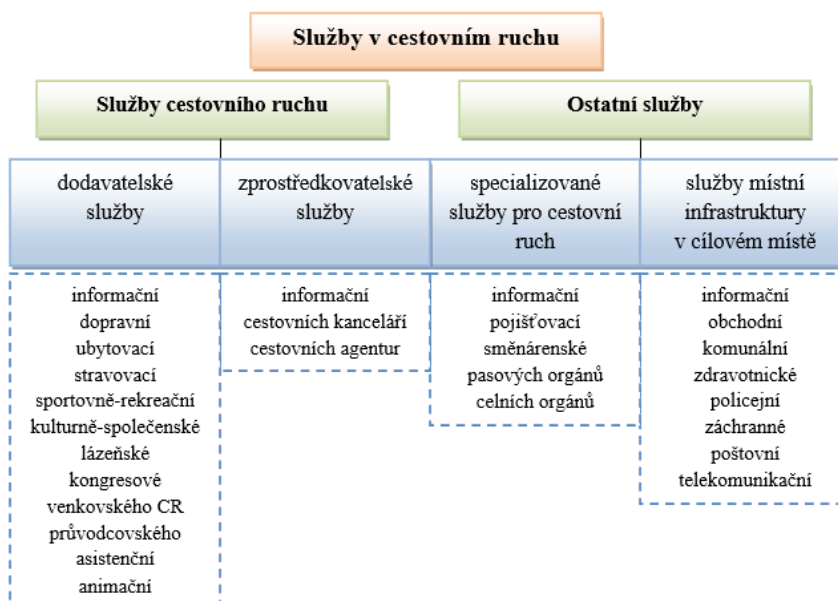
Beránek & kol. (2013) upřesňují, které podniky především vytvářejí a poskytují služby na trhu cestovního ruchu. Jde o podniky spadající do kategorie malých či středních podniků, které provozují svou podnikatelskou činnost v souladu s živnostenským zákonem. Najdeme i společnosti globálního charakteru, kam spadají například hotelové řetězce či dopravní podniky. Nabídku cestovního ruchu tvoří v první řadě, a to společně služby ubytovací a stravovací, dopravní, zprostředkovatelské ve formě cestovních kanceláří a agentur a další služby pro účastníky cestovního ruchu.

Foret & Foretová (2001) a stejně tak Jakubíková (2012) uvádějí, jaké vlastnosti odlišují služby od výrobků hmotných:

- nehmotnost – podstata služeb je nehmotná,
- nestálost – záleží, kdo služby poskytuje – ovlivňuje se kvalita i realizace,
- nedělitelnost – služby jsou spojeny s místem, osobou i časem,
- neskladovatelnost – služby nelze skladovat, odložit.

Na následujícím obrázku je uvedena podle Heskové & kol. (2011) struktura služeb v cestovním ruchu, která má dvě velké skupiny. Služby cestovního ruchu jsou výhradně pro účastníky cestovního ruchu. Ostatní služby slouží k uspokojení potřeb místních obyvatelů a částečně i turistů.

Schéma 3: Struktura služeb v cestovním ruchu



Zdroj: Hesková & kol., 2011

### 3.3.3 Konkurenceschopnost a produktivita

Termín konkurenceschopnost je těžké správně vymezit, jelikož zahrnuje několik úhlů pohledu. Jednotná definice tohoto pojmu více méně neexistuje, jelikož záleží na tom, zda je formulována na úrovni mikroekonomické, tzn. jednotlivých subjektů či na úrovni makroekonomické, tzn. jako celku (region, země, odvětví). I co se týká hodnocení a měření konkurenceschopnosti mají hodnotící kritéria určitý rozptyl. Z užšího pohledu jsou zaměřena na ekonomickou výkonnost až po kritéria udržitelnosti. Z širšího pohledu jsou zacílena na výkonnostní ukazatele a konkurenceschopnostní determinanty. „V nejobecnější rovině je možné konkurenceschopnost chápat jako schopnost dosahovat stanovených cílů – tedy schopnost efektivním, flexibilním a inovativním způsobem využívat zdroje tak, aby byly uspokojeny zájmy všech stakeholderů (zákazníků, zaměstnanců, vlastníků, manažerů, rezidentů)“ (Palatková & Zichová, 2011).

Mnohem jednodušší je formulovat konkurenceschopnost z mikroekonomického hlediska, jelikož se výraz v původním významu vztahuje pouze na podniky a podnikové strategie. Konkurenční výhoda, od které se odvozuje konkurenceschopnost firem, znamená určité působení daného podniku a způsob produkce v komparaci s ostatními soutěžiteli na trhu (Pavelková & kol., 2009). Konkurenceschopnost firmy tedy lze charakterizovat jako růst či alespoň udržení pozice podniku na trhu. Faktory konkurenceschopnosti na trhu, které mají vliv na prosperitu daného produktu, zahrnují kvalitu výrobku, cenu a kvalitu dodávky. Jsou důležitými a rozhodujícími činiteli pro zákazníky vůči substitučním produktům jiných podniků (Hučka, Kislingerová, Malý & kol., 2011).

Definici konkurenceschopnosti podniku z pohledu makroekonomického není již lehké definovat, a to z důvodu neposouzení úspěchu či neúspěchu dané země/regionu. Nicméně jednu z definic uvádí mezinárodní instituce IMD, která se zabývá hodnocením konkurenceschopnosti jednotlivých zemí z dlouhodobého hlediska a zní: „Schopnost země vytvářet srovnatelně více bohatství než ostatní země. Tato schopnost není jen výsledkem produktivity a ekonomické efektivity, nýbrž širokého spektra politických, sociálních, kulturních a vzdělanostních faktorů“ (Palatková & Zichová, 2011).

Konkurence na poli trhu cestovního ruchu, jak podotýká Beránek & kol. (2013), ztělesňuje hospodářskou soutěž subjektů, kteří se snaží zajistit si zde co nejlepší pozici a získat či udržet si zákazníky. Konkurence mezi poskytovateli služeb cestovního ruchu

nebo cestovními kanceláři a agenturami, kteří chtějí svůj produkt prodat za co nejvyšší cenu, vede mnohdy k tomu, že prodají ti, co nabízejí své produkty nejlevněji. Ze strany zákazníka může však vlivem nízké ceny dojít k jeho nedůvěře v kvalitu poskytovaného produktu nebo služby. Proto nízké ceny nevedou vždy k onomu úspěchu a prodeji. Na druhé straně, účastníci cestovního ruchu se snaží nakoupit co nejlevněji a v důsledku toho konají boje o tu nejvýhodnější nabídku.

Ritchie & Crouch (2005) jsou toho názoru, že i přesto, že je ekonomická výnosnost velmi důležitým kritériem hodnocení konkurenceschopnosti v cestovním ruchu, jedná se jen o jedno z více kritérií. Vzhledem k jedinečné povaze cestovního ruchu skutečná schopnost konkurenceschopné destinace cestovního ruchu zahrnuje také kritéria sociální, kulturní, politické, technologické, environmentální a jejich silné stránky. Konkurenceschopnost cestovního ruchu se tedy jeví jako schopnost zvyšovat výdaje plynoucí z cestovního ruchu, zároveň zvyšovat návštěvnost a poskytovat nezapomenutelné zážitky, a to vše s profitem a zachováním kvalitního života místních obyvatel a přírodního bohatství i pro budoucí generace.

Dle Portera (1998) lze konkurenceschopnost hodnotit a charakterizovat i pomocí produktivity. „*Rostoucí prosperita národa, státu, regionu závisí na produktivitě, s jakou využívá své lidské, kapitálové a přírodní zdroje.*“ Vyjadřuje se prostřednictvím objemu služeb a zboží, které byly vyprodukovány na jednotku práce a kapitálu (In Pavelková & kol., 2009).

Beránek & kol. (2013) ve své publikaci rozebírají téma efektivnosti (produktivity) použitých zdrojů v cestovním ruchu, kterou je možné měřit použitím několika ukazatelů. Zdroje podniku v cestovním ruchu dělí do čtyř skupin: materiální zdroje, pracovní zdroje, finanční prostředky s vysokou likviditou a nízkou likviditou. Materiální zdroje podniku, tudíž dlouhodobá aktiva, lze měřit ukazatelem výnosnosti nebo obratem provozních aktiv. Pracovní zdroje například produktivitou práce, počtem provozních pracovníků na jednoho vedoucího pracovníka nebo tempem změny produktivity práce. Finanční zdroje představují jak peníze v pokladně, na bankovních účtech, tak investované peněžní prostředky. Příklad ukazatele investic uvádí index rentability investic.

### 3.4 Udržitelný cestovní ruch

Definice udržitelného cestovního ruchu vychází z definic a koncepcí udržitelného rozvoje, tudíž jde o aplikování principů udržitelného rozvoje na odvětví cestovního ruchu a jeho upřesnění, která jsou pro toto odvětví charakteristická. Existuje velká řada definic a vymezení, které se snaží tento pojem objasnit, proto jsou uvedeny jen některé z nich.

Udržitelný rozvoj a jeho nejvýstižnější definici přinesla v roce 1987 Světová komise OSN pro životní prostředí a rozvoj, kterou podala ve zprávě s názvem „Naše společná budoucnost“. Zpráva obsahovala novou koncepci udržitelného rozvoje se zaměřením na sociální, ekonomické a přírodní podmínky. *„Udržitelný rozvoj je vývoj, který naplňuje potřeby současných generací, aniž by ohrožoval schopnost budoucích generací v uspokojování svých vlastních potřeb“* (UNWTO, 2005).

Šimková (2015) uvádí, že co se týká dlouhodobého vývoje cestovního ruchu, je vhodné se zaměřit na jeho udržitelný rozvoj. S tím vznikla myšlenka, že by cestovní ruch mohl pomoci lokalitám cestovního ruchu v jejich udržitelnosti, a to především z hlediska ekonomického, environmentálního a sociálního. Důležité je, aby byly podporovány činnosti spojené s cestovním ruchem, které s sebou nesou pozitivní dopady. Naopak ve smyslu dlouhodobé udržitelnosti se snažit minimalizovat dopady negativní.

Udržitelný cestovní ruch definovala v roce 2004 UNWTO následovně: *„Pravidla pro udržitelný cestovní ruch a jeho řídicí praktiky jsou aplikovatelné na všechny formy cestovního ruchu ve všech typech destinací (turistických cílů) a to včetně masového cestovního ruchu a různých specifických segmentů. Principy udržitelnosti se vztahují k environmentálním, ekonomickým a socio-kulturním aspektům rozvoje cestovního ruchu a nezbytností je dosažení vyváženého poměru všech těchto tří dimenzí tak, aby bylo dosaženo dlouhodobého účinku“* (UN Environment, 2007).

Výkladový slovník cestovního ruchu (Pásková & Zelenka, 2012) poukazuje na tento termín ve třech vymezeních. Environmentální vymezení se týká ochrany, zachování životního prostředí a respektování života místních obyvatel. Holistická definice se zaobírá vlivem aktivit a služeb poskytovaných návštěvníkům a jejich samotnými činnostmi a to tak, aby negativně neměnily globální ani lokální životní prostředí. Především, aby svým chováním neomezovaly, jak generace budoucí v možnosti využití

cestovního ruchu, tak funkce biosféry. Ekonomicko-environmentální vymezení WTO vyjadřuje schopnost destinace ustát své místo na trhu, udržet si svou konkurenční výhodu oproti ostatním destinacím a přilákat svou jedinečností nové i stávající návštěvníky.

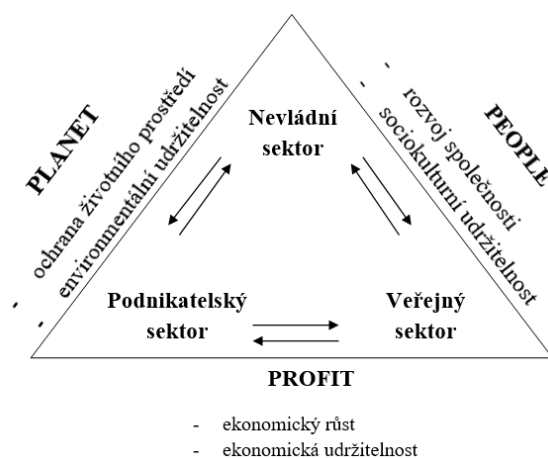
Je velmi důležité, aby se jednotlivé regiony dokázaly prosadit v segmentu cestovního ruchu a dokázaly svou atraktivitu přeměnit na komparativní výhodu a prodat tak svůj potenciál na tomto trhu. Do značné míry na tom záleží rozvoj spousty regionů. Na druhé straně se atraktivita regionů může stát zdrojem vyčerpatelným, tudíž je nutné k cestovnímu ruchu přistupovat šetrně a respektovat určité hranice (Zelenka, Těšitel, Pásková & Kušová, 2013).

### 3.4.1 Pilíře udržitelnosti

Spolu s aplikováním principů a zásad udržitelného rozvoje do odvětví cestovního ruchu je nutné dbát na vyváženost všech jeho pilířů. Z výše uvedených bereme v úvahu vyvážení pilíře ekonomického, environmentálního a sociálního (Šimková, 2015).

Ryglová, Burian & Vajčnerová (2011) spolu s Šimkovou (2015) se shodují v názoru, že dříve byl cíl cestovního ruchu zaměřen pouze na maximalizaci ekonomických přínosů. Nyní je s nárokem na udržitelný cestovní ruch nutná vyrovnanost zmíněných tří pilířů (dimenzí). Toto vyjádření je zřetelné z následujícího obrázku „tří P“. Uvnitř znázorněného trojúhelníku jsou zobrazeny na sebe vzájemně působící vazby sektorů lidské společnosti a jejich dopad na samotná „P“.

Schéma 4: Schéma tří P: planet, people, profit



Zdroj: Hawkins, 2006 In Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011

Šimková (2013) spolu s dalšími autory (Choi & Sirakaya, 2006) tvrdí, že není snadné přesně vymezit správné dimenze udržitelného cestovního ruchu, což je zapříčiněno velkou spoustou rozličných definic. K třem základním pilířům udržitelného cestovního ruchu řadí ještě politické, technologické a psychologické dimenze, které následně vysvětluje:

- Politická udržitelnost – jde o zapojení místních obyvatel do rozhodovacího procesu.
- Technologická udržitelnost – rozvoj informačních a komunikačních systémů a jejich následující využití v oblasti udržitelného cestovního ruchu (např. e-commerce vzdělávání). Jde také o inovaci technologií v oblasti dopravy a mobility (např. kola, elektrické automobily) nebo také o Eko-značení.
- Psychologická udržitelnost – zde jde o stejnou spokojenost místních obyvatel a návštěvníků.

Ritchie & Crouch (2005) dodávají, že přistupovat efektivně k cestovnímu ruchu udržitelným způsobem je složité, proto je nutné tuto oblast účinně řídit. Za tímto účelem je důležité sledovat dopady cestovního ruchu na naše okolí. Je samozřejmé, že velká část zájmu udržitelného cestovního ruchu se zaměřuje na ekologickou dimenzi, a to v důsledku dopadu a tlaku lidské společnosti na zemské prostředí. Nicméně, pokud chceme efektivně dosahovat udržitelného cestovního ruchu, musíme nalézt rovnováhu ve čtyřech základních pilířích, které se týkají prostředí ekologického, ekonomického, sociokulturního a politického.

Převážná většina autorů se však shoduje na třech základních pilířích, dimenzích, aspektech rozvoje udržitelného cestovního ruchu. Pro jejich dlouhodobý účinek, jak již bylo zmíněno, je velice důležitá jejich vyváženost. Vymezovány a charakterizovány jsou následovně.

#### **3.4.1.1 Environmentální pilíř**

V mnoha případech destinací je právě dané přírodní nebo ekologické prostředí hlavním turistickým lákadlem. Tyto přírodní jevy se stávají jádrem destinace a představují produkt cestovního ruchu, který v případě negativního vlivu ztrácí svou atraktivitu. Nejen obyvatelé těchto destinací se snaží zachovat jejich přirozené prostředí. Právě odvětví cestovního ruchu zde hraje důležitou roli ve smyslu regulace snižování

nepříznivých dopadů při rozvoji cestovního ruchu a také přináší finanční pobídku, která podporuje zachování a ochranu destinace. Každá destinace či turistické místo je jiné svou přírodní atraktivitou, proto neexistuje žádná „univerzální“ strategie pro správu negativních a pozitivních dopadů cestovního ruchu na životní prostředí. Tento přístup je zcela individuální a závisí na vlastní nastavené strategii pro udržitelný cestovní ruch a pomoci pověřených organizací (Ritchie & Crouch, 2005).

Goeldner & Ritchie (2009), Závodná (2015) a Ryglová, Burian & Vajčnerová (2011) vymezují environmentální ekologický pilíř obdobně. Charakterizují ho jako snahu společnosti zachovat, neznečišťovat a omezovat vyčerpávání přírodních zdrojů, které jsou nám poskytovány. Jedná se například o energie, suroviny, prostory a podmínky pro život. Ryglová, Burian & Vajčnerová (2011) dále dodávají, že v případě investic ze strany společnosti do cestovního ruchu a samotných aktivit, které se ho týkají, je důležité, aby tyto kroky byly bez negativního vlivu na přírodní prostředí a nenarušovaly tak tyto environmentální zdroje. Důležitý je požadavek na prevenci proti poškozování přírodního prostředí v místech, kde se cestovní ruch uskutečňuje.

Tabulka 2: Pozitivní a negativní dopady cestovního ruchu na environmentální prostředí

Pozitivní dopady	Negativní dopady
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ recyklace odpadu</li> <li>▪ přestavba brownfield</li> <li>▪ šetrné formy cestovního ruchu</li> <li>▪ podpora investic</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ zvyšující se množství odpadu</li> <li>▪ znečišťování prostředí</li> <li>▪ vysoké emise</li> <li>▪ hluk</li> <li>▪ neinformovanost veřejnosti o způsobech ekologického chování</li> </ul>

Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007

#### **3.4.1.2 Ekonomický pilíř**

Dle Závodné (2015) je tento pilíř představován udržitelným ekonomickým rozvojem, který je spojen s prospěchem celé společnosti. Ryglová, Burian & Vajčnerová (2011) doplňují, že ze strany místa, kde se cestovní ruch uskutečňuje, je potřeba zajistit, aby tam získané finance, co v největším množství zůstaly a neputovaly jinde.

Zdravá ekonomika dovoluje zemi, regionu či městu, aby se nadále angažovali v aktivitách, které zlepšují kvalitu života místních obyvatel. Každá strategie cestovního ruchu by měla být schopna plnit ekonomické potřeby v dlouhodobém horizontu, jelikož tento pilíř má vliv na určování a ovlivňování ekonomické udržitelnosti. Někteří jedinci z rozvoje cestovního ruchu výrazně ekonomicky těží. Na druhé straně jsou s přílivem turistů spojené i negativní ekonomické dopady a to např. zdražování nájemného, potravin a ostatního zboží. Cestovní ruch a jeho rozvoj v dané oblasti nabízí mnoho nových pracovních míst, které jsou ze strany místních obyvatel vítány. Poptávka po práci v odvětví cestovního ruchu má v mnohých případech vysoce sezónní charakter, proto by měli zaměstnavatelé přistupovat k rozdělování pracovních úkolů v průběhu celého roku, tj. i mimo turistickou sezónu. Každá snaha o vytvoření a zabezpečení pracovních míst zlepšuje ekonomickou udržitelnost (Ritchie & Crouch, 2005).

Tabulka 3: Pozitivní a negativní dopady cestovního ruchu na ekonomické prostředí

Pozitivní dopady	Negativní dopady
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ rostoucí příjmy obyvatel</li> <li>▪ rostoucí podíl na HDP</li> <li>▪ nová pracovní místa</li> <li>▪ rozvoj infrastruktury</li> <li>▪ rozvoj nových služeb, produktů</li> <li>▪ růst mezinárodních vztahů</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ekonomická nerovnováha společnosti</li> <li>▪ šedá a černá ekonomika</li> <li>▪ nárůst konkurence</li> <li>▪ sezonní poptávka</li> <li>▪ nedostatek financí na rozvoj CR</li> </ul>

Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007

### 3.4.1.3 Sociální (sociokulturní) pilíř

Sociální pilíř je z hlediska udržitelného rozvoje charakterizován jako „*potřeba lidského důstojného života a rozvoje lidské osobnosti, zdraví, vzdělání, sociálního uznání, spravedlnosti, soudržnosti a rozvoje kultury.*“ Tohoto stavu lze docílit správným přístupem a chováním rodiny, obcí, veřejných institucí, organizací a celkové společnosti (Závodná, 2015).

S rozvojem cestovního ruchu přichází do turistických míst mnoho návštěvníků a dochází tak ke vzájemné interakci mezi nimi a místními obyvateli. Setkávají se spolu odlišné kultury, národnosti a způsoby života. Výsledky těchto střetů mohou mít jak pozitivní, tak negativní charakter. Je důležité těmto negativním vlivům předcházet



a respektovat jak životní styl místních obyvatel, tak odlišné zvyky příchozích návštěvníků (Palatková & Zichová, 2011).

Tabulka 4: Pozitivní a negativní dopady cestovního ruchu na sociální prostředí

Pozitivní dopady	Negativní dopady
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ zlepšení kvality života</li> <li>▪ udržování tradic, zvyků</li> <li>▪ nauka cizích jazyků</li> <li>▪ růst sociálních a kulturních kontaktů</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ pokles místních tradic, zvyků</li> <li>▪ přelidněnost</li> <li>▪ zvyšující se kriminalita</li> <li>▪ xenofobie</li> <li>▪ růst cen za služby</li> </ul>

Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007

### 3.5 Venkovský cestovní ruch

Některé druhy cestovního ruchu již splňují svou podstatou udržitelnou strategii cestovního ruchu, ke které lze dospět dvěma způsoby. První směr se týká regulace dopadů masové turistiky a jejich aktivit a druhý využití jedné z forem udržitelného cestovního ruchu, která již pilíře udržitelnosti naplňuje (Závodná, 2015).

Ze statistik a charakteristik je dokázáno, že cestovní ruch je velmi významnou součástí ekonomické vyspělosti země a jeho úloha v rozvoji samostatných regionů, konkrétně pak venkovských oblastí, je víc než patrná. Začínají se prosazovat aktivity v podobě venkovského cestovního ruchu, jelikož rozvoj zemědělství mírně upadá a s tím i zaměstnanost pro obyvatele těchto oblastí. Cestovní ruch je možnost, jak oživit danou oblast, zajistit pracovní místa, dodatečné příjmy a zlepšit tak kvalitu života místních obyvatel (Šimková, 2015).

Podle mnoha autorů je venkovský cestovní ruch v poslední době důležitou součástí cestovního ruchu a je podporován jak ze strany světové organizace cestovního ruchu UWTO, tak i různými národními organizacemi. Formy venkovského cestovního ruchu jsou často označovány jako šetrné formy cestovního ruchu, které nenarušují životní prostředí a napomáhají k trvale udržitelnému rozvoji cestovního ruchu. Širší termín ve spojitosti s šetrným cestovním ruchem je zelený cestovní ruch (Škodová Parmová, Dvořák & Frková, 2013).

Stříbrná (2005) obecně definuje venkovský cestovní ruch, jako aktivity odehrávající se na venkově. Tato definice však není zcela přesná, jelikož nevystihuje přesnou podstatu

termínu. Je to souhrn mnoha vazeb, vztahů, faktorů, aspektů a vývojových tendencí, které mají vliv na konečný produkt.

Pásková & Zelenka (2012) nahlízejí na venkovský cestovní ruch jako na druh cestovního ruchu, který se uskutečňuje na venkově. Turisté sem přijíždějí, aby zde strávili několikadenní pobyt a provozovali zde aktivity jako je jízda na koni, pěší turistika, jízda na kole, ochutnávka místní produktů apod.

Hesková & kol. (2011) dodávají, že turisté podnikající cesty na venkov jsou ubytováni zejména ve vesnických domech, staveních či podobných ubytovacích zařízeních. Stravování je možné vlastní nebo je součástí pobytu. Turisté se můžou zapojit do různých aktivit spojených s životem na venkově.

Někteří autoři zařazují do forem venkovské turistiky i ekoturistiku, nicméně pro účely této diplomové práce je vzato v potaz rozdělení šetrných forem cestovního ruchu dle Malé (1999), s kterou souhlasí i Škodová Parmová (2007) a Šimková (2015). Rozdělují zelený cestovní ruch na ekoturistiku a venkovský cestovní ruch, který se dále člení na vesnickou turistiku, agroturistiku, ekoagroturistiku a chataření, chalupaření.

### **3.5.1 Vesnická turistika**

Vesnická turistika je podle Škodové Parmové (2007) definována jako další forma venkovského cestovního ruchu. Jde o spojení turistů s přírodou a prostředím venkova. Individuální aktivity návštěvníků, které se zde provozují se týkají místních přírodních krás a atraktivit v okolí venkovského stavení: lesy, rybníky, louky, folklór, místní řemesla apod. K ubytování slouží rekreační chaty, chalupy či sruby, hotely, penziony, historická stavení nebo ubytování v soukromí podnikatele. Výjimkou není ani ubytování v kempu nebo chatové osadě.

Jako téměř každá forma cestovního ruchu s sebou nese soustředění většího počtu lidí na jedno místo a dochází tak k negativním vlivům a ohrožování venkovského prostředí. V důsledku decentralizovaného ubytovacího zařízení se tyto dopady redukuje a dochází k rozmístění a snížení četnosti turistů. Služby, které jsou turistům poskytovány v rámci vesnické turistiky, nabízejí majitelé ubytovacích, stravovacích, kulturních, sportovních zařízení a mnozí další. Jedná se tudíž o všechen cestovní ruch vyjma agroturistiky (Škodová Parmová, Dvořák & Frková, 2013).

### **3.5.2 Agroturismus**

Pojem agroturismus s sebou nese pobyt na venkovských farmách, hospodářstvích či selských dvorech. Je spjat s aktivitami ve venkovském prostředí a jeho vlastnostmi, které se týkají tradic, zvyků a slavností v souvislosti se střídáním ročních období a prací zemědělců (Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011).

Dochází zde ke spolupráci zemědělských podniků a agropodnikatelů kvůli zajištění činností a aktivit pro turisty. Můžeme jmenovat například jízdu na koni nebo na kole, aktivní nebo pasivní součinnost na zemědělských pracích, spolupodílení se na domácích pracích nebo krmení a starost o domácí zvířata (Čertík & kol., 2000).

Závodná (2015) uvádí, že účinky této formy venkovského cestovního ruchu nejsou pozitivní jen vůči provozujícím podnikatelům, ale také vůči celé obci, regionu nebo státu. Podnikatelé prodejem svých výrobků, pronajímáním ubytovacích kapacit a provozováním farem mohou přijít k určité finanční jistotě. Provozováním agroturismu dochází k větší vybavenosti obcí, k udržování místních zvyklostí, tradic, lokální gastronomie a utužování řemeslné výroby. Zvyšují se pracovní příležitosti a napomáhá se zachovat přírodní, historický a kulturní potenciál obce a jejího okolí.

### **3.5.3 Ekoagroturismus**

Ekoagroturismus provozují podniky cestovního ruchu hospodařící ekologickým způsobem. Tato forma cestovního ruchu vychází z agroturismu, ale s rozdílem, že jejich podnikatelská činnost se provozuje na ekofarmách, které při své výrobě nevyužívají žádné syntetické chemikálie, umělá barviva a hnojiva, konzervační a hormonální látky (Hesková & kol., 2011).

Šimková (2013) charakterizuje ekologickou farmu jako prostor, kde ekologičtí zemědělci přistupují ohleduplně k chovu zvířat a pěstování rostlin. Prasata, ovce, krávy, slepice a ostatní domácí zvířata chovají v dostatečně velkých prostorech a jsou krmeni vhodnou potravou. Pěstovaným rostlinám dodávají vodu a půdu přímo z farmy a tím podporují jejich zdravý a silný růst.

Produkty vycházející z výroby a pěstování na ekologických farmách jsou přísně kontrolovány a jsou v souladu s mezinárodními standardy. Ochranná známka, kterou jsou povinni na svých výrobcích uvádět, má podobu národní ochranné známky BIO

a evropského značení ekologické produkce (Škodová Parmová, Dvořák & Frková, 2013).

### **3.5.4 Chataření a chalupaření**

V předchozích letech díky touze městských lidí navázat opětovný kontakt s venkovským prostředím došlo k významnému rozvoji chataření a chalupaření. V předválečném období se totiž stal pobyt na venkově a formy venkovského cestovního ruchu jako agroturistika a venkovská turistika významným cestovním ruchem. Následně po druhé světové válce došlo k jeho utlumení. Omezování nebo úplný zákaz vycestování za hranice vlivem minulého režimu má za následek rozvoj chataření a chalupaření. Jednalo se o volné objekty na venkově, které neměl kdo obývat. Velký podíl na tomto rozvoji měly nízké ceny půdy na výstavbu chat a rekreačních objektů. Chataření a chalupaření se v té době považovalo za známku prestižního života (Škodová Parmová, 2007).

Pásková & Zelenka (2012) za chataření a chalupaření považují pobyt a rekreaci ve vlastních chatách a chalupách, který je v České republice velmi rozšířen a spojován s domácím cestovním ruchem. Uskutečňuje se mimo veřejné formy cestovního ruchu a napomáhá v péči o daný objekt a okolí k němu náležící. Oproti chataření má chalupaření zřetelně nižší dopad na přírodní a veřejné prostředí.

### **3.6 Etický kodex cestovního ruchu**

Etický kodex chápeme jako dokument obsahující soubor rad, doporučení, chování, postupů, standardů a zásad, který je vydáván ze strany různých společností a asociací. Důležitou roli má pro členy daných komunit, kteří by měli být v souladu s tímto kodexem. Etický kodex může mít charakter závazný, ale také nezávazný, dobrovolný a může se týkat jakékoliv profese.

Pásková & Zelenka (2012) definují etický kodex jako: „*Základní psané nebo nepsané zásady chování a činnosti, obecné nebo specifické pro daný obor činnosti. V cestovním ruchu je obsah etických kodexů často zaměřen na chování návštěvníků, podnikatelů vztah k životnímu prostředí, hostitelské komunitě, přírodním zdrojům.*“

Cestovní ruch se stává čím dál tím více nedílnou součástí našich životů a jeho působení má jak pozitivní, tak bohužel i negativní dopady. Je nutné tyto negativní vlivy

eliminovat a podporovat vlivy pozitivní. V důsledku předcházení negativním dopadům byl vytvořen Etický kodex cestovního ruchu (Závodná, 2015).

V odvětví cestovního ruchu najdeme velkou řadu etických kodexů, které byly pro výše zmíněné účely vypracovány. Jedná se např. o etický kodex pracovníků cestovního ruchu, kodex pracovníků cestovních kanceláří a agentur, etické kodexy ubytovacích, stravovacích či dopravních služeb, etické kodexy pro průvodce atd. Vytvoření samotného etického kodexu je teprve pouhý základ. Nezbytné je stanovit kritéria jeho vymahatelnosti, přesněji řečeno nastavit a předsat sankce za nedodržování ustanovení, které daný etický kodex obsahuje (Jakubíková, 2012).

K nejdůležitějším a nejvýznamnějším dokumentům na mezinárodní úrovni výše zmíněného charakteru řadíme Globální etický kodex cestovního ruchu. Tento kodex byl schválen roku 1999 a oficiálně přijat byl roku 2001 Světovou organizací cestovního ruchu (UNWTO). Snahou dokumentu je minimalizovat nepříznivé vlivy cestovního ruchu na environmentální a kulturní prostředí země, destinace a maximálně podporovat pozitivní dopady na obyvatele. Kodex představuje rámec pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu (Palatková, 2013).

Globální etický kodex cestovního ruchu je rozdělen do deseti článků:

1. Cestovní ruch přispívá k porozumění a respektování mezi národy a společnostmi.
2. Cestovní ruch je nástroj individuálního a kolektivního uspokojení.
3. Cestovní ruch je faktorem udržitelného rozvoje.
4. Cestovní ruch využívá kulturní dědictví lidstva a napomáhá k jeho rozšíření.
5. Cestovní ruch je zisková činnost pro cílové destinace a komunity.
6. Závazky účastníků rozvoje cestovního ruchu.
7. Právo na cestovní ruch.
8. Svoboda pohybu turistů.
9. Práva zaměstnanců a podnikatelů v odvětví cestovního ruchu.
10. Zavedení principů Globálního etického kodexu turismu (UNWTO, n.d.).

### **3.7 Agenda 21 pro cestovní ruch**

Jak uvádí Palatková (2013), Agenda 21 pro cestovních ruch vychází z Agendy 21, což je programový dokument OSN, týkající se zásad udržitelného rozvoje. Dokument byl

přiját na konferenci, která souvisela s ochranou životního prostředí, v roce 1992 v Rio de Janeiru a byl odsouhlasen 182 vládami.

Agenda 21 obsahuje čtyřicet kapitol, které jsou členěny do čtyř hlavních částí (sekcí). První sekce se zabývá ochranou zdrojů, a to, jak s nimi hospodařit (atmosféra, biodiverzita, oceány, deštné pralesy atd.), druhá sekce obsahuje témata sociální a ekonomické sféry (zdraví, chudoba, demografie atd.), třetí finanční zdroje (otázky odpovědnosti, implementace, veřejných mechanismů atd.) a čtvrtá část pojednává o úloze a roli velkých společenských uskupení (ochrana dětí, práce v rozvojových zemích atd.). Účinnost agendy spočívá v tom, že ji jednotlivé vlády pojmu jako prioritní záležitost a následně ji stylizují do vlastních strategií. Neméně důležité je i začlenění veřejnosti, mezinárodní spolupráce, místní samosprávy či nevládních organizací (Pásková & Zelenka, 2012).

Agenda 21 pro cestovní ruch byla vytvořena v roce 1996 spoluprací dvou organizací, UNWTO a WTTC. Cílem dokumentu je rozvoj cestovního ruchu v souladu s udržitelným přístupem. Obsah je směřován na vládní sféru, podnikatelskou sféru a ostatní organizace. Úkol spočívá v zavedení systému a mechanismů, které by vzaly v potaz udržitelné aspekty do rozhodovacích procesů a určily postupy pro vývoj udržitelného cestovního ruchu (Hesková & kol., 2011).

Palatková (2013) uvádí devět priorit stanovených Agendou 21 pro cestovní ruch, které jsou zaměřené především na veřejný sektor:

1. Zhodnocení existujících regulačních, ekonomických a dobrovolných struktur možných zajistit udržitelný cestovní ruch.
2. Vyhodnocení ekonomických, společenských, kulturních a environmentálních důsledků dané organizace.
3. Obstarání vzdělávacích programů či výcviků o povědomí o udržitelné problematice.
4. Plánování udržitelného rozvoje cestovního ruchu.
5. Mezi rozvojovými a rozvinutými zeměmi usnadnit přenos informací, technologií, dovedností v souladu s udržitelným cestovním ruchem.
6. Zapojení všech složek společnosti do procesu (sociální skupiny, sektory ekonomiky, demografické skupiny a další).
7. Dát podnět novým produktům cestovního ruchu, které již udržitelnost obsahují.

8. Monitorování indikátorů udržitelného rozvoje a jejich vyhodnocování.
9. Vyvíjení partnerství pro udržitelný rozvoj s cílem udržitelného a odpovědného podnikání.

Následující kapitoly se týkají vlastní analýzy a věnují se základní charakteristice teritorií, ekonomickým, geografickým podmínkám a dopravní infrastruktuře a zhodnocen je také cestovní ruch v daném regionu spolu s výčtem turistických atraktivit. V návaznosti na to je provedena analýza organizací podporující udržitelný cestovní ruch. Analýza regionů slouží spolu s dotazníkovým šetřením a řízenými rozhovory jako podklad pro zhodnocení aktuální nabídky a poptávky po agroturistických službách, ale i pro zpracování závěrečné návrhové části.

## 4 Jihočeský kraj

Kraj, který okouzlí ne jednoho návštěvníka, který se ho rozhodne poctit svou návštěvou. Kraj spojený s historickými památkami, které dávají na vědomí, jací zde žili nadaní umělci a řemeslníci a samozřejmě bohaté šlechtické rody. Dokázali zde zanechat mnoho kulturně historických památek v podobě starobylých měst, gotických kostelů, renesančních zámků, klášterů, lidového umění, mnoho technických staveb a rybníčních systémů. Nejen historické památky ztělesňují krásu tohoto kraje, důležitou roli zde hraje i přírodní prostředí. Najdeme zde mnoho chráněných území, které jsou představovány především nespočtem rybníků, dále pak lesů, rašelinišť, také horská krajina v oblasti Šumavy, Blanského lesa či Novohradských hor a nenarušená příroda s žulovými bloky a vysokými vrchy tvoří krásy tohoto kraje (Jižní Čechy, 2016).

### 4.1 Základní charakteristika Jihočeského kraje

Jihočeský kraj je druhým největším krajem v České republice, najdeme ho v její jižní části a jeho rozloha představuje 10 057 km<sup>2</sup>, což značí 12,8 % rozlohy celého státu. Hranice se pojí na západě s krajem Plzeňským, na severu se Středočeským, na východě s Vysočinou a jihovýchodě s krajem Jihomoravským. Jižní hranice Jihočeského kraje se váže na spolkovou zemi Horní Rakousko, jihovýchodně sousedí s Dolním Rakouskem a jihozápadně s Německem, konkrétně spolkovou zemí Bavorsko (Český statistický úřad, 2016).

Obrázek 1: Kraje České republiky



Zdroj: Regionální rozvoj, 2016



Co se týká administrativního členění Jihočeského kraje, to je vymezeno územím sedmi okresů: okres České Budějovice, Český Krumlov, Jindřichův Hradec, Písek, Prachatice, Strakonice a Tábor. Kraj je dále tvořen 623 obcemi, z toho 54 je se statutem města (Český statistický úřad, 2016).

Obrázek 2: Administrativní členění Jihočeského kraje



Zdroj: Český statistický úřad, 2016

S počtem 638 725 obyvatel je Jihočeský kraj zařazen na první místo s nejnižší hustotou osídlení v zemi, a to 63,4 obyvatel na km<sup>2</sup>. Největší hustotu obyvatel má okres České Budějovice, kde žije 190 844 obyvatel, což představuje zhruba 30 % celého kraje. Obyvatelé jsou především koncentrovány do samotného centra města České Budějovice (93 513 obyvatel), a to samozřejmě kvůli ostatním faktorům, které se například týkají nabídky práce, vzdělání a celkové lepší dostupnosti k místním službám. Mezi další města s větším počtem obyvatel řadíme město Tábor (34 641 obyvatel) či Písek (29 838 obyvatel) (Český statistický úřad, 2016).

### Ekonomické podmínky

Ekonomické údaje Jihočeského kraje vykazují podíl pouze cca 5,1 % na tvorbě HDP, což je 361 699 Kč na jednoho obyvatele a v pořadí regionů Jihočeský kraj obsazuje sedmou příčku. Obecná míra nezaměstnanosti je 4,0 % a mezi kraji se řadí na třetí

pozici. Průměrná hrubá mzda činí 22 296 Kč (Statistická ročenka Jihočeského kraje 2016).

Jihočeský kraj nepatří v rámci České republiky mezi významné průmyslové oblasti. V pozdějších letech se v tomto kraji rozvinul zpracovatelský průmysl, který zahrnuje výrobu nápojů a potravin a výrobu dopravních prostředků. Průmyslová výroba, která je koncentrována především do oblasti Českých Budějovic, Tábora a Strakonicka, zde není podstatná, vykazuje podíl cca 3,9 % na celkových tržbách průmyslových podniků v ČR. Zemědělství vytváří zhruba 11 % zemědělské produkce celé republiky, konkrétně v rostlinné výrobě je významná produkce brambor či pěstování obilnin, píce a ovoce. Živočišná výroba je spojena s chovem skotu a prasat. Díky velkému počtu rybníků je pak velmi významný chov ryb (1/2 celé produkce v celé zemi) a vodní drůbeže (Regionální rozvoj, 2016).

### **Geografické podmínky**

Jak již bylo v úvodu zmíněno, Jihočeský kraj je znám skrze rozvinuté rybníkářství (4 % kraje vodní plochy) a lesnictví (1/3 kraje) a je považován a vnímán jako oblast zemědělská. Najdeme zde přes 7 000 rybníků, Rožmberk (489 ha), největší rybník v České republice, a velké vodní nádrže Lipno (4 870 ha), největší vodní plocha v České republice. Dále pak Orlík, Hněvkovice a Římov, jenž slouží jako zásobárna pitné vody pro většinu části kraje. Převážná část území náleží do povodí řeky Vltavy včetně jejích přítoků, kterými je řeka Malše, Lužnice, Otava a mnoho dalších.

Jádro tohoto kraje zaujímá jihočeská kotlina, kde se rozprostírají dvě pánve, Českobudějovická a Třeboňská. Kotlina je obklopena pohořím Šumava (na jihozápadě), výběžky Brd (na severozápadě), Středočeskou vrchovinou (na severu), Českomoravskou vrchovinou (na východě) a Novohradskými horami (na jihovýchodě). Za nejvyšší bod kraje označujeme vrchol Plechý (1379 m) a za nejnižší hladinu Orlické přehrady (350 m). Výskytem přibližně 300 chráněných území, dalších přírodních útvarů a mnoho městských památkových rezervací řazených mezi chráněné památky UNESCO je kraj velmi využíván k rekreaci.

Nenajdeme zde téměř žádné zdroje energetických surovin, nicméně přírodního bohatství v podobě rozsáhlých lesů je významné. Za zmínku stojí také ložiska písků, kameniv, cihlářské hlíny, dále také rašelin a ostatní. Díky absenci bohatých surovin je

zde přírodní prostředí téměř nenarušené, a to opět potvrzuje důvod návštěv a rekreací tohoto území (Regionální rozvoj, 2016).

### **Dopravní infrastruktura**

Dopravní infrastruktura a celková dopravní situace nepatří mezi silné stránky Jihočeského kraje, nicméně se dopravní situace v kraji a její intenzita stále zvyšuje, a to zejména v silniční dopravě. Důležité investice v rozvoji dopravy náleží výstavbě dálnice D3, která propojí Prahu, území jižních Čech, propojí Tábořsko a Českobudějovicko a na jihu naváže na Rakouskou silniční síť. Železniční doprava zaznamenala v tomto kraji také určité změny, a to zejména v rekonstrukci některých hlavních nádražích a v modernizaci jižní části 4. tranzitního železničního koridoru na úseku Praha – Horní Dvořiště, jejíž dokončení je naplánováno na rok 2020. Za zajímavost v železniční dopravě lze považovat pozůstatky koněspřežní dráhy, která byla vybudována jako první v Evropě a spojovala České Budějovice a hornorakouský Linec, dále pak nejvýše položenou železniční síť v České republice nebo úzkokolejku z Jindřichova Hradce do Obrataně a do Nové Bystřice (Koncepte rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji, 2015-2020).

Jihočeské letiště České Budějovice a.s. je projekt Jihočeského kraje a Statutárního města České Budějovice. Jedná se o bývalé vojenské letiště v Plané u Českých Budějovic, které slouží jako veřejné vnitrostátní a neveřejné mezinárodní letiště. Po modernizaci a dalších etapách rekonstrukce bude toto letiště schopno uskutečňovat i veřejné mezinárodní lety a vyrovná se tak standardním mezinárodním regionálním leteckým přístavům v České republice (Airport České Budějovice, n.d.).

## **4.2 Cestovní ruch v Jihočeském kraji**

Velmi zásadní prioritou pro Jihočeský kraj je rozvoj cestovního ruchu. Díky svým zachovalým přírodním atraktivitám, bohaté kulturní historii, památkám či vhodným podmínkám pro rozvoj ostatních aktivit v rámci cestovního ruchu, je tento kraj navštěvován nejen tuzemskými turisty. Díky své příhraniční poloze se zde rozvíjí i důležitá spolupráce s ostatními regiony, a to jak v oblasti výrobní, tak právě v oblasti služeb a rozvoje cestovního ruchu. To vše také potvrzuje fakt, že se Jihočeský kraj stal čtvrtým nejnavštěvovanějším krajem v České republice a jako druhý je ve vlastnění největších ubytovacích kapacit. Významný je také nárůst podílu podnikatelských aktivit v oblasti cestovního ruchu (Statistická ročenka Jihočeského kraje 2016).

Vymezení Jihočeského kraje z hlediska administrativního bylo popsáno v předchozí kapitole, nicméně chceme-li na tento kraj nahlížet jako na destinaci cestovního ruchu, bereme v úvahu oblast jižních Čech, kterou lze chápat v několika pojetích a geografických vymezeních. V prvním případě se shoduje s Jihočeským krajem z hlediska administrativní jednotky (úroveň NUTS 3), dále můžeme brát v úvahu vymezení dle destinačního managementu na úrovni regionální, kde jsou opět jižní Čechy shodné s hranicemi Jihočeského kraje. V třetím případě se jedná o vymezení na národní úrovni z pohledu marketingových aktivit agentury CzechTourism. Území již nekopíruje hranice Jihočeského kraje a jižní Čechy a Šumava jsou samostatné turistické regiony (CzechTourism, n.d.).

Obrázek 3: Turistické regiony České republiky – geografické vymezení



Zdroj: CzechTourism, n.d.

Obrázek 4: Logo Jihočeského kraje vs. jižní Čechy



Zdroj: Jihočeský kraj, 2017

Jihočeský kraj je oficiální název administrativní jednotky, na druhé straně jižní Čechy jsou názvy používány pro účely marketingové komunikace území jako destinace v odvětví cestovního ruchu (Štumpf, Vojtko & kol., 2015).

Téma diplomové práce se zabývá udržitelným cestovním ruchem, jehož požadavkem je spojení a následné vyvážení tří důležitých oblastí: environmentální, ekonomické a sociální. S tímto pojmem také souvisí termín destinace (oblast) cestovního ruchu, která je vlivem destinačních managementů a ostatních organizací cestovního ruchu adekvátně řízena, aby byla v souladu právě s udržitelným rozvojem cestovního ruchu.

Dle Palatkové (2011) jsou destinace cestovního ruchu všeobecně chápány jako jednotky regionální nebo mezinárodní, které si vzájemně konkurují a jsou strategicky řízené. Snaží se co nejlépe uspokojit klientovo očekávání určitým produktem a kvalitně řídit a organizovat dané služby, které jsou na destinace vázány. Tyto jednotky jsou vázány na prodej a plnění řady funkcí, které se týkají destinačního marketingu, destinačního managementu, funkce nabídkové, zastoupení zájmových skupin a funkce plánovací. Cílová oblast nemusí být vždy identická s administrativním členěním cestovního ruchu.

#### **4.2.1 Turistické atraktivity v Jihočeském kraji**

Práce se zaměřuje na jednotlivé turistické oblasti (destinace cestovního ruchu) jižních Čech, které jsou od roku 2016 v Jihočeském kraji finančně podporovány a jsou uvedeny jejich největší turistické atraktivity. Tento předpoklad vychází z Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2015–2020. Nicméně finanční podpora vycházející z působnosti certifikovaných turistických oblastí, které však mohou mít přesah i do jiných krajů, je poskytována pouze na část oblasti, která územně náleží do Jihočeského kraje, a to dle kalkulace na základě „koeficientu podpory destinace“ (Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji, 2015-2020).

##### **Českobudějovicko-Hlubocko**

Tato turistická oblast se rozprostírá na území 650km<sup>2</sup> mezi Českými Budějovicemi, Hlubokou nad Vltavou, Týnem nad Vltavou a Lišovem. Mezi hlavní turistické atraktivity řadíme státní zámek Hluboká nad Vltavou, který patří k nejatraktivnějším památkám v České republice, dále ZOO Hluboká nad Vltavou, pivovar Budějovický Budvar a jeho návštěvnické centrum, samotné centrum města České Budějovice,

vodáctví na řece Vltavě a působnost rovinatých cyklostezek, které turisty zavedou na další zajímavá místa (Českobudějovicko-Hlubocko, 2017).

### **Lipensko**

Lipensko je oblast vhodná pro aktivní turisty, a to díky již úvodu popisu kraje zmíněné vodní nádrži Lipno, která je hlavní dominantou této oblasti. Nelze opomenout také velkoplošné chráněné území Národní park Šumava. Oblast disponuje širokou nabídkou různých sportů jako je pěší turistika, vodní sporty a různé adrenalinové (komerční) sporty. Na své si přijdou samozřejmě i rybáři, vodáci, jachtaři, lyžaři a zájemci o kulturní památky, historii nebo kulturní akce. Další turistické zajímavosti jsou: Stezka korunami stromů, Hrad Rožmberk, Čertova stěna, Vítkův Hrádek (nejvýše položený hrad v Čechách) a Skiareál Lipno (Lipensko, 2017).

### **Novohradsko-Doudlebsko**

Území zmíněné oblasti najdeme jihozápadně od Českých Budějovic vedoucí k česko-rakouské hranici mezi Českým Krumlovem na západě a na východ od Třeboně. Mezi největší turistické atraktivity lze zařadit Novohradské hory, které jsou nízkou obydleností vhodné pro cyklistiku, pěší turistiku či hypoturistiku. Z přírodních či kulturních památek lze jmenovat Terčino údolí, národní přírodní památka v údolí říčky Stropnice, barokní zámek Borovany, rodiště Jana Žižky v Trocnově, Muzeum první koněspřežné železnice v Bujanově a mnoho dalších (Novohradsko-Doudlebsko, 2017).

### **Písecko**

Turistická oblast Písecko zaujímá okres Písek a rozsah plochy Orlické přehrady, oblast rozprostírající se přesně v půli cesty mezi Prahou a Českým Krumlovem. Za turistické atraktivity považujeme krásu malebného města Písek a jeho historického centra včetně nejstaršího kamenného mostu v Čechách, dále hrad Zvíkov, zámek Orlický, Zemský hřebčinec a Písecké hory (Písecko, 2017).

### **PodKletí**

S rozlohou 859 km<sup>2</sup> a ve spolupráci s 62 městy a obcemi je oblast PodKletí situována západně až jihozápadně od centra Českých Budějovic. Mezi přední dominantu oblasti řadíme horu Klet', která je nejvyšším bodem (1084 m) (CHKO) Blánského lesa. Osou oblasti je Linecká stezka, kde najdeme mnoho dalších přírodních a kulturně-

historických atraktivit včetně již zmíněného Blánského lesa. Dále Netolickou historickou oblast s renesančním zámek Kratochvíle, klášter Zlatá Koruna, a především typickou jihočeskou vesnici Holašovice, což je vesnická památková rezervace, která je od 1995 na seznamu světového kulturního dědictví UNESCO (PodKletí, 2017).

### **Prácheňsko a Pošumaví**

Prácheňsko a Pošumaví, turistická destinace, která spojuje dva kraje. Prácheňsko se nachází na severu Jihočeského kraje a dále pojímá i mikroregiony Blatensko, Vodňansko a Strakonicko. Další část této turistické oblasti najdeme v kraji Plzeňském, kde se nachází rozlehlá oblast Klatovsko vedoucí přes Sušicko až k Horažďovicu. Turistickými zajímavostmi této destinace jsou: Zámek Blatná a město Blatná a místní městské muzeum, Hrad Strakonice, Krokodýlí Zoo v Protivíně, vodáctví na řece Otavě a další (Prácheňsko a Pošumaví, 2017).

### **Šumavsko**

Šumavská turistická oblast je tvořena územím Prachaticka, Volarska, Vimperska (jihočeské Pošumaví) a jihočeskou částí Šumavy. První část oblasti nabízí turistům poznání venkovské krajiny, místních tradic, zvyků, života na venkově včetně lokálních produktů, ale také historické, technické památky a architektonické prvky jako jsou Zámek Vimperk, Boubínská rozhledna a lyžařský areál Zadov. Jihočeská Šumava nám nabízí krásu Národního parku a CHKO Šumava (Šumavsko, 2017).

### **Toulava**

Toulava zahrnuje centrum města Tábor spolu s jeho okolím a okolím Milevska a středočeského Sedlčanska. Mezi významné turistické zajímavosti řadíme historické centrum husitského Tábora, Bechyňskou bránu a Hrad Kotnov, Chýnovské jeskyně, zříceninu hradu Kozí hrádek, Poutní kostel Klokoty, Zámek Bechyně, Čertovo břemeno, skiareál Monínec a mnoho dalších. Oblast vhodná pro pěší turistiku i cykloturistiku (Toulava, n.d.).

### **Třeboňsko**

Třeboňsko je jednou z nejkrásnějších oblastí jižních Čech i celé České republiky a sdružuje kolem 44 obcí a regiony Třeboňsko, Vitorazsko a Veselsko. Rozsáhlá síť rybníků, krásná nenarušená krajina, vesnická architektura a historické centrum Třeboně

nabízí dokonalé poznání pro všechny skupiny turistů. Oblast určená pro milovníky cykloturistiky, rybaření, vodáctví nebo lázeňství. Za zmínku stojí rybník Rožmberk a Svět, historické centrum Třeboně, Lázně Aurora, Schwarzenberská hrobka, a především CHKO Třeboňsko, která byla nejdříve roku 1977 zařazena mezi biosférické rezervace UNESCO, poté až prohlášena za chráněnou krajinnou oblast (Třeboňsko, 2017).

### **Česká Kanada**

Česká Kanada se rozprostírá na území o velikosti 300 km<sup>2</sup>, a to mezi městem Kunžak, Slavonice, Dačice, Nová Bystřice a Jindřichův Hradec. Název je odvozen od přírodního parku Česká Kanada (283 m<sup>2</sup>), pro který jsou typické velké vodní plochy, lesní komplexy, velké balvany a sychravé počasí. Oblast stvořená pro cykloturistiku, pěší turistiku nebo pouhý odpočinek v přírodě. K nejvýznamnějším kulturně-historickým památkám řadíme Státní zámek Červená Lhota, Státní hrad a zámek Jindřichův Hradec, Státní hrad Landštejn, Státní zámek Dačice, Jindřichohradeckou úzkokolejku a za prohlídku stojí také centrum města Jindřichův Hradec a Slavonice (Česká Kanada, 2011).

### **Krumlovsko**

Všechny doposud zmíněné turistické oblasti již prošly procesem certifikace kromě Krumlovské turistické oblasti. Přesto patří tato oblast k jedné z nejatraktivnějších a nejnavštěvovanějších v celé České republice, a to díky městu Český Krumlov, které se řadí mezi tři města, jež jsou u nás zapsána na seznamu světového dědictví UNESCO. Velmi oblíbená je zde i vodácká turistika na řece Vltavě. Dalšími navštěvovanými památkami jsou Hrad a zámek Český Krumlov, Otáčivé hlediště Český Krumlov a spousta místních muzeí (Krumlovsko, 2017).

## **4.3 Organizace podporující udržitelný cestovní ruch v Jihočeském kraji**

Současný organizační systém cestovního ruchu v České republice je vytvořen na čtyřech a více úrovních. Tato struktura je neefektivní, vytrácí se potenciál rozvoje cestovního ruchu v destinacích, komplexnost nabídky služeb, dochází ke špatné komunikaci, jednotlivé subjekty nemají jasně určené kompetence a nejsou vymezeny činnosti, které mají subjekty vykonávat. To vše nasvědčuje tomu, že se jednotlivé destinace stávají méně výkonné a konkurenceschopné. V celkovém měřítku se snižuje



konkurenceschopnost celé České republiky v oblasti cestovního ruchu. Úrovně řízení cestovního ruchu jsou následující: národní – regionální (krajská) – oblastní – místní/lokální. Připravuje se zákon o podpoře rozvoje cestovního ruchu, který by měl stupně řízení vztáhnout pouze na tři a čtvrtá úroveň organizace, tzn. místní, lokální by neměla být zákonem upravena. Následně by se tím vyřešily výše zmíněné problémy týkající se komunikace, kompetence atd. Zákon nebyl však do této doby podpořen a jeho schválení bylo odloženo na dobu neurčitou (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2013).

V roce 2015 byla vypracována nová Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2015-2020, která mimo jiné vhodně reaguje i na výše uvedený nepodpořený zákon o cestovním ruchu, který měl v České republice nastolit fungující rakouský model (Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2016).

V následné analýze se práce bude věnovat pouze organizacím na krajské, oblastní či místní/lokální úrovni. Pravomoce organizací v oblasti cestovního ruchu v Jihočeském kraji jsou rozděleny mezi následující typy organizací: Jihočeský kraj, Jihočeská centrála cestovního ruchu a další oblastní organizace cestovního ruchu jako jsou destinační managementy, různá zájmová a podnikatelská sdružení (Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji, 2015-2020).

### **Jihočeský kraj**

Subjekt, který na regionální úrovni působí v oblasti cestovního ruchu v Jihočeském kraji je Krajský úřad Jihočeského kraje, konkrétně Odbor kanceláře hejtmana a Oddělení marketingu a cestovního ruchu. Některé úkoly, které toto oddělení v oblasti cestovního ruchu zastává, se týkají například pořizování propagačních materiálů, analýzy rozvoje cestovního ruchu v kraji, zpracování koncepce rozvoje cestovního ruchu a spolupráce na celostátní koncepci, tvorby nabídky s ohledem na aktuální trendy a poptávku cestovního ruchu, tvorby projektů v rámci cestovního ruchu atd. (Jihočeský kraj, n.d.).

### **Jihočeská centrála cestovního ruchu**

Počátek této organizace se váže k roku 1994 a zakládajícími městy se staly České Budějovice, Prachatice, Tábor a Třeboň. Cílem bylo založit zájmové sdružení, které bude podporovat cestovní ruch v jižních Čechách. Později se již ke zmiňovaným městům přidala města Český Krumlov, Hluboká nad Vltavou, Jindřichův Hradec, Nové

Hrady, Veselí nad Lužnicí a Vimperk a členských měst bylo tudíž deset. Přidali se ještě další významní podnikatelé. Hlavním posláním sdružení bylo vydávání propagačních a informačních materiálů, zajišťování účasti na domácích a zahraničních veletrzích, inzerce v odborných časopisech, vedení webových stránek, spolupráce jak s Českou centrálou cestovního ruchu, tak s ostatními subjekty cestovního ruchu na krajské a státní úrovni. V roce 2009 se uskutečnila restrukturalizace Jihočeské centrály cestovního ruchu na příspěvkovou organizaci Jihočeského kraje. Snaha spočívá ve využití dotací, grantů, příspěvků z různých zdrojů a podpory cestovního ruchu v kraji. Vybrané činnosti JCCR: tvorba turistických produktů, spolupráce s ostatními podnikateli v odvětví cestovního ruchu, provozování Informačního systému cestovního ruchu Jihočeského kraje, prezentace na výstavách, kooperace s agenturou CzechTourism a příhraničními regiony jako je Horní Rakousko, tvorba projektů orientovaných na rozvoj cestovního ruchu v regionu a jeho následná prezentace jako atraktivní destinace (Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2016).

### **Destinační managementy**

Na území Jihočeského kraje nyní operuje osm destinačních managementů, které pracují v místních turistických oblastech, které budou dle nové Koncepce od roku 2016 podporovány. Jedná se například o Destinační management Písecko, Destinační management Český Krumlov, Destinace Toulava, Kancelář destinačního managementu Šumavsko, Destinační management Prácheňsko a Pošumaví, Vltava Resort. *„Destinační management je forma řízení určité oblasti (destinace) za účelem zvýšení efektivnosti aktivit spojených s cestovním ruchem a jeho udržitelným rozvojem“* (Rygllová, Burian & Vajčnerová, 2011).

### **Turistická informační centra**

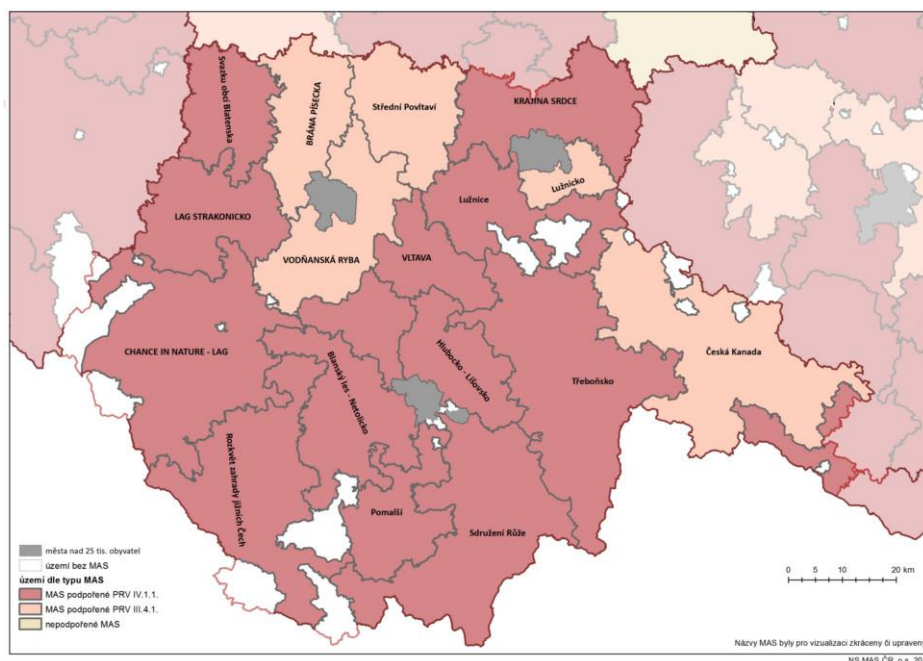
V celém Jihočeském kraji najdeme zhruba 80 turistických informačních center, z nichž pouze 20 center jsou členy A.T.I.C. ČR, Asociace turistických informačních center České republiky. Ve většině případech jsou zřizovateli center samotná města a obce, ve výjimečných případech se jedná o soukromé subjekty. Turistická informační centra poskytují bezplatně turistům informace o navštívené oblasti, možnosti ubytování, dopravě, kulturním a sportovním využití, místních atraktivitách a celkové turistické nabídce. Dalšími službami, kterými mohou disponovat v oblasti cestovního ruchu je

např. průvodcovská činnost, rezervační služby, poskytování propagačních materiálů atd. (Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji, 2015-2020).

### Místní akční skupiny

Místní akční skupiny jsou další organizace, které jsou důležité při řízení dané destinace, především zaměřené na rozvoj venkovského prostoru a zemědělství daného regionu. Principem je kooperace místních občanů, soukromých podnikatelů, neziskových organizací a veřejné správy v rámci kterých se snaží získat určitou podporu ve formě dotací z Evropské unie a národních programů na podporu a rozvoj venkova a zemědělství. V rámci Jihočeského kraje působí 18 místních akčních skupin, které jsou společně sdružovány pod Krajské sdružení MAS Jihočeský kraj. Cílem projektu je snaha o zvýšení konkurenceschopnosti těchto místních akčních skupin a zvýšení odborné úrovně zaměstnanců tak, aby byly schopni vhodně reagovat na nové podněty, které přinese období 2014–2020 (KS MAS Jihočeský kraj, n.d.).

Obrázek 5: Jihočeské MAS 2014–2020



Zdroj: KS MAS Jihočeský kraj, 2014

### Nadace Jihočeské cyklostezky

Nadace Jihočeské cyklostezky (NJC) byla založena v roce 2004 jako nevládní nezisková organizace. Její náplní je podpora a optimalizace cyklistické dopravy

v Jihočeském kraji. Zakladateli organizace je Jihočeský kraj, Jihočeská centrála cestovního ruchu, ČSAD JIHOTRANS a.s. a 23 měst Jihočeského kraje (Nadace Jihočeské cyklostezky, 2011).

### **Sdružení cestovního ruchu při Jihočeské hospodářské komoře**

Sdružení vzniklo v roce 2007 a to spojením dvou stávajících sdružení, Jižní Čechy pohostinné a Služby v cestovním ruchu jako společná platforma pro spolupráci podnikatelů, kteří působí v oblasti cestovního ruchu. Hlavním cílem a zájmem tohoto sdružení je podpora rozvoje cestovního ruchu, zkvalitňování služeb a hájení zájmů členů, podnikatelů a ostatních subjektů jež působí v oblasti cestovního ruchu v Jihočeském kraji (Jihočeská hospodářská komora, 2013).

### **Spolek pro obnovu venkova Jihočeského kraje**

Vychází ze Spolku pro obnovu venkova České republiky, jenž je nevládní nezisková organizace. Hlavním posláním je podpora venkova, posílení jeho hospodářské stability a celkového života na venkově. Krajská organizace Spolku pro obnovu venkova Jihočeského kraje byla založena na valné hromadě tohoto spolku v roce 2003 (Spolek pro obnovu venkova JčK, n.d.).

### **Svaz venkovské turistiky a agroturistiky**

Svaz venkovské turistiky a agroturistiky sice není sdružení působící pouze v zájmu Jihočeského kraje, ale je to důležitý svaz, který jako dobrovolné, nepolitické profesní sdružení podnikatelů a dalších příznivců působí ve venkovském cestovním ruchu. Sdružení bylo založeno v roce 1997 a je součástí Hospodářské komory České republiky. Dále je členem mezinárodní organizace svazů venkovské turistiky Eurogites. Hlavním posláním svazu je hájení zájmu svých členů a venkovských podnikatelů, zajišťování zavádění do praxe a kontrolování kvalitativních standardů ubytovacích kapacit ve venkovských oblastech, zajišťování certifikace ubytování v soukromí a certifikace služeb zařízení agroturistiky a venkovské turistiky, napomáhání při rozvíjení odborných schopností poskytovatelů služeb v odvětví venkovského cestovního ruchu, spolupráce s mnoha partnery a pomáhání svým členům při komunikaci ubytovacích zařízení, správa největšího portálu zaměřeného na venkovský cestovní ruch v ČR ([www.prazdninynavenkove.cz](http://www.prazdninynavenkove.cz)) a pořádání Jarního a Podzimního festivalu Prázdniny na venkově (Svaz venkovské turistiky, 2016).

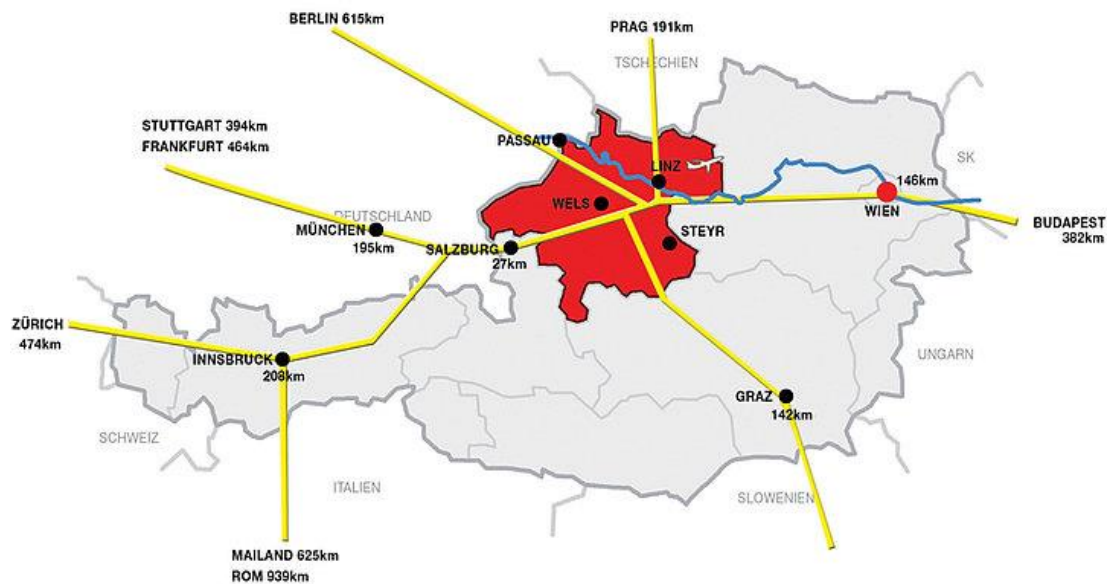
## 5 Horní Rakousko

Turisté navštěvují tuto zemi a její atraktivní místa z důvodu načerpání nové energie, relaxace, uvolnění a poznání neotřelých krás místní nádherné krajiny. Rozkvetlé parky, promenády, vodní plochy, horská krajina a mnoho sportovních aktivit umožňuje zažít nezapomenutelnou dovolenou. Hlavní město Horního Rakouska nabízí kouzlo svého historického centra a mnoho zajímavých kulturně-historických památek, které stojí za zhlédnutí.

### 5.1 Základní charakteristika Horního Rakouska

Horní Rakousko neboli Horní Rakousy je jedna z devíti spolkových zemí rozprostírající se na severu Rakouska. Svou rozlohou 11 980 km<sup>2</sup> (14,3 % celkové rozlohy Rakouska) je čtvrtou největší spolkovou zemí a její poloha zaujímá srdce střední Evropy. Na severu hraničí s Českou republikou, konkrétně s výše analyzovaným Jihočeským krajem, východní hranice sdílí s Dolním Rakouskem, jižní se Štýrskem a Salcburskem a na západě sousedí s Německem ( Fórum partnerských regionů Jihočeského kraje, 2016).

Obrázek 6: Spolkové země Rakouska



Zdroj: Oberösterreich, n.d.

Administrativní členění Horního Rakouska představují 3 statutární města – Linec, Steyer, Wels, 15 politických okresů a cca 445 obcí. Žije zde 1 465 200 obyvatel, což

představuje 1/6 všech Rakušanů a země je třetí nejvíce zalidněnou zemí v Rakousku. Město Linz je s 200 841 obyvateli hlavním a zároveň největším městem Horního Rakouska a třetím největším městem v celém Rakousku, hned po Vídni a Štýrském Hradci. Linz leží na již zmíněné řece Dunaj a rozprostírá se na ploše 96 km<sup>2</sup>. Pro rok 2009 bylo město společně s Vilniusem (Litva) vyhlášeno za Evropské hlavní město kultury. Mezi další významná a velká města Horního Rakouska řadíme druhý největší Wels (58 623 obyvatel) a třetí Štýr (34 094 obyvatel).

Obrázek 7: Administrativní členění Horního Rakouska



Zdroj: Austriabau, 2017

### Ekonomické podmínky

Ekonomické údaje Horního Rakouska vykazují podíl 17,1 % na tvorbě HDP celého Rakouska, což je 40 300 EUR na jednoho obyvatele a v pořadí ostatních spolkových zemí obsazuje pátou příčku. Obecná míra nezaměstnanosti je 6,1 % a průměrná hrubá mzda činí 2 125 EUR (Statistik Austria, 2016).

Horní Rakousko je považováno za nejvýznamnější průmyslovou oblast celého Rakouska a představuje 26,6 % z celkové produkce země, a to především ve strojírenském, automobilovém, chemickém, dřevozpracovatelském průmyslu a technice životního prostředí. Přibližně jedna čtvrtina průmyslové výroby a exportu v Rakousku pocházejí z tohoto regionu. Proto je také Horní Rakousko označováno za jednu z nejmodernějších a konkurenceschopných oblastí v Evropě. Služby jako

terciární sektor mají nejvýznamnější dopad na ekonomickou situaci a zaměstnanost a představují 60,3 % podíl na celkovém regionálním HDP. Těžba nerostného bohatství, zejména sůl, ruda a chemické suroviny, představují nejmenší zastoupení v celkovém průmyslu Horního Rakouska. Zemědělství v této zemi představuje zhruba 46 % celkové plochy a má významný charakter, čímž se řadí na třetí místo mezi nejproduktivnější země Rakouska. Živočišná výroba se zabývá hlavně chovem prasat, skotu a značná je také produkce mléka, která představuje zhruba 1/3 produkce v celé zemi. Velkou roli zde hraje biologické zemědělství, které se stává čím dál více významnějším. Rostlinná výroba se zaměřuje na produkci obilí, cukrové řepy, brambor, ovoce aj. (Land Oberösterreich, n.d.).

### **Geografické podmínky**

Země Horní Rakousko se rozpíná mezi dvěma řekami, ze západu protéká řeka Inn (517 km), která je pravým přítokem Dunaje a z východu řeka Enns (254 km), která tvoří zemské hranice s Dolním Rakouskem. Celá země tak leží na řece Dunaj (2 811 km), která je druhou nejdelší řekou Evropy a protéká hornorakouským územím dlouhých 111 km od západu k východu a protíná i hlavní město Linz. Horní Rakousko je především označováno za zemi mnoha jezer, jež jsou ledovcového původu a ty nejznámější jsou situována do oblasti Solné komory (Salzkammergut). Patřím k nim jezero Almsee, Mondsee, Traunsee, Gosausee, Halštatské jezero, Offensee, Wolfgangsee, Irsrsee a jezero Attersee, které s 46 m<sup>2</sup> představuje největší jezero ležící plně na rakouském území. Solná komora je oblast tvořená tektonickými jezerními pánevemi, které jsou vzájemně oddělené jednotlivými vápencovými hřbety Salzkammergutberge a od roku 1997 je zapsána na seznam Světového dědictví UNESCO.

Co se týká povrchu země, jih a sever je převážně hornatý a ve středu země se vyskytují pahorkatiny. Ze severní části sem prostupují okraje Českého masivu a jih náleží Severním vápencovým Alpám, konkrétně jde o pohoří Salzkammergutberge, Dachsteinu, kde najdeme nejvyšší horu země Hoher Dachstein (2 136 m) a poté Sengengebirge a Mrtvým horám. Spolková země Horní Rakousko se dělí na 4 čtvrti, kterými je Hausruckviertel, Innská čtvrť (Innviertel), Mlýnská čtvrť (Mühlviertel) a Traunviertel, nepředstavují však územně správní celky země. Mlýnská čtvrť se rozprostírá na severu od Dunaje, kam zasahuje Český masiv a hora Plechý (1 379 m)

ležící na česko-rakouské hranici v pohoří Šumava. Jižní část země je místy plochá, místy kopcovitá s intenzivním zemědělstvím a v západní části se rozprostírá horský hřbet Hausruck (30 km) náležící do hornorakouské čtvrti Hausruckviertel. Nejvyšší bod země 2 995 m.n.m. najdeme na horském pohoří Dachstein v Solné komoře. Naopak nejnižší bod je ve městě Grein s 239 m.n.m. Nejhlubší bod spolkové země nalezneme 191 m pod hladinou Traunského jezera (Rakousko.Světadily.cz, 2007).

### **Dopravní infrastruktura**

Horní Rakousko disponuje kvalitní rozvinutou dopravní infrastrukturou. Regionální silniční síť má celkovou délku 6 000 km, z toho 320 km dálnic a rychlostních silnic. Železniční síť mají délku 1 050 km. Nedaleko Lince leží menší mezinárodní letiště Blue Danube Airport Linz, které vlastní jeden terminál a je využíváno hlavně turisty ze severního Rakouska a z jižních Čech, a to především díky široké nabídce zájezdů rakouských a německých cestovních kanceláří. Hlavní město Linec je důležitým dopravním uzlem a od roku 2015 má celkem šest přímých vlakových spojení s Českou republikou. Linec je také největším přístavem Rakouska a horního Dunaje vůbec. Leží na největší vodní cestě Evropy, která je díky kanálu Rýn-Mohan-Dunaj spojnici mezi Severním a Černým mořem. V budoucnu se plánuje jeho rozšíření (Land Oberösterreich, n.d.).

## **5.2 Cestovní ruch v Horním Rakousku**

Cestovní ruch má pro Horní Rakousko velký význam, vytváří přímé a nepřímé hodnoty a přispívá 10,1 % k hrubému regionálnímu produktu. Průmysl cestovního ruchu přináší do této oblasti 5,66 miliard EUR. Velkou roli zde hrají přírodní podmínky a využívání turistického potenciálu spojeného s řekou Dunaj. Letní sezóna umožňuje turistům vydat se na turistickou dovolenou v podobě pěší turistiky, cykloturistiky, poznávání rozmanité přírody nebo pouhé relaxace a wellness. Naopak zimní sezóna poskytuje vášnivým lyžařům výborné podmínky a zimní areály pro sjezdové lyžování a běžkování. Okolí a samotné centrum hlavního města Linec nabízí historicky-kulturní poznání. Když porovnáme Horní Rakousko s ostatními spolkovými zeměmi, zjistíme, že nepatří mezi nejnavštěvovanější. I přesto, že je zde přírodní potenciál významný, nachází se pouze v jižní části země. Horní Rakousko je tranzitní zemí díky své poloze, která spojuje severní a střední Evropu s jižním kontinentem. Co se týká ubytovacích kapacit,



spolková země Horní Rakousko disponuje 67 728 lůžky a v počtu přenocování turistů se řadí na první místo v celém Rakousku (Oberösterreich Tourismus, 2016).

V posledních letech se rozvíjí mnoho forem přeshraniční spolupráce, díky níž dochází k vzájemné výměně informací, zkušeností, prezentaci regionu, rozvoji cestovního ruchu, dopravy, služeb apod. Konkrétně lze jmenovat Euroregion Šumava – Bayerischer Wald – Mühlviertel s rozlohou 16 tis. km<sup>2</sup> a 1,3 mil. obyvateli. Tato spolupráce sdružuje 110 hornorakouských obcí, 80 bavorských obcí a 93 českých obcí. Z toho 53 obcí s 82 tis. obyvateli je z Jihočeského kraje. V roce 2012 bylo založeno trilaterální uskupení na pomezí tří zemí: Česka, Rakouska a Německa. Uskupení zahrnuje sedm regionů a jeho rozloha je 60 tis. km<sup>2</sup> s 6 mil. obyvateli. Z České republiky zde operuje kraj Jihočeský, Kraj Vysočina a Plzeňský kraj (BusinessInfo.cz, 2016).

Horní Rakousko jako destinace cestovního ruchu je na rozdíl od Jihočeského kraje vymezena naprosto jednoznačně. Administrativní vymezení země (NUTS 2) je zcela shodující se s vymezením území z hlediska řízení a marketingu destinace na regionální i národní úrovni. Pro účely řízení z hlediska destinačního managementu je zřízena Hornorakouská centrála cestovního ruchu (Oberösterreich Tourismus), která se stará o marketingovou činnost Horního Rakouska a je zastřešující organizací různých lokálních a regionálních spolků v oblasti cestovního ruchu (Štumpf, Vojtko & kol., 2015).

Obrázek 8: Spolkové země Rakouska – geografické vymezení



Zdroj: Mein Österreich – Vorbereitung zur Staatsbürgerschaft, 2013

Spolková země Horní Rakousko (Land Oberösterreich) je oficiální název používaný pro administrativní vymezení jednotky. Zkrácený název Horní Rakousko je termín, využívaný pro marketingové účely tohoto území jako destinace cestovního ruchu z hlediska vnímání návštěvníků.

Obrázek 9: Logo spolkové země Horní Rakousko vs. Logo Horního Rakouska



Zdroj: Oberoesterreich Tourismus, n.d.

### **5.2.1 Turistické atraktivity v Horním Rakousku**

Konkrétní turistické atraktivity a významná města jsem uvedena v rámci pěti turistických destinací a to: Dunaj Horní Rakousko (Donau Oberösterreich), Linec (Linz), Mlýnská čtvrť (Mühlviertel), Pyhrn-Priel a Solnohradsko (Salzkammergut).

#### **Dunaj Horní Rakousko (Donau Oberösterreich)**

Tento rozmanitý region nabízí jak přírodní, tak kulturně – historické zajímavosti, které stojí za návštěvu. Podunajská oblast v Horním Rakousku je typická svými zámky, kláštery, zříceninami a dalšími místy se zajímavou historií. Různé typy krajin vedou od historického barokního města Pasov přes město Linec až do podunajského městečka Grein, kde se lze vydat na okružní plavbu krajinou Strudengau a navštívit zámek Greinburg či historické městské divadlo Grein. Další zajímavou zastávkou na této trase je jediný trapistický klášter v Rakousku, Engelszell, který je dnes znám pro svou výrobu likérů, sýrů a piva. Řeka Dunaj v Horním Rakousku představuje hlavní tepnu Evropy. Na cyklostezce Donauradweg a dálkové turistické cestě Donausteig můžete poznat jedinečné přírodní oblasti jako je například Dunajská smyčka (Donau Oberösterreich, 2017).

## **Mlýnská čtvrť (Mühlviertel)**

Mühlviertel neboli Mlýnská čtvrť je nejseverněji položený region Horního Rakouska, jenž lemuje hranice s Českou republikou. Místní kopcovitá krajina nabízí pro turisty na samých vrcholcích překrásné výhledy do dalekých krajů. Tento náročný kopcovitý terén s prudkým stoupáním a následným divokým sjezdem do údolí si mohou vychutnat především vyznavači náročnější cykloturistiky či jiní sportovní nadšenci. Síť cyklostezek, která vede mezi Dunajem a Vltavou, nabízí více 4 000 km dlouhé velmi dobře značené trasy vhodné pro všechny typy cykloturistů.

Region s výrazným charakterem nabízí spousty přírodních zajímavostí. Mezi nejkrásnější přírodní klenoty lze zařadit přírodní park Mühlviertel, Zelený pás Evropy, chráněné oblasti Natura 2000 či rašeliniště v přírodní rezervaci Tannermoor. Tematicky laděné okružní turistické cesty nebo velké turistické výpravy umožňují poznat místní krásy a prozkoumat detailně tento region a dozvědět se mnoho informací.

Kopcovitá krajina s krásnými výhledy je také vhodná pro jezdecký sport. Najdeme zde proto mnoho jezdeckých stezek, koňských stájí a dvorů. Dále zde lze navštívit různé lanové parky, lukostřelecká místa, zábavné či akční parky pro celou rodinu nebo golfový ráj uprostřed kopcovité krajiny.

Mezi konkrétní turisticky navštěvované objekty a místa lze zahrnout Bad Zell, lázeňské středisko uprostřed Naturpark Mühlviertel, lázeňské město Bad Leonfelden a zimní lyžařské areály jako např. Hochficht v Böhmerwaldu. Z pohledu kultury a historie se na území nachází více než 80 muzeí, historických skvostů a památek. Tradiční textilní kultura Mühlviertelu je prezentována mnoha tkalcovnami a textilními dílnami, především však textilním centrem a mezinárodním tkalcovským trhem v Haslachu. Světové kulturní dědictví Mühlviertler Blaudruck – Mühlviertelský modrotisk, lze spatřit v modrotiskové dílně Wagner v Bad Leonfeldenu a v barvířské obci Gutau. Muzeum malby na skle – Hinterglasmuseum, které sídlí v Sandlu je velmi známé i v zahraničí. Dále Muzeum selského nábytku – Bauernmöbelmuseum v Hirschbachu nebo Muzeum koněspřežné dráhy – Pferdeisenbahnmuseum v Rainbachu. Mühlviertel se řadí mezi regiony milovníků piva, a to v rámci přeshraniční iniciativy Region pivního světa – BeerWorldRegion. Nejvýznamnější oblast v pěstování chmele v celém Rakousku, mnoho místních pivovarů a celá pivní kultura zaujme nejen pivní nadšence (Muehlviertel, 2015).

## **Linec (Linz)**

Centrálním prostorem Horního Rakouska a zároveň jeho metropolí je Linec s cca 200 000 obyvateli, který se rozprostírá na březích řeky Dunaje. Evropské hlavní město kultury z roku 2009 je třetím největším městem v Rakousku. Město je významné pro svou historii, památky, moderní architekturu, průmyslovou výrobu, ale také z hlediska umění a velkolepých kulturních akcí, které se zde konají (Rakousko.Světadíly, 2007).

Linci byl koncem roku 2014 udělen titul UNESCO City of Media Arts, díky němuž se město zapojilo mezi celosvětové metropole a místa, která jsou svým působením výrazně orientována na budoucnost. Do projektu je zapojeno vzhledem k mediálnímu uměleckému centru s tematikou Ars Electronica Center. Město se velmi snaží podporovat tvůrce umění a kulturu a také aktivní a kreativní vývoj v ekonomické oblasti.

Mezi nejvýznamnější linecké pozoruhodnosti, které se stávají cílem turistů, se řadí Hlavní náměstí – Hauptplatz, největší uzavřené náměstí v Evropě. Dále Linecký zámek, kde bylo vybudováno muzeum Oberösterreichische Landesmuseen, Staré město včetně jeho uliček, koncertní dům Brucknerhaus na břehu Dunaje, Zážitekový svět Pöstlingberg, Expozice voestalpine Stahlwel pomocí interaktivní výstavy představující nejmodernější technologii výroby oceli, největší chrám v celém Rakousku - Mariánský dóm, hudební divadlo Musiktheater am Volksgarten, Lentos Kunstmuseum představující soudobé a moderní umění v neutřelém prostředí a již zmíněné Muzeum budoucnosti - Ars Electronica Center (Linz Tourismus, 2015).

## **Pyhrn-Priel**

Oblast, která se nachází v jižní části Horního Rakouska mezi pohořím Totes Gebirge a Sengsengebirge a v blízkosti Národního parku Kalkalpen. Nabízí spoustu turistických aktivit jak v letních, tak v zimních měsících. Rekreační „prázdninová“ oblast je vhodná především pro ty, kteří chtějí prožít aktivní dovolenou a poznání místních přírodních krás.

Pyhrn-Priel a jeho lyžařské areály nabízí 60 km dlouhé sjezdovky, 120 km běžeckých tratí, vyjížďky na saních taženými koňmi, parky pro děti a mnoho dalších parků pro různé zimní sporty včetně trasy Světového poháru v lyžování v obci Hinterstode.

Letní turistika umožňuje využít až 600 km značených turistických cest, tematické a okružní cesty, horské pastviny či podnikat náročné horské túry. Pro golfové nadšence je zde 18-jamkové golfové hřiště Windischgarsten Pyhrn-Priel v obci Edlbach, kde se lze vykoupat v jezeře Edlbach. Další vyhledávané atraktivity v regionu jsou Národní park Vápencové Alpy (Kalkalpen), často využívaný pro ekoturistiku, bažina Teichlboden na Wurzeralm ve Spital am Pyhrn, Národní park Panoramatická věž Wurbauerkogel, dále Gleinkersee, jedno z nejteplejších horských jezer v Rakousku, umělé jezero Schiederweiher, označované jako Perla Stodertales a obce Steyrling a Kniewas. Spital am Pyhrn a samozřejmě obec Windischgarsten včetně místní kultury, jež je centrem celého regionu (Pyhrn-Priel, 2017).

### **Solnohradsko (Salzkammergut)**

Salzkammergut neboli Solnohradsko patří k nejkrásnějším a nejvyhledávanějším oblastem v celém Rakousku a rozkládá se na území Horního Rakouska, Salcburska a Štýrska. Název oblasti je odvozen od soli, s kterou dle historie Keltové začali jako první na světě hospodařit. Díky své jedinečné poloze mezi Alpským předhůřím a Alpami, kde nalezneme 76 jezer, mnoho řek a vápencové hory, utváří okouzlující panorama.

Mezi další významné turistické kulturní zajímavosti řadíme městečko Hallstatt. Díky své poloze u jezera je považováno za nejkrásnější město na světě a od roku 1997 je řazeno ke Světovému kulturnímu a přírodnímu dědictví UNESCO. Dále již zmíněné pohoří Dachstein, Mrtvé pohoří, Sengengebirge, které svou částí také do Horního Rakouska zasahují. Zde mohou turisté využít několik km dlouhých značených turistických stezek. Jezera v oblasti Solné komory jsou zdrojem jak pitné vody, tak utváří pocit bezpečí, svěžesti a díky nimž ožívají místní malebná letoviska, která jsou navštěvována turisty z celého světa. Nejčastěji turisticky provozované aktivity jsou pěší turistika, plachtění a rybaření (Oberösterreich, n.d.).

## **5.3 Organizace podporující udržitelný cestovní ruch v Horním Rakousku**

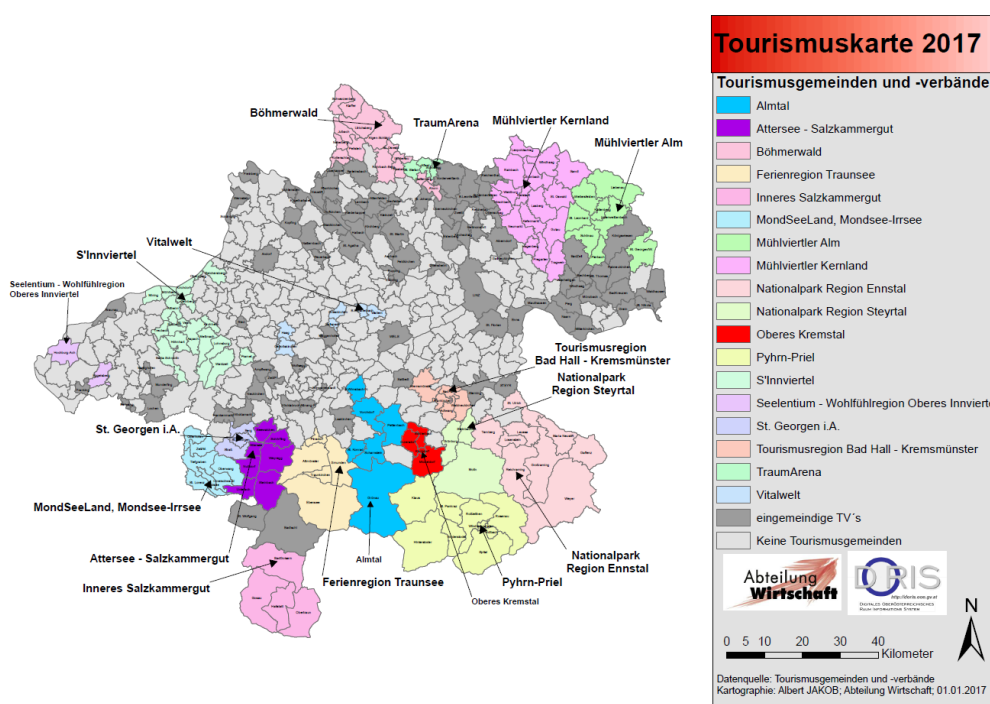
V úvodu kapitoly jsou uvedené hlavní organizace a spolky věnující se obecně cestovnímu ruchu v Horním Rakousku, přičemž jejich cílem je přistupovat k cestovnímu ruchu udržitelným způsobem.

Snaha Horního Rakouska, zejména jeho národní strategie v oblasti cestovního ruchu, se zaměřuje na zlepšení koordinace a zachování kvality místních zdrojů domácího cestovního ruchu. Strategii cestovního ruchu z období 2011–2016 již vypršela platnost na konci minulého roku.

Nová národní strategie cestovního ruchu pro období 2017–2022 (Kursbuch Tourismus Oberösterreich 2017–2022) je v procesu tvorby od podzimu roku 2016 a dokončena by měla být do konce roku 2017. Reagovat bude na aktuální potřeby v odvětví cestovního ruchu a důraz bude především klást na následující čtyři strategické oblasti: digitalizaci, internacionalizaci, vývoj produktů a posílení součinnosti hornorakouské ekonomiky. Do procesu vývoje strategie je zapojena Hornorakouská centrála cestovního ruchu (Oberösterreich Tourismus), Hospodářská komora Horní Rakousko (Wirtschaftskammer Oberösterreich), Horní Rakousko (Land Oberösterreich) a další organizace a podniky cestovního ruchu (Oberösterreich Tourismus, 2016).

Následující mapa zobrazuje výčet organizací cestovního ruchu, které působí v regionu Horní Rakousko. Úkolem organizací je podpora cestovního ruchu a prosazení udržitelných zásad. Zároveň se organizace svými podněty a návrhy spolupodílí na realizaci strategie cestovního ruchu Horního Rakouska.

Obrázek 10: Organizace cestovního ruchu Horní Rakousko



Zdroj: (Oberösterreich Tourismus, n.d.)

## **Agenda cestovního ruchu Horní Rakousko (Tourismusagenden Land Oberösterreich)**

Úřad vlády Horního Rakouska, konkrétně ekonomické oddělení, má v oblasti cestovního ruchu na starost následující body:

- Zákon cestovního ruchu – státní zákony a vyhlášky v oblasti práva cestovního ruchu.
- Strategie cestovního ruchu – podílení se na realizaci národní strategie cestovního ruchu.
- Podpora cestovního ruchu – financování a podpora projektů cestovního ruchu a jejich komunikace.

Zdroj: Tourismusbericht Oberösterreich, 2016

### **Hornorakouská centrála cestovního ruchu (Oberösterreich Tourismus)**

Na úrovni jednotlivých spolkových zemích je založena zemská organizace cestovního ruchu a v případě Horního Rakouska se jedná o Hornorakouskou centrálu cestovního ruchu (Oberösterreich Tourismus). Tato veřejná organizace vznikla v roce 1990, sídlo má v Linci a sdružuje 28 000 členů, 104 organizací cestovního ruchu a 214 obcí. Hlavním cílem této organizace je řídit a koordinovat marketing cestovního ruchu a zastřešovat lokální a regionální spolky cestovního ruchu v této spolkové zemi. Mezi další významné úkoly a náplně práce Hornorakouské centrály se řadí: poradenské a informační služby, školení a vzdělávání zaměstnanců cestovního ruchu, podpora projektů a možnost kooperace v oblasti cestovního ruchu, rozvoj cestovního ruchu, průzkum a statistiky trhu cestovního ruchu (Tourismusbericht Oberösterreich, 2016).

Klíčovými partnery organizace jsou destinace cestovního ruchu: Donau Oberösterreich, Linz, Mühlviertel, Pyhrn-Priel, Salzkammergut a důležitá je také spolupráce s Univerzitou Jana Keplera v Linci, jenž společně provozují Akademii managementu cestovního ruchu (Akademie für Tourismus-Management).

### **Hospodářská komora Horní Rakousko (Wirtschaftskammer Oberösterreich, WKOÖ)**

Oddělení cestovního ruchu a průmyslu pro volný čas při Hospodářské komoře Horní Rakousko, jež spadá pod Hospodářskou komoru Rakouska, hájí zájmy podniků

a organizací působící v cestovním ruchu. Jedná se především o cestovní kanceláře, stravovací, ubytovací, kulturní, sportovní či zdravotnická zařízení (Wirtschaftskammer Österreich, 2017).

### **Dovolená na statku (Urlaub am Bauernhof)**

Národní asociace, založena v roce 1991, slučuje 2800 rolníků z osmi samostatných regionálních sdružení a zaměstnává 30 pracovníků a mnoho specializovaných dobrovolných funkcionářů. Úzce spolupracuje s významnými partnery z oblasti cestovního ruchu a zemědělství. Hlavním úkolem asociace je tvorba přehledné nabídky farem, které jsou pravidelně kontrolovány a hodnoceny dle standardizovaných měřítek, což umožňuje turistům lepší orientaci a kvalitní výběr jejich dovolené. Na druhé straně pomáhá provozovatelům farem lépe prezentovat svou nabídku služeb, což významně přispívá k zajištění přidané hodnoty příjmů a pracovních příležitostí ve venkovských oblastech celého Rakouska. Tímto způsobem také dochází k přispívání a zachování venkovského prostředí, zemědělství, farem, zvyků, tradic, řemesel, kulinářských specialit a mnoho dalších (Urlaub am Bauernhof, 2013).

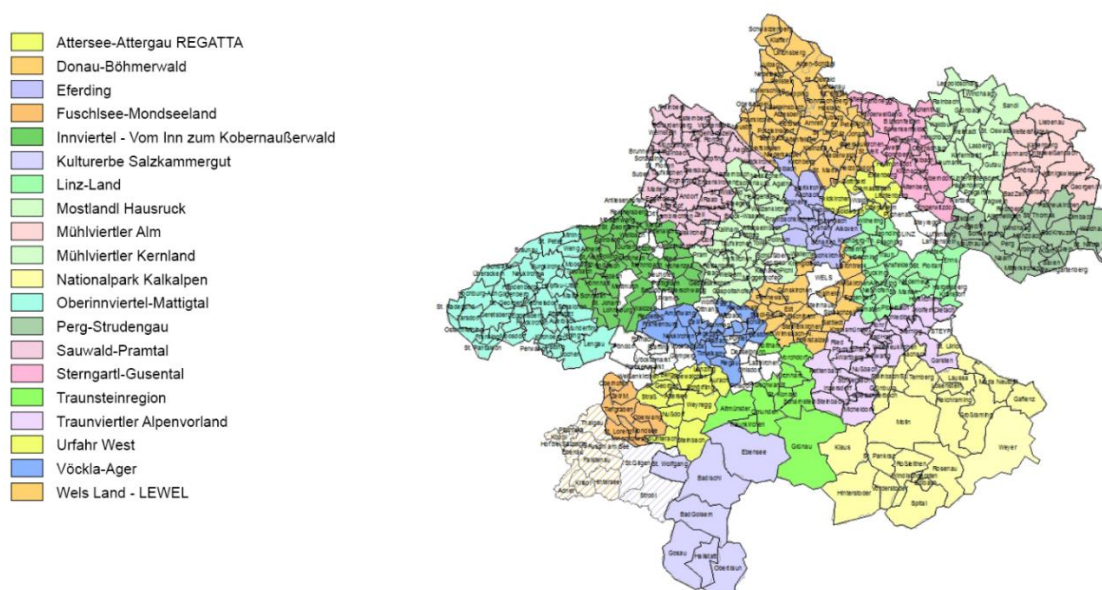
### **Místní akční skupiny (Lokale Aktionsgruppen, LAG)**

Program LEADER vychází z iniciativy Evropské unie a podporuje projekty, které přispívají k posílení venkovských oblastí. Účelem finanční podpory je oživení a rozvoj venkovského regionu, zlepšení kvality života místních obyvatel, podpoření ekonomické úrovně regionu, zkvalitnění místních služeb, kulturního a společenského života a udržitelného cestovního ruchu. Celkovým cílem programu LEADER je zkvalitnění organizačních schopností a dovedností subjektů působících ve venkovských územích a zaměření se na udržitelný rozvoj regionu. V současné době se jedná o programové období 2014–2020 (Land Oberösterreich, n.d.).

Na Obrázku 11 je uveden seznam místních akčních skupin (LAG), které byly podpořeny programem LEADER v období 2014–2020. Jejich celková činnost a projekty pomáhají v rozvoji regionu, především venkovských oblastí. Podporují udržitelný cestovní ruch, snaží se uchovávat místní tradice a zvyky a zkvalitňovat život místních obyvatel (Land Oberösterreich, n.d.).



Obrázek 11: LEADER regiony Horní Rakousko 2014–2020



Zdroj: Land Oberösterreich, n.d.

### **Země požitku Horní Rakousko (Genussland Oberösterreich)**

Cílem tohoto projektu, který byl vytvořen v roce 2003, je zvýšit informovanost spotřebitelů, podporovat kvalitní regionální produkty a posílit tak zemědělství a potravinářský průmysl v Horním Rakousku. Projekt spolupracuje s 400 maloobchodními jednotkami, kde se regionální produkty nabízejí. Pořádá různé výstavy, festivaly a akce cestovního ruchu a sdružuje tak místní výrobce produktů, provozovatele stravovacích a ubytovacích zařízení, manufaktur a další (Genussland Oberösterreich, 2015).

## 6 Analýza nabídky a poptávky po službách udržitelného cestovního ruchu

Pro analýzu aktuální nabídky a poptávky po službách udržitelného cestovního ruchu se zaměřením na agroturistické farmy ve zvolených teritoriích byla zvolena metoda kvantitativního výzkumu ve formě dotazníkového šetření a metoda kvalitativního výzkumu ve formě řízených rozhovorů.

Pro tyto účely byl sestaven dotazník (viz Příloha 1), který obsahuje 24 otázek, z toho jsou 3 otázky otevřené, 11 polouzavřených a 10 uzavřených a byl vyhotoven ve dvou jazykových verzích, české a německé. Dotazníkové šetření, které bylo uskutečněno v měsících březen 2017 až červenec 2017, probíhalo formou online dotazníku, který byl zaslán provozovatelům těchto farem přímo na mail.

V Jihočeském kraji bylo osloveno celkem všech 54 provozovatelů agroturistiky, kteří byli vybráni dle oficiálního turistického produktu České republiky podporovaného Českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism, „Prázdniny na venkově“ ([www.prazdninynavenkove.cz](http://www.prazdninynavenkove.cz)). Produkt je komunikován především prostřednictvím webových stránek, kde prezentuje ubytovací zařízení venkovského charakteru. Dalším zdrojem pro výběr respondentů byla Agroturistická mapa Jihočeského kraje ([www.dovolenanavenkove.cz](http://www.dovolenanavenkove.cz)). Z celkového počtu oslovených respondentů v Jihočeském kraji odpovědělo 54 farem (návratnost 100 %). V regionu Horní Rakousko bylo dotazováno 135 respondentů dle online katalogu Urlaub am Bauernhof in Oberösterreich, kde je sdružována převážná nabídka ubytování a příslušných služeb tohoto druhu cestovního ruchu a odpovědělo 71 agroturistických farem (návratnost 52,59 %).

Prvních 13 otázek dotazníku se týká nabídky poskytovaných agroturistických služeb, zbylé otázky jsou cíleny na poptávku po službách dotazovaných provozovatelů, jejich formu komunikace a šetrný způsob provozu farmy. Data získána pomocí dotazníkového šetření jsou zpracována pomocí programu MS Excel, spolu s grafy prezentována pomocí absolutních a relativních četností a doplněna popisnou statistikou.

Řízené rozhovory (Příloha 2, Příloha 3) proběhly s panem Ing. Jaromírem Poláškem, který působí jako ředitel Jihočeské centrály cestovního ruchu a s Mag. Reinerem Jelínkem, který pracuje pro Hornorakouskou centrálu cestovního ruchu (Oberösterreich)

Tourismus) na oddělení Destinace a rozvoje cestovního ruchu. Získané odpovědi a názory od odborníků byly spolu s výsledky dotazníkového šetření podkladem pro následné shrnutí výsledků, komparaci regionů a námětem pro návrhovou část.

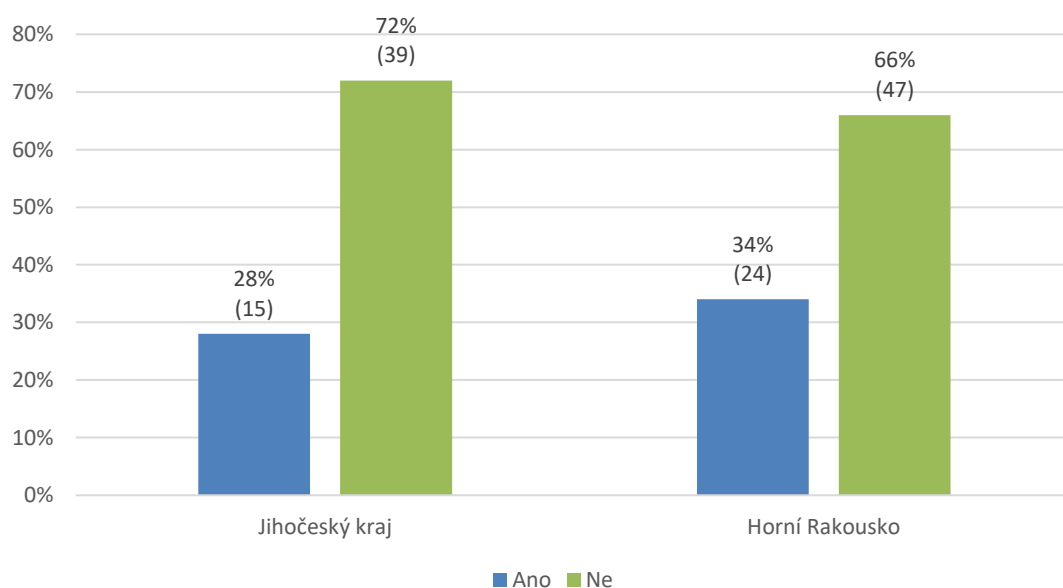
## 6.1 Analýza metodou dotazníkového šetření

V následující analytické části jsou vyhodnoceny jednotlivé otázky z dotazníkového šetření v tom stejném pořadí, v jakém byly pokládány respondentům z Jihočeského kraje a Horního Rakouska.

### 1. Je provoz agroturistiky hlavní zdroj Vašich příjmů?

První otázka dotazníkového šetření zjišťuje, zda oslovení provozovatelé farem považují agroturistiku za svou hlavní podnikatelskou činnost, tudíž zda je cestovní ruch hlavním zdrojem jejich příjmů. Otázka byla uzavřená a výsledky ukázaly, že pro respondenty z Jihočeského kraje (72%) a Horního Rakouska (66 %) není cestovní ruch hlavní podnikatelskou činností.

#### Graf 1: Zdroj příjmů podnikatelské činnosti



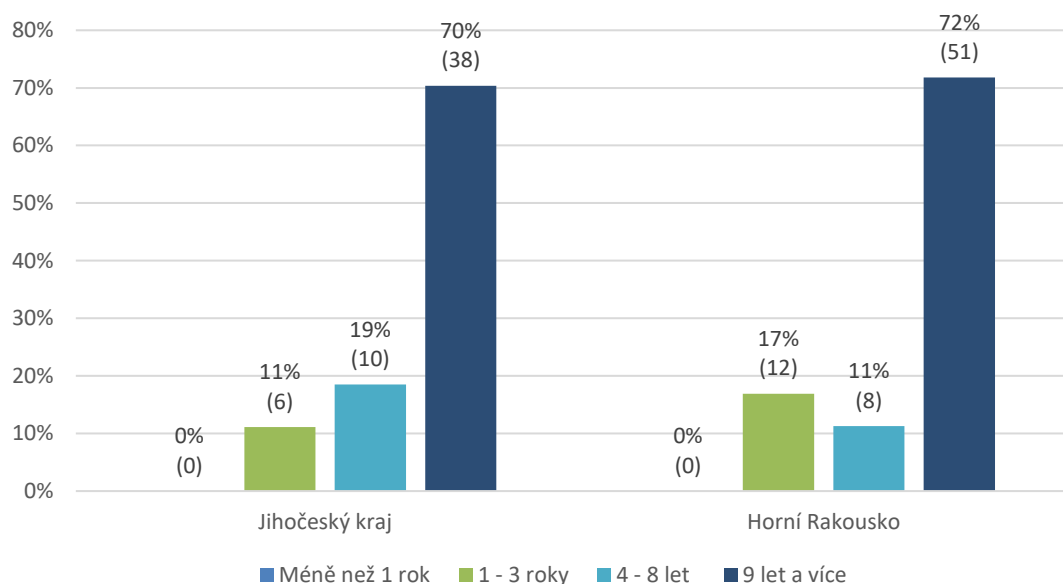
Zdroj: Vlastní zpracování

### 2. Jak dlouho již podnikáte v odvětví cestovního ruchu?

Převážná většina dotazovaných agroturistických farem, Jihočeský kraj (70 %), Horní Rakousko (72 %), odpověděla, že délka jejich podnikatelské činnosti je delší než 9 let. V rozmezí 1–3 roky v cestovním ruchu podniká: Jihočeský kraj 6 farem (11 %), Horní

Rakousko 12 farem (17 %) a 4–8 let se v odvětví cestovního ruchu pohybuje v Jihočeském kraji 10 farem (19 %), v Horním Rakousku 8 farem (11 %). Nikdo z respondentů neuvedl kratší dobu než 1 rok.

**Graf 2: Délka podnikatelské činnosti**



Zdroj: Vlastní zpracování

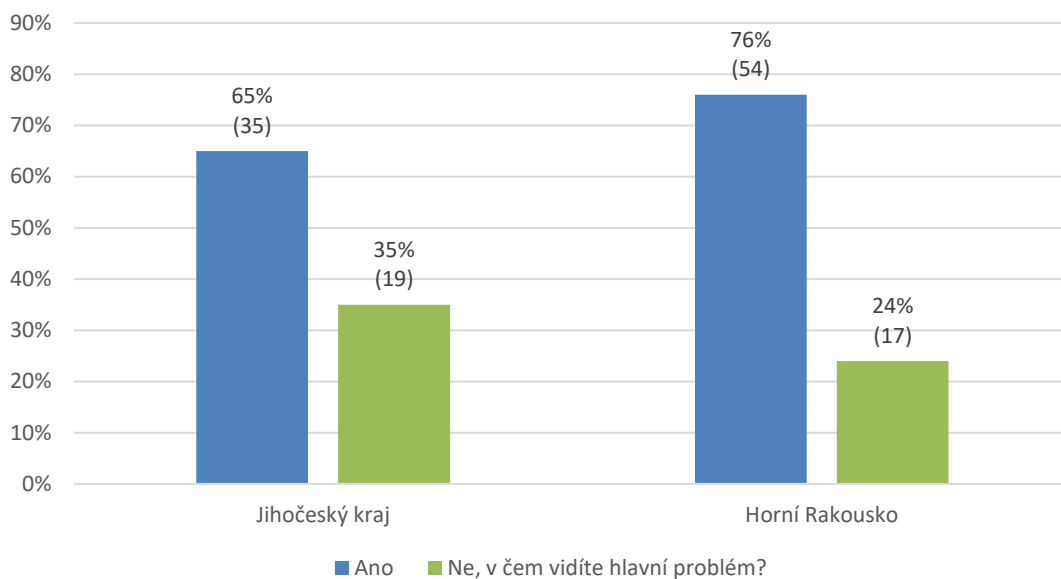
### 3. Jsou pro Vás prostředky získané z provozování Vaší agroturistické farmy vyhovující?

Tato otázka byla polouzavřená a týkala se prostředků získaných z činnosti agroturistiky. Jak vzešlo z otázky č. 1, je tato forma cestovního ruchu považována především za vedlejší podnikatelskou činnost a dle 65 % (35) respondentů z Jihočeského kraje a 76 % (54) z Horního Rakouska jsou finanční prostředky z ní plynoucí vyhovující.

V případě, že respondenti vyjádřili nespokojenost s příjmem z cestovního ruchu, měli uvést, v čem vidí zásadní problém.

Z 19 (35 %) respondentů Jihočeského kraje, kteří nejsou se svými finančními prostředky spokojeni, uvedlo 9 respondentů, že důvodem je provozování farmy pouze v letní sezóně. 5 respondentů vidí problém ze strany turistů, jelikož neznají potenciál tohoto cestovního ruchu a 5 respondentů se shodlo na důvodu nedostupných dotací a velkých investic do areálu agroturistické farmy. Provozovatelé agroturistických farem v Horním Rakousku nejčastěji uváděli důvody v podobě vysokých nákladů na údržbu a provoz farmy, mnoha předpisů a nízkých cen za pronájem ubytovacího zařízení.

**Graf 3: Prostředky z provozování farmy**

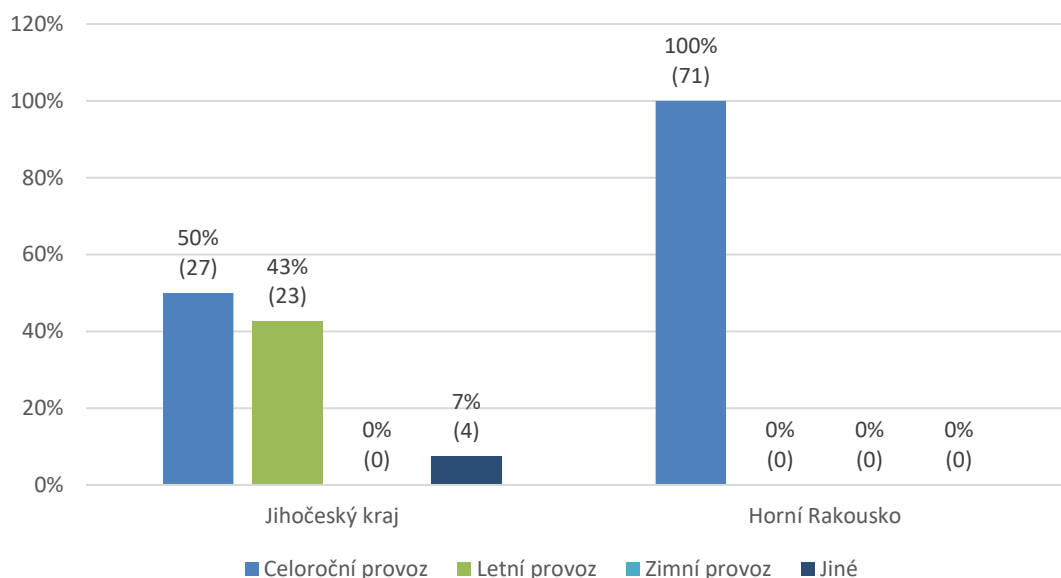


Zdroj: Vlastní zpracování

#### 4. Období, ve kterém poskytujete agroturistické služby?

Pouze 50 % (27) respondentů Jihočeského kraje provozuje agroturistickou farmu pro návštěvníky cestovního ruchu celoročně, 43 % (23) v letní sezóně a 7 % (4) provozovatelů ve vybraných měsících. Na druhé straně všichni respondenti z regionu Horního Rakouska provozují svůj objekt celoročně.

**Graf 4: Období provozování farmy**

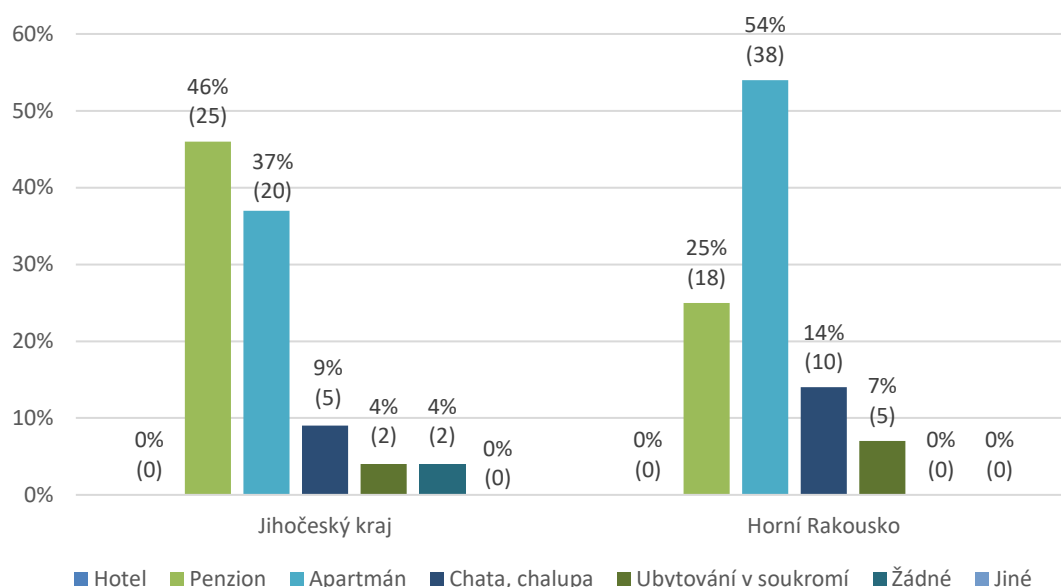


Zdroj: Vlastní zpracování

## 5. Jaký typ ubytovacího zařízení provozujete?

Otázka byla polouzavřená a týkala se ubytovacích služeb, konkrétně typu nabízeného ubytovacího zařízení. Žádný z respondentů nenabízí své ubytování v hotelu ani jiném druhu ubytovacího zařízení, než bylo v nabídce odpovědí uvedeno. Největší část respondentů z Jihočeského kraje poskytuje ubytování v penzionu (46 %; 25), dále pak v apartmánu (37 %; 20). Respondenti z Horního Rakouska své hosty ubytovávají převážně v apartmánech (54 %; 38), dále pak v penzionech (25 %; 18).

**Graf 5: Nabídka ubytovacího zařízení**

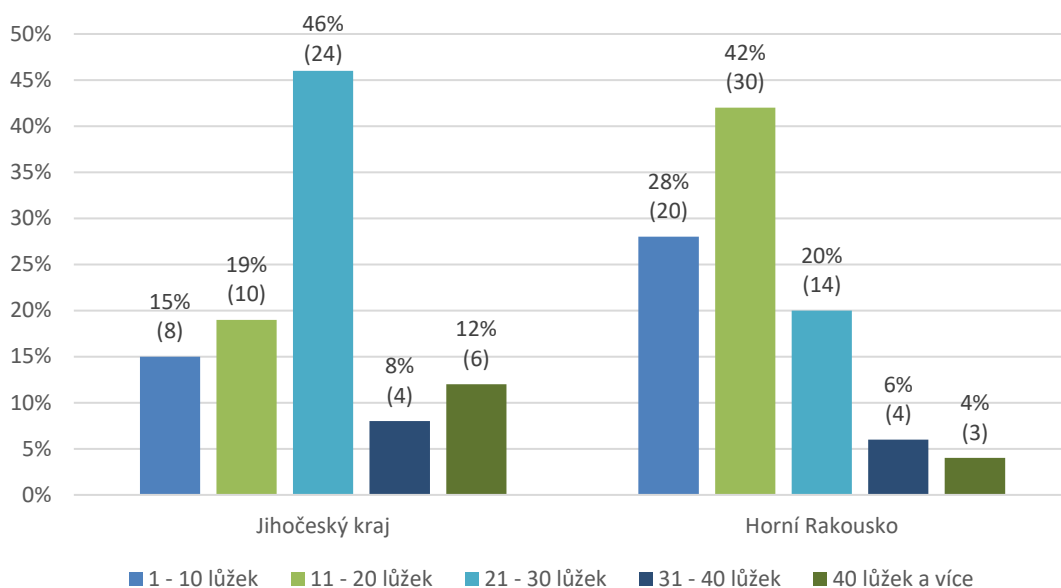


Zdroj: Vlastní zpracování

## 6. Jaká je kapacita Vašeho ubytovacího zařízení?

Ze zdrojů sekundárních dat vyplývá, že Jihočeský kraj obecně disponuje velkým počtem lůžek k celkovému počtu hromadných ubytovacích zařízení. Nicméně k typickým projevům venkovského cestovního ruchu patří decentralizované ubytování s omezenou kapacitou, což v případě Horního Rakouska vykazuje Graf 6 příznivější výsledky. Respondenti z Jihočeského kraje v největší míře disponují 21–30 lůžky (46 %; 24), dále 11–20 lůžky (19 %; 10), kapacitou 31–40 lůžek se prezentuje nejméně dotazovaných (8 %; 4). Nejvíce respondentů z Horního Rakouska (42 %; 30) nabízí k ubytování 11-20 lůžek. Největší ubytovací kapacitu, 40 lůžek a více nabízí 3 (4 %) respondenti z Horního Rakouska.

**Graf 6: Kapacita ubytovacího zařízení**

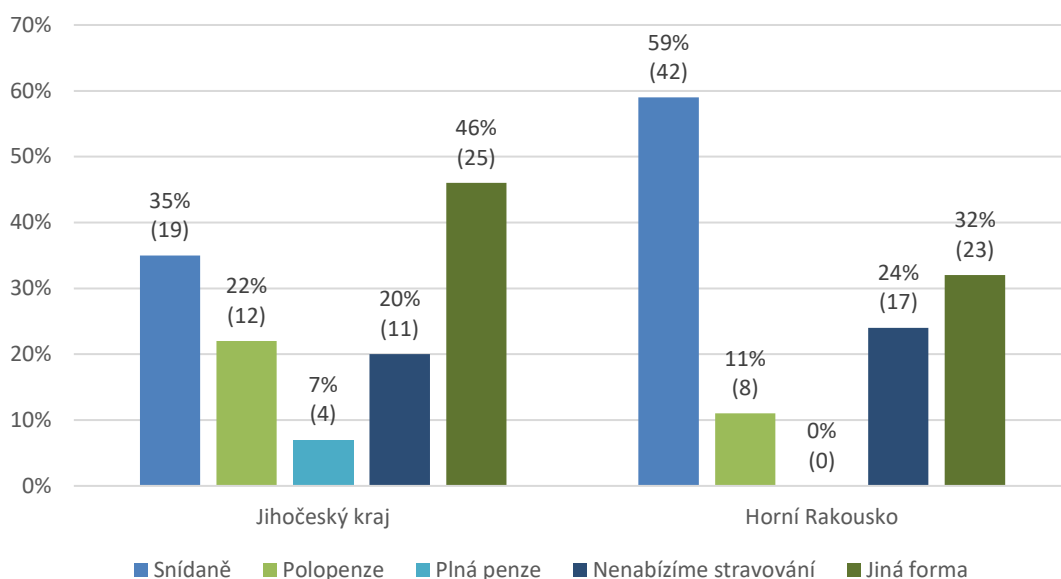


Zdroj: Vlastní zpracování

## 7. Jakou formu stravování poskytujete?

Zde mohli respondenti uvést více možností. Z Grafu 7 vyplývá, že provozovatelé agroturistických farem v Jihočeském kraji nejčastěji označili odpověď „Jiná forma“ (46 %; 25), kterou ve většině případů specifikovali na vlastní stravování a 2 respondenti uvedli možnost stravování se v restauraci. Jako další nejčastější formu stravování uvedli snídani (35 %; 19). Naopak snídani z 59 % (42) nejčastěji nabízí provozovatelé agroturistických farem v Horním Rakousku a dále ze 32 % (23) jinou formu v podobě vlastního stravování. Z grafu je patrné, že v obou regionech se téměř neposkytuje forma plné penze a stravování nenabízí 20 % (11) respondentů z Jihočeského kraje a 24 % (17) z Horního Rakouska.

**Graf 7: Stravovací služby**

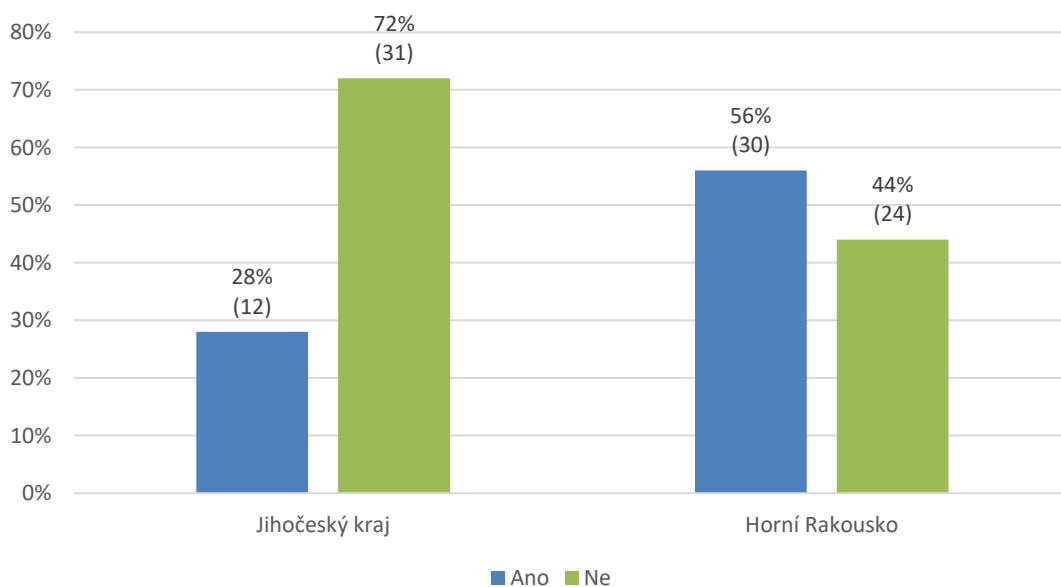


Zdroj: Vlastní zpracování

### 8. Využíváte k přípravě pokrmů pro hosty především suroviny vlastní výroby?

Tato otázka byla opět uzavřená a 72 % (31) respondentů z Jihočeského kraje poskytujících stravování uvedlo, že pokrmy připravované na jejich farmách nejsou z vlastních surovin. Naopak při návštěvě agroturistických farem v Horním Rakousku 56 % (30) dotazovaných připravuje jídla z vlastních produktů, čímž mohou uspět a přilákat tak více turistů a podporují tím jeden z mnoha aspektů udržitelnosti.

**Graf 8: Příprava pokrmů z produktů vlastní výroby**



Zdroj: Vlastní zpracování



## **9. Jsou Vaše ubytovací, stravovací či jiné služby nějak certifikované?**

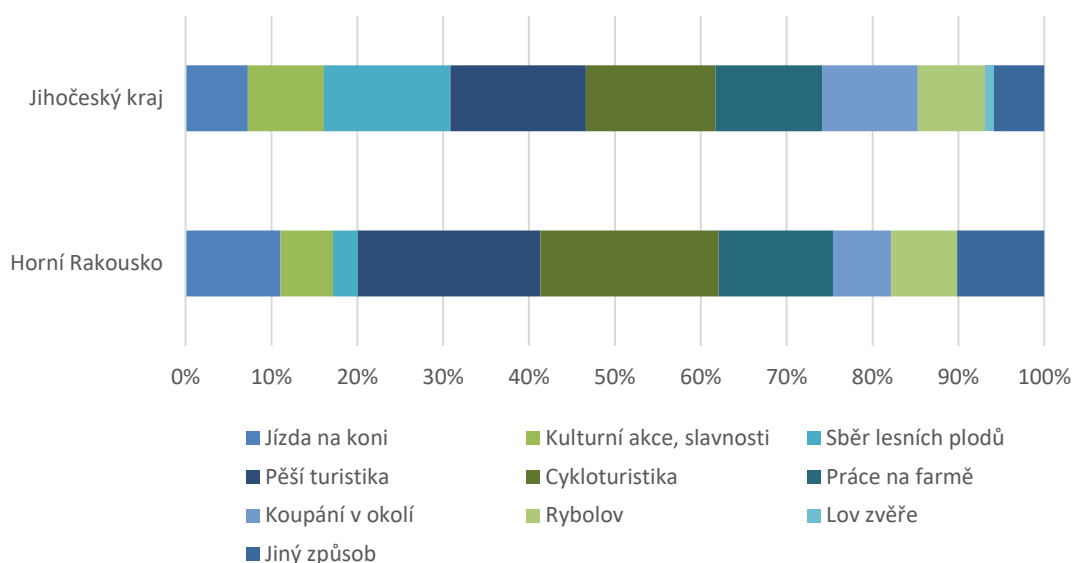
Otázka č. 9 byla otevřená a vztahovala se ke kvalitě poskytovaných ubytovacích, stravovacích a jiných služeb. Z celkového počtu 54 respondentů z Jihočeského kraje odpovědělo 42, že jejich ubytovací a stravovací služby nenesou žádnou známku kvality. 6 respondentů je certifikováno na základě Svazu venkovské turistiky, 2 provozovatelé agroturistických farem uvedli certifikaci dle Asociace hotelů a restaurací České republiky z.s. a 2 nesou certifikaci za jejich přírodní zahrady „Ukázková přírodní zahrada“. Jeden z respondentů uvedl certifikaci „Cyklisté vítáni“ a jeden certifikaci kvality ECEAT.

Dotazování provozovatelé agroturistických farem v Horním Rakousku v dotazníku vyjádřili, že jsou certifikováni a hodnoceny dle počtu kytiček, které jsou jim přiděleny na základě kvality služeb, dle standardizovaných měřítek od národní asociace Urlaub am Bauernhof. Rakouskou ekoznačku (Österreichisches Umweltzeichen), která je udělována ekologicky šetrným výrobkům a službám, uvedli 4 respondenti.

## **10. Jakým způsobem lze u Vás trávit volný čas?**

V otázce č. 10 respondenti uváděli možnosti, jakými lze u nich na agroturistické farmě trávit volný čas. Největší zastoupení má jednoznačně v obou teritoriích pěší turistika a cykloturistika, v Jihočeském kraji dále sběr lesních plodů (83 %) a práce na farmě (70 %), v Horním Rakousku práce na farmě (59 %) a jízda na koni (49 %). Nejméně dostupné či nabízené aktivity v Jihočeském kraji jsou lov zvěře (6 %) a ostatní aktivity (33 %), nejčastěji uváděno hřiště na rekreační sporty, možnost grilování a lyžování. V Horním Rakousku je to také lov zvěře (0 %) a sběr lesních plodů (13 %). Pro větší přehlednost je v Tabulce 5 uveden výčet všech možných odpovědí a jejich relativní a absolutní četnosti.

**Graf 9: Nabídka volnočasových aktivit a doplňkových služeb**



Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 5: Nabídka volnočasových aktivit a doplňkových služeb – četnosti

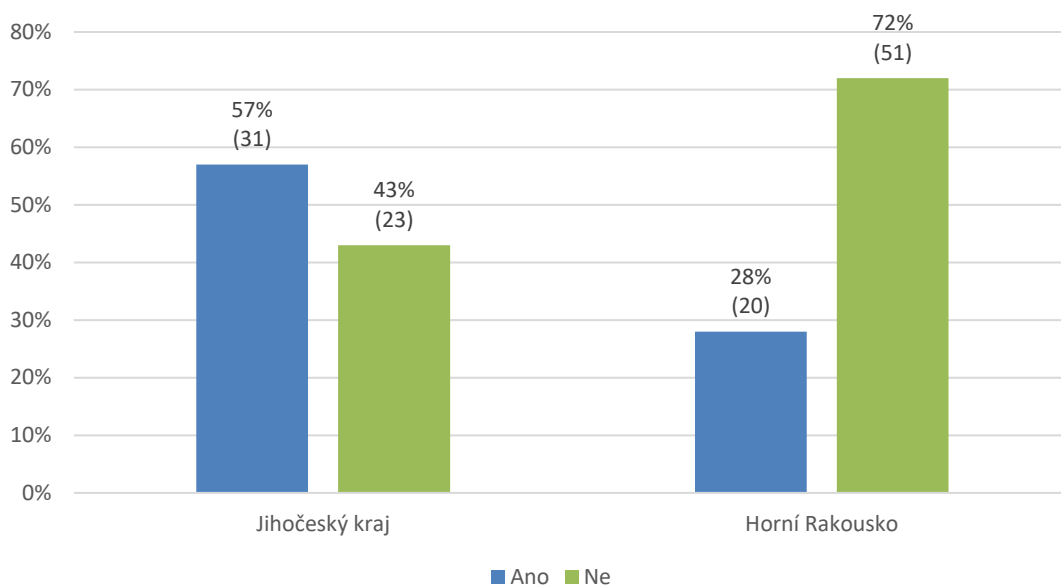
	Jihočeský kraj		Horní Rakousko	
	Relativní	Absolutní	Relativní	Absolutní
Jízda na koni	40,74 %	22	49,30 %	35
Kulturní akce, slavnosti	50,00 %	27	26,76 %	19
Sběr lesních plodů	83,33 %	45	12,67 %	9
Pěší turistika	88,89 %	48	94,37 %	67
Cykloturistika	85,19 %	46	91,55 %	65
Práce na farmě	70,37 %	38	59,16 %	42
Koupání v okolí	62,96 %	34	29,58 %	21
Rybolov	44,44 %	24	33,80 %	24
Lov zvěře	5,56 %	3	0,00 %	0
Jiný způsob	33,33 %	18	45,07 %	32

Zdroj: Vlastní zpracování

### 11. Půjčujete hostům vybavení k trávení volného času (např. kolo, trekingové hole apod.)?

Z Grafu 10 je zřejmé, že se dotazované agroturistické farmy v Jihočeském kraj snaží svým hostům poskytnout určité sportovní a jiné vybavení k aktivnímu prožitku na jejich farmách (57 %; 31). Na druhé straně většina tázaných agroturistických provozovatelů z Horního Rakouska (72 %; 51) tuto službu neposkytují.

**Graf 10: Půjčování vybavení k trávení volného času**

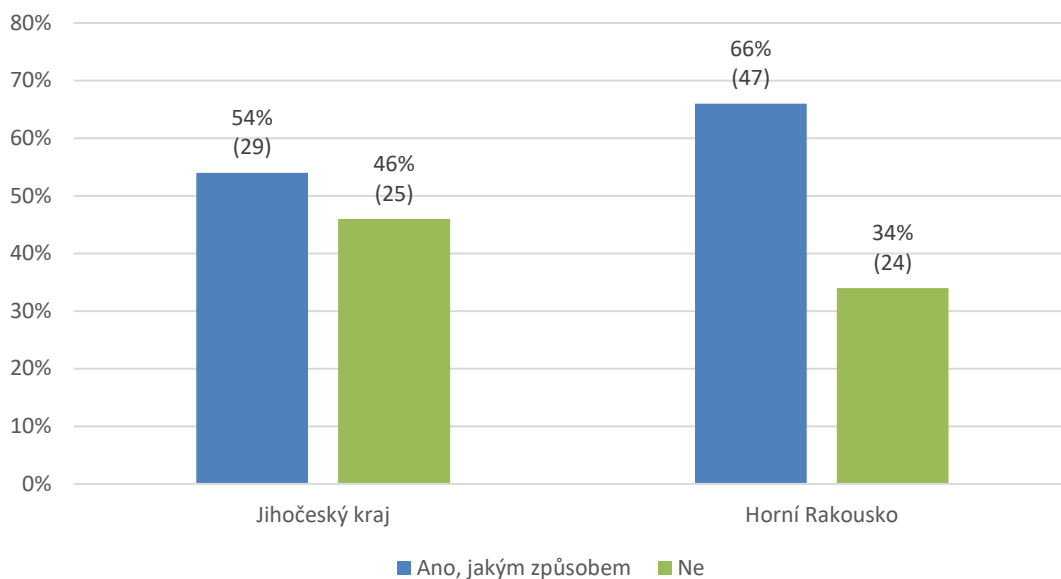


Zdroj: Vlastní zpracování

## **12. Snažíte se sledovat aktuální trendy v oblasti poskytování služeb v rámci Vaší podnikatelské činnosti v cestovním ruchu?**

Cílem této otázky bylo zjistit, zda respondenti mají snahu sledovat trendy v poskytování služeb v rámci provozu své agroturistické farmy a popřípadě jakým způsobem. Přibližně polovina dotazovaných z Jihočeského kraje (54 %; 29) uvedla, že se trendy snaží sledovat, stejně tak jako 66 % (47) dotazovaných respondentů z Horního Rakouska. Konkrétní odpovědi se v obou případech týkaly účasti na školeních, veletrzích, seminářích, informací z internetu, odborných článků a časopisů, zkušeností z cestování a poznatků z členství destinačních managementů.

**Graf 11: Sledování aktuálních trendů v poskytování služeb**

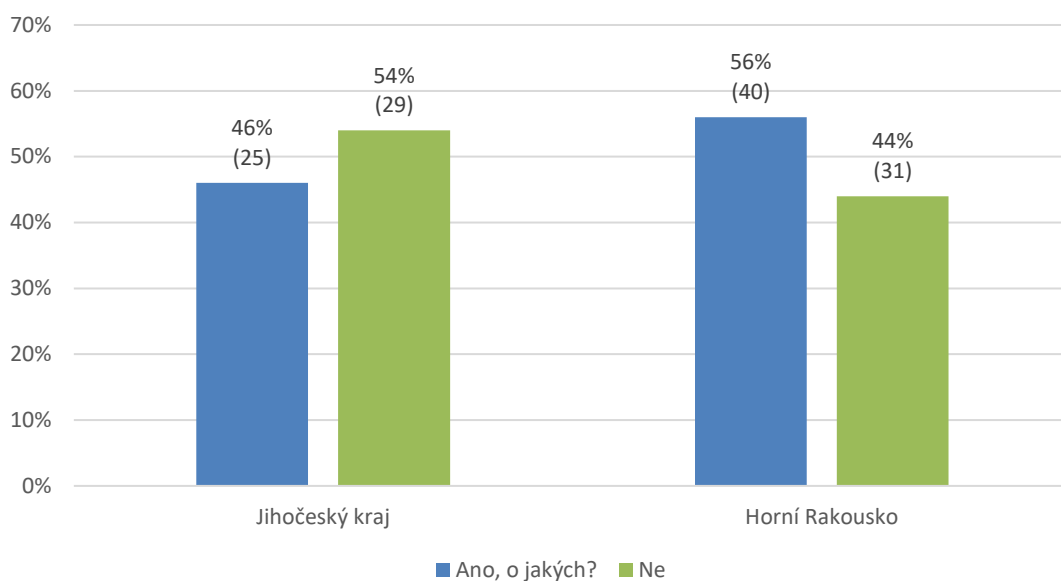


Zdroj: Vlastní zpracování

### **13. Přemýšleli jste do budoucna o rozšíření či zavedení nových služeb?**

Předchozí otázka se zabývala pouze sledováním aktuálních trendů v poskytování služeb a jakým způsobem. Účelem této otázky bylo zjistit, zda agroturistické farmy hodlají rozšířit či zavést nové služby a jaké konkrétně. 54 % (29) dotazovaných z Jihočeského kraje odmítá rozšířit své stávající služby, zbytek (46 %; 25) respondentů nejčastěji uvedlo, že by rádi rozšířili ubytovací kapacity, zkvalitnili stravovací služby, zavedli krmení zvířat s dětmi, vystavili vodní koupací plochy či poskytovali masérské služby. 56 % (40) provozovatelů agroturistiky v Horním Rakousku uvedlo zájem o zavedení nových služeb nejčastěji v podobě stravování, prohlídek s průvodcem. Z netradičních služeb lze jmenovat třeba 3D lukostřelbu, lesní koupaliště či půjčovnu elektrokol.

**Graf 12: Rozšíření, zavedení nových služeb**

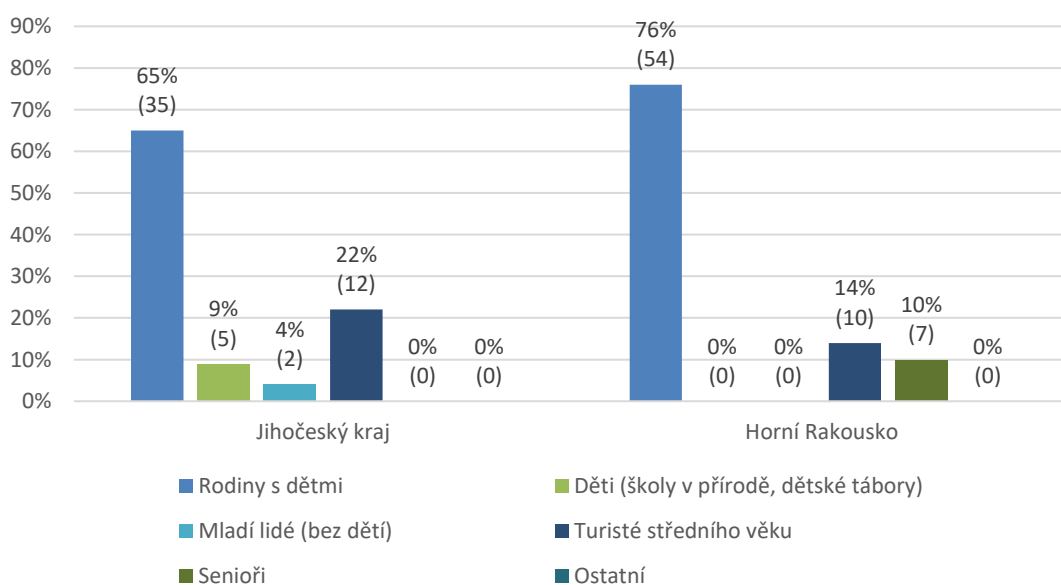


Zdroj: Vlastní zpracování

#### 14. Jaký typ hostů k Vám nejčastěji přijíždí?

Tato otázka měla zjistit, jací turisté jsou nejčastějšími ubytovanými hosty na dotazovaných agroturistických farmách. V obou případech se shodně jedná o rodiny s dětmi. Méně častými hosty agroturistických farem jsou turisté středního věku.

**Graf 13: Věková struktura hostů**

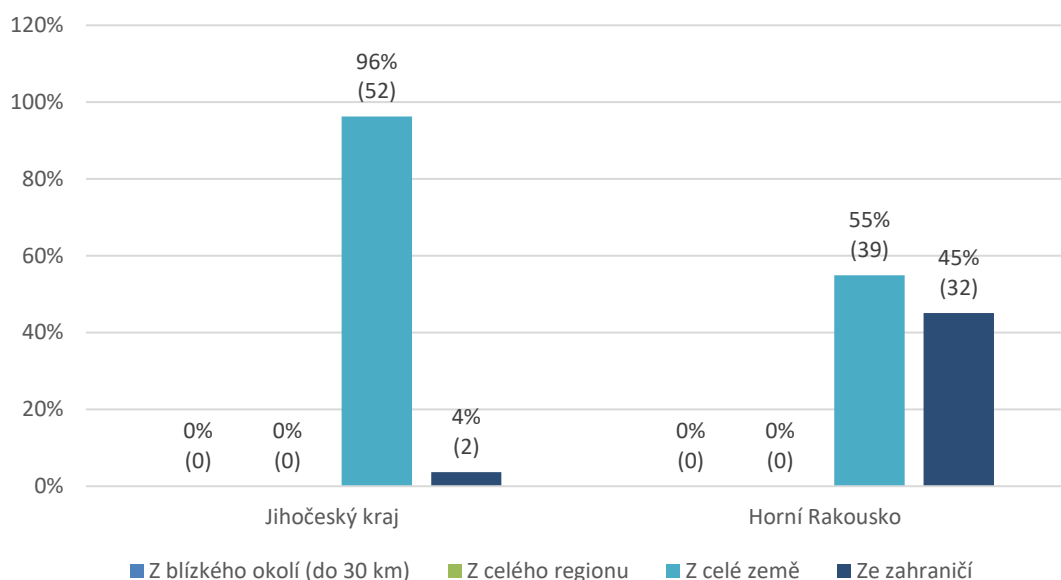


Zdroj: Vlastní zpracování

## 15. Odkud k Vám nejčastěji hosté přijíždí?

Z Grafu 14 je patrné, že agroturistické farmy v Jihočeském kraji navštěvují převážně jen turisté z České republiky (96 %; 52). Agroturistické farmy v Horním Rakousku vyhledávají hojně jak turisté z celé země (55 %; 39), tak ze zahraničí (45 %; 32).

**Graf 14: Bydliště hostů**

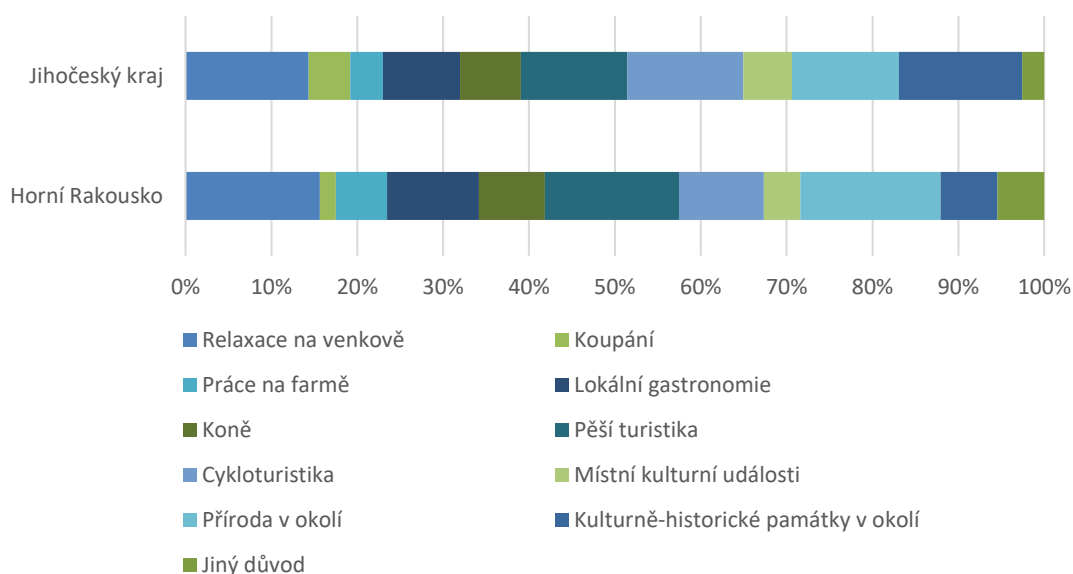


Zdroj: Vlastní zpracování

## 16. Z jakého důvodu k Vám nejčastěji hosté přijíždí?

Z Grafu 15 vyplývá, že mezi hlavní důvody návštěvy turistů dotazovaných agroturistických farem v Jihočeském kraji patří relaxace na venkově (83 %), návštěva kulturně-historických památek v okolí (83 %), cykloturistika (78 %), pěší turistika (72 %) a poznávání místní přírody (72 %). Naopak turisté navštěvující agroturistické farmy v Horním Rakousku upřednostňují nejvíce poznávání přírody (96 %), poté relaxaci na venkově (92 %), pěší turistiku (92 %) a lokální gastronomii (63 %). Velkou oblibou a lákadlem turistů je samozřejmě i jízda na koních, avšak ne všechny farmy koně vlastní. Pro větší přehlednost je v Tabulce 6 uveden výčet všech možných odpovědí a jejich relativní a absolutní četnosti.

**Graf 15: Důvod návštěvy hostů**



Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 6: Důvod návštěvy hostů – četnosti

	Jihočeský kraj		Horní Rakousko	
	Relativní	Absolutní	Relativní	Absolutní
Relaxace na venkově	83,33 %	45	91,54 %	65
Koupání	27,77 %	15	11,27 %	8
Práce na farmě	22,22 %	12	35,21 %	25
Lokální gastronomie	51,85 %	28	63,38 %	45
Koně	40,74 %	22	45,07 %	32
Pěší turistika	72,22 %	39	91,54 %	65
Cykloturistika	77,77 %	42	57,75 %	41
Místní kulturní události	33,33 %	18	25,35 %	18
Příroda v okolí	72,22 %	39	95,77 %	68
Kulturně-historické památky v okolí	83,33 %	45	39,44 %	28
Jiný důvod	14,81 %	8	32,21 %	25

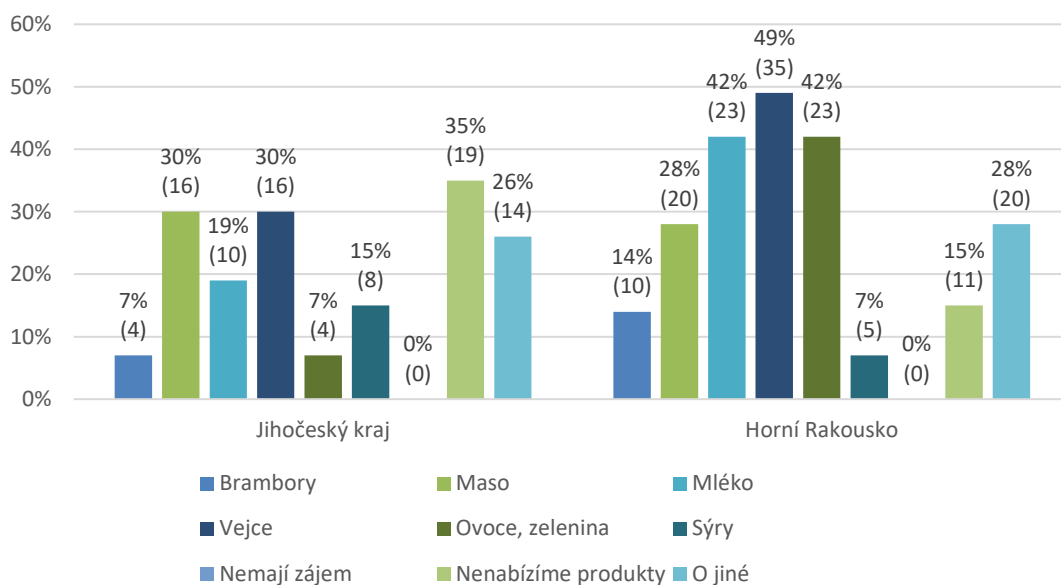
Zdroj: Vlastní zpracování

### 17. O jaké produkty (suroviny) z Vaší farmy mají hosté největší zájem?

V této otázce byla opět možnost označit více odpovědí. Z Grafu 16 je patrné, že turisté, kteří navštěvují agroturistické farmy v Jihočeském kraji, mají dle respondentů největší zájem o maso (30 %) a vejce (30 %) a o jiné produkty (26 %), nejčastěji uváděno: med, marmelády, sirupy nebo výrobky z vlny. Nicméně 19 dotazovaných (35 %) uvedlo, že nenabízí produkty žádné.

Respondenti z Horního Rakouska označili za nejvíce poptávané farmářské produkty vejce (49 %), dále mléko (42 %), ovoce a zeleninu (42 %). Z jiných produktů (28 %) jsou nejvíce žádány džemy, máslo, chléb a také výrobky z vlny. Z celkového počtu dotazovaných v Horním Rakousku produkty nenabízí 15 % (11) agroturistických farem. Respondenti dotazovaní jak v Jihočeském kraji, tak v Horním Rakousku shodně uvedli, že všichni z návštěvníků jeví zájem o jejich domácí produkty a suroviny.

**Graf 16: Zájem o produkty vlastní výroby**



Zdroj: Vlastní zpracování

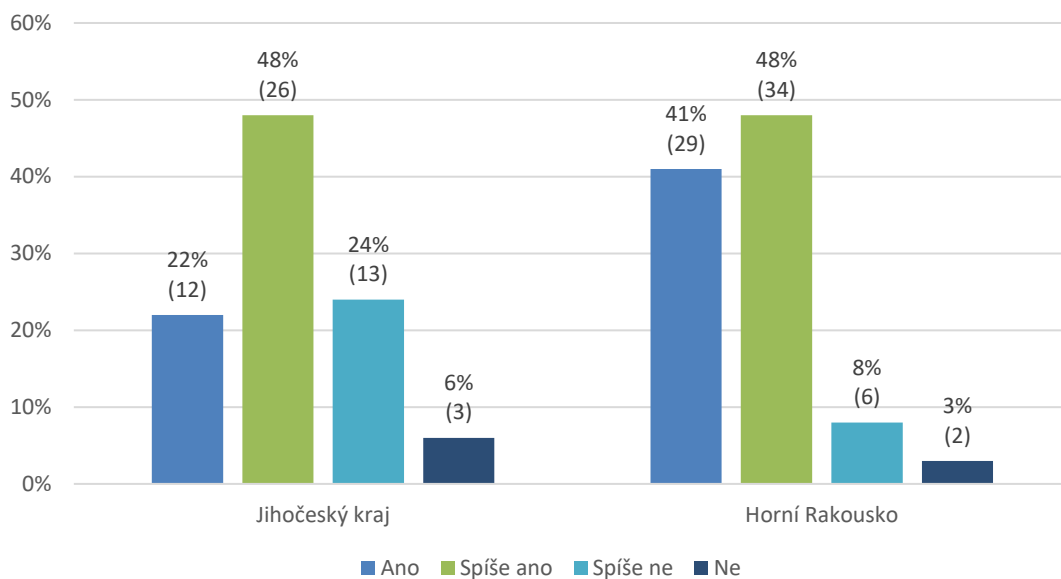
### 18. Jsou podle Vás ochotni turisté připlatit si za služby (produkty), které disponují Bio-kvalitou či Ekoznačkou?

Respondenti na otázku odpovídali mírou souhlasu, zda jsou dle jejich názoru turisté ochotni vynaložit větší finanční obnos za kvalitnější certifikované služby či produkty. V obou případech uvedli „Spíše ano“ (48 %), Jihočeský kraj 26 respondentů, Horní Rakousko 34 respondentů.

41 % respondentů z Horního Rakouska označilo odpověď „Ano“, Jihočeský kraj 22 %. „Spíše ne“ odpovědělo 24 % provozovatelů agroturistiky z Jihočeského kraje a 8 % z Horního Rakouska. „Ne“ odpovědělo 6 % podnikatelů z Jihočeského kraje a 3 % z Horního Rakouska.



**Graf 17: Poptávka turistů po certifikovaných službách**

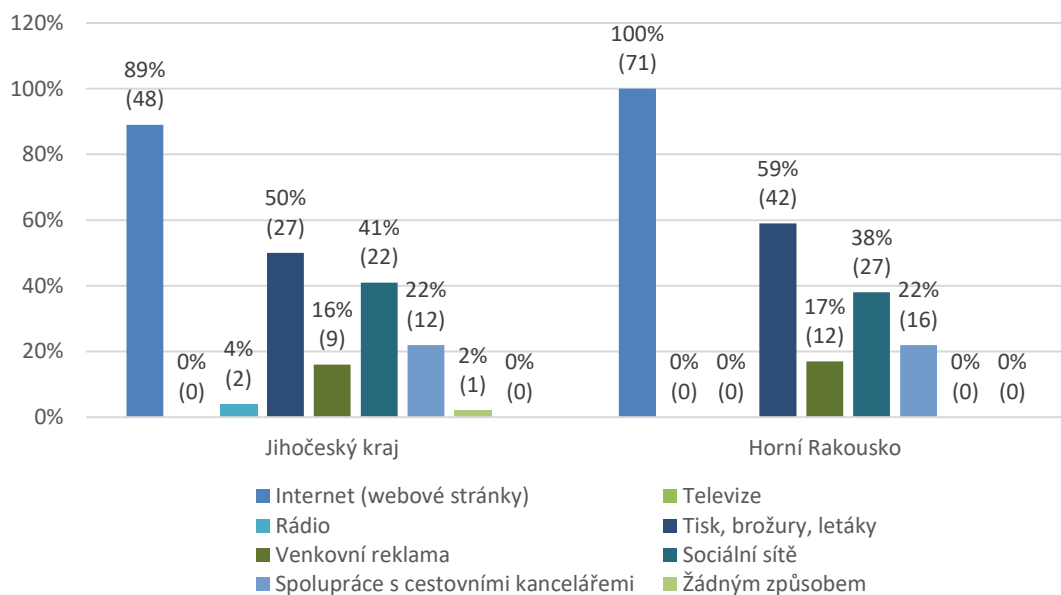


Zdroj: Vlastní zpracování

### 19. Jakým způsobem se snažíte zviditelnit a přilákat tak turisty?

Jako nejčastěji používaný komunikační kanál byl zvolen internet, kde většina respondentů komunikuje svůj objekt skrz webové stránky, Jihočeský kraj 89 % (48), Horní Rakousko 100 % (71). Dotazovaní zde mohli zvolit více odpovědí a jako další nejvíce využívaný komunikační kanál byl vyhodnocen tisk, brožury a letáky, Jihočeský kraj 50 % (27), Horní Rakousko 59 % (42). Naopak nejméně využívaná inzerce je v obou případech televize, rádio, a to díky finanční nákladnosti těchto kanálů. Jeden respondent z Jihočeského kraje uvedl, že se žádným způsobem nesnaží komunikovat a oslovit tak potenciální turisty.

**Graf 18: Komunikace objektu**



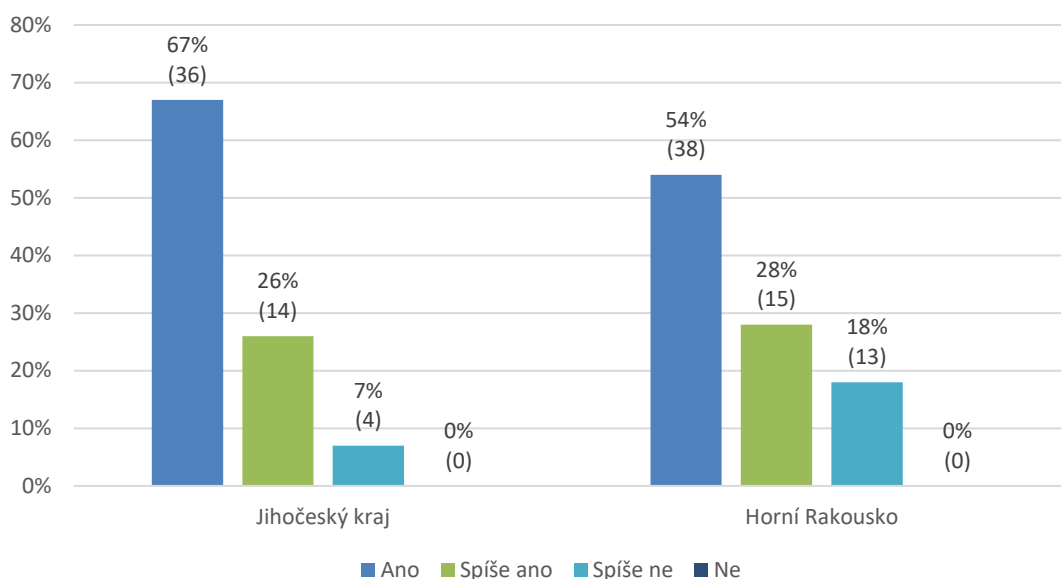
Zdroj: Vlastní zpracování

**20. Dbáte na to, aby se turisté, kteří navštěvují Vaši farmu, chovali zodpovědně a ohleduplně k místnímu prostředí a byly tak v souladu s udržitelným cestovním ruchem?**

Ohleduplnost a zodpovědné chování turistů v souladu s udržitelným cestovním ruchem je všeobecně důležitá záležitost v odvětví cestovního ruchu. V Jihočeském kraji na tuto skutečnost dbá 67 % (36) provozovatelů agroturistických farem, „Spíše ano“ odpovědělo 26 % (14), „Spíše ne“ pouze 7 % (4).

V Horním Rakousku dotazovaní uvedli míru souhlasu následovně: „Ano“ 54 % (38) respondentů, „Spíše ano“ 28 % (15), „Spíše ne“ 18 % (13). Nikdo neuvedl výslovný nezájem o to, jak se turisté chovají a ovlivňují místní prostředí.

**Graf 19: Ohleduplnost turistů**



Zdroj: Vlastní zpracování

**21. Jakým způsobem se snažíte řídit provoz Vaší agroturistické farmy, aby byl ohleduplný vůči životnímu prostředí a místním obyvatelům?**

Na otevřenou otázku č. 21 odpovídali pouze respondenti, kteří v předchozí otázce č. 20 uvedli odpověď „Ano“ nebo „Spíše ano“. Otázka zjišťovala způsob řízení farem z hlediska ohleduplnosti k životnímu prostředí a místním obyvatelům z okolí farem. Respondenti z Jihočeského kraje nejčastěji uváděli třídění odpadu (66 %; 33), dále se objevovaly odpovědi v podobě přírodní čističky, ekologického zemědělství, používání ekologických prostředků, prohlídky s průvodcem, informování návštěvníků a celková ochrana a šetrný přístup k venkovskému prostředí.

Provozovatelé agroturistických farem z Horního Rakouska do svých odpovědí nejvíce zahrnovali třídění odpadu (47 %; 27), dále pak solární systém, přírodní čističku, ekologické zemědělství a informování návštěvníků.

**22. Jste členem nějakého spolku, sdružení či svazu, který se zabývá podporou udržitelného rozvoje cestovního ruchu či zemědělské činnosti?**

Tato poslední otevřená otázka měla za cíl zjistit, zda jsou dotazované agroturistické farmy členy nějakého sdružení, jehož cílem je podpora udržitelného rozvoje cestovního ruchu nebo zemědělské činnosti. V odpovědích od respondentů z Jihočeského kraje se

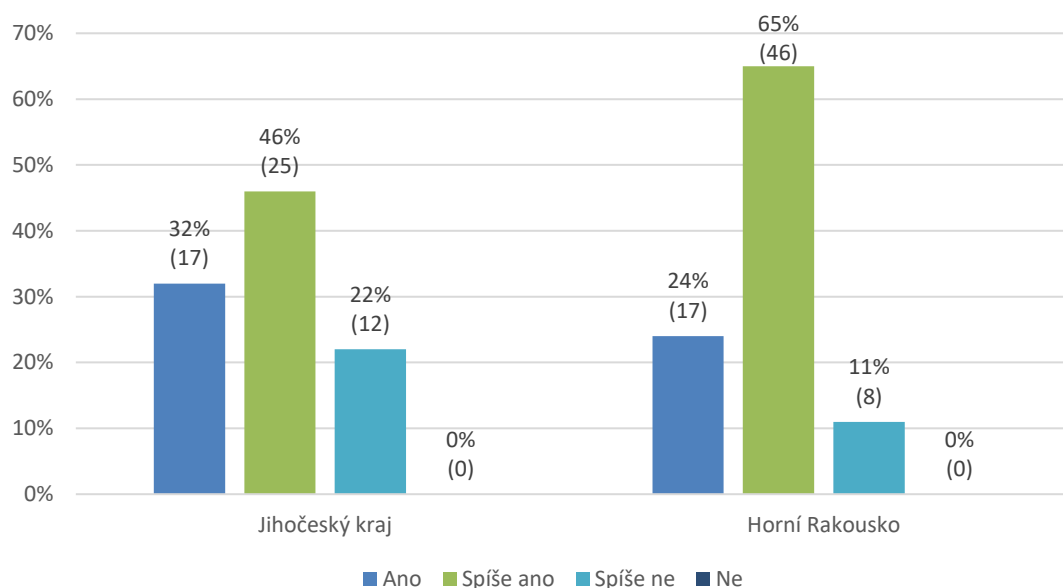
nejvíce objevoval Svaz venkovské turistiky (26 %; 14), Prázdniny na venkově (7 %; 4), Kontrola ekologického zemědělství (4 %; 2), Klub český turistů (4 %; 2), dále PRO-BIO a destinační managementy. 39 % (21) provozovatelů agroturistiky odpovědělo, že nejsou členy žádného ze spolků.

Všechny dotazované agroturistické farmy v Horním Rakousku jsou členy národní asociace Urlaub am Bauernhof a dále v odpovědích uvedly členství v místních akčních skupinách a destinačních managementech.

### 23. Je podle Vašeho názoru poptávka po službách tohoto druhu cestovního ruchu na vzestupu?

Zde respondenti vyjadřovali názor ve vztahu k poptávce po agroturistických službách. Výsledky z Grafu 20 naznačují, že většina respondentů jak z Jihočeského kraje, tak z Horního Rakouska vidí poptávku jako rostoucí.

**Graf 20: Poptávka po službách venkovského cestovního ruchu**



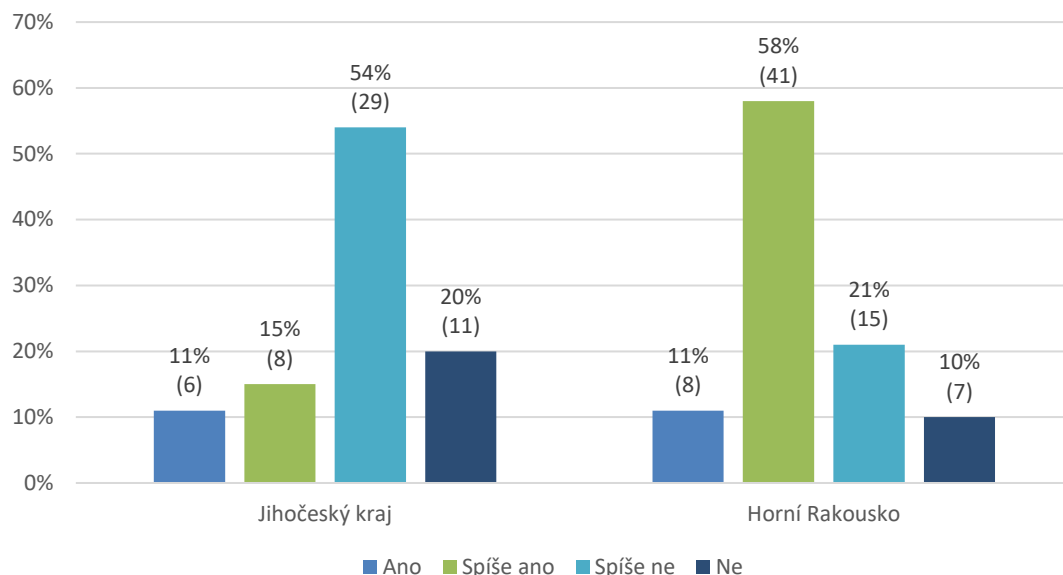
Zdroj: Vlastní zpracování

### 24. Myslíte si, že je podpora agroturistiky ze strany kraje dostatečná?

V poslední otázce dotazníkového šetření vyjadřovali respondenti opět míru souhlasu, a to s podporou tohoto druhu cestovního ruchu ze strany kraje. Dle odpovědí více jak polovina dotazovaných provozovatelů agroturistických farem v Jihočeském kraji (54 %;

29) je spíše nedostatečná. Nejvíce respondentů z Horního Rakouska volilo odpověď „Spíše ano“ (58 %; 41).

**Graf 21: Podpora ze strany kraje**



Zdroj: Vlastní zpracování

## 6.2 Vztahy mezi dílčími hodnotami získané z dotazníkového šetření

Na základě analýzy dat byly zjištěny vztahy mezi několika proměnnými. V případě potřeby jsou některé vztahy otestovány pomocí Chí-kvadrát testu o nezávislosti proměnných při hladině významnosti 0,05 (odpovídá 5 % chybě). Nulová hypotéza tvrdí, že závisle proměnná je na nezávisle proměnné nezávislá. U některých vztahů je pro větší přehlednost mezi proměnnými přidána kontingenční tabulka nebo graf.

### 1. Vztah mezi délkou podnikání v odvětví agroturistiky a spokojenosti s finančními prostředky plynoucí z této činnosti.

Nejdříve jsou hodnocena data dotazovaných agroturistických farem z Jihočeského kraje. Hodnota testovacího kritéria Chí-kvadrát je 6,8655 při 2 stupních volnosti, P-hodnota je 0,0323. Jelikož je dosažená hladina statistické významnosti menší než 0,05, lze nulovou hypotézu zamítnout. Z testovaných hodnot vyplývá, že délka podnikání v agroturistice ovlivňuje v případě vlastníků agroturistických farem v Jihočeském kraji dostatečné finanční prostředky. Kontingenční Tabulka 7 zobrazuje jednotlivé vztahy mezi proměnnými v absolutním vyjádření.

Tabulka 7: Délka podnikatelské činnosti v agroturistice v závislosti na vyhovujících finančních prostředcích – Jihočeský kraj

Délka podnikatelské činnosti v agroturistice	Spokojenost s finančními prostředky		Celkem
	Ano	Ne	
Méně než 1 rok	0	0	0
1-3 roky	1	5	6
4-8 let	7	3	10
9 let a více	27	11	38
Celkem	35	19	54

Zdroj: Vlastní zpracování

Testovaná data u provozovatelů agroturistických farem v Horním Rakousku vykazují následující souvislosti. Hodnota testovacího kritéria Chí-kvadrát je 11,525 při 2 stupních volnosti, P-hodnota je 0,003144. Nulovou hypotézu lze zamítnout v důsledku dosažené statistické významnosti, která je menší než 0,05. I v případě agroturistických farem v Horním Rakousku se potvrdila závislost délky podnikání na spokojenosti s příjmy z agroturistické činnosti. Kontingenční Tabulka 8 zobrazuje jednotlivé vztahy mezi proměnnými v absolutním vyjádření.

Tabulka 8: Délka podnikatelské činnosti v agroturistice v závislosti na vyhovujících finančních prostředcích – Horní Rakousko

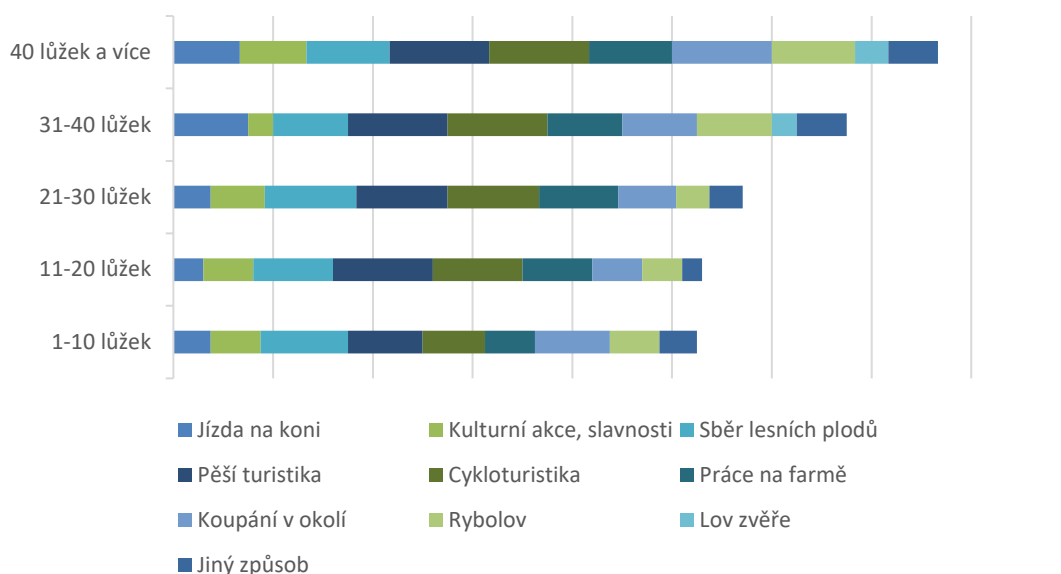
Délka podnikatelské činnosti v agroturistice	Spokojenost s finančními prostředky		Celkem
	Ano	Ne	
Méně než 1 rok	0	0	0
1-3 roky	5	7	12
4-8 let	5	3	8
9 let a více	44	7	51
Celkem	54	17	71

Zdroj: Vlastní zpracování

## 2. Vztah mezi kapacitou ubytovacího zařízení a nabídkou agroturistických služeb v Jihočeském kraj a Horním Rakousku.

V prvním případě se jedná o vyhodnocení dat provozovatelů agroturistiky z Jihočeského kraje. Z Grafu 22 je patrné, že v důsledku růstu ubytovacích kapacit roste podíl jednotlivých agroturistických služeb. Tabulka 9 zobrazuje vztahy mezi jednotlivými proměnnými v relativním vyjádření.

Graf 22: Vztah kapacit HUZ a nabídky agroturistických služeb – Jihočeský kraj



Zdroj: Vlastní zpracování

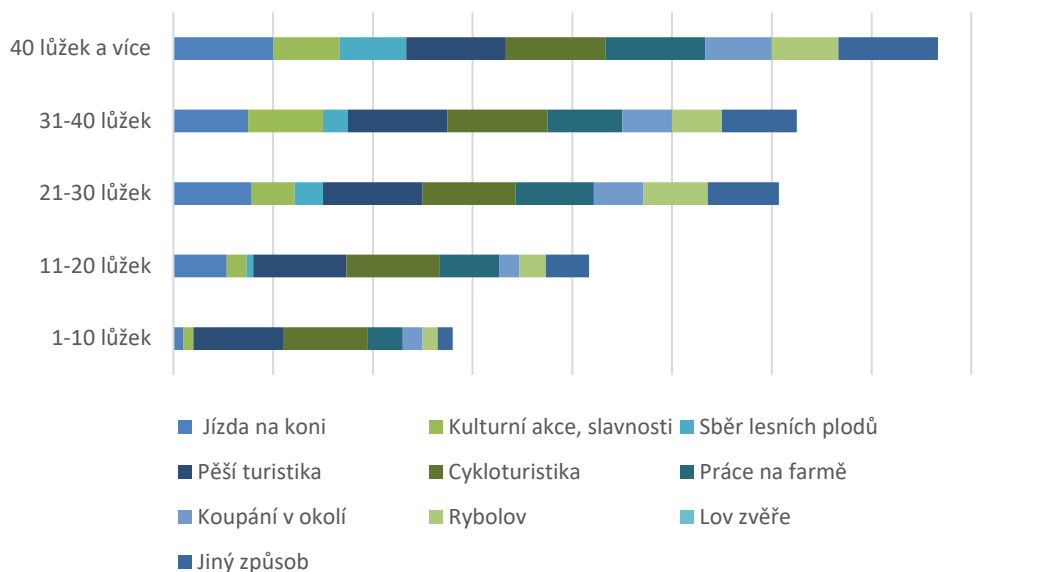
Tabulka 9: Vztah kapacit HUZ a nabídky agroturistických služeb – Jihočeský kraj

	Jízda na koni	Kulturní akce	Sběr lesních plodů	Pěší turistika	Cyklo-turistika	Práce na farmě	Koupání v okolí	Rybolov	Lov zvěře	Jiný způsob
1–10 lůžek	37,50 %	50,00 %	87,50 %	75,00 %	62,50 %	50,00 %	75,00 %	50,00 %	0,00 %	37,50 %
11–20 lůžek	30,00 %	50,00 %	80,00 %	100 %	90,00 %	70,00 %	50,00 %	40,00 %	0,00 %	20,00 %
21–30 lůžek	37,50 %	54,17 %	91,67 %	91,67 %	91,67 %	79,17 %	58,33 %	33,33 %	0,00 %	33,33 %
31–40 lůžek	75,00 %	25,00 %	75,00 %	100 %	100 %	75,00 %	75,00 %	75,00 %	25,00 %	50,00 %
40 lůžek a více	66,67 %	66,67 %	83,33 %	100 %	100 %	83,33 %	100 %	83,33 %	33,33 %	50,00 %

Zdroj: Vlastní zpracování

Následující hodnoty se vztahují k agroturistice v Horním Rakousku a zde můžeme pozorovat stejnou závislost proměnných, jako v případě agroturistiky v Jihočeském kraji. Graf 23 vykazuje, že počet nabízených agroturistických služeb roste se zvyšujícím se počtem ubytovacích kapacit. Tabulka 10 opět zobrazuje pro větší orientaci a přehlednost vztahy mezi jednotlivými proměnnými v relativním vyjádření.

Graf 23: Vztah kapacit HUZ a nabídky agroturistických služeb – Horní Rakousko



Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 10: Vztah kapacit HUZ a nabídky agroturistických služeb – Horní Rakousko

	Jízda na koni	Kulturní akce	Sběr lesních plodů	Pěší turistika	Cyklo-turistika	Práce na farmě	Koupání v okolí	Rybolov	Lov zvěře	Jiný způsob
1–10 lůžek	10,00 %	10,00 %	0,00 %	90,00 %	85,00 %	35,00 %	20,00 %	15,00 %	0,00 %	15,00 %
11–20 lůžek	53,33 %	20,00 %	6,67 %	93,33 %	93,33 %	60,00 %	20,00 %	26,67 %	0,00 %	43,33 %
21–30 lůžek	78,57 %	42,86 %	28,57 %	100 %	92,86 %	78,57 %	50,00 %	64,29 %	0,00 %	71,43 %
31–40 lůžek	75,00 %	75,00 %	25,00 %	100 %	100 %	75,00 %	50,00 %	50,00 %	0,00 %	75,00 %
40 lůžek a více	100 %	66,67 %	66,67 %	100 %	100 %	100 %	66,67 %	66,67 %	0,00 %	100 %

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 11 porovnává průměr zastoupených agroturistických služeb u jednotlivých kapacit ubytovacího zařízení. Dle naměřených hodnot můžeme sledovat, že v případě ubytovacího zařízení s kapacitou 1–10 lůžek, 11–20 lůžek a 31–40 lůžek je v průměru širší nabídka agroturistických služeb v Jihočeském kraji než v Horním Rakousku. Ubytování s kapacitou 40 lůžek a více má v obou případech stejný podíl nabízených služeb.



Tabulka 11: Průměr poskytovaných agroturistických služeb jednotlivých HUZ kapacit – Jihočeský kraj, Horní Rakousko

Kapacita HUZ	Jihočeský kraj	Horní Rakousko
1-10 lůžek	52,50 %	28,00 %
11-20 lůžek	53,00 %	41,67 %
21-30 lůžek	57,08 %	60,72 %
31-40 lůžek	67,50 %	62,50 %
40 lůžek a více	76,67 %	76,67 %

Zdroj: Vlastní zpracování

### 3. Vztah mezi mírou preference růstu poptávky po agroturistických službách a provozovateli agroturistických farem v Jihočeském kraji a Horním Rakousku.

Hodnota testovacího kritéria Chí-kvadrát testu je 2,7387 při 1 stupni volnosti, P-hodnota je 0,09795. Dosažená hladina statistické významnosti p je vyšší než 0,05 (5 % chyba), tudíž nulová hypotéza o nezávislosti nebude zamítnuta. Podíl kladných preferencí růstu poptávky po agroturistických službách je téměř stejná u provozovatelů agroturistiky v Jihočeském kraji i v Horním Rakousku. Kontingenční Tabulka 12 zobrazuje vztahy mezi jednotlivými proměnnými v relativním vyjádření.

Tabulka 12: Preference provozovatelů agroturistiky v Jihočeském kraji a Horním Rakousku na poptávku po agroturistických službách – relativní četnosti

Agroturistika	Míra preference na rostoucí poptávku po agroturistických službách			
	Ano	Spíše ano	Spíše ne	Ne
Jihočeský kraj	31,48 %	46,30 %	22,22 %	0 %
Horní Rakousko	23,94 %	64,79 %	11,27 %	0 %

Zdroj: Vlastní zpracování

### 6.3 Shrnutí výsledků z dotazníkového šetření a řízených rozhovorů

Na základě výše realizovaného dotazníkového šetření s provozovateli agroturistických farem a řízených rozhovorů, jejichž cílem byla analýza nabídky a poptávky po stávajících službách tohoto druhu cestovního ruchu, je provedeno shrnutí obou regionů. Služby jsou rozděleny do 3 základních kategorií: ubytovací, stravovací a ostatní doplňkové služby.

## **Ubytovací služby**

Ubytovací služby venkovského cestovního ruchu jsou jednou ze základních služeb, kterou poskytují majitelé nebo pronajímatelé agroturistických farem. Jde o provozovatele, kteří mají trvalé bydliště na venkově nebo zde jen provozují zemědělskou činnost a k tomu služby cestovního ruchu, trvalé bydliště však mají jinde. Jelikož je tato forma cestovního ruchu pouze doplňkovou činností, jak také vyplynulo z výše realizovaného dotazníkového šetření (Jihočeský kraj 72 %, Horní Rakousko 66 %), je pro farmáře zemědělská činnost hlavní prioritou.

V Jihočeském kraji poskytuje služby venkovského cestovního ruchu zaměřené na agroturistiku 54 (2016) provozovatelů. V Horním Rakousku najdeme 621 (2016) farmářů provozující agroturistiku s ubytovací kapacitou cca 4 200 lůžek (2016). Typický rys pro ubytování na těchto farmách spočívá v decentralizovaném ubytování s omezenou kapacitou. Z obecných statistických výsledků o hromadných ubytovacích kapacitách vyplývá, že Jihočeský kraj disponuje zhruba 50 lůžky na jedno ubytovací zařízení, naproti tomu Horní Rakousko jen 20 lůžky. Tento předpoklad se potvrdil i v ubytovacích kapacitách venkovského cestovního ruchu. Provozovatelé farem v Horním Rakousku dbají více na omezenou kapacitu a decentralizované ubytování, čímž se snaží zmírnit četnost turistů a eliminovat tak negativní dopady, které přináší cestovní ruch. Z dotazníkového šetření bylo vyhodnoceno, že ubytovací služby jsou v Jihočeském kraji poskytovány především v penzionu (46 %) a poté v apartmánu (37 %), na druhé straně v Horním Rakousku je to z 54 % apartmán, který umožňuje decentralizaci lépe než penzion (25 %). Co se týká ubytovacích kapacit dotazovaných respondentů, největší zastoupení měly v Jihočeském kraji farmy s 21–30 lůžky (46 %), v Horním Rakousku s 11–20 lůžky (42 %).

Certifikované ubytovací služby dotazovaných agroturistických farem vycházejí v Horním Rakousku z hodnocení národní asociace Urlaub am Bauernhof, která zaručuje svým hostům farmy, které jsou pravidelně kontrolovány dle standardizovaných měřítek a specifik a nabízí tak velmi vysoce kvalitní ubytování. Farmáři poskytující agroturistické služby v Jihočeském kraji nesou různé certifikáty kvality, nicméně v dotazníkovém šetření uvedlo pouze 11 ze všech dotazovaných, že vlastní certifikát za své ubytovací služby.

## **Stravovací služby**

Stravovací služby venkovského cestovního ruchu obvykle navazují na služby ubytovací. Předpokladem pro ubytovaného hosta je, aby se měl případně kde stravovat, buď v rámci vlastního stravování v místní kuchyňce, která je například součástí apartmánu nebo v rámci stravovacích zařízení v okolí farmy (restaurace, samoobslužná restaurace). Na základě dotazníkového šetření bylo zjištěno, že v případě Jihočeského kraje mohou turisté využívat převážně vlastní stravování (46 %) a druhou nejposkytovanější formou stravovacích služeb je snídaně (35 %) v rámci místního stravovacího zařízení. Poskytovatelé agroturistických služeb v Horním Rakousku nejvíce nabízí stravování ve formě snídaně (59 %) a poté vlastní stravování (32 %). Najdou se i tací, kteří nenabízí žádnou z uvedených forem stravování (Jihočeský kraj 20 %, Horní Rakousko 24 %).

Jedním z předpokladů kvalitních stravovacích služeb je kontrola nad surovinami, ze kterých se nabídka pokrmů připravuje. Těch lze docílit používáním svých vlastních surovin a produktů. Respondenti z Jihočeského kraje uvedli, že k přípravě pokrmů pro hosty suroviny své vlastní výroby spíše nevyužívají (72 %), na druhé straně některé agroturistické farmy v Horním Rakousku tuto snahu mají (56 %).

## **Ostatní doplňkové služby**

Ostatní doplňkové služby slouží k celkové spokojenosti potřeb a zážitků plynoucí z účasti a pobytu na agroturistické farmě. Jsou to služby, které doplňují služby ubytovací a stravovací a utvářejí a zpříjemňují celkový pobyt hostů ve venkovském prostoru. Jde zejména o různé volnočasové aktivity a programy. Co se týká nabídky volnočasových aktivit, ta se nějak významně neliší mezi oběma analyzovanými regiony, nicméně se liší v závislosti na kapacitě ubytovacího zařízení. Agroturistické farmy s vyšší ubytovací kapacitou poskytují širší nabídku volnočasových aktivit. Tento fakt byl zjištěn u obou regionů. Jak v Jihočeském kraji, tak v Horním Rakousku lze v největší míře podnikat pěší turistiku a cykloturistiku, a to zejména díky podmínkám, které oba regiony mají. Další nejčastěji nabízené aktivity na agroturistických farmách v Jihočeském kraji, které lze při návštěvě dotazovaných objektů realizovat, je sběr lesních plodů (83 %), díky rozvinutému lesnictví, práce na farmě (70 %) a koupání v blízkém okolí (63 %), což potvrzuje hojné množství koupacích ploch.

Aktivity a doplňkové služby, které lze využít nejvíce v Horním Rakousku, jsou práce na farmě (59 %), jízda na koni (49 %) a ostatní aktivity (45 %), nejčastěji uváděno lyžování.

Co se týká půjčování vybavení k trávení volného času, tuto službu nabízí 57 % respondentů z Jihočeského kraje. Půjčují svým hostům vybavení jako je například kolo, trekingové hole a jiné, což může ocenit spousta turistů, kteří s sebou na dovolenou své kolo brát nechtějí. Dotazovaní z Horního Rakouska tuto službu z větší části neposkytují (72 %).

O zavedení nových služeb nebo jejich rozšíření by dle dotazníkového šetření uvažovalo 56 % všech respondentů z Horního Rakouska. 54 % respondentů z Jihočeského kraje o nových službách neuvažuje.

### **Vyhodnocení poptávky po agroturistických službách**

Úvod této podkapitoly se věnuje nabídce služeb poskytovaných v rámci dotazovaných agroturistických farem. Tato část se zaměřuje na vyhodnocení poptávky po agroturistických službách a srovnání obou regionů. Poptávka je vyhodnocena na základě otázek z dotazníkového šetření, řízených rozhovorů a informací z dostupných sekundárních zdrojů.

Co se týká poptávky z hlediska věkové struktury turistů, farmy poskytující agroturistické služby jak v Jihočeském kraji, tak Horním Rakousku jsou převážně navštěvovány rodinami s dětmi.

Turisté, kteří navštěvují agroturistické farmy v Jihočeském kraji, jsou z 96 % obyvatelé České republiky, doplněno Ing. Poláškem, jedná se zejména o turisty ze Středních Čech a Prahy, kteří jezdí trávit svůj volný čas na venkov. Agroturistické farmy v Horním Rakousku jsou navštěvovány nejen rezidenty (55 %), ale také značně turisty ze zahraničí (45 %).

Důvod, proč turisté obzvláště podnikají návštěvy na venkovské agroturistické farmy, je spojen s celkovou relaxací na venkově. To vyplývá ze skutečnosti, že je venkov značně navštěvován turisty z velkoměst. V Jihočeském kraji jsou kromě relaxace a odpočinku hojně navštěvovány také místní kulturně-historické památky, kterých tu najdeme opravdu velké množství. Může to být právě ten důvod, proč se turisté rozhodnou vydat

na agroturistické farmy do Jihočeského kraje. Dalším důvodem je cykloturistika a pěší turistika, pro kterou jsou zde velmi dobré předpoklady. Pan Ing. Polášek dodává, že díky tomu, že jsou farmy navštěvovány zejména rodinami s dětmi, jsou poptávány zvláště aktivity se zvířaty, jízda na koních, krmení a starost o domácí zvířata apod. Vyhledávány jsou také agroturistické farmy s výbornou lokální gastronomií. Podnikatelé z agroturistických farem v Horním Rakousku uvedli, že jsou jejich objekty poptávány v první řadě kvůli místní přírodním krásám, pěší turistice a lokální gastronomii, což současně potvrzuje i pan Mag. Jelínek.

Z dotazníkového šetření je zřejmé, že většina turistů navštěvující farmy v obou teritoriích, jsou ochotni si připlatit za kvalitní certifikované služby či produkty. Tudíž je ve snaze podnikatelů své služby zkvalitňovat v zájmu uspokojení poptávky.

Realizované analýzy a získané informace z dostupných sekundárních zdrojů dokládají, že poptávka a zároveň i nabídka agroturistických služeb v obou regionech za poslední roky roste. Tento druh cestovního ruchu má ve srovnání s Jihočeským krajem v Horním Rakousku dlouholetou tradici, tudíž z celkového pohledu je zde kvalita nabízených agroturistických služeb na trochu jiné úrovni.

## 7 Komparace zkoumaných teritorií – Jihočeský kraj a Horní Rakousko

Jihočeský kraj a Horní Rakousko jsou příhraničními regiony, které nejen že spojují dlouhodobé obchodní vztahy, společná historie, ale i podobná mentalita. Společné programy a projekty přeshraniční spolupráce jsou velkou prioritou Evropské unie i obou teritorií.

Tabulka 13: Komparační tabulka základních údajů Jihočeského kraje a Horního Rakouska

	Jihočeský kraj <sup>1</sup>	Horní Rakousko <sup>2</sup>
Rozloha	10 057 km <sup>2</sup>	11 980 km <sup>2</sup>
Počet obyvatel	638 725 (2017)	1 465 200 (2017)
HDP na obyvatele	361 699 CZK (2015)	40 300 EUR (2015)
Míra nezaměstnanosti	4,0 % (2015)	6,1 % (2015)
Regionální index konkurenceschopnosti	103 (2016)	166 (2016)
Regionální správní sídlo	České Budějovice	Linz

<sup>1</sup> Zdroj: Český statistický úřad

<sup>2</sup> Zdroj: Statistik Austria

I když jsou mezi oběma regiony jisté ekonomické, sociální i administrativní rozdíly, tak z historického, politického ale i geografického pohledu jde o přirozené partnery přeshraniční spolupráce, kterou se snaží rozvíjet v mnoha oblastech společenského života.

### 7.1 Komparace regionů z hlediska udržitelného cestovního ruchu s ohledem na agroturistiku

Velmi významná je pro oba regiony právě spolupráce v odvětví cestovního ruchu, jelikož hraje poměrně důležitou úlohu v jejich hospodářstvích. V rámci svých organizací, které se zabývají podporou a rozvojem cestovního ruchu v regionu, svými projekty a působením se snaží, aby docházelo k rozvoji cestovního ruchu právě udržitelným způsobem.

Tabulka 14: Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v Jihočeském kraji a Horním Rakousku v letech 2012–2016

Rok	Jihočeský kraj <sup>1</sup>			Horní Rakousko <sup>2</sup>		
	Hosté celkem	rezidenti	nerezidenti	Hosté celkem	rezidenti	nerezidenti
2012	1 107 452	770 654	336 798	2 553 437	1 482 650	1 070 787
2013	1 138 549	788 855	349 694	2 511 551	1 466 808	1 044 743
2014	1 176 046	811 155	364 891	2 568 125	1 499 471	1 068 654
2015	1 341 912	930 159	411 753	2 701 355	1 542 776	1 158 579
2016	1 446 905	977 510	469 395	2 816 917	1 596 059	1 220 858

<sup>1</sup> Zdroj: Český statistický úřad, 2016

<sup>2</sup> Zdroj: Statistik Austria, 2016

Z výše uvedené Tabulky 14, která se věnuje vývoji návštěvnosti ubytovacích zařízení, je patrné, že v průběhu let 2012–2016 dochází, až na výjimku v roce 2013 v regionu Horního Rakouska, k nárůstu hostů v obou regionech. Výrazný je však rozdíl v podílu hostů rezidentů a nerezidentů mezi regiony.

Tabulka 15: Kapacity a návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v letech 2012–2016 Jihočeský kraj a Horní Rakousko

Rok	Jihočeský kraj <sup>1</sup>				Horní Rakousko <sup>2</sup>			
	HUZ	Lůžka	Přenocování	Průměrný délka přenocování	HUZ	Lůžka	Přenocování	Průměrný délka přenocování
2012	1 288	62 518	3 153 833	2,8	3 573	69 188	7 237 157	x
2013	1 302	61 761	3 188 706	2,8	3 524	67 895	7 080 831	x
2014	1 208	59 247	3 231 434	2,7	3 451	67 481	6 993 143	2,7
2015	1 205	58 839	3 644 147	2,7	3 429	67 728	7 183 257	2,7
2016	1 195	59 593	3 962 667	2,7	3 430	67 275	7 404 704	2,6

<sup>1</sup> Zdroj: Český statistický úřad, 2016

<sup>2</sup> Zdroj: Statistik Austria, 2016

Počet ubytovacích zařízení se meziročně až na výjimky, v roce 2013 v Jihočeském kraji (o 14 HUZ) a v Horním Rakousku v roce 2016 (o 1 HUZ), mírně zmenšuje a Jihočeský kraj v průměru disponuje o 2 242 HUZ méně, nicméně v porovnání s počty lůžek již tak značný rozdíl není. Údaje v Tabulce 15 potvrzují fakt, že ve srovnání počtu hromadných ubytovacích zařízení a počtu lůžek Jihočeský kraj proti Hornímu Rakousku disponuje větší ubytovací kapacitou, což z hlediska agroturistiky a celkově udržitelnému cestovnímu ruchu není pozitivní údaj.

Počty přenocování nepatrně kolísají, v posledním sledovaném roku došlo v Jihočeském kraji k nárůstu oproti roku 2012 o 26 % a v Horním Rakousku o 2 %, k čemuž dochází vlivem zvyšujícím se počtu hostů. Průměrná délka přenocování v Jihočeském kraji klesla na 2,7 přenocování. Pokles na 2,6 přenocování sledujeme i u Horního Rakouska. Hodnoty mají souvislost s celosvětovým trendem, kdy se zkracuje délka pobytů, ale uskutečňují se vícekrát do roka.

Diplomová práce je orientována na agroturistické farmy, proto je zde uveden také počet zemědělských podniků, farem, výměry půdy, objem některé jejich produkce a finanční podpora regionů.

Tabulka 16: Komparace teritorií z hlediska potenciálu rozvoje udržitelného cestovního ruchu u zemědělských podniků

	<b>Jihočeský kraj<sup>1</sup></b>	<b>Horní Rakousko<sup>2</sup></b>
Zemědělské subjekty	6 121	31 314
Celková výměra zemědělské půdy	489 367 ha	507 796 ha
Ekofarmy	563 (2015)	4 129 (2015)
Celková výměra půdy ekofarem	72 612 ha (2015)	77 254 (2015)
Zemědělské subjekty – cestovní ruch	54	621
Chov koní	4 441 ks	19 410 ks
Chov skotu	219 337 ks	557 588 ks
Chov prasat	124 688 ks	1 156 036 ks
Chov ovcí	29 204 ks	63 564 ks
Chov koz	3 018 ks	25 217 ks
Chov drůbeže	1 650 047 ks	3 647 239 ks

<sup>1</sup> Zdroj: Český statistický úřad; Ročenka ekologického zemědělství, 2015

<sup>2</sup> Zdroj: Statistik Austria

Zemědělství je v obou regionech odvětví s vysokou zaměstnaností a důležité odvětví národního hospodářství. Horní Rakousko je region, kde se zemědělci snaží produkovat potraviny, které splňují nejvyšší standardy kvality. Ekologické zemědělství je zde



významně rozvinuté, což můžeme vidět na celkovém počtu ekologických farem, který je více než sedminásobný oproti Jihočeskému kraji (2015). Výrazný rozdíl platí i v případě zemědělských subjektů, kteří se věnují podnikání v oblasti cestovního ruchu.

Jihočeský kraj v počtu ekofarek drží dlouhodobé prvenství před ostatními kraji v České republice a rok od roku se tento počet zvyšuje. Co se týká výměry půdy ekofarek v Jihočeském kraji, oproti loňskému roku došlo k nárůstu hektarů o 15,2 %.

Tabulka 17: Komparace zemědělské produkce: rostlinná, živočišná, zemědělské služby – Jihočeský kraj, Horní Rakousko

	<b>Jihočeský kraj<sup>1</sup></b>	<b>Horní Rakousko<sup>2</sup></b>
Zemědělská produkce z toho (milion):	12 228 CZK	1 593,7 EUR
rostlinná	6 621 CZK	474,8 EUR
živočišná	5 186 CZK	998,3 EUR
zemědělské služby	211 CZK	82,4 EUR

<sup>1</sup> Zdroj: Český statistický úřad, 2016

<sup>2</sup> Zdroj: Statistik Austria, 2016

Zemědělská produkce uvedená v Tabulce 17, která se dále člení na rostlinnou, živočišnou produkci a zemědělské služby, potvrzuje opět výraznější zemědělskou aktivitu Horního Rakouska oproti Jihočeskému kraji.

### **Finanční podpora regionů v rámci agroturistiky**

Finanční podpora na podnikání v agroturistice je v obou regionech čerpána především v rámci programového dokumentu Program rozvoje venkova (PRV) a v rámci programu LEADER.

Úkolem PRV je zlepšit konkurenceschopnost zemědělství a lesnictví, modernizovat zemědělské podniky, investovat do lesů, udržovat a zlepšovat stav životního prostředí, dále podporovat biodiverzity nebo ochranu přírodních zdrojů. Program se zaměřuje rovněž na zvyšování kvality života ve venkovských oblastech a diverzifikaci venkovského hospodářství, tzn. podpora cestovního ruchu, obnova a vývoj vesnic, také podpora při zakládání nových podniků a tvorbě nových pracovních míst.

LEADER z francouzštiny „Liaison Entrée Actions de Développement de l'Économie Rurale“ znamená „Propojení rozvojových aktivit a venkovské ekonomiky“. Program je

iniciativou Evropské unie od roku 1991, jehož cílem je podpora projektů rozvoje venkova zahájených na místní úrovni za účelem oživení venkovských oblastí a vytváření pracovních míst.

Řídícím orgánem v České republice je Ministerstvo zemědělství ČR a administrativní záležitosti a kontrolu žádostí o podporu provádí Státní zemědělský a intervenční fond (SZIF). Vláda schválila Program rozvoje venkova na programové období 2014–2020. Tento dokument dále schválila i Evropská komise, a tak se české zemědělství v tomto období dočká finanční podpory ve výši téměř 3,5 miliardy EUR (více než 96 miliard korun). Z EU do zemědělství poputuje 2,3 miliardy EUR (62 miliard korun) a 1,2 miliardy EUR (34 miliard korun) z rozpočtu České republiky. V rámci podpory agroturistiky budou dotace směřovat především na stavební výdaje, a to na malokapacitní ubytovací zařízení, zahrnující stravování, sportovní vyžití a ostatní příslušné zázemí. Podporované projekty budou především ty, které se týkají agropenzionů s jízdárnou a hipostanicí jako širší využití zemědělské farmy.

Program rozvoje venkova 2014–2020 v rámci Horního Rakouska byl také schválen ze strany Evropské komise a je klíčovým dotačním programem rakouské zemědělské politiky. Do roku 2020 je k dispozici každoročně 1,1 miliardy EUR, z nichž více než polovina je financována Evropskou unií. Řídícím orgánem je zde Ministerium für ein lebenswertes Österreich.

## 7.2 Komparace regionů z hlediska volnočasových aktivit udržitelného cestovního ruchu s ohledem na agroturistiku

Pro následnou komparaci teritorií je vybrána nabídka služeb a volnočasových aktivit, které jsou všeobecně využívány a navštěvovány turisty udržitelného cestovního ruchu s ohledem na agroturistiku.

Tabulka 18: Komparační tabulka nabídky služeb a volnočasových aktivit v Jihočeském kraji a Horním Rakousku v roce 2016

	Jihočeský kraj	Horní Rakousko
Hromadná ubytovací zařízení	1 195	3 429
Počet lůžek	59 593	67 728
Stravovací zařízení	neevidováno	neevidováno
Cykloturistické stezky	5000 km	5100 km
Půjčovny kol a elektrokol	> 70	> 150
Turistické stezky	5 300 km	7 000 km
Jezdecké stezky	1 000 km	3 300 km
Muzea	44	62
Golfová hřiště	9	28
Lázně	5	5
Koupací plochy, bazény	115	108

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 18 vykazuje skutečnost, že služby či aktivity, které zkoumaná teritoria nabízejí, jsou svým počtem a rozsahem v mnoha případech velmi shodné a vytvářejí tak důležité předpoklady pro rozvoj udržitelného cestovního ruchu a vhodně doplňují služby venkovského cestovního ruchu. Výraznější rozdíl vidíme v délce turistických a jezdeckých stezek, které jsou v případě Horního Rakouska rozlehlejší a samozřejmě v počtu ubytovacích zařízeních a lůžek.

### 7.3 Vyhodnocení hypotéz

V této části jsou vyhodnoceny hypotézy, které byly pro účely této práce stanoveny v kapitole 2.

#### **H1: Horní Rakousko má podstatně kvalitnější nabídku služeb v oblasti agroturistiky než Jihočeský kraj.**

Na základě dostupných sekundárních dat a zjištěných dat z realizovaného dotazníkového šetření a řízených rozhovorů lze hypotézu č. 1 potvrdit. Venkovský cestovní ruch obecně je v Horním Rakousku tradičním druhem cestovního ruchu a kvalita služeb je zde velmi vysoká. Podnikatelé ze spolkové země Horní Rakousko dokáží těžit z přírodního, gastronomického potažmo kulturního potenciálu země a díky vzájemné spolupráci provozovat tento druh cestovního ruchu na velmi vysoké úrovni. Podkladem pro hypotézu č. 1 je otázka č. 9, která v rámci dotazníkového šetření zjišťovala certifikaci a kvalitu poskytovaných agroturistických služeb. Všichni dotazovaní respondenti z Horního Rakouska spolupracují s národní asociací „Urlaub am Bauernhof“, která pravidelně kontroluje a hodnotí kvalitu poskytovaných služeb dle standardizovaných měřítek. Mag. Reiner Jelínek potvrzuje, že značka „Urlaub am Bauernhof“ garantuje hostům dovolenou na nejkrásnějších kvalitně testovaných farmách v celém Rakousku.

#### **H2: Více jak 70 % dotazovaných provozovatelů farem nabízejících agroturistiku z regionu Horního Rakouska a Jihočeského kraje se snaží udržovat provoz své farmy v souladu s udržitelným cestovním ruchem.**

Pro vyhodnocení této hypotézy slouží otázka č. 20, která byla respondentům položena v rámci dotazníkového šetření, jejímž cílem bylo zjistit, zda respondenti dbají na zodpovědné chování svých hostů tak, aby bylo v souladu s udržitelným cestovním ruchem. Kladnou odpověď („Ano“ či „Spíše ano“) vybralo 93 % respondentů z Jihočeského kraje a 82 % respondentů z Horního Rakouska a tím byla hypotéza č. 2 také potvrzena.

#### **H3: Poptávka po službách udržitelného cestovního ruchu se zaměřením na agroturistické farmy za poslední roky v obou regionech roste.**

Hypotézu č. 3 lze vyhodnotit na základě otázky č. 23 a řízených rozhovorů. V obou případech provedené kvantitativní i kvalitativní analýzy se dotazovaní shodli

na rostoucí poptávce po službách udržitelného cestovního ruchu se zaměřením na agroturistické farmy. Respondenti z Jihočeského kraje odpovídali kladně ze 78 % a provozovatelé agroturistických farem v Horním Rakousku ze 89 %. Hypotéza byla testována také na základě Chí-kvadrát testu dobré shody o nezávislosti proměnných. Hodnota testovacího kritéria Chí-kvadrát je 2,7387 při 1 stupni volnosti, P-hodnota je 0,09795. Dosažená hladina statistické významnosti  $p$  je vyšší než 0,05 (5 % chyba), tudíž nulová hypotéza o nezávislosti nebude zamítnuta. Hypotézu č. 3 se taktéž podařilo potvrdit.

## 8 Návrhová část a diskuse

Na základě zjištěných informací z dostupných sekundárních zdrojů, dotazníkového šetření mezi provozovateli agroturistických farem a řízených rozhovorů jsou navržena jistá doporučení, která by mohla pomoci v rozvoji venkovského cestovního ruchu a zkvalitnění poskytovaných agroturistických služeb v obou teritoriích.

První důležité doporučení využitelné provozovateli agroturistických farem vyplývá z definování cílů a záměrů, jakou skupinu turistů chce daná agroturistická farma oslovit a co je jim ochotna a schopna nabídnout. Obecně je toto doporučení vhodné pro všechny podnikatelské činnosti, které by si při svém zakládání měly stanovit jasný cíl svého podnikání. Je těžké a téměř nemožné oslovit všechny potenciální klienty. Mnohem efektivní jak časově, tak finančně, je zaměřit se na konkrétní skupiny lidí a tím způsobem tak formovat svou nabídku agroturistických služeb. V případě obou teritorií bylo zjištěno, že nejčastějšími návštěvníky jejich farem jsou rodiny s dětmi (Jihočeský kraj 65 %, Horní Rakousko 76 %), tudíž je ve snaze podnikatelů zaměřit se právě na tuto skupinu lidí. Tento fakt vyplývá i z výzkumů předchozích let, kdy nejčastějšími návštěvníky byly také rodiny s dětmi.

V případě Jihočeského kraje, kdy každým rokem přibývá počet agroturistických farem, které poskytují ubytovací a další s tím spojené agroturistické služby, je především nejdůležitější vzbudit zájem u turistů a představit tuto formu cestovního ruchu tak, aby si dokázali pod tímto pojmem svou dovolenou představit. Poptávka po agroturistických farmách za poslední roky roste, nicméně mnoho jiných výzkumů potvrzuje, že je stále spousta lidí, kteří nevědí, co si pod pojmem agroturistika představit. Základem je tedy určitá forma komunikace, jednak skrz internet a vlastní webové stránky, anebo sociální sítě, kde lze svou nabídkou oslovit především mladší generaci. Důležité je zde uvedené informace aktualizovat a doplňovat kvalitní fotodokumentací, popřípadě rezervačním systémem a prostorem pro hodnocení od hostů. Kvalitní web je sice finančně náročný, nicméně tato investice je základem úspěchu v dnešní době moderních informačních technologií. V mnoha případech dotazovaných agroturistických farem v Jihočeském kraji dle sekundárních zdrojů bylo zjištěno, že komunikace a prezentace jejich farem není na dobré úrovni.

Dalším bodem je kvalita poskytovaných agroturistických služeb. Většina provozovatelů agroturistiky v Jihočeském kraji uvedla (72 %), že je pro ně cestovní ruch pouze doplňkovou záležitostí k provozované zemědělské činnosti. Snaha podnikat v odvětví cestovního ruchu na velké zemědělské farmě v mnoha případech dopadá ve zřízení určitého počtu ubytovacích kapacit, ve snaze ubytovat hosty a mít dodatečný příjem. Nicméně kvalita nejen ubytovacích, stravovacích, ale i doplňkových služeb je poté nedostačující. Turisté touží po relaxaci ve venkovském prostoru a klidu stráveném na farmě, proto je důležitá decentralizace ubytování s omezenou kapacitou, aby se předešlo velkému shlukování turistů na jednom místě a tím se tak nenarušovalo venkovské prostředí. Jihočeské agroturistické farmy v mnoha případech disponují velkou ubytovací kapacitou, což může být často na úkor ostatních agroturistických služeb. Farmáři nejsou schopni plně obstarat velké množství hostů a poskytovat jim dostatečný komfort u ostatních agroturistických služeb. Ukazuje se, že trendem dnešní moderní společnosti je stravovat se v rámci zdravého životního stylu a kupovat bio produkty a potraviny od místních farmářů. Výzkum odhalil, že hosté mají v případě stravování zájem o místní produkty a celkově o lokální gastronomii. 72 % provozovatelů agroturistiky Jihočeského kraje a 45 % Horního Rakouska nabídku jídel nepřipravuje z vlastních produktů, čímž ztrácí potenciální klienty, kteří touží ochutnat farmářskou kuchyni. Někteří podnikatelé z obou regionů nenabízejí žádnou formu stravování nebo pouze vlastní, v tomto případě přicházejí o možnost výdělků z prodeje produktů, které hosté ochutnají například u snídaně a chtěli by si je koupit a odvézt domů.

Jistým doporučením může být také styl vybavení objektu. Turisté podnikají dovolené na venkov kvůli prostředí, vzpomínkám na dětství a odpočinku od rušných velkoměst. Tradiční venkovské vybavení mnohdy narušují prvky moderní doby, které ubírají na dojmu z pravé venkovské dovolené. Základem ubytovacích a stravovacích služeb je především čistota.

Na druhé straně není agroturistika jen o ubytovacích a stravovacích službách, je to z větší části nabídka volnočasových aktivit. V případě skupiny hostů, rodin s dětmi, je důležité nabízet aktivní program, poskytovat informace o výletech v okolí apod. Důležité je také zpětné hodnocení spokojených hostů, které může zaručit nové klienty.

Na základě zjištěných informací, analýzy dat a shrnutí všech faktů navrhuji následující doporučení, která by mohla vhodně doplnit stávající nabídku agroturistických farem v Jihočeském kraji a Horním Rakousku:

- kurzy malování, bylinkářství nebo vaření,
- soutěže pro děti,
- krmení a poznávání zvířat,
- různé vzdělávací kurzy s podporou cizího jazyka,
- snídane v přírodě, pořádání pikniků,
- degustace farmářských produktů,
- rozdávání domácích receptů a propagačních materiálů.

Velmi zajímavou aktivitou, která se hodí do venkovského prostředí a je vhodná pro celou rodinu, může být vytvoření vlastní geocaching hry, která může být realizována zábavnou formou v objektu farmy a jejím blízkém okolí. Pro tvorbu této hry nejsou potřeba významné finanční prostředky.

Dotazovaní farmáři z Horního Rakouska provozují své agroturistické farmy celoročně, což jim zaručuje jistý příjem během celého roku. V Jihočeském kraji se agroturistikou celoročně zabývá pouze 50 % respondentů. Zbytek tím tak přichází o jisté příjmy z podnikatelské činnosti. Důležité je umět nalákat klienty i během podzimních a zimních měsíců, např. na sportovní aktivity, pečení cukroví, výrobu věnců, výlety na památky do okolí, pořádání teambuildingů, masopustů či tanečních večerů. Každé roční období s sebou přináší určité kouzlo a v souznění s přírodou lze nabídnout hostům na farmě zajímavou aktivní dovolenou. S tímto také může souviset snaha o prodloužení délky pobytu, která se dle celosvětového trendu zkracuje. V zájmu podnikatelů v cestovním ruchu je přesvědčit turisty, aby alespoň v letních měsících svou dovolenou prodloužily, což lze zajistit například vhodně nastaveným týdenním balíčkem.

Oba dva regiony mají dle realizované analýzy teritorií ze sekundárních zdrojů velké předpoklady pro rozvoj agroturistiky, jen je potřeba tohoto potenciálu využít, nabídnout hostům veškeré informace o aktivitách na farmě i v jejím okolí a zkvalitnit poskytování základních služeb, a to především v Jihočeském kraji.

Je těžké srovnávat kvalitu a potenciál rozvoje agroturistiky těchto oblastí navzájem, jelikož pro Horní Rakousko, respektive pro celé Rakousko, je tento druh cestovního



ruchu již po dlouhá léta tradicí a provozují ho na nejvyšší úrovni. Nicméně Jihočeský kraj patří v České republice k nejlepším a všeobecně poptávka po venkovském cestovním ruchu stále roste, tudíž můžeme očekávat v nadcházejících letech výrazné zlepšení.

## **8.1 Vlastní námět hry na způsob geocachingu**

Geocaching je mezinárodní hra, která kloubí turistické, potažmo cykloturistické aktivity, při kterých se hledají pomocí GPS navigačního systému ukryté schránky nazývané cache (keše). Po nalezení cache se jedinec (geocacher) zapíše do logbooku, který je ve schránce ukryt spolu s drobnými předměty, které sem vkládají geocachery. Nálezci si po vložení určitého předmětu můžou odnést jiný předmět, ale ve stejné nebo nižší hodnotě. Nemusí být pravidlem, nicméně cache jsou většinou ukrývány na místa, která nejsou hojně turisticky navštěvována, přesto jsou něčím zajímavá. Mnohdy je jejich hledání spojeno se splněním určitého úkolu či rozluštění šifry, která navede geocachery na finální cache. Hlavním cílem této hry je aktivním, zábavným a popřípadě soutěživým způsobem poznávat zajímavá místa nejen v České republice, ale i po celém světě.

Zavedení tohoto návrhu spočívá ve vlastním námětu hry, která se opírá o principy geocachingu v místě a okolí agroturistických farem v Jihočeském kraji a Horním Rakousku. Realizované výzkumy potvrdily, že nejčastějšími hosty agroturistických farem v již zmíněných regionech jsou rodiny s dětmi. Hosté touží po relaxaci na klidném venkově spolu s aktivním využitím volného času v podobě pěší turistiky, cykloturistiky a poznávání místní přírody a památek. Obecně je geocaching hra vhodná pro všechny generace bez rozdílu věku, a nejen v České republice je hledání „pokladu“ zálibou celé rodiny. Tudíž využitím návrhu na určitou agroturistickou farmu vznikne další aktivita pro cílovou skupinu agroturistických farem v Jihočeském kraji a Horním Rakousku.

Návrh je postaven na předpokladu „Multi cache“, kdy k nalezení finální (cílové) cache je nutné najít a posbírat všechny potřebné indicie, popřípadě rozluštit šifru či splnit úkol. Jednotlivé nalezené indicie dají dohromady několikamístný číselný kód, který následně odemkne zámek u cílové cache.

Vytvořit jeden koncept hry, který by byl aplikovatelný na všechny agroturistické farmy je téměř nemožné bez ohledu na prozkoumání okolí a prostorů vhodných pro uložení

indicií a cache. Níže je stručně znázorněn modelový příklad návrhu hry na principu geocachingu včetně námětu na vytvoření indicií a finální cache. Příklad je aplikován na agroturistickou farmu Borovanský mlýn s.r.o.

### **Modelový příklad s pracovním názvem „Borovanský poklad“**

Hosté po příjezdu na agroturistickou farmu dostanou informace o možnosti účastnit se této hry s názvem „Borovanský poklad“ přímo od samotných provozovatelů nebo pracovníků mlýna, kteří hosty přivítají. Informace o hře by měly být samozřejmě uvedeny i na webových stránkách dané agroturistické farmy jako jedna z nabízených volnočasových aktivit. V případě zájmu o tuto aktivitu je hostům předán podklad s informacemi o hře včetně prvních tří indicií, které navedou hosty na první místo.

Indicie v podobě tří slov: Pražan, Kudy kam v okolí Borovan, stříška. Zhruba 400 m od Borovanského mlýna se nachází rybník Pražan, kde je na turistické informační tabuli pod dřevěnou stříškou umístěna další indicie včetně prvního čísla k pokladu (finální cache).

Indicie jsou klášter a obrázek s logem infocentra. Augustiniánský klášter Borovany se nachází 2 km od Borovanského mlýna a kromě prohlídek samotného interiéru kláštera se v jeho přilehlé zahradě konají často různé kulturní akce. Po návštěvě infocentra turisté od pracovníků obdrží další indicie a číslo k zámku pokladu.

Dle slovních indicií: husité, památník, poslední číslo, jsou turisté nasměrováni k Památníku Jana Žižky z Trocnova, který se nachází 3,5 km od mlýna. Od roku 2015 je zde návštěvníkům k dispozici naučně vzdělávací stezka v celkové délce 4 km, která vede kolem krásného přírodního areálu památníku. Díky poslednímu číslu z roku vytesaného na Památníku Jana Žižky z Trocnova mají turisté požadovaný počet čísel k otevření pokladu, který se nachází přímo v objektu Borovanského mlýna.

Od pracovníků či provozovatelů mlýna si na žádost vyzvednou poslední tajenku, po jejímž rozluštění dostanou opět tři slovní indicie k nalezení „Borovanského pokladu“. Ten se nachází kdekoliv v areálu objektu (blíže nespecifikováno) a je zabezpečen zámkem, který lze otevřít díky třímístnému číselnému kódu, jehož číslice byly sesbírány návštěvou místních atraktivit a památek. Po nalezení truhly s pokladem a zadání správného číselného kódu účastníci objeví poklad v podobě „knihy lovců pokladu“, kde mohou zanechat vzkaz pro další lovce a provozovatele agroturistické

farmy. Dále poklad obsahuje drobné dary od předešlých účastníků a provozovatelů mlýna, které si účastníci mohou vzít pouze v případě, že zanechají dar jiný. Založeno na principu klasické výměny předmětů v oficiální geocaching hře.

Ukázkový model vytvoření této aktivity může být inspirací pro další agroturistické farmy. Aktivita není nijak časově omezena a cílová místa s indiciemi jsou vhodně zvolená tak, aby byla dostupná jak pěšky, na kole či autem. Modelový příklad znázorňuje tři cílová místa pro hledání třímístného kódu, nicméně hra může být delší a náročnější. V zásadě záleží na kreativitě provozovatelů agroturistických farem, jakou trasu a způsob úkolů zvolí v rámci této aktivity k nalezení finální cache.

Tímto způsobem se dokonale propojí požadavky a touhy turistů po náležitě strávené dovolené na venkově a vhodně se doplní stávající nabídka služeb a aktivit na agroturistických farmách, která svým způsobem může oslovit další potencionální hosty. Návštěva památek, přírodních zajímavostí a dalších turistických atraktivit se může díky této aktivitě stát zábavnější nejen pro rodinu s dětmi. Zavedením této hry dochází k podpoře cestovního ruchu i v blízkém okolí agroturistických farem.

Tabulka 19 shrnuje náklady na zhotovení vlastní „geocaching“ hry dle modelového příkladu. V závislosti na složitosti hry a množství indicií se mohou nepatrně měnit.

Tabulka 19: Náklady na zhotovení návrhu „Borovanský poklad“

<b>Předměty</b>	<b>Cena</b>
Cache – dřevěná truhla	500 Kč
Visací zámek na kód	150 Kč
Logbook – „kniha lovců pokladu“	100 Kč
Tužka	10 Kč
Materiál k výrobě indicií	20 Kč
Informační list o průběhu hry (100 ks)	200 Kč
<b>Celkem</b>	<b>980 Kč</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

## 9 Závěr

Cestovní ruch je neodmyslitelnou součástí našeho života a jak pozitivně, tak také negativně ovlivňuje naše prostředí. Dodržováním zásad a pilířů udržitelnosti lze těmto negativním dopadům předcházet a pozitivní aspekty podporovat. Existují šetrné formy cestovního ruchu, které svým způsobem tyto zásady dodržují a napomáhají tak k udržitelnému rozvoji cestovního ruchu.

Hlavním cílem této diplomové práce bylo zhodnotit aktuální nabídku a poptávku po službách udržitelného cestovního ruchu v Jihočeském kraji a Horním Rakousku. Pro analýzu služeb byl zvolen druh venkovského cestovního ruchu se zaměřením na agroturistické farmy. Dalším cílem bylo provést analýzu organizací podporující udržitelný cestovní ruch v daných regionech.

V úvodu byla provedena analýza podmínek vnějšího a vnitřního prostředí pro nabídku udržitelného cestovního ruchu v rámci obou regionů. Tím byl zjištěn významný potenciál rozvoje tohoto druhu cestovního ruchu s rozsáhlou nabídkou turistických atraktivit. Následně byla provedena analýza organizací podporující udržitelný cestovní ruch v Jihočeském kraji a Horním Rakousku. Z výsledků dostupných sekundárních zdrojů vyplynulo, že Jihočeský kraj nabízí spousty kulturně-historických památek, přírodních zajímavostí a chráněných přírodních území. Velmi rozvinuté je zde rybníkářství a nabídku doplňují také rozsáhlé sítě pěších stezek, cyklostezek a hipostezeck či mnoho vodních ploch vhodných ke koupání. Velkým předpokladem pro kvalitní nabídku agroturistických služeb je vysoká kvalita životního prostředí s atraktivní venkovskou krajinou, místními zvyky a tradicemi lidové kultury. Na druhé straně kraj nedisponuje zcela dostatečnou dopravní infrastrukturou. Současný organizační systém řízení cestovního ruchu v České republice je neefektivní, s čímž je spojena také nedostatečná spolupráce mezi zainteresovanými subjekty v rámci cestovního ruchu. Celková propagace cestovního ruchu je nevhodně komunikována a řízena. Velkým nedostatkem je zcela nevyužitý potenciál moderních informačních technologií napříč celým odvětvím cestovního ruchu.

Země Horní Rakousko je významná průmyslová oblast s kvalitní rozvinutou dopravní infrastrukturou, velmi rozvinuté je zde také zemědělství se zaměřením na ekologickou produkci, dlouhá historie venkovského cestovního ruchu a kvalitní životní prostředí

s krásnou místní krajinou, která je doplněna rozsáhlými pěšími stezkami, hipostezkami, cyklostezkami a podmínkami pro zimní sporty. Horní Rakousko je považováno za jednu z nejmodernějších a konkurenceschopných oblastí v celé Evropě.

Pro zhodnocení aktuální nabídky a poptávky po agroturistických službách byla zvolena kvantitativní metoda ve formě dotazníkového šetření, jehož prostřednictvím byli osloveni provozovatelé agroturistických farem v obou regionech. Data byla získána pomocí online dotazníku, kde se část otázek zaměřovala na nabídku a kvalitu poskytovaných agroturistických služeb a část na poptávku po těchto službách.

Kvantitativní metoda byla doplněna řízenými rozhovory s Ing. Jaroslavem Poláškem, ředitelem Jihočeské centrály cestovního ruchu a s Mag. Reinerem Jelínkem, který působí na oddělení Destinace a rozvoji cestovního ruchu v rámci Hornorakouské centrály cestovního ruchu (Oberösterreich Tourism). Odpovědi odborníků z obou oblastí vhodně doplnily výsledky dotazníkového šetření.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplynulo, že nabídka ostatních doplňkových služeb se mění v závislosti na kapacitě ubytovacího zařízení. Dotazované agroturistické farmy v Jihočeském kraji i v Horním Rakousku s vyšší ubytovací kapacitou disponují širší nabídkou ostatních doplňkových služeb. Největší rozdíly jsou však patrné v poskytování ubytovacích a stravovacích služeb. Agroturistické farmy Horního Rakouska jsou pravidelně kontrolovány a hodnoceny dle standardizovaných měřítek a tím je kvalita těchto služeb na velmi vysoké úrovni. Provozovatelé agroturistických služeb v Horním Rakousku jsou více zaměřené na decentralizované ubytování a při přípravě jídel pro své hosty se snaží využívat produkty vlastní výroby. V případě Jihočeského kraje najdeme výjimky z řad provozovatelů agroturistiky, kteří podnikají v odvětví cestovního ruchu taktéž na velmi dobré úrovni. Z celkového pohledu je ale rozvoj venkovského cestovního ruchu a nabídka služeb s tím spojená oproti Hornímu Rakousku prozatím na nižší úrovni. Výše uvedené analýzy byly zaměřeny i na poptávku po agroturistických službách v obou regionech. Nejčastějšími návštěvníky farem v Jihočeském kraji i v Horním Rakousku jsou rodiny s dětmi a s tím i spojené služby, které této skupině hostů odpovídají. V obou regionech poptávka po službách agroturistiky za poslední roky roste.

Na základě zjištěných dat byla navržena jistá doporučení, která by mohla vylepšit stávající nabídku, potažmo poptávku po službách této formy cestovního ruchu v obou

regionech. Hlavní doporučení se týkala zkvalitnění základních ubytovacích, stravovacích a potažmo rozšíření ostatních doplňkových služeb. Mnohdy se stává, že na úkor služeb ubytovacích jsou nedostatečné služby stravovací a doplňkové. Další doporučení se vztahovala ke komunikaci agroturistických farem prostřednictvím webových stránek a sociálních sítí, kde je nutné dbát především na aktualizovaný a funkční web s fotografickou podporou. Tyto návrhy se týkaly zejména agroturistických farem v Jihočeském kraji. Velmi důležité je také rozvržení aktivit do celé provozní sezóny s cílem přimět turisty navštěvovat agroturistické farmy nejenom v letních měsících. V závěru diplomové byl rozpracován návrh volnočasové aktivity v podobě hry založené na geocachingu, která by díky své finanční nenáročnosti vhodně doplnila stávající agroturistickou nabídku aktivit v Jihočeském kraji a Horním Rakousku.

# I Summary

The main aim of this diploma thesis called „Sustainable Tourism in South Bohemia Region and Upper Austria“ was to analyse the current supply and demand for the services of sustainable tourism in South Bohemia Region and Upper Austria. Another aim dealt with the analysis of organizations supporting sustainable tourism in both regions.

The first part of the thesis dealt with a literary research which defined, using expert literature, the problem of the given topic. Basic definitions, terms and divisions related to tourism, sustainable tourism, its three basic pillars and forms of rural tourism were described.

The second part of the thesis dealt with characterising regions of South Bohemia and Upper Austria including economic and geographic conditions, transport infrastructure and a list of the most important tourist attractions. Afterwards, the thesis dealt with analysing the organizations supporting sustainable tourism within each region.

A significant part of the diploma thesis consisted of a research survey implemented via the form of an online questionnaire which had been sent to the operators of agrotouristic farms in both territories. The survey data was suitably completed by findings from controlled interviews from the representatives of organizations dealing with tourism in the regions of South Bohemia and Upper Austria. Based on summarizing all data and information from both the quantitative and qualitative research the current supply and demand for agrotourist services. Both territories have great prerequisites to develop agrotourism, nevertheless agrotourist farms in Upper Austria are able to benefit more from the natural, gastronomic, and perhaps natural potential of the country, and thanks to mutual cooperation are able to run this type of tourism at a very high level. The operators of agrotourist farms in the region of South Bohemia are, so far, not able to provide agrotourist services at a level of the same quality as in Upper Austria. Even so, the demand in both regions has been still growing during the last years.

In the conclusion of the thesis, both regions were compared based on statistical data and available secondary sources, and hypotheses, which had been set in the thesis introduction, were evaluated. The suggested recommendations were mostly related to improving basic agrotourist services and a suitable attitude towards business activity in

the branch of agrotourism. The last point develops a suggestion of a free-time activities that would suitably complete the supply of agrotourist activities and would be focused especially on families with children, who are the main guests at agrotourist farms in both territories.

Keywords: tourism, sustainable development, sustainable tourism, agrotourism, services, South Bohemia Region, Upper Austria



## II Seznam použité literatury

### Literární zdroje

Beránek, J., & kol. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: MAG CONSULTIN.

Cooper, CH., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and Practice*. 4th edition. Harlow, England: Prentice Hall Financial Times.

Čertík, M., & kol. (2001). *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. Praha: Off.

Foret, M., & Foretová, V. (2001). *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing.

Foret, M., & kol. (2013). *Cestovní ruch v regionálním rozvoji*. Mendelova univerzita Brno.

Goeldner, C., R., & Ritchie, J. (2009). *Tourism: principles, practices, philosophies*. Eleventh ed. Hoboken, N. J.: John Wiley.

Gúčík, M. (2010). *Cestovný ruch. Úvod do štúdia*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism.

Hesková, M., Beránek, J., Dvořák, V., Novacká, L., & Oriška, J. (2011). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné a vysoké školy*. 2. upravené vydání. Praha: Fortuna.

Hučka, M., Kislíngrová, E., Malý, M., & kol. (2011). *Vývojové tendence velkých podniků. Podniky v 21. století*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck.

Choi, H.C., Sirakaya, E. (2006). *Sustainability indicators for managing community tourism*. Tourism Management.

Jakubíková, D. (2009). *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing.

Jakubíková, D. (2012). *Marketing v cestovním ruchu*. 2. aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing.

Kaspar, C. (1998). *Tourismus-Management, Tourismus-Marketing und Fremdenverkehrsplanung*. 3. Auflage. Berlin: De Gruyter.

- Kiral'ová, A. (2003). *Marketing destinace cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Ekopress.
- Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing.
- Kotler, P., & Keller, K., L. (2013). *Marketing management*. 14. vydání. Praha: Grada Publishing.
- Kozel, R., Mynářová, L., Svobodová, H. (2011). *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada Publishing.
- Linderová, I. (2013). *Cestovní ruch: základy a právní úprava*. 1. vydání. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava.
- Malá, V. (1999). *Cestovní ruch (vybrané kapitoly)*. Praha: VŠE.
- Palatková, M., & Zichová, J. (2011). *Ekonomika turismu: Turismus České republiky*. 2. aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing.
- Palatková, M. (2013). *Mezinárodní turismus*. 2. aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing.
- Pasková, M., Zelenka, J. (2012). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vydání. Praha: Linde Praha.
- Pavelková, D., & kol. (2009). *Klastry a jejich vliv na výkonnost firem*. Praha: Grada Publishing.
- Ritchie, J., R., B., Crouch, G., I. (2005). *The Competitive Destination: a sustainable tourism perspective*. 1st paperback edition. Wallingford; Cambridge: CABI Publishing.
- Ryglová, K., Burian, M., & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing.
- Řehák, J., Brom, O. (2015). *SPSS – Praktická analýza dat*. 1. Vydání. Brno: Computer Press.
- Stříbrná, M. (2005). *Venkovská turistika a agroturistika*. 1. vydání. Praha: Profi Press.
- Synek, M., Sedláčková, H., Vávrová, H. (2007). *Jak psát bakalářské, diplomové, doktorské a jiné písemné práce*. 2. přepracované vydání. Praha: Oeconomica.
- Škodová Parmová, D. (2007). *Agroturistika*. Č. Budějovice: EF JU.

Škodová Parmová, D. (2012). *Konkurenceschopnost a služby pro podnikatele*. Praha: Alfa nakladatelství.

Škodová Parmová, D., Dvořák, V., & Frková, I. (2013). *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta.

Šimková, E. (2013). *Sustainability in Tourism and Rural Areas*. 1. vydání. Hradec Králové: Gaudeamus.

Šimková, E. (2015). *Aktuální témata rozvoje venkovského cestovního ruchu v ČR*. 1. vydání. Hradec Králové: Gaudeamus.

Vitáková, M. (2007). *Školení a vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu: Využití kulturních a přírodních památek pro cestovní ruch*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj.

Vojtová, V. (2010). *Terminologie ve výzkumu*. Hradec králové: VOŠZ a SZŠ Hradec Králové.

Závodná, L., S. (2015). *Udržitelný cestovní ruch – Principy, certifikace a měření*. 1. vydání. Univerzita Palackého v Olomouci.

Zelenka, J., Těšitel, J., Pásková, M., & Kušová, D. (2013). *Udržitelný cestovní ruch*. 1. vydání. Hradec Králové: Gaudeamus.

### **Internetové zdroje**

Austriabau. (2017). *Oberösterreich*. Získáno 6. července, 2017 z: <https://www.austriabau.at/hausbau-oesterreich/oberoesterreich/>

Business Info. (2017). *Charakteristika Jihočeského kraje*. Získáno 3. srpna, 2017 z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/charakteristika-jihoceskeho-kraje-1914.html>

BusinessInfo.cz. (2017). *Poloha, rozloha a území kraje*. Získáno 3. srpna, 2017 z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/charakteristika-jihoceskeho-kraje-1914.html#poloha>

Cestovní ruch a udržitelný rozvoj. (2007). Získáno 10. prosince, 2016, z [http://www.mmr.cz/getmedia/b973337b-cccc-42a3-9d19-2b23356dcff2/GetFile15\\_1.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/b973337b-cccc-42a3-9d19-2b23356dcff2/GetFile15_1.pdf).

- CzechTourism. (n.d.). *Turistické regiony České republiky*. Získáno 3. srpna, 2017 z: <http://www.czechtourism.cz/nase-sluzby-pro-vas/spoluprace-s-regiony/mapa-turistickych-regionu-a-oblasti,-kontakty/>
- Česká Kanada. (2011). *Česká Kanada*. Získáno 28. června, 2017 z: <http://www.ceska-kanada.cz/ceska-kanada-1.html>
- Českokobudějovicko Hlubocko. (2017). *Strategie a cíle*. Získáno 25. června, 2017 z: <https://www.cb-hl.cz/strategie-a-cile>
- Český statistický úřad. (2016). *Nejnovější údaje: Jihočeský kraj*. Získáno 30. června, 2017 z: <https://www.czso.cz/csu/xc/1-xc>
- Český statistický úřad. (2016). *Statistická ročenka Jihočeského kraje 2016*. Získáno 30. června, 2017 z: <https://www.czso.cz/documents/10180/32803988/33010516.pdf/1e3e3056-d802-4953-8c52-a51f876e60f4?version=1.15>
- Donau Oberösterreich. (2017). *Region Donau Oberösterreich*. Získáno 10. července z: <http://www.donauregion.at/detail/article/10168-region-donau-oberoesterreich.html>
- Forum. (2017). *Upper Austria*. Získáno 8. srpna, 2017 z: <http://www.fpr-sb.eu/partner/upper-austria>
- Genussland Oberösterreich. (2015). *Genussland OÖ Allgemein*. Získáno 20. července, 2017 z: <http://www.genussland.at/detail/article/genussland-ooe-allgemein.html>
- Horní Rakousko. (2017). *Horní Rakousko – Medienbeilage*. Získáno 13. srpna, 2017 z: [http://www.hornirakousko.cz/uploads/tx\\_ooneucat/2017\\_Medienbeilage\\_CZ\\_OK\\_01.pdf](http://www.hornirakousko.cz/uploads/tx_ooneucat/2017_Medienbeilage_CZ_OK_01.pdf)
- Jihočeská centrála cestovního ruchu. (2016). *Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2015–2020*. Získáno 23. července, 2017 z: [http://www.kraj-jihocesky.cz/file.php?par\[id\\_r\]=127197&par\[view\]=0](http://www.kraj-jihocesky.cz/file.php?par[id_r]=127197&par[view]=0)
- Jihočeská centrála cestovního ruchu. (2016). *Mise, cíle a poslání*. Získáno 23. června, 2017 z: <https://www.jccr.cz/cinnost-a-sluzby-jccr/mise-cile-a-poslani>
- Jihočeská hospodářská komora. (2013). *Cestovní ruch*. Získáno 19. června, 2017 z: <http://www.jhk.cz/o-nas/organizacni-struktura/oborova-sdruzeni/cestovni-ruch-4.html>
- Jihočeské letiště. (2008). *Modernizace*. Získáno 18. června, 2017 z: [http://www.airport-cb.cz/index.php?art=page&art\\_id=34&lang](http://www.airport-cb.cz/index.php?art=page&art_id=34&lang)
- Jihočeské letiště. (2008). *Technické informace*. Získáno 18. června, 2017 z: <http://www.airport-cb.cz/cz/page/12/technicke-info.html>
- Jižní Čechy. (2017). *Lipensko*. Získáno 25. června, 2017 z: <https://www.jiznicechy.cz/turisticke-oblasti/li-lipensko>

- Jižní Čechy. (2017). *Novohradsko-Doudlebsko*. Získáno 25. června, 2017 z: <https://www.jiznicechy.cz/turisticke-oblasti/nh-novohradsko-doudlebsko>
- Jižní Čechy. (2017). *Podkletí*. Získáno 25. června, 2017 z: <https://www.jiznicechy.cz/turisticke-oblasti/pk-podkleti>
- Jižní Čechy. (2017). *Prácheňsko a Pošumaví*. Získáno 25. června, 2017 z: <https://www.jiznicechy.cz/turisticke-oblasti/pp-prachensko-a-posumavi>
- Jižní Čechy. (2017). *Šumavsko*. Získáno 25. června, 2017 z: <https://www.jiznicechy.cz/turisticke-oblasti/su-sumavsko>
- Jižní Čechy. (2017). *Krumlovsko*. Získáno 25. června, 2017 z: <https://www.jiznicechy.cz/turisticke-oblasti/kr-krumlovsko>
- Mühlviertel. (2017).
- Jižní Čechy. (2017). *Poznejte jižní Čechy*. Získáno 25. června, 2017 z: <https://www.jiznicechy.cz/>
- Jižní Čechy. (2017). *Písecko*. Získáno 5. srpna, 2017 z: <https://www.jiznicechy.cz/turisticke-oblasti/pi-pisecko>
- KS MAS Jihočeský kraj. (n.d.) *Cíle projektu*. Získáno 22. června, 2017 z: <http://jihoceskemmas.cz/cile-projektu/>
- KS MAS Jihočeský kraj. (n.d.) *Co je to MAS*. Získáno 20. července, 2017 z: <http://jihoceskemmas.cz>
- KS MAS Jihočeský kraj. (n.d.) *Jihočeské akční skupiny*. Získáno 8. srpna, 2017 z: <http://jihoceskemmas.cz/mas/>
- Land Oberösterreich. (n.d.). *Verkehr*. Získáno 4. července, 2017 z: <https://www.land-oberoesterreich.gv.at/155.htm>
- Land Oberösterreich. (n.d.). *Nutzen und Charakteristika von LEADER*. Získáno 17. července, 2017 z: <https://www.land-oberoesterreich.gv.at/90939.htm>
- Linz Tourismus. (2015). *Linz – UNESCO City of Media Arts!* Získáno 29. června, 2017 z: <http://www.linztourismus.at/sehen-und-erleben/city-of-media-arts/>
- Linz Tourismus. (2015). *Top 10 Sehenswürdigkeiten in Linz*. Získáno 29. června, 2017 z: <http://www.linztourismus.at/vidni-a-zkusenost/top10/>
- Mein Österreich. (2013). *6. Österreich als Bundesstaat*. Získáno 6. července, 2017 z: <http://www.staatsbuergerschaft.gv.at/index.php?id=46>
- Metodická podpora regionálního rozvoje. (2017). *Charakteristika Jihočeského kraje*. Získáno 2. srpna, 2017 z: <http://www.regionálnírozvoj.cz/index.php/jihocesky-kraj.html>

- Metodická podpora regionálního rozvoje. (2017). *Kraje ČR*. Získáno 2. srpna, 2017 z: <http://www.regionálnírozvoj.cz/index.php/kraje-cr.html>
- Mühlviertel. (2015). *Imagebroschuere-Muehlviertel*. Získáno 15. srpna, 2017 z: [http://www.muehlviertel.at/uploads/tx\\_ooneucat/Imagebroschuere-Muehlviertel-cz-2015-Screen1\\_01.pdf](http://www.muehlviertel.at/uploads/tx_ooneucat/Imagebroschuere-Muehlviertel-cz-2015-Screen1_01.pdf)
- Nadace Jihočeské cyklostezky. (2011). *O nadaci*. Získáno 22. června, 2017 z: <http://www.jihoceske-cyklostezky.cz/njc/sample-page/>
- Oberösterreich. (2017). *Das Salzkammergut – Sehnsucht nach reinem Lebensgenuss*. Získáno 29. června, 2017 z: <http://www.oberoesterreich.at/detail/article/7006-das-salzkammergut-sehnsucht-nach-reinem-lebensgenuss.html>
- Oberösterreich Tourismus. (2017). *Die Bildsprache*. Získáno 13. srpna, 2017 z: <http://www.oberoesterreich-tourismus.at/>
- Oberösterreich Tourismus. (2017). *Landes – Tourismusstrategie Oberösterreich*. Získáno 15. srpna, 2017 z: <http://www.oberoesterreich-tourismus.at/detail/article/5839-landes-tourismusstrategie-oberoesterreich.html>
- Oberösterreich Tourismus. (2017). *Tourismusbericht Oberösterreich 2016*. Získáno 13. července, 2017 z: [http://www.oberoesterreich-tourismus.at/uploads/media/Tourismusbericht\\_2016\\_V2.pdf](http://www.oberoesterreich-tourismus.at/uploads/media/Tourismusbericht_2016_V2.pdf)
- Oberösterreich Tourismus. (2017). *Tourismusorganisationen*. Získáno 13. července, 2017 z: <http://www.oberoesterreich-tourismus.at/detail/article/6827-tourismusorganisationen.html>
- Oficiální internetový portál Jihočeského kraje. (2017). *Organizační struktura orgánů Jihočeského kraje*. Získáno 5. srpna, 2017 z: [http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par%5bid\\_v%5d=1083&par%5blang%5d=CS](http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par%5bid_v%5d=1083&par%5blang%5d=CS)
- Oficiální internetový portál Jihočeského kraje. (2017). *Znak a symboly Jihočeského kraje*. Získáno 5. srpna, 2017 z: [http://www.kraj-jihocesky.cz/348/znak\\_a\\_symboly\\_kraje.htm](http://www.kraj-jihocesky.cz/348/znak_a_symboly_kraje.htm)
- Pyhrn-Priel. (2017). *Prázdňinový region Pyhrn-Priel*. Získáno 15. srpna, 2017 z: <http://www.urlaubsregion-pyhrn-priel.at/cz/oesterreich/region/20/pyhrn-priel.html>
- Rakousko.Svetadily.cz. (2013). *Horní Rakousko*. Získáno 9. srpna, 2017 z: <http://rakousko.svetadily.cz/horni-rakousko/lokality>
- Regional Policy. (2017). *The EU Regional Competitiveness Index 2016*. Získáno 23. července, 2017 z: [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/en/information/publications/working-papers/2017/the-eu-regional-competitiveness-index-2016](http://ec.europa.eu/regional_policy/en/information/publications/working-papers/2017/the-eu-regional-competitiveness-index-2016)
- TourMyCountry. (2012).

- Spolek pro obnovu venkova JčK. (n.d.). *Historie organizace*. Získáno 2. července, 2017 z: <http://www.spov-jck.cz/historie/ds-25/p1=6692>
- Svaz venkovské turistiky a agroturistiky. (2016). *O svazu*. Získáno 13. srpna, 2017 z: <http://www.svazvt.cz/doc/5/>
- Štumpf, P., Vojtko, V., & kol. (2015). *Cestovní ruch v regionu*. Získáno 14. srpna, 2017 z: [http://www.ef.jcu.cz/o-fakulte/katedra-obchodu-a-cestovniho-ruchu\Cestovni-ruch-v-regionu.pdf](http://www.ef.jcu.cz/o-fakulte/katedra-obchodu-a-cestovniho-ruchu/Cestovni-ruch-v-regionu.pdf)
- Toulava. (n.d.). *Vítejte v turistické oblasti Toulava*. Získáno 28. června, 2017 z: <http://www.toulava.cz/?i=253>
- TourMyCountry.com. (n.d.). *Linz and Upper Austria seghtsiing guide*. Získáno 15. srpna, 2017 z: <http://www.tourmycountry.com/austria/linz-upper-austria.htm>
- Třeboňsko. (2017). *Třeboňsko*. Získáno 6. srpna, 2017 z: <http://www.trebonsko.cz/trebonsko/>
- United Nations Environment Programme. (2007). *Definitions*. Získáno 15. prosince, 2016 z: <http://staging.unep.org/resourceefficiency/Business/SectoralActivities/Tourism/FactsandFiguresaboutTourism/Definitions/tabid/78773/Default.aspx>
- UNWTO Tourism Highlights. (2015). Získáno 20. prosince, 2016 z: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>
- Urlaub au Bauernhof. (2013). *Wir sind die spezialisten für urlaub am bauernhof in Österreich*. Získáno 13. července, 2017 z: <http://www.urlaubambauernhof.at/bundesverband/oberoesterreich/service/ueberuns.html?L=1#tab=info>
- WKO. (2017). *Tourismus und Freizeitwirtschaft – Oberösterreich*. Získáno 10. července z: <https://www.wko.at/branchen/ooe/tourismus-freizeitwirtschaft/start.html>
- World Tourism Organization. (2005). *Definition*. Získáno 20. prosince, 2016 z: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>
- World Tourism Organization. (n.d.). *Global Code of Ethics for Tourism*. Získáno 15. prosince, 2016 z: <http://ethics.unwto.org/content/global-code-ethics-tourism>

## III Seznam tabulek, schémat, obrázků a grafů

### Seznam tabulek

Tabulka 1: Příjezdový cestovní ruch a tržby – Česká republika .....	16
Tabulka 2: Pozitivní a negativní dopady cestovního ruchu na environmentální prostředí .....	31
Tabulka 3: Pozitivní a negativní dopady cestovního ruchu na ekonomické prostředí .....	32
Tabulka 4: Pozitivní a negativní dopady cestovního ruchu na sociální prostředí .....	33
Tabulka 5: Nabídka volnočasových aktivit a doplňkových služeb – četnosti .....	74
Tabulka 6: Důvod návštěvy hostů – četnosti .....	79
Tabulka 7: Délka podnikatelské činnosti v agroturistice v závislosti na vyhovujících finančních prostředcích – Jihočeský kraj .....	86
Tabulka 8: Délka podnikatelské činnosti v agroturistice v závislosti na vyhovujících finančních prostředcích – Horní Rakousko .....	86
Tabulka 9: Vztah kapacit HUZ a nabídky agroturistických služeb – Jihočeský kraj .....	87
Tabulka 10: Vztah kapacit HUZ a nabídky agroturistických služeb – Horní Rakousko .....	88
Tabulka 11: Průměr poskytovaných agroturistických služeb jednotlivých HUZ kapacit – Jihočeský kraj, Horní Rakousko .....	89
Tabulka 12: Preference provozovatelů agroturistiky v Jihočeském kraji a Horním Rakousku na poptávku po agroturistických službách – relativní četnosti .....	89
Tabulka 13: Komparační tabulka základních údajů Jihočeského kraje a Horního Rakouska .....	94
Tabulka 14: Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v Jihočeském kraji a Horním Rakousku v letech 2012–2016 .....	95
Tabulka 15: Kapacity a návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v letech 2012–2016 Jihočeský kraj a Horní Rakousko .....	95
Tabulka 16: Komparace teritorií z hlediska potenciálu rozvoje udržitelného cestovního ruchu u zemědělských podniků .....	96
Tabulka 17: Komparace zemědělské produkce: rostlinná, živočišná, zemědělské služby – Jihočeský kraj, Horní Rakousko .....	97
Tabulka 18: Komparační tabulka nabídky služeb a volnočasových aktivit v Jihočeském kraji a Horním Rakousku v roce 2016 .....	99
Tabulka 19: Náklady na zhotovení návrhu „Borovanský poklad“ .....	107

### Seznam schémat

Schéma 1: Cestovní ruch jako systém .....	17
Schéma 2: Trh cestovního ruchu .....	22
Schéma 3: Struktura služeb v cestovním ruchu .....	25
Schéma 4: Schéma tří P: planet, people, profit .....	29



## Seznam obrázků

Obrázek 1: Kraje České republiky .....	40
Obrázek 2: Administrativní členění Jihočeského kraje.....	41
Obrázek 3: Turistické regiony České republiky – geografické vymezení .....	44
Obrázek 4: Logo Jihočeského kraje vs. jižní Čechy .....	44
Obrázek 5: Jihočeské MAS 2014–2020.....	51
Obrázek 6: Spolkové země Rakouska.....	53
Obrázek 7: Administrativní členění Horního Rakouska .....	54
Obrázek 8: Spolkové země Rakouska – geografické vymezení.....	57
Obrázek 9: Logo spolkové země Horní Rakousko vs. Logo Horního Rakouska.....	58
Obrázek 10: Organizace cestovního ruchu Horní Rakousko .....	62
Obrázek 11: LEADER regiony Horní Rakousko 2014–2020.....	65

## Seznam grafů

Graf 1: Zdroj příjmů podnikatelské činnosti.....	67
Graf 2: Délka podnikatelské činnosti.....	68
Graf 3: Prostředky z provozování farmy .....	69
Graf 4: Období provozování farmy.....	69
Graf 5: Nabídka ubytovacího zařízení .....	70
Graf 6: Kapacita ubytovacího zařízení.....	71
Graf 7: Stravovací služby.....	72
Graf 8: Příprava pokrmů z produktů vlastní výroby .....	72
Graf 9: Nabídka volnočasových aktivit a doplňkových služeb.....	74
Graf 10: Půjčování vybavení k trávení volného času.....	75
Graf 11: Sledování aktuálních trendů v poskytování služeb.....	76
Graf 12: Rozšíření, zavedení nových služeb.....	77
Graf 13: Věková struktura hostů .....	77
Graf 14: Bydliště hostů .....	78
Graf 15: Důvod návštěvy hostů.....	79
Graf 16: Zájem o produkty vlastní výroby.....	80
Graf 17: Poptávka turistů po certifikovaných službách .....	81
Graf 18: Komunikace objektu .....	82
Graf 19: Ohleduplnost turistů.....	83
Graf 20: Poptávka po službách venkovského cestovního ruchu .....	84
Graf 21: Podpora ze strany kraje.....	85
Graf 22: Vztah kapacit HUZ a nabídky agroturistických služeb – Jihočeský kraj .....	87
Graf 23: Vztah kapacit HUZ a nabídky agroturistických služeb – Horní Rakousko .....	88

## **IV Seznam příloh**

Příloha 1: Dotazník

Příloha 2: Rozhovor s Ing. Jaromírem Poláškem, ředitel Jihočeské centrály cestovního ruchu

Příloha 3: Rozhovor s Mag. Reinerem Jelínkem, Destinace a rozvoj cestovního ruchu Horní Rakousko (Destinations- und Tourismusentwicklung, Oberösterreich Tourismus)

# V Přílohy

## Příloha 1: Dotazník

Dobrý den,

jmenuji se Monika Kanovová a jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Ráda bych Vás požádala o spolupráci při psaní mé diplomové práce na téma „Udržitelný cestovní ruch v Jihočeském kraji a Horním Rakousku.“ V diplomové práci se zabývám analýzou aktuální nabídky a poptávky po službách udržitelného cestovního ruchu se zaměřením na agroturistické farmy. Tímto Vás velice prosím o vyplnění následujícího dotazníku. Ujišťuji Vás, že dotazník je zcela anonymní a odpovědi budou použity pouze pro účely a zpracování této práce.

Velice děkuji za Váš čas a spolupráci.

### **1. Je provoz agroturistiky hlavní zdroj Vašich příjmů?**

- a) Ano
- b) Ne

### **2. Jak dlouho již podnikáte v odvětví cestovního ruchu?**

- a) Méně než 1 rok
- b) 1–3 roky
- c) 4–8 let
- d) 9 let a více

### **3. Jsou pro Vás prostředky získané z provozování Vaší agroturistické farmy vyhovující?**

- a) Ano
- b) Ne, v čem vidíte hlavní problém?

### **4. Období, ve kterém poskytujete agroturistické služby?**

- a) Celoroční provoz
- b) Letní provoz
- c) Zimní provoz
- d) Jiné.....

**5. Jaký typ ubytovacího zařízení provozujete?**

- a) Hotel
- b) Penzion
- c) Apartmán
- d) Chata, chalupa
- e) Ubytování v soukromí
- f) Žádné (následující otázku přeskočte)
- e) Jiné.....

**6. Jaká je kapacita Vašeho ubytovacího zařízení?**

- a) 1-10 lůžek
- b) 11-20 lůžek
- c) 21-30 lůžek
- d) 31-40 lůžek
- e) 40 lůžek a více

**7. Jakou formu stravování poskytujete?**

- a) Snídaně
- b) Polopenze
- c) Plná penze
- d) Nenabízíme stravování (následující otázku přeskočte)
- f) Jiná forma.....

**8. Využíváte k přípravě pokrmů pro hosty především suroviny vlastní výroby?**

- a) Ano
- b) Ne

**9. Jsou Vaše ubytovací, stravovací či jiné služby nějak certifikované?**

.....

**10. Jakým způsobem lze u Vás trávit volný čas?**

- a) Jízda na koni
- b) Kulturní akce, slavnosti
- c) Sběr lesních plodů
- d) Pěší turistika
- e) Cykloturistika
- f) Práce na farmě
- g) Koupání v okolí
- h) Rybolov
- i) Lov zvěře
- g) Jiný způsob.....

**11. Půjčujete hostům vybavení k trávení volného času (např. kolo, trekingové hole apod.)?**

- a) Ano
- b) Ne

**12. Snažíte se sledovat aktuální trendy v oblasti poskytování služeb v rámci Vaší podnikatelské činnosti v cestovním ruchu?**

- a) Ano, jakým způsobem?
- b) Ne

**13. Přemýšleli jste do budoucna o rozšíření či zavedení nových služeb?**

- a) Ano, o jakých?
- b) Ne

**14. Jaký typ hostů k Vám nejčastěji přijíždí?**

- a) Rodiny s dětmi
- b) Děti (škola v přírodě, tábory apod.)
- c) Mladí lidé (bez dětí)
- d) Turisté středního věku
- e) Senioři
- f) Ostatní.....

**15. Odkud k Vám nejčastěji hosté přijíždí?**

- a) Z blízkého okolí (do 30 km)
- b) Z celého regionu
- c) Z celé země
- d) Ze zahraničí

**16. Z jakého důvodu k Vám nejčastěji hosté přijíždí?**

- a) Relaxace na venkově
- b) Koupání
- c) Práce na farmě
- d) Lokální gastronomie
- e) Koně
- f) Pěší turistika
- g) Cykloturistika
- h) Místní kulturní události
- i) Příroda v okolí
- j) Kulturně – historické památky v okolí
- k) Jiný důvod.....

**17. O jaké produkty (suroviny) z Vaší farmy mají hosté největší zájem?**

- a) Brambory
- b) Maso
- c) Mléko
- d) Vejce
- e) Ovoce, zelenina
- f) Sýry
- g) Nemají zájem
- h) Nenabízíme produkty
- i) O jiné.....

**18. Jsou podle Vás ochotni turisté připlatit si za služby (produkty), které disponují Bio-kvalitou či Ekoznačkou?**

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Ne

**19. Jakým způsobem se snažíte zviditelnit a přilákat tak turisty?**

- a) Internet (webové stránky),
- b) Televize
- c) Rádio
- d) Tisk, brožury, letáky
- e) Venkovní reklama
- f) Sociální sítě
- g) Spolupráce s CK
- h) Žádným způsobem
- i) Jiným způsobem.....

**20. Dbáte na to, aby se turisté, kteří navštěvují Vaši farmu, chovali zodpovědně a ohleduplně k místnímu prostředí a byly tak v souladu s udržitelným cestovním ruchem?**

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne (následující otázku přeskočte)
- d) Ne (následující otázku přeskočte)

**21. Jakým způsobem se snažíte řídit provoz Vaší agroturistické farmy, aby byl ohleduplný vůči životnímu prostředí a místním obyvatelům?**

.....

**22. Jste členem nějakého spolku, sdružení či svazu, který se zabývá podporou udržitelného rozvoje cestovního ruchu či zemědělské činnosti?**

.....

**23. Je podle Vašeho názoru poptávka po službách tohoto druhu cestovního ruchu na vzestupu?**

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Ne

**24. Myslíte si, že je podpora agroturistiky ze strany kraje dostatečná?**

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Ne

## **Příloha 2: Rozhovor s Ing. Jaromírem Poláškem, ředitel Jihočeské centrály cestovního ruchu**

### **Jak byste celkově zhodnotil úroveň poskytovaných služeb v rámci venkovského cestovního ruchu, respektive agroturistiky?**

Na provozovatele těchto farem v Jihočeském kraji se můžeme dívat ze dvou pohledů, buď jsou to ti, jejichž primární podnikatelskou činností je zemědělství a v rámci toho se začali angažovat i v oblasti cestovního ruchu, anebo jsou to ti, kteří se převážně věnují cestovnímu ruchu se zaměřením na agroturistiku. U druhé skupiny podnikatelů bychom našli takové, kteří se tomuto oboru věnují důkladně a jejich poskytované služby jsou na velmi dobré úrovni. První skupina provozovatelů agroturistiky sice dokáže nabídnout reálný pohled na provoz farmy a zemědělské činnosti, ale právě u těchto podnikatelů vážnou službu ubytovací či stravovací. Obecně v poskytování agroturistických služeb ještě máme co dohánět a rozhodně jejich kvalita není na nejlepší úrovni. Určitě se ale kvalita služeb rok od roku zlepšuje.

### **Snaží se tyto agroturistické farmy sledovat aktuální trendy v poskytování služeb? Jakým způsobem?**

Tato otázka má do jisté míry souvislost s tou první a je to opět velice individuální záležitost. Najdou se tací, kteří agroturistiku a služby venkovské turistiky dělají velmi dobře, zajímají se o nové služby, díky kterým by rozšířili svou stávající nabídku a tím tak oslovili více turistů. Většina těchto provozovatelů má již svou stávající klientelu, která se k nim pravidelně vrací, a to právě díky jejich kvalitním službám. Těchto provozovatelů bohužel není moc. U zbylé většiny by se mělo zapracovat ještě na zkvalitnění základních ubytovacích a stravovacích služeb.

### **V čem dle Vašeho názoru spočívá výhoda v provozování tohoto druhu cestovního ruchu proti Hornímu Rakousku, díky které by turisté měli navštěvovat právě Jihočeský kraj?**

Výhodu spatřuji ve volnosti pohybu a poznání okolních jak přírodních, tak kulturně-historických atraktivit, které lze jednoduše skloubit s pobytem na agroturistické farmě. Turisté, kteří navštěvují agroturistické farmy v Jihočeském kraji, mají možnost podnikat různé pěší túry, houbařit a projíždět se na koni, a to téměř kdekoliv v okolí farmy. V případě konání se nějaké kulturní události je často spojení provozu farmy a této akce jednodušší než v případě Horního Rakouska, kde je to díky různým povolením



a předpisům složitější. Také co se týká u nás tak oblíbeného houbaření a sběru lesních plodů, v Horním Rakousku tato činnost téměř nepřipadá v úvahu, lesy jsou soukromé a nepřístupné každému.

**Je poptávka po tomto druhu cestovního ruchu za poslední roky rostoucí? Pokud ano, co je tím důvodem?**

Rozhodně, poptávka po agroturistice a obecně venkovském cestovním ruchu za poslední roky roste. Jak jsem již zmínil, některé farmy mají svou stálou klientelu a v období provozu těchto farem mají téměř obsazeno. Poptávku představují především turisté z Prahy a Středních Čech, kteří utíkají relaxovat z velkých měst na venkov.

**Jaké služby se v rámci agroturistiky v Jihočeském kraji nejvíce poptávají?**

Tento druh cestovního ruchu podnikají především rodiny s dětmi a také jsou nejčastějšími hosty agroturistických farem v Jihočeském kraji. Nejvíce poptávané služby jsou jakékoliv aktivity spojené se zvířaty, jízda na koních, krmení zvířat apod. Dalším lákadlem, díky kterému turisté venkov navštěvují, je lokální gastronomie a výroba místních produktů.

**Využívají dle Vašeho názoru provozovatelé agroturistických farem a organizace podporující udržitelný cestovní ruch dostatečně potenciál moderních informačních technologií?**

Co se týká samotných podnikatelů, hlavně v období provozu farmy, jde správa například webových stránek či sociálních sítí, které se týkají komunikace jejich provozu, stranou. Komunikace prostřednictvím vlastních webových stránek je v mnoha případech nedostatečná, informace nejsou aktuální a rezervační systémy nefunkční. Opět ale najdeme výjimky. Díky krajské podpoře a podpoře místních organizací dochází ke spolupráci a zviditelnění místních farem.

**Je dle Vašeho názoru podpora tohoto druhu cestovního ruchu ze strany kraje dostatečná?**

Kraj se snaží podporovat agroturistické farmy především v oblasti marketingové. Důkazem může být například projekt „Agroturistická mapa Jihočeského kraje“, který byl spolufinancován z Grantového programu Jihočeského kraje a představuje vybrané agroturistické farmy a jejich nabídku služeb. Nelze opomenout také ostatní dotační programy Jihočeského kraje na podporu cestovního ruchu.

### **Příloha 3: Rozhovor s Mag. Reinerem Jelínkem, Destinace a rozvoj cestovního ruchu Horní Rakousko (Destinations- und Tourismusedwicklung, Oberösterreich Tourismus)**

#### **Jak byste celkově zhodnotil úroveň poskytovaných služeb v rámci venkovského cestovního ruchu, respektive agroturistiky?**

Značka „Urlaub am Bauernhof“ zaručuje svým hostům dovolenou na nejkrásnějších, kvalitně testovaných farmách ze všech regionů Rakouska. Farmy jsou pravidelně kontrolovány dle standardizovaných specifikací v oblasti farmy, vybavení a kvality služeb. Na základě toho je farmě přidělen počet květin (2, 3, 4 nebo 5 květin), který znázorňuje kvalitu a rozsah poskytovaných služeb. Více než 130 objektů v Horním Rakousku má 4 květiny. Úroveň služeb v oblasti zemědělských objektů se zaměřením na cestovní ruch lze označit za velmi vysokou.

#### **Je poptávka po tomto druhu cestovního ruchu za poslední roky rostoucí? Pokud ano, co je tím důvodem?**

Nejdůležitějším rozhodovacím kritériem, stejně jako v předchozích letech dle statistického výzkumu (T-MONA Sommer 2014), díky kterému turisté navštěvují oblast Horního Rakouska, je krajina (49 %). Dalšími kritérii je klid (41 %), jezera (32 %) a hory (29 %). Dovolená na farmě je tudíž nejlepší volbou pro strávení dovolené s výše jmenovanými kritérii a splňuje tím tak touhu po přírodních krásách Horního Rakouska v nejvyšší míře. Navíc dle výzkumu je velká většina turistů rodiny s dětmi (do 14 let). Strávení dovolené na agroturistické farmě je vynikající volba v poměru ceny a kvality pro tuto cílovou skupinu. Poptávka po agroturistických farmách je zajisté rostoucí.

#### **Kolik farmářů provozujících agroturistiku najdeme v současné době v Horním Rakousku?**

Podle oficiálních statistik cestovního ruchu v Horním Rakousku najdeme celkem 621 podnikatelů, kteří nabízejí soukromé nebo prázdninové pobyty. Tyto pokoje mají kapacitu cca 4 700 lůžek (Léto 2016).