

# **JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**

## **Ekonomická fakulta**

Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

## **DIPLOMOVÁ PRÁCE**

**Analýza nabídky agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky  
v jižních Čechách**

Vedoucí diplomové práce:

doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Autor:

Bc. Martina Kozáková

---

2012

České Budějovice

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUĎEJOVICÍCH  
Fakulta ekonomická  
Akademický rok: 2010/2011

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Martina KOZÁKOVÁ**  
Osobní číslo: **E10656**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Obchodní podnikání**  
Název tématu: **Analýza nabídky agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky v jižních Čechách**  
Zadávací katedra: **Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova**

### Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

#### **Cíl práce:**

Cílem práce bude zanalyzování tržních podmínek, aktuální nabídky služeb poskytovaných agroturistickými farmami ve vybraných regionech jižních Čech a možnosti čerpání fondových prostředků na rozvoj této diverzifikační činnosti.

#### **Metodika práce:**

Práce je zaměřena na analýzu aktuální nabídky venkovského cestovního ruchu a agroturistických služeb ve zvolených regionech, resp. podmínek a podpor pro podnikatele při poskytování služeb cestovního ruchu v ubytovacích zařízeních ve venkovském prostoru. V návaznosti na tuto analytickou část bude v syntetické části navržen směr dalšího rozvoje služeb vzhledem k potřebám subjektů čerpajícím agroturistické služby a trendům ve světě. V práci budou použity analytické metody historické, logické a komparační s využitím analýzy statistických údajů, dotazníkové šetření.

#### **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 - 70 stran, dle možností  
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

- STRÍBRNÁ, M.: Venkovská turistika a agroturistika. Vyd. 1. Praha. ProfiPress 2005 - 65 s. ISBN 80-86726-14-2.  
JANEČKOVÁ, L., VAŠTIKOVÁ, M. : Marketing služeb. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 180s., ISBN 80-7169-995-0.  
KOTLER, P. - KELLER, K. L.: Marketing Management. Prentice Hall; 12 edition. 816 s. ISBN: 978-0131457577.  
PARMOVÁ, D.: Řízení služeb: přednášky. 1.vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zemědělská fakulta, 2004. 96 s., ISBN 80-7040-673-9.  
PAYNE, A.: Marketing služeb. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 1996. 248 s., ISBN 80-7169-276-X.  
BERÁNEK, J. - KOTEK, P.: Řízení hotelového provozu. 3., přeprac. vyd.. Praha : MAG ConsultingGrada Publishing, 2003. 218 s. ISBN 80-86724-00-X.  
PARMOVÁ, D. - PARMOVÁ, D.: Provoz služeb v cestovním ruchu 1. vyd.. - České Budějovice : Jihočeská univerzita, 2003 - 77, 84 s. ISBN 80-7040-611-9.  
HORNER, S. - SWARBROOKE, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha : Grada, c2003 - 486 s. ISBN 80-247-0202-9.  
COT Business (časopis)  
Hotelrevue (časopis)  
AHR Forum (bulletin)


Vedoucí diplomové práce: Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová  
Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova

Datum zadání diplomové práce: 10. února 2011

Termín odevzdání diplomové práce: 29. dubna 2012

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

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
L.S.  
Studentská 18 (25)  
370 05 České Budějovice

  
doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 29. března 2011

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma: **Analýza agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky v jižních Čechách** vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

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

V Českých Budějovicích dne 20. 4. 2012

.....

Bc. Kozáková Martina

## **Poděkování**

Děkuji vedoucí práce doc. Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové za její odborné konzultace a věcné připomínky, které mi napomohly k vypracování diplomové práce. Zároveň bych chtěla poděkovat všem, kteří mi poskytli cenné rady a informace.

## OBSAH

<b>1. Úvod.....</b>	<b>7</b>
<b>2. Literární přehled .....</b>	<b>9</b>
2.1 Vymezení cestovního ruchu.....	9
2.2 Typologie cestovního ruchu.....	10
2.3 Zelený cestovní ruch.....	13
2.4 Veřejné podpory a dotace na rozvoj venkovského cestovního ruchu .....	22
2.5 Marketing.....	27
2.6 Marketingový výzkum.....	32
<b>3. Cíle a metodika .....</b>	<b>34</b>
3.1 Cíl práce.....	34
3.2 Metodika a zpracování.....	34
3.3 Pracovní hypotézy .....	36
<b>4. Řešení problematiky .....</b>	<b>37</b>
4.1 Vymezení zvolených regionů .....	37
4.2 Předpoklady rozvoje venkovského cestovního ruchu.....	39
4.3 Analýza nabídky agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky.....	53
4.4 Analýza možností čerpání fondových prostředků na rozvoj agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky.....	65
<b>5. Vlastní výzkum .....</b>	<b>67</b>
5.1 Dotazníkové šetření mezi podnikateli cestovního ruchu .....	67
5.2 Dotazníkové šetření mezi potenciálními návštěvníky .....	77
5.3 Řízené rozhovory.....	83
5.4 Vyhodnocení pracovních hypotéz .....	87
<b>6. Návrhy řešení .....</b>	<b>89</b>
6.1 Návrh: Spolupráce okresů Strakonice a Písek .....	90
6.2 Návrh: Portál na podporu venkovského cestovního ruchu .....	91
6.3 Návrh: Klasifikace venkovského cestovního ruchu.....	93

---

6.4 Návrh: Eko Bio Mánie.....	95
6.5 Návrh: Poznej venkov.....	96
6.6 Návrh: Ochutnej venkov.....	97
6.7 Návrh: Inovace produktového portfolia.....	98
6.8 Finanční náročnost.....	105
<b>7. Závěr.....</b>	<b>107</b>
<b>8. Summary.....</b>	<b>110</b>
<b>9. Seznam použité literatury.....</b>	<b>111</b>
<b>10. Seznam tabulek, obrázků a grafů.....</b>	<b>118</b>
10.1 Seznam tabulek.....	118
10.2 Seznam obrázků.....	119
10.3 Seznam grafů.....	120
<b>11. Seznam příloh.....</b>	<b>121</b>

## 1. Úvod

Angličan Thomas Cook je symbolem rozkvětu masového cestovního ruchu, který byl podpořen nejenom rozvojem dopravních prostředků. Současné trendy se od hromadného cestovního ruchu odvracejí k jeho protipólu a to k individuálnímu cestovnímu ruchu. Cestování za poznáním kulturně historických a přírodních atraktivit, prožitím nevšedních zážitků či odpočínutí si od běžného života patří mezi nejčastější důvody, proč i v dobách ekonomické krize je domácí cestovní ruch na vzestupu. Podle statistik cestovního ruchu Ministerstva pro místní rozvoj se od roku 2010 pomalu zvyšuje podíl tuzemských turistů v českých a moravských regionech.

Vzrůstající zájem o ochranu životního prostředí a udržitelný cestovní ruch dává možnost rozvoji jeho alternativním formám, mezi které patří vesnická turistika, agroturistika, ekoagroturistika, ekoturistika, hipoturistika, stezky dědictví, chataření a chalupaření. Rychlé a chaotické životní tempo současné doby je důsledkem vyhledávání klidu, harmonie a relaxace ve volném časovém fondu obyvatel.

V budoucích letech lze očekávat nárůst preference venkovských destinací, které nabídnou typickou rurální atmosféru, odloučení se od rušných městských aglomerací, možnost psychického odpočinku a fyzické práce, tradiční gastronomii a krajinu, která není poznamenána moderní civilizací.

Jižní Čechy jsou podle Langhammerové (2011: 7) územím, které se díky přírodním podmínkám, dějinnému vývoji a křesťanskému zakotvení společnosti stalo nezaměnitelnou krajinou, která si zachovala svoji líbeznou atmosféru, jistou kulturní uzavřenost a jednotu s výrazným rustikálním akcentem.

Jižní Čechy označované jako perla České republiky jsou krajem, ve kterém se nachází komparovaná území diplomové práce. Jedná se o okresy Strakonice a Písek, jejichž diferencovaná primární a sekundární nabídka cestovního ruchu vytváří komplexní předpoklad pro rozvoj agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky. Strakonicko a Písecko disponují vysokým přírodním a kulturně historickým potenciálem, který je v rámci celé České republiky velice specifický a ojedinělý.



Je nutné upozornit na alarmující odklon obyvatelstva od přírody, ztrátu vazeb s venkovem, tradic a pochopení lidových zvyků, které obyvatelstvo staletí obklopovaly. Z těchto důvodů byly pro komparaci předpokladů pro rozvoj venkovského cestovního ruchu zvoleny okresy Strakonice a Písek, kde je vysoká pravděpodobnost nabuzení zájmu návštěvníků a místních obyvatel o produkty vesnické turistiky, poznání tradičního života na venkově a využití agroturistických služeb.

Cílem diplomové práce je analyzovat aktuální nabídku agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky na Písecku a Strakonicku. Dalším cílem je nastínit možné směry rozvoje venkovského cestovního ruchu. Návrhy těchto směrů by měly zohledňovat přání a požadavky potenciálních návštěvníků Strakonicka a Písecka, aktuální trendy této formy cestovního ruchu v zahraničí i tuzemsku a především by měly napomoci v rozvoji a zvýšení konkurenceschopnosti podnikatelů v cestovním ruchu.

## 2. Literární přehled

### 2.1 Vymezení cestovního ruchu

Existuje mnoho definic cestovního ruchu, které odrážejí počátky vědeckého zkoumání tohoto jevu. Cestovní ruch od cestování diferencovali Stratdner (1905), Shullern (1911), Morgenroth (1927) a mnoho dalších. Zatímco F. W. Ogilvie (1993) a J. A. Norval (1936) vidí odlišnost především v sociálních a ekonomických stránkách cestovního ruchu a formulují ho jako: „*ekonomický jev spojený se spotřebou hmotných i nehmotných statků, hrazených z prostředků získaných v místě trvalého bydliště.*“ Východiskem pro další vymezení cestovního ruchu se stala definice švýcarských profesorů W. Hunziker a K. Krapfa (1942), kteří položili základ ucelené teorie cestovního ruchu. C. Kaspar (1989) pojímá cestovní ruch jako: „*souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování a pobytu osob, pro které místo pobytu není místem trvalého bydliště ani místem pracoviště.*“ (Malá a kol., 2002: 7 - 9)

Horner a Swarbrooke (2003: 53) na cestovní ruch nahlízejí, jako na: „*krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností.*“ Uvádí ale skutečnost, že tato definice není úplně výstižná, jelikož nezahrnuje služební cesty, kde hlavním smyslem cestování je práce. Novacká (2010: 9) pojímá problematiku služebních cest a vysvětluje to tím, že důvodem cestování je oddech nebo nepravidelná cesta. Světová organizace cestovního ruchu (dále UNWTO) uvedla zatím nejvýstižnější definici tohoto pojmu. UNWTO charakterizuje cestovní ruch jako: „*činnosti lidí, spočívající v cestování a pobytu v místech mimo místa jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho uceleného roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely.*“ (Čertík a kol., 2000: 15)

## 2.2 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch nabývá zcela konkrétní podoby, která je výrazem jeho obsahové i jevové stránky. Nejčastěji se cestovní ruch dělí na formy cestovního ruchu (hledisko motivů účasti) a druhy cestovního ruchu (jevový průběh cestovního ruchu a jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách, jakož i jeho účinky). (Indrová a kolektiv, 2004: 17)

### 2.2.1 Druhy cestovního ruchu

Členění cestovního ruchu podle druhu dle Jakubíkové, Ježka a Pavláka (1994: 113) zohledňuje jeho jevový průběh, způsob realizace v závislosti na geografických, společenských a jiných podmínkách.

Nejčastěji dělíme cestovní ruch podle:

- místa realizace:
  - domácí,
  - zahraniční,
- způsobu a formy úhrady nákladů:
  - volný,
  - vázaný,
- způsobu a organizačního zabezpečení jeho průběhu:
  - neorganizovaný,
  - organizovaný,
- podle délky účasti:
  - krátkodobý,
  - dlouhodobý. (Jakubíková, Ježek, Pavlák, 1994: 113)

### 2.2.2 Formy cestovního ruchu

Dle Novacké (2010: 16) má každý soubor služeb svoji charakteristiku, která se promítá v osobitých požadavcích na dosažení daného užitkového efektu. Proto formy cestovního ruchu vystihují vlastní podstatu cestovního ruchu, způsob jeho realizace, požadavky účastníků i organizátorů při zabezpečení služeb a uspokojování potřeb.

Dle tohoto kritéria bývá cestovní ruch dle Čertíka a kol. (2000: 18) členěn na:

- rekreační,
- kulturně-poznávací,
- lázeňsko-léčebný,
- sportovně-rekreační,
- cestovní ruch spojený s profesionálními motivy,
- seniorský,
- mládežnický,
- venkovská turistika, respektive agroturistika a ekoturistika,
- další formy cestovního ruchu (např. náboženská turistika, lovecká turistika, dobrodružná turistika, průmyslová turistika apod.).

Novacká (2010: 16) tento výčet rozšiřuje o incentivní, zážitkový, nákupní, virtuální a vesmírný cestovní ruch. Formy cestovního ruchu se vzájemně prolínají.

### 2.2.3 Alternativní formy cestovního ruchu

O alternativních formách cestovního ruchu se začalo uvažovat již v osmdesátých letech minulého století. Tyto formy cestovního ruchu, které se různorodě, ačkoli vyjadřují podobný symbolický význam, označují jako:

- zelený turismus,
- alternativní turismus,
- měkký turismus,
- adekvátní turismus,
- ekoturismus.

Všechny uvedené názvy cestovního ruchu znamenají, že má být realizován turismus vytvořený v souladu s přírodními, sociálními a společenskými hodnotami. (Hrabánková, Hájek, 2002: 12). Dle publikace Ministerstva pro místní rozvoj (Vesnický cestovní ruch: jeho specifika a podmínky pro rozvoj, 2007: 36) šetrné formy cestovního ruchu představují rozvoj cestovního ruchu, který nezatěžuje životní prostředí. Rozdíl mezi masovým a šetrným turismem je zřejmý. Hovoříme-li o zeleném turismu, máme na mysli cestovní ruch v malých skupinkách, který respektuje potřeby a zvyky místní komunity. Je velice důležité zabývat se otázkou vlivu cestovního ruchu na životní prostředí. Trnková a kolektiv (1993: 71) definuje životní prostředí jako: „*souhrn přírodních, umělých a sociálních složek materiálního světa, které jsou nebo mohou být ve vzájemné interakci s člověkem.*“ Existuje vztah mezi životním prostředím a cestovním ruchem. Je nutné řídit se zásadním požadavkem pro rozvoj cestovního ruchu, který je definován dle Trnkové a kolektivu (1993: 72) tak, že „*cestovní ruch je možno rozvíjet pouze ve zdravém a čistém životním prostředí.*“ Při splnění této podmínky může cestovní ruch plnit svou základní funkci, kterou je obnova fyzických a duševních sil člověka. Životní prostředí může mít na rozvoj cestovního ruchu kladný i negativní vliv. Životní prostředí má kladný vliv na rozvoj cestovního ruchu v případě, jedná-li se o území s velmi dobrou a vysokou kvalitou přírodního prostředí. Souvisí to především s touhou člověka po návratu k přírodě. Národní parky, chráněné krajinné oblasti, národní přírodní rezervace, národní přírodní památky a přírodní památky patří do chráněných území s nejkvalitnějším přírodním prostředím. Negativní vliv definuje Trnková a kolektiv (1993: 73) jako: „*zhoršující se stav životního prostředí vylučuje některé oblasti z jejich využití cestovním ruchem.*“

## 2.3 Zelený cestovní ruch

Nejširším pojmem ve vztahu k šetrnému cestovnímu ruchu je zelený cestovní ruch, který dle Škodové Parmové (2007: 27) zdůrazňuje: „*místní hledisko uskutečňování cestovního ruchu, tj. nejen ve volné krajině, ale také i v mírně osídlených oblastech, na rozdíl od cestovního ruchu ve městech či v koncentrovaných přímořských střediscích.*“

Zelený cestovní ruch dle Pourové (Škodová Parmová, 2007: 28) se člení na:

- venkovský cestovní ruch
  - vesnická turistika
  - agroturistika
  - ekoagroturistika
  - chataření a chalupaření
- ekoturistika

### 2.3.1 Venkovský cestovní ruch

Pro venkovský cestovní ruch je příznačná dle Hrabánkové a Hájka (2002: 19) jistá konotace na trvalou udržitelnost. Právě v trvale udržitelném rozvoji cestovního ruchu má venkovská turistika jedinečnou šanci obstát v konkurenci s ostatními produkty cestovního ruchu. Hrabánková a Hájek (2002: 20) shledávají základním identifikačním znakem venkovského cestovního ruchu ruralitu. Hájek (Kroupová, Antoušová, 2009: 96 - 103) vyvodil tři aspekty, které charakterizují koncept rurality. Hovoří se o:

- hustotě obyvatelstva a velikosti osídlení,
- využívání půdy především pro zemědělskou a lesnickou činnost,
- tradiční venkovské struktury společnosti.

Na venkovský prostor lze nahlížet z daleko širšího hlediska. Šimková (2008: 26 - 32) uvádí, že „*venkov je bydlištěm, rekreačním územím, hospodářskou jednotkou, místem společenských kontaktů, kulturním i přírodním prostorem. Tvoří nezastupitelnou součást naší krajiny. Je zázemím měst, má mnoho ekonomických, ekologických*

*i sociálních funkcí, které při nevhodné realizaci ohrožují vývoj daného regionu, vyvolávají řadu negativních dopadů na obyvatelstvo, krajinu, životní prostředí a na další prvky daného území.“* Venkovské prostředí podle Pilného (2003: 113) představuje v evropských poměrech zhruba 60 až 70 % obydlého území. Tato území jsou přirozeným prostředím pro oddech, odpočinek a různé druhy rekreace především pro obyvatele města a městských aglomerací.

Lane (Sharpley, Roberts, 2004: 120) pojímá venkovskou turistiku jako koncept, jež se vyskytuje v rozmanitých formách. Hovoří o tzv. „čisté venkovské turistice,“ která je determinována několika faktory. Jediným společným činitelem je lokalizace do venkovských oblastí. Stupeň „čisté venkovské turistiky“ je určován komplexností venkovského prostředí, vývojem ekonomiky a historie.

Venkovský cestovní ruch dle Valáška (2004), který publikoval článek v COT Business, je forma cestovního ruchu, jehož aktivity jsou bezprostředně spjaty s přírodou, krajinou a venkovským prostředím. Venkovskou turistiku Gregorová (2002: 17) chápe jako soubor rekreačních aktivit nebo aktivit volného času, které se vážou na prostředí venkovského osídlení, a představují určitý návrat k přírodě. Venkovský cestovní ruch neboli venkovská turistika dle Stříbrné (2005: 9) má svá specifika, mezi které patří:

- umístění do venkovských oblastí,
- funkčně venkovská, budovaná na zvláštních rysech venkovského světa (malovýroba, otevřený prostor, kontakt s přírodou, dědictví minulosti, tradiční zvyky a jiné),
- venkovská ve svém měřítku, tj. malé budovy, malá sídla apod.,
- tradiční ve svém charakteru,
- trvale udržitelná,
- složena z mnoho druhů, které umožní komplexní obraz venkovského prostředí, ekonomiky a historie.

V příloze 1 jsou uvedeny protikladné charakteristiky městské turistiky, turistických center a letovisek na jedné straně a venkovské turistiky na straně druhé. Venkovský cestovní ruch má dle Škodové Parmové (2007: 28) mnoho podob, z nichž nejtypičtější jsou vesnická turistika, agroturistika, ekoagroturistika, chataření, chalupaření a stezky dědictví. Hrabánková a Hájek (2002: 22) uvádějí dále hipoturistiku (jízda na koních), pěší turistiku, myslivost, cyklistiku nebo výlety na kole, rybolov na řekách nebo rybnících, studium přírody v plenéru včetně fotografování, jízda na vorech, jízda na kánoích, studium venkovských tradic, výlety do malých měst nebo vesnic, venkovské přehlídky, sporty jako orientační závody, výlety na běžkách či sněžnicích.

Spišiak, Krnáčková a Pavlíčková (Jarábková, 2001: 155) definují předpoklady pro rozvoj venkovského cestovního ruchu a agroturistiky. Popisují lokalizační, selektivní a realizační předpoklady, které mají vliv na rozvoj agroturistiky či venkovského cestovního ruchu. Pilný (2003: 115) uvádí deset rozhodujících faktorů, které pozitivně ovlivňují venkovskou turistiku. Tyto indikátory byly definovány podle zahraničních zkušeností a dle zkušeností orgánů Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (dále OECD), které se zabývají rozvojem venkova a tedy i venkovskou turistikou. Faktory jsou vymezeny následovně:

- celkové zvyšování úrovně vzdělanosti venkovského obyvatelstva i účastníků cestovního ruchu,
- poznávání venkovských oblastí s historickými památkami a přírodními pozoruhodnostmi podporují pocit vlastenectví a národní sounáležitosti,
- růst volného času a životní úrovně většiny obyvatel zvyšuje příležitosti trávit zejména víkendy na venkově,
- vybavenost vlastními dopravními prostředky umožňuje přesun i do méně dostupných míst,
- zvyšuje se přesvědčení obyvatel o tom, že pobyt ve venkovském prostoru je jedním z předpokladů dobrého zdraví a dožití vysokého věku,



- stále roste množství a kvalita osobního vybavení obyvatel (stany, jízdní kola atd.), které umožňují optimálně využívat venkovského prostoru,
- roste zájem o konzumaci přírodních, průmyslově neupravených potravin a to rostlinného i živočišného původu,
- upřednostňování klidného a tichého prostředí venkova jako předpoklad pro regeneraci fyzických a duševních sil člověka,
- roste počet seniorů, pro které je pobyt ve venkovském prostředí zdravý a méně finančně náročný,
- zvýšení propagace, reklamy a kvality poskytovaných služeb v rámci provozování venkovské turistiky. (Pilný, 2003: 115)

### 2.3.2 Agroturistika

Jedná se o specifickou formu venkovského cestovního ruchu. Vaněček (1998: 256) označuje agroturistiku jako měkkou formu cestovního ruchu, která je ohleduplná k okolnímu prostředí a slouží především k individuální rekreaci na zemědělských farmách. Agroturistiku Vaněček (1997: 26) definuje jako: „*formu rurální (venkovské) turistiky, která je provozována podnikateli v zemědělské výrobě a slouží jim jako hlavní nebo další finanční zdroj k udržení nebo rozšíření hlavního podnikatelského programu, tj. výroby zemědělských produktů (rostlinných nebo živočišných).*“

Agroturistika je podle Škodové Parmové (2007: 31) představována souhrnem služeb (ubytovacích, stravovacích a ostatních), činnostmi na farmě i v okolním prostředí, ale i možnostmi zážitků, které zemědělský subjekt poskytuje (prodává) návštěvníkům za účelem rekreace a odpočinku. Jedná se tedy o cestovní ruch na zemědělských farmách nebo v objektech středních a větších zemědělských podniků.

Agroturistika je podle Valáška (2004) jako květina, která nemůže růst všude. Potřeby, které agroturistika vyžaduje, definuje následovně: „*potřebuje své půdní podmínky, příznivé podnebí a správné lidi. Kromě základních požadavků na úspěšnou zemědělskou činnost, farmářské a turistické infrastruktury, ochoty místních lidí poskytovat služby*

*a samozřejmě patřičných zákazníků vyžaduje i jisté estetické vlastnosti okolní krajiny tzn. malebnost, různorodost, a pokud to jde, tak velikou míru neporušenosti.“*

Hasman (1994: 35) poukazuje na motivy, které vedou k tak specifickému typu cestovního ruchu, kterým agroturistika je. Jedná se především o blízký vztah k přírodě, klid, zdravý způsob života i vhodná strava, vyzkoušení rekreace jiným způsobem, rekreace bez spěchu či zavzpomínání si na dětství apod.

Komplexní typologii agroturistiky uvádějí Philip, Hunter a Blackstock (2010: 754-758). V jejich členění agroturistiky záleží především na tom, jak je zodpovězeno na následující tři otázky. Pracuje turista na farmě? O jaký typ kontaktu turisty s agroturistikou se jedná? Je zážitek turisty vůči agroturistice autentický? V příloze 2 lze spatřit specifické rozdělení agroturistiky, která je členěna do pěti skupin:

- non working farm: „nepracovní farma“
  - ubytování na bývalém statku,
  - turistické aktivity spojené s koňmi,
  - farmářské trhy,
  - přístup na zemědělskou půdu,
- working farm, passive contact: „pracovní farma, pasivní kontakt“
  - ubytování na farmě (obvykle se snídání),
  - venkovní aktivity,
  - využívání venkovských prostor a dříve nevyužívaných budov,
- working farm, indirect contact: „pracovní farma, nepřímý kontakt“
  - přímý fyzický kontakt s hospodářskými zvířaty (krmení, hlazení, atd.),
  - ukázky zemědělců (dojení krav, pastva dobytka, atd.),

- working farm, direkt contact: „pracovní farma, přímý kontakt“
  - účast na zemědělských úkonech,
  - ručně sbírané plodiny (jahody, borůvky, hroznové víno, atd.),
- working farm, direct contact: „pracovní farma, přímý kontakt“
  - ryze původní zemědělské činnosti,
  - vysoký stupeň autenticity.

## **Formy ubytování a stravování**

### **1. Agroturistika na rodinné farmě**

Ubytování je poskytováno na rodinné farmě nebo v rekreačních objektech (chaty, chalupy, sruby, rekreační domky) ve vlastnictví nebo v užívání podnikatele, jehož předmět činnosti se nachází v oboru zemědělství. Maximální ubytovací kapacita činí 12 lůžek. Z pohledu stravování se nabízí široký prostor pro odbyt vlastních výpěstků respektive výrobků ze surovin či polotovarů vyprodukovaných přímo na farmě. Nedoporučuje se poskytovat hostům farmy plnou penzi. Hlavním důvodem je časová náročnost a pracovní zaneprázdnění ve vztahu k farmářce, která má své další povinnosti v hospodářství. (Němčanský, 1996: 27)

### **2. Agroturistika provozovaná ostatními zemědělskými podniky**

Ubytování je poskytováno v rekreačních objektech (chaty, sruby, chalupy, rekreační domky) nebo hotelech a penzionech ve vlastnictví nebo užívání zemědělského podniku. Maximální ubytovací kapacita činí na jeden rekreační objekt 12 lůžek, v hotelech a penzionech pak 50 lůžek nebo 25 pokojů na jeden objekt. (Němčanský, 1996: 27)

## **Služby poskytované v agroturistice**

Dobře organizovaná turistika obsahuje řadu zajímavých a atraktivních doprovodných programů. Nemusí se jednat jen o programy organizované přímo ubytovatelem,

ale velmi vítané bývají zejména aktivity zprostředkované ve vazbě na okolí. Doprovodný program zvýrazňuje pestrost nabízených služeb destinace.

- **stravování**

- nabídka orientovaná na stravu nebo obvyčeje spjaté s vesnicí a zemědělstvím, biopotraviny, typická venkovská strava, místní zvláštnosti (vinařské oblasti se svými produkty), posvícenské slavnosti a zabijačkové hody apod.

- **zemědělské činnosti**

- rekondiční akce spojené s pomocí turistů při senoseči, žních, pasení hospodářských zvířat, úklidu stájí a chlévů apod.

- **projížďky na koních a jezdecké školy**

- nabídka těchto služeb spočívá v možnostech farmáře nebo zemědělského podniku mít koně nebo je chovat, služby je možné zprostředkovat

- **lov zvěře a rybaření**

- nabídka služeb závisí na celkovém zázemí farmy nebo zemědělského podniku, služby je možné zprostředkovat

- **letní a zimní sporty**

- skupina doprovodných programů, ve kterých hraje důležitou roli charakter krajiny
- pěší turistika, cyklistika, koupání, bruslení, lyžování, sáňkování apod.

- **řemesla**

- **ostatní doprovodné programy**

- místní pamětihodnosti, přírodní zvláštnosti, místní zvyklosti, národopisné tradice apod. (Škodová Parmová, 2007: 38)

### 2.3.4 Ekoagroturistika

Ekoagroturistika je dle publikace Ministerstva pro místní rozvoj (Vesnický cestovní ruch: jeho specifika a podmínky pro rozvoj, 2007: 36) popisována jako: „*turistika na ekologicky hospodařících farmách produkujících bio produkty, které jsou umístěny ve zdravotně příznivém životním prostředí.*“ Ekoagroturistika je specifickou formou agroturistiky. Podstatným znakem je nejen sepětí s farmářskou rodinou, ale i účast na zemědělských pracích a konzumace produktů jejich ekologického zemědělství. (Škodová Parmová, 2007: 31) Moravec a kolektiv (2007: 22) do ekoagroturistiky zahrnují pobyty na ekologicky hospodařících farmách. Farmy nepoužívají při pěstování rostlin a chovu zvířat žádné syntetické chemikálie, hnojiva, umělá barviva či konzervační látky. Zvířata jsou chována přirozeným způsobem a krmena bez používání masokostních mouček apod. Produkty ekologického zemědělství podléhají přísné kontrole. Splňují také mezinárodní standardy.

### 2.3.5 Chataření a chalupaření

Po druhé světové válce, zejména v období kolektivizace, byly zpřetřhány původní vztahy mezi městem a venkovem. Touha městských lidí po přírodě, venkovském prostředí a pobytu na venkově nabývala zcela odlišné podoby. Rozvinulo se chataření a chalupaření. Existovalo k tomu mnoho důvodů. Mezi ty nejdůležitější patří zejména omezené možnosti vycestovat do zahraničí, podniková rekreace nemohla všechny zájemce plně uspokojit, k dispozici bylo mnoho volných chalup atd. (Škodová Parmová, 2007: 32 - 33)

Vágner (1999) a Fialová (2000) považují chalupářství za jeden z dominantních příkladů druhého bydlení, které definují jako: „*objekty, jež jsou přechodným místem pobytu uživatele a jsou využívány převážně k rekreačním účelům, a jevy a procesy s nimi spojenými.*“ (Fialová, Marada, 2003: 117) Dle Třicátníka a Vaněčka (1998: 108) je využívání chat a chalup podmíněno řadou vlivů od fondu volného času, přes životní styl, koníčky a zájmy, míru investovaných prostředků do objektu nebo aktivitami, které si častý pobyt přímo vyžadují (zahrádka, domácí zvířectvo).

### 2.3.6 Stezky dědictví

Jedná se o dlouhodobý program ECEAT (European Centre for Ecology and Tourism), jenž propaguje a rozvíjí unikátní kulturní a přírodní dědictví včetně regionální gastronomie pro účely cestovního ruchu. (www.eceat.cz, 2011-10-11).

Škodová Parmová (2007: 31 - 32) Stezky dědictví představuje jako produkt venkovské turistiky, v nichž jde o propojenou síť přírodního a kulturního bohatství, služeb a zařízení v dané oblasti, sloužící pro určité skupiny návštěvníků (jednotlivci a skupiny do 18 osob, včetně jejich ubytování s orientací na pěší a cyklo dovolenou, jízdu na koni a „easy dovolenou“ (vlastní auto), a to bez průvodce nebo s průvodcem.

### 2.3.7 Ekoturistika

Ekoturistikou je podle Škodové Parmové (2007: 28) nejčastěji označován cestovní ruch zaměřený na poznávání přírody a orientovaný především na poznávání přírodních rezervací, národních parků, chráněných krajinných oblastí a dalších přírodních krás tak, aby nebyly cestovním ruchem narušovány. Světová organizace cestovního ruchu (dále jen UNWTO) vymezila tento pojem a rozdělila ho do dvou hlavních kategorií. Bauersfeld (2003) ve svém článku v COT business popisuje členění definované UNWTO. První skupinu tvoří „turistika založená na přírodě.“ Bauersfeld (2003) uvádí, že tento termín se používá „*pro takovou formu turistiky, při které je hlavní motivací turistů pozorování a obdivování přírody.*“ Druhou kategorií představuje ekoturistika, kterou Bauersfeld (2003) vysvětluje jako „*turistiku, která je založena na přírodě, ale obsahuje v sobě také prvky vzdělávací a interpretační.*“ Ekoturistika podporuje přírodní území, hostitelské komunity a orgány pečující o ochranu přírody. Poskytuje místní komunitě pracovní místa a příležitosti k výdělku. Zvyšuje povědomí o potřebě chránit přírodní a kulturní hodnoty.

## 2.4 Veřejné podpory a dotace na rozvoj venkovského cestovního ruchu

V minulých letech byly v České republice realizovány programy pro rozvoj zemědělství a venkova spolufinancované z Evropské Unie. Jedná se o SAPARD (2000 - 2004), Operační program Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství (2004 - 2006), Horizontální plán rozvoje venkova (2004 - 2006). Přístup k rozvoji venkova na bázi iniciativy LEADER byl v předchozích letech podporován prostřednictvím Programu obnovy venkova, Programu LEADER ČR a podopatření LEADER<sup>+</sup> v OP Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství.

**Program rozvoje venkova České republiky** na období 2007 - 2013 vychází z Národního strategického plánu rozvoje venkova. Byl zpracován v souladu s nařízením Rady (ES) č. 1698/2005 o podpoře pro rozvoj venkova z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (dále jen EZFRV), včetně navazujících prováděcích pravidel.

**Strategie České republiky pro rozvoj venkova** vychází z hlavních priorit Evropské Unie, a to s důrazem na zvyšování ekonomického růstu, vytváření nových pracovních příležitostí a udržitelný ekonomický rozvoj. Národní strategický plán rozvoje ČR na období 2007 - 2013 přispívá k plnění Lisabonské strategie ve všech jejích oblastech: společnost založená na znalostech, vnitřní trh a podnikatelské prostředí, trh práce a udržitelný rozvoj.

Realizace programu rozvoje venkova České republiky by měla přispět k dosažení cílů stanovených Národním strategickým plánem rozvoje venkova. Mezi tyto cíle patří:

- rozvoj venkovského prostoru České republiky na bázi trvale udržitelného rozvoje,
- zlepšení stavu životního prostředí,
- snížení negativních vlivů intenzivního zemědělského hospodaření. (Národní strategický plán rozvoje venkova ČR, 2006: 15 - 30)

**Program rozvoje venkova (2007-2013)**

Jedná se o programový dokument připravený Ministerstvem zemědělství České republiky ve spolupráci s partnerskými subjekty pro poskytování dotací na zemědělství a rozvoj venkova. Finanční prostředky jsou alokovány v rámci pěti prioritních os:

- zlepšení konkurenceschopnosti zemědělství a lesnictví,
- zlepšení životního prostředí a krajiny,
- kvalita života ve venkovských oblastech a diverzifikace hospodářství venkova,
- leader,
- technická pomoc.

Mezi subjekty, které se mohou stát žadateli, patří fyzické a právnické osoby, osoby výdělečně činné, sdružení, subjekty podnikající v zemědělství, lesnictví a další. Podrobnější informace lze nalézt na webových stránkách ministerstva zemědělství České republiky a Státního zemědělského a intervenčního fondu. ([www.kraj-jihocesky.cz](http://www.kraj-jihocesky.cz), 2011-12-12)

**Osa I: Zlepšení konkurenceschopnosti zemědělství a lesnictví**

Rozvojová osa se člení na dvě priority. Na celkové finanční alokaci EZFRV se podílí 22,39 %.

**Priorita 1.1 Modernizace, inovace a kvalita**

Do této priority se řadí skupiny opatření na podporu zemědělských podniků a jejich činnosti, zlepšování kvality a tvorby hodnoty zemědělských a potravinářských produktů, lesního hospodářství a posílení přizpůsobivosti a rozvoje venkovských oblastí.



### Priorita 1.2 Přenos znalostí

Druhá priorita pod názvem Přenos znalostí zahrnuje skupiny opatření na podporu odborného vzdělávání a využívání poradenských služeb subjektů podnikajících v zemědělství, potravinářství a lesnictví. Zároveň umožňuje realizovat opatření na podporu mladých zemědělců a předčasného ukončení zemědělské činnosti.

### **Osa II: Zlepšení životního prostředí a krajiny**

Rozvojová osa obsahuje tři priority. Z celkové finanční alokace EZFRV prioritní osa II tvoří 55,2 %.

### Priorita 2.1 Biologická rozmanitost, zachování a rozvoj zemědělských a lesnických systémů s vysokou přidanou hodnotou a tradičních zemědělských krajín

Priorita podporuje zvyšování biodiverzity v krajině. Zaměřuje se na ochranu přírodních zdrojů. Alokováno je 80,10 % prostředků osy II.

### Priorita 2.2 Ochrana vody a půdy

Priorita napomáhá zachovat kvalitní přirozený vodní režim v krajině pomocí financování vhodných zemědělských systémů. V rámci osy II je na ni určeno 14,76 % prostředků.

### Priorita 2.3 Zmírňování klimatických změn

Priorita se snaží podpořit snižování emisí, skleníkových plynů a zachování funkce lesů. Podíl priority na celkovém objemu osy II činí 5,14 %.

### **Osa III: Kvalita života ve venkovských oblastech a diverzifikace hospodářství venkova**

Rozvojová osa se dělí na tři priority. Podíl na finanční alokaci EZRV činí 16,93 %.

### Priorita 3.1 Tvorba pracovních příležitostí a podpora využívání obnovitelných zdrojů energie

Na tuto prioritu je plánován podíl finančních prostředků ve výši 50 % v rámci osy III. Hlavní důraz je kladen na diverzifikaci zemědělských aktivit, podporu zakládání podniků a podporu cestovního ruchu. Snaží se podpořit energetickou soběstačnost venkova a naplnit tak závazek České republiky k dosažení využívání 8 % energie z obnovitelných zdrojů. Priorita je směřována na zajištění náhrady za očekávané úbytky pracovních příležitostí v zemědělství a potravinářském sektoru, a tím naplnění cílů Lisabonské strategie.

### Priorita 3.2 Podmínky růstu a kvalita života na venkově

Priorita je orientovaná na zlepšení podmínek růstu a kvality života ve venkovských oblastech (infrastruktura, čistota vody v obcích, kulturní a sociální vybavenost). V rámci této priority je čerpán největší podíl finančních prostředků osy III a to 48 %.

### Priorita 3.3 Vzdělávání

Priorita se zaměřuje na vzdělávání a informování hospodářských subjektů. Priorita se podílí na celkové finanční alokaci osy III 2 % finančních prostředků.

## **Osa IV: Leader**

Účelem osy Leader je zlepšení kvality života ve venkovských oblastech, posílení ekonomického potenciálu a zhodnocení přírodního a kulturního dědictví venkova společně s posílením řídicích a administrativních schopností na venkově. Rozvojová osa zahrnuje 1 prioritu, jež se podílí 5 % na finanční alokaci EZFRV.

### Priorita 4.1 Zlepšení řízení a mobilizace přirozeného vnitřního rozvojového potenciálu venkova

Cílem této priority je realizovat místní rozvojové strategie a podpořit spolupráci místních partnerství. Na tuto prioritu je určeno 100 % finančních prostředků z osy IV Leader.

**Osa V: Technická pomoc**

Technická pomoc je potřebná na podporu aktivit nezbytných pro monitoring a hodnocení řízení a realizace Programu rozvoje venkova a pro zdokonalování opatření obsažených v tomto Programu. Jedná se zejména o práce spojené s vypracováním postupů a materiálů nezbytných pro proces administrativy od podání žádostí až po vyhodnocování jednotlivých opatření. Práce budou mít formu odborných studií, sběrů a analýzy dat, vypracování informačních materiálů a dalších aktivit spojených s osvětou a šířením informací o zaváděných opatřeních. (Program rozvoje venkova České republiky, 2007: 1 - 327)

K úspěšnému a efektivnímu podnikatelskému prostředí bezpochyby patří využívání marketingu. Marketing, který je smysluplný a cílený, je brán jako konkurenční výhoda v daném prostředí.

## 2.5 Marketing

### 2.5.1 Definování služby

Služby jsou dle Kotlera a Armstronga (2004: 22) „uskutečňovány formou realizace určitých činností či užiteků, díky nimž příjemce nebo nabyvatel získá určitou výhodu.“

Službu vnímá Jakubíková (2009: 68) jako: „činnost, kterou může jedna strana nabídnout straně druhé, je naprosto nehmotatelná a nevytváří žádné nabyté vlastnictví.“

Služby mají obvykle nehmotnou povahu. Kotler, Bowena a Makens (2010: 35) uvádějí čtyři základní charakteristiky služeb. Jedná se o proměnlivost, neoddělitelnost, kazivost a nehmotnost. Boučková a kol. (2003: 303) tyto charakteristiky pojmenovávají jako 4 N (nehmotnost, nestálost, neoddělitelnost a neskladovatelnost). Tabulka 1 názorně zobrazuje několik přístupů od různých autorů k charakteristice služeb.

Tabulka 1 Charakteristika služeb

Charakteristiky služeb	Autor
Nehmotnost, neoddělitelnost, proměnlivost, pomíjivost, absence vlastnictví	Saunders, Kotler, Armstrong, Wong (2007)
Nehmotnost, nestálost, neoddělitelnost, neskladovatelnost	Boučková a kol. (2003)
Nehmotnost, neoddělitelnost, proměnlivost, kazivost	Kotler, Bowen, Makens (2010)

Zdroj: vlastní zpracování dle výše uvedených autorů

Služby jsou dle Beránka a Kotka (2003: 7) vázány na místo, časovost, pomíjivost, osobní charakter a výslednici společné činnosti mnoha odvětví, která se podílejí na zabezpečení fungování systému cestovního ruchu. Jen zřídka nalezneme čistou službu nebo čisté zboží. Mohou se vyskytovat nabídky zboží a služeb s převahou hmotného či nehmotného aspektu. Hovoří se o teorii kontinua, která je užitečná při hodnocení vlastností služeb, tedy od hmatatelnosti k nehmotatelnosti. (Payne, 1996: 16)

Kotler a kolektiv (2007: 711) rozlišují pět kategorií nabídek:

- čistě hmotné zboží,
- hmotné zboží doprovázené jednou či více službami,
- hybrid,
- služba doprovázená drobným zbožím,
- čistá služba.

### 2.5.2 Marketing

Marketing definuje Kotler a Armstrong (2010: 29) jako proces, kterým společnosti vytváří hodnotu pro zákazníky a budují silné vztahy se svými zákazníky s cílem získat od nich zpětnou vazbu. Americká marketingová společnost (Middleton, Fyall, Morgan, 2009: 21) vymezuje marketing jako aktivitu, soubor institucí a procesů pro vytváření, komunikaci, doručování a výměnu nabídek, které mají hodnotu pro zákazníky, klienty, partnery a pro společnost jako celek. Ve Velké Británii Autorizovaný Institut pro marketing (Mercer, 1996: 12) uvádí, že marketing je proces řízení odpovědný za identifikování, předpovídání a uspokojování požadavků zákazníka. Kotler, Bowen a Makens (2010: 11) vnímají marketing jako: *„umění a vědu zabývající se hledáním, udržením si a zvyšováním počtu ziskových zákazníků.“*

Marketing je účinný až tehdy, jestliže jsou pochopeny potřeby, přání a požadavky cílového trhu. Potřeby jsou podle Kotlera a Kellera (2006: 62) tím nejzákladnějším, bez čeho lidé nemohou žít. Mezi ty nezbytné patří vzduch, voda, potrava, ošacení a přístřeší. Do zbytných položek patří relaxace, rekreace a zábava. Potřeby se stávají přáními, jakmile jsou cíleny na specifické objekty, které je mohou naplnit. Požadavky jsou přání po specifických výrobcích podporované schopností za ně zaplatit. Nejzákladnější vymezení potřeb je známé jako Maslowova pyramida respektive hierarchie potřeb. (Škodová Parmová, 2003:10)

### 2.5.3 Marketing služeb

Marketing služeb je dle Morrisona (1995: 37) koncepcí, která je založena na poznání jedinečnosti všech služeb. Jedná se o obor marketingu modifikovaný na obory služeb obyvatelstvu. Odvětví pohostinství a cestovního ruchu (skupina vzájemně propojených organizací poskytující služby zákazníkům mimo místo jejich trvalého bydliště) je jen jednou částí rezortu služeb. Ostatní služby obyvatelstvu zahrnují bankovníctví, právní, účetní poradenství, školství a mnohé další. Marketing služeb vyžaduje dle Jakubíkové (2009: 72) tři typy marketingu a to interní, externí a interaktivní. Kotler a Keller (2007: 449) demonstrují tuto skutečnost obrázkem 1. Jakubíková (2009: 72) definuje externí marketing jako: „normální práci při přípravě, tvorbě cen, distribuci a propagaci služby zákazníkům.“ Interní marketing vnímá pracovní místo jako produkt, jenž je nabízen svým zaměstnancům. (Vašítková, 2008: 13) Cílem interního marketingu je „zaměstnat a udržet si co nejlepší lidi a zabezpečit, aby tito lidé odvedli co nejlepší práci.“ Interní marketing je tedy prováděný firmou za účelem efektivního školení a motivace zaměstnanců, kteří jsou v kontaktu s klienty. Zaměstnanec by měl být ve firmě vnímán jako zákazník. (Jakubíková, 2009: 73) Interaktivní marketing sleduje interakce mezi kupujícími a prodávajícími. Tyto interakce zásadně ovlivňují kvalitu, která je vnímaná spotřebitelem. Interaktivní marketing se podle Jakubíkové (2009: 74) „zabývá schopnosti zaměstnanců při obsluhování klienta.“

Obrázek 1 Tři typy marketingu v odvětvích služeb



Zdroj: vlastní zpracování podle Kotlera a Kellera (2007: 449)

Marketing pohostinství a cestovního ruchu se vyznačuje typickými charakteristikami, jimiž je významně ovlivňován. Některé jsou společné všem organizacím v oboru služeb a hovoří se o obecně platných rozdílech. Existence dalších specifík je podmíněna způsoby řízení a regulací organizací služeb.

Dle Morrisona (1995: 38) mezi šest obecně platných specifík respektive neměnných rozdílů, které ovlivňují marketing služeb, patří:

- nehmotný charakter služeb,
- charakter výroby (místní a časová vázanost služeb),
- pomíjivost služeb,
- distribuční cesty,
- podmíněnost nákladů,
- vázanost služeb na jejich poskytovatele.

Ovlivnitelné rozdíly typické pro organizace služeb, které působí na marketing, definuje Morrison (1995: 38) následovně:

- úzké vymezení marketingu,
- nedostatečné ocenění marketingových dovedností,
- rozdílná organizační struktura,
- nedostatek údajů o výkonnosti o výkonnosti konkurence,
- dopad vládní regulace a deregulace,
- omezení a příležitosti pro neziskové firmy.

### 2.5.4 Marketingový mix

Poprvé bylo pojmu marketingový mix použito profesorem Neil H. Bordenem. Klasická podoba marketingového mixu je tvořena základními čtyřmi prvky tzv. 4P. Jakubíková (2008: 146) uvádí tyto prvky:

- produkt (product),
- cena, kontrakční podmínky (price),
- distribuce, umístění (place),
- marketingová komunikace (promotion).

Existuje mnoho názorů, jak by měl základní model marketingového mixu vypadat. Mnoho odborníků se domnívá, že by mělo být z marketingové komunikace vyjmuta public relations. Svůj názor obhajují tím, že v současné době vztahy s veřejností nabývají na důležitosti, proto by se public relation mělo stát samostatným „P.“ Odborníci v USA se domnívají, že další P by mělo zahrnovat etiku nebo také duševní podíl. (Jakubíková, 2008: 146) Tabulka 2 Přístupy k marketingovému mixu názorně ukazuje vývoj tradičního marketingového mixu. Je nutné si uvědomit, že marketingový mix pro výrobky a služby je odlišný. Není důležité kolik „P“ se použije. Jde spíše o to, jaký rámec je pro tvorbu marketingové strategie nejúčinnější.

Tabulka 2 Přístupy k marketingovému mixu

Marketingový mix	Přístup/autor
produkt, cena, distribuce, marketingová komunikace	klasický marketingový mix
lidé, balíky služeb, programování, spolupráce	mix pro služby/Morrison
politická moc, formování veřejného mínění	doplnění základního 4P/Kotler
lidé, materiální předpoklady, procesy	doplnění základního 4P/Cowell

Zdroj: vlastní zpracování dle Jakubíkové (2008: 147)

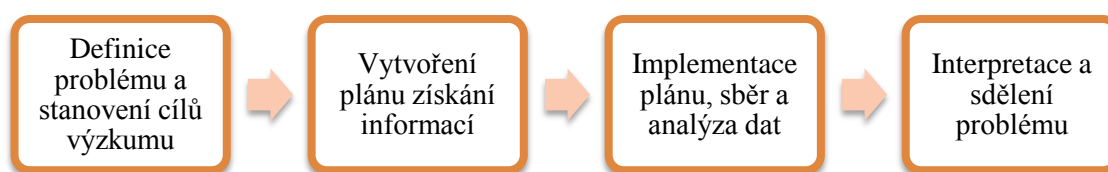


## 2.6 Marketingový výzkum

Kotler (Kozel, 2006: 48) definuje marketingový výzkum jako: „*systematické určování, shromažďování, analyzování a vyhodnocování informací týkajících se určitého problému, před kterým firma stojí.*“ Svobodová (Kozel, 2006: 48) dodává, že se jedná o cílevědomý proces, který směřuje k získání konkrétních informací, které nelze získat jinak. Marketingový výzkum vymezuje Kotler a kolektiv (2007: 406) jako funkci, jež propojuje zákazníky a veřejnost s firmou pomocí informací. Ty jsou používány pro identifikaci a definici marketingových příležitostí a problémů. Dále jsou potřebné pro vytváření, zlepšení a hodnocení marketingových aktivit, monitoring marketingového výkonu a lepší porozumění marketingovému procesu. Huges (2003: 11) pojímá marketingový výzkum slovy: „*systematická sbírka, analýza a interpretace informací relevantních pro marketingová rozhodnutí.*“

Proces marketingového výzkumu podle Kotlera a kolektivu (2007: 407) je zobrazen na obrázku 2. Kozel (2006: 70 - 71) rozděluje proces marketingového výzkumu na dvě etapy: přípravnou a realizační. Přípravná etapa se skládá z definování problému a cíle, orientační analýzy situace a plánu výzkumného projektu. Realizační etapa obsahuje sběr údajů, zpracování shromážděných údajů, analýzu údajů a interpretaci výsledků výzkumu.

Obrázek 2 Proces marketingového výzkumu



Zdroj: Kotler a kolektiv (2007: 407)

Výzkumy se dělí dle cílů na informativní, deskriptivní a kauzální. Informativní výzkum je takový marketingový výzkum, který je zaměřený na získání předběžných informací. Přispívá k lepšímu definování problémů a navrhnutí hypotéz. Cílem deskriptivního výzkumu je lepší popsání marketingových problémů, situací a trhů. Kauzální výzkum testuje hypotézy o vztazích příčina/následek. (Kotler a kolektiv, 2007: 407)

Je důležité si stanovit, co je považováno za dobrý výzkum. Klíčovými požadavky jsou dle Morrisona (1995: 137):

- **Utilita:** Mohou být informace ve výzkumu použity?
- **Včasnost:** Budou informace výzkumu dostupné v době, kdy bude muset být provedeno rozhodnutí?
- **Efektivnost nákladů:** Převýší finanční přínosy náklady?
- **Přesnost:** Budou informace přesné?
- **Spolehlivost:** Budou informace spolehlivé?

### 2.6.1 Kvantitativní a kvalitativní výzkum

Podle požadavku na druh získané informace se rozlišuje marketingový výzkum na kvantitativní a kvalitativní. Kvantitativní výzkum se dle Hauge (2003: 10) „*zabývá měřením trhu a zahrnuje oblasti, jako například velikost trhu nebo jeho části, podíly značky, frekvence nákupu, míru povědomí o značce, úroveň prodeje, atd.*“ Kvantitativní údaje požadované pro určitou úroveň přesnosti a užité metody musí být takové, aby cíle bylo dosaženo. Kvalitativní informace klade důraz na porozumění. Kvalitativní výzkum se často zabývá snahou vcítit se do kůže spotřebitele. Zkoumá, jaký význam přikládá produktu, značce atd. Dále je pozornost soustředěna na motivaci. (Hauge, 2003: 10 - 11)

### 2.6.2 Metody sběru dat

Hauge (2003: 135 - 147) vymezuje sedm metod sběru dat v následujícím výčtu: osobní interview, telefonické interview, skupinové diskuse, halové testy a shromáždění, poštovní a samovyplňovací výzkumy, internetový výzkum a mystery shopping. Zatímco Příbová (1996: 45) uvádí základní techniky sběru dat: pozorování, osobní dotazování, telefonické dotazování, písemné dotazování, elektronické dotazování, laboratorní experiment a experiment v přirozených podmínkách.

## 3. Cíle a metodika

### 3.1 Cíl práce

Zelený cestovní ruch, do kterého patří jak venkovský cestovní ruch, tak i ekoturistika, je v současné době velmi diskutovaným a aktuálním tématem. Hlavním cílem diplomové práce je analýza aktuální nabídky venkovského cestovního ruchu a agroturistických služeb ve vybraných okresech Jihočeského kraje, a to ve Strakoniciích a Písku. V návrhové části bude nastíněn směr dalšího rozvoje služeb vzhledem k potřebám subjektů čerpajícím agroturistické služby a aktuálním trendům ve světě. Dílčím cílem je zhodnocení tržních podmínek a možností čerpání fondových prostředků na rozvoj této diverzifikační činnosti.

#### 3.1.1 Hlavní cíle

- Analýza aktuální nabídky venkovského cestovního ruchu a agroturistických služeb ve zvolených regionech Jihočeského kraje. Mezi komparované okresy patří Strakonice a Písek.
- Nastínění směru dalšího rozvoje služeb vzhledem k potřebám subjektů čerpajícím agroturistické služby a aktuálním trendům ve světě.

#### 3.1.2 Vedlejší cíle

- Zhodnotit tržní podmínky pro podnikatele při poskytování služeb cestovního ruchu v ubytovacích zařízeních ve venkovském prostoru.
- Vyhodnotit možnosti čerpání fondových prostředků na rozvoj diverzifikační činnosti.

### 3.2 Metodika a zpracování

K vypracování diplomové práce předcházelo studium odborné literatury a sběr informačních materiálů potřebných k sestavení situační analýzy nabídky venkovského cestovního ruchu a agroturistických služeb ve zvolených regionech Jihočeského kraje. Pro komparaci byly vybrány okresy Strakonice a Písek. Informace týkající se venkovského cestovního ruchu na zkoumaném území byly poskytnuty pracovníky z místních infocenter. Dalším neopomenutelným zdrojem pro získání údajů vztahujících

se k tématu diplomové práce se staly webové stránky [jiznicechy.cz](http://jiznicechy.cz), [kudyznudy.cz](http://kudyznudy.cz), [icpisek.cz](http://icpisek.cz), [strakonice.net](http://strakonice.net) a [strakonice.cz](http://strakonice.cz). Specifické údaje o venkovském cestovním ruchu byly získávány z podkladů Svazu venkovské turistiky, Asociace soukromého zemědělství ČR a z webových stránek [venkovskatrznice.cz](http://venkovskatrznice.cz), [nafarmu.cz](http://nafarmu.cz), [agroturistika-venkovska-turistika.cz](http://agroturistika-venkovska-turistika.cz), [obnovavenkova.cz](http://obnovavenkova.cz), [prazdninynavenkove.cz](http://prazdninynavenkove.cz), [konicci.cz](http://konicci.cz) a [turistikanakoni.cz](http://turistikanakoni.cz).

Diplomová práce je rozčleněna do dvou částí, a to teoretické a praktické. Teoretický úsek zahrnuje úvod a literární rešerši. Úvodní část práce obsahuje seznámení s danou problematikou, vymezuje hlavní cíle a přínosy práce. Praktická část diplomové práce je dále členěna z pohledu analytického a syntetického. V analytických kapitolách jsou sledované okresy Strakonice a Písek identifikovány základními deskriptivními charakteristikami dle rozlohy území, počtu obyvatel a hustoty zalidnění. Dalším sledovaným aspektem jsou předpoklady lokalizační, selektivní a realizační pro rozvoj venkovského cestovního ruchu v komparovaných okresech. Analýza nabídky venkovského cestovního ruchu v okresech Strakonice a Písek zmapuje současný stav a pomůže odhalit potenciál pro rozvoj agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky. V syntetické části bude navrhnout další směr rozvoje služeb v této diverzifikované činnosti.

Pro získání primárních informací byly vybrány vhodné metody marketingového výzkumu, mezi které patří dotazníkové šetření a řízené rozhovory. Elektronické dotazníkové šetření probíhalo ve dvou etapách, a to mezi podnikateli poskytující ubytovací služby ve vymezeném území a potenciálními návštěvníky Strakonicka a Písecka. Cílem marketingového výzkumu provedeného mezi subjekty zabývající se venkovským cestovním ruchem bylo zjistit, jaké jsou aktuální tržní podmínky a podpory pro podnikatele poskytující ubytovací služby ve venkovském prostoru. Druhé dotazníkové šetření mělo za cíl odhalit, jakým způsobem vnímají turisté Strakonicko a Písecko a jaké druhy a formy cestovního ruchu potenciální návštěvníci okresů Strakonice a Písek vyhledávají.

V období od září do konce listopadu 2011 probíhal marketingový výzkum mezi podnikateli v cestovním ruchu na území komparovaných okresů pomocí elektronických dotazníků vytvořených v aplikaci Google Docs. Bylo osloveno 250 provozovatelů ubytovacích zařízení v okresech Strakonice a Písek. Návratnost dotazníků činila 60 %. K vyhodnocování odpovědí a vytvoření grafů byl použit Microsoft Excel 2007. Otázky v online dotaznících byly sestaveny tak, aby co nejdříve prezentovaly současný stav venkovského cestovního ruchu v okresech Strakonice a Písek.

V rámci marketingového výzkumu mezi potenciálními návštěvníky Strakonicka a Písecka bylo v měsících leden až únor 2012 prostřednictvím online dotazníků osloveno 150 respondentů. Dotazník byl distribuován přes sociální síť Facebook. Z celkového počtu dotazovaných odpovědělo 67 %.

V březnu 2012 probíhaly řízené rozhovory s pracovníci v odboru školství a kultury města Písek Ing. Editou Kučerovou, ředitelkou Muzea středního Pootaví ve Strakonících Ing. Ludmilou Koštovou a pracovníci v odboru školství a cestovního ruchu ve Strakonících Evou Janochovou.

### **3.3 Pracovní hypotézy**

V souladu s výše uvedenými cíli byly v diplomové práci stanoveny čtyři pracovní hypotézy, které budou v závěru práce vyvráceny nebo potvrzeny.

H 1: Potenciál pro rozvoj venkovského cestovního ruchu je na Strakonicku a Písecku podobný.

H 2: Strakonický okres disponuje širší nabídkou agroturistických a ekoagroturistických služeb než Písecko.

H 3: Strakonicko a Písecko jsou potenciálními návštěvníky vnímány jako typické venkovské destinace.

H 4: Venkovský cestovní ruch je pro potenciální návštěvníky Strakonicka a Písecka vyhledávanou formou cestovního ruchu.

## 4. Řešení problematiky

### 4.1 Vymezení zvolených regionů

Pro komparaci byly zvoleny dvě území nacházející se v Jihočeském kraji. Jedná se o okresy Strakonice a Písek. Jihočeský kraj je dlouhodobě vnímán jako zemědělská oblast s rozvinutým rybníkářstvím a lesnictvím. Významnou část hranice kraje tvoří státní hranice s Rakouskem a Německem. Z hlediska vnitřního administrativního uspořádání sousedí s Plzeňským, Středočeským, Jihomoravským krajem a Vysočinou. Rozlohou 10 057 km<sup>2</sup> tvoří kraj 12,8 % z celé České republiky. Více než třetinu území zaujímají lesy, 4 % pokrývají vodní plochy. Převážná část území se nachází v nadmořské výšce 400 – 600 m. Jihočeský kraj má nejmenší hustotu zalidnění z celé České republiky. Populace tohoto kraje činí 638 845 obyvatel. (www.kraj-jihocesky.cz, 2011-11-29)

#### 4.1.1 Profil okresu Strakonice

Okres Strakonice se nachází v západní části Jihočeského kraje. Rozloha činí 1 032 km<sup>2</sup> a je tedy nejmenším okresem jižních Čech. Celková rozloha okresu je tvořena z 65 % zemědělskou půdou, 23 % lesy a 4 % vodní plochou. Nadmořská výška je nejčastěji v rozmezí od 400 do 600 metrů. Hustota obyvatelstva 68 obyvatel na km<sup>2</sup> je třetí nejvyšší a to za okresy České Budějovice a Tábor. Počet obyvatel přesahuje 71 tisíc. (www.czso.cz, 2011-11-29)

Obrázek 3 Schéma okresu Strakonice



Zdroj: www.bcb.cz

Na obrázku 3 je znázorněna mapa okresu Strakonice. Nachází se zde 3 obce s rozšířenou působností (Strakonice, Blatná a Vodňany), obec s pověřeným obecním úřadem (Volyně) a 108 obcí. Okres lze rozčlenit na čtyři mikroregiony: Blatensko, Vodňansko, Volyňsko a Strakonicko. Okres Strakonice je vymežován jako územní jednotka NUTS 4. (www.statnisprava.cz, 2011-11-29)

#### 4.1.2 Profil okresu Písek

Okres Písek se nachází v severní části Jihočeského kraje. Rozlohou 1 127 km<sup>2</sup> se řadí mezi druhý nejmenší okres kraje. Zemědělská půda zaujímá 56 % z celkové výměry Písecka. Území je dále tvořeno z 33 % lesní půdou a 4 % vodních ploch. Nadmořská výška mírně stoupá od jihu ke kopcovitému severu. Nejnižším položeným místem okresu Písek je Orlická přehrada s nadmořskou výškou 330 m. Hustota obyvatelstva je 63 obyvatel na 1 km<sup>2</sup>, řadí se tak mezi lidnatější okresy. V Píseckém okresu žije 70 tisíc obyvatel. (www.czso.cz, 2011-11-29)

Obrázek 4 Schéma okresu Písek



Zdroj: www.czso.cz

Na obrázku 4 je zobrazena mapa Písecka. Okres je tvořen 2 obcemi s rozšířenou působností (Písek a Milevsko), 3 obcemi s pověřeným obecním úřadem (Mirovice, Mirovice a Protivín) a 72 obcí. Okres Písek je vymežován jako územní jednotka NUTS 4. (www.statnisprava.cz, 2011-11-29)

## 4.2 Předpoklady rozvoje venkovského cestovního ruchu

Venkovský cestovní ruch je v diplomové práci chápán jako obecný termín pro vesnickou turistiku, agroturistiku, ekoagroturistiku, ekoturistiku, hipoturistiku a ostatní formy této specifické oblasti. Řešeny budou předpoklady pro rozvoj venkovského cestovního ruchu a to lokalizační, selektivní a realizační.

### 4.2.1 Lokalizační přírodní předpoklady pro okresy Strakonice a Písek

#### Reliéf

Kopcovitá krajina Strakonicka je předhůřím Šumavy. Převážná část území má charakter pahorkatiny, horského rázu nabývá jen v jihozápadním výběžku s nejvyšším bodem okresu vrchem Zahájený (845 m n. m.), roviny poměrně malého rozsahu se rozkládají kolem řeky Otavy. (www.trasovnik.cz, 2011-11-30)

Povrch okresu Písek je mírně zvlňný. Nadmořská výška stoupá směrem od jihu k severu. Masiv, jenž je nazýván Písecké hory, je nejvýraznější dominantou regionu. Nejvýše položeným bodem je Kozlov (708 m n. m.), který je součástí Povltavské hornatiny. Nejnižším bodem regionu je Orlická přehrada (330 m n. m.). (www.cbudejovice.czso.cz, 2011-11-30)

#### Vodstvo

Od západu k východu strakonickým okresem protéká řeka Otava, která kdysi bývala zlatonosná a perlorodá. V okresním městě Strakonice se do Otavy vlévá řeka Volyňka. Jihovýchodní částí okresu protéká řeka Blanice a severozápadní částí vodní tok Lomnice. Oblast rybníků se nachází na Blatensku a v jihovýchodní oblasti mezi Strakonice a Vodňany. (www.cbudejovice.czso.cz, 2011-11-29)

Písecko je napříč rozděleno tokem řeky Vltavy. Další významné toky jsou Otava, Blanice, Lomnice a Skalice. Významnou vodní dominantu regionu představuje Orlická přehrada, která je dlouhá 68 km. Na území Písecka se nachází 300 rybníků. Mezi nejznámější patří Tálínský rybník. (www.cbudejovice.czso.cz, 2011-11-30)



Klima

V okrese Strakonice se průměrné roční teploty pohybují mezi 6 - 7,5 °C. Vodní srážky jsou poměrně vyrovnané v průměru 550 - 650 mm. V okrese Písek se průměrné roční teploty pohybují kolem 7,2 °C. Průměr ročních srážek činí 539 mm. (www.rakjk.cz, 2011-11-30)

Přírodní pozoruhodnosti

Strakonicko i Písecko jsou oblasti, které nabízí rozmanité přírodní atraktivitu. Bohužel však nedisponují národním parkem ani chráněnou krajinnou oblastí. Tabulka 3 popisuje, která zvláště chráněná území se v komparovaných okresech nacházejí.

Tabulka 3 Souhrn přírodních atraktivit na území Strakonicka a Písecka

Zvláště chráněná území	Okres Strakonice	Okres Písek
Národní přírodní rezervace	-	1
Přírodní rezervace	13	6
Národní přírodní památka	1	-
Přírodní památka	14	20

Zdroj: vlastní zpracování dle www.drusop.nature.cz

Na Písecku lze obdivovat národní přírodní rezervaci Řežabinec a Řežabinecké tůně, 6 přírodních rezervací (Čertova hora u Vráže, Dědovické stráně, Hrbky, Krkavčina, Výří skály u Oslova a Žlábky) a 20 přírodních památek (Bachmač, Bouchal, Dehetník, Dubná, Kněz u Hrazan, Kopáčovská, Kopaniny, Malý Kosatín, Michovka, Myšenecké slunce, Nerestský lom, Ražický, Rukávěčská obora, Skalský, Smutný, Sobědražský prales, V Obouch, Velký Potočný, Vystrkov a Zelendárky). Na Strakonicku se vyskytuje 13 přírodních rezervací (Bažantice u Pracejovic, Dolejší rybník, Hořejší rybník, Kněží hora, Kocelovické pastviny, Kovašínské louky, Kuřidlo, Libějovický park, Míchov, Sedlická obora, Skočický Hrad, Velká Kuš a Záhorský rybník), 1 národní

přírodní památka Rovná a 14 přírodních památek (Bavorovská stráž, Chvalšovické pastviny, Kadovský viklan, Kozlovská stráž, Malý Ústavní rybník, Na opukách, Na vysokém, Nový rybník u Lnář, pastvina u Přešťovic, pastvina u Zahorčic, Ryšovy, Sedlina, Smyslov a tůně u Hajské. Z předchozího jmenovitého výčtu zvláště chráněných území vyplývá, že Strakonicko a Písecko jsou územími mající vysoký potenciál v přírodních atraktivitách.

#### **4.2.2 Lokalizační kulturně historické předpoklady pro okresy Strakonice a Písek**

Strakonický okres je z hlediska nabídky kulturně historických atraktivit velice pozoruhodné území. Příloha 3 znázorňuje, jakými památkami okres Strakonice disponuje. Zmíněné atraktivity jsou členěny do třech sloupců označené písmeny A, B a C. Tyto písmena určují, jak je daná kulturně historická památka pro stanovené území významná. Písmeno A označuje atraktivitu, která je národní kulturní památkou či památkovou rezervací nebo vyznačující se celostátním významem. Písmeno B je symbolikou pro hrady, tvrze, zříceniny, zámky, kostely a kláštery a kaple s průvodcovskými prohlídkami. Do této skupiny se řadí i památkové zóny a jiné významné památky. Litera C je souhrnem všech ostatních méně významných atraktivit. Příloha 4 odkazuje na kulturně historické bohatství okresu Písek, rozčlenění památek do skupin je shodné jako v příloze 3.

Tabulka 4 vzájemně porovnává kulturně historické pamětihodnosti v komparovaných okresech. Na Strakonicku se nachází 8 atraktivit spadajících do skupiny hrady, tvrze a zříceniny. Jediný Strakonický hrad lze označit za národní kulturní památku. Helfenburk je hrad s průvodcovskými prohlídkami. Volyně, Buzice, Kadov, Tchořovice, Dobřš a Kalenice jsou jiné významné hrady, tvrze a zříceniny. Píseckým klenotem je hrad Zvíkov, který je národní kulturní památkou. Mezi lokálně významné hrady patří Klokočín, Písek, Myšenec a Mirovice.

Zámky se statutem národní kulturní památky se na Strakonicku nenacházejí. Blatná a Lnáře se řadí mezi zámky s možností prohlídky. Mezi ostatní důležité zámky patří Střela, Čestice, Pole, Štěkeň, Střelské Hoštice a Libějovice. Písecko je celostátně známé pro svoji národní kulturní památku, a to zámekem Orlík nad Vltavou.

Strakonicko i Písecko jsou územími, kde je vysoká koncentrace poutních míst a křesťanských sakrálních památek. Mezi ty nejdůležitější patří klášter v Milevsku a Albrechticích nad Vltavou a mariánské poutní místo Lomec. Zajímavá je i skutečnost, že skoro v každé vesničce okresu Strakonice a Písek se nachází alespoň menší kaplička či kostelík.

Volyně, Blatná, Sedlice, Vodňany a Bavorov jsou známé městské památkové zóny na Strakonicku. Na Písecku lze hovořit pouze o Mirovicích a Písku. Nahořany se vyznačují tím, že jsou vesnickou památkovou rezervací. Do vesnických památkových zón spadají Kváskovice, Jiřetice, Koječín, Zechovice, Kloub a Křtice. Památkové zóny na Písecku jsou reprezentovány obcemi Varvažov, Tukleky, Krašovice, Putim, Budičovice, Smrkovice, Žebrákov, Zahrádka a Květov. Písecký okres je význačný a jedinečný svým golfovým hřištěm, lázněmi Vráž a krokodýlí ZOO v Protivíně, která je unikátem ve střední Evropě. (www.uuz.cz, 2012-02-1)

Strakonicko a Písecko jsou proslulé tradicí v rýžování zlata. Celosvětově známou oblastí jsou Kestřany, kde se každoročně pořádají slavnosti a soutěže v oblasti rýžování zlata. Zdejší území je protkáno i židovskou historií. Jsou zde k vidění pomníky, hřbitovy a památné desky připomínající ponurý život v dobách druhé světové války.

Ústav územního rozvoje České republiky vydal zprávu na téma „Aktualizace potenciálu cestovního ruchu v České republice.“ Ta uvádí kvantifikaci potenciálu cestovního ruchu. Potenciál atraktivit cestovního ruchu za Strakonicko je 1085 bodů a 1095 za okres Písek. S ohledem na provedení analýzy nabídky kulturně historických atraktivit v okresech Strakonice a Písek lze předpokládat, že daný potenciál je daleko vyšší. (www.uur.cz, 2012-3-12)

Tabulka 4 Komparace kulturně historických atraktivit

Typ atraktivity	Okres Strakonice			Okres Písek		
	A	B	C	A	B	C
Hrady, tvrze, zříceniny	1	1	6	1	1	4
Zámky	-	2	6	1	-	9
Křesťanské sakrální památky	-	-	27	1	1	35
Historické městské soubory	-	5	-	-	2	-
Historické vesnické soubory	1	6	-	-	9	-
Muzea a Galerie	-	1	10	-	2	4
Židovské památky	-	-	4	-	-	2
Vojenské památky	-	1	-	-	-	-
Technické památky	1	-	14	1	1	-
Archeologické památky	-	3	-	-	-	-
Zoologické zahrady	-	-	1	-	1	-
Lázeňská místa	-	-	-	-	1	-
Golfová hřiště	-	-	-	1	-	-
Poutní místa	-	1	16	-	-	6
Rozhledny	-	1	4	-	-	5
Rýžoviště zlata	-	-	3		1	
Pivovarnický věhlas	1	-	-	1	-	-

Zdroj: www.uur.cz

### 4.2.3 Selektivní předpoklady pro okresy Strakonice a Písek

#### Urbanizační

##### **Strakonice**

V regionu se nachází jen jedno město s počtem obyvatel větší než 20 tisíc, jedná se o okresní město Strakonice. V intervalu od 999 do 5000 občanů se nachází města Blatná a Vodňany. V těchto městech se také koncentruje největší počet všech obyvatel. Menším městem je Volyně, která splňuje parametr počtu obyvatel od 2000 do 4999. Bělčice, Sedlice, Radomyšl, Katovice a Bavorov spadají do kategorie s počtem občanů v rozmezí od 1000 do 1999. Největší zastoupení v okrese Strakonice mají vesnice do 199 obyvatel. Jedná se o 56 vesnic. Průměrný počet občanů obce je 631. Mezi obce s nejnižším počtem obyvatel spadají Kuřimany, Měky nec a Radějovice. Průměrná rozloha obce činí 921 ha. Největší rozlohu vykazují Strakonice, Blatná a Vodňany. Budyně, Radějovice a Mutěnice patří mezi obce s nejmenší rozlohou. (www.czso.cz, 2011-11-29)

##### **Písek**

Okresní město Písek překračuje v počtu občanů interval přesahující 20 tisíc obyvatel. Milevsko je obec s rozšířenou působností a v počtu obyvatel je s Protivínem druhým největším městem (5000 - 9999 obyvatel). Největší zastoupení mají obce s počtem do 199 obyvatel. Jedná se o 31 vesnic. Další významnou skupinu tvoří 28 obcí s počtem obyvatel v intervalu od 200 do 499. Průměrný počet občanů obce je 937. Písek, Milevsko a Protivín patří mezi města s nejvyšším počtem obyvatel. Nejmenší počet obyvatel vykazují Minice, Probulov a Kožlí. Průměrná rozloha obce je 1 502 ha. Největší území z hlediska rozlohy má Písek, Protivín a Kovářov. Na druhou stranu nejmenší rozlohu má Zbelitov, Křižanov a Probulov. (www.czso.cz, 2011-11-30)

#### Demografické

##### **Strakonice**

K 31. 1. 2012 v regionu žije celkem 71 043 občanů. Z celkového počtu obyvatel tvoří 51 % ženy. Věková struktura je nejvíce zastoupena intervalem od 15 do 64 let. Do této

skupiny spadá 69,6 % obyvatelstva. Od roku 2006 průměrný věk mužů mírně stoupá. V roce 2010 průměrný věk muže činí 39,7 let. Průměrný věk žen je 42,6 let. (www.czso.cz, 2012-01-31)

### **Písek**

K 31. 1. 2012 na Písecku žije 70 661 občanů. Z celkového počtu obyvatel tvoří 51 % ženy. Zbývající část tvoří populace mužů. Největší podíl obyvatelstva se nachází ve věkovém intervalu od 15 do 64 let, v procentuálním vyjádření se jedná o 68,7 %. Průměrná populace mužů od roku 2005 mírně stoupá. V roce 2010 průměrný věk mužů činí 40,4 let. Průměrný věk žen se zvyšuje již od roku 2000. V roce 2010 činil průměrný věk žen 43,4 let. (www.czso.cz, 2012-01-31)

### Socioekonomické

#### **Strakonice**

Průměrná míra nezaměstnanosti v roce 2010 na území strakonického okresu byla 8,9 %. V roce 2010 míra nezaměstnanosti dosahovala své nejvyšší úrovně v měsících prosinec, leden, únor a březen. Rok 2011 byl rokem vyšších měr nezaměstnanosti, jejichž nejvyšší hodnoty graduovaly v měsících od ledna do dubna. Vyšší hodnoty lze vysvětlit absencí sezónních prací či specifických oborů ekonomiky jako je například stavebnictví. Nejnižší hodnoty a to okolo 8,4 % byly vykazovány v měsících červen, září a říjen roku 2011. (www.czso.cz, 2011-11-30)

#### **Písek**

Průměrná míra nezaměstnanosti v roce 2010 vykazovala hodnotu 7,08 %. Oproti roku 2011 se průměrná míra nezaměstnanosti snížila o 0,48 % na 6,6 %. Nejvyšší hodnoty míry nezaměstnanosti v roce 2011 byly v měsících leden a únor a nejnižší v září. (www.czso.cz, 2011-11-30)

#### 4. 2. 4 Realizační předpoklady pro okresy Strakonice a Písek

##### Doprava a dostupnost území

###### **Strakonice**

Na území strakonického okresu je poměrně hustá silniční síť. Z hlavních silnic je nejvýznamnější směr České Budějovice - Plzeň a Strážný - Vimperk - Praha. Okres protínají železniční tratě České Velenice - Plzeň. Regionálního významu nabývají tratě z Číčenic směr Volary a Týn nad Vltavou a ze Strakonice směr Volary a Březnice. (www.cbudejovice.czo.cz, 2011-11-30)

Strakonický region disponuje silnicemi 1., 2. a 3. třídy. Z předchozího údaje vyplývá, že tímto regionem neprochází žádná dálnice. Nachází se tu 9,4 km silnic 1. třídy na 100 km<sup>2</sup>, 16,18 km silnic 2. třídy na 100 km<sup>2</sup> a 52,62 km silnic 3. třídy na 100 km<sup>2</sup>. (www.risy.cz, 2011-30-11)

###### **Písek**

Železniční síť tvoří hlavní tratě Plzeň - České Budějovice, Zdice - Protivín a Ražice - Tábor. Okresem prochází významné silniční spoje České Budějovice - Písek - Plzeň a Písek - Tábor. Autobusové spojení zajišťuje ČSAD Písek, Student Agency a v cyklistické sezóně i Cyklotrans. Lodní doprava po Orlické přehradě je provozována dvěma společnostmi, a to Quarter, s.r.o. a První Orlická, s.r.o. Dopravní dostupnost automobilem na Písecku je uspokojující.

Na území Píseckého regionu se nevyskytuje žádná dálnice. Je zde 10,65 km silnic 1. třídy na 100 km<sup>2</sup>, 14,11 km silnic 2. třídy na 100 km<sup>2</sup> a 39,76 km silnic 3. třídy na 100 km<sup>2</sup>. Údaje jsou vybrány z nejaktuálnějšího roku, který je k dispozici tzn. z roku 2010. (www.risy.cz, 3011-30-11)

## Ubytovací zařízení

### **Strakonice**

V tomto regionu se celkově nachází 134 ubytovacích zařízení, která jsou rozdělena do následujících kategorií: hotel, penzion, ubytování v soukromí, chatová osada, kemp a ostatní ubytovací zařízení. Do kategorie chatové osady jsou řazeny chatové osady, samostatné chaty a chalupy. Do ostatních ubytovacích zařízení jsou dle potřeb této práce začleňovány rekreační zařízení a střediska, domovy mládeže, internáty a turistické ubytovny. Tabulka 5 zobrazuje počet ubytovacích zařízení nacházejících se na Strakonicku dle zvolených kritérií a to počtu pokojů a typu provozu.

Nejčastějším typem ubytovacího zařízení v okrese Strakonice je penzion. Na tomto území se vyskytuje 36 penzionů poskytujících méně než 10 pokojů a provozujících tyto služby po celý rok. Pouze 3 penziony se otevírají jen na letní či zimní sezónu. Druhým preferovaným typem ubytování jsou chatové osady, do kterých dále patří samostatné chaty a chalupy. Tato forma ubytování je nejvíce využívána především v letní sezóně, a to v kapacitě do 10 ti lůžek.

Ubytování v soukromí je třetí nejpočetnější skupinou nabízející celoroční provoz. Ostatní ubytovací zařízení zahrnují několik typů ubytování. Jedná se o turistické ubytovny, domovy mládeže a jiné ubytovací zařízení nikde jinde nespécifikované. Rekreační zařízení a střediska jsou využívány celoročně nebo pouze v letní sezóně, obvykle disponují počtem lůžek od 11 do 50. Kempy jsou provozovány ve zdejším regionu pouze v letní sezóně. Počet lůžek je nejpočetnější v intervalu od 1 do 10.

Klasifikaci podléhá ze 134 ubytovacích zařízení pouze 8 z nich. Jedná se o 4 penziony a 4 hotely. Všechny spadají pod klasifikaci třech hvězdiček. Jiné klasifikační třídy ubytovacího zařízení se v regionu Strakonice nenachází.



Tabulka 5 Seznam ubytovacích zařízení v okrese Strakonice

Kategorie	Celoroční provoz						Letní provoz						Letní a zimní provoz					
	Interval počtu pokojů		Interval počtu pokojů		Interval počtu pokojů		Interval počtu pokojů		Interval počtu pokojů		Interval počtu pokojů		Interval počtu pokojů		Interval počtu pokojů		Interval počtu pokojů	
	(0,10)	<11,50)	<51,100)	(0,10)	<11,50)	<51,100)	(0,10)	<11,50)	<51,100)	(0,10)	<11,50)	<51,100)	(0,10)	<11,50)	<51,100)	(0,10)	<11,50)	<51,100)
<b>Hotel</b>	4	5	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	-	-	-	-
<b>Penzion</b>	36	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-
<b>Ubytování v soukromí</b>	17	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Chatová osada</b>	4	-	-	15	4	4	15	4	4	4	4	-	-	-	-	-	-	-
<b>Kemp</b>	-	-	-	11	4	-	11	4	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Rekreační zařízení</b>	-	-	1	2	3	-	2	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Ostatní zařízení</b>	5	3	3	-	1	3	-	1	1	3	3	-	-	-	-	-	-	-

Zdroj: vlastní zpracování

## **Písek**

Písecký region disponuje 159 ubytovacími zařízeními. Tabulka 6 přehledně znázorňuje počet kategorií ubytovacích zařízení. Nejčastěji provozovanou formou je však penzion, který poskytuje své služby celoročně. Ubytování v soukromí nepodléhá sezónnosti a celkový počet pokojů spadá do intervalu (0,10). Hotely mají nejčastěji od 11 do 50 pokojů.

Kategorie rekreační zařízení obsahuje nejen již jmenované rekreační zařízení, ale také rekreační střediska. Písecký region nabízí díky své výjimečné poloze ojedinělé místo pro rekreaci a odpočinek. Proto se také na tomto území vyskytuje vyšší množství rekreačních zařízení a středisek, chatových osad a kempů. Rekreační střediska a zařízení mají obvykle i další místa pro karavany a stany. Kempy jsou provozovány pouze v letní sezóně, obvykle disponují celkovou lůžkovou kapacitou do 10 ti lůžek. Kapacita je rozšiřována možností stanování a volných míst pro karavany.

Pod klasifikaci spadá 13 ubytovacích zařízení. Z toho 3 krát je klasifikován kemp a 10 krát hotel. Kempy získaly 1 krát jednu hvězdičku a 2 krát dvě hvězdičky. Hotely, které získaly 4 hvězdičky, se nacházejí v centru Písku. Jedná se o 2 hotely a to Hotel Biograf a Interhotel America, Zbytek hotelů je oceněn 3 hvězdičkami.

Tabulka 6 Seznam ubytovacích zařízení v okrese Písek

Kategorie	Celoroční provoz			Letní provoz		
	Interval počtu pokojů			Interval počtu pokojů		
	(0,10)	<11,50)	<51,100)	(0,10)	<11,50)	<51,100)
Hotel	3	19	2	-	-	-
Penzion	28	7	-	-	-	-
Ubytování v soukromí	33	-	-	-	-	-
Chatová osada	9	1	-	3	6	-
Kemp	-	-	-	9	5	2
Rekreační zařízení	-	2	2	16	3	-
Ostatní zařízení	2	2	1	-	3	1

Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.2.5 Komparace okresů Strakonice a Písek

Strakonicko a Písecko zaujímají v rámci Jihočeského kraje pozici nejmenších, avšak nejlidnatějších okresů. Písecký okres je větší rozlohou a menší hustotou zalidnění než Strakonicko. Vymezená území jsou tvořena z více jak 80 % zemědělskou a lesní půdou. Reliéf okresů je velice rozmanitý. Dominantou Písecka je Orlická přehrada a Písecké hory, zatímco Strakonicko je předhůřím Šumavy a krajina je více horského rázu. Vymezená území se vyznačují rozličnou nabídkou přírodních pozoruhodností. Jedná se o přírodní rezervace, národní přírodní památky a přírodní památky. Předpoklady pro rozvoj venkovského cestovního ruchu jsou zde vysoké. Potenciál tkví v přírodních atraktivitách, kulturně historických památkách, lidové architektuře, poutních místech, ale také v místních tradicích a zvycích.

V kapitole 4.2.3 byly okresy analyzovány z pohledu selektivních předpokladů. Při srovnávání okresů z demografického hlediska bylo zjištěno, že se okresy ve struktuře obyvatelstva příliš neliší. Zajímavé je, že na Strakonicku žije více žen a méně mužů než na Písecku. Průměrný věk žen i mužů je na Písecku vyšší. Ženy jsou v průměru starší o 0,8 a muži o 0,7 let než na Strakonicku.

Urbanizační rozdílnost lze spatřit ve skutečnosti, že Písecko sice disponuje menším počtem obcí, ale jejich průměrná rozloha je o 131 ha větší a i průměrný počet obyvatelstva v obci je o 324 obyvatel vyšší než v komparovaném okrese. Lze upozornit na skutečnost, že se v porovnávaných územích nenachází velké městské aglomerace přesahující 30 tisíc obyvatel. Strakonicko a Písecko je tvořeno středně velkými obcemi a malými městečky, které vytvářejí typický kolorit Jihočeského kraje.

Dopravní infrastruktura je v obou okresech uspokojující. Na Písecku se nachází více km silnic první třídy. Strakonicko disponuje větším množstvím silnic třetí třídy. Vybavenost okresů Strakonice a Písek dopravní infrastrukturou je pro rozvoj venkovského cestovního ruchu dostačující.

Na Strakonicku a Písecku z celkového počtu ubytovacích zařízení pouze 21 objektů podléhá klasifikaci. Okresní město Písek disponuje největší koncentrací ubytovacích zařízení respektive hotelů a penzionů, které spadají pod klasifikaci. Výrazné diference

spočívají ve skladbě ubytovacích zařízení v komparovaných okresech. Na Strakonicku jsou nejvíce zastoupeny penziony, chatové osady, kempy a ubytování v soukromí. Písecko disponuje vysokým množstvím penzionů, ubytování v soukromí, hotelů a rekreačních zařízení. Město Písek je kolébkou 4 a 3 hvězdičkových hotelů, které nabízí kvalitní a vysoce komfortní služby. Orlická přehrada umožňuje existenci vysokého počtu rekreačních středisek na relativně malém území, jelikož se jedná o turisticky zajímavou a vytíženou lokalitu. V obcích Písecka je velmi rozšířené ubytování v soukromí, které je poskytováno 33 subjekty. Na Strakonicku se oproti okresu Písek vyskytuje více chatových osad, jejichž výskyt je nejčastější kolem břehů řeky Otavy.

Mezi ubytovací zařízení, která jsou nejvhodnější pro využití ve venkovském cestovním ruchu, patří zejména ubytování v soukromí, penziony, chatové osady, kempy a rekreační zařízení. V okresech Strakonice a Písek se nachází vhodné formy ubytovacích zařízení, které vykazují potřebné aspekty pro využití v zeleném cestovním ruchu. Jedná se o lokalizaci ubytovacího zařízení do venkovského prostředí, menší počet lůžek a přírodní a kulturně historický potenciál destinace.

### **4.3 Analýza nabídky agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky**

Význam venkovského cestovního ruchu pro regiony zdůrazňuje i Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice platná pro období 2007 až 2013, podle níž dovolená v přírodě a sportovně aktivní dovolená patří mezi rozhodující nabídku cestovního ruchu České republiky. Koncepce vyzdvihuje několik určitých směrů, které mají za cíl realizovat specifické regionální produkty cestovního ruchu a vytvořit podmínky pro uplatnění šetrných forem cestovního ruchu. (www.mmr.cz, 2012-01-12)

Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji na roky 2009 až 2013 a její zvolená vize „Jižní Čechy harmonické“ též zdůrazňují význam venkovského cestovního ruchu. Vybrané klíčové (rodinná a aktivní dovolená, krátkodobé výlety za přírodou, kulturou a historií) a perspektivní (zážitkový cestovní ruch a skupinové cesty) produkty cestovního ruchu jsou uchopitelné pro využití šetrných forem cestovního ruchu. (www.jizni-cechy.cz,2012-01-12)

Strategický rámec rozvoje cestovního ruchu není na Strakonicku koncepčně vyřešen. Na části území strakonického okresu působí místní akční skupina LAG Strakonicko, která vytvořila integrovanou strategii rozvoje území na období 2007 až 2013. Jednou z priorit koncepčního dokumentu je právě rozvoj cestovního ruchu, kultury a památek. Prioritní oblast číslo 4 vymezuje směr rozvoje cestovního ruchu. Jedná se o podporu a rozvoj agroturistiky, šetrného cestovního ruchu a zážitkové turistiky. Prostřednictvím odboru školství a kultury městského úřadu Písek je pro území Písecka vypracován strategický plán rozvoje cestovního ruchu pro definované území do roku 2020. Jedna z vizí okresu Písek je rozvíjení cestovního ruchu dle principů trvale udržitelného rozvoje. Proto jsou stanoveny nosné marketingové osy, mezi které patří Písecká čítanka, Písecko v pohybu - po zemi - po vodě, Písecko je dětské hřiště a Na Písecku turisté vítáni. V definovaných marketingových osách má své uplatnění venkovský cestovní ruch, vzdělávání, uličky s řemeslníky, turistické balíčky i zážitky. Význam rozvoje venkovského cestovního ruchu je opodstatněn Koncepcí státní politiky cestovního ruchu, Strategií rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji i strategickými dokumenty strakonického a píseckého okresu. (www.strakonice.net, www.icpisek.cz, 2012-01-13)

### 4.3.1 Analýza nabídky agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky na Strakonicku

Aktuální stav nabídky agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky na Strakonicku je znázorněn na obrázku 5. Na mapě Strakonicka jsou rozmístěna různobarevná kolečka s čísly, která odkazují na přílohu 5 uvádějící konkrétní subjekty cestovního ruchu. Příloha 5 obsahuje 6 tabulek, ve kterých jsou zařazeni podnikatelé do kategorií v závislosti na své specializaci. K přehlednému rozlišení specifických oblastí působení ekonomických subjektů v rámci venkovského cestovního ruchu jsou v mapě použita barevná kolečka následujícím způsobem na:

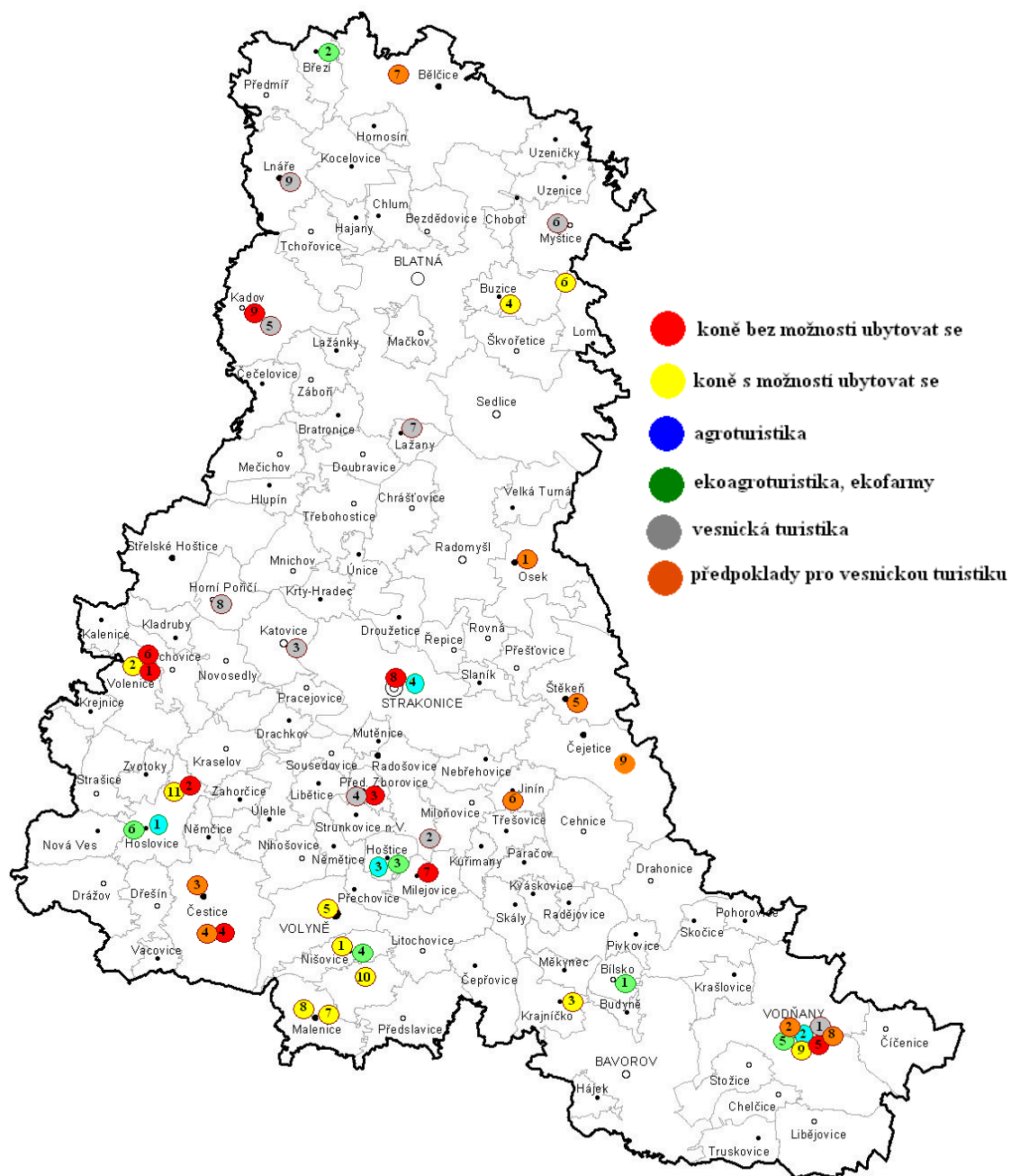
- **koně a to především na ustájení,**
- **koně s možností ubytovat se,**
- **agroturistiku,**
- **ekofarmy a ekoagroturistiku,**
- **vesnickou turistiku,**
- **mající předpoklady pro vesnickou turistiku.**

Tabulky v příloze 5 sledují kritéria:

- název subjektu,
- lokalizace,
- typ ubytování,
- chov,
- prodej,
- prezentace na webových stránkách,
- další služby.

Vyjmenované charakteristiky jsou důležité pro identifikaci subjektů zabývajících se chovem koní, agroturistikou a ekoagroturistikou. Kritérium „prodej“ zohledňuje nabídku vlastních produktů farem či statků a možnost odkoupit si od některých chovatelů jejich koně. V případě subjektů, které se specializují nebo mají předpoklady pro vesnickou turistiku, jsou kritéria nepatrně obměněna, viz příloha 5.

Obrázek 5 Agroturistické služby a produkty venkovské turistiky na Strakonicku



Zdroj: vlastní zpracování



**Červená** označuje subjekty, které se orientují na chov koní, provozování jízdáren, ustájení koní, ale nenabízí možnost ubytování. Z obrázku 5 je patrné, že největší koncentrace těchto subjektů je ve správním obvodu obce s rozšířenou působností (dále jen ORP) Strakonice. V ORP Vodňany a Blatná je počet shodný. Jedná se o chovatele koní různých plemen. Pro zajímavost v Hodějově je chováno vzácné plemeno Achal Teke, které patří do skupiny orientálních koní. Hřebčín Viklan a Jezdecký areál Strakonice nabízí pro děti i možnost projížďky na ponících. Prodej koní je možný u Jezdeckého klubu Shagya, velkostatku Tažovice a hřebčíně Viklan. Jako další služby jsou poskytovány vyjížďky, výcvik, ustájení, pikniky a letní tábory.

**Žlutou** jsou vyznačeni ti, kteří chovají koně a poskytují nějaký typ ubytování. Subjekty jsou nejvíce soustředěny kolem Malenic, Volyně, Nišovic a jejich blízkého okolí. Významné zastoupení mají v ORP Blatná (Ranč Leon a jezdecký klub Míreč) a ORP Vodňany (Ranč Apollo a koně u obce Veselíčko). Nejběžněji poskytovaným typem ubytování je apartmán nacházející se na statku či farmě, využití vlastních stanů a možnost přespání na seně či tzv. „pod širákem.“ Farma Cihelna, ranč Leon a farma Malenice se zabývají nejen chovem koní, ale i ostatních hospodářských zvířat jako jsou např. ovce, vepři, husy a kočky. Subjekty zařazené do této skupiny prodej koní neumožňují. Mezi zajímavé doplňkové služby patří lyžování za koněm (skiering), rodeo a vyjížďky s kočárem.

**Modrá** identifikuje subjekty specializující se na agroturistiku. Z obrázku 5 vyplývá, že podnikatelé z této kategorie se nejvíce soustřeďují v ORP Strakonice. Možnost ubytování je poskytována, kromě Josefa Vokáče, ve všech případech formou penzionu. Subjekty zabývající se agroturistikou chovají převážně skot a koně. Prodej skotu umožňuje pouze Josef Vokáč. Mezi doplňkové služby, které jsou nabízeny turistům, patří aktivity spojené s koňmi, možnost rybolovu a pořádání vepřových zabijaček.

**Zelená** je symbolem pro podnikatele, kteří jsou zaměřeni na ekofarmy a ekoagroturistiku. Kozí ekofarmy se nacházejí v Bílsku a Březí. Ostatní podnikatelé se zabývají ekoagroturistikou, která je nejvíce zastoupena v ORP Strakonice. Ubytování je nabízeno pouze kozí farmou Kofa, kde je možnost přenocování ve vlastních stanech

či karavanech. Farmy a zemědělci prodávají vlastní výrobky, a to prostřednictvím prodeje ze dvora či pomocí tzv. bedýnek.

**Šedá** znázorňuje subjekty mající předpoklady pro vesnickou turistiku. Z obrázku 5 je patrné, že tato kategorie je rovnoměrně zastoupena ve všech částech okresu Strakonice. Jedná se o zrekonstruované statky, stavení, chalupy či penziony, mající předpoklad využití pro venkovský cestovní ruch.

**Oranžová** označuje penziony či chalupy, které disponují předpokladem pro vesnickou turistiku. Největší potenciál se skýtá v ORP Strakonice.

Tabulka 7 zobrazuje, jaké webové stránky využívají podnikatelé nejčastěji ke své prezentaci na webu. Z dotazníkového šetření provedeného mezi subjekty zabývající se venkovským cestovním ruchem vyplynulo, že 100 % dotazovaných na Strakonicku využívá internet ke zvýšení efektivnosti marketingové komunikace.

Tabulka 7 Způsob prezentace pomocí webových stránek na Strakonicku

Typ webové prezentace	Počet
Vlastní webové stránky	30
Portalstrakonice.cz, Hotel-ubytovani.com	10
Czecot.cz, Penziony.cz	9
Facebook.com, Kudyznudy.cz, Jihoceskehipostezky.cz	6
Koniccic.cz	5
Equichanel.cz, Jiznicechy.cz, Ubytovani.pampeliska.cz	4

Zdroj: vlastní zpracování

Webové stránky, které prezentují subjekty či objekty Strakonicka zabývajících se venkovským cestovním ruchem, byly vyhledávány pomocí prohlížečů google.com, centrum.cz a seznam.cz. Příloha 5 vymezuje komplexní souhrn webových stránek, které byly nalezeny již jmenovanými webovými vyhledávači.

Farmy, jízdni kluby a stáje, hřebčiny, penziony a ostatní zařízení se z 62 % prezentují prostřednictvím vlastních webových stránek. Neopomenutelný prostor pro propagaci poskytuje oficiální portál města Strakonice [www.strakonice.cz](http://www.strakonice.cz). Ze strany podnikatelů jsou dále hojně využívány webové stránky [hotel-ubytovani.com](http://hotel-ubytovani.com) a [penziony.cz](http://penziony.cz). Velký význam pro představení subjektů má [facebook.com](http://facebook.com), portál pro podporu domácího cestovního ruchu [kudyznudy.cz](http://kudyznudy.cz) a [jihoceskehipostezky.cz](http://jihoceskehipostezky.cz).

### **4.3.2 Analýza nabídky agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky na Písecku**

Současný stav nabídky agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky na Písecku je pro větší přehlednost graficky přenesen na ilustrační mapu definovaného území, které je znázorněno na obrázku 6. V okrese Písek je pro rozbor venkovského cestovního ruchu použit identický grafický systém jako na Strakonicku, viz podkapitola 4.3.1. Jediným rozdílem je skutečnost, že seznam subjektů orientující se na alternativní formy cestovního ruchu na Písecku zobrazuje příloha 6.

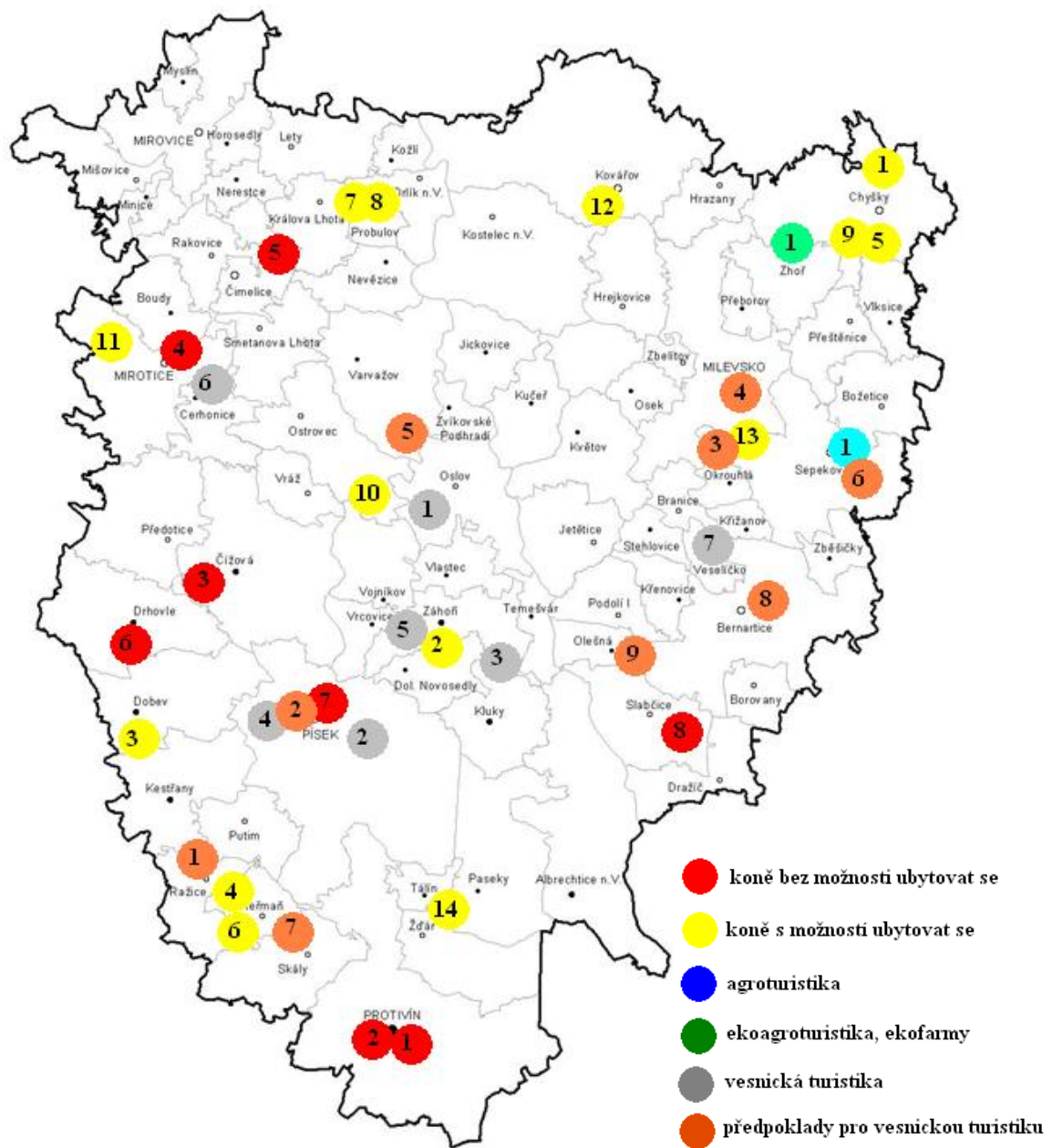
**Červená** označuje subjekty zabývající se chovem koní a aktivitami s nimi spojenými, ale nelze se na těchto farmách či statcích ubytovat. Nabídka ustájení, projížďek, výcviků a letních táborů je na Písecku rovnoměrně rozmístěna po celém okrese. Luka racing v Bošovicích a Jezdecký sportovní klub Aleko v Miroticích se specializují jako jediní na chov sportovních koní a tedy i pořádání závodů. Jezdecký klub Deni v Lazišti nabízí pro děti pony školku. Na protivínském ranči Liberte se konají westernové soutěže.

**Žlutá** je symbolem pro všechny chovatele koní, kteří umožňují návštěvníkům přenocovat. Ubytování má obvykle podobu penzionu, apartmánu či chatky. Indiánská pevnost Fort Hary v Jaroticích umožňuje nocleh v tee pee či srubech. Na ranči Ixion je provozována hiporehabilitace a na farmě Tálín hipoterapie. Na statku u Jerelímků je možné se zapojit do prací na usedlosti a Ranch Calamity Jane je dokonce zapojen do projektu WWOOF, neboli do celosvětové výměnné sítě pro dobrovolníky, kteří vypomáhají v době potřeby na ekologické farmě a za jejich pomoc je jim poskytnuto ubytování, stravování a praktické zkušenosti.

**Zelená** barva znázorňuje ekoagroturistiku, která je reprezentována farmou Výška nacházející se v obci Zhoř, na které se chovají jehňata, skot, koně a poníci. Prodávají se zde i vlastní výrobky prostřednictvím prodeje ze dvora.

**Modrá** označuje penzion Joe, jenž se jako jediný subjekt specializuje v okrese Písek na agroturistiku.

Obrázek 6 Agroturistické služby a produkty venkovské turistiky na Písecku



Zdroj: vlastní zpracování

**Šedá** označuje chalupy, statky, chaty a priváty, které pro venkovský cestovní ruch představují významný potenciál. Ten je umocněn díky ojedinělému urbanizačnímu uspořádání, péči vlastníků při rekonstrukcích objektů s prvky selského baroka a krajinnému rázu okolí.

**Oranžová** je znakem pro objekty, které mají předpoklad pro využití ve venkovské turistice.

Tabulka 8 poskytuje přehled nejpoužívanějších webových stránek, které subjekty cestovního ruchu na Písecku využívají k představení svých farem, statků a jiných objektů potenciálním návštěvníkům. Z dotazníkového šetření, které bylo provedeno mezi podnikateli ve venkovském cestovním ruchu, vyplynulo, že 100 % respondentů využívá internet ke zvýšení povědomí o nabízených službách.

Tabulka 8 Způsob prezentace pomocí webových stránek na Písecku

Typ webové prezentace	Počet
Vlastní webové stránky	35
Icpisek.cz	25
Facebook.com	11
Konicc.cz	8
Czecot.cz	7
Portalmilevsko.cz, Jiznicechy.cz, Turistikanakoni.cz	5

Zdroj: vlastní zpracování

Webové stránky, které odkazují a představují subjekty či objekty Strakonicka zabývajících se venkovským cestovním ruchem, byly vyhledávány pomocí prohlížečů google.com, centrum.cz a seznam.cz. Příloha 6 vymezuje komplexní souhrn webových stránek, které byly nalezeny již jmenovanými webovými vyhledávači.

Nejrozšířenějším způsobem prezentace subjektů je z 82 % použití vlastních webových stránek a informačního systému cestovního ruchu Písecka icpisek.cz. Vytváření profilů na Facebook.com je též často volenou formou zviditelnění se. Uplatnění zde také našla specifická webová stránka konicci.cz, která seskupuje chovatele koní z různých okresů. Důvodem může být skutečnost, že je na Písecku velké množství podnikatelů zabývajících se chovem koní.

### **4.3.3 Komparace nabídky agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky v okresech Strakonice a Písek**

Strakonicko i Písecko disponují díky své poloze vysokým potenciálem pro rozvoj venkovského cestovního ruchu. Okresy patří do kraje Jihočeského, který je známý přírodním i kulturně historickým dědictvím. Strakonicko jako předhůří Šumavy je rozvinutější v oblasti agroturistiky a ekoagroturistiky než komparovaný okres. Strakonický okres je reprezentován 4 subjekty zabývajícími se agroturistikou a 6 specializujícími se ekoagroturistikou. Nejvýraznějšími zástupci z této oblasti jsou kozi farmy v Bílsku a Březí. Povědomí o těchto farmách je zvyšováno prostřednictvím prezentace na portálu pro podporu domácího cestovního ruchu Kudyznudy.cz. Písecko v této oblasti není plně rozvinuto. Oba okresy jsou začleněny do projektů Jihočeské hipostezky.cz a Turistikanakoni.cz.

Do Jihočeských hipostezek je zapojeno více spolupracujících „stanic“ než do druhého programu Turistika na koni. Na území Písecka se nachází 22 subjektů, které chovají různá plemena koní a u více než 70 % z nich se lze ubytovat. Strakonický okres poskytuje rovněž bohatou nabídku v rámci aktivit spojenými s koňmi. Z celkového počtu 20 podnikatelů, kteří se zabývají chovem koní, nabízí 60 % subjektů možnost přenocovat. Písecko je mnohem zajímavějším okresem než Strakonicko zásluhou rozmanitějších doplňkových služeb farem, statků či jízdnic klubů. Jako standard lze považovat ustájení, výcvik, projížďky, závody nebo provozování letních táborů pro děti. Zvláštností v nabídce je hipoturistika, hiporehabilitace, hipoterapie, pony školka, westernové závody a indiánská pevnost Fort Hary. Ranch Calamity Jane je také jediným statkem zapojeným do programu WWOOF neboli dobrovolná výpomoc na farmách. Na Strakonicku lze mezi výjimečnosti zařadit skiering (lyžování za koněm), který je nabízen rančem Apollo ve Vodňanech. Komparované okresy sledují i gastronomické trendy, mezi které patří pořádání zabijaček a rybářských hodů.

Přírodní předpoklady jako reliéf, vodstvo, klima či přírodní pozoruhodnosti umožnily Strakonicku a Písecku stát se územím, které je zajímavé pro rozvoj venkovského cestovního ruchu. Jihočeský kraj a především pak Strakonice a Písek jsou okresy, kde se vyskytuje velké množství vesniček vzdálených od městských středisek.



Zrekonstruované statky, stavení či chalupy, jejichž lokalizace podněcuje typickou venkovskou atmosféru, mají vysoký předpoklad pro uplatnění ve vesnické turistice. Vyšší potenciál v rozkvětu ekoturistiky, pěší turistiky, nord walkingu či jiných sportovních aktivit se skýtá na území Strakonicka. V tomto okrese se nachází útulné penziony, které jsou přestavěné ze starobylých mlýnů, statky pořádající rybí a vepřové hody, kempy s možností přenocování v teepee a zámek Lnáře, kde Vás překvapí Muzeum Koček a krásné komnaty, ve kterých se lze ubytovat. Strakonicko dále nabízí široký výběr venkovských chalup k pronajmutí, ubytování na zemědělských usedlostech, kempování okolo řek Volyňky a Otavy a rybníků v blízkosti Blatné a Vodňan.

Tabulka 9 porovnává okresy Strakonice a Písek z hlediska nabídky agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky. Je patrné, že Strakonicko je více zaměřeno na agroturistiku, ekoagroturistiku a má vysoké předpoklady pro rozvoj vesnické turistiky. Písecko má výhodu v nabídce subjektů specializujících se na koně a zároveň i nabízí zajímavé doplňkové služby související s koňmi.

Tabulka 9 Komparace okresů Strakonice a Písek

Subjekty specializující se na:	Počet v okrese	
	Strakonice	Písek
koně neposkytující ubytování	9	8
koně poskytující ubytování	11	14
agroturistiku	4	1
ekoagroturistiku	6	1
vesnickou turistiku	9	7
předpoklady pro rozvoj vesnické turistiky	9	9

Zdroj: vlastní zpracování

#### **4.4 Analýza možností čerpání fondových prostředků na rozvoj agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky**

Možnosti čerpání fondových prostředků na rozvoj venkovského cestovního ruchu jsou různorodé. Existuje mnoho způsobů z jakých finančních zdrojů čerpat, záleží ovšem na tom, jak na danou oblast nahlížíme. Fondové prostředky pro rozvoj agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky na území Strakonicka a Písecka lze získat z:

- Program rozvoje venkova České republiky na období 2007 až 2013,
- Regionální operační program: ROP NUTS II Jihozápad,
- Tematické operační programy,
- Finanční mechanismy EHP a Norska,
- Granty a příspěvky Jihočeského kraje,
- Granty a příspěvky města Písek,
- Granty a příspěvky města Strakonice.

Z Programu rozvoje venkova České republiky na období 2007 až 2013 jsou finanční prostředky alokovány v rámci pěti prioritních os a to: zlepšení konkurenceschopnosti zemědělství a lesnictví, zlepšení životního prostředí a krajiny, kvalita života ve venkovských oblastech a diverzifikace hospodářství venkova, leader a technická pomoc. Strakonicko a Písecko spadá pod Jihočeský kraj a ten spolu s Plzeňským krajem tvoří NUTS II Jihozápad. Regionální operační program (dále jen ROP) Pro rozvoj cestovního ruchu a obcí zahrnuje důležité prioritní osy: stabilizace a rozvoj měst a obcí a rozvoj cestovního ruchu. Mezi zajímavé tematické operační programy lze zařadit OP Životní prostředí, OP Podnikání a Inovace a Integrovaný operační program. (www.kraj - jihcesky.cz, 2012-03-13)

Jihočeský kraj vyhlásil pro rok 2012 výzvy na granty a příspěvky. Jsou vybrány jen ty, které jsou použitelné pro rozvoj cestovního ruchu, podporují kulturně historické a přírodní atraktivitu a další pozoruhodnosti, které by mohly zvýšit potenciál venkovského cestovního ruchu v okresech Strakonice a Písek.

Jedná se o granty a příspěvky pod názvem:

- Produkty a služby v cestovním ruchu „Žijeme v památkách,“
- Podpora živé kultury,
- Úcta k předkům,
- Rozvoj malých podnikatelů ve vybraných regionech,
- Rozvoj infrastruktury podporující zážitkovou turistiku,
- Podpora přímého prodeje jihočeských zemědělských a potravinářských produktů,
- Podpora muzeí a galerií,
- Nemovité kulturní památky.

Grantové programy a příspěvky města Písek jsou poskytovány v oblastech kultury, cestovního ruchu, sportu a volnočasových aktivit. Aktuální výzvy grantového kalendáře pro poskytování finančních prostředků z rozpočtu města Písek na podporu cestovního ruchu v roce 2012 jsou vypsány:

- Grant - Podpora rozvoje cestovního ruchu,
- Zlatý fond - Písek centrum cestovního ruchu,
- Výměny s partnerskými městy.

Grantový program města Písku pro rozvoj kultury a místních tradic pro rok 2012 poskytuje finanční prostředky z grantu Podpora živé kultury a ze Zlatého fondu Písek centrum cestovního ruchu. ([www.granty-pisek.cz](http://www.granty-pisek.cz), 2012-03-23)

Strakonice pro rok 2012 nevypisuje zatím žádné granty ani příspěvky. V roce 2011 město Strakonice poskytovalo finanční podporu pro oblast sociální, kultury, sportu a volného času. ([www.strakonice.eu](http://www.strakonice.eu), 2012-03-23)

## 5. Vlastní výzkum

### 5.1 Dotazníkové šetření mezi podnikateli cestovního ruchu

Pro získání informací z primárního zdroje byla zvolena výzkumná metoda dotazování formou dotazníku distribuovaného elektronickou poštou. Elektronický dotazník byl vytvořen pomocí aplikace Google Docs.

Jedná se o kvantitativní výzkum prováděný od září do prosince 2011. Velikost dotazovaného vzorku činil 250 respondentů, ze kterého 120 subjektů podniká v oblasti ubytovacích služeb na území Strakonicka a 130 v okrese Písek. Dotazování byli provozovatelé ubytovacích zařízení ve vymezeném území. Z celkového počtu dotazovaných odpovědělo 150 respondentů s 60 % úspěšností návratnosti.

Emailové adresy těchto respondentů byly získávány prostřednictvím píseckého a strakonického infocentra a pomocí webových stránek icpisek.cz a strakonice.eu. Dotazník je uveden v příloze 7.

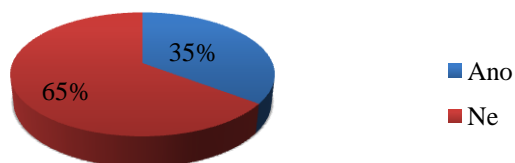
Otázka 1: Graf 1: Vyberte okres, ze kterého se nacházíte?



Zdroj: vlastní zpracování

Na celkovém souboru došlých odpovědí se podílelo 67 provozovatelů ubytovacích zařízení z okresu Strakonice a 83 podnikatelů z Písecka.

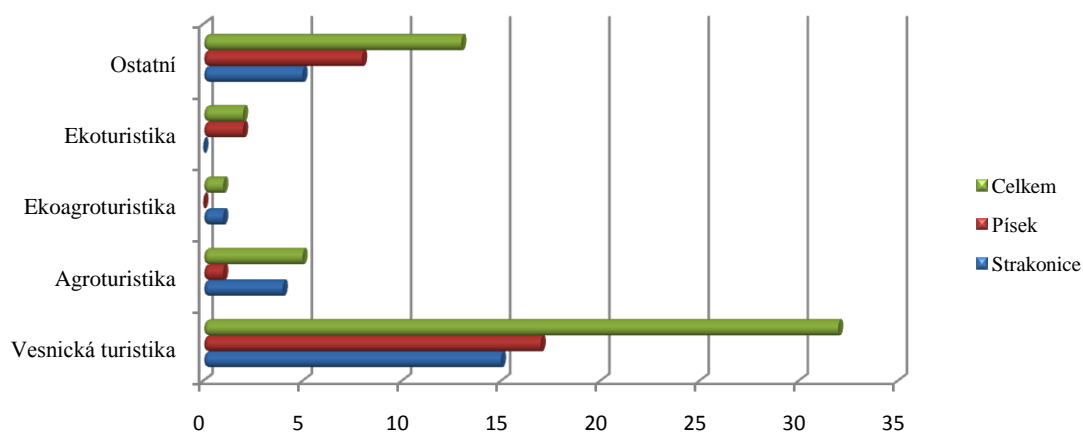
Otázka 2: Graf 2: **Podnikáte v oblasti agroturistiky, ekoagroturistiky, ekoturistiky či venkovské turistiky?**



Zdroj: vlastní zpracování

V oblasti agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky celkově podniká 35 % podnikatelů. Na území Písecka se nachází o necelých 10 % více provozovatelů ubytovacích zařízení zabývajících se touto formou cestovního ruchu.

Otázka 3: Graf 3: **Zvolte formu venkovského cestovního ruchu, která je Vaší podnikatelské činnosti nejbližší.**



Zdroj: vlastní zpracování

Vesnická turistika je nejpreferovanější formou venkovského cestovního ruchu v obou komparovaných okresech. Agroturistika a ekoagroturistika je více zastoupena na Strakonicku. Na Písecku podnikatelé častěji volili možnost ostatní, kde uváděli, že se zabývají hipoturistikou, hiporehabilitací a ostatními aktivitami spojenými s koňmi.

**Otázka 4: Z jakého důvodu jste zvolil/a tento typ cestovního ruchu (venkovský cestovní ruch)?**

Mezi nejčastější důvody, proč respondenti zvolili venkovský cestovní ruch jako směr svého podnikání, patří osobní přesvědčení a rodinná vazba. Třetí nejfrekventovaněji uváděnou odpovědí se stal výklenek na trhu. V odpovědích dotazovaných se vyskytovaly i důvody jako např. vlastnictví vhodného objektu nebo láska k přírodě.

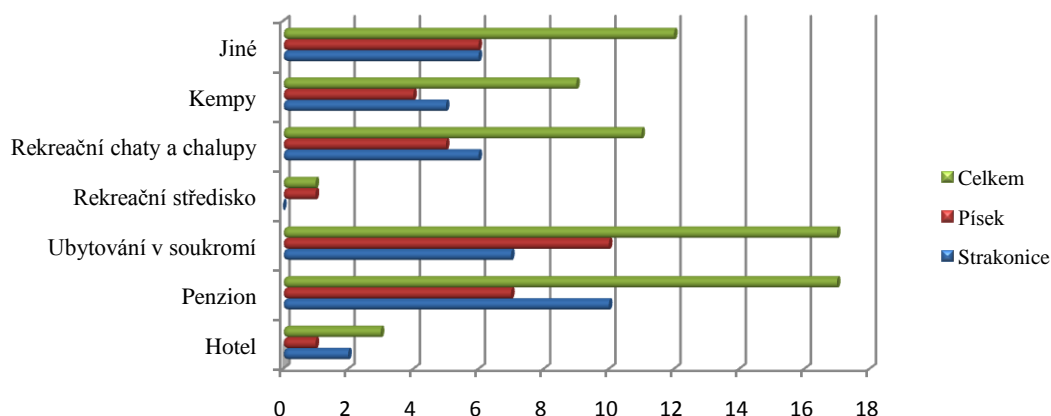
**Otázka 5: Sledujete aktuální trendy ve venkovském cestovním ruchu?**

Podle převážné většiny kladných odpovědí ano či spíše ano vyplynulo, že 66 % podnikatelů se zajímá o nové trendy v oblasti venkovského cestovního ruchu. Pouhých 6 % dotazovaných reagovalo negativně.

**Otázka 6: Jaké jsou Vaše priority do budoucna?**

Nejvyšší prioritou podnikatelů v cestovním ruchu je zlepšení využívání marketingového mixu obzvláště marketingové komunikace. Mezi další cíle respondentů do budoucna patří upevnění si lepší pozice na trhu, zkvalitnění služeb a jejich diferenciaci, zkvalitnění a rozvoj stávající infrastruktury.

**Otázka 7: Graf 4: Uved'te typ ubytovacího zařízení, který provozujete.**



Zdroj: vlastní zpracování

Nejčastěji uváděným typem ubytovacího zařízení ve venkovském cestovním ruchu respektive ve vesnické turistice a agroturistice se staly penziony a ubytování v soukromí. Rekreační chaty, chalupy a kempy jsou na Strakonicku a Písecku vyhledávanou formou ubytování, a to především v letních měsících. Písecký okres disponuje větším množstvím rekreačních středisek z důvodu turisticky vyhledávané Orlické přehrady. Značná část dotazovaných uvedla v možnosti jiné, že ubytování neposkytují. Obvykle se jedná o chovatele koní a provozovatele jízdáren pro koně.

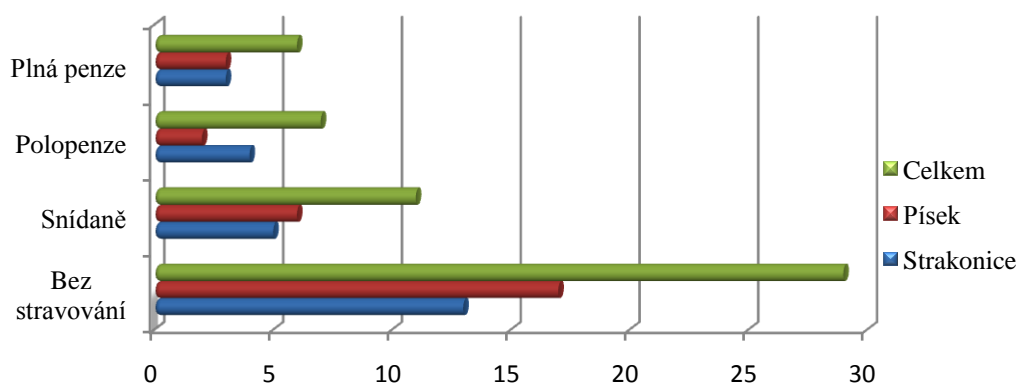
#### Otázka 8: Je Vaše ubytovací zařízení certifikováno?

Pouze jeden podnikatel uvedl, že jeho ubytovací zařízení je certifikováno. Bohužel neuvedl druh ani stupeň certifikace. Z tohoto důvodu není možné vyhodnotit následující otázku 9, která se dotazovala na způsob certifikace.

#### Otázka 10: Obdržel/a jste pro své podnikání ekologickou značku kvality?

Kladně reagoval jeden subjekt podnikající na Strakonicku. Získal ocenění Ekozemědělec, což je zároveň odpověď na další otázku 11 „Uved'te, jakou ekologickou značku jste obdržel/a.“

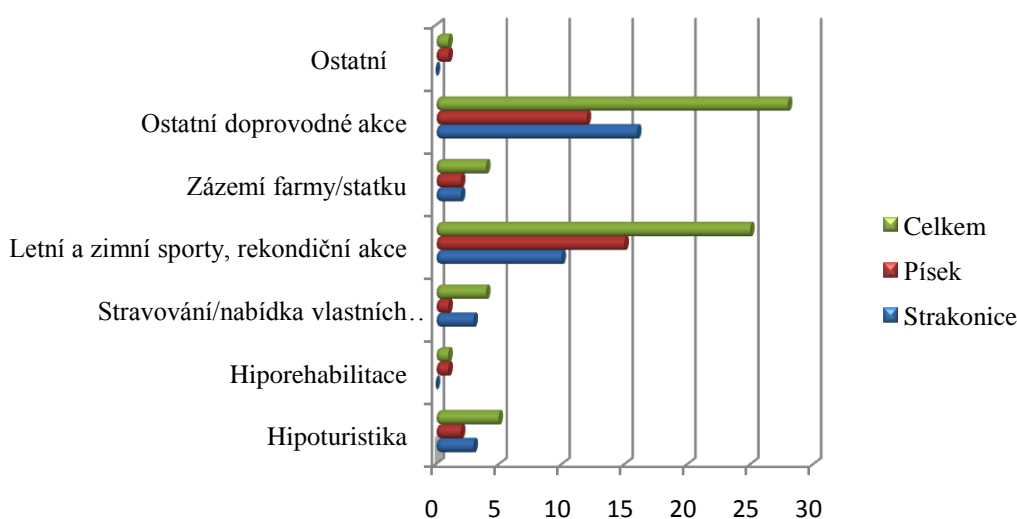
#### Otázka 12: Graf 5: Jakou formu stravování poskytujete svým hostům?



Zdroj: vlastní zpracování

Bez stravování je nejčastější forma stravování pro vesnickou turistiku, hipoturistiku a agroturistiku jak na Strakonicku, tak i na Písecku. Snídaně, druhá nejčastější odpověď, je typická opět pro vesnickou turistiku. Polopenze je poskytována pouze v rámci agroturistiky. Nejméně poskytovaným typem stravování je plná penze, která je pro subjekty podnikajících ve venkovském cestovním ruchu velice časově náročná.

Otázka 13: Graf 6: **Nabízíte doprovodné programy k venkovskému cestovnímu ruchu?**



Zdroj: vlastní zpracování

Mezi nejčastěji nabízené doprovodné programy v okresech Strakonice a Písek patří ostatní doprovodné akce ve vazbě na okolní krajinu a historii, letní a zimní sporty, rekondiční akce, zázemí farmy či statku a nabídka vlastních produktů.

Otázka 14: **Nabízíte vlastní produkty ke spotřebě nebo koupi?**

Vlastní produkty ke spotřebě či koupi nabízí 18 % subjektů z celkového počtu dotazovaných. Na Strakonicku mají návštěvníci větší možnost u podnikatelů ve venkovském cestovním ruchu nakoupit jejich vlastní produkty než v komparovaném okrese Písek. Prodej vlastních produktů je nejběžnější v agroturistice, ekoagroturistice či v činnostech spojených s koňmi.



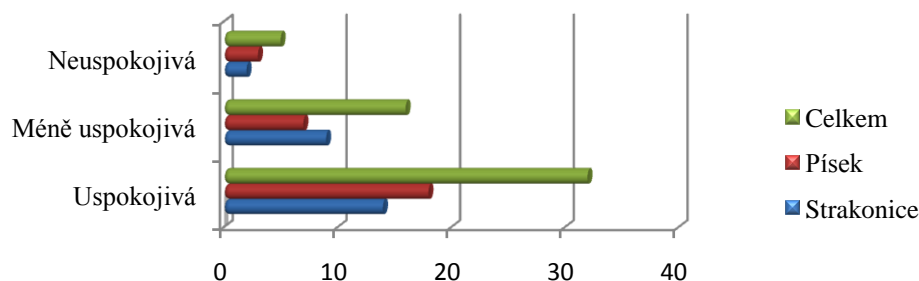
**Otázka 15: Zvolte na stupnici míru, s jakou jsou zákazníci spokojeni s Vašimi vlastními produkty.**

Rozhraní stupnice spokojenosti byla nastavena od 1 do 5, kdy 1 znamenala nejmenší spokojenost a 5 nejvyšší. V celkovém počtu 10 kladných odpovědí se všechny pohybovaly v pravé části stupnice a nejčastější známkou byla ta nejvyšší. Spokojenost zákazníků s vlastními produkty podnikatelů ve venkovském cestovním ruchu je zjišťována pomocí zpětné vazby, která má nejčastěji podobu osobního zeptání nebo anket na webových stránkách subjektů.

**Otázka 16: Máte zaměstnance?**

Více než 41 % respondentů z celkového počtu uvedlo, že mají zaměstnance. Na Strakonicku a Písecku je nevyšší počet zaměstnanců ve vesnické turistice, agroturistice, hipoturistice a ekoagroturistice. Nejčastěji uváděný počet je od 1 do 3 zaměstnanců. (Odpověď na otázku 17 „Uveďte počet zaměstnanců“)

**Otázka 18: Graf 7: Jaká je dopravní dostupnost?**



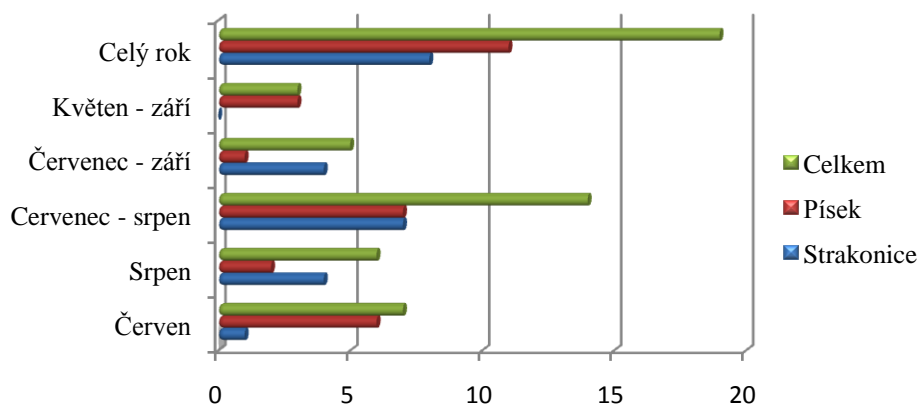
Zdroj: vlastní zpracování

Podle 60 % dotazovaných je dopravní dostupnost (tzn. do 1 km) do objektu cestovního ruchu uspokojivá. Nejlepší dostupnost je jak na Strakonicku, tak i na Písecku ve vesnické turistice. Méně uspokojivá dopravní přístupnost je v rámci hipoturistiky a ve vzdálenějších místech vesnické turistiky. Zbývající část podnikatelů označila dopravní dostupnost za neuspokojivou a jedná se především o agroturistiku a ekoagroturistiku.

### Otázka 19: Jaké dopravní prostředky zákazníci nejvíce využívají?

Cílem vyhodnocení této otázky bylo zjistit, jaké dopravní prostředky nejvíce návštěvníci využívají při realizaci cestovního ruchu. Zákazníci nevyhledávají městskou hromadnou dopravu a nejméně používanými dopravními prostředky jsou autobus a vlak. Individuální doprava do cílového místa je jak na Strakonicku, tak i na Písecku využívána z 68 %.

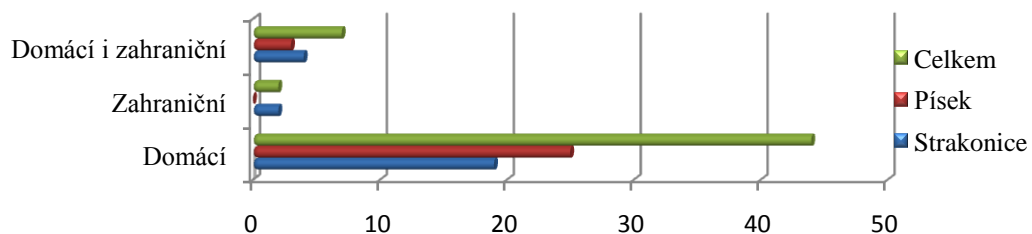
### Otázka 20: Graf 8: V jakém měsíci je nejvyšší obsazenost?



Zdroj: vlastní zpracování

Nejvyšší obsazenost na Písecku i Strakonicku je po celý rok, a to především v hipoturistice a vesnické turistice. Druhá nejfrekventovanější odpověď respondentů byla hlavní letní sezóna od července do srpna.

### Otázka 21: Graf 9: Jaký druh návštěvníků nečastěji přijíždí do Vašeho zařízení?



Zdroj: vlastní zpracování

Z celkového počtu návštěvníků tvoří domácí turisté 83 %. Na Strakonicko míří nejčastěji návštěvníci z Jižních, Západních, Středních a Východních Čech. V okrese Strakonice turisté v největší míře vyhledávají vesnickou turistiku, hipoturistiku a agroturistiku. Do Písecka přijíždějí návštěvníci nejvíce z Jihočeského kraje, Prahy, Středních, Západních a Východních Čech. Písecký okres láká návštěvníky především vesnickou turistikou. Nejvyšší podíl návštěvníků je tvořen rezidenty. Podnikatelé v cestovním ruchu uvedli, že do jejich ubytovacích zařízení přijíždějí i zahraniční turisté, a to obzvláště ze Slovenska, Německa a Holandska. (Odpověď na otázku 22 „Vypište, z jakých zemí turisté do Vašeho zařízení nejvíce přijíždějí“ a na otázku 23 „Vypište, z jakého kraje turisté do Vašeho zařízení nejvíce přijíždějí“)

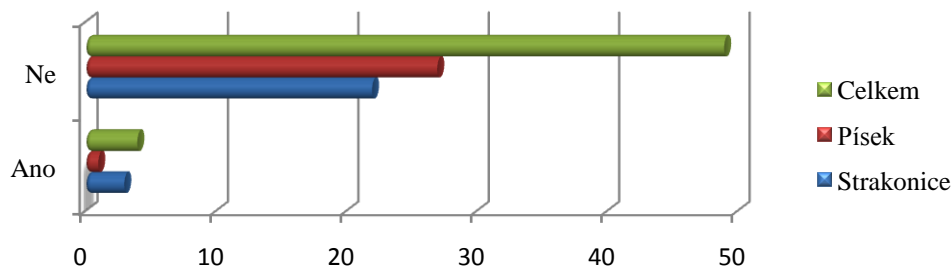
**Otázka 24: Máte vlastní internetové stránky?**

Dotazovaní uvedli, že z 68 % mají vlastní webové stránky. Primárně jsou používány na prezentaci vesnické turistiky, agroturistiky, hipoturistiky a ekoagroturistiky.

**Otázka 25: Jaké další propagační prostředky používáte?**

Na Strakonicku podnikatelé ze 14 % nepoužívají kromě webových stránek žádné další podpůrné prostředky pro zvýšení povědomí a informovanosti zákazníků o vesnické turistice. Z 11 % využívají podnikatelé služeb místních infocenter, se kterými spolupracují a jsou zařazovány do jejich evidencí např. ubytovacích zařízení okresu. Stěžejním komunikačním kanálem jsou reference od klientů, na kterých je založena propagace agroturistiky, ekoagroturistiky a hipoturistiky. Skladba propagačních prostředků na Písecku je mírně odlišná. Stejně tak jako na Strakonicku, 16 % dotazovaných odpovědělo, že kromě propagace prostřednictvím internetu nevyužívá žádné další reklamní prostředky. Pouhých 11 % subjektů z okresu Písek využívá služeb infocenter, tisku, letáků a reklamních tabulí.

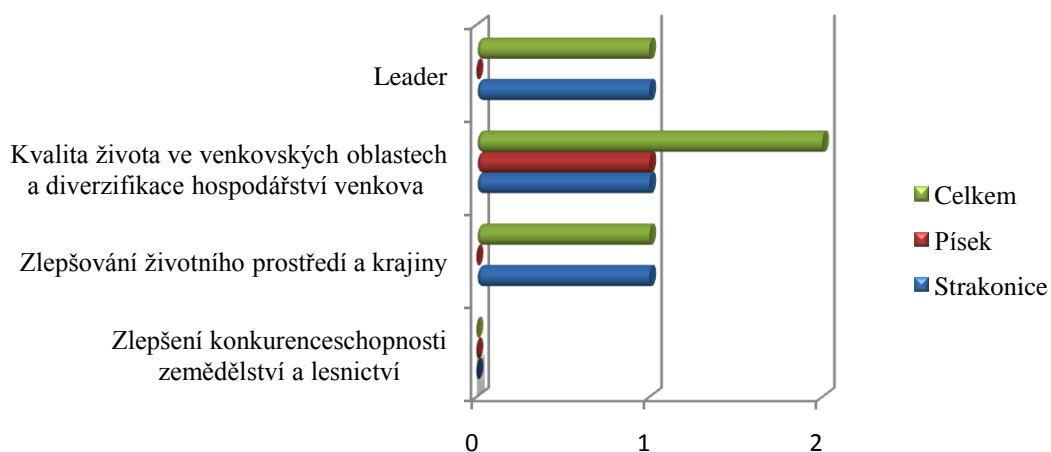
Otázka 26: Graf 10: **Čerpal/a jste finanční prostředky z Programu rozvoje venkova?**



Zdroj: vlastní zpracování

Z celkového počtu podnikatelů necelých 8% čerpal finanční prostředky z Programu rozvoje venkova (dále jen PRV). Na Strakonicku bylo alokováno o 75 % více finančních prostředků z PRV než v okrese Písek. Získané fondové prostředky byly na Strakonicku použity za účelem podpory agroturistiky, ekoagroturistiky a vesnické turistiky. Na Písecku byly získané prostředky využity pro rozvoj agroturistiky. Z celkového počtu dotazovaných 64 % respondentů uvedlo, že nevědí, jakým způsobem o dotaci žádat. (Odpověď na otázku 27 „Víte, kde a jakým způsobem o dotaci žádat?“)

Otázka 28: Graf 11: **Z jaké prioritní osy byly finanční prostředky alokovány?**



Zdroj: vlastní zpracování

Nejvíce je alokováno z prioritní osy číslo 3 Kvalita života ve venkovských oblastech a diverzifikace hospodářství venkova. Na Strakonicku bylo čerpáno i z os Leader a Zlepšování životní prostředí a krajiny.

Na Strakonicku je o 6 % menší povědomí o tom, kde a jakým způsobem zažádat o finanční podporu na rozvoj venkovského cestovního ruchu. I přesto je v okrese Strakonice z PRV o 75 % více čerpáno. Vysvětlení lze nalézt např. v působení místní akční skupiny MAS LAG Strakonicko, která své aktivity zaměřuje na osvětu subjektů podnikajících v cestovním ruchu.

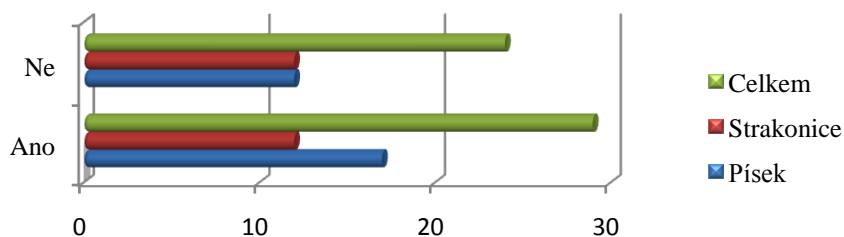
#### Otázka 29: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Nejvyšší procento tvoří střední škola s maturitou, vysoká škola a vyšší odborná škola. Necelé 4 % podnikatelů dosáhli základního vzdělání.

#### Otázka 30: Vystudoval/a jste školu, která navazuje na současnou podnikatelskou činnost?

Z celkového počtu dotazovaných 66 % uvedlo, že vystudovali školu, která nenavazuje na současnou podnikatelskou činnost.

#### Otázka 31: Graf 12: Vzděláváte se neustále v oboru, ve kterém podnikáte?



Zdroj: vlastní zpracování

Respondenti se ze 45 % neustále vzdělávají v oboru, ve kterém podnikají. Nejčastěji se jedná o oblast vesnické turistiky, agroturistiky a hipoturistiky. Podnikatelé z okresu Písek se vzdělávají o 7 % více než v komparovaném okrese.

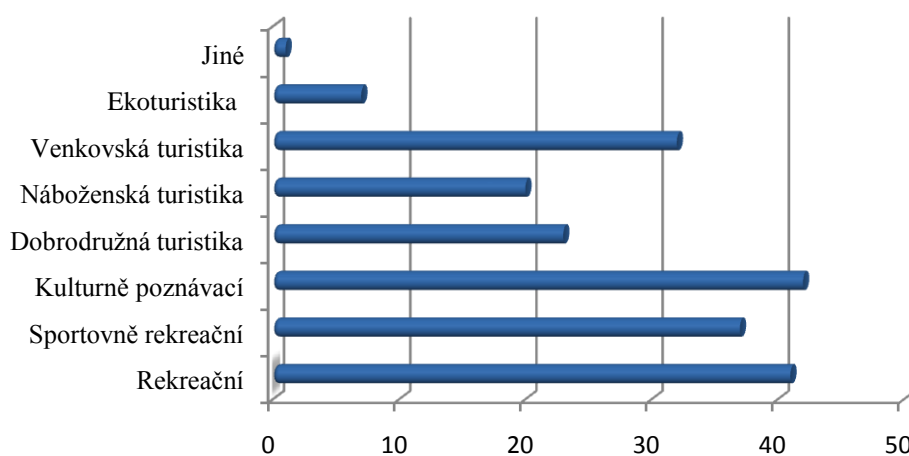
## 5.2 Dotazníkové šetření mezi potenciálními návštěvníky

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, jaké je povědomí o venkovském cestovním ruchu na Písecku a Strakonicku. Dotazník je uveden v příloze 8. Prostřednictvím aplikace Google Docs byl vytvořen elektronický dotazník, který byl šířen přes sociální síť Facebook. Osloveno bylo 150 respondentů a úspěšnost návratnosti činí 67 %. Výstupem dotazníkového šetření o povědomí potenciálních zákazníků o venkovském cestovním ruchu na Písecku a Strakonicku bude vytvoření profilu obou vybraných okresů a analýza budoucích trendů v této diverzifikační činnosti.

### Otázka 1: Jaký druh cestovního ruchu nejčastěji využíváte?

Dle odpovědí respondentů upřednostňuje 71 % dotazovaných domácí cestovní ruch před zahraničním.

### Otázka 2: Graf 13: V rámci domácího cestovního ruchu vyhledáváte jakou formu cestovního ruchu?



Zdroj: vlastní zpracování

Mezi nejvyhledávanější formy cestovního ruchu patří kulturně poznávací, rekreační, sportovně rekreační a venkovská turistika. Lze tvrdit, že venkovská turistika je mezi potenciálními návštěvníky atraktivní formou cestovního ruchu.

**Otázka 3: Myslíte si, že Strakonicko a Písecko disponují vysokým potenciálem v oblasti venkovského cestovního ruchu?**

Přes 55 % dotazovaných reagovalo kladným způsobem, a to odpovědí „ano“ nebo „spíše ano.“ Pouze 10 % respondentů uvedlo zápornou odpověď.

**Otázka 4: Je pro Vás Strakonicko v nabídce agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky atraktivnější než Písecko?**

Dle provedeného dotazníkového šetření není pro 61 % dotazovaných Strakonicko v nabídce agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky atraktivnější než Písecko.

**Otázka 5: Znázorněte stupeň atraktivnosti Strakonicka vůči Písecku.**

Z vyhodnocené otázky 4 vyplývá, že pro 39 % respondentů je Strakonicko v nabídce agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky atraktivnější než komparovaný okres. Nejčastěji voleným stupněm atraktivnosti bylo číslo 3 a 4. Škála byla definována následujícím způsobem, 1 znamenala nejnižší stupeň atraktivnosti a 5 tu nejvyšší.

**Otázka 9: V současné době je hojně využíváno spojení tradiční gastronomie a venkovského cestovního ruchu. Jaká oblast regionální gastronomie je pro Vás nejatraktivnější?**

Nejvíce zajímavou oblastí gastronomie jsou pro dotazované zabijačky, posvícení a poutě. Vyhledávány jsou ale i rybářské výlovy, rybářské a zvěřinové hody. Z této otázky vyplývá, že spojení gastronomie a venkovského cestovního ruchu je pro potenciální návštěvníky velmi lákavé.

**Otázka 10: Je pro Vás důležitá certifikace v oblasti venkovského cestovního ruchu?**

Pro 63 % respondentů je důležitá certifikace ubytovacích, stravovacích zařízení a produktů farem.

**Otázka 11: Víte, co znamená WWOOfing?**

Povědomí o WWOOFingu je nízké, pouze 6 % dotazovaných daný termín zná. Pojem WWOOfing nikdy neslyšelo 80 % z dotazovaných.

**Otázka 12: Myslíte si, že je venkovský cestovní ruch na Strakonicku a Písecku dostatečně propagovaný?**

Vyhodnocení této otázky je jednoznačné, jelikož 96 % respondentů se domnívá, že venkovských cestovních ruch v komparovaných okresech je nedostatečně propagovaný.

**Otázka 13: Znáte některé z těchto webových stránek na podporu venkovského cestovního ruchu?**

V možnostech byly uvedeny webové stránky jako např. Prazdninynavenkove.cz, Nafarmu.cz, Agroturistika-venkovska-turistika.cz, Konicci.cz, Venkovskatrznice.eu atd. Znalost specializovaných webových stránek je neuspokojující. Z celkového počtu dotazovaných uvedlo 74 % respondentů, že neznají žádnou z uvedených stránek.

**Otázka 14, 15 a 16: Identifikace respondentů**

Z celkového počtu respondentů tvoří 62 % ženy a 38 % muži. Nejčastěji odpovídali potenciální turisté ve věkových kategoriích od 21 do 30 let a od 31 do 40 let. Nejvyšší dosažené vzdělání bylo v 42 % vysokoškolské a v 35 % středoškolské s maturitou.



### 5.2.1 Profil Strakonicka z hlediska venkovského cestovního ruchu

Profil Strakonicka vychází z vyhodnocení otázky 6: „Jaká asociace se Vám vybaví ve spojení Strakonicko a venkovský cestovní ruch?“

Mezi nejčastěji uváděné asociace patří:

- Mezinárodní dudácký festival,
- příroda, venkov a rybníky,
- kozí farmy,
- malá sídla a vesnice,
- klid a harmonie,
- Hoslovice a Hoštice u Volyně.

Strakonicko je všeobecně spjato s dudáckou muzikou proslavenou nejen po celém okrese ale i celé české zemi fenoménem Švandy Dudáka. Je proto pochopitelné, že nejčastěji uváděnou asociací spojenou se Strakonickem byl Mezinárodní dudácký festival. Toto území navíc disponuje vysokým potenciálem přírodních atraktivit a vystihuje to i skutečnost, že „příroda“ byla druhou nejčastěji volenou asociací. Specifický ráz místní krajiny utváří husté lesy, řeky a sítě rybníků, mokřady i rozsáhlé lány úrodné půdy skýtající zázemí tradičnímu zemědělství. Strakonicko je území plné malebných vesniček a menších měst, ve kterých místní obyvatelé stále dodržují lidové zvyky, tradice a folklor. Kladně vnímané je i kulturně historické dědictví okresu Strakonice (např. zámek Blatná, hrad Strakonice, zřícenina Helfenburk). Velmi populární pozoruhodností mezi návštěvníky vymezeného území je středověký vodní mlýn v Hoslovicích. Známost a hojně navštěvovanou Jihočeskou vesničkou se staly Hoštice u Volyně, které si turisté spojují s Troškovou televizní komediální trilogií Slunce seno. Z pohledu spojení venkovského cestovního ruchu a Strakonicka byly mezi asociacemi úspěšně uváděny kozí farmy v Bílsku a Březí. To vypovídá o skutečnosti, že jsou farmy i jejich produkty velmi dobře zapsány v podvědomí návštěvníků. Na Strakonicku je velmi oblíbená a využívána síť Jihočeských hipostezek či neméně známý projekt Turistika na koni. Nachází se zde mnoho statků, jízdních stájí a klubů, které se zabývají chovem koní a zatraktivňují tak nabídku agroturistických služeb.

### 5.2.2 Profil Písecka z hlediska venkovského cestovního ruchu

Profil Písecka je sestaven z odpovědí, které uvedli respondenti na otázku 6: „Jaká asociace se Vám vybaví ve spojení Písecko a venkovský cestovní ruch?“

Mezi nejčastěji uváděné asociace patří:

- kultura,
- královské město Písek,
- koně a turistika na koni,
- příroda,
- Orlická přehrada,
- hrad Zvíkov a zámek Orlík,
- krokodýlí ZOO v Protivíně.

Písecký okres je označován jako vysoce kulturní destinace s hlavní dominantou královského města Písek, které je považováno za centrum kulturně společenského dění. Písecko je spojováno s návštěvnický úspěšnými akcemi např. Cipískoviště, Otavská plavba, dračí lodě, Písecké dupání, Mezinárodní folklorní festival či Šrámkův Písek. Velice významnou asociací jsou pro potenciální návštěvníky koně a s tím spojené farmy, jezdecké kluby, stáje a projekty s názvy Jihočeské hipostezky a Turistika na koni. Turisté vyhledávají v České republice známou Orlickou přehradu, která je místem pro sportovní a rekreační vyžití. V jejím okolí nachází turisté ideální podmínky pro provozování nejen pěší turistiky, cykloturistiky, nord walkingu ale i adrenalinových sportů jako je např. benjee dumping.

Historie dávných časů k dnešním návštěvníkům promlouvá prostřednictvím starobylých hradů a velkolepě vystavěných zámků. Mezi ty nejnavštěvovanější lze jmenovat národní kulturní památku státní hrad Zvíkov a zámek Orlík. Největší středoevropskou kolekci krokodýlů lze navštívit v protivínské ZOO. Milovníci dějin a nestárnoucích příběhů oceňují jednotlivé lokality píseckého okresu protkané husitskou a židovskou historií či obec Kestřany ležící na zlatonosné řece Otavě. Celkově nejmenší zastoupení mezi asociacemi pro Písecko zaujímaly pojmy související s venkovem, lidovou architekturou, tradicemi, folklorem a rodinnou atmosférou.

### 5.2.3 Analýza aktuálních trendů v nabídce agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky na Strakonicku a Písecku

Rozbor vychází z odpovědí respondentů na otázku 8: „Vypište, jaké jsou podle Vás aktuální trendy v nabídce agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky?“

Mezi nejčastěji uváděné asociace patří:

- partnerství, spolupráce a dobré vztahy,
- kvalitní služby x vyšší cena,
- balíčky služby / package,
- zvýšení propagace venkovského cestovního ruchu,
- zážitek a dobrodružství,
- bio produkty a farmářské trhy.

Většina respondentů usuzuje, že budoucnost venkovského cestovního ruchu spočívá ve vzájemné spolupráci podnikatelů, obcí a měst. Předpokladem pro navázání pevného partnerství by měly být dobré vztahy a kvalitní služby. Z celkového počtu dotazovaných 75 % uvedlo, že by za kvalitní službu byli ochotni zaplatit vyšší cenu. Alarmující je podle dotazovaných nedostatečná marketingová komunikace v oblasti venkovského cestovního ruchu. Písecký i strakonický okres by se mohly stát destinací lákající turisty na přírodní, rurální a kulturně historický potenciál. Návštěvníci postrádají ucelené balíčky služeb, které by jim usnadnily orientaci v nabídce agroturistických služeb. Další vývoj trendů je dle názorů respondentů orientován na pobyty na farmách a práci na nich, což by umožňovalo větší začlenění turisty do běžného chodu venkova. Možnost postarat se o zvířata a všední provoz statku, by pro některé mohlo být velkým psychickým odpočinkem, ale zároveň také zážitkem. Respondenti uvedli, že by toužili poznat typický venkovský víkend s místními jídly a tradicemi. Na vesnicích by se mohly konat např. „dny otevřených dveří na farmách,“ vzdělávací víkendy pro děti a dospělé a seznámení se s tradičními řemesly a tradicemi. Zájem vzrůstá i o ekofarmy a s tím související bio a eko produkty, prodej vlastních výrobků a systém bedýnek. Velice populární jsou farmářské trhy, na kterých je možné si zakoupit výrobky místních podnikatelů.

### 5.3 Řízené rozhovory

Cílem řízených rozhovorů bylo především získat názory kompetentních pracovníků v oblasti cestovního ruchu respektive venkovského cestovního ruchu na území Strakonicka a Písecka.

Řízené rozhovory probíhaly ve třech etapách. První řízený rozhovor byl uskutečněn dne 16. 3. 2012 s Ing. Editou Kučerovou pracovníci v odboru školství a kultury města Písek, v jehož kompetenci je i rozvoj cestovního ruchu. Druhý řízený rozhovor byl realizován dne 30. 3. 2012 s Ing. Ludmilou Koštovou, ředitelkou Muzea středního Pootaví ve Strakonících. Třetí řízený rozhovor byl proveden dne 10. 4. 2012 s Evou Janochovou pracovníci v odboru školství a cestovního ruchu města Strakonice.

#### 5.3.1 Řízený rozhovor na Písecku

Cílem řízeného rozhovoru, který byl proveden s Ing. Editou Kučerovou, bylo zjištění postavení venkovského cestovního ruchu na území Písecka.

**Otázka 1 Jak byste zhodnotila současný stav venkovského cestovního ruchu na Písecku?**

**Odpověď:** Odbor kultury a cestovního ruchu se primárně zabývá rozvojem cestovního ruchu ve městě Písek. Obávám se, že nejsem kompetentní osobou pro zhodnocení celého území Písecka. K 30. 9. 2011 byla ukončena činnost kanceláře destinačního managementu Písecka, která měla na starosti koordinaci aktivit cestovního ruchu a společnou propagaci regionální nabídky. V současné době se připravuje znovu obnovení působení činnosti tohoto subjektu. Zahájení provozu kanceláře destinačního managementu se předpokládá na podzim roku 2012.

**Otázka 2: Má podle Vás Písecko vysoký potenciál pro rozvoj venkovského cestovního ruchu?**

**Odpověď:** Písecko je určitě území, které disponuje vysokým a zároveň rozmanitým přírodním i kulturně historickým potenciálem.

**Otázka 3: Nabízíte turistické produkty / package na podporu agroturistických služeb a venkovské turistiky?**

**Odpověď:** Na webových stránkách icpisek.cz, které slouží jako informační systém cestovního ruchu pro město Písek i celý region, jsou uvedeny nabízené turistické produkty. Specializované package pro oblast venkovského cestovního ruchu nejsou poskytovány.

**Otázka 4: Jaké jsou podle Vás aktuální či budoucí trendy v oblasti agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky?**

**Odpověď:** Trendem ve venkovském cestovním ruchu by mohlo být na jedné straně zážitek z přespání např. na seně a na druhé straně ubytování v luxusně zařízených chalupách na venkově. Podle mého názoru je Písecko destinací, která je využitelná spíše pro domácí cestovní ruch. Dalo by se očekávat, že podobné „služby“ by mohly být lákavé spíše pro turisty z velkých měst jako je např. Praha.

**Otázka 5: Spolupracuje Písecko v rámci rozvoje cestovního ruchu s okresem Strakonice?**

**Odpověď:** Ano, již několik let úspěšně spolupracujeme nejen se Strakonice, ale i s dalšími městy Sušice a Horažďovice na projektu Otavská plavba. Jiná kooperace s okresem Strakonice není.

**Otázka 6: Myslíte si, že Písecko má lepší předpoklady pro rozvoj venkovského cestovního ruchu než Strakonice?**

**Odpověď:** Podle mého názoru má Písecko i Strakonice srovnatelné předpoklady pro rozvoj venkovského cestovního ruchu.

### 5.3.2 Řízené rozhovory na Strakonicku

Na Strakonicku byly realizovány dva řízené rozhovory, které napomohly ke zjištění, jaké postavení má venkovský cestovní ruch na vymezeném území. Pro větší přehlednost jsou odpovědi označeny písmeny A a B. „Odpověď A“ označuje výroky Ing. Ludmily Košťové a „odpověď B“ Evy Janochové.

#### Otázka 1 **Jak byste zhodnotila současný stav venkovského cestovního ruchu na Strakonicku?**

**Odpověď A:** Myslím si, že potenciál venkovského cestovního ruchu na Strakonicku ještě není zcela využitý.

**Odpověď B:** K přirozenému rozvoji venkovského cestovního ruchu přispívá i působení občanského sdružení místní akční skupina LAG Strakonicko, které se zabývá jeho podporou a např. certifikací služeb ochranné známky Prácheňsko regionální produkt.

#### Otázka 2: **Má podle Vás Strakonicko vysoký potenciál pro rozvoj venkovského cestovního ruchu?**

**Odpověď A:** Potenciál pro rozvoj venkovského cestovního ruchu na Strakonicku není podle mého názoru vysoký, ale dobrý je určitě.

**Odpověď B:** Strakonicko má vysoký potenciál pro rozvoj venkovského cestovního ruchu, neboť jižní Čechy i Strakonicko patří k oblastem s dostatkem lesních i vodních ploch, mezi kterými jsou rozsypany vsky a vesnice se zachovalou architekturou selského baroka.

#### Otázka 3: **Nabízíte turistické produkty / package na podporu agroturistických služeb a venkovské turistiky?**

**Odpověď A:** Ano, snažíme se takové produkty nabízet. Problém je, že jich není moc.

**Odpověď B:** Nabízíme informační letáky s propagací rodinných farem a unikátního středověkého vodního mlýna v Hoslovicích.

**Otázka 4: Jaké jsou podle Vás aktuální či budoucí trendy v oblasti agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky?**

**Odpověď A:** Osobně si myslím, že se již zájem o venkovský cestovní ruch zvyšovat nebude. Pouze některé produkty venkovské turistiky by mohly zaznamenat větší rozvoj, pokud jim v tom ale nebudou bránit legislativní zákony a předpisy České republiky.

**Odpověď B:** Budování a označování hipostezek, nabídka odpočinkově relaxační dovolené v přírodě s vyzkoušením si tradičních řemesel a poznáním národních či regionálních tradic, zvyků a ochutnáním místních specialit.

**Otázka 5: Spolupracuje Strakonicko v rámci rozvoje cestovního ruchu s okresem Písek?**

**Odpověď A:** Od roku 2002 funguje společný projekt měst Písek, Strakonice, Sušice a Horažďovice pod názvem Otavská plavba. Jiná spolupráce mezi městy Strakonice a Písek není.

**Odpověď B:** Ano, spolupracuje např. v projektu Otavská plavba nebo v projektu ochranné známky Prácheňsko regionální produkt.

**Otázka 6: Myslíte si, že Strakonicko má lepší předpoklady pro rozvoj venkovského cestovního ruchu než Písecko?**

**Odpověď A:** Myslím si, že Strakonicko má lepší předpoklady pro rozvoj venkovského cestovního ruchu než Písecko.

**Odpověď B:** Předpoklady pro rozvoj venkovského cestovního ruchu jsou jak pro Strakonicko, tak pro Písecko srovnatelné.

## 5.4 Vyhodnocení pracovních hypotéz

V úvodu metodické části diplomové práce byly stanoveny čtyři pracovní hypotézy. Výsledky hypotéz jsou pro větší přehlednost vypsány v tabulce 10.

**Hypotéza 1: Potenciál pro rozvoj venkovského cestovního ruchu je na Strakonicku a Písecku podobný.**

Odůvodnění: V kapitole 4. 2 byly analyzovány předpoklady pro rozvoj venkovského cestovního ruchu na Strakonicku a Písecku. Vymezená území byla zkoumána z hlediska lokalizačních přírodních a kulturně historických, selektivních a realizačních předpokladů. Oba okresy disponují vysokým potenciálem pro rozvoj agroturistických služeb a produktů vesnické turistiky. Tato skutečnost byla potvrzena i provedeným dotazníkovým šetřením mezi potenciálními návštěvníky a třemi realizovanými řízenými rozhovory. Hypotéza 1 byla potvrzena.

**Hypotéza 2: Strakonický okres disponuje širší nabídkou agroturistických a ekoagroturistických služeb než Písecko.**

Odůvodnění: Cílem kapitoly 4.3 bylo vytvořit analýzu agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky na Strakonicku a Písecku. Z důkladného rozboru aktuální nabídky subjektů zabývajících se venkovským cestovním ruchem vyplynulo, že Strakonicko disponuje širší nabídkou agroturistických a ekoagroturistických služeb než komparovaný okres. Tato skutečnost byla potvrzena i dotazníkovým šetřením, které bylo provedeno mezi podnikateli ve venkovském cestovním ruchu na Písecku a Strakonicku. Hypotéza 2 byla potvrzena.

**Hypotéza 3: Strakonicko a Písecko jsou potenciálními návštěvníky vnímány jako typické venkovské destinace.**

Odůvodnění: Řízené rozhovory potvrdily skutečnost, že Strakonicko i Písecko jsou využitelné pro rozvoj agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky. Z dotazníkového šetření o povědomí o venkovském cestovním ruchu mezi potenciálními návštěvníky na Strakonicku a Písecku vyplynulo, že komparované okresy jsou vnímány velice rozdílně. Strakonicko je pro návštěvníky typickou rurální destinací,



kteří nabízí rozmanité služby v oblasti venkovského cestovního ruchu. Písecko je pro turisty destinací kulturní, ale přesto lze uspokojit i takové návštěvníky, kteří mají zálibu v přírodě. Hypotéza 3 byla vyvrácena.

**H 4: Venkovský cestovní ruch je pro potenciální návštěvníky Strakonicka a Písecka vyhledávanou formou cestovního ruchu.**

Odůvodnění: Z dotazníkového šetření mezi potenciálními návštěvníky Strakonicka a Písecka vyplynulo, že respondenti preferují domácí cestovní ruch před zahraničním. V rámci domácího cestovního ruchu nejčastěji dotazovaní vyhledávají kulturně poznávací, rekreační, sportovně rekreační a venkovský cestovní ruch. Hypotéza 4 byla potvrzena.

Tabulka 10 Vyhodnocení hypotéz

Hypotéza	potvrzena/vyvrácena
Potenciál pro rozvoj venkovského cestovního ruchu je na Strakonicku a Písecku podobný.	potvrzena
Strakonický okres disponuje širší nabídkou agroturistických a ekoagroturistických služeb než Písecko.	potvrzena
Strakonicko a Písecko jsou potenciálními návštěvníky vnímány jako typické venkovské destinace.	vyvrácena
Venkovský cestovní ruch je pro potenciální návštěvníky Strakonicka a Písecka vyhledávanou formou cestovního ruchu.	potvrzena

Zdroj: vlastní zpracování

## 6. Návrhy řešení

V analytické části diplomové práce se potvrdil vysoký potenciál pro rozvoj agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky v komparovaných oblastech Jihočeského kraje. Předpoklady Strakonicka a Písecka pro využití ve venkovském cestovním ruchu zejména spočívají v následujících charakteristikách:

- jedná se o území s přírodním a kulturně historickým bohatstvím,
- geografická, demografická, socioekonomická i kulturní blízkost,
- rozvinutá sekundární nabídka cestovního ruchu,
- velké množství subjektů podnikajících v agroturistice, ekoagroturistice, vesnické turistiky či hipoturistiky,
- oblast, která je vhodná pro rozvoj domácího cestovního ruchu,
- zvýšený zájem turistů o alternativní formy cestovního ruchu.

Návrhová část vychází z rozboru lokalizačních, selektivních a realizačních předpokladů zkoumaného území, analýzy aktuální nabídky agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky a z požadavků a potřeb potenciálních návštěvníků a podnikatelů v cestovním ruchu na Strakonicku a Písecku.

Z výše uvedených důvodů byly v návrhové části diplomové práce zvoleny tyto směry rozvoje venkovského cestovního ruchu v okresech Strakonice a Písek:

- zintenzivnění vzájemné kooperace,
- vytvoření společného portálu na podporu venkovského cestovního ruchu,
- klasifikace ubytovacích zařízení,
- specifické aplikace na podporu eko a bio produktů, tradiční gastronomie a vzdělávání návštěvníků na venkově,
- inovace turistického portfolia.

Návrhy budou v následujících podkapitolách více definovány. Cílem této kapitoly je také nastínit finanční náročnost webových stránek na podporu venkovského cestovního ruchu na Strakonicku a Písecku, viz podkapitola 6.8.

## 6.1 Návrh: Spolupráce okresů Strakonice a Písek

Z provedeného dotazníkového šetření mezi potenciálními návštěvníky Písecka a Strakonicka je zřejmé, že komparovaná území působí na dotazované velice odlišně. Strakonicko je vnímáno jako rurální destinace nabízející turistům nádhernou přírodu, tradice, venkov, klid a harmonii. Zatímco Písecko je považováno za destinaci vysoce kulturní poskytující širokou škálu společenských akcí přímo v centru dění královského města Písek, které je oceňováno jako historický skvost zdejšího kraje.

Vzájemná spolupráce obou okresů Strakonice a Písek by vedla ke zvýšení atraktivnosti a konkurenceschopnosti vůči ostatním okresům jižních Čech nebo dokonce jiným krajům v rámci celé České republiky. Cílem partnerství bude:

- zvýšit konkurenceschopnost komparovaných okresů,
- segmentace a zacílení se na návštěvníky mající rádi venkovské destinace,
- podpora domácího cestovního ruchu,
- navržení společné marketingové komunikace,
- vytvoření turistických produktů neboli packageů.

Různorodá primární a sekundární nabídka cestovního ruchu okresů Strakonice a Písek vytváří komplexní předpoklad pro zvýšení konkurenceschopnosti daného území vůči ostatním turistickým destinacím. Společná marketingová komunikace prostřednictvím jednotného portálu na podporu venkovského cestovního ruchu na Strakonicku a Písecku (viz návrh 6.2), specifické package a jejich originální programování (viz návrh 6.7) by umožnily efektivní a účelnou segmentaci a zacílení se na návštěvníky mající rádi rurální destinace.

## 6.2 Návrh: Portál na podporu venkovského cestovního ruchu

Z průzkumu o míře znalosti webových stránek specializujících se na agroturistiku, ekoagroturistiku či vesnickou turistiku mezi potenciálními návštěvníky vyplynulo, že respondenti tyto specifické webové stránky příliš neznají. Díky přírodnímu potenciálu území by se Strakonicko a Písecko mělo prezentovat jako jednotná destinace poskytující pestrou nabídku agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky.

Navrhovaný portál by pomohl zefektivnit společnou marketingovou komunikaci Strakonicka a Písecka, ale především by umožnil cílenější prezentaci podnikatelů ve venkovském cestovním ruchu.

Vytvořením specializovaných webových stránek na podporu venkovského cestovního ruchu na území Strakonicka a Písecka by pro potenciální návštěvníky znamenalo zejména přehlednější orientaci v nabídce agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky.

Na obrázku 7 je znázorněno logo, které by reprezentovalo Strakonicko a Písecko jako atraktivní rurální destinaci. Do žlutozelených barev by byl laděn celkový design portálu. Význam použitých barev na logu je zřejmý, jedná se o typické barvy symbolizující zemědělství a venkov. Hnědá klikatící se cesta naznačuje: „Přijď k nám turisto!“ Slogan „Tradice, kultura a zážitek!“ je splynutí dvou odlišných destinací Strakonice a Písek. Portál bude dostupný na webových stránkách [strakonickopisecko.com](http://strakonickopisecko.com).

Obrázek 7 Návrh loga venkovské destinace Strakonicko Písecko



Zdroj: vlastní zpracování

Webové stránky budou mít mnoho funkcí. **Mezi ty nedůležitější patří:**

- poskytnutí uceleného **přehledu subjektů**, které podnikají ve venkovském cestovním ruchu,
- řazení podnikatelů do **podslůžek** agroturistika, ekoagroturistika, vesnická turistika, koně a ostatní,
- **motivační videa** subjektů, která potenciálnímu návštěvníkovi objasní, proč si má vybrat právě jeho ubytovací zařízení, ranč, farmu atd.,
- **klasifikace** venkovského cestovního ruchu (viz návrh 6.3),
- možnost turisty ohodnotit kvalitu nabízených služeb ubytovacích, stravovacích a ostatních zařízení,
- prodej **eko a bio produktů** (viz návrh 6.4),
- **e - shop** subjektů prodávající vlastní výrobky podnikatelů, bio a eko produkty,
- seznam míst a termínů konání **farmářských trhů a lidových slavností**,
- zavedení prodejní formy prostřednictvím tzv. **bedýnek**,
- aplikace **Poznej venkov** (viz návrh 6.5),
- **dny otevřených dveří** na farmách, statcích či v hřebčíněch,
- aplikace **Ochutnej venkov** (viz návrh 6.6),
- gastronomický projekt **Czech Specials**,
- informace o výloveh rybníků, zabijačkách či jiných gastronomických akcí na venkově,
- **tematické turistické produkty** zaměřené na venkovský cestovní ruch (viz návrh 6.7),
- odkazy na webové stránky Jihočeskéhipostezky.cz a Turistikanakoni.cz, které podporují hipoturistiku v Jižních Čechách,
- odkazy na **místní akční skupiny** podporující lokální rozvoj obcí,
- **návštěvní kniha**, přes kterou bude zjišťována zpětná vazba,
- propojení portálu přes **sociální sítě** např. Facebook.

### 6.3 Návrh: Klasifikace venkovského cestovního ruchu

V dotazníkovém šetření 63 % respondentů odpovědělo, že je pro ně důležitá certifikace ubytovacích, stravovacích či jiných zařízení, a to i v oblasti venkovského cestovního ruchu. Již zmíněný portál bude rozlišovat subjekty nabízející služby v této diverzifikační činnosti podle daných kritérií:

- míra rurality,
- rozsah nabízených služeb,
- forma ubytování a stravování,
- doprovodný program,
- stupeň zážitku.

Subjekty poskytující služby v oblasti venkovského cestovního ruchu budou klasifikovány dle schématu, které je znázorněno na obrázku 8.

Obrázek 8 **Klasifikace venkovského cestovního ruchu**



Zdroj: vlastní zpracování

Certifikačním znakem je symbol listu, který je velice úzce spojený s přírodou a tedy i s venkovem. Nejnižším stupněm klasifikace je dvojlístek nejvyšší pak čtyřlístek. Čím větším počtem lístků dané ubytovací zařízení disponuje, tím více „rurality“ mohou potenciální návštěvníci očekávat.

Barevné provedení symbolů je záměrně laděno ve stejné barevné škále jako vzhled webových stránek.

**1. stupeň: symbol Dvojlístek**

- ubytovací zařízení je lokalizováno v předměstí malých měst a vesnic,
- stravování nemusí být zajištěno,
- okolní příroda je vhodná pro pěší turistiku, cykloturistiku a ostatní sporty.

**2. stupeň: symbol Trojlístek**

- ubytovací zařízení se nachází na vesnici nebo v její bezprostřední blízkosti,
- poskytování stravování minimálně formou snídaní,
- rodinná atmosféra,
- možnost pomáhat na poli, zahradě či se zvířaty,
- vysoký přírodní potenciál území.

**3. stupeň: symbol Čtyřlístek**

- ubytování na farmě či statku,
- lokalizace subjektu na samotě či polosamotě,
- stravování formou tradiční jihočeské kuchyně,
- možnost pracovat na farmě, starat se o zvířata,
- rodinná atmosféra,
- prodej vlastních výrobků (není povinnost),
- zúčastnění se lidových slavností
- zapojení se do místních tradic a zvyků,
- bohatý doprovodný program,
- zážitky v podobě přespání na seně, jízda na koni, atd.,
- vysoký přírodní a kulturně historický potenciál území.

Klasifikace umožní potenciálním návštěvníkům lepší orientaci a zpřehlednění nabídky v produktech venkovského cestovního ruchu. Certifikační symbol bude umístěn vždy na webových stránkách [strakonickopisecko.com](http://strakonickopisecko.com) u konkrétního subjektu.

## 6.4 Návrh: Eko Bio Mánie

V současné době roste zájem o eko a bio produkty. Spojení prodeje vlastních výrobků farem či produktů vyrobených z místních surovin s procesem šetrným k životnímu prostředí je vhodným doplňkem venkovského cestovního ruchu. Tímto trendem ze západních zemí se v posledních letech nechali inspirovat i čeští spotřebitelé. Dnešní populace má možnost výběru a touhu ovlivňovat způsob a kvalitu stravování. Trh s potravinami se transformuje a lidé si zvykli vyhledávat kvalitní potraviny bio původu a z ekologických hospodářství. Jestliže portál na podporu venkovského cestovního ruchu má sledovat aktuální trendy, je zapotřebí zahrnout do své nabídky prodej eko a bio produktů. Na obrázku 9 je logo „Eko Bio Mánie,“ které bude sloužit jako odkaz na společný e - shop těchto výrobků.

Součástí projektu Eko Bio Mánie je seznam všech plánovaných farmářských trhů na území Písecka a Strakonicka, kde mají nejen rezidenti ale i turisté možnost navázat bližší vztahy s místními prodejci. Farmářské trhy jsou v posledních dvou letech velice oblíbené. Z dotazníkového šetření provedeného mezi potenciálními návštěvníky Písecka a Strakonicka vyplynulo, že respondenti mají zájem o koupi bio a eko produktů prostřednictvím farmářských trhů nebo tzv. bedýnek. Bedýnkový systém prodeje je specifický způsob distribuce výrobků od prvovýrobce (zemědělec nebo farmář), případně přes jednoho prostředníka přímo k zákazníkovi. Tento systém prodeje zároveň umožňuje spotřebiteli obdržet vždy čerstvou zeleninu či ovoce. Na portálu strakonickopisecko.com budou uvedeny seznamy zapojených subjektů a odběrná místa, kde lze vyzvednout bedýnky.

Obrázek 9 Logo Eko Bio Mánie



Zdroj: vlastní zpracování



## 6.5 Návrh: Poznej venkov

Pod složkou „Poznej venkov“ se mohou návštěvníci seznámit se spoustou zajímavých informací o typickém venkovském životě. Logo „Poznej venkov“ je znázorněno na obrázku 10, které je sladěné v barvách portálu na podporu venkovského cestovního ruchu na Písecku a Strakonicku. „Poznej venkov“ zahrnuje tyto činnosti a aktivity:

- dny otevřených dveří na farmách, statcích či v hřebčíněch,
- poznávací víkendy pro děti i dospělé,
- zapojit se do lidových tradic a zvyků,
- staň se sedlákem / selkou na jeden den.

Den otevřených dveří na vybrané farmě, statku či v hřebčíně pro návštěvníka znamená, že bude seznámen s běžným chodem objektů. Podnikatelé v cestovním ruchu nabízející ubytování mohou poskytovat poznávací víkendy pro děti i dospělé, kde je odloučení od moderních technologií samozřejmostí a pobyt na čerstvém vzduchu na venkově je velice osvěžující a relaxační. Potenciální návštěvníci se z aplikace „Poznej venkov“ dozvědí, kde a jaké slavnosti a lidové zvyky se konají. Pozvánky mohou zvat na akce typu poutě, posvícení, folklor, dožínky, masopust, maškarní bál, Velikonoce, Vánoce, výlovy rybníků, selské a pivní slavnosti. Větší informovanost o místních zvycích přiláká více potenciálních návštěvníků a tím bude docházet k oživení venkova. Vysoce zážitkovou akcí je možnost stát se na jeden den sedlákem či selkou. Jen tímto způsobem lze pochopit a ztotožnit se s osudem lidí žijících a pracujících na venkově.

Obrázek 10 Logo Poznej venkov



Zdroj: vlastní zpracování

## 6.6 Návrh: Ochutnej venkov

Trendem současné doby je propojení gastronomických akcí s cestovním ruchem. Venkovský turismus je jedinečnou příležitostí, kdy nabídnout návštěvníkům tradiční Jihočeskou kuchyni, která je kulinářským bohatstvím České republiky. Gastronomický projekt „Czech Specials aneb Ochutnejte Českou republiku“ zaručuje, že na jídelním lístku stravovacího zařízení hosté najdou vždy minimálně jednu národní a jednu regionální specialitu. Do zmíněného projektu jsou zapojeny hotel Biograf a hotel U Zlatého býka na Písecku a Restaurace Hradní sklípek ve Strakonících. Aplikace Ochutnej venkov, jehož logo je na obrázku 11, by informovala o stravovacích zařízeních zahrnuté do Czech Special. Zároveň by uváděla seznamy restaurací, které do projektu zahrnuté nejsou, ale nabízí typickou Jihočeskou kuchyni. Zveřejňovány budou informace o rybářských, zabijačkových a vepřových hodech, kterých by se turisté mohli zúčastnit.

Obrázek 11 Logo Ochutnej venkov



Zdroj: vlastní zpracování

## 6.7 Návrh: Inovace produktového portfolia

Tvorba speciálních packagů pro venkovský cestovní ruch je z pohledu návštěvníků velice vítaným krokem. V dotazníkovém šetření tvorba turistických balíčků byla třetí nejčastější odpovědí respondentů. Strakonicko ani Písecko nenabízí package zaměřené na venkovský cestovní ruch. Právě tvorba turistických produktů, které by byly cíleně zaměřeny na segment mající rádi přírodu, by umožnila lepší orientaci v nabídce agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky. Strakonický okres nedisponuje ucelenými packagey pro potenciální návštěvníky. Pouze turistické informační centrum poskytuje tipy na výlety pro tyto segmenty: rodiny s dětmi, školy a skupiny dětí a teenageři. Vesnická turistika na Strakonicku je součástí informačního letáku „Zážitková turistika,“ kde jsou uvedeny pouze kozí farmy Kofa a Březí a ekologická farma Hoslovice. Písecko přes informační systém cestovního ruchu icpisek.cz nabízí turistické produkty pro cykloturistiku, pěší turistiku, vodáctví, horolezectví, školní výlety, tematické výlety jako např. z Písku po stopách Dobrého vojáka Švejka.

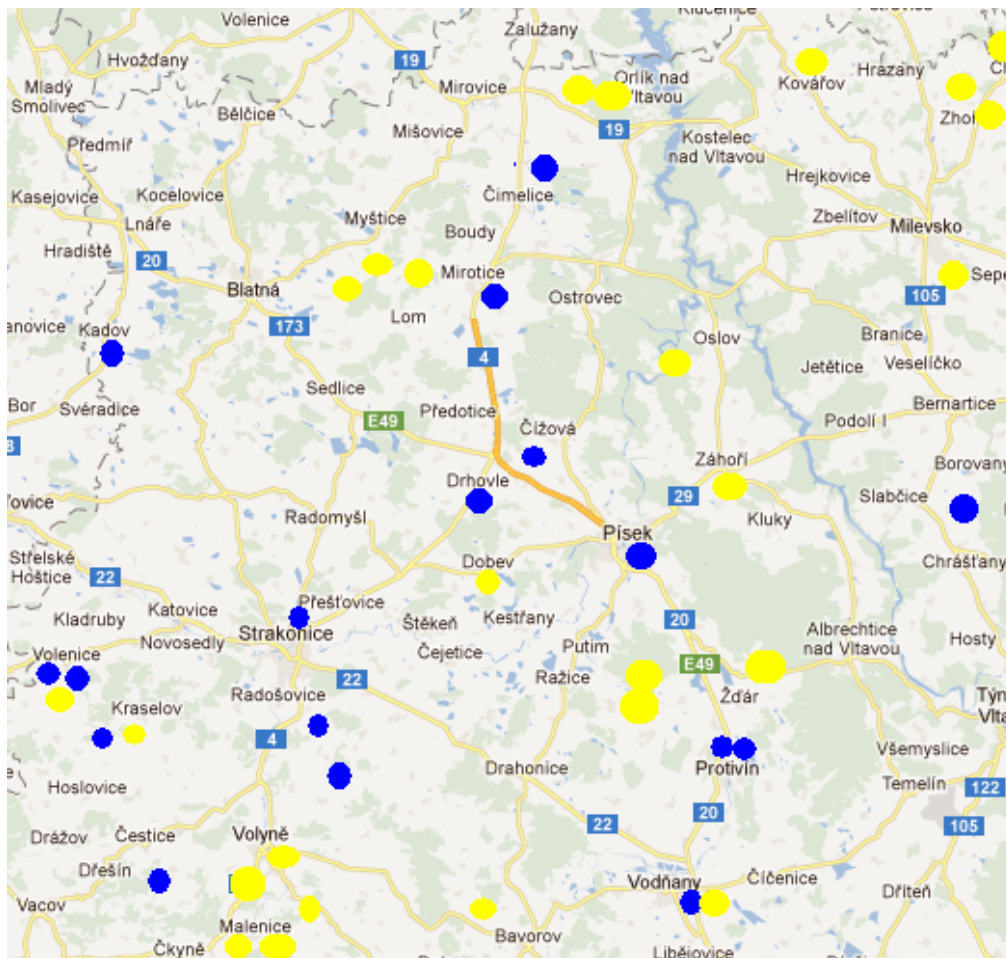
Navrhnu to bude několik tematických produktových balíčků, které budou vysoce specifické a originální s ohledem na konkrétní oblast Písecka či Strakonicka. Návrhy budou sloužit jako inspirace pro návštěvníky portálu strakonickopisecko.com, kde budou prezentovány.

### 6.7.1 Turistický produkt „Po stopách koňských kopyt“

Strakonicko a Písecko jsou okresy, které jsou lokalizovány do krásné a zatím civilizací nezdevastované přírody s vysokým potenciálem pro vyžití hipoturistiky. Je pravdou, že nejkrásnější pohled na svět respektive na krajinu je ze hřbetu koně. I z těchto důvodů jsou na Strakonicku i Písecku hojně rozvinuty projekty Turistika na koni a Jihočeské hipostezky. Package „Po stopách koňských kopyt,“ je ucelený souhrn nabídky subjektů, které se zabývají chovem koní, poníků a oslíků. Aktuálně nabízené služby v této diverzifikační činnosti jsou velice rozmanité. Lze využít nebo se zúčastnit např. vyjížděk na koni, ustájení, výcviků od začátečníků až po pokročilé, skieringu (lyžování za koněm), závodů sportovních koní, hiporehabilitace, hipoterapie, pony školek, pikniků a letních táborů. Na obrázku 12 je názorně zobrazeno rozmístění všech nabízených služeb v hipoturistice. Modré putníky označují ty subjekty, které

se specializují na koně, a to především na ustájení a další doplňkové služby bez možnosti ubytovat se. Žlutá kolečka jsou symbolem pro subjekty poskytující ubytování a zabývající se chovem koní. Vysoký předpoklad pro rozvoj venkovského cestovního ruchu podtrhuje skutečnost, že na Strakonicku a Písecku se celkem nachází 42 subjektů, které chovají koně a aktivně se jim věnují.

Obrázek 12 Turistický produkt „Po stopách koňských kopyt“

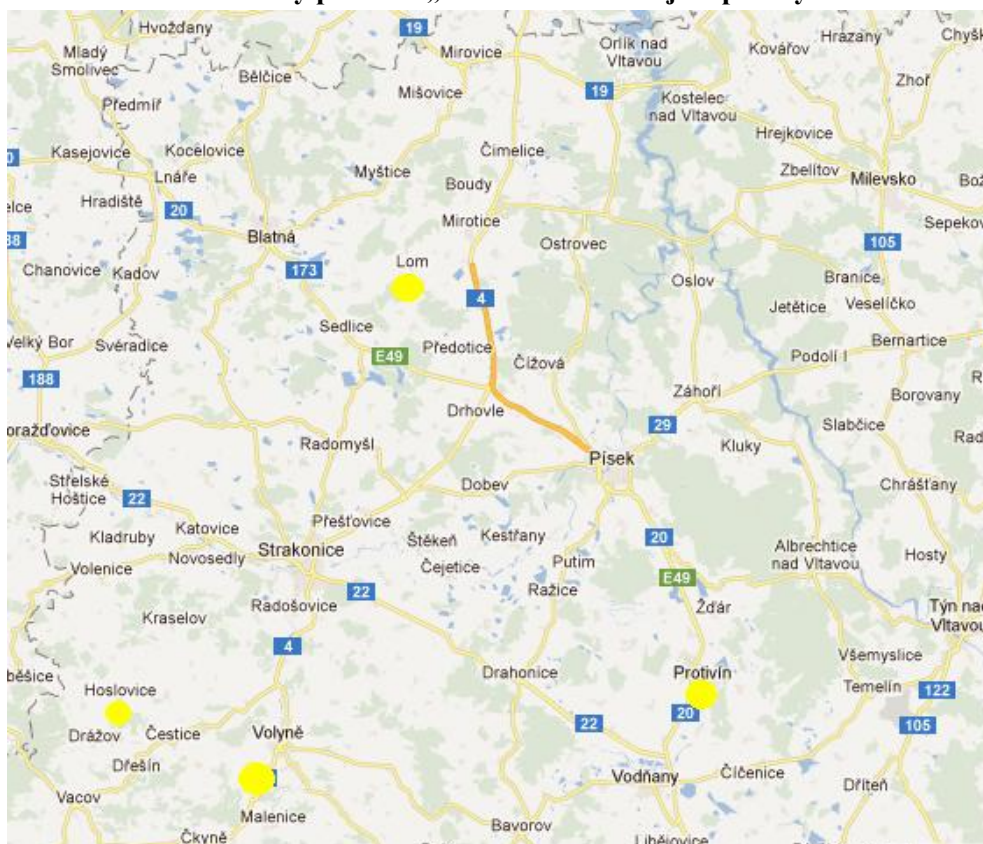


Zdroj: vlastní zpracování dle [www.maps.google.cz](http://www.maps.google.cz)

### 6.7.2 Turistický produkt „Indiánem a kovbojem po celý rok“

Unikátem na Písecku je indiánská pevnost Fort Hary v Jaroticích, která je oživlou historií osidlování Severní Ameriky. Navštívit zde můžete indiánské muzeum s replikami denní potřeby Indiánů, traperský obchod s autentickými ozdobami a upomínkovými předměty, srub lovců kožešin s dobovým vybavením, tavernu a Saloon, které slouží k občerstvení. Zážitek pro návštěvníky jsou zkoušky dovednosti, při kterých házíte lasem, nožem, tomahavkem a oštěpem, střílíte z pušky nebo luku. Zajezdit si můžete na koních plemene Apaloosa vyšlechtěného indiánským kmenem Nez Perce. Ubytování je zajišťováno v indiánských Tee Pee, stylových srubech či vlastních stanech. Kovbojem se na Strakonicku a Písecku můžete stát na westernovém ranči M, který každoročně pořádá rodeo a country bály pod širým nebem. Také si na ranči můžete koupit westernová sedla a doplňky pro westernové ježdění. Rodea a kolbiště naleznete také v Hoslovicích U Strarýho kance nebo na ranči Liberte v Protivíně. Na obrázku 13 je znázorněna mapa turistického produktu.

Obrázek 13 Turistický produkt „Indiánem a kovbojem po celý rok“



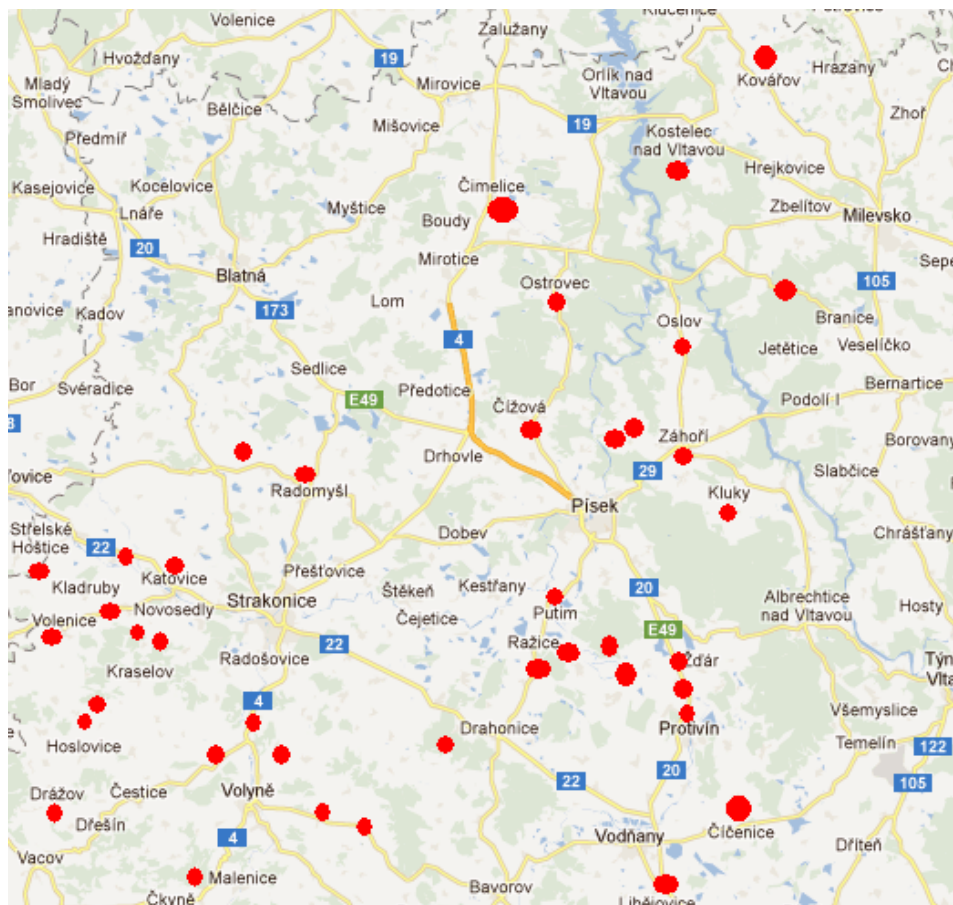
Zdroj: vlastní zpracování dle [www.maps.google.cz](http://www.maps.google.cz)



### 6.7.3 Turistický produkt „Krajem selského baroka“

Jihočeský kraj a především okresy Strakonice a Písek jsou úzce svázány s lidovými zvyky a tradicemi. Typická venkovská stavení jsou klenotem místních občanů, kteří jsou na historické dědictví náležitě hrdí. Venkovská stavení respektive výzdoba, které nesou známky selského baroka, pochází obvykle z druhé poloviny 19. století. Lze hovořit o historickém dědictví obcí, které bude připomínat dalším generacím obyvatel život a kulturu venkova. Turistický balíček „Krajem selského baroka,“ poukazuje na jedinečnost, krásu a historický odkaz venkovských stavení, které návštěvníkovi podhalí lidovou architekturu. Na obrázku 14 je přehled vesnic, které disponují chalupami, staveními či usedlostmi, které nesou prvky selského baroka.

Obrázek 14 Turistický produkt „Krajem selského baroka“

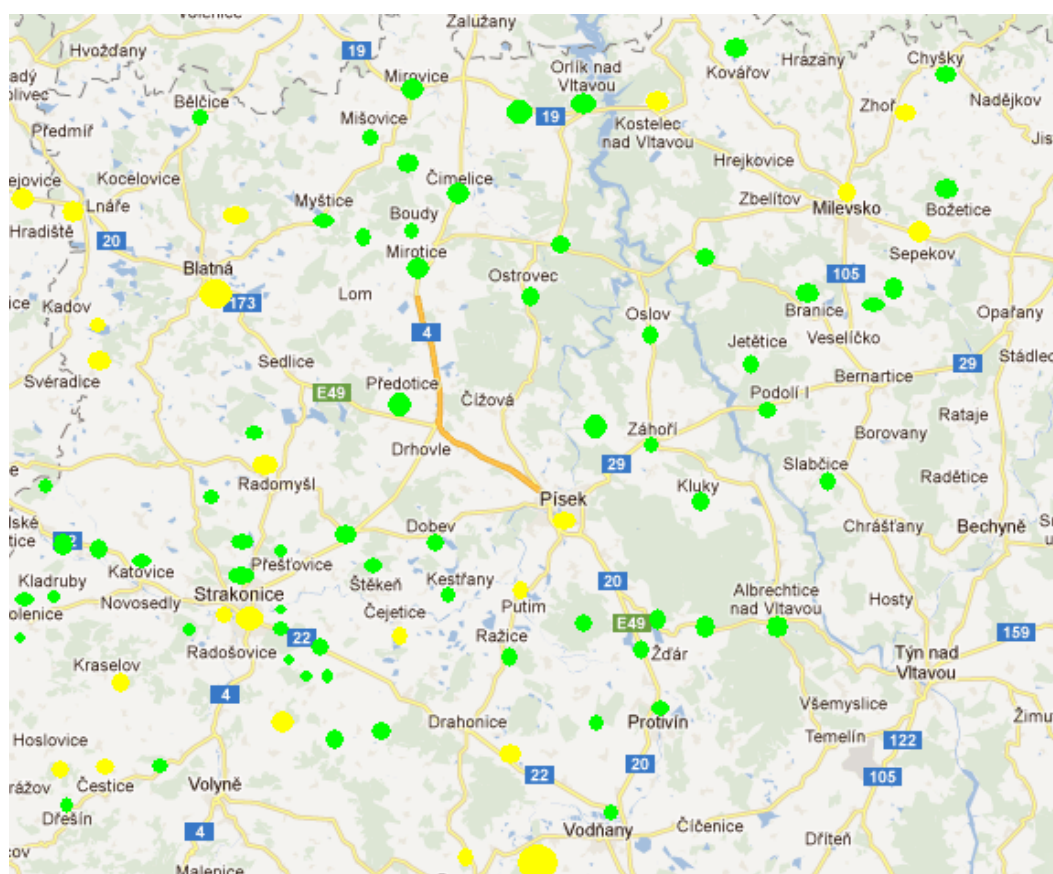


Zdroj: vlastní zpracování dle [www.maps.google.cz](http://www.maps.google.cz)

#### 6.7.4 Turistický produkt „Zapomenutá poutní místa“

I přesto, že se Česká republika prezentuje jako ateistická země, Jihočeský kraj respektive Strakonicko a Písecko disponují velkým množstvím kostelů, klášterů a kapliček. Náboženský a poutní cestovní ruch je v současné době velice populární a těší se stále většímu zájmu návštěvníků. Na obrázku 15 jsou znázorněna místa, která mají předpoklad pro rozvoj již zmíněného cestovního ruchu. Žlutými body jsou označena poutní místa. Nejvýznamnějším jihočeským poutním místem je bezpochyby Lomec. Skutečností je, že na vymezeném území se nachází 64 sakrálních památek a 23 poutních míst. Mezi nejčastější motivy k účasti na náboženském cestovním ruchu patří duchovní prožitek a přiblížení se k církvi, meditace a psychický odpočinek, zamyšlení se nad sebou samým. Pro některé návštěva církevních památek znamená pocit odpuštění, úlevy či požehnání.

Obrázek 15 Turistický produkt „Zapomenutá poutní místa“

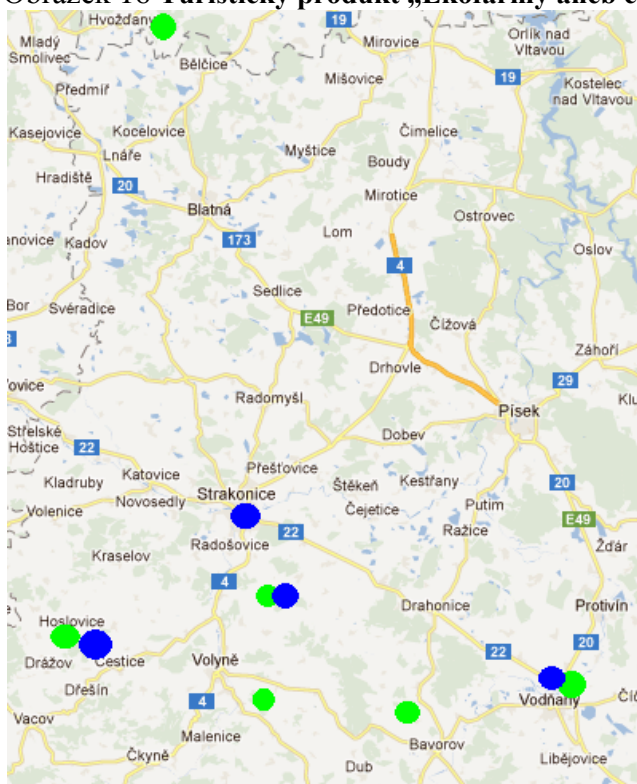


Zdroj: vlastní zpracování dle [www.maps.google.cz](http://www.maps.google.cz)

### 6.7.5 Turistický produkt „Ekofarmy aneb co o nich ještě nevíte“

Venkovská atmosféra na Strakonicku je ojedinelou předností tohoto území. Návštěvníkům nabízí autentickou krajinnou scenérii a prostředí, které je vhodné pro relaxaci a odpočinek. Tematický produktový balíček „Ekofarmy aneb co o nich ještě nevíte,“ seznámí turisty s rurálním životem místních obyvatel. Na obrázku 16 je znázorněna mapa trasy package, na kterém jsou označeny zeleným bodem ekofarmy a modrým subjekty specializující se na agroturistiku. Do turistického package jsou zahrnuty kozí farma Březí a KOFA v Bílsku, kde je možnost exkurze i ochutnávky produktů. V Hoslovicích se nachází farma Michálek chovající skot a Ekochoy, s.r.o. se známým penzionem u Starého kance. Nedaleko Strakonice v malebné vesnici Hajska spatříte typický chov skotu a koní s možností projížďky v místní jízdárně. Package Vás zavede i do známé vesničky Hoštice u Volyně, kde na ranči Šimona Pláničky poznáte typický den Jihočeského sedláka. Prohlídnete si farmu Kouba ve Vodňanech, kde jsou chovány drůbež a skot. Okouzující zemědělská farma Penzion Frimna zabývající se agroturistikou naleznete také ve Vodňanech.

Obrázek 16 Turistický produkt „Ekofarmy aneb co o nich ještě nevíte“



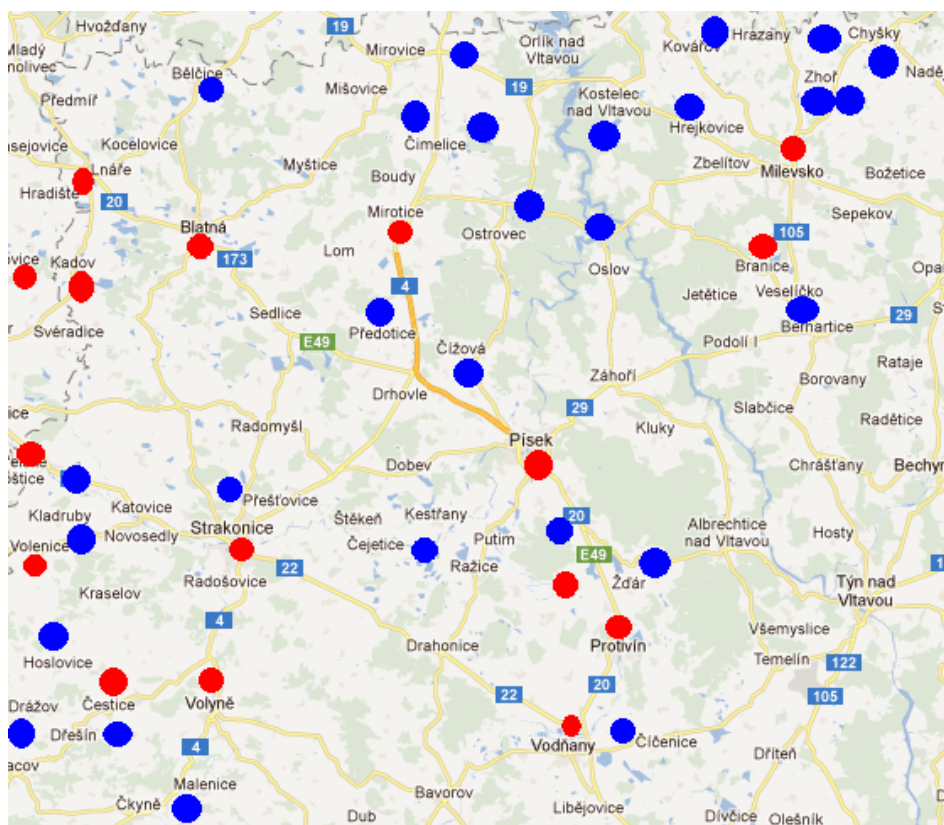
Zdroj: vlastní zpracování dle [www.maps.google.cz](http://www.maps.google.cz)



### 6.7.6 Turistický produkt „Tradiční venkov netradičně“

Produktový package „Tradiční venkov netradičně,“ je zacílen na potenciální turisty vyhledávající či mající zájem o venkovský cestovní ruch. Balíček je zaměřen na místní lidová muzea a objekty, které jsou spojeny s venkovem. Na obrázku 17 jsou červené body symbolem pro muzea a modré pro ostatní objekty, které jsou pro návštěvníka z hlediska venkovského cestovního ruchu zajímavé. Mezi pozoruhodná muzea, která turista může navštívit, patří např. muzeum mlýna na statku u Štástků ve Vodňanech, muzeum koček ve Lnářích, muzeum selského statku ve Volenicích, skanzen lidové architektury v Chanovicích či muzeum Verjovského zemanství v Branicích. Mezi atraktivitu, které jsou na Strakonicku a Písecku výjimečné, jsou řazeny např. sklárna v Bělčicích, Šebestovský mlýn v Horním Poříčí, vodní mlýn v Hoslovcích, špýchar v Řepici, pohádková kovárna v Selibově, mlýn u Diků v Rakovicích, roubená stavení v Předoticích, Zhoří, Veselíčku, Varvažově a v mnoho dalších vesnicích.

Obrázek 17 Turistický produkt „Tradiční venkov netradičně“



Zdroj: vlastní zpracování dle [www.maps.google.cz](http://www.maps.google.cz)

## 6.8 Finanční náročnost

Cílem této kapitoly je nastínit náklady potřebné pro spuštění webových stránek na podporu venkovského cestovního ruchu na Strakonicku a Písecku. Do komparace, která je uvedena v tabulce 11, se umístily firmy, které splňovaly nejlépe stanovená kritéria. Je nutné uvést, že uvedené ceny jsou pouze orientační, jelikož navržení a spuštění webových stránek strakonickopisecko.com je vysoce individuální.

Pro webový portál na podporu venkovského cestovního ruchu byly stanoveny následující kritéria:

- webové stránky s redakčním systémem,
- webové stránky s doménou com,
- profesionální grafické zpracování vlastního loga,
- grafický návrh webu podle zadaných barev,
- jazykové mutace (angličtina, němčina),
- optimalizace pro vyhledávače tzv. SEO.

Do kalkulace návrhů byly zakomponovány požadavky na vlastní návrh grafického loga a přizpůsobení webových stránek do zvolených barev viz obrázek 7 „Návrh loga venkovské destinace Strakonicko a Písecko.“ Zvoleny byly webové stránky s redakčním systémem pro budoucí úsporu v administraci a aktualizaci webových stránek v dalších letech. Z důvodů jazykových mutací (anglický a německý jazyk) je vhodné použít doménu s koncovkou com. Bude brán zřetel i na důslednou optimalizaci pro vyhledávače, která je pro úspěšnost webových stránek na internetu nezbytná. Pro konečnou komparaci nabídek byly vybrány 3 společnosti, které jsou v tabulce 11 označeny jako firma A (Webový servis), firma B (Artfocus) a firma C (Studio Bambásek). Cenová náročnost jazykových mutací nebyla na webových stránkách těchto firem zveřejněna. Proto bylo uskutečněno porovnání mezi 25 společnostmi, které uvedly na svých webových stránkách cenovou náročnost překladů. Obvyklá cena mutace jednoho cizího jazyka je uváděna od 10 až do 20 % z celkové sumy za vytvoření webových stránek.

Z tabulky 11 vyplývá, že nejvýhodnější variantu poskytuje firma B. Součástí tohoto návrhu je pouze základní modul SEO, který nemusí být vhodný pro úspěšnost webového portálu v současném konkurenčním prostředí na trhu. Z těchto důvodů je doporučena firma C, která sice nabízí nejdražší variantu, ale poskytuje ucelený soubor služeb. Je-li uvažováno o komplexní podobě webových stránek na podporu venkovského cestovního ruchu na Strakonicku a Písecku, finanční náklady na vytvoření a spuštění portálu by činily 54 458 Kč.

Tabulka 11 Finanční náročnost portálu na podporu VCR

Nákladová položka	Částka v Kč		
	Firma A	Firma B	Firma C
Doména a Webhosting	258	258	258
Tvorba loga	10 000	5 000	-
Grafický návrh webu	5 000	6 500	6 000
Webové stránky	29 000	30 000	30 000
SEO optimalizace	základní modul	základní modul	18 200
<b>Celková částka za rok</b>	<b>44 258</b>	<b>41 758</b>	<b>54 458</b>

Zdroj: vlastní zpracování dle [webovy-servis.cz](http://webovy-servis.cz), [www.artfocus.cz](http://www.artfocus.cz) a [www.studiobambasek.cz](http://www.studiobambasek.cz)

## 7. Závěr

Komparovaná území diplomové práce Strakonicko a Písecko jsou součástí Jihočeského kraje, který je jedinečný svým přírodním a kulturně historickým bohatstvím, a proto je nazýván perlou či skvostem České republiky. Okresy Strakonice a Písek disponují lokalizačními, selektivními i realizačními předpoklady pro rozvoj venkovského cestovního ruchu a jeho specifických forem agroturistiky, ekoagroturistiky, ekoturistiky a hipoturistiky.

Hlavním cílem diplomové práce bylo analyzovat aktuální nabídku venkovského cestovního ruchu a agroturistických služeb na Strakonicku a Písecku. Strakonický okres vyniká v pestřejší nabídce agroturistických a ekoagroturistických služeb, které jsou na tomto území více rozvinuty. Z dotazníkového šetření provedeného mezi potenciálními návštěvníky vyplynulo, že Strakonicko je vnímáno jako rurální destinace s krásnou přírodou nabízející turistům klid, harmonii a odpočinek. Písecko je charakterizováno jako destinace vysoce kulturní poskytující návštěvníkům společenské vyžití. Písecký okres je především domovem pro všechny milovníky koní, poníků a zájemce o hipoturistiku a hiporehabilitaci. Potenciál rozvoje aktivit spojených s koňmi je spatřován v krásné přírodě a nadšení místních obyvatel.

Možnosti čerpání fondových prostředků na rozvoj této diverzifikační činnosti pro rok 2012 poskytuje Program rozvoje venkova České republiky na období 2007 až 2013, granty a příspěvky Jihočeského kraje a města Písku. Alokaci finančních prostředků lze využít z regionálního operačního programu NUTS II Jihozápad a z některých tematických operačních programů Evropské unie.

V syntetické části diplomové práce byl navržen směr dalšího rozvoje služeb vzhledem k potřebám subjektů čerpajícím agroturistické služby a trendům ve světě. Z dotazníkových šetření, která byla provedena mezi subjekty podnikajících ve venkovském cestovním ruchu a potenciálními návštěvníky Strakonicka a Písecka, vyplynula potřeba zintenzivnění spolupráce komparovaných okresů v oblasti cestovního ruchu. Hlavním návrhem je vytvoření portálu respektive webových stránek na podporu venkovského cestovního ruchu na Písecku a Strakonicku, který zvýší

konkurenceschopnost komparovaných okresů a umožní segmentaci a zacílení na návštěvníky mající rádi venkovské destinace. Pro efektivní marketingovou komunikaci destinace Strakonicko-Písecko bylo vytvořeno logo a slogan spojující hlavní přednosti vymezených území. Již zmíněné webové stránky nabízí turistům několik funkcí, mezi ty nejzajímavější patří klasifikace ubytovacích zařízení venkovského cestovního ruchu, aplikace „Eko a bio mánie, Poznej venkov, Ochutnej venkov“ a inovace produktového portfolia.

Standardizace ubytovacích zařízení ve venkovském cestovním ruchu zvýší kvalitu nabízených služeb. Klasifikace je řešena pomocí lístku, přičemž dvojlístek je symbolem pro nejnižší a čtyřlístek pro nejvyšší stupeň hodnocení. Aplikace „Eko a bio mánie“ seznámí turisty s termíny plánovaných farmářských trhů, odběrnými místy tzv. bedýnek a bude odkazovat na společný elektronický obchod eko a bio produktů. „Poznej venkov“ nabízí návštěvníkům komplexní souhrn informací o typickém venkovském životě, který zahrnuje dny otevřených dveří na farmách, zapojení se do lidových tradic či možnost stát se sedlákem či selkou na jeden den. Návrh „Ochutnej venkov“ umožní všem milovníkům tradiční Jihočeské kuchyně navštívit restaurace zapojené do gastronomického projektu Czech Special a dává šanci zviditelnit se stravovacím zařízením, které do projektu nejsou zapojeny, ale nabízí tradiční regionální pokrmy.

Inovace produktového portfolia je nezbytná, jelikož Strakonicko ani Písecko nenabízí speciální package po podporu venkovského cestovního ruchu. Navrhuto bylo šest tematických balíčků, které území Strakonicka a Písecka prezentují jako atraktivní, kulturní a venkovskou destinaci. Mezi navržené tematické package patří: „Po stopách koňských kopyt, Indiánem a kovbojem po celý rok, Krajem selského baroka, Zapomenutá poutní místa, Ekofarmy aneb co o nich ještě nevíte a Tradiční venkov netradičně.“

Finanční náročnost na vytvoření a spuštění webového portálu na podporu venkovského cestovního ruchu na Strakonicku a Písecku činí 54 458 Kč. Nejvyšší přidaná hodnota webových stránek by spočívala v rozvoji venkovského cestovního ruchu na vymezeném

území, zkvalitnění a standardizace ubytovacích a stravovacích zařízení. Vytvořením tematických produktových balíčků by byl podpořen rozvoj domácího cestovního ruchu.

Před vypracováním diplomové práce byly stanoveny čtyři pracovní hypotézy, z nichž tři byly potvrzeny a jedna vyvrácena. Hypotéza 1 „Potenciál pro rozvoj venkovského cestovního ruchu je na Strakonicku a Písecku podobný“ byla potvrzena. Z provedené situační analýzy, předpokladů pro rozvoj agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky a realizovaných řízených rozhovorů se hypotéza 1 potvrdila.

Hypotéza 2 „Strakonický okres disponuje širší nabídkou agroturistických a ekoagroturistických služeb než Písecko“ byla potvrzena. Z analýzy aktuální nabídky agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky vyplynulo, že na Strakonicku se nachází o 80 % více subjektů specializující se na agroturistiku a ekoagroturistiku.

Hypotéza 3 „Strakonicko a Písecko jsou potenciálními návštěvníky vnímané jako typické rurální destinace“ byla vyvrácena. Z dotazníkového šetření mezi potenciálními návštěvníky okresů Strakonice a Písek je zřejmé, že pouze Strakonicko je vnímáno jako typická venkovská destinace.

Hypotéza 4 „Venkovský cestovní ruch je pro potenciální návštěvníky Strakonicka a Písecka vyhledávanou formou cestovního ruchu“ byla potvrzena. Za kulturně poznávacím, rekreačním a sportovně rekreačním cestovním ruchem je venkovská turistika nejvyhledávanější formou cestovního ruchu.

## 8. Summary

Southern Bohemia is wonderful locality of ponds, peat moss, woods, churches, small towns and villages. In this thesis there is a description of Strakonice country and Písek country. These regions have natural, cultural and historical attractions. It means that Strakonice Region and Písek Region have good condition for development of rural tourism. Rural tourism and its specific forms such as agrotourism, ecoagrotourism, ecotourism and horseback riding became very popular form of tourism. This type of tourism is sustainable and environmentally friendly. Nowadays potential visitors prefer quiet, cosy and rural destinations to noisy, huge and impersonal areas. Strakonice and Písek Regions offer beautiful nature, countryside, ancient architecture, traditions, customs and relaxation. The main aim of this thesis is to analyse agrotourism services and products of rural tourism in Strakonice and Písek Regions. Another target is to evaluate the potential of rural tourism development in selected areas. The first part of this work includes methodological introduction, defining objectives and introduction of the two compared regions. Strakonice district offers better agrotourism and ecoagrotourism services. Písek Region is good at offering horseback riding and hippotherapy. In second part of the thesis the direction of development of agrotourism services and products of rural tourism was proposed. It is necessary to support cooperation between Strakonice Region and Písek Region. Based on the results of evaluation the rural tourism services offer are proposed appropriate measures for improvement. Therefore the joint web portal will be created to support rural tourism. The special logo and slogan was created for efficient marketing communication of destination Strakonicko - Písecko. This specific web site will have a lot of functions, for example classification of accommodation facilities, which are suitable for rural tourism. Innovation of product portfolio is a welcomed change for visitors. The proposed tourist packages represent traditional countryside, natural, cultural and historical wealth of the regions.

### Key words

Soft tourism, green tourism, rural tourism, agrotourism, ecotourism, horseback riding

## 9. Seznam použité literatury

BERÁNEK, J., KOTEK, P. *Řízení hotelového provozu*. 3. přeprac. vydání. Praha: MAG Consulting s. r. o., 2003. 220 s. ISBN 80-86724-00-X.

BOUČKOVÁ, J. a kol. *Marketing*. Praha: C. H. Beck, 2003. 432s. ISBN 80-7179-577-1.

ČERTÍK, M. a kol. *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF, s. r. o., 2001. 352 s. ISBN 80-238-6275-8.

FIALOVÁ, D., MARADA, M. *Chalupářství: příklad venkovské turistiky*. In: *Cestovní ruch v České republice: problémy a možnosti jejich řešení*. Tábor: Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, 2003. Svazek 1. s. 334. ISBN 80-7040-618-6.

GREGOROVÁ, Z. *Vidiecka turistika a agroturistika v súvislosti s rozvojom vidieka na Slovensku*. In: *Kolokvium Ostrava 2002: Sborník příspěvků k problematice cestovního ruchu, managementu a podnikání z mezinárodního kolokvia*. Ostrava: Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava, 2002. s. 167. ISBN 80-248-0188-4.

HASMAN, M. *K problematice agroturistiky v ČR*. In *Sborník příspěvků ze semináře, uspořádaného dne 17. 11.1993 "Aktuální otázky cestovního ruchu"*. Tábor: Jihočeská univerzita, 1994. s. 36.

HAUGE, P. *Průzkum trhu: příprava, výběr metod, provedení, interpretace výsledků*. Brno: Computer Press, 2003. 234 s. ISBN 80-7226-917-8.

HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: Aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9.

HRABÁNKOVÁ, M., HÁJEK, T. *Management cestovního ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2002. 82 s. ISBN 80-7040-580-5.



INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch*. Praha: Oeconomica, 2004. 113 s. ISBN 80-245-0799-4.

JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.

JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing: strategické plánování, situační analýza a predikce vývoje, marketingové cíle a strategie, produktová, distribuční, cenová a komunikační politika a strategie*. Praha: Grada Publishing, 2008. 269 s. ISBN 978-80-247-2690-8.

JAKUBÍKOVÁ, D., JEŽEK, J., PAVLÁK, M. *Cestovní ruch*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 1999. 268 s. ISBN 80-7082-185-X.

KOTLER, P. a kol. *Moderní marketing*. 4. evropské vydání. Praha: Grada Publishing, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-154

KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing*. 4. evropské vydání. Praha: Grada Publishing, 2004. 856 s. ISBN 80-247-0513-3.

KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Principles of Marketing*. 13th ed. New Jersey: Pearson Education Inc., 2010. 637 s. ISBN 0-13-700669-1.

KOTLER, P., BOWEN, J. T., MAKENS, J. C. *Marketing for hospitality and tourism*. 5th ed. New Jersey: Pearson Education Inc., 2010. 683 s. ISBN 0-13-245313-4.

KOTLER, P., KELLER, K. L. *Marketing Management*. 12. vydání. Praha: Grada Publishing, 2007. 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5.

KOZEL, R. a kol. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing, 2006. 277 s. ISBN 80-247-0966-X.

LANGHAMMEROVÁ, J. *Jižní Čechy: kraj-lidé-tradice*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2011. ISBN 978-80-7422-136-1.

MALÁ, V. a kol. *Základy cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica, 2002. 100 s. ISBN 80-245-0439.

MERCER, D. *Marketing*. 2nd ed. Oxford, UK: Blackwell Publisher Inc., 1996. 561 s. ISBN 0-631-19638-2.

MIDDLETON, V. T. C., FYALL, A., MORGAN, M. *Marketing in travel and tourism*. 4th ed. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2009. 502 s. ISBN 978-0-7506-8693-8.

MORAVEC, I. a kol. *Venkovská turistika v Rakousku, České republice a Francii: Koncept, aktivity a vzdělávání*. České Budějovice: Centrum pro komunitní práci, 2007. 69 s. ISBN 978-80-86902-50-0.

MORRISON, A. M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995. 523 s. ISBN 80-85605-90-2.

NĚMČANSKÝ, M. *Agroturistika*. Karviná: Slezská univerzita Opava, 1996. 158 s. ISBN 80-85879-36-0.

NOVACKÁ, L. a kol. *Cestovní ruch, technika služeb, delegát a sprievodca*. Bratislava: Ekonóm, 2010. 472 s. ISBN 978-80-225-2982-2.

PAYNE, A. *Marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 1996. 247 s. ISBN 80-7169-276-X.

PILNÝ, J. *Venkovská turistika*. In *Cestovní ruch v České republice: Problémy a možnosti jejich řešení*. Tábor: Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, 2003. Svazek 1. s. 334. ISBN 80-7040-618-6.

PŘIBOVÁ, M. a kol. *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada Publishing, 1996. 248 s. ISBN 80-7169-299-9.

STRÍBRNÁ, M. *Venkovská turistika a agroturistika*. Praha: Profi Press, 2005. 65 s. ISBN 80-86726-14-2.

ŠKODOVÁ PARMOVÁ, D. *Agroturistika*. České Budějovice: EF JU, 2007. 92 s. ISBN 978-80-7394-009-6.

ŠKODOVÁ PARMOVÁ, D. *Provoz služeb v cestovním ruchu*. České Budějovic: Zemědělská fakulta Jihočeská univerzita, 2003. 175 s. ISBN 80-7040-611-9.

TRNKOVÁ, O. a kol. *Území a cestovní ruch*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1993. 95 s. ISBN 80-7079-123-3.

VANĚČEK, D. *Agroturistika*. České Budějovice: JU ZF ČB, 1997. 168 s. ISBN 80-7040-222-9.

VANĚČEK, P., VANĚČEK, D. *Budoucnost agroturistiky v České republice*. In *Cestovní ruch, regionální rozvoj a školství*. Tábor: Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, 1998. s. 267. ISBN 80-7040-269-5.

VAŠTIKOVÁ, M. *Marketing služeb efektivně a moderně*. Praha: Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-2.

### **Elektronické zdroje**

BAUERSFELD, K. *Eko a agroturistika: trh budoucnosti?*. COT Business [online]. 2003-07-01. [cit. 2011-11-07]. ISSN 1212-4281. Dostupné z: <http://www.cot.cz/>

KROUPOVÁ, Z; ANTOUŠOVÁ, M. *Analyzing potentials of rural tourism in Czech republic*. Scientia Agriculturae Bohemica [online]. 2009-02-01. [cit. 2011-11-12]. Dostupné z: <http://www.sab.czu.cz/>

Ministerstvo zemědělství ČR, Výzkumný ústav zemědělské ekonomiky Praha, DHV, s.r.o. Ostrava. *Národní strategický plán rozvoje venkova České republiky na období 2007 - 2013*. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2006. 35 s. Dostupné z: <http://www.eagri.cz/>

MZE, VÚZE PRAHA. *Program rozvoje venkova České republiky na období 2007 - 2013*. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2007. 327 s. Dostupné z: <http://www.eagri.cz/>

PHILLIP, S., HUNTER, C., BLACKSTOCK, K. *A typology for definic agritourism*. Tourist Management [online]. 2010. [cit. 2011-11-05]. Dostupné z: <http://www.sciendirect.com/>

SCHARPLEY, R., ROBERTS, L. *Rural tourism 10 years on*. International Journal of Tourism Research [online]. 2004. [cit. 2011-11-05]. ISSN 1099-2340. Dostupné z: <http://www.onlinelibrary.wiley.com/>

ŠIMKOVÁ, E. *Udržitelný rozvoj venkova a role venkovské turistiky*. Ekonomie a management [online]. 2008-01-01. s. 26 - 32, [cit. 2011-11-07]. ISSN 12123609. Dostupné z: <http://www.ekonomie-management.cz/>

VALÁŠEK, D. *Agroturistika je součástí životního stylu*. COT Business [online]. 2004-06-29. [cit. 2011-11-07]. ISSN 1212-4281. Dostupné z: <http://www.cot.cz/>

VALÁŠEK, D. *Jak se tomu říká u nás*. COT Business [online]. 2003-07-01. [cit. 2011-11-07]. ISSN 1212-4281. Dostupné z: <http://www.cot.cz/>

VŠE Praha. *Venkovský cestovní ruch: jeho specifika a podmínky pro rozvoj*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007. 124 s. ISBN 80-245-1159-2. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/>

### **Ostatní elektronické zdroje**

*Agentura ochrany přírody a krajiny ČR: organizační složka státní správy* [online]. © 2005 [cit. 2011-12-06]. Dostupné z: <http://www.drusop.nature.cz/>

*Artfocus: grafické studio, tvorba www stránek - web design, SEO* [online]. © 2008 [cit. 2012-03-20]. Dostupné z: <http://www.artfocus.cz/>

*Biskupství českobudějovické: Českobudějovická diecéze* [online]. © 2005 - 2011 [cit. 2012-04-06]. Dostupné z: <http://www.bcb.cz/>

*Český statistický úřad* [online]. © 2012, [cit. 2011-11-11]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>

*ECEAT: Quality - travel - expertise* [online]. © 2008 [cit. 2011-11-06]. Dostupné z: <http://www.eceat.cz/>

*Grantové programy a příspěvky města Písek* [online]. © 2011 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z: <http://www.granty-pisek.cz/>

Granty, Fondy EU. *Jihočeský kraj: oficiální internetové stránky Jihočeského kraje* [online]. © 2011 [cit. 2012-03-23]. Dostupné z: [http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par\[id\\_v\]=926&par\[lang\]=CS/](http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par[id_v]=926&par[lang]=CS/)

*Jihočeský kraj: Oficiální stránky Jihočeského kraje* [online]. © 2011 [cit. 2011-11-11]. Dostupné z: <http://www.kraj-jihocesky.cz/>

*Jižní Čechy: stezky pro koně* [online]. © 2011 - 2012 [cit. 2012-02-06]. Dostupné z: <http://jihoceskehipostezky.cz/>

Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2007 - 2013. *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. [cit. 2012-01-12]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na-/>

Krajská správa ČSÚ v Českých Budějovicích. *Český statistický úřad* [online]. © 2012, aktualizováno 28. 3. 2012 [cit. 2011-11-30]. Dostupné z: <http://www.cbudejovice.czso.cz/>

*Kudy z nudy: Dovolená v Česku - to letí!* [online]. © 2010 [cit. 2012-02-01]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/>

Marketingový plán cestovního ruchu Písek/Písecko. *Písek a Písecko: informační systém cestovního ruchu* [online]. © 2004 - 2012 [cit. 2012-01-13]. Dostupné z: <http://www.icpisek.cz/docs/cz/mpcr.xml/>

*Písek a Písecko: informační systém cestovního ruchu* [online]. © 2004 - 2012 [cit. 2011-11-30]. Dostupné z: <http://www.icpisek.cz/>

Programy 2007 - 2013. *Fondy Evropské unie* [online]. [cit. 2012-03-23]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2007-2013/>

Příspěvky a granty města. *Strakonice: oficiální portál města* [online]. [cit. 2012-03-23]. Dostupné z: <http://www.strakonice.eu/content/aktualni-uzaverky-informace-o-uzaverkach/>

*Regionální agrární komora Jihočeského kraje* [online]. © 2007 [cit. 2011-11-30]. Dostupné z: <http://www.rakjk.cz/>

*RIS: regionální informační systém* [online]. © 2010 - 2011 [cit. 2011-11-30]. Dostupné z: <http://www.risy.cz/>

*Státní správa* [online]. © 2000 - 2012 [cit. 2011-11-11]. Dostupné z: <http://www.statnisprava.cz/>

*Strakonice: oficiální portál města* [online]. [cit. 2011-11-30]. Dostupné z: <http://www.strakonice.eu/>

Strategická plán LEADER 2007 - 2013. *Místní akční skupina LAG Strakonicko: Impuls centrum* [online]. [cit. 2012-01-13]. Dostupné z: [http://www.strakonicko.net/mas/spl\\_leader.asp/](http://www.strakonicko.net/mas/spl_leader.asp/)

Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji na roky 2009 - 2013. *Jihočeský kraj: oficiální internetové stránky Jihočeského kraje* [online]. © 2011 [cit. 2012-01-12]. Dostupné z: [http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par%5Bid\\_v%5D=1541&par%/](http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par%5Bid_v%5D=1541&par%/)

*Studio Bambásek* [online]. © 2011 [cit. 2012-03-20]. Dostupné z: <http://studiobambasek.cz/>

*Trasovník: Turistický průvodce po ČR* [online]. [cit. 2011-11-30]. Dostupné z: <http://www.trasovnik.cz/>

*Turistika na koni: odbor při KČT Jihočeský kraj* [online]. © 2006 - 2011 [cit. 2012-02-06]. Dostupné z: <http://www.turistikanakoni.cz/>

*Venkovská tržnice* [online]. © 2010 [cit. 2012-04-06]. Dostupné z: <http://www.venkovskatrznice.eu/>

Využití potenciálu cestovního ruchu v České republice. *Ústav územního rozvoje* [online]. © 2001 - 2012, aktualizováno 9. 1. 2012 [cit. 2012-02-01]. Dostupné z: <http://www.uur.cz/default.asp?ID=3962/>

*Webový servis: aktivní webové stránky, eshopy a úspěšné internetové kampaně* [online]. © 2012 [cit. 2012-03-20]. Dostupné z: <http://webovy-servis.cz/>

*WWOOF* [online]. © 2005 - 2012 [cit. 2012-02-01]. Dostupné z: <http://www.woof.cz/>

## 10. Seznam tabulek, obrázků a grafů

### 10.1 Seznam tabulek

Tabulka 1	Charakteristika služeb	s. 27
Tabulka 2	Přístupy k marketingovému mixu	s. 31
Tabulka 3	Souhrn přírodních atraktivit na území Strakonicka a Písecka	s. 40
Tabulka 4	Komparace kulturně historických atraktivit	s. 43
Tabulka 5	Seznam ubytovacích zařízení v okrese Strakonice	s. 48
Tabulka 6	Seznam ubytovacích zařízení v okrese Písek	s. 50
Tabulka 7	Způsob prezentace pomocí webových stránek na Strakonicku	s. 57
Tabulka 8	Způsob prezentace pomocí webových stránek na Písecku	s. 61
Tabulka 9	Komparace okresů Strakonice a Písek	s. 64
Tabulka 10	Vyhodnocení hypotéz	s. 88
Tabulka 11	Finanční náročnost portálu na podporu VCR	s. 106

## 10.2 Seznam obrázků

Obrázek 1	Tři typy marketingu v odvětvích služeb	s. 29
Obrázek 2	Proces marketingového výzkumu	s. 32
Obrázek 3	Schéma okresu Strakonice	s. 37
Obrázek 4	Schéma okresu Písek	s. 38
Obrázek 5	Agroturistické služby a produkty venkovské turistiky na Strakonicku	s. 55
Obrázek 6	Agroturistické služby a produkty venkovské turistiky na Písecku	s. 60
Obrázek 7	Návrh loga venkovské destinace Strakonicko Písecko	s. 91
Obrázek 8	Klasifikace venkovského cestovního ruchu	s. 93
Obrázek 9	Logo Eko Bio Mánie	s. 95
Obrázek 10	Logo Poznej venkov	s. 96
Obrázek 11	Logo Ochutnej venkov	s. 97
Obrázek 12	Turistický produkt „Po stopách koňských kopyt“	s. 99
Obrázek 13	Turistický produkt „Indiánem a kovbojem po celý rok“	s. 100
Obrázek 14	Turistický produkt „Krajem selského baroka“	s. 101
Obrázek 15	Turistický produkt „Zapomenutá poutní místa“	s. 102
Obrázek 16	Turistický produkt „Ekofarmy aneb co o nich ještě nevíte“	s. 103
Obrázek 17	Turistický produkt „Tradiční venkov netradičně“	s. 104



### 10. 3 Seznam grafů

Graf 1	Vyberte okres, ze kterého se nacházíte?	s. 67
Graf 2	Podnikáte v oblasti agroturistiky, ekoagroturistiky, ekoturistiky či venkovské turistiky?	s. 68
Graf 3	Zvolte formu venkovského cestovního ruchu, která je Vaší podnikatelské činnosti nejbližší	s. 68
Graf 4	Uveďte typ ubytovacího zařízení, který provozujete	s. 69
Graf 5	Jakou formu stravování poskytnete svým hostům?	s. 70
Graf 6	Nabízíte doprovodné programy k venkovskému cestovnímu ruchu?	s. 71
Graf 7	Jaká je dopravní dostupnost?	s. 72
Graf 8	V jakém měsíci je nejvyšší obsazenost?	s. 73
Graf 9	Jaký druh návštěvníků nejčastěji přijíždí do Vašeho zařízení?	s. 73
Graf 10	Čerpal/a jste finanční prostředky z Programu rozvoje venkova?	s. 75
Graf 11	Z jaké prioritní osy byly finanční prostředky alokovány?	s. 75
Graf 12	Vzděláváte se neustále v oboru, ve kterém podnikáte?	s. 76
Graf 13	V rámci domácího cestovního ruchu vyhledáváte jako formu CR?	s. 77

## 11. Seznam příloh

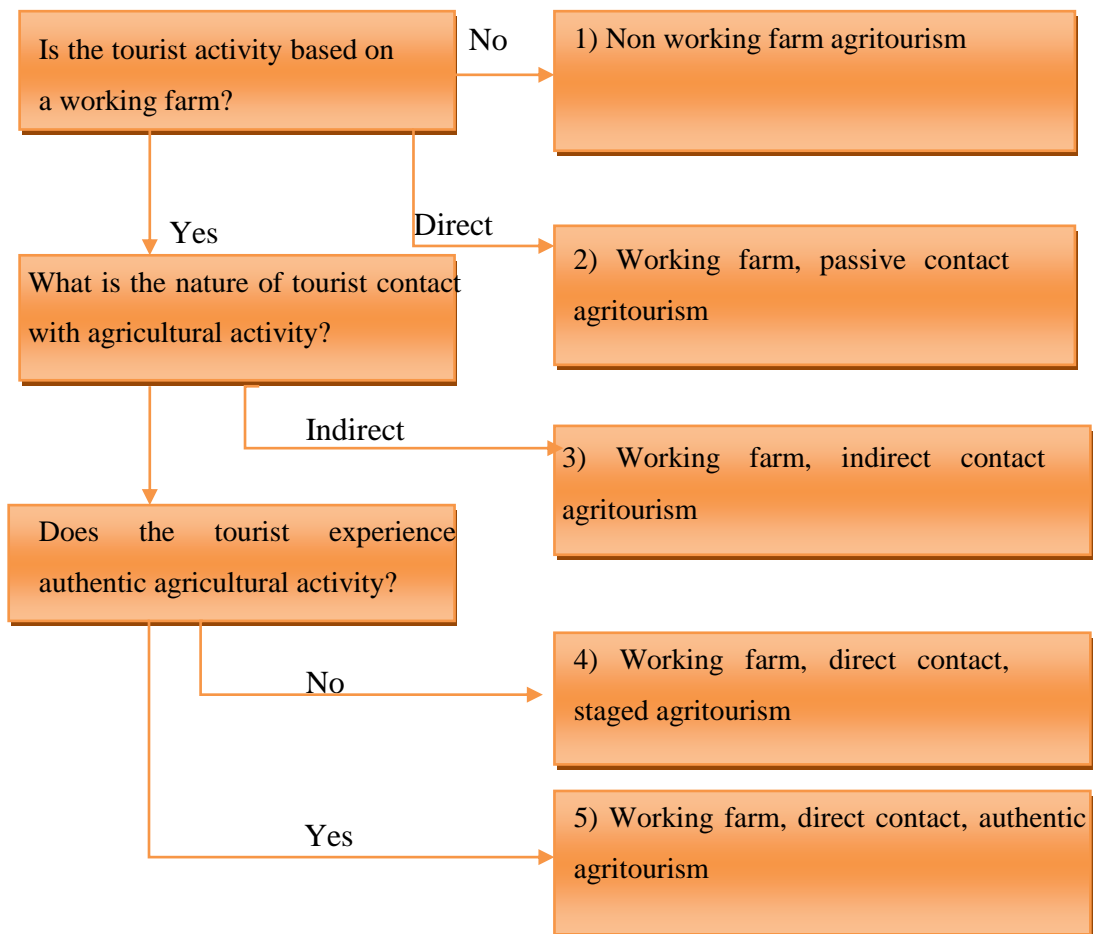
- Příloha 1 Rysy městské turistiky, turistických center, letovisek a venkovské turistiky
- Příloha 2 Členění agroturistiky
- Příloha 3 Kulturně historické atraktivity okresu Strakonice
- Příloha 4 Kulturně historické atraktivity okresu Písek
- Příloha 5 Analýza agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky na Strakonicku
- Příloha 6 Analýza agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky na Písecku
- Příloha 7 Dotazníkové šetření 2011: Analýza nabídky agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky na Strakonicku a Písecku
- Příloha 8 Dotazníkové šetření 2012: Venkovský cestovní ruch na Strakonicku a Písecku

Příloha 1 **Charakteristiky městské turistiky, turistických center, letovisek a venkovské turistiky**

<b>Cestovní ruch ve městech, v turistických centrech anebo v letoviscích</b>	<b>Venkovská turistika</b>
Málo otevřeného prostoru	Hodně otevřeného prostoru
Sídla s více než 10 tisíci obyvateli	Sídla s méně než 10 tisíci obyvateli
Husté osídlení	Řídké osídlení
Prostředí tvořené stavbami	Přírodní prostředí
Mnoho aktivit pod střechou	Mnoho aktivit v plenéru
Hustá infrastruktura	Slabá infrastruktura
Silná základna zábavních podniků a obchodů	Silná základna pro individuální činnost
Velké podniky	Malé podniky
Firmy celostátních nebo nadnárodních vlastníků	Firmy vlastněné místními podnikateli
Do cestovního ruchu zapojeno mnoho lidí na plný úvazek	Do cestovního ruchu zapojeno mnoho lidí n částečná úvazek
Žádné zapojení zemědělství či lesnictví	Určité zapojení zemědělství či lesnictví
Soběstačné turistické zájmy	Turistika podporuje jiné zájmy
Pracovníci mohou bydlet daleko od pracoviště	Pracovníci bydlí často blízko pracoviště
Vliv sezónních činitelů je vzácný	Vliv sezónních činitelů je častý
Velký počet návštěvníků a turistů	Málo návštěvníků a turistů
Profesionální řízení	Neprofesionální řízení
Kosmopolitní atmosféra	Lokální atmosféra
Mnoho moderních budov	Mnoho starších budov
Etika rozvoje nebo růstu	Etika konzervatismu a limitování růstu
Obecný dopad	Specializovaný dopad
Rozsáhlý marketing	Zúžený marketing

Zdroj: Stříbrná (2005: 9)

## Příloha 2 Členění agroturistiky



Zdroj: Phillip, Hunter, Blackstock (2010)

Příloha 3 **Kulturně historické atraktivity na Strakonicku**

Typ kulturní atraktivity	Rozčlenění atraktivit dle územního významu		
	A	B	C
<b>Hrady, tvrze a zříceniny</b>	Strakonice	Helfenburk	Volyně, Buzice, Kadov, Tchořovice, Dobrš, Kalenice
<b>Zámky</b>	-	Blatná, Lnáře	Střela, Čestice, Dobrš, Pole, Libějovice, Štěkeň, Střelské Hoštice
<b>Křesťanské sakrální památky</b>	-	-	Radomyšl, Dobrš, Volyně, Bělčice, Újezdec, Kocelovice, Lnáře, Záboří, Blatná, Paštiky, Blanice, Bavorov, Lomec, Chelčice, Vodňany, Katovice a jiné
<b>Historické městské soubory</b>	-	Volyně, Blatná, Sedlice, Vodňany, Bavorov	-
<b>Historické vesnické soubory</b>	Nahořany	Kváskovice, Jiřetice, Koječín, Zechovice, Kloub, Křtětice	-
<b>Muzea a Galerie</b>	-	Vodňany	Strakonice, Volyně, Kadov, Blatná, Lnáře, Volenice, Střelské Hoštice, Čestice, Hoštice, Chanovice
<b>Technické památky</b>	Hoslovice	-	Bavorov, Stakonice (stonehenge, moi), špýchar Řepice, Dolní Poříčí, Horní Poříčí, sýpka ve Stěchovicích, most v Tažovicích, Hamr v Malenicích, vápenka v Zálesí a jiné
<b>Vojenské památky</b>	-	Sudoměř	-
<b>Archeologické památky</b>	-	Kněží hora, Záhrobí, Modlešovice	-
<b>Pivovarnický věhlas</b>	Strakonice	-	-
<b>Židovské památky</b>	-	-	Volyně, Strakonice, Vodňany, Radomyšl
<b>Poutní místa</b>	-	Lomec	Kraselov, Podsrp, Mečichov, Milejovice, Skočice u Vodňan, Bavorov, Blatná, Dobrš, Lnáře, Čestice, Strakonice, Paštiky, Radomyšl a jiné
<b>Rýžování zlata</b>	-	-	Hajská, Modlešovice, Hoštovice
<b>Rozhledny</b>	-	Rumpál	Čestice, Kběl, Pětnice, Hoslovice

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha 4 Kulturně historické atraktivity na Písecku

Typ kulturní atraktivity	Rozčlenění atraktivit dle územního významu		
	A	B	C
<b>Hrady, tvrze a zříceniny</b>	Zvíkovské Podhradí	Kestřany	Klokočín, Písek, Myšelec, Mirovice
<b>Zámky</b>	Orlík nad Vltavou	-	Protivín, Čimelice, Karlov, Chřešřovice, Červený Újezdec, Brloh, Varvažov, Ostolovský Újezdec, Tyrolský dům
<b>Křesťanské sakrální památky</b>	Milevsko	Albrechtice nad Vltavou	Písek, Sepekov, Červená, Kučeř, Bernartice, Dobeš, Heřmaň, Kestřany, Putim a jiné
<b>Historické městské soubory</b>	-	Mirovice, Písek	-
<b>Historické vesnické soubory</b>	-	Varvažov, Tukleky, Krašovice, Putim, Budičovice, Smrkovice, Žebrákov, Zahrádka, Květov	-
<b>Technické památky</b>	Písek	Písek	-
<b>Muzea a galerie</b>	-	Písek, Protivín	Klokočín, Mirovice, Milevsko, Bronice
<b>Lázeňská místa</b>	-	Vráž	-
<b>ZOO</b>	-	Protivín	-
<b>Golfová hřiště</b>	Kestřany	-	-
<b>Pivovarnický věhlas</b>	Protivín	-	-
<b>Židovské památky</b>	-	-	Milevsko, Písek
<b>Poutní místa</b>	-	-	Sepekov, Kostelec nad Vltavou, Písek, Milevsko, Putim
<b>Rýžování zlata</b>	-	Kestřany	-
<b>Rozhledny</b>	-	-	Řezabice u Sudoměře, Velký Kamýk, Jarník, Hrad Helfenburk, Langova rozhledna

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha 5 Analýza agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky na Strakonicku

Číslo	Seznam nabídky subjektů specializujících se na koně a to především na ustájení bez ubytování 						
	Název	Lokalizace	Ubytování	Chov	Prodej	Prezentace na <sup>1</sup> :	Další služby
1	<b>Farma Mefisto</b>	Volenice	-	koně, pes, koza	-	A, B, C, D, E, F	výcvik, pikniky
2	<b>Farma Achalteke</b>	Hodějov	-	koně, skot, psi	skot	A, D, E	výcvik, seno
3	<b>JK Shagya</b>	Přední Zborovice	-	koně	koně	A, U	závody
4	<b>OS<sup>2</sup> Stáj</b>	Nuzín	stan	koně	-	V, X	ustájení, LT <sup>3</sup>
5	<b>Jitka Šmilo</b>	Vodňany	-	koně	-	V	provoz jízdárny
6	<b>Velkostatek</b>	Volenice	-	sportovní koně	koně	A, F	ustájení, výcvik
7	<b>Stáje Ambra</b>	Milejovice	-	koně	-	A, F	ustájení
8	<b>Jezdecký areál</b>	Strakonice	-	koně, pony	-	B	vyjížděky
9	<b>Hřebčín Viklan</b>	Kadov	-	koně, pony, oslíci	koně	A	vyjížděky, kočár

Zdroj: vlastní zpracování

<sup>1</sup> Prezentace na: jsou uváděna písmena, každé písmeno odkazuje na jinou webovou stránku, které jsou uvedeny na konci přílohy

<sup>2</sup> OS - občanské sdružení

<sup>3</sup> LT - letní tábor

Číslo	Seznam nabídky subjektů specializujících se na koně a poskytujících ubytování 						
	Název	Lokalizace	Ubytování	Chov	Prodej	Prezentace na:	Další služby
1	<b>Statek Hájek</b>	Nišovice	apartmán, karavan,	koně	-	A, B, E, F	ustájení
2	<b>Farma Cihelna</b>	Volenice	chatky, stany, seno	vepří, ovce, koně	-	A, G, H, I	LT
3	<b>Helfenburk</b>	Krajníčko	stany, pod širákem	koně	-	J	uvázání, výběh
4	<b>Ranč Leon</b>	Buzice	penzion, chalupa	koně, husy, ovce	-	A, K, L, I, M, P	malá biofarma, kočár
5	<b>Stáj Uhlík</b>	Volyně	ubytovna, stan	koně	-	X	ustájení
6	<b>JK<sup>4</sup> Míreč</b>	Míreč	chatová osada	koně	-	A	rybolov, čtyřkolky, LT
7	<b>Ranč M</b>	Malenice	apartmán	koně	-	A, B, C, M	ustájení, kolbiště,
8	<b>Farma Malenice</b>	Malenice	apartmány	koně, ovce, kočky	-	A, I, E, Q, B	ustájení, výcvik
9	<b>Ranč Apollo</b>	Vodňany	apartmány	koně	-	A, T, J	HT <sup>5</sup> , skiering
10	<b>Penzion Jihodol</b>	Černětice	penzion, stan	koně	-	O, X, C, D	SJS <sup>6</sup>
11	<b>Wild Hodějov</b>	Hodějov	ubytovna, chaty, stan	koně	-	C, X	SJS


Zdroj: vlastní zpracování

<sup>4</sup> JK - jezdecký klub


<sup>5</sup> HT - hipoturistika

<sup>6</sup> SJS - stanice jezdeckých stezek



Číslo	Seznam nabídky subjektů specializující se na agroturistiku 						
	Název	Lokalizace	Ubytování	Chov	Prodej	Prezentace na	Další služby
1	<b>Ekochov, s.r.o.</b>	Hoslovice	penzion	skot, koně	-	A, N, O, P, L, X	ustájení, rodeo, zabíjačka, rybolov
2	<b>Penzion Frimna</b>	Vodňany	penzion	skot, koně	-	A, L, Q, T, C	součást zemědělské farmy, kola
3	<b>Ranč Šimona Pláničky</b>	Hoštice	penzion, kemp	koně	-	A, B, L, Z, K	rybolov, jezdeckví
4	<b>Vokáč Josef</b>	Hajská	-	skot, koně	skot	B	jízďárna

Zdroj: vlastní zpracování

Číslo	Seznam nabídky subjektů specializující se na ekofarmy a ekoagroturistiku 						
	Název	Lokalizace	Ubytování	Chov	Prodej	Prezentace na	Další služby
1	<b>Kofa</b>	Bílsko	stany	kozy	sýry, mléko	A, Q, N, G, O, X	práce na farmě
2	<b>Kozí farma</b>	Břeží	-	kozy	sýry, mléko	A, C, N	exkurze, bedýnky
3	<b>Farma Janoušek</b>	Hoštice	-	skot, ovce	brambory	AA	exkurze
4	<b>Šumava, a.s.</b>	Nišovice	-	skot, obilí	maso, obilí, špalda	AA	prodej ze dvora, exkurze
5	<b>Farma Kouba</b>	Vodňany	-	drůbež, skot	odkup živého masa	AA	prodej ze dvora, exkurze
6	<b>Farma Michálek</b>	Hoslovice	-	skot	skot	AA	exkurze

Zdroj: vlastní zpracování

Číslo	Seznam nabídky subjektů specializující se na vesnickou turistiku					
	Název	Lokalizace	Ubytování	Specifikace	Prezentace na	Další služby
1	<b>Statek u Št'ástků</b>	Vodňany	chalupa	muzeum mlýna, vodní elektr.	R, C, K, F, T	rybí a vepřové hody
2	<b>Penzion Jedraž</b>	Jedraž	penzion	bývalá tvrz	A, BB, G, L	country bar
3	<b>Mlýn Katovice</b>	Katovice	apartmány	nově zrekonstruovaný	A, CC, BB	kemp Otava
4	<b>Kamenný Mlýn</b>	Přední Zborovice	penzion	zahradní krb s udírnou	A, Z, N, P, L	houbaření, bazén
5	<b>Hospoda na statku</b>	Pole	penzion	zrekonstruovaný statek	A, K, P, F	virpool a sauna
6	<b>Mlýn Kostřata</b>	Myštice	penzion	rodinný statek	A	samota, příroda
7	<b>Penzion Lažany</b>	Lažany	penzion	rodinný penzion	A, CC, L, K	venkov, příroda
8	<b>Kubešův mlýn</b>	Horní Poříčí	penzion	zrekonstruovaný mlýn	A,	venkov, příroda
9	<b>Zámek Lnáře</b>	Lnáře	hotel	zámek	A, N, O	muzeum Koček

Zdroj: vlastní zpracování


Číslo	Seznam nabídky subjektů mající předpoklady pro vesnickou turistiku 					
	Název	Lokalizace	Ubytování	Specifikace	Prezentace na:	Další služby
1	<b>Penzion Valmont</b>	Osek	penzion	rodinný penzion	A, K, L, B	příroda, samota
2	<b>Jihočeská krčma</b>	Vodňany	penzion	nově zrekonstruovaný penzion	A, N, O, K	lokalizace
3	<b>Penzion U Hartlů</b>	Čestice	penzion	rodinný penzion na samotě	K	potok, ohniště
4	<b>Chalupa</b>	Nahořany	apartmán	zemědělská budova	K	venkov
5	<b>Penzion Podskalí</b>	Štěkeň	penzion	zrekonstruovaný penzion	A, L, C	venkov, řeka
6	<b>Rabářský ráj Jinín</b>	Jinín	penzion	penzion stylizovaný do dřeva	A, BB, L	venkov, rybolov
7	<b>Chalupa Tisov</b>	Tisov	pronájem chalupy	venkovské stavení	DD	polosamota
8	<b>Chalupa Vodňany</b>	Vodňany	pronájem chalupy	typické jihočeské selské baroko	B	venkov
9	<b>Penzion Alena</b>	Sudoměř	penzion	pastouška	B	bazének

Zdroj: vlastní zpracování

Prezentace na:

A	vlastní webové stránky	O	<a href="http://www.jiznicechy.cz">www.jiznicechy.cz</a>
B	<a href="http://www.portalstrakonice.cz">www.portalstrakonice.cz</a>	P	<a href="http://www.ubytovani.pampeliska.cz">www.ubytovani.pampeliska.cz</a>
C	<a href="http://www.czecot.cz">www.czecot.cz</a>	Q	<a href="http://www.ubytovani-na-farme.cz">www.ubytovani-na-farme.cz</a>
D	<a href="http://www.equichannel.cz">www.equichannel.cz</a>	R	<a href="http://www.mestovodnany.cz">www.mestovodnany.cz</a>
E	<a href="http://www.konicci.cz">www.konicci.cz</a>	S	<a href="http://www.icpisek.cz">www.icpisek.cz</a>
F	<a href="http://www.facebook.com">www.facebook.com</a>	T	<a href="http://www.portalvodnany.cz">www.portalvodnany.cz</a>
G	<a href="http://www.ubytovaninafarme.cz">www.ubytovaninafarme.cz</a>	U	<a href="http://www.venkovskatrznice.eu">www.venkovskatrznice.eu</a>
H	<a href="http://www.ekempy.cz">www.ekempy.cz</a>	V	<a href="http://www.najisto.cz">www.najisto.cz</a>
I	<a href="http://www.farmy.cz">www.farmy.cz</a>	X	<a href="http://www.jihoceskehipostezky.cz">www.jihoceskehipostezky.cz</a>
J	<a href="http://www.turistikanakoni.cz">www.turistikanakoni.cz</a>	Z	<a href="http://www.ubytovanivcr.cz">www.ubytovanivcr.cz</a>
K	<a href="http://www.penziony.cz">www.penziony.cz</a>	AA	<a href="http://www.hnutiduha.cz">www.hnutiduha.cz</a>
L	<a href="http://www.hotel-ubytovani.com">www.hotel-ubytovani.com</a>	BB	<a href="http://www.strakonice.eu">www.strakonice.eu</a>
M	<a href="http://www.dopenzionu.cz">www.dopenzionu.cz</a>	CC	<a href="http://www.echalupy.cz">www.echalupy.cz</a>
N	<a href="http://www.kudyznudy.cz">www.kudyznudy.cz</a>	DD	<a href="http://www.nachalupu.cz">www.nachalupu.cz</a>

Příloha 6 Analýza agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky na Písecku

Číslo	Seznam nabídky subjektů specializující se na koně a to především na ustájení bez ubytování 						
	Název	Lokalizace	Ubytování	Chov	Prodej	Prezentace na <sup>7</sup> :	Další služby
1	<b>Ranč Liberte</b>	Protivín	-	koně	koně	A, G, N, O, P	ustájení, western,
2	<b>JK Šárka</b>	Protivín	-	koně	-	A	ustájení, LT <sup>8</sup>
3	<b>Luka racing</b>	Bošovice	-	sportovní koně	-	A, B	trénink, závody
4	<b>JSK<sup>9</sup> Varta Aleko</b>	Mírotice	-	sportovní koně	koně	A, Q, M	závody
5	<b>JK<sup>10</sup> Deni</b>	Laziště	-	koně, pony	-	A, G	pony školka
6	<b>Jezdeská stáj Chlaponice</b>	Drhovle	-	koně	-	A	-
7	<b>Zemský hřebčinec Písek</b>	Písek	po domluvě	koně	koně	A, H, M, EE	prohlídky, jízdy
8	<b>JK Artex</b>	Nemějice	po domluvě	koně	-	A, G	LT, kurzy

Zdroj: vlastní zpracování

<sup>7</sup> Prezentace na: Jsou zde uvedena písmena, která odkazují na konkrétní webovou stránku, které jsou uvedeny na konci přílohy.

<sup>8</sup> LT - letní tábor


<sup>9</sup> JSK - jezdecký sportovní klub

<sup>10</sup> JK - jezdecký klub


Číslo	Seznam nabídky subjektů specializující se na koně a poskytující ubytování 						
	Název	Lokalizace	Ubytování	Chov	Prodej	Prezentace na:	Další služby
1	<b>Statek u Jerolímků</b>	Vilín	apartmán	koně, skot	-	A, B, C, D, E, F	práce na statku,
2	<b>Ranč Ixion</b>	Chrastiny	chatky, stan	koně	koně	A, B, G, H, I, J, K, L, M, P	HR <sup>11</sup> , ustájení, LT
3	<b>JS Relax Dobeš</b>	Dobeš	apartmán, stan	koně	-	A, M, N, O, P	ustájení
4	<b>Farma u Nováků</b>	Humňany	chatky	koně, pony	-	A, P, M, Q, J, EE	ustájení, kočár
5	<b>Bártův Dvůr</b>	Přeštěnice	penzion	koně	-	A, B, M, K	ustájení, zabijačky
6	<b>Penzion Štětice</b>	Štětice	penzion	koně	-	A, B, M, K, R	ustájení, LT
7	<b>Statek v Probulově</b>	Probulov	stan, karavan	koně, pony		A, B, E, N, O	ustájení, kurzy
8	<b>Ranch Calamity</b>	Probulov	penzion	koně, pony	koně	A, G, K, Q	LT, závody, WOOF
9	<b>Penzion Mavl</b>	Přeštěnice	penzion	koně	-	A, B, C, E, K, T, H, U, V	bazén, HT <sup>5</sup>
10	<b>Statek Louka</b>	Louka	apartmán	koně	-	A, S, F, W, X, Z	ustájení
11	<b>Pevnost Fort Hary</b>	Jartovice	tee pee, stan	koně, zvířata	-	A, B, C, G, K, H	western, LT, indiáni
12	<b>Tvrz Holešice</b>	Kovářov	penzion, chatky	koně	-	A, B, L, AA	zabijačky, LT
13	<b>Statek v Líšnici</b>	Líšnice	stan, půda	koně, psi	-	A, G, F, P	ustájení
14	<b>Farma Tálín</b>	Tálín	apartmán, stan	koně	koně	A, B	hipoterapie, LT

Zdroj: vlastní zpracování

<sup>11</sup> HR - hiporehabilitace

Číslo	Seznam nabídky subjektů specializujících se na ekoagroturistiku 					
	Název	Lokalizace	Ubytování	Chov	Prezentace na:	Další služby
1	<b>Farma Výška</b>	Zhoř	apartmán	jehňata, skot, koně a poníci	A, B, C, D, E, F	prodej vlastních výrovků

Zdroj: vlastní zpracování


Číslo	Seznam nabídky subjektů specializujících se na agroturistiku 					
	Název	Lokalizace	Ubytování	Chov	Prezentace na:	Další služby
1	<b>Penzion Joe</b>	Sepekov	penzion	skot	A, B, G, BB	bazén, farma v Zálší

Zdroj: vlastní zpracování



Číslo	Seznam nabídky subjektů specializující se na vesnickou turistiku					
	Název	Lokalizace	Ubytování	Specifikace	Prezentace na:	Další služby
1	<b>Statek Červený Újezdec</b>	Červený Újezdec	pronájem chalupy	bývalý zámek	B, S	bazén, rybolov
2	<b>Statek Semice</b>	Semice	pronájem chalupy	zrekonstruovaný statek,	A, B	bazén, kola
3	<b>Statek u Žáků</b>	Dobešice	pronájem chalupy	zrekonstruovaný statek	A, V, U, AA, BB, CC, DD	polosamota
4	<b>Chalupa Zátaví</b>	Zátaví	pronájem chalupy	selský dvůr	A, V, W, AA, BB, CC	polosamota
5	<b>Jihočeská chaloupka</b>	Záhoří	pronájem chalupy	stylová chaloupka	A	polosamota
6	<b>Privát Cerhonice</b>	Cerhonice	pronájem pokojů	bývalý zámecký areál	B	venkovská atmosféra
7	<b>Dřevěná chata</b>	Veselíčko	chata	chata na samotě s farmou	B	klid, v blízkosti farma

Zdroj: vlastní zpracování

Číslo	Seznam nabídky subjektů mající předpoklady pro vesnickou turistiku 					
	Název	Lokalizace	Ubytování	Specifikace	Prezentace na:	Další služby
1	<b>Penzion U Soudku</b>	Ražice	penzion	poklidné prostředí, venkov	B	vinárna
2	<b>Penzion U Malířských</b>	Písek	penzion	rodinný penzion, v lesích	A, G, B, CC	dětské hřiště
3	<b>Rodinný penzion</b>	Líšnice	penzion	zrekonstruovaný statek	A, U, AA, BB	krajina, klid
4	<b>Penzion Zámeček</b>	Milevsko	penzion	rodinný penzion s restaurací	A, B,E, AA, CC	krajina, klid
5	<b>Penzion Fousek</b>	Štědronín	penzion	rodinný penzion s restaurací	A, B, G, U, K	krajina, děti
6	<b>Penzion Burda</b>	Sepekov	penzion	lokalizace v klidné části	A, B, U, H	krajina
7	<b>Apartmán u Bečvářů</b>	Heřmaň	apartmán	rodný dům básníka J. Čarka	A, B, BB	tradice
8	<b>Penzion Kerak</b>	Bernartice	penzion	stylové ubytování, masáže	A, B, CC	krajina
9	<b>Ubytování v soukromí</b>	Olešná	apartmán	ubytování na statku	B	venkov, krajina

Zdroj: vlastní zpracování

Prezentace na:

A	vlastní webové stránky	O	<a href="http://www.nafarmu.cz">www.nafarmu.cz</a>	EE	<a href="http://www.kudyznudy.cz">www.kudyznudy.cz</a>
B	<a href="http://www.icpisek.cz">www.icpisek.cz</a>	P	<a href="http://www.turistikanakoni.cz">www.turistikanakoni.cz</a>	DD	<a href="http://www.ubytovaniucr.cz">www.ubytovaniucr.cz</a>
C	<a href="http://www.ubytovani-na-farme.cz">www.ubytovani-na-farme.cz</a>	Q	<a href="http://www.equichannel.cz">www.equichannel.cz</a>		
D	<a href="http://www.hledej-ubytovani.cz">www.hledej-ubytovani.cz</a>	R	<a href="http://www.pocchach.cz">www.pocchach.cz</a>		
E	<a href="http://www.portalmilevsko.cz">www.portalmilevsko.cz</a>	S	<a href="http://www.chatatour.cz">www.chatatour.cz</a>		
F	<a href="http://www.m-hotel-ubytovani.cz">www.m-hotel-ubytovani.cz</a>	T	<a href="http://www.ceskeubytovani.cz">www.ceskeubytovani.cz</a>		
G	<a href="http://www.facebook.com">www.facebook.com</a>	U	<a href="http://www.hotelypenziony.cz">www.hotelypenziony.cz</a>		
H	<a href="http://www.jiznicechy.cz">www.jiznicechy.cz</a>	V	<a href="http://www.ubytovani-pisek.info">www.ubytovani-pisek.info</a>		
I	<a href="http://www.ceskevylety.cz">www.ceskevylety.cz</a>	W	<a href="http://www.portalpisek.cz">www.portalpisek.cz</a>		
J	<a href="http://www.jihoceskehipostezky.cz">www.jihoceskehipostezky.cz</a>	X	<a href="http://www.spenziony.cz">www.spenziony.cz</a>		
K	<a href="http://www.czecot.cz">www.czecot.cz</a>	Z	<a href="http://www.chatychalupy.cz">www.chatychalupy.cz</a>		
L	<a href="http://www.nasecesko.cz">www.nasecesko.cz</a>	AA	<a href="http://www.penziony.cz">www.penziony.cz</a>		
M	<a href="http://www.konicci.cz">www.konicci.cz</a>	BB	<a href="http://www.echalupy.cz">www.echalupy.cz</a>		
N	<a href="http://www.ubytovaninafarme.cz">www.ubytovaninafarme.cz</a>	CC	<a href="http://www.hotel-ubytovani.com">www.hotel-ubytovani.com</a>		



**6. Jaké jsou Vaše priority do budoucna?**

- a) rozšíření a rozvoj stávající infrastruktury
- b) zkvalitnění služeb a jejich diferenciací
- c) zlepšení využívání marketingového mixu (obzvláště marketingové komunikace)
- d) vybudování si lepší pozice na trhu
- e) udržet si stávající pozici na trhu

**7. Uveďte typ ubytovacího zařízení, který provozujete**

- a) hotel
- b) penzion
- c) ubytování v soukromí
- d) rekreační středisko
- e) rekreační chaty a chalupy
- f) kempy
- g) jiné .....

**8. Je Vaše ubytovací zařízení certifikováno?** (Pokud zvolíte ano, pokračujte otázkou č. 9.

Pokud zvolíte ne, pokračujte otázkou č. 10)

- a) ano
- b) ne

**9. Pokud je Vaše ubytovací zařízení certifikováno, uveďte jakým způsobem.**

Vypište: .....

**10. Obdržel/a jste pro své podnikání ekologickou značku kvality?** (Pokud zvolíte ano,

pokračujte otázkou č. 11. Pokud zvolíte ne, pokračujte otázkou č. 12)

- a) ano
- b) ne

**11. Uveďte, jakou ekologickou značku jste obdržel/a.**

Vypište: .....



**18. Dopravní dostupnost je:**

- a) uspokojivá (do 1km) b) méně uspokojivá (od 1 do 3 km) c) neuspokojivá (nad 3 km)

**19. Nejvíce zákazníci využívají**

- a) vlak b) autobus c) městská hromadná doprava d) individuální doprava

**20. Nejvyšší obsazenost zařízení je v měsíci**

Vypište: .....

**21. Návštěvníci Vašeho zařízení jsou zejména turisté:**

- a) domácí (neodpovídejte na otázku č. 22) b) zahraniční (neodpovídejte na otázku č. 23)

**22. Vypište, z jakých zemí nejvíce turisté do Vašeho zařízení přijíždějí**

Vypište: .....

**23. Vypište, z jakého kraje a města nejčastěji turisté do Vašeho zařízení přijíždějí**

Vypište: .....

**24. Máte vlastní internetové stránky?**

- a) ano b) ne

**25. Jaké další propagační prostředky využíváte?**

Vypište: .....

**26. Čerpal/a jste finanční prostředky z Programu rozvoje venkova?**

- a) ano b) ne (neodpovídejte na otázkou č. 28)







**4. Je pro Vás STRAKONICKO v nabídce agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky atraktivnější než PÍSECKO?** (Jestliže zaškrtnete ne, odpovídejte až na otázku č. 6)

a) ano                      b) ne

**5. Znázorněte stupeň atraktivnosti Strakonicka vůči Písecku** (1 znamená nejnižší spokojenost, 5 nejvyšší)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

**6. Jaká asociace se Vám vybaví ve spojení Strakonicko a venkovský cestovní ruch?** (Vypište alespoň 3 asociace)

Vypište: .....

**7. Jaká asociace se Vám vybaví ve spojení Písecko a venkovský cestovní ruch?** (Vypište alespoň 3 asociace)

Vypište: .....

**8. Vypište, jaké jsou podle Vás aktuální trendy v nabídce agroturistických služeb a produktů venkovské turistiky?**

Vypište: .....

**9. V současné době je hojně využíváno spojení tradiční gastronomie a venkovského cestovního ruchu. Jaká oblast je pro Vás nejatraktivnější?** (Lze zaškrtnout více odpovědí)

a) zabíjačka    b) rybářské výlovy - rybářské hody    c) posvícení a poutě

d) zvěřinové hody    e) jiné .....

**10. Je pro Vás důležitá certifikace v oblasti venkovského cestovního ruchu?**

a) ano                      b) ne

**11. Víte, co znamená WWOOFing?**

- a) ano            b) nevím přesně, o co se jedná, ale již jsem o tom slyšel/a            c) ne

**12. Myslíte si, že je venkovský cestovní ruch na Strakonicku a Písecku dostatečně propagovaný?**

- a) ano            b) ne

**13. Znáte některý z těchto webových stránek na podporu venkovského cestovního ruchu?** (Lze zaškrtnout více odpovědi)

- a) Nafarmu.cz
- b) Prazdninynavenkove.cz
- c) Agroturistika-venkovska-turistika.cz
- d) Agroturistika.pampeliska.cz
- e) Konicci.cz
- f) Venkovskatrznice.eu
- g) Neznám žádnou z těchto webových stránek

**14. Jste**

- a) muž            b) žena

**15. Kolik je Vám let?**

- a) méně než 20
- b) 21 - 30
- c) 31 - 40
- d) 41- 50

e) 51- 60

f) 61 a více

**16. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?**

a) základní

b) střední odborné (výuční list)

c) středoškolské (maturita)

d) vysokoškolské