



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

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

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra regionálního managementu

Diplomová práce

Venkovský cestovní ruch v regionu jižní Čechy

Vypracovala: Ing. Iveta Karbulková

Vedoucí práce: Ing. Petra Pártlová, Ph.D.

České Budějovice 2016

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Ing. Iveta KARBULKOVÁ**
Osobní číslo: **E13734**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Strukturální politika EU a rozvoj venkova**
Název tématu: **Venkovský cestovní ruch v regionu jižní Čechy**
Zadávající katedra: **Katedra regionálního managementu**

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

Cíl práce:

Cílem této diplomové práce je zhodnocení nabídky venkovského cestovního ruchu v řešeném území s ohledem na jeho přírodní a kulturně-historický potenciál a návrh možností pro další rozvoj venkovského cestovního ruchu v dané oblasti. Práce obsahuje teoretická východiska dané problematiky a shrnuje potenciál venkovského cestovního ruchu. V praktické části bude provedena analýza vybraných programových dokumentů se specifikací na cestovní ruch a bude vyhodnoceno dotazníkové šetření. Provedena bude také SWOT analýza.

Metodika práce:

1. Studium odborné literatury a sepsání literární rešerše vztahující se k dané problematice.
2. Praktická část práce bude zaměřena na analýzu řešeného regionu a zhodnocení regionu z pohledu dosavadního rozšíření venkovského cestovního ruchu, včetně zpracované SWOT analýzy na řešený region. Bude provedeno a vyhodnoceno dotazníkové šetření.
3. Potvrzení nebo vyvrácení hypotéz a zhodnocení získaných výsledků. Navrhovaná řešení mohou napomoci ke zkvalitnění nabídky a ke zlepšení propagace venkovského cestovního ruchu v daném regionu.

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíl, hypotézy a metodika práce. 4. Analytická část. 5. Zhodnocení. 6. Návrhy a doporučení. 7. Závěr. 8. Summary. 9. Seznam literatury. 10. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**

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

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

1. **Armstrong, H. & Taylor, J. (2000). Regional economics and policy. Malden, Mass.: Blackwell.**
2. **Beran, V. Dlask, P. (2005). Management udržitelného rozvoje regionů, sídel a obcí. . Praha: Academia.**
3. **Binek, J., Toušek, V., Galvasová, I., Věžník, A., Kunc, J., Seidenglanz, D & at al. (2007) Venkovský prostor a jeho oživení. Brno: Georgetown.**
4. **Lacina, K. (2010). Management a marketing cestovního ruchu. Praha: Vysoká škola finanční a správní.**
5. **Majerová, V. (2009). Český venkov 2008: Proměny venkova. Praha: Česká zemědělská univerzita, Moravec, I. (2007) Venkovská turistika v Rakousku, České republice a Francii: koncept aktivity a vzdělávání. 1. vyd. České Budějovice: Centrum pro komunitní práci.**
6. **Hall, D. R., Kirkpatrick, I; Mitchell, M. (2005). Rural tourism and sustainable business. Clevedon: Channel View Publications.**

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Petra Pártlová, Ph.D.**
Katedra regionálního managementu

Datum zadání diplomové práce: **30. listopadu 2013**

Termín odevzdání diplomové práce: **14. dubna 2016**


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

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice


doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 16. března 2016

Prohlášení

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

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

Dne 13. 4. 2016

.....

Ing. Iveta Karbulková

Poděkování

Mé poděkování patří především vedoucí diplomové práce paní Ing. Petře Pártlové, Ph.D. za odbornou pomoc, vedení a cenné rady při vypracovávání diplomové práce. Poděkovat bych také chtěla panu Ing. Jaromíru Poláškovvi za poskytnutí konzultace a v neposlední řadě také zaměstnancům informačních center a provozovatelům objektů venkovského cestovního ruchu, kteří mi poskytli potřebné informace pro tuto diplomovou práci.

Obsah

1	Úvod.....	4
2	Literární rešerše	6
2.1	Venkov	6
2.1.1	Vymezení venkovského prostoru.....	6
2.1.2	Funkce venkova	14
2.1.3	Rozvoj venkova	15
2.2	Cestovní ruch.....	23
2.2.1	Definice cestovního ruchu	23
2.2.2	Cestovní ruch jako systém	25
2.2.3	Typologie cestovního ruchu.....	26
2.3	Zelený cestovní ruch	28
2.4	Venkovský cestovní ruch	30
2.4.1	Definice venkovského cestovního ruchu	30
2.4.2	Formy venkovského cestovního ruchu	32
2.4.3	Historie venkovského cestovního ruchu	34
2.4.4	Současný stav venkovského cestovního ruchu	35
2.4.5	Budoucí rozvoj venkovského cestovního ruchu	37
2.4.6	Produkty venkovského cestovního ruchu v ČR.....	38
2.4.7	Zákazníci a cílové skupiny venkovského cestovního ruchu.....	42
2.4.8	Organizace v oblasti venkovského cestovního ruchu	45
2.4.9	Podpora venkovského cestovního ruchu v programovém období 2014– 2020	47
2.4.10	Dopady venkovského cestovního ruchu	51
3	Cíle, hypotézy a metodika práce	53
3.1	Cíle práce.....	53
3.2	Hypotézy	53

3.3	Metodika práce	53
4	Jižní Čechy	56
4.1	Charakteristika regionu jižní Čechy	56
4.1.1	Vymezení oblasti	56
4.1.2	Území a rozloha	57
4.1.3	Obyvatelstvo	59
4.1.4	Ekonomická charakteristika.....	59
4.1.5	Doprava.....	60
4.2	Cestovní ruch v regionu jižní Čechy	61
4.2.1	Venkovský cestovní ruch v regionu jižní Čechy	65
4.3	Programové dokumenty zabývající se rozvojem cestovního ruchu	68
4.3.1	Program rozvoje Jihočeského kraje 2014–2020	68
4.3.2	Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2015–2020	75
4.4	SWOT analýza cestovního ruchu v regionu jižní Čechy	78
4.4.1	Ohodnocení SWOT analýzy	79
5	Dotazníkové šetření	83
5.1	Dotazníkové šetření zaměřené na zástupce informačních center	83
5.1.1	Charakteristika respondentů	83
5.1.2	Výsledky dotazníkového šetření	83
5.2	Dotazníkové šetření zaměřené na provozovatele objektů venkovského cestovního ruchu	87
5.2.1	Charakteristika respondentů	87
5.2.2	Výsledky dotazníkového šetření	88
6	Zhodnocení.....	101
6.1	Zhodnocení venkovského cestovního ruchu v regionu jižní Čechy.....	101
6.2	Zhodnocení hypotéz	103
7	Navržená doporučení	105
8	Závěr.....	109

9 Summary 112

10 Seznam použitých zdrojů..... 114

Seznam obrázků, tabulek a grafů

Seznam příloh

Přílohy

1 ÚVOD

Vnímání a chápání venkova je velmi široké a liší se různými úhly pohledů. Jinak na něj bude pohlížet ekonom, jinak sociolog, jinak ekolog a jinak bude vnímán také samotnými obyvateli venkova či ostatní populací. Pojem „venkov“ bývá považován za neurčitý a do jisté míry abstraktní označení kulturní krajiny se specifickými charakteristikami. Často může vyvolávat asociace spojené se zemědělstvím, nízkou životní úrovní místních obyvatel, špatnou dopravní dostupností či malebnou krajinou s kvalitním životním prostředím, ve které je však nedostatek pracovních příležitostí, což vede k odchodu mladých lidí do měst a s tím souvisejícímu stárnutí venkovské populace.

U některých venkovských oblastí mohou být výše uvedené asociace použity, nelze je však zobecňovat a označovat tak venkov pouze za problémovou a upadající oblast. Zatímco v minulosti byla problematika venkovských obcí spíše opomíjena a podceňována, v současné době již existuje řada přístupů k rozvoji venkova, který se tak postupem času stává významným společenským tématem.

V souvislosti s rozvojem venkova bývá často zmiňován proces tzv. diverzifikace venkovské ekonomiky, a to zejména proces diverzifikace směrem k nezemědělským činnostem. Mezi významné alternativy nahrazující funkci zemědělství (případně rozšiřující jeho multifunkčnost) jakožto hospodářského odvětví venkova patří oblast cestovního ruchu, která v současné době představuje jedno z nejprogresivnějších odvětví světové ekonomiky.

Rozvoj cestovního ruchu je podněcován řadou faktorů, které souvisí například s růstem počtu obyvatel Země, zlepšováním jejich zdravotního stavu, růstem volného času či zvyšováním vzdělanosti. Významným faktorem je rovněž globalizace, která je spojena například také s rozvojem moderních technologií umožňujících snadnou komunikaci a rychlé překonávání vzdáleností.

Zatímco v minulosti nabídka služeb cestovního ruchu určovala poptávku, dnes nastává situace zcela opačná. Z důvodu rostoucí míry saturace trhu a neustále se zvyšujících požadavků zákazníků dochází také k rozšiřování nabídky služeb cestovního ruchu. S rozšiřováním nabídky služeb cestovního ruchu a s vývojem poptávky účastníků

cestovního ruchu po těchto službách souvisí také neustále se vyvíjející a rozšiřující druhy a formy cestovního ruchu.

V současné době dochází k prosazování takzvaných šetrných forem cestovního ruchu, které bývají často označovány jako alternativní formy cestovního ruchu či zelený cestovní ruch. Tyto formy cestovního ruchu jsou součástí udržitelného cestovního ruchu, který je ekonomicky životaschopný, ale zároveň neničí zdroje, na kterých závisí budoucnost cestovního ruchu. Jedná se zejména o fyzické prostředí a sociální struktury místních komunit.

Jednou z šetrných forem cestovního ruchu je také již zmiňovaný venkovský cestovní ruch, často označovaný jako venkovská turistika. Již z názvu je patrné, že se jedná o formu cestovního ruchu rozvíjejícího se na venkově – tedy mimo oblast městského osídlení i mimo oblast rekreačních a turistických center. Mezi jednotlivé podoby venkovského cestovního ruchu lze zařadit například vesnickou turistiku, agroturistiku, ekoagroturistiku či chataření a chalupaření.

Význam venkovského cestovního ruchu se v poslední době neustále zvyšuje a jeho růst lze předpokládat i do budoucna – pro rozvoj venkova je tedy unikátní příležitostí a zdrojem mnoha přínosů, mezi které lze zařadit například tvorbu nových pracovních příležitostí, zdroje kapitálu, zlepšení vybavenosti a úrovně veřejných služeb, stimulaci rozvoje řemesel, oživení místních tradic, využívání přírodního, kulturního a historického potenciálu a podobně.

Mezi nejvýznamnější motivy pobytu na venkově patří bezpochyby kvalitnější životní prostředí venkova, a to především čistší ovzduší a méně hluku ve srovnání s městy a průmyslovými aglomeracemi. Pro účastníky cestovního ruchu tedy může být venkovský cestovní ruch zdrojem uvolnění, zklidnění a především také možností, jak uniknout od stále narůstajícího stresu, který přináší moderní život ve městech.

2 LITERÁRNÍ REŠERŠE

2.1 Venkov

2.1.1 Vymezení venkovského prostoru

Venkovský prostor či venkov lze obecně vymezit jako řídko osídlený prostor, ve kterém má důležitou úlohu zemědělství. V odborné literatuře se lze setkat s různými definicemi tohoto pojmu, a to především z důvodu nejednotnosti kritérií, resp. ukazatelů, které jsou jednotlivými odbornými přístupy za účelem vymezení venkovského prostoru využívány. Z demografického hlediska lze venkov vymezit nízkým počtem a nízkou hustotou obyvatel, z urbanistického hlediska specifickým typem zástavby a ze sociologického hlediska například odlišným způsobem života a podobně.

Za venkovský prostor jsou obvykle označovány vesnice (venkovská osídlení) a krajina v jejich okolí. Podle jiného pojetí se jedná o souhrn katastrů venkovských obcí či o prostor zahrnující plochy zemědělské půdy, lesy, vodní plochy, intravilány, venkovská sídla, polní cesty a místní komunikace. Používáno bývá také tzv. negativní vymezení, kdy je za venkov označováno celé území mimo plochy měst – tedy vše, co není městem.

Podle velkého sociologického slovníku je venkov definován jako „obydlený prostor mimo městské lokality tradičně charakterizovaný orientací na zemědělství a menší hustotou obyvatel, ale i jiným způsobem života, většinou propojeným s přírodou, a také s jinou sociální strukturou ve srovnání s městem“. (Majerová a kol., 2009)

Perlín (2009) zdůrazňuje, že při vymezení venkovského prostoru je nutné striktně odlišovat dva základní typy hodnocení, a to konkrétně hodnocení venkovských sídel (resp. venkovských obcí) a hodnocení venkovského prostoru – venkova. „Zatímco v první kategorii vymezení venkovských sídel/obcí vymezujeme územně nespojité jednotky – zastavěné území, v druhém případě vymezujeme spojitý prostor, který tvoří jak zastavěné území venkovských sídel tak i volná krajina.“ Při vymezení venkovských obcí jsou klíčovými takové ukazatele, které popisují buďto celkový počet obyvatel

či které se vztahují k urbanistické nebo socioprofesionální struktuře místních obyvatel. Při vymezení venkovského prostoru lze více zahrnout hustotu zalidnění a vztahovat tak počet obyvatel k celkové ploše daného území.

R. Perlín se zabýval také diferenciací venkovských obcí a vytvořil typologii venkova, v rámci které vymezil 6 typů českého venkovského prostoru na úrovni okresů (suburbánní zóna, venkov v bohatých zemědělských oblastech, bohaté Sudety, chudé Sudety, vnitřní periferie a moravsko-slovenské pomezí), a to na základě specifického historického vývoje a hodnocení některých sociálně ekonomických ukazatelů (Perlín, 1998). Sám Perlín a kol. (2010) však zmiňuje problematičnost této typologie zapříčiněnou omezenou datovou základnou, jelikož „podrobnější pohled dovnitř jednotlivých okresů nebyl z důvodu nedostupnosti relevantních dat možný“.

U venkovských sídel (resp. venkovských obcí) lze z různých hledisek vymezit zejména následující znaky typické pro tradiční venkov:

- urbanistické znaky: vysoký podíl rodinných domů, málo vyvinutá uliční síť s dominantním prostorem návsi jako společenského a kulturního centra sídla, rozvolněná zástavba, vysoký podíl zeleně v sídle;
- architektonické znaky: nízkopodlažní zástavba, absence nájemního bydlení, domy doplněny hospodářským zázemím (integrace obytné a dalších funkcí), vymezení dvora a zahrady s výrazně oddělenými funkcemi;
- sociální znaky: užší sociální kontakty mezi obyvateli sídla, neformální sociální kontrola, participace, tradicionalismus, konzervatismus;
- ekonomické znaky: dominantní nebo rozhodující činností je zemědělství a primární výroba potravin, významný podíl ekonomicky aktivních osob vyjíždí do zaměstnání mimo toto sídlo, vyšší podíl samozásobitelství, kutilství;
- administrativní znaky: status sídla (sídlu, které v minulosti či v současnosti získalo městská práva, je městem, ostatní sídla jsou vesnicemi);
- velikostní znaky: počet obyvatel pod konvenčně stanovenou hranicí, hustota zalidnění, podíl zastavěné plochy a podobně. (Bínek, J. a kol., 2009)

Kašparová, Půček a kol. (2009) uvádí, že venkovské obce nejsou v ČR v současné době jednoznačně vymezeny a nejčastěji používané definice venkovských obcí z hlediska jejich obsahu rozdělují podle čtyř hlavních kritérií:

1. definice vycházející ze statutu sídla;
2. definice vycházející z hustoty obyvatelstva;

3. definice vycházející z velikosti obce;
4. definice vycházející z dalších znaků obce.

Pělucha (2012) poukazuje na to, že česká legislativa vymezení venkova neobsahuje a tento pojem je tedy z tohoto hlediska možné vymezit pouze nepřímo, a to prostřednictvím vymezení pojmu město. Dle zákona 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení), je v České republice městem obec, která má alespoň 3 000 obyvatel, pokud tak na návrh obce stanoví předseda Poslanecké sněmovny po vyjádření vlády. Zákon také definuje pojem městys. Obce s tímto statutem lze ale těžko jednoznačně definovat jako venkovské nebo městské, neboť se svým významem řadí mezi tyto dvě kategorie.

Perlín (2009) výše zmíněné kritérium vymezení venkovských obcí podle jejich správního statutu označuje jako „lákavé, avšak zcela nevhodné“, jelikož v období mezi roky 1990–2000 došlo při neexistenci pravidel pro udělení statutu město k tomu, že statut města získaly obce s velmi rozdílným počtem obyvatel. Teprve až výše zmíněný zákon určil pravidla pro udělení statutu město, avšak ponechal původní označení města i pro obce menší.

- **Vymezení venkovských regionů**

Z hlediska veřejné správy jsou obce hierarchicky uspořádány do systému územního členění. V České republice je v souladu s požadavky evropských institucí pro statistické účely používán systém NUTS¹, v rámci kterého je území ČR (= NUTS 0 a 1) členěno na 8 regionů NUTS 2 a dále pak na 14 krajů na úrovni NUTS 3. Okresy tvoří kategorii LAU 1 (dřív NUTS 4) a obce LAU 2. Jde o nově zavedený systém (od 1. 1. 2008) územních jednotek regionálního charakteru (Local Administrative Units).

- Typologie OECD

Pělucha (2012) uvádí, že „pojem venkovský region se používá také převážně pro statistické účely (a zprostředkovaně pro vymezování regionů, které vyžadují určité formy podpory)“, přičemž nejběžněji používanou metodou v EU je definování regionů podle OECD² – tedy dle podílu obyvatelstva žijícího ve venkovských obcích. Tyto obce jsou vymezeny jako obce s hustotou zalidnění nižší než 150 obyvatel na 1 km².

¹ La Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques – klasifikace vypracovaná ČSÚ po dohodě s Eurostatem, u nás zavedena Opatřením ČSÚ 27. 4. 1999, zveřejněným v částce 33/1999 Sb. a aktualizována Sdělením č. 228/2004 Sb. k 1. 5. 2004, zveřejněným v částce 74/2004 Sb.

² Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (zkráceně OECD z angl. Organisation for Economic Co-operation and Development).

Na základě výše zmíněného se regiony (obvykle na úrovni NUTS 3) člení na tři následující typy:

- převážně městské regiony – kde podíl obyvatelstva ve venkovských obcích činí méně než 15 %,
- významně venkovské (resp. smíšené) – kde podíl obyvatelstva ve venkovských obcích je mezi 15 % a 50 %,
- převážně venkovské – kde podíl obyvatelstva ve venkovských obcích činí více než 50 %.

Vymezení však ovlivňuje velikost městských center:

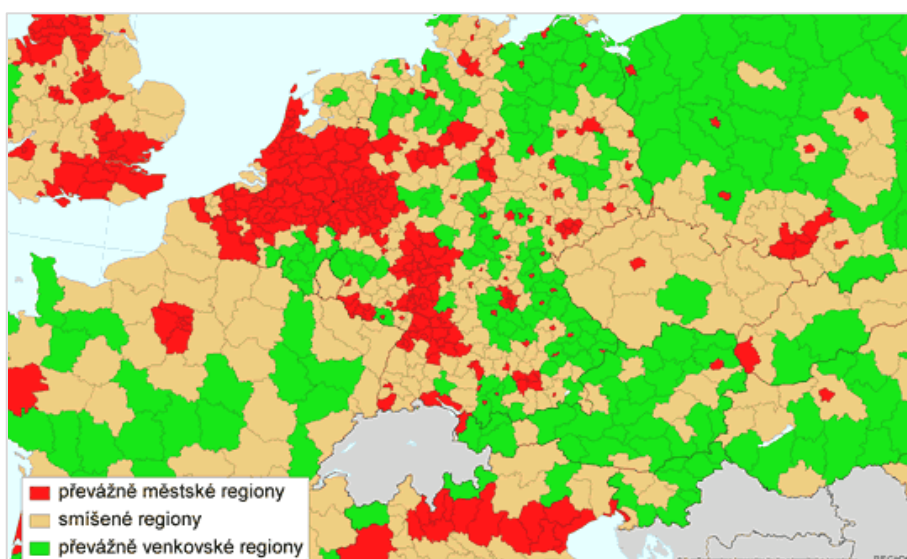
- město, které má více než 200 tis. obyvatel, a to je zároveň více než 25 % obyvatel regionu, způsobí, že se z převážně venkovského regionu stane region smíšený,
 - město, které má více než 500 tis. obyvatel, a to je zároveň více než 25 % obyvatel regionu, způsobí, že se ze smíšeného regionu stane region převážně městský.
- (Matoušková, 2011a)

Výhodou takto vymezeného venkova je „aplikace jednoduchých statistických výpočtů vycházejících z pravidelně sledovaných dat na úrovni homogenních územních jednotek, které umožňují mezinárodní srovnání“. Nevýhodou však je velikost regionu, kdy není možné zohledňovat regionální specifika uvnitř sledované jednotky. (Pělucha, 2012)

Venkovský prostor vymezený dle typologie OECD zabírá přes 90 % rozlohy Evropské unie a žije v něm přibližně 60 % obyvatelstva EU. Venkovské oblasti tvoří přibližně 45 % hrubé přidané hodnoty EU a je zde zaměstnáno kolem 51 % z celkového počtu zaměstnaných. (Macháček a kol., 2012)

V České republice se dle typologie OECD nachází pouze jeden převážně venkovský region – kraj Vysočina a pouze jeden převážně městský region – kraj Hlavní město Praha. Ostatních 12 krajů se řadí mezi regiony významně venkovské (smíšené), což zobrazuje následující obrázek 1. Z hlediska plochy pak zauímají převážně venkovské regiony 33 % území ČR, významně venkovské (smíšené) regiony 43 % území a převážně městské regiony 24 % území ČR (údaje k 1. 1. 2012). (eagri.cz, 2015)

Obrázek 1: Typologie OECD aplikovaná na regiony NUTS 3



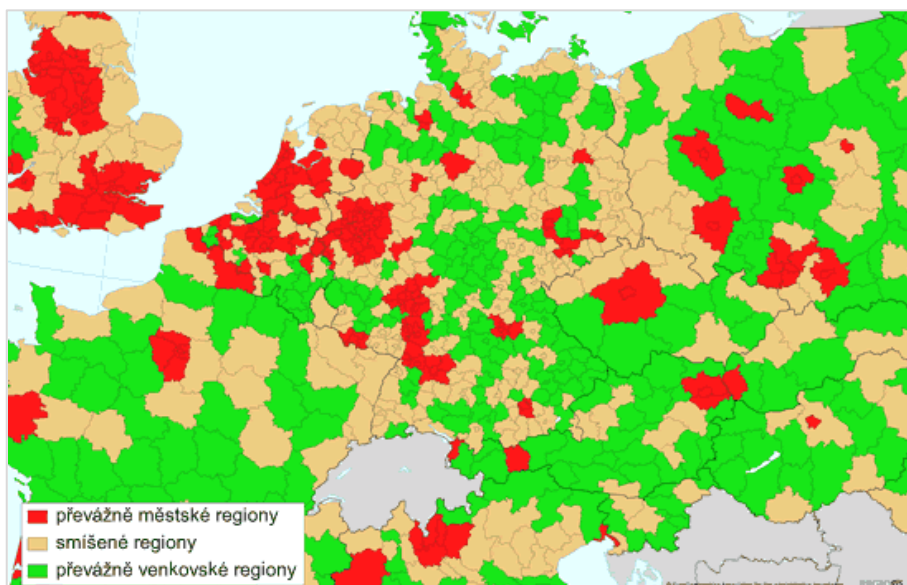
Zdroj: Matoušková, 2011a

- Nová typologie Evropské komise

Variantou metodologie OECD je nová (město-venkovská) typologie Evropské komise klasifikující regiony NUTS 3 Evropské unie, kterou společně vytvořily DG Agriculture and Rural Development, DG Regional Policy, Eurostat a DG Joint Research Centre. Cílem nové typologie bylo vytvoření konsistentního základu pro popis městských, smíšených a venkovských regionů NUTS 3 v různých zprávách a publikacích Evropské komise, přičemž důvodem pro její vytvoření bylo zkreslení metodologií OECD na úrovni NUTS 3, které je způsobeno velkými rozdíly v rozloze území na úrovni obcí – LAU 2 (na což upozornila i ČR), velkými rozdíly v rozloze regionů NUTS 3 a oddělením center a zázemí některých měst na úrovni NUTS 3.

Nová městsko-venkovská typologie regionů NUTS 3 Evropské komise rozlišuje regiony na převážně městské, smíšené a převážně venkovské na základě rastrových buněk. Jak zobrazuje obrázek 2, v České republice dle nové typologie patří mezi převážně městské regiony kraj Hlavní město Praha a Středočeský, mezi regiony převážně venkovské se řadí kraj Plzeňský, Jihočeský, Vysočina, Pardubický, Olomoucký a Zlínský. Zbývající kraje Karlovarský, Ústecký, Liberecký, Královéhradecký, Jihomoravský a Moravskoslezský patří mezi regiony smíšené.

Obrázek 2: Nová městsko-venkovská typologie regionů NUTS 3



Zdroj: Matoušková, 2011a

Místní úroveň obcí v nové typologii využívá pravoúhlé síť buněk o velikosti 1 km². Populační síť vychází buďto ze statistických dat (pokud jsou k dispozici) nebo je vytvořena desagregací. Pro identifikaci městských oblastí je podstatné následující:

- výběr síťových buněk s hustotou více než 300 obyvatel/km²,
- pouze takové seskupení síťových buněk, které představuje osídlení s více než 5 000 obyvateli,
- seskupení, které zahrnuje diagonální návaznost.

Dle této typologie žije ve „venkovských“ rastrových buňkách 32 % obyvatelstva EU a oproti původní metodice OECD dochází ke vhodnějšímu rozmístění jednotlivých kategorií (vzrostl počet venkovského obyvatelstva v hustě osídlených zemích a zároveň došlo ke snížení počtu venkovského obyvatelstva v řídko osídlených zemích s rozlehlými administrativními jednotkami).

Pro regionální úroveň platí v nové typologii princip tří kategorií regionů NUTS 3 založený na podílu obyvatelstva ve venkovských rastrových buňkách:

- převážně městské regiony mají podíl obyvatelstva ve venkovských rastrových buňkách menší než 20 %,
- smíšené regiony mají podíl obyvatelstva ve venkovských rastrových buňkách mezi 20 % a 50 %,
- převážně venkovské regiony mají podíl obyvatelstva ve venkovských rastrových buňkách větší než 50 %.

Korigována byla zároveň klasifikace rozlohou malých regionů NUTS 3 (s rozlohou menší než 500 km²), kdy k zajištění lepší porovnatelnosti byly pro účely nové typologie některé tyto sousedící regiony sloučeny. Cílem však bylo výhradně určení typu regionu NUTS 3 a tato situace nastala pouze tehdy, když došlo ke změně výsledného typu. V ČR se změna týká Středočeského kraje, který se tak stal převážně městským regionem NUTS 3. Vliv velkých měst na vymezení jednotlivých typů regionů je v nové typologii pojat shodně s původní typologií OECD.

Z porovnání s původní typologií OECD vyplývá, že došlo ke zvýšení podílu obyvatelstva v převážně venkovských regionech, beze změny zůstal počet obyvatelstva ve smíšených regionech a v převážně městských regionech došlo ke snížení počtu obyvatel. (Matoušková, 2011a)

○ Typologie EDORA

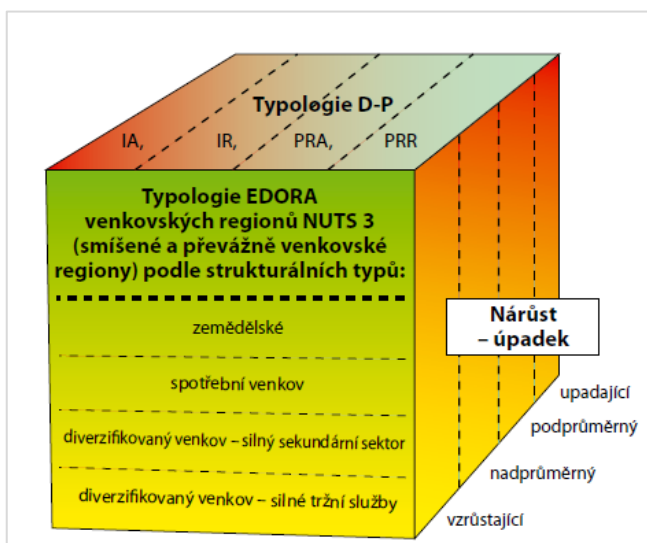
Matoušková (2011b) zmiňuje také typologii EDORA, která byla vyvinuta projektem EDORA (European Development Opportunities in Rural Areas) v rámci operačního programu ESPON 2013. Tato typologie doplňuje typologii venkovských regionů NUTS 3 Dijkstra-Poelman (D-P), která předcházela zmiňované nové typologie Evropské komise, a která rozlišuje regiony NUTS 3 podle vztahů město-venkov na:

- převážně městské (predominantly urban – PU),
- smíšené dostupné (tj. v blízkosti města; intermediate accessible – IA),
- smíšené odlehlé (intermediate remote – IR),
- převážně venkovské dostupné (predominantly rural accessible – PRA),
- převážně venkovské odlehlé (predominantly rural remote – PRR).

Dle Typologie D-P lze většinu území ČR charakterizovat jako regiony smíšené dostupné (tj. v blízkosti města). Výjimkou je region NUTS 3 Praha, který se řadí mezi převážně městské regiony a NUTS 3 Vysočina, která spadá mezi regiony převážně venkovské dostupné (tj. v blízkosti města)

Typologie EDORA „má sloužit k názornému vyjádření geografických typů a jako rámec analýzy současných trendů, budoucích perspektiv i pro politická doporučení“. Předmětem této typologie jsou strukturální typy a typy projevů v dynamice rozvoje. Trojrozměrné vyjádření typologie D-P, strukturálních typů a typů projevů EDORA zobrazuje následující obrázek 3.

Obrázek 3: Trojrozměrné vyjádření typologie D-P, strukturálních typů a typů projevů EDORA



Zdroj: Matoušková, 2011b

Dle zmiňované typologie EDORA venkovských regionů NUTS 3 (nezohledňujeme tedy Prahu, která je převážně městským regionem – PU) lze území České republiky charakterizovat jako území diverzifikované se silným sekundárním sektorem – zpracovatelským průmyslem pokrývajícím většinu regionů NUTS 3 (kraj Středočeský, Plzeňský, Jihočeský, Vysočina, Pardubický, Královéhradecký, Olomoucký a Moravskoslezský). Kraje Ústecký, Karlovarský, Liberecký a Zlínský spadají do kategorie spotřebního venkova. Kraj Jihomoravský spadá do kategorie diverzifikovaných regionů se silným sektorem tržních, soukromých služeb (ty jsou typické pro Francii a severozápad EU). Dle typů projevů se území ČR pohybuje kolem průměru. Nad průměrem se nachází kraj Středočeský, Plzeňský a Jihočeský. Zbývající kraje jsou podprůměrné. Nenachází se zde tedy žádné regiony v kategorii vzrůstající či upadající. (Matoušková, 2011b)

- Vymezení venkova dle ČSÚ

Jiný přístup k vymezení venkova zaujal Český statistický úřad (ČSÚ), který v roce 2008 provedl komplexnější rozpracování této problematiky. Pělucha (2009) uvádí, že byla vydána souhrnná publikace Varianty vymezení venkova a jejich zobrazení ve statistických ukazatelích v letech 2000 až 2006, která přinesla jednak přehledné statistické údaje za venkovské a „nevenkovské“ oblasti ČR a jednak také nastínila následujících šest různých variant vymezení venkovského prostoru v České republice:

1. Venkovským prostorem jsou všechny obce s velikostí do 2 000 obyvatel.
2. Venkovským prostorem jsou všechny obce s velikostí do 1 000 obyvatel a dále obce s velikostí do 3 000 obyvatel, které mají hustotu zalidnění menší než 100 obyvatel/km².
3. Venkovským prostorem jsou všechny obce s velikostí do 1 000 obyvatel a dále obce s velikostí do 3 000 obyvatel, které mají hustotu zalidnění menší než 150 obyvatel/km².
4. Venkovským prostorem jsou všechny obce, které nemají statut města.
5. Venkovským prostorem jsou všechny obce, které nejsou obcemi s pověřeným obecním úřadem a nemají statut hlavního města.
6. Venkovským prostorem jsou všechny obce s velikostí do 2 000 obyvatel mimo obcí v zázemí krajských měst.

Pělucha (2012) dále zmiňuje, že každá z uvedených variant má své výhody i nevýhody, problémem však je výsledná „nekompaktnost“, neboť vymezení probíhá na úrovni jednotlivých obcí a výsledný „prostor“ tak nelze nazvat regionem. V rámci charakteristiky českého venkova autor používá obecně uznávanou definici souboru obcí s méně než 2 000 obyvateli. V České republice je dle tohoto vymezení cca 5,5 tisíce venkovských obcí, což je téměř 90 % všech obcí. Katastrální území venkovských obcí pokrývá cca tři čtvrtiny ČR, avšak žije zde jen 26,4 % všech obyvatel ČR.

2.1.2 Funkce venkova

Venkov v obecné rovině plní tři základní funkce, a to funkci produkční, rezidenční a rekreační. Pro kvalitní život na venkově je potřeba všechny funkce rozvíjet rovnoměrně, vždy však s ohledem na daná specifika regionu (např. poloha, tradice, předpoklady pro cestovní ruch apod.).

1. Funkce produkční

Přestože zemědělství stále představuje hlavní aktivitu při utváření venkovské krajiny, převážná část venkovského obyvatelstva (a to včetně rodin zemědělců) je ekonomicky závislá na dalších – nezemědělských aktivitách.

2. Funkce rezidenční

Rezidenční funkce v současné době představuje nejvýznamnější funkci venkova. Podporována je změnami sídelního systému, a to především procesem suburbanizace (přesun obyvatel, jejich aktivit a některých funkcí z jádrového města do jeho zázemí) a procesem kontraurbanizace (stěhování obyvatel z měst do exponovanějších oblastí za současné snižující se intenzity propojenosti). Mezi důležité faktory ovlivňující kvalitu rezidenční funkce venkova patří například podmínky pro rozvoj bydlení (zejm. dostatečná technická infrastruktura), kvalita bytového fondu, dopravní dostupnost a obslužnost či vybavenost.

3. Funkce rekreační

Oproti minulosti je současný venkov charakteristický vysokým růstem rekreační funkce, která byla v České republice významně podpořena přechodem z centrálně plánované ekonomiky na ekonomiku tržní. Jednou z alternativních možností rozvoje venkova je v posledních letech rozvoj venkovského cestovního ruchu. (Svobodová & Věžník, 2014)

Binek a kol. (2011a) uvádí, že význam výše popsaných funkcí se v průběhu času proměňuje a i jednotlivé funkce se vnitřně mění. „To znamená, že mnohokrát diskutovaná produkční funkce venkova ustupuje funkci rezidenční a rekreační a proměňuje se i vnitřně, když dříve zcela dominantní zemědělskou činnost stále více nahrazuje průmysl a služby (z pohledu zaměstnanosti obyvatel venkova).“

2.1.3 Rozvoj venkova

Venkov představuje složitě strukturovaný systém, a to jak prostorový, tak společenský. Možnosti rozvoje bývají obecně odvozeny od vnitřních predispozic a vnějších vlivů a trendů. „Volba rozvojové strategie, rozvojových nástrojů a využití nabízených příležitostí je dáno reálně existujícími a fungujícími rozvojovými strukturami, přičemž výchozím krokem rozvoje venkova je posun od (různým způsobem vymezeného) širšího prostoru do konkrétního (lokálního a mikroregionálního) rámce.“ (Binek a kol., 2011a)

- **Aktéři rozvoje venkova**

Za aktéry rozvoje venkova lze označovat veškeré instituce či jednotlivce, kteří svými aktivitami zasahují do dění na venkově či jsou součástí venkova. Existuje zde celá řada aktérů a je rovněž několik možností, jak tyto aktéry kategorizovat.

Binek a kol. (2011a) zdůrazňují důležitost rozdělení aktérů dle různých charakteristik jejich fungování tak, aby bylo možné „identifikovat jejich vzájemné styčné plochy a nalézt možnosti jejich synergického působení“. Základní rozdělení aktérů rozvoje venkova dle autorů vychází z jejich hierarchického postavení vzhledem ke správní organizaci území a dělí je na aktéry s působností evropskou/světovou, národní, regionální/krajskou a lokální. Jak zobrazuje následující tabulka 1, aktéři jsou současně rozdělení také podle sektorů, a to na sektor veřejný, podnikatelský a neziskový.

Tabulka 1: Kategorizace aktérů – prostorová úroveň versus typ sektoru

ÚROVEŇ	SEKTORY		
	Veřejný	Podnikatelský	Neziskový
Evropská	Evropská komise (rámec SZP EU)	Nadnárodní zájmová uskupení	Sítě
Národní	Ministerstva; Celostátní síť pro venkov	Celostátní zájmová uskupení	Spolky, svazy, sítě
Krajská	Kraj; Vysoké školy; Krajská informační střediska	Podnikatelská sdružení	Nezisková sdružení
Lokální	Obce – DSO, MAS; Obcí zřizované organizace	Podnikatelé, zemědělci	Zájmová sdružení, spolky

Zdroj: Binek a kol, 2011a

Závažným problémem rozvoje venkova je nejasné rozdělení kompetencí mezi aktéry na národní úrovni, a to zejména mezi Ministerstvem pro místní rozvoj ČR (administruje program Podpora obnovy a rozvoje venkova, koordinuje operační programy), Ministerstvem zemědělství ČR (administruje Program rozvoje venkova) a částečně také Ministerstvem životního prostředí ČR. Vysoký počet aktérů na národní úrovni dále představuje pro nižší úrovně vysokou administrativní zátěž.

Na regionální/krajské úrovni je počet aktérů poměrně malý. Jedná se především o zájmová uskupení, přičemž rozvoj venkova mohou ovlivňovat také krajské úřady, regionální školy a podobně.

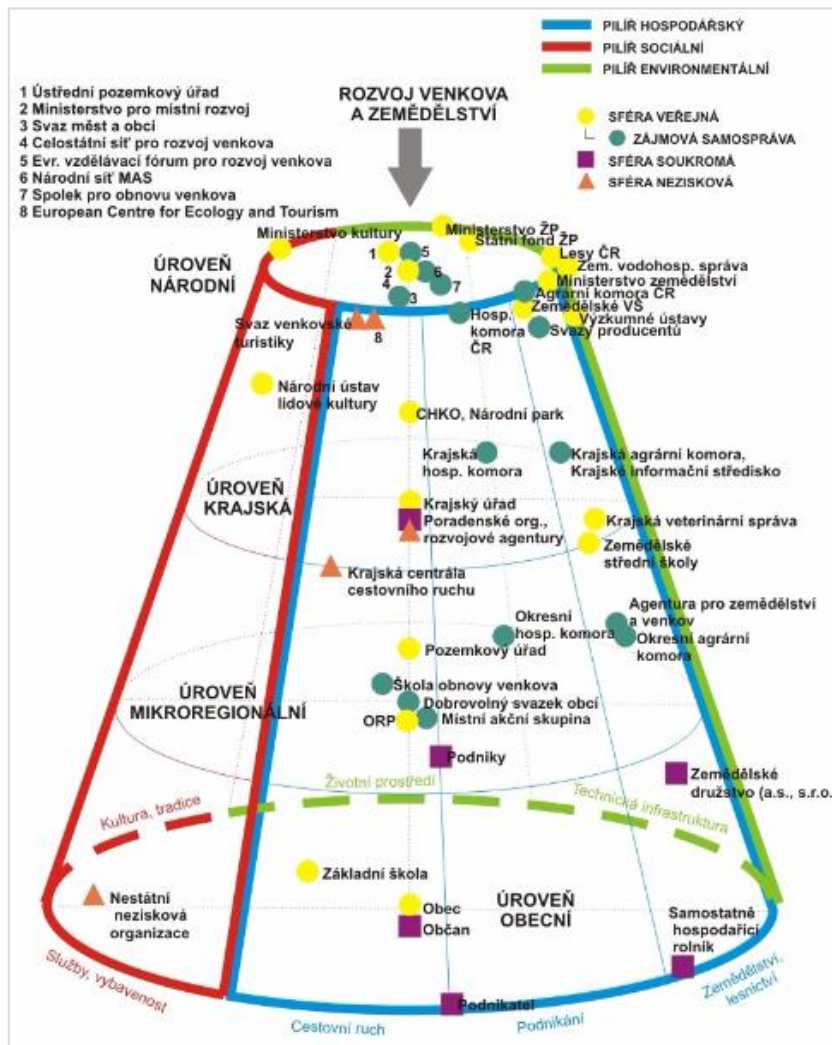
Klíčovým aktérem na lokální úrovni jsou obce, jejichž koordinační role je však ovlivněna jejich roztržitostí (nadměrným počtem převážně malých obcí). Pro dosažení žádoucích cílů je tedy velmi podstatná spolupráce obcí. Typickou formou takovéto spolupráce jsou dobrovolné svazky obcí – označované jako mikroregiony.

Významnou roli v rozvoji venkova hrají také místní akční skupiny (MAS), jejichž cílem je zlepšování kvality života a životního prostředí ve venkovských oblastech. MAS lze definovat jako společenství občanů, neziskových organizací, soukromé podnikatelské sféry a veřejné správy (obcí, svazků obcí a institucí veřejné moci), která spolupracují na rozvoji venkova, zemědělství a při získávání finanční podpory z EU a z národních programů pro svůj region metodou LEADER³. Velká část místních akčních skupin se sdružuje v tzv. Národní síti Místních akčních skupin (NS MAS), která reprezentuje své členy na národní i mezinárodní úrovni, medializuje a podporuje činnost MAS při realizaci programu obnovy a všestranného rozvoje venkova a podobně. Na lokální úrovni pak existuje celá řada dalších aktérů. Jedná se například o zájmová uskupení, podnikatelské subjekty, starosty venkovských obcí či samotné obyvatele. (Svobodová & Věžník, 2014)

Binek a kol. (2011a) zmiňují také tzv. synergický model aktérů rozvoje venkova, znázorněný na obrázku 4. Tento model je rozčleněn jak podle hierarchických úrovní, tak podle formálnosti struktury a dále také podle sektoru, ve kterém aktéři působí (hospodářská/sociální/environmentální oblast). Plocha na horní podstavě komolého kuželu znázorňuje celkový rozvoj venkova a plášť kužele je rozdělen na jednotlivé pilíře rozvoje, které jsou dále děleny na jednotlivé složky. Aktéři jsou umístěni co nejbližší své oblasti působení – pokud se věnují rozvoji obecně, jsou znázorněni co nejbližší ose kužele a jsou-li tematicky vyhraněni, nachází se u příslušné části pláště. Pro synergický rozvoj venkova je pak zásadní spolupráce jednotlivých aktérů, ať už na horizontální, či vertikální úrovni.

³ Mezi základní principy metody LEADER patří přístup zdola nahoru, partnerství veřejných a soukromých subjektů, místní rozvojová strategie, integrované a vícesektorové akce, inovativnost, síťování a spolupráce. (eagri.cz, 2015)

Obrázek 4: Synergický model aktérů rozvoje venkova



Zdroj: Binek a kol, 2011a

Spolupráce různorodých aktérů je v současnosti považována za velmi významný pozitivní faktor v přístupech k územnímu rozvoji. V prvním desetiletí 21. století získal značnou pozornost mezi teoretiky regionálního rozvoje koncept triple helix (trojitá šroubovice), jehož autory jsou H. Etzkowitz a L. Leydesdorff. „Výchozí myšlenkou pro aplikaci tohoto konceptu do sféry regionálního rozvoje je stále sílící přesvědčení, že tvorbě inovací, které jsou „motorem“ regionálního rozvoje, napomáhá vzájemná spolupráce a další typy vazeb mezi relevantními aktéry, nikoliv pouze úsilí izolovaných výzkumných týmů.“ Etzkowitz za základní aktéry trojité šroubovice (mezi kterými může být dosaženo významných synergií) považuje firmy, univerzity a vládu na příslušné řádovostní úrovni (tj. zejména na úrovni národní a regionální). Tito klíčoví aktéři by měli být dobře seznámeni s problémy a potřebami ostatních dvou typů aktérů, což je také nezbytným předpokladem pro efektivní vzájemnou spolupráci.

Koncept spirálovité trojité šroubovice, v rámci které probíhá také řada zpětných vazeb, je inovačním modelem, který se vyznačuje třemi hlavními dimenzemi. První dimenzi představuje vnitřní transformace v rámci jednotlivých šroubovic, přičemž se jedná například o vytváření intenzivních a nových typů vazeb mezi firmami (např. strategické aliance firem zaměřené na společný výzkum a vývoj). Druhá dimenze představuje vzájemné ovlivňování zbývajících typů aktérů/šroubovic (např. změny systémů organizace a financování základního i aplikovaného výzkumu, podpora mobility vědeckých pracovníků ze strany veřejného sektoru apod.). Třetí dimenze pak spočívá ve vytvoření nové sítě vztahů a organizací (i trojstranných), a to s cílem vyvolat vznik nových myšlenek a technologií.

Aby tento koncept mohl plnit svou inovační funkci, je zde potřeba vzájemného respektu mezi typy aktérů, uvědomění si vzájemné závislosti (resp. komplementarity) a dokonce i částečného překrývání rolí. Univerzity tedy pomáhají zakládat firmy prostřednictvím svých inkubátorů či vědeckotechnických parků, firmy věnují významnou pozornost dalšímu vzdělávání svých zaměstnanců v manažerských dovednostech a veřejný sektor se může účastnit podnikání (např. prostřednictvím svého podílu ve fondech rizikového kapitálu), a to vše s cílem podpořit rozvoj znalostní ekonomiky. S tím souvisí také tzv. třetí role univerzit, které by tak (kromě dvou tradičních rolí – výuky a výzkumu) „měly věnovat také systematickou pozornost socioekonomickému rozvoji regionu a posilovat svou roli partnera, který může být zdrojem nových prakticky využitelných poznatků a inovací“. K tomuto by mělo docházet prostřednictvím jejich spolupráce se soukromými firmami při aplikovaném výzkumu na jedné straně a expertizní činnosti pro veřejný sektor na straně druhé. (Blažek, & Uhlíř, 2011)

- **Nástroje rozvoje venkova**

Podobně jako aktéři rozvoje venkova, tak i nástroje rozvoje venkova jsou velmi početné a různé bývá také jejich členění. Svobodová a Věžník (2014) člení nástroje rozvoje venkova následujícím způsobem:

1. Makroekonomické nástroje (užití je omezeno národohospodářskou politikou)
 - fiskální politika (např. daně)
 - monetární politika (např. usnadnění přístupu k úvěrům ve vybraných regionech)

- protekcionismus (např. uvalení dovozních limitů a cel na produkty vyráběné v upadajících regionech)
2. Mikroekonomické nástroje
 - relokace pracovních sil (úhrada nákladů na stěhování)
 - relokace kapitálu (levné půjčky, snížené daně)
 3. Ostatní nástroje (používány jsou spíše výjimečně)
 - administrativní nástroje (správní rozhodnutí)
 - institucionální nástroje (regionální rozvojové agentury)

Binek a kol. (2009) uvádí, že „obecně je účelem nástrojů buďto podpořit realizaci žádoucích činností, anebo zamezit – či alespoň regulovat činnosti nežádoucí“ a tyto nástroje člení následujícím způsobem:

1. Administrativní nástroje (legislativa, závazné procedury, postupy, organizační normy)
2. Koncepční nástroje (strategie, programy, plány, politické deklaráce, územně plánovací dokumenty, pozemkové úpravy)
3. Institucionální nástroje (instituce, spolupráce, regionální management)
4. Věcné nástroje (infrastruktura, poskytnutí prostor, služeb, hmotného plnění, poradenství)
5. Sociálně-psychologické nástroje (vzdělávání, komunikace, motivace)
6. Finanční nástroje (systémy finančních podpor, dotace, granty)

Administrativní nástroje

Základní rámec pro fungování venkova a venkovských obcí lze ztotožnit, podobně jako u většiny rozvojových územních či věcných oblastí, s legislativou. Nejvýznamnějšími právními normami jsou:

- zákon č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky (ve znění zákona č. 110/2007 Sb.),
- zákon č. 128/2000 Sb., o obcích,
- zákon č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje.

Pro oblast rozvoje venkova jsou významné především normy v oblasti zemědělského podnikání a životního prostředí:

- zákon č. 252/1997 Sb., o zemědělství,
- zákon č. 229/1991 Sb. o úpravě vlastnických vztahů k půdě a jinému zemědělskému majetku,

- zákon č. 256/2000 Sb., o Státním zemědělském intervenčním fondu,
- zákon č. 284/1991 Sb., o pozemkových úpravách a pozemkových úřadech.

Koncepční nástroje

Pro efektivní a úspěšné řízení rozvoje – jak celkového rozvoje území, tak i rozvoje dílčích odvětví (tedy i venkovského prostoru), je nezbytné stanovit cíle, kterých má být v určitém časovém horizontu dosaženo. Potřebná je také formulace jednotlivých kroků vedoucích k jejich dosažení. Tyto cíle i dílčí kroky jsou shrnuty v koncepčních dokumentech, které lze rozdělit na tři typy, a to na strategii⁴, program⁵ a plán⁶.

Pro období 2014–2020 jsou pro rozvoj venkova platné následující dokumenty:

- Program rozvoje venkova České republiky na období 2014–2020,
- Strategie regionálního rozvoje České republiky pro léta 2014–2020,
- případně Národní strategický plán LEADER 2014+.

Z hlediska prostoru je důležité územní plánování, jehož úkolem je „zjišťovat a posuzovat stav území, stanovovat koncepci jeho rozvoje, prověřovat a posuzovat potřebu změn v území, stanovit požadavky na využívání a prostorové uspořádání území, zejména na umístění, uspořádání a řešení staveb, stanovit podmínky pro obnovu a rozvoj sídelní struktury a pro kvalitní bydlení, usilovat o zmírnění nebezpečí ekologických a přírodních katastrof, prověřovat hospodárné vynakládání prostředků z veřejných rozpočtů“. Pro celé území obce se zpracovává územní plán, který je závazný pro rozhodování v území.

Mezi koncepční nástroje lze řadit také pozemkové úpravy, které se dále dělí na komplexní pozemkové úpravy (řeší území celého katastru) a jednoduché pozemkové úpravy (řeší jen části katastrálního území, provádějí se, pokud je nutné vyřešit pouze

⁴ Strategie je dlouhodobý koncepční dokument, který určuje základní linie rozvoje daného subjektu, resp. území, pro něž daný subjekt strategii vytváří, a to ve všech základních tematických oblastech a na dlouhé období.

⁵ Program je střednědobý dokument, který vychází ze strategie – navazuje na ni a ve střednědobém horizontu vytyčuje opatření, která bude subjekt realizovat, aby dosáhl strategických cílů.

⁶ Plán je krátkodobý dokument prováděcího charakteru (někdy se používá pojem akční plán). V pravém slova smyslu již nejde o strategický dokument, je však nezbytným návazným dokumentem na strategii a program, neboť konkretizuje vybraná opatření ve formě projektů či aktivit. Obsahuje již harmonogram a stanovuje způsob financování jednotlivých aktivit a projektů spolu s jejich rámcovými rozpočty. (Svobodová & Věžník, 2014)

některé hospodářské či ekologické potřeby – např. urychlené scelení pozemků, lokální protierozní nebo protipovodňové opatření apod.).

Finanční nástroje

S rozvojem venkova jsou v posledních letech neodmyslitelně spojeny finanční nástroje v podobě grantů a dotací (chápány jako nenávratně poskytnuté prostředky z veřejného rozpočtu, za které neexistuje „protiplnění“). Členění dotačních programů existuje několik, přičemž nejužívanější je členění:

- podle poskytovatele: evropské, národní a krajské,
- podle charakteru dotací: investiční a neinvestiční,
- podle nárokovosti: nárokové (lze je získat pouze vyplněním žádosti, je nutné splňovat stanovené podmínky) a nenárokové (je vytvářen projekt, který „soutěží“ s dalšími projekty).

Finance na rozvoj venkova bylo možné v ČR čerpat již před vstupem do EU, a to z programu SAPARD. Po přistoupení do EU byl v ČR tento program nahrazen OP Zemědělství (2004–2006), který měl v prioritě II. ukotven „rozvoj venkova, rybářství a odborné vzdělávání“. Pro období 2007–2013 byl realizován Program rozvoje venkova ČR, který byl financován z nově vytvořeného Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EAFRD) a rozvoj venkova řešil v rámci opatření osy III. Kvalita života ve venkovských oblastech a diverzifikace hospodářství venkova a osy IV. Leader.

Program rozvoje venkova ČR je platný i pro období 2014–2020, avšak rozvoj venkova je oproti minulému období mírně upozaděn (resp. mu byla odebrána část financí). Finance na diverzifikaci aktivit na venkově bylo možné v průběhu všech programových období čerpat i z jiných fondů, a to jak domácích (Podpůrný a garanční rolnický a lesnický fond či jiné národní nebo krajské programy), tak z fondů EU (Regionální operační program v období 2007–2013 nebo Integrovaný regionální operační program v období 2014–2020). (Svobodová & Věžník, 2014)

2.2 Cestovní ruch

2.2.1 Definice cestovního ruchu

Vědeckému bádání cestovního ruchu se systematická pozornost začala věnovat již začátkem minulého století. Významným mezníkem byl rok 1942, kdy švýcarští autoři W. Hunziker a K. Krapf publikovali Všeobecnou nauku cestovního ruchu, ve které cestovní ruch definovali jako „soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti“. Roku 1975 na tuto definici navázal C. Kaspar, který cestovní ruch definoval jako „souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání“. V 80. letech minulého století se tato definice stala oficiální definicí Mezinárodního sdružení vědeckých pracovníků cestovního ruchu (AIEST – Association Internationale d'Experts Scientifique du Tourisme).

Za účelem sjednocení názorů na definování předmětu cestovního ruchu z pohledu statistiky zorganizovala Světová organizace cestovního ruchu (WTO – World Tourism Organisation) roku 1991 v kanadském městě Ottawa mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu. Během této konference byl přijat návrh, že cestovním ruchem se rozumí „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“. Zmiňovanou „stanovenou dobou“ se v mezinárodním cestovním ruchu rozumí jeden rok, v domácím cestovním ruchu se jedná o šest měsíců. (Hesková a kol., 2011)

Výkladový slovník definuje cestovní ruch jako „komplexní, mnoha oblastmi a z mnoha hledisek se prolínající společenský jev bez jakýchkoli pevně stanovitelných hranic, který je synergickým souhrnem všech jevů, vztahů a dopadů v časoprostorovém kontextu, souvisejících s narůstající mobilitou lidí, motivovanou uspokojováním jejich potřeb v oblasti využití volného času, rekreace, cestování a poznání, dále v oblasti sociální, kulturní a v dalších oblastech“. Uveden je zde také pojem turismus, definovaný jako „alternativní termín pro cestovní ruch odvozený z angl. slova tourism“. (Pásková & Zelenka, 2002)

Pojem turismus užívá například Palatková (2011), která ho označuje za „světový fenomén“. Dle autorky je možné význam turismu, ať už mezinárodního či domácího, ve světovém kontextu chápat ve třech různých rovinách. Jedná se o turismus jako fenomén světové ekonomiky, turismus jako fenomén světové spotřeby a turismus jako fenomén vzájemného porozumění mezi národy. Cestovní ruch coby „fenomén naší společnosti“ označují také Škodová-Parmová a Parmová (2003), které cestovní ruch popisují jako otevřený systém, jehož prvky se navzájem ovlivňují.

Goeldner a Ritchie (2009) definují cestovní ruch jako „procesy, činnosti a výstupy vyplývající ze vzájemných vztahů a interakcí mezi turisty, dodavateli, hostitelskými vládami, hostitelskými komunitami a okolním prostředím, které jsou zapojeny do procesu získávání a starání se o návštěvníky“.

V české verzi evropské normy EN 13809:2003, která má status České technické normy – ČSN 76 1201, je cestovní ruch označován jako „činnost lidí, kteří cestují na místo mimo své běžné prostředí anebo zde pobývají za účelem zábavy, pracovní nebo z jiných důvodů“. (Hesková a kol., 2011)

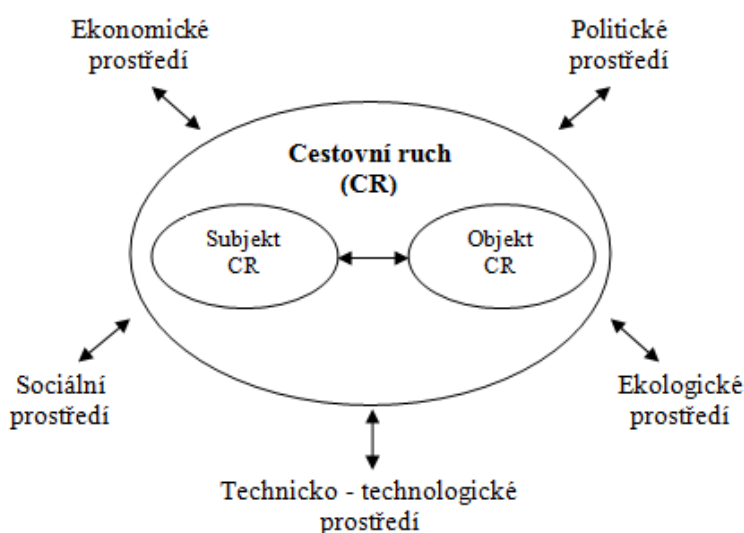
Horner a Swarbrooke (2003) definují cestovní ruch jako „krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností“. Tato definice však podle autorů není plně výstižná, neboť zde není zahrnuta například oblast služebních cest, kde hlavní smysl cestování nespočívá v zábavě, ale v pracovní povinnosti. Problém autoři spatřují také v obtížném určení, jak daleko člověk musí cestovat či kolik dní musí strávit mimo domov, aby mohl být považován za turistu.

V posledních letech bývá pojem cestovní ruch stále častěji užíván ve spojení „udržitelný cestovní ruch (sustainable tourism)“ či „trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu“. Bojanic (2011) uvádí, že koncepce udržitelného cestovního ruchu je jednou z nejrychleji rostoucích oblastí týkajících se cestovního ruchu. Tato koncepce se skládá ze dvou hlavních principů. Prvním z nich je minimalizace negativních dopadů cestovního ruchu na životní prostředí a kulturu regionu. Druhý princip spočívá v zajištění toho, aby místní obyvatelé měli prospěch z jakéhokoli zvýšení příjmů a zaměstnanosti, které je odvozeno z cestovního ruchu. Závodová (2010) pak definuje udržitelný cestovní ruch jako „koncept turismu, který uspokojuje potřeby dnešní generace s ohledem na potřeby budoucích generací“. (Karbulková, 2015)

2.2.2 Cestovní ruch jako systém

Cestovní ruch lze chápat také jako systém, přičemž systémem se rozumí jednota různých prvků, mezi kterými existují určité vztahy nebo mezi kterými je možné tyto vztahy vytvořit. Z tohoto pohledu je možné vnímat cestovní ruch jako otevřený a dynamický systém tvořený dvěma podsystémy, a to subjektem a objektem cestovního ruchu. Mezi těmito podsystémy existují vazby, které rovněž existují mezi systémem a jeho okolím – vnějším prostředím. Toto okolí je tvořeno prostředím ekonomickým, politickým, sociálním, technicko-technologickým a ekologickým. Strukturu systému cestovního ruchu zobrazuje následující obrázek 5.

Obrázek 5: Cestovní ruch jako systém



Zdroj: Hesková a kol., 2011

- **Subjekt cestovního ruchu**

Subjekt cestovního ruchu je představován účastníkem cestovního ruchu, kterým je z ekonomického hlediska každý, „kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase“. Subjekt cestovního ruchu je tedy nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu.

- **Objekt cestovního ruchu**

Za objekt cestovního ruchu lze označit vše, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Objekt cestovního ruchu je tedy nositelem nabídky a je tvořen cílovým místem, podniky a institucemi cestovního ruchu.

- **Okolí systému cestovního ruchu**

Jak již bylo uvedeno, okolí systému cestovního ruchu (tedy vnější prostředí) je tvořeno ekonomickým, politickým, sociálním, technicko-technologickým a ekologickým prostředím. Tato prostředí cestovní ruch více nebo méně ovlivňují, přičemž zde existuje i zpětná vazba, tedy vliv cestovního ruchu na své okolí. Síla této vazby pak většinou závisí na „stupni kooperace všech zainteresovaných na rozvoji cestovního ruchu“. (Hesková a kol., 2011)

2.2.3 Typologie cestovního ruchu

Z hlediska typologie cestovního ruchu lze rozlišovat různé druhy a formy cestovního ruchu. Tyto druhy a formy cestovního ruchu se neustále vyvíjí a obohacují v závislosti na poptávce účastníků cestovního ruchu a v závislosti na technologických možnostech nabídky. Označování jednotlivých druhů a forem cestovního ruchu však bývá v odborné literatuře velmi nejednotné, což dokazují i následující příklady.

- **Druhy cestovního ruchu**

Pásková a Zelenka (2002) ve výkladovém slovníku popisují druh cestovního ruchu jako „typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislostech na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách, jakož i jeho účinky“. Jednotlivé druhy cestovního ruchu zmínění autoři rozlišují dle následujících kritérií:

- délka trvání (krátkodobý CR, dlouhodobý CR)
- rozložení během roku (celoroční CR, sezónní CR)
- teritoriální rozmístění (domácí CR, zahraniční CR, příhraniční CR)
- vliv na životní prostředí (měkký CR, tvrdý CR)
- využívání zdrojů (masově konzumní CR, alternativní CR)
- organizovanost návštěvníků (neorganizovaný CR, organizovaný CR)
- hromadnost (individuální CR, hromadný CR)

Podle podobných kritérií rozlišuje druhy cestovního ruchu také Novacká a kol. (2010) či Macháček a kol. (2012):

- místo realizace (domácí CR, zahraniční příjezdový a výjezdový CR)
- délka trvání (krátkodobý CR, dlouhodobý CR)
- způsob úhrady účasti na cestovním ruchu (komerční CR, sociální CR)
- způsob zabezpečení účasti (organizovaný CR, neorganizovaný/individuální CR)

Jiným způsobem označuje druhy cestovního ruchu Škodová Parmová (2007), Janotka (1999) či Hesková a kol. (2011), podle kterých druhy cestovního ruchu označují motivy, které vedou jednotlivce k účasti na cestovním ruchu. Mezi druhy cestovního ruchu řadí například:

- rekreační CR
- sportovní CR
- dobrodružný CR
- myslivecký a rybářský CR
- náboženský (poutní) CR
- lázeňský CR
- zdravotní CR
- obchodní CR
- kongresový CR
- stimulační (incentivní) CR

• **Formy cestovního ruchu**

To, co Škodová Parmová (2007), Janotka (1999) či Hesková a kol. (2011) označovali za druhy cestovního ruchu, označují Pásková a Zelenka (2002), Novacká a kol. (2010) či Macháček a kol. (2012) za formy cestovního ruchu a naopak:

Forma cestovního ruchu označuje dle výkladového slovníku typ cestovního ruchu, „pro jehož určení je klíčovým kritériem motivace návštěvníka“. Základními motivacemi jsou odpočinek, poznávání prostředí a kontakty s lidmi, od nichž se pak odvozují základní formy cestovního ruchu (Pásková & Zelenka, 2002):

- rekreační CR
- poznávací CR
- socio-profesní CR
- společenský CR

Podobným způsobem rozlišuje formy cestovního ruchu také Novacká a kol. (2010) či Macháček a kol. (2012):

- rekreační CR
- kulturně-poznávací CR
- lázeňsko-léčebný a zdravotní CR
- sportovně-turistický CR
- myslivecký a lovecký CR

- venkovský CR
- incentivní CR
- zážitkový CR
- nákupní CR
- trvale udržitelný CR
- virtuální CR
- vesmírný CR

Jak již bylo zmíněno, to, co Novacká a kol. (2010), Macháček a kol. (2012) či Pásková a Zelenka (2002) označovali za druhy cestovního ruchu, Škodová Parmová (2007) naopak označuje za formy cestovního ruchu a rozděluje je podle následujících hledisek:

- podle sezónnosti cestovního ruchu (celoroční CR, sezónní CR)
- podle délky pobytu (krátkodobý CR, dlouhodobý CR)
- podle způsobu cestování a počtu účastníků (individuální CR, skupinový CR)
- podle místa původu účastníků (domácí CR, zahraniční CR, tranzitní CR)
- z hlediska organizačních podmínek (vázaný CR, volný CR)

Stejným způsobem rozlišuje formy cestovního ruchu také Janotka (1999) či Hesková a kol. (2011), která dále uvádí následující rozdělení forem cestovního ruchu:

- podle ročního období (sezónní CR, mimosezónní CR, celoroční CR),
- podle věku účastníků (CR dětí, mládežnický CR, rodinný CR, seniorský CR),
- podle převažujícího místa pobytu (městský CR, příměstský CR, venkovský CR, agroturistika, horský a vysokohorský CR, přímořský CR)
- podle použitého dopravního prostředku (motorizovaný CR, železniční CR, letecký CR, lodní CR),
- z hlediska dynamiky (pobytové – statický CR, putovní – dynamický CR),
- ze sociologického hlediska (návštěvy příbuzných a známých, sociální CR, komerční CR, etnický CR)

2.3 Zelený cestovní ruch

V současné době dochází ke stále většímu zdůrazňování a prosazování takzvaných šetrných forem cestovního ruchu, které bývají často také označovány jako alternativní formy cestovního ruchu či jako zelený cestovní ruch. Tyto šetrné formy

cestovního ruchu jsou součástí udržitelného cestovního ruchu, který může být definován jako zajišťování potřeb účastníků cestovního ruchu takovým způsobem, který pomáhá rozvoji území s přihlédnutím k šetrnému využívání přírodních a kulturních hodnot, a který vede k dlouhodobé prosperitě dané oblasti, aniž by ohrozil uspokojení potřeb budoucích generací. (Kolektiv autorů, 2010)

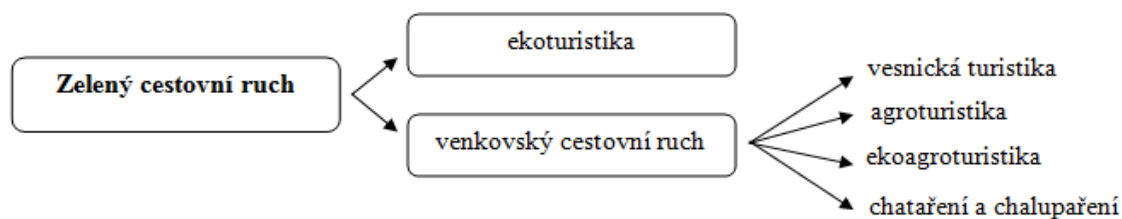
Hrabánková a Hájek (2002) se zmiňují o alternativních formách cestovního ruchu, které se různorodě označují jako zelený turismus, alternativní turismus, měkký turismus, adekvátní turismus či ekoturismus. Všechna označení „znamenají, že má být realizován turismus vytvořený s přírodními, sociálními a společenskými hodnotami“.

Pojem zelený cestovní ruch či ekoturismus zmiňuje také Novacká a kol. (2010), podle kterých se jedná o součást udržitelného cestovního ruchu uspokojujícího potřeby z pohledu ochrany životního prostředí ve vztahu k účastníkům cestovního ruchu na jedné straně a k místnímu prostředí na straně druhé. V katalozích cestovních kanceláří se podle autorů setkáváme s označením zájezdů jako ekoturismus nebo zelený cestovní ruch pokud:

- se zájezdy uskutečňují v chráněných přírodních lokalitách a orientují se na pozorování flóry nebo fauny,
- jsou během zájezdu částečně využívány ekologicky vhodné dopravní prostředky,
- zájezdy nevyžadují žádnou dopravu (např. horská turistika),
- jsou zájezdy organizovány pro malý počet lidí (např. venkovský cestovní ruch).

Dle Škodové Parmové (2007) zelený cestovní ruch na rozdíl od cestovního ruchu ve městech a koncentrovaných přímořských střediscích zdůrazňuje především místní hledisko uskutečňování cestovního ruchu, tedy nejen ve volné krajině, ale i v mírně osídlených oblastech. Zelený cestovní ruch lze dle autorky rozdělit na dvě skupiny, a to na ekoturistiku a venkovský cestovní ruch (viz obrázek 6). Venkovský cestovní ruch má celou řadu podob, z nichž nejtypičtější je dle autorky vesnická turistika, agroturistika, ekoagroturistika a chataření a chalupaření.

Obrázek 6: Rozdělení zeleného cestovního ruchu



Zdroj: Škodová Parmová, 2007

Ekoturistika nejčastěji označuje cestovní ruch zaměřený na poznávání přírody a orientující se na „poznávání přírodních rezervací, národních parků, chráněných krajinných oblastí a dalších přírodních krás tak, aby nebyly cestovním ruchem narušovány“ (Škodová Parmová, 2007). Ekoturistika se tedy vyznačuje vysokou mírou odpovědnosti a ohleduplnosti návštěvníků vůči přírodě a její ochraně, přičemž významné jsou také její výchovné aspekty.

2.4 Venkovský cestovní ruch

2.4.1 Definice venkovského cestovního ruchu

Výkladový slovník pojem venkovský cestovní ruch (označovaný také jako rurální cestovní ruch či venkovská turistika) definuje jako „souborné označení pro druh cestovního ruchu s vícedenním pobytem a s rekreačními aktivitami na venkově (procházky a pěší turistika, projížďky na kole nebo na koni, pozorování a péče o domácí zvířata, konzumace podomácku vyrobených potravin atd.), s ubytováním v soukromí nebo v menších hromadných ubytovacích zařízeních“. (Pásková & Zelenka, 2002)

Dle Škodové Parmové (2007) je venkovský cestovní ruch (či venkovská turistika) cestovní ruch, který se rozvíjí mimo oblast rekreačních či turistických center a mimo oblast městského osídlení. Venkovský cestovní ruch zahrnuje rekreační pobyty ve vesnickém osídlení i mimo něj (např. v chatových lokalitách, samotách a malých městečkách), přičemž bývá vázán převážně na venkovské osídlení spjaté se zemědělstvím a životem na venkově.

Šimková (2013) uvádí, že venkovský cestovní ruch (rural tourism) lze i přes velké množství existujících definic zjednodušeně definovat jako cestovní ruch odehrávající se na venkově. Tuto obecnou definici uvádí také Maleki, Morandi,

and Parsa (2014), kteří však dodávají, že tato zjednodušená definice nevystihuje specifika venkovského cestovního ruchu, kterými jsou především „turistické aktivity organizované místním obyvatelstvem, založené na úzkém propojení se životním prostředím, přírodou a lidmi“.

Dle Stříbrné (2005) souvisí venkovská turistika především s nízkou hustotou obyvatelstva, otevřeným prostorem a s malými sídly obvykle s méně než deseti tisíci obyvateli. Společnost má sklon k tradicionalismu. Využívání půdy souvisí zejména se zemědělstvím, lesnictvím či ochranou přírodních oblastí. Autorka dále uvádí protikladné rysy cestovního ruchu ve městech, v turistických centrech či letoviscích na jedné straně a rysy venkovské turistiky na straně druhé. Tyto rysy zobrazuje následující tabulka 2.

Tabulka 2: Rysy venkovské turistiky a cestovního ruchu ve městech, v turistických centrech či v letoviscích

Venkovská turistika	Cestovní ruch ve městech, v turistických centrech nebo v letoviscích
Hodně otevřeného prostoru	Málo otevřeného prostoru
Sídla s méně než 10 tisíci obyvateli	Sídla s více než 10 tisíci obyvateli
Řídké osídlení	Husté osídlení
Přírodní prostředí	Prostředí tvořené stavbami
Mnoho aktivit v plenéru (v přírodě)	Mnoho aktivit pod jednou střechou
Slabá infrastruktura	Hustá infrastruktura
Silná základna pro individuální činnost	Silná základna zábavních podniků a obchodů
Malé podniky	Velké podniky
Firmy vlastněné místními podnikateli	Firmy celostátních či nadnárodních vlastníků
Do cestovního ruchu je zapojeno mnoho lidí na částečný úvazek	Do cestovního ruchu je zapojeno mnoho lidí na plný úvazek
Určité zapojení zemědělství či lesnictví	Žádné zapojení zemědělství či lesnictví
Turistika podporuje jiné zájmy	Soběstačné turistické zájmy
Pracovníci bydlí často blízko pracoviště	Pracovníci mohou být daleko od pracoviště
Vliv sezónních činitelů je častý	Vliv sezónních činitelů je vzácný
Málo návštěvníků a turistů	Velký počet návštěvníků a turistů
Neprofesionální řízení	Profesionální řízení
Lokální atmosféra	Kosmopolitní atmosféra

Mnoho starších budov	Mnoho moderních budov
Etika konzervatismu a limitování růstu	Etika rozvoje nebo růstu
Specializovaný dopad	Obecný dopad
Zúžený marketing	Rozsáhlý marketing

Zdroj: Stříbrná, 2005

Moravec a kol. (2006) uvádí dovolené, které jsou typicky venkovské a řadí mezi ně například pěší turistiku, cyklistiku nebo výlety na kole, horolezectví, jízdu na kanoi či na vorech, lyžování na běžkách, sjezdové lyžování v málo navštěvovaném místě, studium přírody v plenéru, myslivost, studium venkovských tradic, venkovské přehlídky, výlety do malých měst či vesnic, rybolov, sporty vyžadující přírodní scenérii a podobně.

2.4.2 Formy venkovského cestovního ruchu

Venkovský cestovní ruch má celou řadu podob – forem, z nichž nejtypičtější a nejčastěji uváděné jsou vesnická turistika, agroturistika, ekoagroturistika, cykloturistika či chataření a chalupaření.

- Vesnická turistika

Škodová Parmová (2007) definuje vesnickou turistiku jako formu venkovského cestovního ruchu, která je „bezprostředně spjatá s přírodou a krajinou venkova a konkrétním vesnickým osídlením“. Spadají sem individuální rekreační aktivity využívající venkovského prostředí navštíveného místa (např. louky, lesy, rybníky, řeky, místní folklór apod.). Využívána jsou komerční ubytovací zařízení, rekreační chalupy či ubytování v soukromí, přičemž decentralizace těchto ubytovacích zařízení umožňuje rozmělnit četnost turistů a eliminovat tak negativní dopady, které s sebou přináší soustředění velkého množství lidí v turistických centrech.

- Agroturistika

Výkladový slovník agroturistiku (označovanou také jako agroturismus) definuje jako „turistické nebo rekreační pobyty na venkově na rodinných farmách, jejichž hlavní náplní je poznávání alternativního způsobu života v blízkém kontaktu s přírodou, přímá spoluúčast na zemědělských činnostech a aktivní odpočinek, pěší turistika

a cykloturistika, poznávání původních technik výroby potravin, jízda na koni, chov hospodářských zvířat, krocení zvířat apod.“. (Pásková & Zelenka, 2002)

Lacina (2010) agroturistiku dále rozděluje na volnou a pobytovou agroturistiku. Volná agroturistika (označovaná také jako aktivní či individuální) představuje „několikadenní putování od farmy k farmě“, zatímco pobytová agroturistika se odehrává v několika typech ubytovacích zařízení. Jednat se může o ubytování na tradiční rodinné farmě, ekologicky hospodařící zemědělské usedlosti (certifikované biofarmě), ve venkovském hotelu, penzionu či jakémkoli venkovském ubytovacím zařízení, které splňuje kritéria ochrany životního prostředí.

- Ekoagroturistika

Ekoagroturistika zahrnuje pobyty na ekologicky hospodařících farmách umístěných ve zdravotně nezávadném životním prostředí, kde jsou produkovány bio-produkty. Podstatným znakem ekoagroturistiky je nejen sepětí s farmářskou rodinou, ale také účast na zemědělských pracích a konzumace produktů ekologického zemědělství. (Škodová Parmová, 2007)

Orieška (2010) také zmiňuje charakteristický znak ekologických farem, kterým je nepoužívání umělých hnojiv, chemikálií, hormonálních a konzervačních přípravků či umělých barviv při rostlinné a živočišné výrobě.

- Cykloturistika

Cykloturistika je ve výkladovém slovníku definována jako „aktivní cestování zaměřené na poznávání přírodních a společenských zajímavostí v určité oblasti na kole, nejčastěji pomocí speciálně upraveného cestovního kola (trekking bike – trekkingové kolo) nebo horského kola (mountain bike)“. Velmi oblíbená je také kombinace dopravy vlakem a jízdy na kole (tzv. package). Tato forma cestovního ruchu je podporována budováním nových cyklostezek⁷, cyklotras⁸ a cykloturistických tras⁹. (Pásková & Zelenka, 2002)

⁷ Cyklostezka je „společná stezka pro cykloturistiku a pěší turistiku, účelová komunikace s vyznačeným pruhem na vozovce. Má zpevněný povrch a většinou je oddělena od frekventované silniční dopravy.“ (Pásková & Zelenka, 2002)

⁸ Cyklotrasa je „komunikací pro cykloturistiku využívající stávajících místních a účelových komunikací včetně polních a lesních cest, silnic III. třídy a silnic II. třídy s malou frekvencí provozu“. (Pásková & Zelenka, 2002)

- Chataření a chalupaření

Chataření a chalupaření představuje v České republice významnou součást domácího cestovního ruchu, která je realizovaná mimo veřejné formy cestovního ruchu. Jedná se o „rekreaci v rámci vybudovaných objektů individuální rekreace“ zahrnující pobyty na vlastních chatách a chalupách. Chalupaření má v porovnání s chatařením výrazně nižší dopad na krajinu, a to především z důvodu organičtějšího umístění chalup ve vztahu ke krajině. Chalupaření tak oživuje venkov a přispívá k udržování objektů a jejich okolí (např. zahrady, cesty apod.). (Pásková & Zelenka, 2002)

2.4.3 Historie venkovského cestovního ruchu

Venkovský cestovní ruch není zcela novým jevem. Využití venkovské krajiny k rekreaci lze zaznamenat již od 17. století, kdy se jednalo především o lov divoké zvěře, ryb a ptáků, přičemž tyto aktivity byly vyhrazeny pouze nejbohatším vrstvám. V 19. století vzrostl zájem o rekreaci na venkově především z důvodu rostoucího stresu a znečištěného prostředí vznikajících průmyslových měst a aglomerací. Významným faktorem bylo také rozšíření železnice související se snadnějším, levnějším a bezpečnějším cestováním. Vzdávající zájem o venkov je spojen rovněž s obdobím romantismu v literatuře a výtvarném umění. (Kolektiv autorů, 2010)

Moderní venkovská turistika se začala rozvíjet v sedmdesátých až devadesátých letech 20. století. Od dřívější podoby se odlišovala především větším množstvím turistů a delšími vzdálenostmi, které byly díky rozvoji individuální automobilové dopravy překonávány. Podstatné bylo především to, že cestovní ruch se v tomto období začal rozvíjet ve venkovské krajině všeho druhu. „Vymanil se z velkých specializovaných středisek, dostal se do malých měst a vesnic, a stal se tak skutečně venkovským.“ (Moravec, Novotný, Folbergerová, & Stříbrná, 2006)

V Čechách a na Moravě byly pobyty na venkově (zejména u zemědělských rodin a formou letních pobytů) důležitou součástí předválečného cestovního ruchu Československa. Po 2. světové válce však došlo k přerušení vazeb mezi městem a venkovem, čímž venkovský cestovní ruch na dlouhou dobu zanikl. Rozvíjet se začalo

⁹ Cykloturistická trasa je „komunikace pro cykloturistiku, která vede většinou po horších polních a lesních cestách nebo terénu“. (Pásková & Zelenka, 2002)

chataření a chalupaření, které ovšem nemělo přímou vazbu na typické zemědělské prostředí.

Jak již bylo zmíněno, od 70. let 20. století docházelo v Evropě k dynamickému rozvoji venkovské turistiky, jehož se však zemědělci na našem území nemohli zúčastnit. Důvodem byla kolektivizace z 50. let, kdy byly zakládány státní podniky a družstva, což vedlo k velkovýrobě a k zániku rodinných farem vhodných pro venkovský cestovní ruch (zejména agroturistiku). Z tohoto důvodu u nás nemá venkovský cestovní ruch dlouholetou tradici a není tak rozvinutý jako v jiných evropských zemích.

Po roce 1989 prošel venkov výraznými změnami. Zemědělská výroba byla restrukturalizována a zemědělské podniky transformovány, čímž došlo k výraznému snížení zaměstnanosti v zemědělství a k zachování vesnického osídlení bylo potřeba hledat nové nástroje ekonomického oživení. Pro regiony postižené restrukturalizací a transformací je tedy rozvoj venkovské turistiky velmi důležitý, neboť přináší nejen vznik nových podnikatelských aktivit, ale především přispívá ke vzniku nových pracovních příležitostí, čímž dochází ke stabilizaci venkovského obyvatelstva. (Parmová, Dvořák, & Frková, 2013)

2.4.4 Současný stav venkovského cestovního ruchu

Venkovský cestovní ruch je v současné době „velmi významným odvětvím turistického průmyslu, který pokrývá 10–20 % veškerých turistických aktivit“. Obvykle jsou zde zapojeny malé firmy (často rodinné), jejichž počet se v Evropě odhaduje na více než 2,5 milionu a jejichž význam pro zaměstnanost a celkový rozvoj venkovských oblastí není zanedbatelný. (Kolektiv autorů, 2010)

Jak již bylo zmíněno, venkovský cestovní ruch nemá v České republice dlouholetou tradici a není natolik rozvinutý jako v jiných evropských zemích. Parmová, Dvořák a Frková (2013) uvádí, že lidé nemají s touto formou cestovního ruchu příliš zkušeností a mnoho z nich má navíc na venkově příbuzné nebo tam vlastní chatu či chalupu. V České republice však pro rozvoj venkovského cestovního ruchu existují velmi dobré předpoklady „dané dobrou konstelací přírodních, kulturně historických, společenských a dalších charakteristik“. Velmi příznivě je hodnocena malebná venkovská krajina, lidský potenciál a rozsáhlá komunikační síť vytvářející příznivé podmínky pro dostupnost odlehlých vesnic.

Dle dříve uvedených autorů existují však také problémy, které rozvoji venkovského cestovního ruchu naopak brání. Jeden z hlavních problémů spočívá v často falešném konkurenčním boji mezi podnikatelskými subjekty a místní samosprávou. „Efektivní využívání marketingu v obci předpokládá vhodnou organizačně institucionální strukturu obce, v rámci které zaujímá přední místo regionální sdružení cestovního ruchu.“ Ve většině obcí a regionů však takováto sdružení chybí. Podstatnou chybou je neexistence či jen nepatrná spolupráce podnikatelských subjektů, které si neuvědomují důležitost a výhodnost společného postupu při uspokojování potřeb turistů, a u kterých se často projevuje vzájemná „žárliivost“. Obce zároveň také neprovádí průzkum trhu, neznají tak své návštěvníky a nejsou tedy schopny oslovit cílové segmenty trhu. Dalším problémem může být také nedostatečně naplánovaná strategie rozvoje jednotlivých regionů či obcí.

Stupeň rozvoje venkovského cestovního ruchu se v jednotlivých regionech České republiky liší. V některých regionech převyšuje poptávka nabídku (například na Šumavě), jinde naopak. Zájem Čechů o venkovskou turistiku v posledních letech stále roste. Co se týče agroturistiky, dovolenou na statku v České republice tráví ročně přibližně 30–40 tisíc lidí, z nichž zhruba třetinu tvoří cizinci – převážně Nizozemci, Němci a Poláci. (Parmová, Dvořák, & Frková, 2013)

Vystoupil, Holešinská, Kunc & Šauer (2007) v rámci „Návrhu nové rajonizace cestovního ruchu ČR“ vymezili na základě funkčně-prostorové struktury využití území a klasifikace její vhodnosti pro pobytový cestovní ruch a rekreaci následující tři typy venkovského prostoru, které se navzájem odlišují stupněm rozvinutosti předpokladů pro cestovní ruch:

1. venkovská krajina s velmi příznivými předpoklady pro cestovní ruch
2. venkovská krajina s průměrnými předpoklady pro cestovní ruch
3. venkovská krajina s minimálními předpoklady pro cestovní ruch

Pro Českou republiku jsou charakteristické zejména první dva výše uvedené typy venkovské krajiny. Venkovská krajina s velmi příznivými předpoklady pro cestovní ruch zaujímá 35 % rozlohy ČR a venkovská krajina s průměrnými předpoklady pro cestovní ruch představuje 29,4 % rozlohy ČR. Třetí typ venkovské krajiny – venkovská krajina s minimálními předpoklady pro cestovní ruch – zaujímá pouze 9,7 % rozlohy ČR a je tak svou rozlohou srovnatelná s urbanizovanými prostory

(zaujímají 9,3 % rozlohy ČR). Provedenou rajonizaci cestovního ruchu České republiky zobrazuje příloha 1.

Dle dříve uvedených autorů se rekreačně nejhodnotnější venkovská krajina nachází v podhorských oblastech (např. podhůří Krkonoš, Lužických hor, Orlických hor, Jeseníků či Šumavy), v místech vysoké koncentrace vodních ploch (např. Třeboňská pánev) a krasových jevů (Moravský kras, Český kras). Reliéf zde má charakter vrchoviny, popř. členité pahorkatiny a na rozdíl od ostatních typů venkovské krajiny zde ve struktuře druhů pozemků převažují lesy (42,1 %) a trvalé travní porosty (15,2 %). Naopak vysoký podíl orné půdy je typický pro méně atraktivní venkovskou krajinu.

Vystoupil, Kunc, Šauer & Tonev (2010) na základě výše zmíněného uvádí, že z regionálního pohledu lze vyčlenit tři „typické“ venkovské oblasti s největším potenciálem pro rozvoj šetrných forem cestovního ruchu. Konkrétně se jedná o kraj Jihočeský, Středočeský a Jihomoravský. Tyto kraje v mezinárodním srovnání disponují více než dvoupětinovým podílem z celkového počtu turistických lůžek ve venkovském prostoru, přičemž celkově je ve venkovském prostoru lokalizováno přibližně 50 tisíc lůžek – tj. zhruba 10 % všech lůžkových kapacit ubytovacích zařízení v ČR. Druhá skupina je tvořena krajem Libereckým, Pardubickým, Plzeňským, Zlínským a krajem Vysočina, přičemž se zde nachází přibližně 10 tisíc lůžek¹⁰. Ostatní regiony mají ubytovací zařízení (a tedy i lůžka) lokalizována v jiném typu krajiny (jedná se především o hory a urbanizované prostory).

2.4.5 Budoucí rozvoj venkovského cestovního ruchu

Obliba venkovského cestovního ruchu roste jak v České republice, tak ve světě. „Nejde jen o módní záležitost, ale do určité míry i o vyjádření současného životního stylu projevujícího se vztahem k přírodě a krajině.“ Prosazovat se začíná zdravý životní styl a stále větší oblibě se těší také biopotraviny vyráběné na ekofarmách. Mnoho lidí začíná upřednostňovat spíše klidnější dovolenou orientovanou na odpočinek od každodenního stresu a hluku velkoměst. Rozvoji venkovského cestovního ruchu napomáhá také jeho finanční nenáročnost, kterou ocení především rodiny s dětmi, které

¹⁰ Nejsou zde započtena střediska letní rekreace u vody a lázeňská střediska ve venkovských obcích, resp. malá města ležící ve venkovské krajině.

zároveň tvoří největší procento účastníků venkovského cestovního ruchu. (Parmová, Dvořák, & Frková, 2013)

Venkovský cestovní ruch by se měl rozvíjet také díky svým pozitivním přínosům řešícím problémy venkova, kterými jsou například nezaměstnanost, udržování kulturní funkce krajiny a snížení migrace venkovského obyvatelstva. Z těchto důvodů je venkovský cestovní ruch pro řadu obcí České republiky atraktivní téma, a i proto již některé z nich realizovaly či v současné době připravují aktivity právě v této oblasti.

Cestovní ruch však není vhodný pro každou venkovskou obec či lokalitu. Primárním předpokladem jsou buďto přírodní či kulturní atraktivity (primární potenciál) a také rozvinutá infrastruktura (sekundární potenciál). „Proto je cestovní ruch odvětvím, které vyžaduje kontinuální veřejné i soukromé investice, přičemž ekonomické dopady jsou mnohdy nejisté a nestabilní (např. i díky sezónnosti). Neméně důležitý je i tzv. terciární potenciál vytvářený destinačním managementem a veřejným sektorem.“ (Svobodová & Věžník, 2014)

Janotka (1999) uvádí, že dle zkušeností orgánů OECD existuje několik rozhodujících faktorů, které rozvoj venkovského cestovního ruchu pozitivně ovlivňují:

- zvyšování úrovně vzdělanosti,
- rostoucí zájem o tradice,
- více volného času,
- rozvoj dopravních a komunikačních prostředků,
- dobré zdraví,
- kvalitní oděvy pro pobyt v přírodě a na venkově,
- rostoucí zájem o nové zdravější potraviny a vyšší podíl ovoce a zeleniny ve stravě,
- stárnoucí obyvatelstvo,
- individualizmus v turistice,
- rozvoj propagace, reklamy, velikosti trhu a cestovních zprostředkovatelských služeb.

2.4.6 Produkty venkovského cestovního ruchu v ČR

Pilný (2003) mezi hlavní produkty venkovského cestovního ruchu řadí například:

- Ubytování v malokapacitních objektech, jež jsou v podstatě přímo v přírodě.
- Stravování v rámci ubytovacích služeb přímo na farmě, jež zpravidla přímo souvisí se zvyky v dané oblasti, příprava pokrmů přímo samotnými turisty.
- Doprava tradičními venkovskými prostředky: bryčky, kočáry, saně tažené koňmi, selské vozy. K formám dopravy patří i cykloturistika včetně půjčování kol a pěší turistiky.
- Doprovodné programy ve formě nabídky a příležitostí letních a zimních sportů podle místních přírodních a klimatických podmínek a sezón a podle technického vybavení regionu (úrovně technické infrastruktury).
- Zájmové aktivity pro turisty jako je jezdectví, lov, rybaření, houbaření, sběratelství, speciální zdravotní programy apod.
- Rozšířené je i pořádání pikniků v přírodě, táboření pod širým nebem, pořádání táboráků, grilování apod.
- Ostatní doprovodné programy a nabídky ve vazbě na ráz určité krajiny: horolezectví, jeskyňářství, plavání, běhy v různě členěné krajině apod.
- Návštěvy a poznávání kulturně historických pamětihodností: hrady, zámky, církevní stavby, muzea apod.
- Návštěvy skanzenů s typickými selskými usedlostmi s předváděním tradičních řemesel, domácího zpracování zemědělských produktů apod.
- Akce a slavnosti, které provázejí venkovský přírodní a náboženský rok: poutě, vítání jara, posvícení, masopust, vinobraní apod.
- Sportovní akce.
- Tradiční trhy.
- A další.

Nabídka produktů venkovského cestovního ruchu je přímo závislá na stavu a kvalitě krajiny a okolní přírody. Důležitou roli hraje rovněž infrastruktura cestovního ruchu a občanská vybavenost lokality. Opomenout nelze ani tzv. *genius loci* daného území v podobě udržovaných památek a historických objektů. (Parmová, Dvořák, & Frková, 2013)

V rámci venkovského cestovního ruchu je v České republice nabízeno několik produktů, mezi které patří například:

- „Prázdniny na venkově“

Projekt „Prázdniny na venkově“ je oficiálním turistickým produktem České republiky, který je podporován Českou centrálou cestovního ruchu – agenturou Czech Tourism. Cílem tohoto projektu je podpora vzniku a využití venkovských ubytovacích kapacit (chalup, penzionů, malých kempů apod.). „Prázdniny na venkově“ jsou motivačním a kvalifikačním programem pro podnikatele ve venkovském cestovním ruchu a zároveň produktem venkovského cestovního ruchu zaměřeného zejména na individuální cestovatele. Projekt poskytuje začínajícím podnikatelům know-how, pomáhá vytvářet nové pracovní příležitosti a podporuje v obcích ekonomický rozvoj bez nároků na vysoké investice. Stávajícím ubytovacím zařízením nabízí lepší využití ubytovacích kapacit, a to tím, že zajišťuje efektivní propagaci (především prostřednictvím internetu). (Parmová, Dvořák, & Frková, 2013)

Dle informací uvedených na webových stránkách Svazu venkovské turistiky (www.svazvt.cz), který je nositelem tohoto projektu, jsou „Prázdniny na venkově“ výběrem toho nejlepšího, co lze na českém, moravském i slezském venkově najít a prožít, přičemž tento turistický produkt pomáhá jak návštěvníkům venkova, tak i místním podnikatelům. Informace o projektu, ubytování či nejrůznějších aktivitách na venkově lze nalézt na webových stránkách www.projekt-pnv.cz, www.prazdninynavenkove.cz, nebo také na facebookových stránkách projektu.

Turistické informační webové stránky „Prázdniny na venkově“ (www.prazdninynavenkove.cz) jsou v provozu od roku 2012 a návštěvníci si zde mohou vybrat ze široké nabídky více než 500 lokalit České republiky. Vyhledávat je zde možné podle kategorie „ubytování“, „zážitek“, „zvířata“, „region“ či „certifikace“. Úvodní stránku tohoto turistického portálu provozovaného Svazem venkovské turistiky zobrazuje příloha 2.

Obrázek 7: Logo „Prázdniny na venkově“



Zdroj: www.prazdninynavenkove.cz, 2015

- „Stezky dědictví“

„Stezky dědictví“ (angl. Heritage Trails) je dlouhodobý program Evropského centra pro ekoagroturistiku (ECEAT) propagující a rozvíjející unikátní kulturní a přírodní dědictví včetně regionální gastronomie pro účely cestovního ruchu. Na webových stránkách www.stezky-dedictvi.cz je k dispozici „Průvodce dobrými restauracemi – česká a moravská regionální gastronomie“. Na program jsou navázány také Heritage Trails – the best between Vienna and Prague.

Obrázek 8: Logo „Stezky dědictví – Heritage Trails“



Zdroj: www.stezky-dedictvi.cz, 2010

- „Zelené stezky – Greenways“

„Zelené stezky – Greenways“ je asistenční a grantový program Nadace partnerství, jehož prostřednictvím nadace poskytuje pomoc a podporu organizacím a projektům přispívajícím k udržitelnému rozvoji podél stezek a přírodních koridorů. Cílem programu je rovněž vytvoření sítě organizací a projektů, které si mohou navzájem vyměňovat zkušenosti a spolupracovat jak mezi sebou, tak s partnerskými organizacemi doma i v zahraničí. (Parmová, Dvořák, & Frková, 2013)

Greenways lze dle oficiálních stránek www.greenways.cz definovat jako trasy, komunikace nebo přírodní koridory využívané v souladu se svou ekologickou funkcí a potenciálem pro sport, turistiku a rekreaci. Přináší užitek v oblasti ochrany přírody a kulturního dědictví, zlepšují možnosti pro dopravu, rekreaci a turistiku, jsou výzvou k zdravějšímu životnímu stylu a udržitelnému využívání místních zdrojů. Jak již bylo zmíněno, Greenways rovněž vedou občany, zastupitele, úřady a podnikatele ke společnému plánování a zlepšování života v jejich obci a komunitě.

V České republice se nachází například následující Greenways:

- Moravské vinařské stezky:

Moravské vinařské stezky tvoří síť jedenácti tras o celkové délce 1 200 kilometrů. Jedná se o dlouhodobý projekt ochrany kulturního dědictví a rozvoje vinařské turistiky

na jižní Moravě. Od roku 1999 je postupně realizován ve spolupráci s 280 vinařskými obcemi a mnoha dalšími partnery.

- Greenway Praha-Vídeň:

Greenway Praha-Vídeň představuje koridor stezek pro pěší, cyklisty, jezdce na koních či vodáky, nacházející se mezi dvěma evropskými metropolemi – Prahou a Vídní. Na páteřní trasu navazují tematické okruhy – Greenway Rožmberského dědictví, Greenway Lichtenštejnského dědictví či Greenway řemesel a vyznání.

- Greenway Krakov-Morava-Vídeň:

Cílem tohoto projektu mezinárodních stezek procházejících oblastí Polska, Slezska, Moravy a Rakouska je cyklistické spojení přírodně, historicky a kulturně nejzajímavějších míst na trase a podpora sázení místních odrůd ovocných stromů podél stezky. V Brně tato trasa navazuje na stezku Brno-Vídeň. (Parmová, Dvořák, & Frková, 2013)

Obrázek 9: Logo „Moravské vinařské stezky“, „Greenway Praha-Vídeň“ a „Greenway Krakov-Morava-Vídeň“



Zdroj: www.greenways.cz, © 1998–2016

Mezi další Greenways nacházející se na území České republiky patří: Cyklostezka Brno-Vídeň, Greenway Berounka-Střela, Greenway Jizera, Labská stezka, Lichtenštejnské stezky, Stezka železné opony a Vltavská stezka. Trasy zmiňovaných Greenways zobrazuje příloha 3.

2.4.7 Zákazníci a cílové skupiny venkovského cestovního ruchu

Lidé zajímající se o venkovský cestovní ruch jsou velmi různorodí – liší se věkem, rodinným stavem či ekonomickou situací. Významnou skupinu zákazníků tvoří v poslední době senioři, jejichž počet v evropské populaci neustále stoupá.

Podle portugalské klasifikace zájemců o venkovskou turistiku existují následující čtyři skupiny zákazníků:

1. „Chci všechno“

Tito zákazníci se zajímají o různé druhy volnočasových aktivit, přičemž klidné a čisté prostředí venkova oceňují méně než jiné skupiny. Cestují obvykle ve skupinách skládajících se zejména z mladších lidí a jejich výdaje jsou na průměrné úrovni. Typičtí jsou Portugalci a Nizozemci.

2. „Nezávislí cestovatelé“

Tito zákazníci hledají možnost nezávislého cestování v klidné a čisté krajině. Často cestují pěšky a rádi objevují zajímavosti, které nejsou všeobecně známé. Bývají to například páry středního věku z Portugalska, Německa či Británie mající dobrý přehled o kvalitě a cenách.

3. „Venkovští romantici“

Tato skupina zákazníků upřednostňuje před nabízenými aktivitami spíše kulturu, tradice a krajinu. Zajímají se o ochranu přírody a při výběru lokality a typu dovolené vyhledávají pomoc cestovních kanceláří. Podle provedeného průzkumu pochází tito zákazníci především z Británie a tvoří největší podíl ze všech čtyř skupin.

4. „Příznivci outdoorových aktivit“

Tito zákazníci dávají přednost outdoorovým aktivitám jako je jízda na koni či cyklistika a méně se zajímají o kulturu a tradice. Jedná se o návštěvníky kolem třiceti let, kteří cestují ve skupinách a nejméně utrácejí.

Dalším členěním může být rozdělení účastníků venkovského cestovního ruchu na jednotlivé segmenty trhu představující určitou cílovou skupinu zákazníků. Každá z těchto skupin má určité požadavky a zvyklosti, které je třeba uspokojovat a respektovat. Mezi tyto segmenty patří například:

- Rodiny s dětmi

Tito návštěvníci si často pronajímají apartmán s vlastní kuchyňkou, převážnou většinu času tráví na jednom místě a příliš mnoho neutrácí. Většinou požadují kontakt se zvířaty, širokou nabídku her a dostatek bezpečného prostoru pro děti.

- Děti s pedagogickým doprovodem
Jedná se o skupiny dětí jezdící na venkov za účelem zotavení či například na školu / školku v přírodě. Takovéto pobyty dětí podléhají většinou přísným hygienickým a stravovacím předpisům. Program pobytu bývá předem připravený a zahrnuje například návštěvy hradů, zámků, přírodních atraktivit, místních atrakcí, jízdy na koni a podobně.
- Milovníci přírody
Tito zákazníci často očekávají pestrou programovou nabídku. Může se jednat například o pěší túry s návštěvou místních atraktivit, pozorování zvěře či sběr plodů.
- Sportovně založení lidé
Tento segment často přijíždí s různými požadavky ohledně trénování, běhu, jízdy na koních či dalších sportovních aktivit jako je pěší turistika, cyklistika, horolezectví, rybaření a podobně.
- Starší lidé a důchodci
Tito návštěvníci často vyhledávají pokoje vybavené sociálním zařízením, vytápěné prostory, odpočinkové prostory vhodné ke čtení či sledování televize a podobně. Požadováno je především klidné prostředí s možností konání výletů. Velmi oceňován bývá také osobní přístup a péče (například doprava na rekreaci a zpět, nabídka odpolední kávy apod.).
- Tělesně postižení
Tito návštěvníci potřebují speciální úpravy obytných prostor objektu (popř. bezbariérové přístupy). Oblíbené jsou společenské hry či jízda na koních, neboť hipoterapie¹¹ bývá pro tyto návštěvníky vhodnou léčebnou metodou.
- Absolventi kurzů
Tento segment vyžaduje vhodné prostředí k výuce a širokou nabídku večerních programů.
- Kluby a spolky
Tento segment požaduje pestrou nabídku aktivit, a to od vesnických zábav, folklorních slavností, divadelních představení až po procházky zajímavou

¹¹ Hipoterapie je rehabilitační metoda, ve které jsou využívány podněty z koňského hřbetu, jež se přenáší na jezdce a příznivě ovlivňují jeho zdravotní stav. (Koník, 2003)

krajinou. Atraktivní často bývají prostory pro ruční práce či nabídka cyklistických výletů a jízda na koni.

Výběr cílové skupiny a přizpůsobení nabídky jejím požadavkům je velmi podstatné, neboť zde vzniká vztah podnikatel – zákazník. Bezprostřední kontakt podnikatele se zákazníkem je běžnou záležitostí, která však zároveň představuje důležitou součást nabídky produktu venkovského cestovního ruchu. Podnikatelé by měli mít velmi dobrý přehled o představách a požadavcích různých skupin zákazníků. Tyto požadavky a představy by měly být podnikateli co nejlépe uspokojovány, neboť jen tímto způsobem lze udržovat a rozšiřovat řady jednotlivých skupin návštěvníků. (Kolektiv autorů, 2010)

2.4.8 Organizace v oblasti venkovského cestovního ruchu

Hlavními organizacemi zabývajícími se oblastí venkovského cestovního ruchu je v České republice především Svaz venkovské turistiky a Evropské centrum pro ekoagroturistiku (ECEAT).

- Svaz venkovské turistiky

Svaz venkovské turistiky byl založen v roce 1997 jako Svaz podnikatelů ve venkovské turistice a agroturistice, později byl jeho název změněn na Svaz venkovské turistiky. Je členem mezinárodní organizace svazů venkovské turistiky Eurogites a úzce spolupracuje také s Evropským centrem pro ekoagroturistiku (ECEAT). Hlavním posláním Svazu venkovské turistiky je prosazování a hájení zájmů svých členů – venkovských podnikatelů. Mezi hlavní aktivity této organizace patří například zavádění do praxe a kontrola kvalitativních standardů ubytovacích kapacit na venkově, pomoc při rozvoji odborných schopností poskytovatelů služeb ve venkovském cestovním ruchu či pomoc při propagaci ubytovacích zařízení svých členů. (Kolektiv autorů, 2007)

Svaz venkovské turistiky má v současné době 48 členů. Je provozovatelem již zmiňovaného největšího portálu zaměřeného na venkovskou turistiku v České republice – www.prazdninynavenkove.cz a pravidelně pořádá Jarní a Podzimní festival Prázdniny na venkově. Svaz venkovské turistiky dále zajišťuje z pověření Ministerstva pro místní rozvoj provádění certifikace Ubytování v soukromí (jedná se o pronájem obytných místností, apartmánů, neobydlených rekreačních objektů – chata, chalupa, rodinné

domy, kdy je poskytován pouze omezený počet samostatných ubytovacích jednotek ke krátkodobému pronájmu turistům).

Mezi partnery Svazu venkovské turistiky patří například Česká centrála cestovního ruchu – agentura Czech Tourism, Hospodářská komora České republiky, Společnost mladých agrárníků, Slovenský zväz vidieckej turistiky a agroturistiky, Sdružení lidových řemeslníků a výrobců, Klub českých turistů a další. (Svaz venkovské turistiky, 2012)

Obrázek 10: Logo „Svaz venkovské turistiky“



Zdroj: Svaz venkovské turistiky, 2012

- Evropské centrum pro ekoagroturistiku – ECEAT

Evropské centrum pro ekoagroturistiku – ECEAT (angl. European Centre for Ecological and Agricultural Tourism) bylo jako samostatný subjekt založeno v roce 1994 v podobě Nadace ECEAT, přičemž se změnou zákona nadace ukončila činnost a bylo založeno stejnojmenné občanské sdružení, které je do současné doby aktivní.

Od počátku 90. let bylo ECEAT jedinou organizací v České republice zabývající se mimo jiné rozvojem agroturistiky či ekoagroturistiky. V roce 1997 byl založen dnešní Svaz venkovské turistiky, jemuž řadu let ECEAT zajišťovalo sekretariát. Od počátku 21. století se ECEAT začalo plně věnovat svému původnímu zaměření, a to rozvoji udržitelného cestovního ruchu a příbuzným oborům. Venkovským cestovním ruchem se tedy v dnešní době zabývá především Svaz venkovské turistiky, jemuž ECEAT předalo svůj již zmiňovaný produkt „Prázdniny na venkově“. (eecat.cz, 2008)

Obrázek 11: Logo „ECEAT“



Zdroj: eecat.cz, 2008

Mezi další organizace, jejichž činnost zasahuje do oblasti venkovského cestovního ruchu, lze zařadit například Českou centrálu cestovního ruchu – Czech Tourism, Ministerstvo zemědělství ČR, Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Ministerstvo životního prostředí ČR, PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců ČR, Asociaci vzdělávacích zařízení pro rozvoj venkovského prostoru a další. (Kolektiv autorů, 2007)

2.4.9 Podpora venkovského cestovního ruchu v programovém období 2014–2020

Evropská unie realizuje regionální politiku (nazývanou též kohezní politika či politika hospodářské a sociální soudržnosti – HSS) v rámci sedmiletých cyklů, pro které členské země zpracovávají vždy nové programové dokumenty. V těch je stanoven rozpočet a také cíle a priority, kterých se členské státy v daném období snaží dosahovat a naplňovat v souladu se základními strategickými dokumenty EU. Hlavním nástrojem realizace regionální politiky jsou Evropské strukturální a investiční fondy (ESIF), které tvoří:

- Evropský fond pro regionální rozvoj (EFRR/ERDF)
- Evropský sociální fond (ESF)
- Fond soudržnosti (FS)
- Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova (EAFRD)
- Evropský námořní a rybářský fond (EMFF)

(Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2012)

Z Akčního plánu (na období 2015–2016) ke Koncepci státní politiky cestovního ruchu 2014–2020¹² vyplývá, že v programovém období 2014–2020 nebude cestovní ruch z operačních programů podporován takovou měrou jako v předchozím programovém období 2007–2013. Omezení podporovaných aktivit v oblasti cestovního ruchu a následný případný pokles alokace na podporu rozvoje cestovního ruchu z prostředků Evropské unie se tak může negativně projevit v dopadu na rozvoj regionů jako destinací cestovního ruchu. I přesto, že cestovní ruch není v programovém období 2014–2020 podporovanou aktivitou, nové operační programy financované

¹² Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014–2020 představuje základní strategický střednědobý dokument v oblasti cestovního ruchu pro období 2014–2020. Jejím hlavním cílem je zvyšovat konkurenceschopnost celého odvětví cestovního ruchu na národní i regionální úrovni, udržovat jeho ekonomickou výkonnost i jeho pozitivní dopady na socio-kulturní a environmentální rozvoj České republiky. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2013)

z Evropských strukturálních a investičních fondů obsahují aktivity, které budou mít synergický dopad na rozvoj cestovního ruchu. Jedná se například o následující operační programy:

Integrovaný regionální operační program (IROP, řízený MMR)

- Prioritní osa 1: Konkurenceschopné, dostupné a bezpečné regiony
 - Investiční priorita 7c prioritní osy 1: Rozvoj a zlepšování dopravních systémů šetrných k životnímu prostředí, včetně systémů s nízkou hlučností a nízkouhlíkových dopravních systémů, včetně vnitrozemské a námořní lodní dopravy, přístavů, multimodálních spojů a letištní infrastruktury s cílem podporovat udržitelnou regionální a místní mobilitu
 - Specifický cíl 1.2: Zvýšení podílu udržitelných forem dopravy
 - Podpora cyklo dopravy (výstavba a modernizace cyklostezek/cyklotras, budování doprovodné infrastruktury apod.)
- Prioritní osa 3: Dobrá správa území a zefektivnění veřejných institucí
 - Investiční priorita 6c prioritní osy 3: Zachování, ochrana, propagace a rozvoj přírodního a kulturního dědictví
 - Specifický cíl 3.1: Zefektivnění prezentace, posílení ochrany a rozvoje kulturního dědictví
 - Revitalizace souboru vybraných památek (památek zapsaných na Seznam světového dědictví UNESCO, národních kulturních památek apod.)

Program rozvoje venkova (PRV, řízený MZe)

- Rozvoj zemědělských podniků a podnikatelské činnosti
 - Priorita 6: Podpora sociálního začleňování, snižování chudoby a podpora hospodářského rozvoje ve venkovských oblastech, prioritní oblast 6A: Usnadnění diverzifikace, vytváření malých podniků a pracovních míst.
 - 6.4: Podpora investic na založení nebo rozvoj nezemědělských činností
 - 6.4.2: Podpora agroturistiky

Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OP PIK, řízený MPO)

- Prioritní osa 2: Rozvoj podnikání a konkurenceschopnosti malých a středních podniků (MSP)

- Investiční priorita 1 prioritní osy 2: Podpora podnikání, zejména usnadněním hospodářského využívání nových myšlenek a podporou zakládání nových firem, mimo jiné prostřednictvím podnikatelských inkubátorů
 - Specifický cíl 2.1: Zvýšit konkurenceschopnost začínajících a rozvojových MSP
 - Indikativní výčet podporovaných aktivit (např. realizace podnikatelských záměrů začínajících a rozvojových podniků prostřednictvím vhodných finančních nástrojů a dotací v případě začínajících mikropodniků, poskytování poradenských služeb a služeb pro začínající podniky v nemetropolitních, zejména periferních regionech)

Operační programy přeshraniční spolupráce

- ČR – Polsko
 - PO: 2. Rozvoj potenciálu přírodních a kulturních zdrojů pro podporu zaměstnanosti
- Bavorsko – ČR
 - PO: 2. Udržitelné využití přírodních a kulturních zdrojů
- Rakousko – ČR
 - PO: 2. Životní prostředí a zdroje
- Slovensko – ČR
 - PO: 2. Kvalitní životní prostředí
- Sasko – ČR
 - PO: 2. Zachování a ochrana životního prostředí a podpora účinného využívání zdrojů

Zmínit lze dále také Operační program Zaměstnanost (Rozvoj dalšího vzdělávání, zvyšování znalostí, dovedností a kompetencí pracovníků a konkurenceschopnosti podniků, podpora zaměstnanosti mládeže), Operační program Rybářství (Podnikatelé v akvakultuře – činnosti související s cestovním ruchem s nabídkou rybaření) či Operační program Životní prostředí (Budování a údržba návštěvnické infrastruktury, usměrňování toku návštěvnosti, informovanost veřejnosti o potřebě ochrany ŽP).

Kromě ESIF lze finanční prostředky na podporu cestovního ruchu čerpat také prostřednictvím přímých iniciativ EU. Jedná se například o následující programy:

- program CE 2020 (Central Europe 2020)
 - Zajištění rovnováhy mezi ochranou, využitím kulturního dědictví a udržitelným rozvojem regionů.
 - Zvýšení kapacit pro ochranu a udržitelné využívání přírodního i kulturního dědictví a zdrojů.
- COSME (Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises)
 - Zvýšení návštěvnosti v období nízké a střední sezóny.
 - Diverzifikace Evropské nabídky turistických produktů.
 - Zvyšování kvality služeb Evropského cestovního ruchu, udržitelnost.
- EU Programme for Employment and Social Innovation – EaSI
 - Vývoj cílených programů mobility, které jsou potenciálně vhodné pro vyplnění volných pracovních míst v odvětví, jako je cestovní ruch, který je charakteristicky sezónní práce.
- EDEN – European Destinations of Excellence
 - Propagace udržitelných destinací cestovního ruchu.

(Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2015a)

Nejvýznamnějším nástrojem podpory cestovního ruchu financovaného ze státního rozpočtu je Národní program podpory cestovního ruchu (NPPCR), který je vyhlášen pro každý rok, a to od roku 2010. Jedná se o systémovou dotaci ze státního rozpočtu poskytovanou podnikatelským subjektům a od roku 2015 i obcím (vyjma statutárních měst) na vymezené aktivity podporující sociální cestovní ruch, přičemž dotace ze státního rozpočtu může dosáhnout maximální výše 50% celkových uznatelných výdajů akce.

Mezi hlavní cíle současného podprogramu „Cestování dostupné všem“ patří dosažení růstu podílu CR na prosperitě regionů, vytvoření ekonomických podmínek k iniciaci a podpoře aktivit pro rozvoj domácího CR, zachování zaměstnanosti, podpora tvorby nových produktů cestovního ruchu, aktivní začlenění cílových skupin, pro které je účast na cestovním ruchu obtížná, do aktivit cestovního ruchu, snížení sezónnosti, vytvoření podmínek pro zlepšení infrastruktury cestovního ruchu, zpřístupnění atraktivit. Mezi podporované aktivity patří rekonstrukce/vybudování odpočívadel, center služeb pro turisty a hygienického zázemí pro pěší, cyklisty a handicapované turisty podél tras, zpřístupnění atraktivit cestovního ruchu, zavedení/zlepšení/vytvoření

navigačních a informačních systémů pro sluchově a zrakově postižené účastníky cestovního ruchu a pořízení zařízení pro bezpečné parkování kol a úschovu zavazadel, to vše včetně propagace zrealizovaných výstupů akcí. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2015b)

2.4.10 Dopady venkovského cestovního ruchu

Parmová, Dvořák a Frková (2013) rozdělují dopady venkovského cestovního ruchu na dopady pozitivní (přínosy) a dopady negativní:

- **Pozitivní dopady (přínosy) venkovského cestovního ruchu**

Z hlediska přínosů venkovského cestovního ruchu lze rozlišovat přínosy ekonomické, společenské či kulturní. Dle autorů jsou k dispozici prozatím především zkušenosti ze zahraniční, popsané například ve studii OECD z roku 1994 „Tourism Strategies and Rural Development“, která hodnotí zhruba čtyřicetileté období rozvoje venkovského cestovního ruchu v zemích OECD (venkov zde představuje cca 75 % území členských zemí). Dle této studie mezi hlavní přínosy venkovského cestovního ruchu patří například:

- udržení pracovních míst,
- vytváření nových pracovních míst,
- rozmanitost pracovních příležitostí,
- zachování služeb,
- podpora zemědělských hospodářství (rodinných farem),
- podpora lesního hospodářství,
- ochrana a tvorba krajiny,
- rozvoj menších obcí,
- zajištění kulturního vyžití,
- ochrana přírody,
- záchrana historických staveb a území,
- zlepšování životního prostředí,
- rozvoj rybářských obcí,
- přirozené uplatnění žen,
- průnik nových myšlenek a iniciativ do venkovské společnosti,
- a další.

- **Negativní dopady venkovského cestovního ruchu**

Mezi negativní dopady patří například:

- znečištění vody plynoucí ze špatně řízeného hospodaření s kanalizačními vodami a s pevnými odpady z ubytovacích zařízení a jejich vybavenosti,
- znečištění vzduchu plynoucí z nadměrného využívání automobilů turisty,
- zvýšená úroveň hlukového pozadí plynoucí z hlučných turistických aktivit a z automobilů turistů,
- automobilová doprava a chodci vytvářející dopravní zácpy u vyhledávaných zajímavostí a v místech soustředěného cestovního ruchu,
- ničení a krádeže kulturněhistorických památek a předmětů z veřejného prostranství (jako jsou náměstí, hrady, zámky, kostely apod.),
- zvýšení možnosti negativních sociálních vlivů (alkoholismus, užívání drog apod.) a zvýšení možnosti kriminální činnosti (krádeže, přepadení apod.) zapříčiněné velkým přílivem turistů do venkovského prostoru a trvalým osídlením vesnic chataři, chalupáři, táborníky apod.,
- negativní přejímání tradic a zvyků národů a národností a potlačování některých prvků národní svébytnosti,
- a další. (Janotka, 1999)

3 CÍLE, HYPOTÉZY A METODIKA PRÁCE

3.1 Cíle práce

Hlavním cílem diplomové práce na téma Venkovský cestovní ruch v regionu jižní Čechy je zhodnocení nabídky venkovského cestovního ruchu v řešeném území a následné vytvoření návrhu možností a doporučení pro další rozvoj venkovského cestovního ruchu v dané oblasti.

Mezi dílčí cíle práce patří provedení geografického vymezení a bližší charakteristika řešeného regionu, provedení analýzy vybraných programových dokumentů týkajících se cestovního ruchu, zpracování SWOT analýzy se zaměřením na cestovní ruch v regionu jižní Čechy a její ohodnocení.

3.2 Hypotézy

Hypotéza č. 1: Návštěvníci IC se v rámci venkovských aktivit nejvíce zajímají o cykloturistiku a pěší turistiku.

Hypotéza č. 2: Poskytování služeb venkovského cestovního ruchu je hlavní činností a tedy hlavním zdrojem příjmů pro méně než polovinu respondentů.

Hypotéza č. 3: Dle nadpoloviční většiny respondentů jsou nejčastěji přijíždějícími hosty rodiny s dětmi.

Hypotéza č. 4: Vlastní webové stránky provozují alespoň $\frac{3}{4}$ respondentů.

Hypotéza č. 5: Veřejné zdroje využila k financování při zakládání nebo rozšíření činnosti méně než třetina respondentů.

3.3 Metodika práce

Prvním krokem pro vypracování této diplomové práce bylo prostudování odborné literatury vztahující se k danému tématu venkovského cestovního ruchu (CR). Neméně důležité bylo také seznámení se s webovými stránkami souvisejících organizací a projektů (především Svazu venkovské turistiky a turistického portálu

„Prázdniny na venkově“) a studium příslušných informací. Na základě prostudování výše zmíněných dat byla sepsána literární rešerše vztahující se k dotčené problematice.

Druhý krok spočíval v prostudování odborné literatury, propagačních materiálů a dat dostupných na webových stránkách vztahujících se k řešenému území – regionu jižní Čechy. Na základě těchto informací bylo provedeno geografické vymezení a bližší charakteristika daného regionu. Hlavní pozornost byla zaměřena na oblast cestovního ruchu, a to především na analýzu podmínek pro rozvoj venkovského cestovního ruchu v daném území. Prostudovány byly rovněž vybrané programové dokumenty zabývající se problematikou cestovního ruchu v této oblasti.

Na základě nastudování výše zmíněných informací byla v dalším kroku zpracována SWOT analýza, v rámci které byly zanalyzovány silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení zaměřující se na oblast cestovního ruchu v regionu jižní Čechy. Tato SWOT analýza byla následně také ohodnocena.

Čtvrtý krok spočíval ve vytvoření dvou typů dotazníků a v následné realizaci dotazníkového šetření. První typ dotazníků byl sestaven pro zástupce turistických a informačních center působících v daném regionu. Druhý typ dotazníků pak byl určen provozovatelům objektů venkovského cestovního ruchu v regionu jižní Čechy, přičemž jeho konečná podoba byla konzultována s ředitelem Jihočeské centrály cestovního ruchu – panem Ing. Jaromírem Poláškem.

Dotazování zástupců turistických a informačních center působících v regionu jižní Čechy bylo prováděno v první polovině března 2016, a to buďto prostřednictvím online dotazníku (vytvořeného pomocí aplikace Google Disk) nebo telefonickým či osobním dotazováním. Hlavním cílem tohoto dotazování bylo získání informací ohledně využívání služeb turistických a informačních center v oblasti venkovského cestovního ruchu, a to jak ze strany návštěvníků, tak ze strany podnikatelů působících v této oblasti. Osloveno bylo celkem 42 zástupců IC, kteří byli vybráni na základě seznamu IC zveřejněného na webových stránkách Jihočeské centrály cestovního ruchu (www.jccr.cz).

Dotazování provozovatelé objektů venkovského CR byli vybráni především na základě seznamu dostupného na turistickém portálu „Prázdniny na venkově“ (www.prazdninynavenkove.cz), kde lze dané subjekty hledat mimo jiné také podle regionu působnosti. Využity byly i další portály zabývající se nabídkou služeb

venkovského cestovního ruchu, a to www.agroturistika-venkovska-turistika.cz, www.jihoceskehipostezky.cz a www.nafarmu.cz. Z nabídky těchto portálů pak bylo vybráno 60 provozovatelů objektů, kteří byli v rámci dotazníkového šetření osloveni. Toto dotazníkové šetření probíhalo v druhé polovině března 2016, a to nejprve internetovým (online) dotazováním (prostřednictvím dotazníku vytvořeného v aplikaci Google Disk) a následně telefonickým dotazováním.

Posledním krokem při zpracování této práce bylo provedení analýzy získaných odpovědí z dotazníkového šetření, po kterém následovalo závěrečné zhodnocení všech získaných poznatků (včetně zhodnocení formulovaných pracovních hypotéz) a vytvoření návrhu možností a doporučení pro další rozvoj venkovského CR v dané oblasti.

4 JIŽNÍ ČECHY

4.1 Charakteristika regionu jižní Čechy

4.1.1 Vymezení oblasti

Regionem jižní Čechy, popisovaném v následující části práce, bude rozuměno území Jihočeského kraje, a to po vzoru oficiálního turistického portálu Jihočeského kraje – „Navštivte jižní Čechy“ (www.jiznicechy.cz). Jihočeský kraj hraničí s krajem Plzeňským (na západě), Středočeským (na severu) a Vysočinou (na východě). Podstatnou část hranice tvoří na jihu státní hranice s Rakouskem a Německem. Vymezené území zobrazuje obrázek 12 a 13.

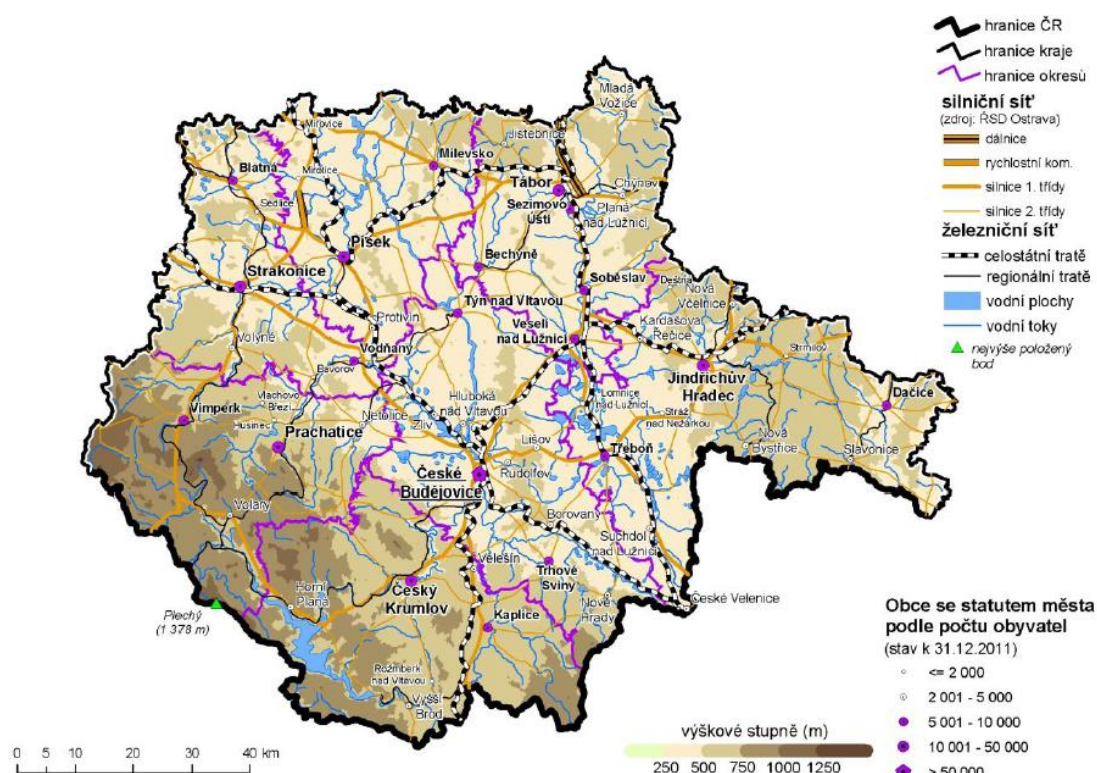
Jihočeský kraj je tvořen územím okresů Č. Budějovice, Č. Krumlov, J. Hradec, Písek, Prachovice, Strakonice a Tábor. K 1. 1. 2003 bylo v kraji zřízeno 17 správních obvodů obcí s rozšířenou působností a 37 správních obvodů obcí s pověřeným úřadem. V současnosti je v Jihočeském kraji 623 obcí, z nichž 53 má statut města.

Obrázek 12: Vymezení regionu jižní Čechy



Zdroj: RISY.cz, © 2012–2014

Obrázek 13: Geografická mapa Jihočeského kraje



Zdroj: Jihočeský kraj, 2013

4.1.2 Území a rozloha

Jihočeský kraj představuje geograficky poměrně uzavřený celek, jehož jádro tvoří jihočeská kotlina členící se na Českobudějovickou a Třeboňskou pánev. Na jihozápadě je jihočeská kotlina obklopena Šumavou, na severozápadě výběžky Brd, na severu Středočeskou žulovou vrchovinou, na východě Českomoravskou vrchovinou a na jihovýchodě Novohradskými horami.

Rozlohou 10 057 km² zabírá Jihočeský kraj 12,8 % území České republiky a je tak druhým nejrozlehlejším krajem. Více než třetinu území kraje zaujímají lesy a vodní plochy zde pokrývají 4 % území. Převážná část území leží v nadmořské výšce 400–600 m, přičemž nejvyšším bodem kraje je vrchol hory Plechý (1 378 m), nejnižším je hladina Orlické přehrady (350 m).

Území kraje náleží do povodí horní a střední Vltavy s přítoky Malší, Lužnicí, Otavou a dalšími. V minulosti zde bylo vybudováno přes 7 000 rybníků, jejichž celková výměra dnes přesahuje 30 000 hektarů. Největšími nejen v kraji, ale i v České republice jsou rybníky Rožmberk (490 ha), Bezdrev (450 ha) a Horusický rybník (415 ha).

Na území kraje byla rovněž vybudována velká vodní díla, mezi která patří vodní nádrž Lipno (4 870 ha – největší vodní plocha v České republice), větší částí své hladiny se zde nachází také vodní nádrž Orlik (přehrada s největším objemem vody na území ČR) a Římov zásobující pitnou vodou značnou část kraje. V souvislosti s výstavbou jaderné elektrárny Temelín pak byla vybudována vodní nádrž Hněvkovice.

Jihočeský kraj není územím bohatým na suroviny, a to především z hlediska zdrojů energetických surovin. Významným přírodním bohatstvím jsou však rozsáhlé lesy, zejména na Šumavě a v Novohradských horách. Významné surovinové bohatství tvoří ložiska písků a štěrkopísků, cihlářské hlíny, kameniva a sklářských písků. Z dalších surovin je významná rašelina a v některých lokalitách také vápenec, křemelina či grafit.

Kvalita životního prostředí patří mezi největší přednosti Jihočeského kraje. Největší oblastí chráněné přírody je Národní park Šumava (největší v ČR), který je směrem do vnitrozemí lemován Chráněnou krajinnou oblastí Šumava. Dalšími chráněnými krajinnými oblastmi jsou Třeboňsko a Blanský les. Celkem se v kraji nachází přibližně 300 maloplošných chráněných území a řada chráněných přírodních výtvorů. Celkem je chráněno přibližně 20 % území kraje.

Přírodní bohatství regionu je doplňováno jeho kulturním a historickým dědictvím. Celkem se zde nachází přes 5 500 památkových objektů a jejich areálů. Dvě lokality jsou zařazeny na Seznam světového kulturního a přírodního bohatství UNESCO (historické jádro Českého Krumlova a vesnice Holašovice). Z památkově chráněných území se v kraji nachází 7 městských památkových rezervací (Třeboň, Č. Budějovice, Prachatice, Č. Krumlov, J. Hradec, Slavonice a Tábor), 20 vyhlášených městských památkových zón (Trhové Sviny, Husinec, Netolice, Bechyně, Volyně, Vimperk, Hořice na Šumavě, Dačice, Týn nad Vltavou, Kaplice, Písek, Rožmberk nad Vltavou, Soběslav, Nové Hrady, Mirovice, Vyšší Brod, Chvalšiny, Nová Bystřice, Český Krumlov – Plešivec, Vlachovo Březí), 16 vesnických památkových rezervací (Dobrá, Mazelov, Komárov, Malé Chrástřany, Mažice, Volary, Holašovice, Záluží, Plástovice, Nahořany, Stachy, Zálší, Klečaty, Vodice, Vlastiboř, Záboří) a 58 vesnických památkových zón. Nachází se zde také jedna archeologická památková rezervace – oppidum Třísov. Výše zmíněné památky Jihočeského kraje zobrazuje příloha 4. (BusinessInfo.cz, 2011; ČSÚ, 2010; Chromý, 2003; Jihočeský kraj, 2014)

4.1.3 Obyvatelstvo

Celkový počet obyvatel Jihočeského kraje se pohybuje kolem 637 000 (637 300 k 1. 1. 2015). Průměrná hustota zalidnění dosahuje 63 obyvatel na km², což je nejméně ze všech krajů ČR. Nejlidnatějším okresem je okres České Budějovice (s necelými 190 tis. obyvateli), kde žije téměř 30 % obyvatel kraje, což je dáno především soustředěním do samotného města České Budějovice, v němž bydlí 93 tisíc osob. Druhým nejlidnatějším okresem je Tábor (102 tis. obyvatel) a také samotné město Tábor je druhé nejlidnatější (34 tis. obyvatel). Dalšími velkými městy z hlediska počtu obyvatel jsou Písek (téměř 30 tis. obyvatel), Strakonice (23 tis. obyvatel) a Jindřichův Hradec (21,5 tis. obyvatel).

Nejmenší obce v Jihočeském kraji s velikostí do 200 obyvatel představují 37,7 % z celkového počtu obcí, žije však v nich pouze cca 4,1 % celkového počtu obyvatel kraje. Venkovský prostor dle vymezení ČSÚ (tj. obce s velikostí do 2 000 obyvatel) zaujímá 84 % území kraje. Žije však zde jen kolem 36 % obyvatel. (Jihočeský kraj, 2013)

4.1.4 Ekonomická charakteristika

Jihočeský kraj vytváří zhruba 5 % hrubého domácího produktu ČR. V přepočtu na 1 obyvatele v roce 2011 dosáhl 84,4 % průměru ČR, což jej řadí na 5. místo mezi kraji. V roce 2011 vykázal kraj HDP v celkové výši 196 499 mil. Kč (6. místo mezi kraji ČR).

V hospodářství kraje je zaměstnáno zhruba 300 tis. osob, z toho přibližně třetina v průmyslu, více než desetina v obchodu a opravách spotřebního zboží a přibližně 10 % ve stavebnictví. Průmyslová výroba je zastoupena zejména na Českobudějovicku, přičemž její výraznější podíl je rovněž na Tábořsku a Strakonicku, kde je také (stejně jako na Českobudějovicku) zaznamenána nejvyšší stavební aktivita. V rámci ČR je podíl kraje na tržbách průmyslových podniků pouze cca 4%.

Ve struktuře hrubé přidané hodnoty dlouhodobě mírně klesá podíl primárního sektoru. I přesto je však jeho zastoupení v Jihočeském kraji spolu s krajem Vysočina stále nejvyšší. V zemědělství převažuje v rostlinné výrobě pěstování obilovin, olejnin a píce, významná je také produkce brambor. V živočišné výrobě se jedná především o chov skotu a prasat. Zemědělská produkce kraje tvoří více než 10 % produkce celé

ČR. Dlouholetou tradicí má v kraji rybníkářství. Celková plocha rybníků, v nichž se chovají ryby, se pohybuje kolem 25 000 ha. Vytváří se v nich polovina produkce ryb České republiky, významný je také podíl v chovu vodní drůbeže (kachen a hus).

Podíl sekundárního a terciárního sektoru na rozdíl od sektoru primárního mírně roste. Z odvětvového hlediska převažuje v kraji zpracovatelský průmysl, v rámci kterého je kraj zaměřen především na výrobu komponent pro dopravní prostředky, výrobu potravin a nápojů, dřevařskou výrobu, výrobu základních kovů a kovodělných výrobků. Dlouhodobě významný podíl vykazuje v regionu také stavebnictví. Dříve tradiční odvětví výroby vlákniny a papíru a zpracování dřeva však v posledních letech ztrácejí na významu. (ČSÚ, 2010; Jihočeský kraj, 2013)

4.1.5 Doprava

Přestože dopravní infrastruktura v Jihočeském kraji není stále zcela dostatečná, zaznamenávána je zvyšující se intenzita dopravy, a to zejména silniční. K důležitým rozvojovým investicím v oblasti silniční infrastruktury patří především výstavba dálnice D3, v rámci které byl v červnu 2013 uveden do provozu nový úsek (v délce 26 km) z Tábora do Veselí nad Lužnicí. Celková silniční síť kraje je tvořena více než 6 000 km komunikací, což představuje druhou nejdelší silniční síť v rámci jednotlivých krajů ČR (nejdelší silniční síť má kraj Středočeský).

Stávající železniční síť na území kraje disponuje dostatečným rozsahem, má však omezené technické parametry, které výrazně omezují propustnou výkonnost a úsekovou rychlost na některých tratích. Významnou dopravní stavbou je 4. tranzitní železniční koridor ČR v úseku Praha – Horní Dvořiště státní hranice ve směru na Linec. Dokončen je zatím souvislý úsek Praha – Votice, přičemž kratší úseky v Jihočeském kraji se postupně budují. Termínem dokončení celé stavby je cca rok 2020.

Mezi zajímavosti jižních Čech patří zbytky koněspřežní železnice (první na evropské pevnině), spojující město České Budějovice s hornorakouským Lincem. Nalezneme zde také nejvýše položenou železniční stanicí v ČR (Kubova Hut') nebo také úzkokolejná dráha směřovaná z Jindřichova Hradce do Obrataně a do Nové Bystřice.

Na území Jihočeského kraje se nachází také dopravně významná vodní cesta Vltava, která je využívanou vodní cestou I. třídy. V současné době je splavněn úsek mezi Českými Budějovicemi a Hněvkovicemi, vybudován byl přístav v Hluboké

nad Vltavou a pracuje se na splavnění úseku mezi Hněvkovicemi a Týnem nad Vltavou. Realizací celého projektu splavnění jihočeského úseku Vltavy bude zajištěno propojení Českých Budějovic s vodní nádrží Orlík.

Za určitý nedostatek regionu z hlediska jeho vnější dostupnosti lze považovat absenci kvalitního regionálního letiště, jež by zajišťovalo veřejný mezinárodní a vnitrostátní civilní provoz. Jedním z cílů je tedy modernizace a intenzivnější využití letiště v Plané u Českých Budějovic. Ostatní v regionu provozovaná letiště mají v současné době spíše jen omezené využití (např. pro sportovní létání, k letům v rámci integrovaného záchranného systému, ke smluvní nepravidelné dopravě osob, ke cvičným letům apod.). (ČSÚ, 2010; Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2015; Jihočeský kraj, 2013)

4.2 Cestovní ruch v regionu jižní Čechy

Jihočeský kraj je dlouhodobě považován za jeden z turisticky nejatraktivnějších regionů České republiky. Tato atraktivita je dána především výhodnou polohou kraje, přírodním bohatstvím, mnohými kulturními a historickými památkami a v neposlední řadě také obecně vhodnými podmínkami pro rozvoj pěší turistiky, cykloturistiky či hipoturistiky.

Z hlediska přírodního potenciálu a předpokladů cestovního ruchu patří Jihočeský kraj k těm nejvíce exponovaným v celé České republice. Jak již bylo zmíněno, z velkoplošných chráněných území vyniká především Národní park (NP) Šumava. Chráněná krajinná oblast (CHKO) Třeboňsko, podobně jako CHKO Šumava a její jádro NP Šumava, byly pro svůj vzácný ekosystém vyhlášeny biosférickými rezervacemi UNESCO. Velkým lákadlem je pro návštěvníky regionu velké množství maloplošných zvláště chráněných území, jež se nachází v NP Šumava a chráněných krajinných oblastech. Mezi turisticky nejatraktivnější patří například přírodní rezervace Boubínský prales či Červené Blato a také přírodní památky Pramen Vltavy, Jezerní slat' či Trojmezná hora. Velmi navštěvovaný je také Žofínský prales, Národní přírodní památka Hojná Voda, Chýnovská jeskyně či Terčino Údolí.

Z výše zmíněného vyplývá, že jižní Čechy nabízí ideální přírodní předpoklady zejména pro rozvoj aktivní letní, ale i zimní dovolené. Nacházejí se zde jak hory, tak roviny, mnoho řek, rybníků a vodních nádrží. Kraj nabízí celou řadu sportovních

možností pro tradiční sporty, rozvíjí se rovněž infrastruktura pro nové a adrenalinové sporty (např. seskoky padákem, paragliding, lanové parky apod.), rozvinutá je také nabídka golfových resortů a vhodné jsou zde i podmínky pro in-line skating (např. trasy České Budějovice – Hluboká nad Vltavou, Nová Pec – Stožec, Frymburk – Hráz Lipenského jezera a další). Pro rozvoj zimní turistiky je vhodná především oblast Šumavy (např. lyžařský areál Zadov či Kramolín, vhodná je též pro běžecké lyžování). V důsledku nižší nadmořské výšky horských středisek však zimní nabídka kraje není v porovnání se zahraničím dostatečně konkurenceschopná.

Přírodní bohatství regionu je doplňováno jeho kulturním a historickým dědictvím. K nejvíce navštěvovaným patří památky UNESCO (historické jádro města Český Krumlov, které patří mezi nejnavštěvovanější cíle celé ČR a historická vesnice Holašovice), historická jádra dalších měst a vesnic, která jsou chráněna jako městské památkové rezervace (České Budějovice, Jindřichův Hradec, Prachatice, Slavonice, Tábor a Třeboň), městské památkové zóny, vesnické památkové rezervace a zóny.

Mezi nejnavštěvovanější kulturně-historické objekty patří například zámky Hluboká nad Vltavou, Červená Lhota, Jindřichův Hradec, Třeboň či Kratochvíle, hrady Zvíkov, Nové Hrady, Rožmberk nad Vltavou či Strakonice a stovky církevních objektů. Turisticky navštěvovaným technickým památkám dominují především památky komunikačního a vodního stavitelství, jejichž největší koncentrace se nachází v Třeboni, Českém Krumlově a Českých Budějovicích. Regionální význam pro cestovní ruch mají také městská opevnění v Písku či Táboře, zoologická Zahrada v Hluboké nad Vltavou, botanická zahrada v Táboře, rozhledna Klet' či Churáňov a mnoho dalších atraktivit.

Že jižní Čechy patří mezi turisticky nejoblíbenější regiony, dlouhodobě vyplývá také z výsledků veřejností oblíbené internetové ankety „Kraj mého srdce“, která je od roku 2012 organizována vydavatelstvím KAM po Česku a veletržní společností INCHEBA. Smyslem této ankety je podpora domácího cestovního ruchu a zjištění aktuální obliby jednotlivých částí republiky u široké veřejnosti. Dlouhodobým cílem ankety je také posílení vědomé vazby hlasujících na konkrétní kraje a důvody jejich atraktivnosti. Čtvrtého ročníku ankety „Kraj mého srdce 2015“ se zúčastnilo téměř 11 tisíc osob, které pro svůj oblíbený turistický kraj hlasovaly v celkem osmi kategoriích. Jihočeský kraj se umístil na prvním místě v kategorii „Letní dovolená“ a v kategorii „Pěší turistika“ zaostal za Jihomoravským krajem o pouhých 2 % hlasů.

Velmi těsné bylo také jeho umístění za Jihomoravským krajem v kategorii „Cykloturistika“. Druhé místo kraj obsadil také v kategorii „Památky/historická místa“ (za Hlavním městem Praha), „Folklor a tradice“ a „Výlety s dětmi“ (za Jihomoravským krajem). Umístění v kategoriích „Zimní dovolená“, „Adrenalin“ a „Lázně, lázeňství, wellness“ se i přes zaslání několika dotazů pořadatelům této ankety podařit nezjistilo. Umístění kraje v jednotlivých ročnících ankety zobrazuje následující tabulka 3.

Tabulka 3: Umístění Jihočeského kraje v anketě „Kraj mého srdce“ v letech 2012, 2013, 2014 a 2015

Kategorie \ Ročník	2012	2013	2014	2015
Letní dovolená	1. místo	1. místo	1. místo	1. místo
Zimní dovolená	5. místo	5. místo	5. místo	nezjištěno
Památky/historická místa	2. místo	2. místo	2. místo	2. místo
Pěší turistika	1. místo	1. místo	1. místo	2. místo
Adrenalin	6. místo	5. místo	4. místo	nezjištěno
Folklor a tradice	2. místo	2. místo	2. místo	2. místo
Cykloturistika	1. místo	2. místo	1. místo	2. místo
Výlety s dětmi	/	/	/	2. místo
Lázně, lázeňství, wellness	/	/	/	nezjištěno

Zdroj: INCHEBA EXPO PRAHA, 2013; Jihočeská centrála cestovního ruchu. 2014 ; KAM po Česku, 2015; KAM po Česku, 2016

Z hlediska návštěvnosti, tj. podle počtu hostů a počtu přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ), se Jihočeský kraj řadí mezi nejvíce navštěvované v ČR. Disponuje největším počtem HUZ, po Praze druhým největším počtem lůžek a největším počtem míst pro stany a karavany. Kraj disponuje celkem cca 1 200 hromadných ubytovacích zařízení (1 208 k 31. 12. 2014) s cca 59 tis. lůžek (59 247 k 31. 12. 2014). Přesná statistika individuálního ubytování bohužel neexistuje.

Vývoj počtu hostů v HUZ je v posledních letech pozitivní – negativní trend 5 let trvajících poklesu celkového počtu hostů Jihočeského kraje se v roce 2011 podařilo zvrátit. V roce 2014 se v HUZ ubytovalo cca 1 176 tisíc hostů, přičemž dvě třetiny (cca 811 tisíc) představovali rezidenti – hosté z ČR a jednu třetinu (cca 365 tisíc) tvořili zahraniční hosté, nejčastěji z Německa (cca 20% podíl). Počet přenocování v roce 2014 dosáhl cca 3 231 tisíc, z čehož 76 % tvořilo přenocování zahraničních návštěvníků. Složení zahraničních návštěvníků se v posledních letech mění, neboť dochází k poklesu počtu nejčastějších hostů z Německa, Rakouska a Nizozemska a naopak se trvale zvyšují počty hostů z Japonska, Ukrajiny a Číny.

Jednou z bariér rozvoje je dosud stále nedostatečně rozvinutá infrastruktura cestovního ruchu. Silnou stránkou kraje je infrastruktura pro cykloturistiku, rozvinutá síť značených turistických stezek, značené příhraniční trasy a řada hraničních přechodů s Rakouskem a Německem. Rovnoměrně rozvinutá je také síť informačních center a spektrum vybavení pro volnočasové aktivity. Dlouhodobě se zlepšuje i kvalita ubytovacích kapacit, nerovnoměrné je však pokrytí území kraje ubytovacími kapacitami vyššího standardu (4* a více) pro náročnou klientelu. V porovnání se zahraniční konkurencí je omezená především nabídka aktivit pro trávení volného času v případě nepříznivého počasí (např. kryté bazény, wellness, zábavní centra apod.), v oblasti kongresové turistiky pak chybí prostory pro organizování kongresů pro velký počet účastníků.

Obecně lze říci, že výdaje na propagaci cestovního ruchu v Jihočeském kraji v posledních letech rostou. Podporu cestovního ruchu v kraji zajišťuje především Krajský úřad Jihočeského kraje a Jihočeská centrála cestovního ruchu (JCCR). Významnou roli zastávají také destinační managementy, svazky obcí, regionální agentury, MAS či obce samotné. Služby turistům a veřejnosti poskytuje také rovnoměrně rozvinutá síť více než čtyřiceti informačních center (z toho cca polovinu tvoří oficiální turistická informační centra – TIC).

Krajský úřad zajišťuje plánování v oblasti rozvoje cestovního ruchu, analyzuje statistická data pro potřeby dalšího plánování, administruje grantové programy a podobně. JCCR je provozovatelem oficiálního informačního systému cestovního ruchu Jihočeského kraje (www.jiznicechy.cz), prezentuje region na domácích výstavách a veletrzích cestovního ruchu a je servisní organizací, která realizuje aktivity v oblasti marketingu destinace jižní Čechy. Její náplní je například prezentace regionu na vybraných cílových trzích, ediční činnost, správa informačního systému, komunikace s podnikateli, zástupci měst a obcí a podobně. (Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2015; Jihočeský kraj, 2013; Vystoupil a kol., 2007)

Příhraniční charakter Jihočeského kraje poskytuje možnosti efektivní přeshraniční spolupráce také v oblasti cestovního ruchu. V posledních letech se rozvíjí mnoho forem přeshraniční spolupráce, přičemž jednou z nich je Euroregion Šumava/Bayerischer Wald/Mühlviertel, který sdružuje 111 hornorakouských, 107 bavorských obcí a 128 českých obcí (z toho 89 obcí je z Jihočeského kraje). V květnu 2002 byla podepsána zakládací listina dalšího euroregionu s názvem Silva Nortica, který zahrnuje

území okresů Jindřichův Hradec, České Budějovice, Písek a Tábor (v Dolním Rakousku se jedná o okresy Zwettl, Krems, Gmünd, Waidhofen an der Thaya a Horn). Na jihočeské straně je zde zapojeno 40 obcí s více než 260 tis. obyvateli. Dne 30. června 2012 pak vznikl Evropský region Dunaj-Vltava, který je společenstvím sedmi partnerských regionů – Horního Rakouska, dolnorakouského Mostviertelu a Waldviertelu, Dolního Bavorska s Altöttingem, Horní Falce, Plzeňského kraje, Jihočeského kraje a Kraje Vysočiny. (Evropský region Dunaj-Vltava, 2016; Metodická podpora regionálního rozvoje, 2009).

4.2.1 Venkovský cestovní ruch v regionu jižní Čechy

Z uvedené charakteristiky regionu vyplývá, že rozmanitý přírodní a kulturní potenciál jižních Čech umožňuje rozvoj mnoha forem cestovního ruchu. Městský cestovní ruch s výraznou letní sezónou představují zejména historická města jako je například Český Krumlov, České Budějovice, Tábor, Jindřichův Hradec či Prachatice. Mezi nejvyhledávanější formy cestovního ruchu v kraji patří letní rekreace a turistika u vody. Velmi oblíbená je zde také pěší turistika a cykloturistika vázaná především na značené naučné stezky a cyklotrasy. Lázeňství je pak v regionu zastoupeno třemi místy (Třeboň, Bechyně a Vráž). V regionu se rovněž nachází mnoho středisek druhého bydlení (chataření, chalupaření apod.). Funkční typologii středisek cestovního ruchu v Jihočeském kraji zobrazuje příloha 5.

Dle již zmiňovaného „Návrhu nové rajonizace cestovního ruchu ČR“ (viz příloha 1) je pro Jihočeský kraj z hlediska funkčně-prostorového využití území pro cestovní ruch typická venkovská krajina s velmi příznivými předpoklady pro cestovní ruch (zaujímá cca 45 % rozlohy kraje), venkovská krajina s průměrnými předpoklady pro cestovní ruch (cca 30 % rozlohy kraje) a horská krajina (cca 20 % rozlohy kraje). Urbanizované prostory zaujímají pouze 4 % rozlohy území kraje. Jak již bylo dříve uvedeno, Jihočeský kraj je tak jednou ze tří „typicky“ venkovských oblastí s největším potenciálem pro rozvoj šetrných forem cestovního ruchu. (Vystoupil, Holešinská, Kunc & Šauer, 2007)

Co se týče jednotlivých aktivit venkovského cestovního ruchu, mezi nejvýznamnější patří v regionu především cykloturistika, pěší turistika, hipoturistika, vodácká turistika, zimní turistika (zejm. běžecké lyžování), agroturistika či chataření a chalupaření.

- **Cykloturistika a pěší turistika**

Pro rozvoj cykloturistiky v regionu je příznivým faktorem jednak unikátní přírodní potenciál doplněný velkým počtem kulturních a historických památek a jednak malá hustota osídlení a nízká urbanizace krajiny. Mezi hlavní centra cykloturistiky lze zařadit Šumavu, Třeboňsko, Novohradské hory a Českou Kanadu, Českobudějovicko a Blanský les. V žádném jiném kraji ČR není tak hustá a dlouhá síť cyklistických stezek jako právě v jižních Čechách (v roce 2012 zde bylo evidováno celkem 4 972 km cyklistických tras a stezek). Základem cyklistické sítě jsou dvě páteřní trasy, a to Vltavská cesta (v délce 450 km, přičemž téměř dvě třetiny cesty vedou územím Jihočeského kraje) a Otavská cesta (v délce 150 km).

V Jihočeském kraji je rovněž hustá síť dobře značených turistických tras – nachází se zde více než 5 270 km značených stezek pro pěší. Mezi oblíbené oblasti pěší turistiky patří například Šumava, Třeboňsko, Novohradské či Písecké hory. (Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2015)

- **Hipoturistika**

Hipoturistika (označovaná též jako jezdecká turistika či turistika na koni) a hipostezky v jižních Čechách v současné době představují významné lákadlo pro mnoho domácích i zahraničních turistů a jejich význam i nadále roste. V kraji existuje několik desítek vhodně rozmístěných stanic a center pro hipoturistiku, které jsou doplněny téměř 1 000 km značených jezdeckých stezek (z toho více než 600 km stezek je vyznačeno Klubem českých turistů). Další přibližně 200 km značení hipostezek je v přípravě. Tím se Jihočeský kraj v rámci celorepublikového srovnání řadí na druhé místo (za Středočeský kraj). Turisté mohou v kraji podél hipostezek využít přibližně 120 stanic, v nichž mohou s koňmi strávit noc a v cca třiceti z nich pak existuje také možnost zapůjčení koně, a to i s doprovodem. (Jihočeský kraj, 2013)

V roce 2011 byl spuštěn portál www.jihoceskehipostezky.cz, který vznikl v rámci projektu Rozvoj sítě hipostezek v Jihočeském kraji (spolufinancovaného Evropskou unií a za finančního přispění Jihočeského kraje). Návštěvníci stránek si zde mohou v rámci každého okresu vyhledat jednotlivé hipostezky (včetně mapového podkladu) či stanice (např. dle nabízených služeb), a to spolu s příslušnými kontaktními informacemi.

- **Vodácká turistika**

Sportovní a rekreační plavba patří v Jihočeském kraji k dalším turistickým lákadlům. Velmi rozvinutá je sportovní plavba především na Vltavě nad Lipenskou přehradou, mezi Vyším Brodem a Českými Budějovicemi a dále pak také na Lužnici, Otavě, Nežárce a Blanici. Vzhledem ke skutečnosti, že se Lipenská nádrž nachází v NP a CHKO Šumava a Lužnice i Nežárka prochází CHKO Třeboňsko, dochází v těchto oblastech k útlumu vodáctví a restrikcím ze strany orgánů ochrany životního prostředí.

Pravidelná osobní lodní doprava je provozována na přehradní nádrži Lipno, na toku Vltavy mezi Týnem nad Vltavou a Orlíkem a na rybníku Svět u Třeboně. Aktuální charakter veřejné pravidelné i nepravidelné rekreační plavby má spíše místní význam plnící funkci doplňkové nabídky služeb cestovního ruchu (Lipno, Orlík). Jak již bylo dříve zmíněno, významným záměrem týkajícím se lodní dopravy je propojení „jihočeské“ Vltavy s vodní nádrží Orlík, což významně rozšíří místní turistický potenciál.

V oblasti cestovního ruchu je světovým unikátem úsek řeky Vltavy nacházející se nad i pod Loučovicemi, tzv. Čertovy proudy, který je považován za jeden z nejkrásnějších a nejnáročnějších na světě. Jedním z nejzajímavějších vodáckých zážitků v jižních Čechách je pak sjezd Hamerského potoka.

- **Agroturistika**

Neustále rostoucí zájem projevují turisté také o jihočeské farmy a statky. Především lidé žijící ve městech vyhledávají selská stavení a usedlosti, kde se rovněž mohou zapojit do některých prací na statku, ochutnat stravu z domácích zdrojů a kde mohou alespoň několik dní žít v souladu s přírodou a odpočinout si tak od shonu všedních dní. Nabídkou služeb agroturistiky v jednotlivých částech České republiky se zabývá několik webových portálů, mezi které patří například portál www.nafarmu.cz, www.prazdninynavenkove.cz, www.kamsi.cz či www.agroturistika-venkovskaturistika.cz, jejímž provozovatelem je Česká pohoda – cestovní agentura českého venkova.

4.3 Programové dokumenty zabývající se rozvojem cestovního ruchu

Mezi nejvýznamnější aktuálně platné programové dokumenty zabývající se rozvojem cestovního ruchu v Jihočeském kraji patří Program rozvoje Jihočeského kraje 2014–2020 a Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2015–2020.

4.3.1 Program rozvoje Jihočeského kraje 2014–2020

Program rozvoje Jihočeského kraje (PRK) je základním střednědobým dokumentem regionálního rozvoje na úrovni vyššího územně samosprávného celku, který kraj zpracovává v samostatné působnosti. Hlavním cílem tohoto dokumentu je definování strategické rozvojové vize a globálního cíle Jihočeského kraje pro období 2014–2020 (navazuje na předchozí Program rozvoje Jihočeského kraje 2007–2013). Tato rozvojová vize (resp. globální cíl) je založena na realizaci pěti dílčích cílů na úrovni prioritních os, které jsou dále rozpracovány do sedmnácti opatření. Stanoveny jsou také konkrétní aktivity a záměry, kterými by měly být jednotlivé dílčí cíle naplňovány.

Globálním cílem PRK pro období 2014–2020 je dosažení územně vyváženého a dynamického rozvoje území Jihočeského kraje, který povede ke zvyšování celkové konkurenceschopnosti a inovativnosti, zlepšování kvality života a k efektivnímu a udržitelnému využívání dostupných zdrojů. Jednotlivé prioritní osy (PO) a jejich cíle jsou následující:

- PO 1 Konkurenceschopnost regionální ekonomiky a trhu práce
 - Cíl: Zlepšit hospodářské, vědeckovýzkumné a inovační prostředí a trh práce Jihočeského kraje tak, aby byl odpovídajícím způsobem rozvíjen přirozený potenciál území daný historickými souvislostmi a vývojem, ale i reakcí na nové výzvy a trendy při současném respektování potřeby plošně vyváženého rozvoje území regionu a jeho jednotlivých částí.
- PO 2 Doprava a mobilita, technická infrastruktura
 - Cíl: Zlepšit vnější dopravní napojení Jihočeského kraje, zkvalitnit a optimalizovat vnitřní dopravní vazby a logistiku v regionu a současně zajistit udržitelné, kvalitní a potřebám regionu odpovídající napojení na sítě technické

infrastruktury, které zajistí jak zvýšení konkurenceschopnosti regionálního hospodářství, tak kvalitnější životní podmínky pro obyvatele a návštěvníky kraje.

- PO 3 Kvalitní infrastruktura, služby, prostředí a spolupráce pro posilování územní soudržnosti
 - Cíl: Rozšiřovat nabídku a zlepšovat kvalitu a územní dostupnost sítě veřejných a dalších služeb pro obyvatele, soukromý a veřejný sektor i návštěvníky Jihočeského kraje, posilovat všechny formy rozvojové spolupráce a komunikace na místní, regionální i přeshraniční úrovni, a to vše při pružném a dále se zefektivňujícím výkonu veřejné správy a aktivní činnosti občanského sektoru.
- PO 4 Environmentální udržitelnost a soudržnost regionu
 - Cíl: Zajistit a dále posilovat vnitřní environmentální soudržnost a udržitelnost rozvoje Jihočeského kraje, přičemž cíle bude dosaženo prostřednictvím ochrany přírodních hodnot v regionu při jejich šetrném využívání a realizaci ostatních aktivit a záměrů Programu rozvoje kraje.
- PO 5 Využití potenciálu přírodního, kulturního a historického dědictví pro rozvoj cestovního ruchu
 - Cíl: Zajistit vyvážený rozvoj cestovního ruchu včetně lázeňství a wellness na území Jihočeského kraje jako významných odvětví regionální ekonomiky, který bude postaven na šetrném využití přírodního, historického a kulturního dědictví, na zvyšování kvality služeb, propagace, spolupráce a lidských zdrojů při současném respektování zájmů a hodnot trvale udržitelného rozvoje.

Rozvoj cestovního ruchu je tedy obsahem páté prioritní osy – PO 5 Využití potenciálu přírodního, kulturního a historického dědictví pro rozvoj cestovního ruchu. Tato prioritní osa je pro Jihočeský kraj dlouhodobě velmi významná, neboť „cestovní ruch je tradičním odvětvím regionu a jeho význam i nadále roste“. Provázanost této prioritní osy je možné sledovat zejména s PO 2 a PO 4, nepřímé vazby však existují ke všem prioritním osám PRK. Tato pátá prioritní osa je rozpracována do třech následujících opatření:

- Opatření 5.1 Vyvážený rozvoj infrastruktury cestovního ruchu
- Opatření 5.2 Služby, produkty a lidské zdroje v cestovním ruchu
- Opatření 5.3 Lázeňství, wellness

Opatření 5.1 Vyvážený rozvoj infrastruktury cestovního ruchu

Cílem tohoto opatření je podpora vyváženého rozvoje a zvyšování kvality infrastrukturní nabídky cestovního ruchu na území Jihočeského kraje postaveného zejména na využití přirozeného potenciálu v podobě historického, kulturního a přírodního dědictví, který bude reagovat na potřeby a možnosti jednotlivých destinací v kraji a na rozvojové trendy a změny preferencí turistické klientely. Mezi aktivity a záměry, které by měly tento cíl naplňovat, patří například:

- Rozvoj a zkvalitňování turistických stezek a tras (pěší naučné stezky, tematické, historicko-poznávací, hipostezky, vodní cesty atd.) a cyklistických tras a stezek, včetně doprovodné infrastruktury a značení.
- Využití nevyužívaných areálů a objektů pro potřeby rozvoje cestovního ruchu (např. opuštěné areály a objekty po ukončení zemědělské činnosti pro potřeby rozvoje různých forem venkovské turistiky).
- Podpora rozvoje environmentálně citlivých forem turistiky v přírodně cenných lokalitách v regionu (pěší turistika, trekking, cykloturistika, lyžařská turistika – zejména běh na lyžích, popř. vodáctví, dále i pobytová turistika v menších ubytovacích zařízeních, šetrné „outdoorové“ aktivity atd.).
- Ochrana a obnova nemovitých kulturních památek včetně památek ve volné krajině a zvyšování jejich atraktivnosti pro potřeby dalšího rozvoje cestovního ruchu včetně ochrany a případné podpory vyhlášení nových vesnických památkových zón, krajinných památkových zón a ochrany památek rybníčního stavitelství s jejich šetrným využitím pro potřeby rozvoje rekreace obyvatel a cestovního ruchu.
- Podpora rozvoje muzeí včetně muzeí lidové architektury ve venkovských oblastech.
- Podpora rozšiřování a modernizace infrastruktury a služeb podporujících využití efektů cestovního ruchu v obdobích mimo hlavní sezónu.
- Podpora rozvoje a zejména zkvalitňování ubytovacích kapacit v lokalitách vhodných pro rozvoj cestovního ruchu.
- Rozvoj ekologicky šetrných forem hromadné dopravy (např. cyklobusy, ekobusy).
- Podpora projektů pro zpřístupnění turistické infrastruktury, služeb a destinací pro zdravotně handicapované návštěvníky.

- Budování doprovodné infrastruktury cestovního ruchu v turistických lokalitách.
- Rozvoj levnějších forem ubytování napříč regionem s využitím opuštěných objektů.
- Podpora rozvoje vodácké turistiky a související infrastruktury a služeb se zřetelem na skutečnost, že mnohdy je tato oblast turistiky spojená s pobytem v lokalitách se zvýšenou ochranou přírody.

Opatření 5.2 Služby, produkty a lidské zdroje v cestovním ruchu

Cílem tohoto opatření je zajištění kvalitní, efektivní a v regionálním partnerství vytvářené propagace turistické nabídky Jihočeského kraje a jednotlivých dílčích turistických destinací v regionu, která bude reagovat na aktuální trendy v oblasti vývoje služeb, tvorby produktů cestovního ruchu a nároků na kvalitu lidských zdrojů v cestovním ruchu. Mezi aktivity a záměry, které by měly tento cíl naplňovat, patří například:

- Podpora medializace pěší a cyklistické dopravy jako součásti moderního životního stylu, podpora zapojování se do celostátních kampaní na podporu rozvoje pěší, cykloturistiky a cyklodopravy.
- Podpora rozvoje propagace cykloturistické nabídky regionu (včetně cykloportálů, tvorby map apod.), pěší turistiky, zimní turistiky a dalších odvětví turistiky.
- Rozvoj lidských zdrojů v cestovním ruchu formou kontinuálního (celoživotního) vzdělávání v reakci na vývojové trendy v oblasti kvality služeb a požadavků klientů.
- Rozvoj opatření a projektů, které povedou k lepšímu měření efektivity prostředků vynakládaných do oblasti rozvoje cestovního ruchu.
- Příprava a realizace grantových programů Jihočeského kraje cílících na podporu rozvoje služeb v cestovním ruchu a odpovídajících aktuálním potřebám a trendům na turistickém trhu.
- Rozvoj produktů definovaných jako vhodných pro stimulaci výtěžnosti cestovního ruchu v podmínkách Jihočeského kraje (Cykloturistika, Pěší turistika, Památky, Rodinná dovolená, Aktivní dovolená, Lázeňství a wellness, Gastronomie, Zimní dovolená, Kongresový a incentivní cestovní ruch a Školní výlety).
- Postupná systematická tvorba jednotného marketingu Jihočeského kraje.
- Podpora rozšiřování nabídky zážitkových turistických tras / „přírodních parků“.

- Podpora zvyšování kvality služeb cestovního ruchu pomocí certifikace služeb v oblasti ubytování, gastronomie, digitalizace služeb cestovního ruchu apod.
- Rozvoj služeb pro rodiny s dětmi v turistických oblastech.
- Podpora rozvoje regionální gastronomie a tradičních řemesel jako vhodných nástrojů pro rozvoj cestovního ruchu v dílčích destinacích.

Opatření 5.3 Lázeňství, wellness

Cílem tohoto opatření je podpora dalšího rozvoje a prosperity jihočeského lázeňství a wellness, a to jak prostřednictvím rozvoje léčebných a rehabilitačních funkcí, tak v souvislostech rozšiřování a zkvalitňování nabídky cestovního ruchu. Mezi aktivity a záměry, které by měly tento cíl naplňovat, patří například:

- Podpora rozvoje lázeňské a wellness infrastruktury a zvyšování její pestrosti ve stávajících lázeňských místech v Jihočeském kraji.
- Podpora vyhledávání a rozvoje lokalit vhodných pro další rozvoj lázeňství a wellness na území Jihočeského kraje a rozvoj kapacit ve stávajících lázeňských místech.
- Podpora rozvoje lidských zdrojů v oblasti lázeňství a wellness jako základního stavebního kamene kvality poskytovaných služeb.
- Rozvoj mimoléčebných aktivit a tvorba nových atraktivních služeb lázeňských a wellness zařízení v Jihočeském kraji – podpora tvorby specializovaných lázeňských a wellness produktů (specializované programy pro ženy, seniory, manažery, zdravotně postižené, pobyty zaměřené na odbourávání kuřáckých návyků apod.).
- Podpora rozvoje spolupráce s cestovními agenturami, touroperátory, informačními centry, provozovateli turistických atraktivit a poskytovateli dalších především turistických služeb – společné budování a rozvoj lázeňských destinací.
- Podpora inovativních a moderních pojetí lázeňských a wellness produktů (např. zapojení alternativních metod relaxace a léčby, nabídka pobytů zahrnujících hlubokou regeneraci celé osoby a osobnosti, využití místní gastronomie apod.).
- Podpora rozvoje doplňkové lázeňské infrastruktury (např. vodní prvky a obdobné drobné detaily v lázeňských místech, lázeňské promenádní trasy spolupodílející se na vytváření vzezření místa jako klidného lázeňského místa apod.).

Finanční zajištění realizace cílů PRK je vícezdrojové, přičemž z významné části je realizováno za pomoci veřejných prostředků, a to včetně prostředků z rozpočtu Jihočeského kraje. Základní zdroje pro financování dílčích projektů a opatření při realizaci PRK jsou následující:

- finanční zdroje ESIF určené pro programovací období 2014–2020,
- specifické návratné finanční zdroje, švýcarské nebo norské fondy a další obdobné zdroje poskytované nečlenskými zeměmi EU,
- zdroje rozpočtu Jihočeského kraje určené na realizaci cílů regionální politiky formou investic, grantových programů, podpor a příspěvků,
- zdroje programů regionálního rozvoje v gesci MMR, zdroje dalších národních programů a zdroje vyčleněné na úrovni jednotlivých ministerstev,
- ostatní veřejné zdroje (rozpočty měst, obcí, mikroregionů, MAS apod.),
- ostatní – soukromé zdroje (podnikatelský a neziskový sektor).

Z hlediska objemu finančního plnění lze za nejvýznamnější potenciální zdroj považovat prostředky fondů ESIF. Ze schváleného rozpočtu Evropské unie pro roky 2014–2020 (960 mld. €), připadá na ČR alokace ve výši cca 20,5 mld. €.

Výše plánovaných prostředků z rozpočtu Jihočeského kraje na jednotlivá navrhovaná opatření vyplývá ze schváleného střednědobého rozpočtového výhledu (SRV) Jihočeského kraje na období let 2014–2017 a z výdajů, které tento výhled projektuje v oblasti investic. Finanční prostředky Jihočeského kraje vynaložené na dosavadní realizaci cílů PRK 2007–2013 a také výhled na první polovinu programovacího období 2014–2020 zobrazuje příloha 6 (rozděleny jsou zde veškeré finanční prostředky Jihočeského kraje, a to včetně dotačních prostředků státu, přímých výdajů školám, prostředků vynakládaných na grantovou a dotační politiku Jihočeského kraje a prostředků obdržených z fondů EU). (Jihočeský kraj, 2014)

Co se týče dotací z Programu rozvoje kraje, pro rok 2016 je alokována částka dosahující téměř 290 milionů korun, což je téměř o dva miliony více než v roce minulém. Prostřednictvím dotačních programů mohou na své projekty čerpat podporu především obce a neziskové organizace, ale také fyzické a právnické osoby z celého regionu. Na dotační programy vztahující se k páté prioritní ose (Využití potenciálu přírodního, kulturního a historického dědictví pro rozvoj cestovního ruchu) je pro rok 2016 alokována částka ve výši 26 milionů korun. Tyto dotační programy společně s finanční alokací a popisem programu zobrazuje následující tabulka 4.

Tabulka 4: Přehled dotačních programů vztahujících se k PO 5

Název dotačního programu 2016	Finanční alokace 2016 (Kč)	Popis programu
Objekty kulturního dědictví	5 000 000	Opatření č. 1: Movité kulturní dědictví - program je určen na podporu zachování a restaurování předmětů movitého kulturního dědictví s důrazem na zachování kulturně historické podstaty předmětů, jejich vhodného umístění a využití.
		Opatření č. 2: Obnova drobné sakrální architektury - program je určen na podporu zachování a obnovy objektů drobné sakrální architektury za využití tradičních materiálů a technologií s důrazem na zachování památkové podstaty a tradičního vzhledu.
		Opatření č. 3: Zvýšené náklady obnovy staveb v památkově chráněných územích - program je zaměřen na podporu zachování a obnovy nemovitých kulturních památek nebo staveb, které nejsou památkou, ale nachází se v plošně památkově chráněném území, za použití tradičního materiálového a technologického řešení.
Kulturní památky	12 000 000	Opatření č. 1: Předprojektová příprava obnovy kulturních památek - dotační program je určen na podporu kvalitní přípravy obnovy kulturních památek, která nezbytně vyžaduje provedení řady průzkumů jako předprojektovou přípravu.
		Opatření č. 2: Nemovité kulturní památky - dotační program je určen na podporu obnovy a zachování nemovitých kulturních památek v Jihočeském kraji s důrazem na zachování památkové podstaty objektů, jejich vhodného a přiměřeného využívání a na veřejnou prezentaci nemovitého kulturního dědictví.
Podpora cestovního ruchu	5 000 000	Opatření č. 1: Dovybavení infocenter IT technologií - toto opatření je určeno pouze subjektům se statutem IC, TIC, IKS.
		Opatření č. 2: Podpora tvorby a propagace nových produktů CR.
		Opatření č. 3: Komplexní podpora destinačních managementů v prostředí internetu, on-line a sociálních médií. Využití Facebooku, Youtube, Instagramu, PPC kampaní apod.
Podpora cyklistiky a cyklodopravy v JČK	2 000 000	Cílem programu je podpora přípravy strategických podkladů pro následné kvalitní rozhodování měst a obcí v oblasti cykodopravy, podpora pořízení stavební dokumentace a podpora pořízení vybavení doprovodné infrastruktury u cyklostezek.
Jižní Čechy olympijské 2016	2 000 000	Hlavním záměrem programu je podpora CR ve vazbě na aktivní dovolenou a pro udržení pozice CR a významu v ekonomice regionu a úsilí o zvýraznění obrazu Jihočeského kraje jako atraktivního regionu poskytujícího kvalitní nabídku služeb pro domácí i zahraniční návštěvníky.
	Celkem: 26 000 000	

Zdroj: Jihočeský kraj, 2016

4.3.2 Konceptce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2015–2020

Konceptce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje (dále jen Konceptce) je střednědobý dokument pro období 2015–2020, jehož zpracovatelem je Jihočeská centrála cestovního ruchu (JCCR – Oddělení marketingu a cestovního ruchu KHEJ Jihočeského kraje). Skládá se z části analytické, která se částečně opírá o Program rozvoje kraje (obsažena je zde např. analýza nabídky a poptávky po službách cestovního ruchu, vývoj návštěvnosti, přenocování a průměrné délky pobytu hostů v HUZ v Jihočeském kraji, profil návštěvníka jižních Čech apod.) a z části návrhové, jejímž základem je návrh strategické vize rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji a návrh základních strategických cílů, které pro tuto oblast vytváří hlavní konceptuální rámec dalšího rozvoje odvětví cestovního ruchu.

V rámci specifikace programové části Konceptce je navržen „systém nosných turistických produktů“ pro Jihočeský kraj. Při realizaci Konceptce má pak významnou úlohu Akční plán, který je každý rok aktualizován a na jehož přípravě se podílí zejména JCCR ve spolupráci s pracovní skupinou sestavenou ze zástupců turistických oblastí.

Strategickou vizí Konceptce je zviditelnit tuto destinaci cestovního ruchu jako region kulturních památek, přírodního dědictví a venkovské turistiky v rámci České republiky se zaměřením nejen na seniory a rodiny s dětmi, ale současně na moderní samostatně cestující návštěvníky/turisty v oblasti trávení aktivní formy dovolené. Jihočeský kraj bude disponovat komplexní nabídkou produktů s využitím potenciálu regionu, přičemž za tímto účelem nastartuje efektivní způsob komunikace a spolupráce s destinacemi na svém území a bude vystupovat jako dobře komunikující celek, který stabilizuje, a případně iniciuje vznik nových udržitelných turistických oblastí.

Globální cíle Konceptce jsou následující:

- Globální cíl 1: V roce 2020 bude návštěvnost Jihočeského kraje o 30 % vyšší v porovnání se stavem v roce 2014.
- Globální cíl 2: Jihočeský kraj bude druhý nejnavštěvovanější region po Praze, přičemž se podaří prodloužit průměrnou dobu pobytu návštěvníků v místě ubytování.
- Globální cíl 3: Počet zahraničních turistů bude v roce 2020 zvýšen o 15 % v porovnání se stavem v roce 2014.

Za účelem naplnění strategické vize stanovuje Koncepce tři strategické cíle, příslušné operační cíle a aktivity, které zobrazují následující tabulky 5–7.

Tabulka 5: Strategický cíl 1 – operační cíle a aktivity

Strategický cíl 1: Efektivní a vícestupňové řízení cestovního ruchu v regionu	
Operační cíl:	Aktivity:
1. Nastavení efektivního způsobu komunikace (interní a externí) včetně vymezení rolí řídicích subjektů, které se podílejí na řízení cestovního ruchu v regionu Jižních Čech.	1. Vymezit kompetence Odboru kanceláře hejtmána a JCCR.
	2. Vymezit kompetence Kolegia CR.
	3. Vymezit kompetence orgánu (pracovní skupiny), který vznikne ze zástupců certifikovaných TO a Krajského úřadu.
	4. Vytvořit informačně-komunikační systém s cílem zajistit pravidelnou komunikaci směrem ke všem aktérům CR v kraji.
	5. Vytvořit marketingovou strategii rozvoje CR.
2. Podpora turistických oblastí (TO) v regionu Jižní Čechy	1. Zavést certifikaci TO.
	2. Vytvořit funkční a transparentní systém fin. podpory TO.
	3. Iniciovat vznik pracovní skupiny, která vznikne ze zástupců certifikovaných TO.
3. Měření efektivity	1. Zavedení systematického sběru dat z území kraje prostřednictvím certifikovaných TO a řídicích organizací CR.
	2. Průběžné hodnocení s využitím externích zdrojů.
	3. Nastavení systému hodnocení výkonnosti TO.

Zdroj: Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2015

Tabulka 6: Strategický cíl 2 – operační cíle a aktivity

Strategický cíl 2: Vytváření produktů cestovního ruchu s využitím potenciálu celého území regionu, současných moderních trendů a s akcentem na šetrné formy cestovního ruchu	
Operační cíl:	Aktivity:
1. Rozvoj produktu "aktivní dovolená"	1. Cykloturistika.
	2. Pěší turistika.
	3. Golf, tenis, squash, míčové sporty,...
	4. Vodáctví.
	5. Zimní sporty.
	6. Adrenalinové sporty.
	7. Myslivecká a rybářská turistika.
	8. Plavání.
	9. Další aktivity.

2. Rozvoj produktu "památky, historická města a kultura"	1. Památky (církevní, technické, atd.).
	2. Historická města.
	3. Kulturní akce s regionálním a nadregionál. významem.
3. Rozvoj produktu "gastronomie"	1. Zážitková gastronomie.
	2 Pivní turistika.
4. Rozvoj produktu "lázně a wellness"	1. Léčebné a relaxační pobyty.
5. Rozvoj produktu "venkovská turistika"	1. Regionální produkty.
	2. Agroturistika a BIO farmy.
	3. Hipoturistika.
	4. Přírodní atraktivity.
6. Rozvoj produktu "rodinná dovolená"	1. Rodiny s dětmi.
7. Rozvoj produktu "kongresová turistika MICE"	1. Konference, semináře a incentivní cestovní ruch.
8. Rozvoj produktu "tematické Jižní Čechy"	1. Celokrajská komunikace jednoročního tematického produktu.
	2. Výběr tématu společného pro více regionů Jižních Čech či "putování" specifického tématu napříč regiony.

Zdroj: Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2015

Tabulka 7: Strategický cíl 3 – operační cíle a aktivity

Strategický cíl 3: Zvýšení kvality služeb cestovního ruchu v regionu	
Operační cíl:	Aktivity:
1. Vzdělávání	1. Vzdělávání provozovatelů služeb.
	2. Vzdělávání pracovníků destinačních managementů.
	3. Vzdělávání na odborných školách.
2. Zviditelnit region Jižní Čechy prostřednictvím kvalitních služeb	1. Zavedení značky kvality "Jižní Čechy".

Zdroj: Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2015

4.4 SWOT analýza cestovního ruchu v regionu jižní Čechy

Na základě uvedené charakteristiky regionu jižní Čechy a na základě informací získaných z provedené analýzy cestovního ruchu a analýzy programových dokumentů se specifikací na cestovní ruch v regionu byla sestavena následující SWOT analýza silných (S) a slabých stránek (W), příležitostí (O) a ohrožení (T) zaměřující se na oblast cestovního ruchu v daném regionu.

Tabulka 8: SWOT analýza cestovního ruchu v regionu jižní Čechy

Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
Výhodná geografická poloha regionu na hranici s Německem a Rakouskem.	Zatím ne zcela dostatečná dopravní infrastruktura.
Přírodní bohatství (zachovalá, rozmanitá a turisticky atraktivní krajina, atraktivní venkovská krajina, kvalitní životní prostředí, velký podíl chráněných území, velké množství vodních ploch a toků...).	Nedostatečně rozvinutá infrastruktura cestovního ruchu (nerovnoměrné pokrytí území ubytovacími kapacitami vyššího standardu, nedostatečná infrastruktura pro volnočas. aktivity za nepříznivého počasí, omezená nabídka kongresových prostor).
Kulturní a historické dědictví (velká koncentrace kulturně-historických a technických památek vč. památek UNESCO, tradice lidových řemesel a zvyků...).	Nižší konkurenceschopnost nabízených zimních aktivit (zejm. v důsledku nižší nadmořské výšky).
Dlouholetá tradice a vysoký rozvojový potenciál cestovního ruchu.	Nižší kvalita služeb cestovního ruchu v porovnání se sousedními státy.
Ideální předpoklady pro rozvoj aktivní letní i zimní dovolené.	Špatný stav některých technických a kulturně-historických památek.
Vhodné podmínky pro rozvoj pěší turistiky, cykloturistiky, vodní turistiky, agroturistiky či hipoturistiky.	Nedostatek prostředků na rekonstrukci a obnovu vybraných technických a kulturně-historických památek.
Jedna z nejrozvinutějších sítí značených turistických a cyklistických stezek v ČR.	Sezónně nevyvážená nabídka cestovního ruchu.
Rovnoměrně rozvinutá síť informačních center.	Nižší míra využívání informačních technologií v cestovním ruchu.
Jeden z turisticky nejatraktivnějších krajů České republiky (dle výsledků ankety "Kraj mého srdce").	Nedostatečná spolupráce mezi jednotlivými zainteresovanými subjekty.
	Nekoordinovaný systém marketingové podpory a propagace kraje.

Příležitosti (O)	Ohrožení (T)
Zkvalitňování služeb cestovního ruchu.	Stagnace kvality nabízených služeb a produktů cestovního ruchu.
Tvorba nových a inovace stávajících produktů cestovního ruchu.	Chátrání kulturních movitých a nemovitých památek z důvodů nedostatku finančních zdrojů na jejich obnovu.
Spolupráce s okolními kraji a přeshraniční spolupráce s Německem a Rakouskem.	Omezení investic do rozvoje dopravní infrastruktury a infrastruktury cestovního ruchu.
Efektivní čerpání prostředků z Evropských strukturálních a investičních fondů.	Nedostatečná ochrana přírodních zdrojů, historického a kulturního dědictví
Modernizace a intenzivnější využívání letiště v Plané u Českých Budějovic.	Podceňování forem trvale udržitelného cestovního ruchu a zhoršení kvality životního prostředí.
Využití potenciálu pro rozvoj pěší turistiky, cykloturistiky, hippoturistiky a vodní turistiky.	Nárůst přímé konkurence jiných českých či zahraničních turistických destinací.
Využití potenciálu rozvíjejícího se segmentu lázeňství a wellness.	Nárůst podílu jednodenních návštěvníků na úkor vícedenních návštěvníků.
Vytvoření jednotné marketingové strategie pro podporu cestovního ruchu v regionu.	Úbytek zahraničních návštěvníků.
Vzdělávání a motivace pracovníků v cestovním ruchu.	Překročení rekreační kapacity nadměrným využíváním rekreačního potenciálu některých lokalit.
	Neschopnost navázání spolupráce mezi jednotlivými zainteresovanými subjekty.

Zdroj: vlastní zpracování

4.4.1 Ohodnocení SWOT analýzy

Za účelem ohodnocení SWOT analýzy cestovního ruchu v regionu jižní Čechy bylo vybráno 24 nejdůležitějších faktorů (6 z každé skupiny), které zobrazuje následující tabulka 9.

Tabulka 9: Vybrané faktory SWOT analýzy

Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
1. Výhodná geografická poloha regionu.	7. Zatím ne zcela dostatečná dopravní infrastruktura.
2. Přírodní bohatství.	8. Nedostatečně rozvinutá infrastruktura CR.
3. Kulturní a historické dědictví.	9. Nižší konkurenceschopnost nabízených zimních aktivit.
4. Dlouholetá tradice a vysoký rozvojový potenciál CR.	10. Nižší kvalita služeb CR v porovnání se sousedními státy.
5. Jedna z nejrozvinutějších sítí značených turistických a cyklistických stezek v ČR.	11. Nedostatečná spolupráce mezi jednotlivými zainteresovanými subjekty.
6. Rovnoměrně rozvinutá síť informačních center.	12. Nekoordinovaný systém marketingové podpory a propagace kraje.
Příležitosti (O)	Ohrožení (T)
13. Zkvalitňování služeb CR.	19. Stagnace kvality nabízených služeb a produktů CR.
14. Tvorba nových a inovace stávajících produktů CR.	20. Omezení investic do rozvoje dopravní infrastruktury a infrastruktury CR.
15. Spolupráce s okol. kraji a přeshraniční spolupráce s Německem a Rakouskem.	21. Nedostatečná ochrana přírodních zdrojů, historického a kulturního dědictví.
16. Efektivní čerpání prostředků z ESIF.	22. Nárůst přímé konkurence jiných českých či zahr. turistických destinací.
17. Modernizace a intenzivnější využívání letiště v Plané u Českých Budějovic.	23. Nárůst podílu jednodenních návštěvníků na úkor vícedenních.
18. Vytvoření jednotné marketingové strategie pro podporu CR v regionu.	24. Překročení rekreační kapacity nadměrným využíváním rekreačního potenciálu některých lokalit.

Zdroj: vlastní zpracování

Výše uvedené faktory byly následně ohodnoceny metodou párového srovnávání, nazývanou také metoda Fullerova trojúhelníku či trojúhelníková matice, v rámci které byly určovány preferenční vztahy dvojic těchto faktorů. Konstrukci Fullerova trojúhelníku obsahuje příloha 7.

Na základě párového srovnávání byla sestavena tabulka 10 obsahující jednotlivé faktory, jejich absolutní a relativní četnost (váhu) a také souhrnnou relativní četnost faktorů silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení. V každé skupině jsou vždy tučně vyznačeny 2 faktory s největší dosaženou váhou. Celkově největší váhy dosáhl faktor 2 – Přírodní bohatství (S), faktor 3 – Kulturní a historické dědictví (S), faktor 21 – Nedostatečná ochrana přírodních zdrojů, historického a kulturního dědictví (T) a faktor 14 – Tvorba nových a inovace stávajících produktů CR (O).

Tabulka 10: Četnosti faktorů SWOT analýzy

Číslo faktoru	Faktor	Absolutní četnost	Relativní četnost (váha)	Relativní četnost skupin
1	Výhodná geografická poloha regionu.	14	5,07%	Silné stránky 30,44%
2	Přírodní bohatství.	22	7,97%	
3	Kulturní a historické dědictví.	20	7,25%	
4	Dlouholetá tradice a vysoký rozvojový potenciál CR.	7	2,54%	
5	Jedna z nejrozvinutějších sítí značených turistických a cyklistických stezek v ČR.	17	6,16%	
6	Rovnoměrně rozvinutá síť informačních center.	4	1,45%	
7	Zatím ne zcela dostatečná dopravní infrastruktura.	6	2,17%	Slabé stránky 17,39%
8	Nedostatečně rozvinutá infrastruktura CR.	12	4,35%	
9	Nižší konkurenceschopnost nabízených zimních aktivit.	7	2,54%	
10	Nižší kvalita služeb CR v porovnání se sousedními státy.	9	3,26%	
11	Nedostatečná spolupráce mezi jednotlivými zainteresovanými subjekty.	10	3,62%	
12	Nekoordinovaný systém marketingové podpory a propagace kraje.	4	1,45%	
13	Zkvalitňování služeb CR.	10	3,62%	Příležitosti 22,46%
14	Tvorba nových a inovace stávajících produktů CR.	19	6,88%	
15	Spolupráce s okol. kraji a přeshraniční spolupráce s Německem a Rakouskem.	11	3,99%	
16	Efektivní čerpání prostředků z ESIF.	9	3,26%	
17	Modernizace a intenzivnější využívání letiště v Plané u Českých Budějovic.	7	2,54%	
18	Vytvoření jednotné marketingové strategie pro podporu CR v regionu.	6	2,17%	
19	Stagnace kvality nabízených služeb a produktů CR.	17	6,16%	Ohrožení 29,71%
20	Omezení investic do rozvoje dopravní infrastruktury a infrastruktury CR.	8	2,90%	
21	Nedostatečná ochrana přírodních zdrojů, historického a kulturního dědictví.	20	7,25%	
22	Nárůst přímé konkurence jiných českých či zahraničních turistických destinací.	15	5,43%	

23	Nárůst podílu jednodenních návštěvníků na úkor vícedenních.	6	2,17%	
24	Překročení rekreační kapacity nadměrným využíváním rekreačního potenciálu některých lokalit.	16	5,80%	
Celkem		276	100,00%	100,00%

Zdroj: vlastní zpracování

Výsledkem ohodnocení faktorů SWOT analýzy je vymezení pozice regionu pomocí tzv. SWOT matice. Ze získaných výsledků vyplývá, že pro region jižní Čechy je v oblasti cestovního ruchu nejvhodnější strategie Konfrontace (ST strategie), viz obrázek 14. Tato strategie se použije tehdy, jestliže je subjekt (destinace) dostatečně silný na přímou konfrontaci s ohrožením. Podstata této strategie pak spočívá ve využití silných stránek k odvrácení ohrožení.

Jak již bylo zmíněno, mezi nejsilnější stránky regionu patří přírodní bohatství, kulturní a historické dědictví. Významným faktorem je také jedna z nejrozvinutějších sítí značených turistických a cyklistických stezek v ČR a výhodná geografická poloha regionu. Největšími hrozbami pak jsou nedostatečná ochrana přírodních zdrojů, historického a kulturního dědictví, stagnace kvality nabízených produktů a služeb CR, překročení rekreační kapacity nadměrným využíváním rekreačního potenciálu některých lokalit či nárůst přímé konkurence jiných českých či zahraničních turistických destinací.

Obrázek 14: SWOT matice

	Slabé stránky (W)	Silné stránky (S)
Příležitosti (O)	WO strategie "Hledání"	SO strategie "Využití"
Ohrožení (T)	WT strategie "Vyhýbání"	ST strategie "Konfrontace"

Zdroj: vlastní zpracování

5 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Za účelem provedení dotazníkového šetření zabývajícího se problematikou venkovského cestovního ruchu v regionu jižní Čechy byly sestaveny dva typů dotazníků. První typ dotazníků byl sestaven pro zástupce turistických a informačních center působících v daném regionu. Druhý typ dotazníků pak byl určen provozovatelům objektů venkovského cestovního ruchu v regionu jižní Čechy.

5.1 Dotazníkové šetření zaměřené na zástupce informačních center

Dotazování zástupců informačních center (IC) působících v regionu jižní Čechy bylo prováděno v první polovině března 2016, a to buďto internetovým (online), telefonickým či osobním dotazováním. Struktura dotazníku určeného zástupcům IC, který je obsažen v příloze 8, je tvořena úvodními informacemi (představení dotazníku) a osmi otázkami, jejichž hlavním cílem je získat informace ohledně využívání služeb turistických a informačních center v oblasti venkovského cestovního ruchu (CR), a to jak ze strany návštěvníků, tak ze strany podnikatelů působících v této oblasti.

5.1.1 Charakteristika respondentů

Oslovení zástupci informačních center byli vybráni na základě seznamu IC zveřejněného na webových stránkách Jihočeské centrály cestovního ruchu (www.jccr.cz). Celkem bylo osloveno 42 zástupců IC, a to především prostřednictvím zaslání online dotazníku (vytvořeného pomocí aplikace Google Disk), tři informační centra (v Č. Budějovicích, Č. Krumlově a Táboře) byla navštívena osobně. 26 ze 42 takto oslovených zástupců IC on-line dotazník vyplnilo a u zbývajících 16 zástupců IC bylo provedeno telefonické dotazování, přičemž pět z nich toto dotazování odmítlo. Celkově tak bylo získáno 37 vyplněných dotazníků (tj. 88% návratnost).

5.1.2 Výsledky dotazníkového šetření

První otázka dotazníku zjišťovala, zda se návštěvníci informačních center zajímají o venkovský CR a v případě, že ano, zda je jejich zájem rostoucí, klesající či

konstantní. Z následujícího grafu 1 je patrné, že dle necelé poloviny (43 %) zástupců IC je zájem návštěvníků rostoucí, 30 % zástupců uvedlo, že zájem je konstantní a 24 % zástupců vybralo možnost „nedokážu posoudit“. Pouze jeden zástupce (3 %) uvedl, že se návštěvníci o venkovský CR nezajímají.

Graf 1: Zájem návštěvníků IC o venkovský cestovní ruch



Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 2 zjišťovala, o jaké venkovské aktivity se návštěvníci IC nejčastěji zajímají, přičemž respondenti zde mohli zvolit více těchto aktivit. Jak zobrazuje graf 2, 100 % respondentů vybralo cykloturistiku, pěší turistiku označilo 78 % z nich. Dále následovala jízda na koni (49 %), rybolov (43 %), výlety do malých měst a vesnic (30 %), venkovské slavnosti (22 %), agroturistika/ekoagroturistika (19 %) a horolezectví (8 %). 5 % respondentů zvolilo možnost „o jiné“, u které uváděli, že návštěvníci často zajímají návštěvy hradů a zámků, zřícenin a výlety po okolí.

Graf 2: Zájem návštěvníků IC o venkovské aktivity



Zdroj: vlastní šetření

Třetí otázka zjišťovala, zda zástupci IC nabízejí návštěvníkům informační materiály propagující venkovský CR, a pokud ano, zda jsou dostupné ve více jazykových mutacích. Z grafu 3 vyplývá, že nadpoloviční většina (59 %) dotázaných IC tyto materiály návštěvníkům nabízí, ale pouze v českém jazyce. Materiály v několika jazykových mutacích disponuje 38 % dotázaných IC. Pouze jedno dotázané IC (3 %) tyto materiály návštěvníkům nenabízí.

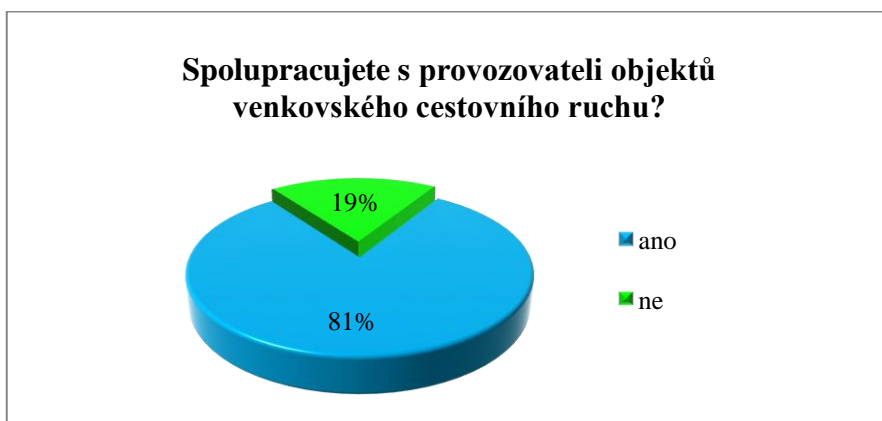
Graf 3: Nabídka informačních materiálů propagujících venkovský cestovní ruch



Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 4 zjišťovala, zda dotázaná IC spolupracují s provozovateli objektů venkovského CR. Z grafu 4 je patrné, že většina (81 %) dotázaných IC s těmito provozovateli spolupracuje.

Graf 4: Spolupráce IC s provozovateli objektů venkovského cestovního ruchu



Zdroj: vlastní šetření

Otázky č. 5 a 6 pak zjišťovaly, jakým způsobem IC s těmito podnikateli spolupracují či naopak, z jakého důvodu s nimi nespolečně. Mezi nejčastěji zmiňovaný způsob spolupráce patří propagace aktivit těchto subjektů v místních

informačních centrech, a to prostřednictvím vystavení jejich letáčků a dalších propagačních materiálů (vizitek, plakátů, map, brožurek, slevových akcí apod.) a další případné informování návštěvníků IC. Několikrát byla zmiňována také oboustranná spolupráce a informování návštěvníků, v jejichž rámci i provozovatelé objektů venkovského CR informují své návštěvníky o akcích pořádaných danými IC. Mezi další uváděné aktivity patří umístování informací o nabízených službách a akcích provozovatelů venkovského CR na webové stránky provozované IC, rezervace těchto služeb na žádost návštěvníků, účast těchto subjektů na obcí pořádaných veletrzích a dalších akcích, zmíněn byl také prodej produktů těchto subjektů. Naopak neexistující spolupráce mezi dotazovanými IC (19 %) a provozovateli venkovského CR byla ve všech případech zdůvodněna nezájmem o spolupráci ze strany těchto provozovatelů.

V předposlední otázce byli zástupci IC dotazováni, zda je dle jejich názoru rozvoj venkovského CR dostatečně podporován. Jak zobrazuje graf 5, 38 % z nich uvedlo, že tento rozvoj dle jejich názoru není dostatečně podporován, 19 % uvedlo, že tento rozvoj dle jejich názoru dostatečně podporován je a zbývajících 43 % zástupců IC tuto otázku nedokázalo posoudit.

Graf 5: Názor zástupců IC na podporu rozvoje venkovského cestovního ruchu



Zdroj: vlastní šetření

Poslední otázka č. 8 zjišťovala, jak by rozvoj venkovského CR podpořili samotní zástupci IC. Často byla zmiňována lepší prezentace tiskových materiálů a větší propagace jednotlivých subjektů. Několik zástupců IC uvedlo také lepší komunikaci s podnikateli, lepší informovanost pracovníků IC, vznik produktových balíčků, vydávání informačních materiálů zaměřených na propagaci venkovského CR ve spolupráci s podnikateli, podporu venkovského CR v rámci zážitkové turistiky, vznik

dalších naučných stezek, zmíněna byla také centralizace venkovské nabídky či více „roadshow“ na téma venkov ve velkých městech.

5.2 Dotazníkové šetření zaměřené na provozovatele objektů venkovského cestovního ruchu

Dotazování provozovatelů objektů venkovského cestovního ruchu v regionu jižní Čechy probíhalo v druhé polovině března 2016, a to internetovým (online) a následně telefonickým dotazováním. Konečná podoba dotazníku určeného provozovatelům objektů venkovského CR byla konzultována s ředitelem Jihočeské centrály cestovního ruchu – panem Ing. Jaromírem Poláškem.

Struktura dotazníku je tvořena úvodními informacemi (představením dotazníku) a 27 otázkami. Úvodní 4 otázky zjišťují základní údaje o provozovaném objektu, následujících 9 otázek se vztahuje k nabídce ubytovacích a jiných nabízených služeb a dalších 10 otázek zjišťuje informace o hostech, propagaci a spolupráci dotazovaných objektů. Poslední 4 otázky se pak týkají financování objektů a názorů jejich provozovatelů na rozvoj a podporu venkovského CR. Dotazník určený provozovatelům objektů venkovského CR je obsažen v příloze 9.

5.2.1 Charakteristika respondentů

Dotazování provozovatelé objektů venkovského CR byli vybráni především na základě seznamu dostupného na turistickém portálu „Prázdniny na venkově“ (www.prazdninynavenkove.cz), kde lze dané subjekty hledat mimo jiné také podle regionu působnosti. Využity byly také další portály zabývající se nabídkou služeb venkovského cestovního ruchu, a to www.agroturistika-venkovska-turistika.cz, www.jihoceskehipostezky.cz a www.nafarmu.cz. Z nabídky těchto portálů pak bylo vybráno 60 provozovatelů objektů venkovského cestovního ruchu, kteří byli v rámci dotazníkového šetření osloveni, a to prostřednictvím zaslaného online dotazníku (vytvořeného pomocí aplikace Google Disk).

Z 60 oslovených provozovatelů vyplnilo on-line dotazník 18 z nich. Jedním z oslovených pak bylo sděleno, že se dané činnosti již nevěnuje a dotazník tedy nemůže vyplnit. Zbývajících 41 provozovatelů bylo následně dotazováno telefonicky, čímž bylo

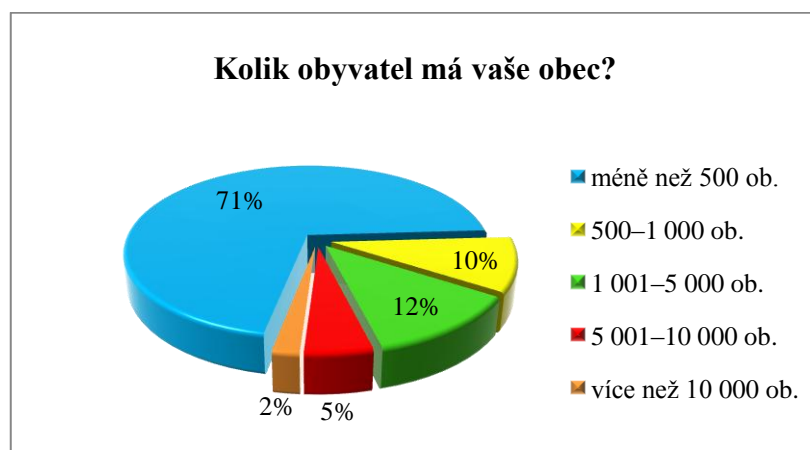
získáno dalších 23 vyplněných dotazníků. Dotazování odmítlo 14 oslovených, 2 z oslovených se venkovskému cestovnímu ruchu již nevěnují a 2 vybrané provozovatele se pak nepodařilo zkontaktovat vůbec. Celkově tak bylo získáno 41 vyplněných dotazníků (tj. 68% návratnost). Seznam respondentů z řad provozovatelů objektů venkovského CR (včetně poštovních a webových adres) je obsažen v příloze 10.

5.2.2 Výsledky dotazníkového šetření

- Základní údaje o provozovaném objektu (otázka č. 1–4)

První otázka dotazníku zjišťovala velikost populace obcí, pod něž spadají dotazované objekty venkovského CR. Z grafu 6 je patrné, že nejvíce zastoupené jsou obce s méně než 500 obyvateli, ve kterých se nachází 71 % dotazovaných objektů.

Graf 6: Velikost populace obcí, pod něž objekty spadají



Zdroj: vlastní šetření

Jak dlouho jsou dotazované objekty provozovány, zjišťovala otázka č. 2. Z grafu 7 vyplývá, že nadpoloviční většina respondentů (61 %) provozuje svůj objekt déle než 10 let. 15% respondentů objekt provozuje 6–10 let, 22 % respondentů 1–5 let a pouze jeden respondent (2 %) méně než rok.

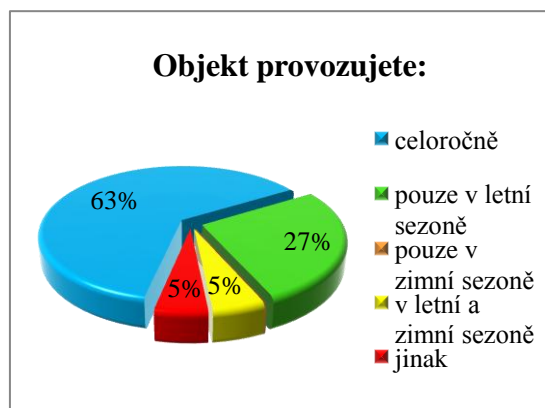
V otázce č. 3 byli provozovatelé dotazováni na délku období, během kterého je jejich objekt v provozu. Graf 8 zobrazuje, že nadpoloviční většina respondentů (63 %) provozuje objekt celoročně. Pouze v letní sezoně objekt provozuje 27 % respondentů a pouze v letní a zimní sezoně 5 % respondentů. Dalších 5 % respondentů provozuje objekt jiným způsobem (od dubna do září / od dubna do prosince).

Graf 7: Délka provozu objektů



Zdroj: vlastní šetření

Graf 8: Období, kdy jsou objekty v provozu



Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 4 zjišťovala, zda je venkovský CR pro respondenty hlavní činností a tedy hlavním zdrojem příjmů. Z grafu 9 vyplývá, že venkovský CR je hlavní činností pouze pro 34 % respondentů

Graf 9: Venkovský cestovní ruch jako hlavní či vedlejší činnost

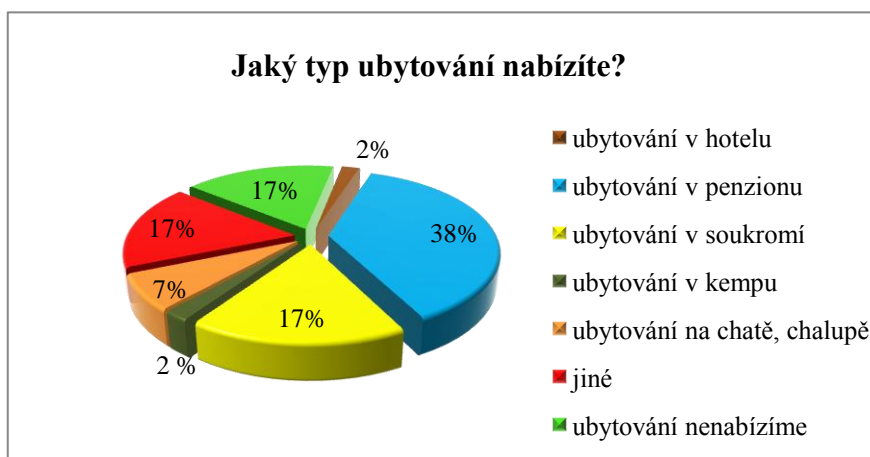


Zdroj: vlastní šetření

- Nabídka ubytovacích a dalších služeb (otázka č. 5–13)

Nabídkou ubytování se zabývala otázka č. 5. Z grafu 10 vyplývá, že největší část respondentů (38 %) nabízí ubytování v penzionu. Dále pak následuje ubytování v soukromí, na chatě či chalupě, v kempu a v hotelu. 17 % respondentů zvolilo možnost „jiné“ (ubytování v apartmánech, v ubytovně, ve mlýně) a 17 % respondentů ubytování nenabízí – těchto 7 respondentů bylo odkázáno na otázku č. 10.

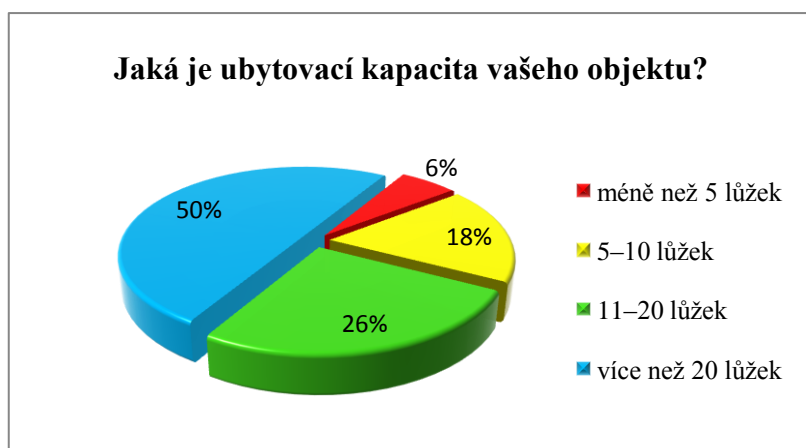
Graf 10: Nabídka ubytovacích služeb



Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 6 zjišťovala ubytovací kapacitu objektů. Graf 11 zobrazuje, že z 34 dotazovaných objektů disponuje polovina z nich více než 20 lůžky. Dále následují objekty s 11–20 lůžky, 5–10 lůžky a méně než 5 lůžky.

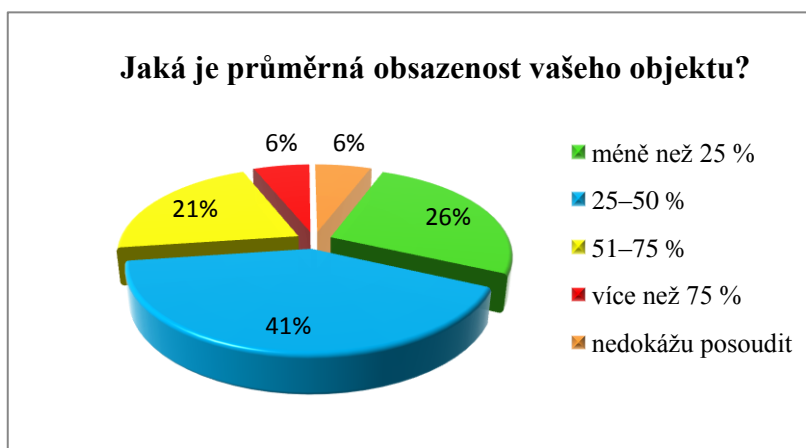
Graf 11: Ubytovací kapacita objektů



Zdroj: vlastní šetření

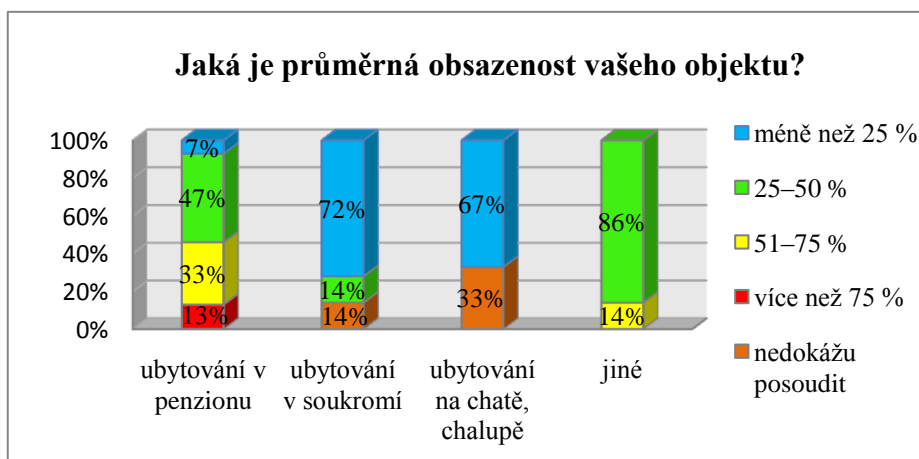
Z grafu 12 vyplývá, že průměrná obsazenost objektů, kterou se zabývala otázka č. 7, se nejčastěji pohybuje mezi 25–50 %. Dále pak následuje méně než 25% obsazenost, 51–75% obsazenost a více než 75% obsazenost. 6 % respondentů nedokázalo tuto otázku posoudit. Průměrnou obsazenost objektů dle typu ubytování zobrazuje graf 13 (zahrnuto zde není ubytování v hotelu a kempu, neboť oba typy ubytování jsou zastoupeny jen 1 respondentem).

Graf 12: Průměrná obsazenost objektů



Zdroj: vlastní šetření

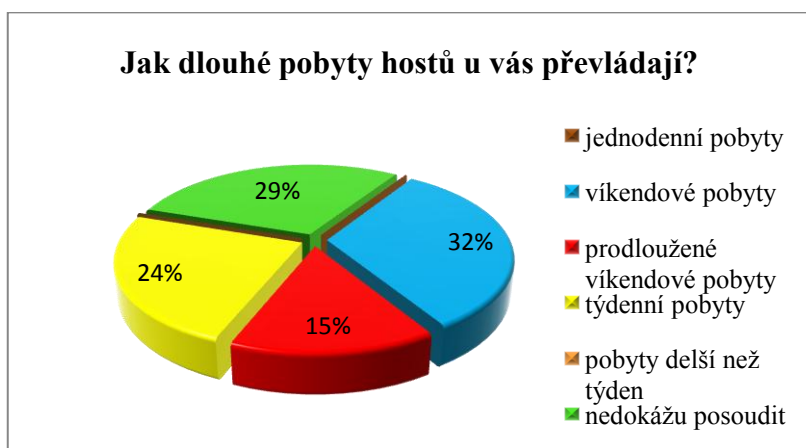
Graf 13: Průměrná obsazenost objektů dle typu ubytování



Zdroj: vlastní šetření

Nejčastější délku pobytu hostů zjišťovala otázka č. 8. Z grafu 14 je patrné, že mírně převládají pobyty víkendové (32 %), dále pak pobyty týdenní (24 %) a prodloužené víkendové pobyty (15 %). Necelá třetina respondentů tuto otázku nedokázala posoudit.

Graf 14: Délka pobytu hostů



Zdroj: vlastní šetření

Nabídkou stravovacích služeb se zabývala otázka č. 9, přičemž respondenti zde mohli vybrat více možností. Z grafu 15 vyplývá, že polovina z 34 respondentů stravování nenabízí. Zbývající respondenti nejčastěji nabízí stravování formou snídaní. Jinou formu stravování nabízí dva respondenti, a to možnost stravování ve vlastní restauraci.

Graf 15: Nabídka stravovacích služeb



Zdroj: vlastní šetření

Na otázku č. 10, která se týkala produktů vlastní výroby, již odpovídalo všech 41 respondentů. Z grafu 16 vyplývá, že produkty vlastní výroby nabízí 37 respondentů. Dle těchto respondentů mají hosté největší zájem o maso, dále o sýry, mléko, ovoce a zeleninu (otázka č. 11 – graf 17).

Graf 16: Nabídka produktů vlastní výroby Graf 17: Zájem o produkty vlastní výroby



Zdroj: vlastní šetření



Zdroj: vlastní šetření

V otázce č. 12 byli respondenti tázáni, zda v rámci svých služeb nabízejí také možnost vypůjčit si sportovní vybavení. Graf 18 zobrazuje, že 51 % respondentů tuto službu hostům nabízí.

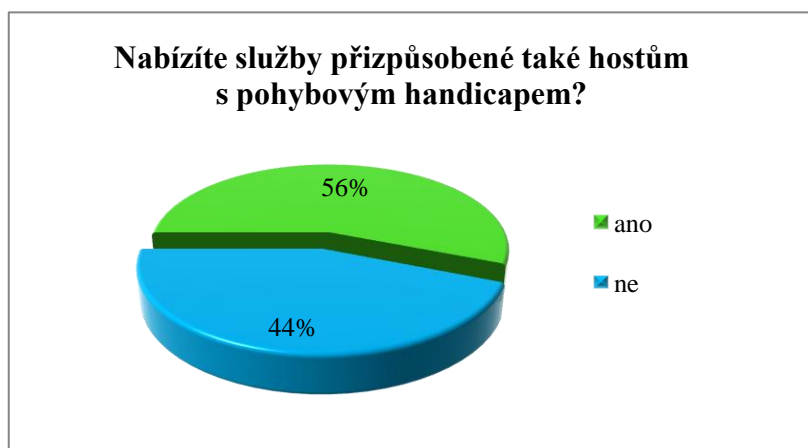
Graf 18: Možnost zapůjčení sportovního vybavení



Zdroj: vlastní šetření

Zda respondenti nabízejí také služby přizpůsobené hostům s pohybovým handicapem, popř. jaké, zjišťovala otázka č. 13. Z grafu 19 je patrné, že tyto služby nabízí 56 % respondentů. Většina těchto respondentů, kteří poskytují ubytovací služby, zmiňuje bezbariérový přístup či několik pokojů přizpůsobených pro hosty s pohybovým handicapem. Další respondenti pak nabízejí těmto hostům jízdu na koni, hipoterapii (hiporehabilitaci), bezbariérový vstup do dílny či bezbariérové toalety.

Graf 19: Nabídka služeb pro hosty s pohybovým handicapem



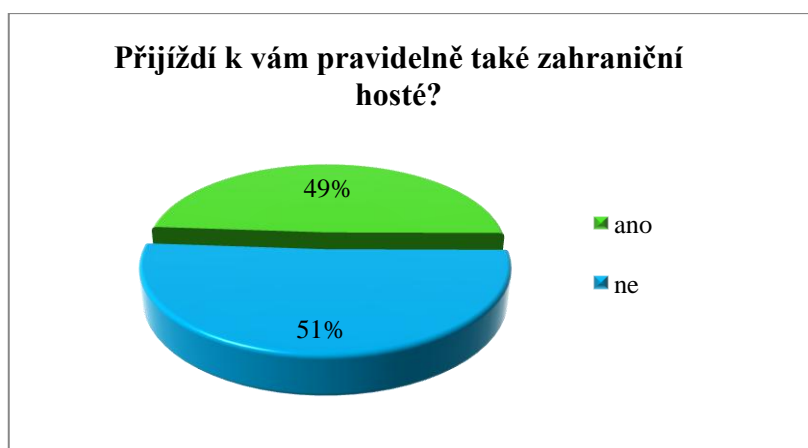
Zdroj: vlastní šetření

- Hosté, propagace a spolupráce (otázka č. 14–23)

Otázka č. 14 zjišťovala, v jakých měsících přijíždí do objektů nejvíce hostů. Všichni respondenti zde uvedli měsíce červenec a srpen (popř. léto, letní prázdniny). 6 respondentů tyto měsíce rozšířilo na období od dubna/května do září a 3 respondenti také uvedli jarní a zimní prázdniny (Silvestr).

Zda dotazované objekty pravidelně navštěvují také zahraniční hosté, popř. jaké jsou národnosti, zjišťovala otázka č. 15. Z grafu 20 vyplývá, že zahraniční hosté pravidelně přijíždějí k necelé polovině (49 %) respondentů. Nejčastěji zmiňovanými národnostmi jsou Němci, dále pak Holanďané a Rakušané.

Graf 20: Příjezdy zahraničních hostů

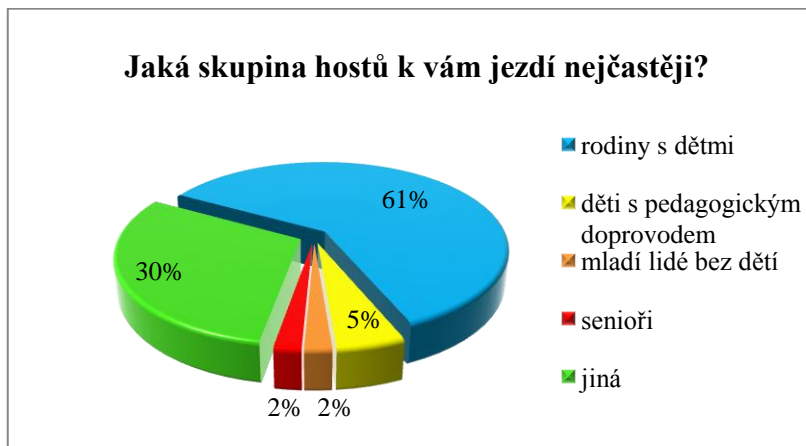


Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 16 zjišťovala, jaká je nejčastější skupina přijíždějících hostů. Graf 21 zobrazuje, že nadpoloviční většinu (61 %) nejčastějších hostů dotazovaných objektů

tvoří rodiny s dětmi. 30 % respondentů uvedlo, že se jedná o jinou skupinu, přičemž většina těchto respondentů uvedla, že se tyto skupiny střídají a nelze tak vybrat jen jednu. 1 respondent pak uvedl jako nejčastější skupinu hostů cyklisty.

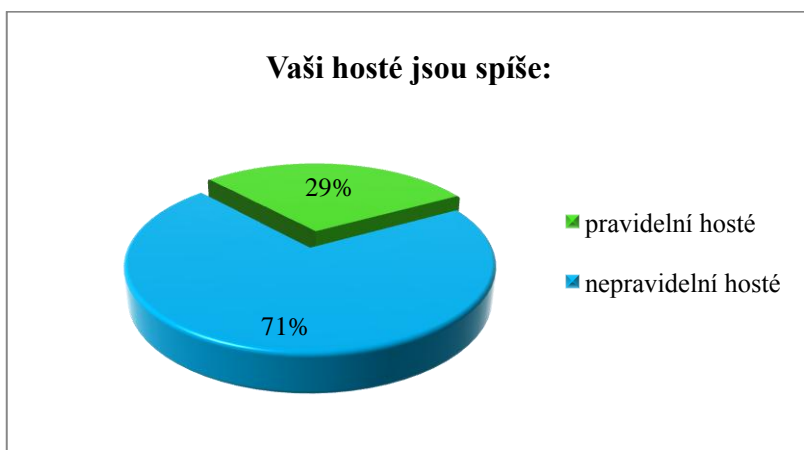
Graf 21: Nejčastější skupina přijíždějících hostů



Zdroj: vlastní šetření

Zda k dotazovaným respondentům jezdí spíše pravidelní či nepravidelní hosté, zjišťovala otázka č. 17. Z grafu 22 vyplývá, že se v 71 % jedná o hosty nepravidelné.

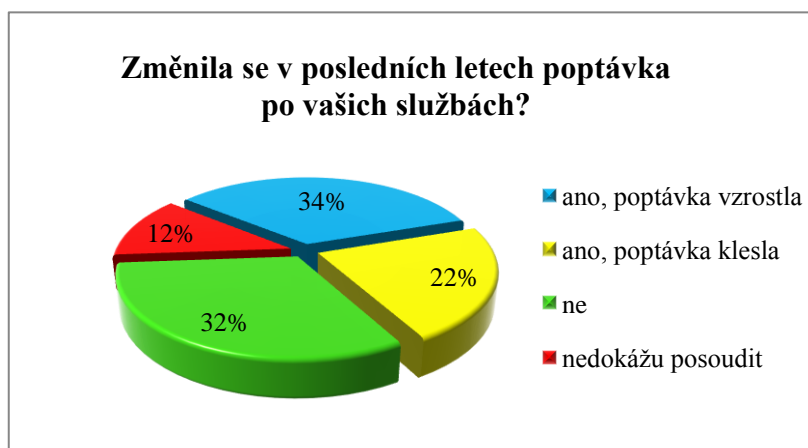
Graf 22: Pravidelně či nepravidelně přijíždějící hosté



Zdroj: vlastní šetření

Otázka č. 18 zjišťovala, zda došlo v posledních letech ke změně v poptávce po službách respondentů. Dle grafu 23 poptávka vzrostla u 34 % respondentů, u 32 % ke změně nedošlo, u 22 % poptávka klesla a 12 % respondentů nedokázalo tuto otázku posoudit.

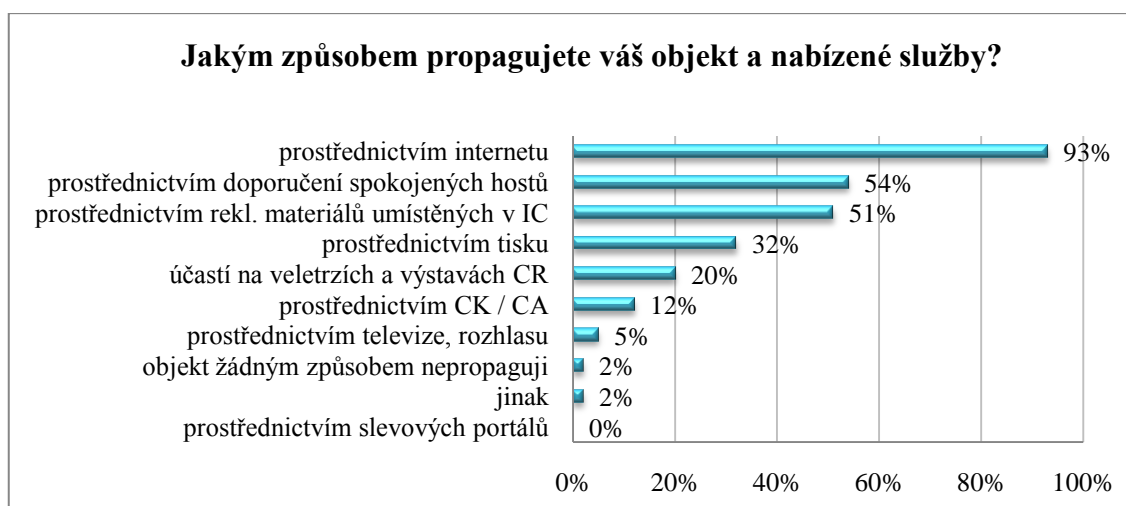
Graf 23: Změna poptávky po službách respondentů



Zdroj: vlastní šetření

Na způsob propagace objektu byli respondenti dotazováni v otázce č. 19, přičemž zde bylo možné vybrat více možností. Z grafu 24 vyplývá, že prostřednictvím internetu propaguje svůj objekt a služby 93 % respondentů. Přibližně polovina respondentů pak využívá doporučení spokojených hostů (54 %) a také reklamní materiály umístěné v informačních centrech (51 %). Tisk využívá 32 % respondentů a účast na veletrzích a výstavách cestovního ruchu 20 % respondentů.

Graf 24: Způsob propagace objektů a nabízených služeb



Zdroj: vlastní šetření

Zda respondenti provozují vlastní webové stránky (popř. zda si zde mohou návštěvníci služby zarezervovat) a zda mají vytvořený profil objektu na sociálních sítích, zjišťovaly otázky č. 20 a 21. Graf 25 zobrazuje, že 34 % respondentů provozuje webové stránky, na kterých si návštěvníci mohou služby zároveň také zarezervovat.

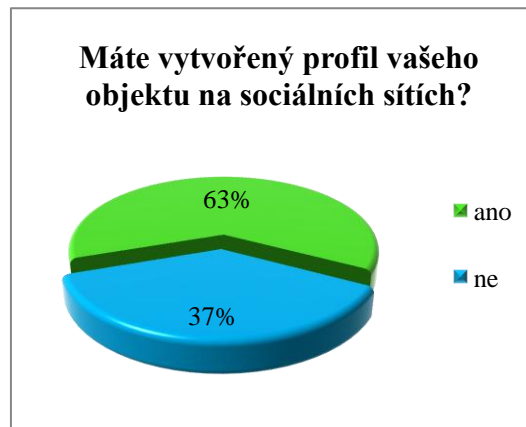
59 % respondentů pak webové stránky provozuje bez možnosti rezervace služeb. Pouze 7 % respondentů webové stránky neprovozuje. Profil objektu má dle grafu 26 vytvořeno 63 % respondentů.

Graf 25: Provoz webových stránek



Zdroj: vlastní šetření

Graf 26: Profil objektu na sociálních sítích



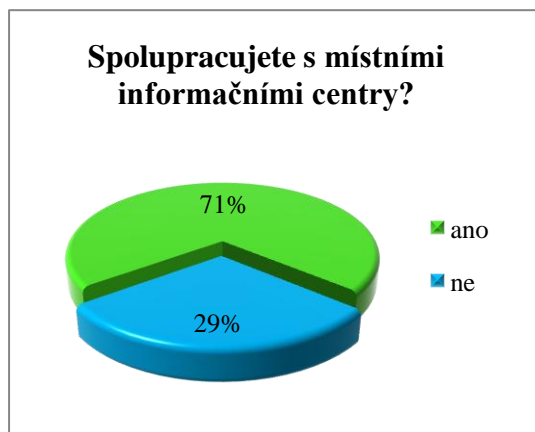
Zdroj: vlastní šetření

Otázky č. 22 a 23 zjišťovaly, zda a jakým způsobem respondenti spolupracují s místními informačními centry či s podobnými objekty. Graf 27 zobrazuje, že s místními IC spolupracuje 71 % respondentů. Nejčastěji se jedná o dodávání letáčků do těchto IC, popř. elektronické zasilání informací, které pak IC vyvěsí na svých webových stránkách či Facebooku. Dva z respondentů také uvedli, že IC poskytují návštěvníkům informace o daném objektu či tyto informace zveřejňují ve svých propagačních materiálech, a to za pravidelný poplatek. Respondenti, kteří s IC nespolečně pracují, jako argument uváděli např. nezájem ze stran IC, velké množství dalších objektů v místě, které nabízejí stejné služby či „zbytečnost“ této spolupráce ve smyslu „kdo chce, ten si nás najde“.

Jak zobrazuje graf 28, s podobnými objekty spolupracuje 54 % respondentů. Nejčastěji zmiňovaná forma spolupráce spočívá ve vzájemné propagaci a vzájemném nabízení služeb (např. ubytovací služby, vyjížďky na koních, prodej domácích výrobků hostům či jejich dodávání do kuchyně ubytovacího zařízení...). 6 respondentů také uvedlo vzájemné „přeposílání“ si hostů například v případě obsazení ubytovací kapacity či v případě, že hosté požadují služby, které daný provozovatel nenabízí. Zmíněna byla také tvorba turistických balíčků či spolupráce na určitých projektech. Nejčastěji uváděným důvodem nespolečně práce respondentů s podobnými objekty je nepřítomnost těchto objektů v daném místě a dále pak nezájem či neochota ze strany ostatních

objektů, kterými jsou často považovány pouze za konkurenci. Několikrát zmíněn byl také nezájem samotných respondentů o takovou spolupráci, která dle nich není potřeba či by mohla vést k „přetahování“ o tytéž klienty.

Graf 27: Spolupráce s místními IC



Zdroj: vlastní šetření

Graf 28: Spolupráce s podobnými objekty



Zdroj: vlastní šetření

- Financování a názor na rozvoj venkovského CR (otázka č. 24–27)

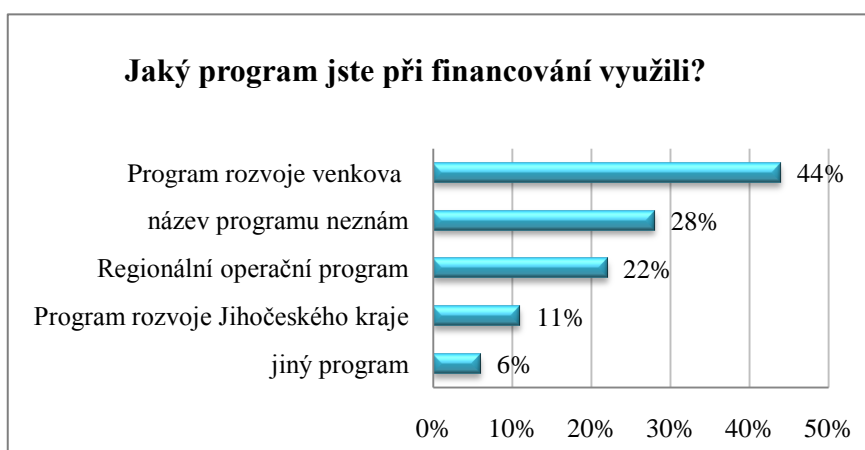
Zda respondenti použili k financování při zakládání či rozšiřování jejich činnosti veřejné zdroje, zjišťovala otázka č. 24. Z grafu 29 a 30 vyplývá, že tyto zdroje využilo 44 % respondentů. Při výběru konkrétního programu pak mohli tito respondenti u otázky č. 25 vybrat i více možností. Program rozvoje venkova při financování využilo 44 % respondentů, 28 % těchto respondentů název programu nezná, 22 % z nich využilo Regionální operační program a 11 % Program rozvoje Jihočeského kraje. 1 respondent (6 %) pak zvolil možnost „jiný program“, přičemž se konkrétně jednalo o grant Jihočeského kraje.

Graf 29: Financování z veřejných zdrojů



Zdroj: vlastní šetření

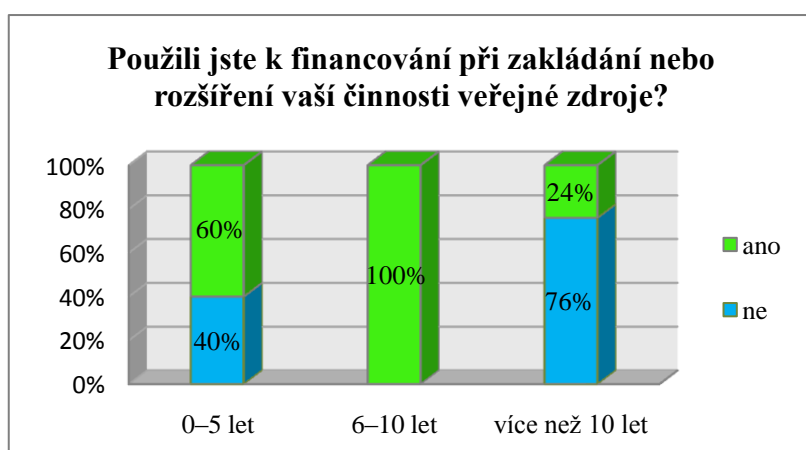
Graf 30: Program využitý k financování z veřejných zdrojů



Zdroj: vlastní šetření

Využití veřejných zdrojů při financování dle doby, po kterou jsou objekty v provozu, zobrazuje graf 31, ze kterého vyplývá, že nejvíce využili veřejné zdroje respondenti, kteří objekt provozují 6–10 let (100 % z nich). Naopak z respondentů provozujících objekt více než 10 let využilo veřejné zdroje jen 24 %. Právě neexistence možnosti financování z veřejných zdrojů v dřívějších letech bylo jedním z častých uváděných důvodů, proč respondenti tyto zdroje nevyužili. Dalším hojně uváděným důvodem byla náročnost a komplikace při procesu získávání těchto zdrojů (přílišná náročnost vypracování žádostí, zdlouhavý proces, málo informací, korupce, nespolupráce obce). Třemi respondenty byl zmíněn také neúspěch při žádosti či absence vhodného dotačního titulu.

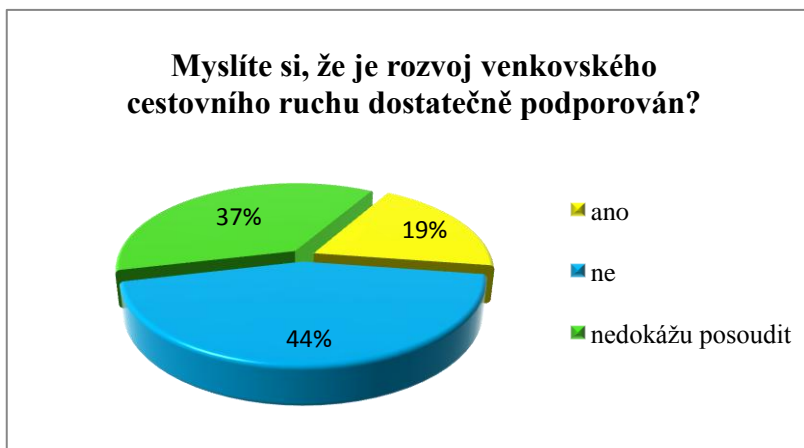
Graf 31: Využití veřejných zdrojů při financování dle doby provozu objektů



Zdroj: vlastní šetření

Na otázku č. 26, zda si respondenti myslí, že je rozvoj venkovského CR dostatečně podporován, kladně odpovědělo 19 % z nich (viz graf 32). 37 % respondentů nedokázalo otázku posoudit a 44 % z nich si myslí, že v této oblasti dostatečná podpora není.

Graf 32: Náзор provozovatelů na podporu rozvoje venkovského cestovního ruchu



Zdroj: vlastní šetření

Na poslední otázku č. 27, jak by respondenti rozšířili možnosti venkovské turistiky, bylo odpovězeno mnoha způsoby. Zmiňována byla větší propagace a cílená podpora venkovského prostředí, snazší možnost získání finanční podpory z veřejných zdrojů, lepší dopravní obslužnost, lepší infrastruktura v návaznosti na venkovský cestovní ruch, certifikace ubytování v soukromí, větší zájem místních obecních úřadů o podporu této oblasti, lepší využití JCCR v určitých oblastech, „vstřícnější“ právní předpisy vztahující se k podnikání ve venkovské turistice, větší spolupráce s místními podnikateli v této oblasti a podobně.

6 ZHODNOCENÍ

6.1 Zhodnocení venkovského cestovního ruchu v regionu jižní Čechy

Na základě dosud uvedeného lze říci, že region jižní Čechy je „typicky“ venkovská oblast s rozmanitým přírodním a kulturním potenciálem pro rozvoj venkovského cestovního ruchu. Z dotazníkového šetření vyplývá, že turisté se o venkovský cestovní ruch v regionu zajímají, přičemž z jednotlivých venkovských aktivit převažuje zájem o cykloturistiku a pěší turistiku. Rozvoji venkovského cestovního ruchu v regionu napomáhají místní informační centra, která dle výsledků dotazníkového šetření o této formě cestovního ruchu informují turisty například prostřednictvím informačních materiálů (97 % dotázaných IC). Velmi důležitá je také spolupráce IC s jednotlivými objekty venkovského CR v regionu, která dle získaných výsledků probíhá u 81 % dotázaných IC. Na základě této spolupráce pak IC poskytují turistům informace, letáčky a další propagační materiály, které obdrží přímo od konkrétních provozovatelů objektů venkovského CR.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že téměř $\frac{3}{4}$ dotazovaných objektů venkovského CR se nachází v obcích s méně než 500 obyvateli a u nadpoloviční většiny z nich se jedná o zavedené objekty, které jsou v provozu déle než 10 let. Nadpoloviční většina objektů je v provozu celoročně, čtvrtina pak jen v letní sezoně. Hlavní činností je tento druh podnikání jen pro třetinu provozovatelů.

Co se týče nabízených služeb, ubytovat se návštěvníci mohou u 83 % dotazovaných objektů, přičemž zde převládá nabídka ubytování v penzionech. Necelá polovina objektů zaznamenává průměrnou obsazenost v rozmezí 25–50%, u čtvrtiny je menší než 25 % a u pětiny je v rozmezí 51–75 %. Délka pobytu hostů je různorodá, mírně však převažují víkendové pobyty. Stravování pak hostům nabízí 50 % objektů, a to především formou snídaní.

Více než třetina respondentů hostům nabízí také produkty vlastní výroby, přičemž největší zájem mají hosté o maso, dále pak o sýry, mléko či ovoce a zeleninu. U poloviny respondentů si hosté mohou vypůjčit sportovní vybavení a více než

polovina respondentů nabízí také služby přizpůsobené hostům s pohybovým handicapem.

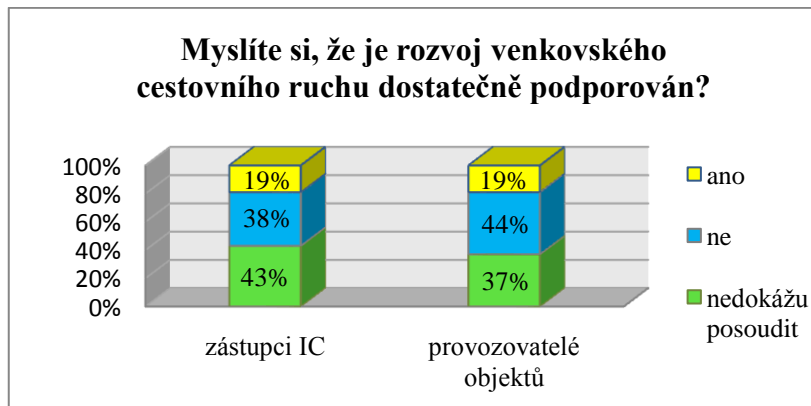
Většina hostů přijíždí do dotazovaných objektů v období letních prázdnin, přičemž u nadpoloviční většiny z nich tvoří hlavní skupinu hostů rodiny s dětmi. Ze ¾ se jedná o nepravidelné hosty. Zahraniční hosté (nejčastěji z Německa) pravidelně přijíždí do poloviny dotazovaných objektů. Co se týče poptávky po nabízených službách venkovského CR, dle třetiny respondentů poptávka v posledních letech vzrostla, dle třetiny zůstala stejná a dle pětiny došlo k poklesu.

V rámci propagace nabízených služeb jednoznačně převládá propagace prostřednictvím internetu, kterou používá 93 % respondentů – ti také zároveň provozují vlastní webové stránky. Profil na sociálních sítích má pak vytvořena nadpoloviční většina z nich (63 %).

Již zmiňovanou spolupráci mezi IC a objekty venkovského CR potvrdily téměř ¾ respondentů, s podobnými zařízeními pak spolupracuje polovina z nich. Co se týče financování z veřejných zdrojů, tuto možnost využila necelá polovina respondentů (44 %), přičemž necelá polovina těchto respondentů využila Program rozvoje venkova.

Obě skupiny respondentů byly také tázány na názor ohledně podpory rozvoje venkovského CR. Srovnání jejich odpovědí zobrazuje graf 33, ze kterého vyplývá, že obě skupiny respondentů odpovídaly podobným způsobem. O dostatečné podpoře venkovského CR je přesvědčeno 19 % respondentů jak z řad zástupců IC, tak z řad provozovatelů objektů. Opačného názoru je 38 % zástupců IC a 44 % provozovatelů objektů. Zbývající respondenti pak tuto otázku nedokázali posoudit.

Graf 33: Srovnání názoru respondentů na podporu rozvoje venkovského CR



Zdroj: vlastní šetření

Rozvoj venkovského cestovního ruchu a venkovských aktivit je podporován také současnými programovými dokumenty zabývajícími se rozvojem cestovního ruchu v Jihočeském kraji. Program rozvoje Jihočeského kraje 2014–2020 se v rámci páté prioritní osy (PO 5 – Využití potenciálu přírodního, kulturního a historického dědictví pro rozvoj cestovního ruchu) zaměřuje například na podporu rozvoje a zkvalitňování turistických a cyklistických stezek a tras, na podporu rozvoje environmentálně citlivých forem turistiky v přírodně cenných lokalitách regionu, na ochranu a podporu vyhlásování nových vesnických památkových zón, na podporu rozvoje muzeí (včetně muzeí lidové architektury) ve venkovských oblastech, na podporu rozvoje regionální gastronomie a tradičních řemesel a podobně. Na dotační programy vztahující se k této PO 5 je pak pro rok 2016 alokována částka ve výši 26 milionů korun.

Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2015–2020 se venkovskému CR věnuje v rámci strategického cíle 2: Vytváření produktů cestovního ruchu s využitím potenciálu celého území regionu, současných moderních trendů a s akcentem na šetrné formy cestovního ruchu. Konkrétně rozvoj produktu „venkovská turistika“ je obsahem operačního cíle 5, mezi jehož hlavní aktivity patří regionální produkty, agroturistika a BIO farmy, hipoturistika a přírodní atraktivity.

6.2 Zhodnocení hypotéz

Hypotéza č. 1: Návštěvníci IC se v rámci venkovských aktivit nejvíce zajímají o cykloturistiku a pěší turistiku.

Hypotézu č. 1 lze potvrdit na základě provedeného dotazníkového šetření zaměřeného na zástupce IC – konkrétně na základě výsledků otázky č. 2, která zjišťovala, o jaké venkovské aktivity se návštěvníci IC nejčastěji zajímají (respondenti zde mohli zvolit více těchto aktivit). Cykloturistiku označilo 100 % respondentů a pěší turistiku označilo 78 % z nich. Dále pak následovala jízda na koni, rybolov a další aktivity, které však již vybralo méně než 50 % respondentů.

Hypotéza č. 2: Poskytování služeb venkovského cestovního ruchu je hlavní činností a tedy hlavním zdrojem příjmů pro méně než polovinu respondentů.

Hypotézu č. 2 lze rovněž potvrdit, a to na základě provedeného dotazníkového šetření zaměřeného na provozovatele objektů venkovského CR – konkrétně na základě

výsledků otázky č. 4, ze které vyplývá, že venkovský CR je hlavní činností a hlavním zdrojem příjmů pro 34 % respondentů, tedy méně než polovinu z nich.

Hypotéza č. 3: Dle nadpoloviční většiny respondentů jsou nejčastěji příjíždějícími hosty rodiny s dětmi.

Potvrzena byla také hypotéza č. 3, a to na základě výsledků otázky č. 16, ze které vyplývá, že dle nadpoloviční většiny dotazovaných provozovatelů – 61 %, jsou nejčastěji příjíždějícími hosty právě rodiny s dětmi.

Hypotéza č. 4: Vlastní webové stránky provozují alespoň ¾ respondentů.

Hypotézu č. 4 lze rovněž potvrdit. Výsledky otázky č. 21 potvrdily, že vlastní webové stránky provozují alespoň ¾ respondentů – konkrétně dokonce 93 % z nich.

Hypotéza č. 5: Veřejné zdroje využila k financování při zakládání nebo rozšíření činnosti méně než třetina respondentů.

Hypotéza č. 5 jako jediná potvrzena nebyla. Z výsledků otázky č. 24 vyplývá, že veřejné zdroje využilo k financování při zakládání či rozšíření činnosti 44 % dotazovaných provozovatelů objektů venkovského CR, tedy více než třetina těchto respondentů. Hypotéza č. 5 byla tedy tímto vyvrácena.

7 NAVRŽENÁ DOPORUČENÍ

Na základě zjištěných poznatků z praktické části práce, a to především na základě výsledků z provedených dotazníkových šetření, bylo navrženo několik doporučení majících za cíl zkvalitnění nabídky a zlepšení propagace venkovského cestovního ruchu v regionu jižní Čechy.

Za účelem realizace dotazníkového šetření bylo nutné zmapovat zařízení, která se zabývají venkovským cestovním ruchem v řešeném regionu. Již v úvodu se však vyskytl problém v podobě neexistence kompletního či alespoň širšího přehledu podnikatelů v této oblasti. Jako nejpřínosnější se jevil turistický portál „Prázdniny na venkově“ (www.prazdninynavenkove.cz), který vznikl v roce 2012 v rámci stejnojmenného projektu zajišťovaného Svazem venkovské turistiky. I přesto však zde návštěvníci aktuálně naleznou seznam pouhých 31 podnikatelů zabývajících se venkovským cestovním ruchem v regionu jižní Čechy (celkový počet zapojených subjektů se pohybuje kolem 650).

Přínosem jak pro podnikatele, tak pro zájemce o venkovský CR, by tak mohla být větší koncentrace nabídky této formy cestovního ruchu na jednom místě, a to například právě na tomto webovém portále, jehož návštěvnost v roce 2014 dosáhla téměř 50 000 návštěvníků (36% nárůst oproti roku 2013). Ti zde mohou vybírat objekty venkovského CR například dle regionu, typu ubytování, certifikace či zážitků. Podnikatelé pak za jednorázový vstupní a pravidelný roční poplatek (ve výši 300 Kč a 600 Kč) získají možnost propagace svých služeb na tomto portále, možnost propagace na veletrzích a výstavách CR, možnost propagace v celostátních sdělovacích prostředcích, možnost zapojit se do festivalu Prázdniny na venkově a podobně. V dubnu 2014 byla pro ubytovatele zavedena také nová sekce „Last minute“.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že ubytovací služby nabízí návštěvníkům převážná většina dotazovaných provozovatelů. Jelikož hlavní skupinu návštěvníků představují rodiny s dětmi, kvalita těchto služeb bude určitě jedním z nejdůležitějších kritérií jejich výběru. Deklarací této kvality je bezpochyby certifikace ubytovacího zařízení, která by se tak mohla stát i konkurenční výhodou. Provozovatelé nabízející ubytování ve větších penzionech by mohli využít oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení ČR „Hotelstars.eu“, provozovatelé nabízející ubytování v soukromí, chatách a chalupách, apartmánech či menších kempech a penzionech pak

mohou využít například certifikaci „Ubytování v soukromí“, kterou uděluje Svaz venkovské turistiky. Takováto certifikace by mohla napomoci především dotazovaným provozovatelům nabízejícím ubytování v soukromí či na chatě a chalupě, jejichž průměrná obsazenost je dle výsledků dotazníkového šetření nejnižší.

Z dotazníkového šetření dále vyplývá, že možnost stravování nabízí pouze polovina dotazovaných poskytovatelů ubytovacích služeb. Ostatním provozovatelům bych proto doporučila zvážení nabídky stravování například alespoň formou snídaní, a to obzvláště v případě ubytování na farmách a statcích, kde by bylo možné zařadit do nabídky také produkty vlastní výroby. Ochutnání a stravování se z čerstvého mléka, domácího pečiva, vajíček, sýru, masa, ovoce, zeleniny a podobně by pro většinu návštěvníků bylo v dnešní době jistě nevšedním zážitkem a mnoho z nich by pak mohlo uvítat i možnost zakoupení a přivezení si těchto produktů také domů.

Možnost zapůjčení sportovního vybavení nabízí polovina respondentů. Jak již bylo několikrát zmíněno, nejvyhledávanější aktivitou návštěvníků Jihočeského kraje je cykloturistika a bylo by tedy vhodné rozšířit alespoň nabídku zapůjčení jízdních kol. To by jistě uvítali především návštěvníci, kteří nemají možnost přivést si kola s sebou či je nevlastní vůbec. Tímto by tak i tito návštěvníci mohli poznat širší okolí (a to bez použití automobilu), což by mimo jiné mohlo přispět také k prodloužení délky jejich pobytu.

Dle většiny respondentů přijíždí nejvíce hostů v období letních prázdnin. V tomto období se pravděpodobně nejčastěji jedná o cílovou skupinu rodin s dětmi, které by tedy bylo potřeba nabízené služby a pořádané akce přizpůsobit. Mimo letní sezonu by však bylo vhodné přilákat i jiné skupiny návštěvníků, jako jsou například senioři, kteří vyhledávají spíše klidnější prostředí, s dostatkem pohodlí a službami navíc, přičemž významnou konkurenční výhodou zde může být bezbariérový přístup objektů. Mladé lidi pak lze přilákat na možnost sportovního a společenského vyžití, zaujmout je tedy může objekt se sportovním zázemím a možnostmi vypůjčení sportovního vybavení, pořádání večerních zábav a podobně.

Z dotazníkového šetření vyplývá, že zahraniční hosté pravidelně přijíždí k polovině dotazovaných provozovatelů objektů venkovského CR, přičemž informační materiály v několika jazykových mutacích nabízí méně než polovina dotazovaných IC (38 %). Vhodné by tedy zajisté bylo rozšíření nabídky informačních materiálů propagujících venkovský CR ve více jazykových mutacích, a to zejména v němčině

a angličtině. To je úkolem jednak pro daná IC, kterými jsou některé tyto materiály sestavovány a jednak pro samotné provozovatele objektů, kteří své propagační materiály do IC dodávají. S tím pak samozřejmě souvisí také potřebná vybavenost cizími jazyky, což se opět týká jak zástupců IC, tak především samotných provozovatelů objektů.

Jelikož pravidelní hosté přijíždí k necelé třetině respondentů, řada z nich by jistě uvítala, kdyby se jejich hosté vraceli ve větší míře. Řešením by mohlo být například poskytování slev pravidelným klientům, vstřícnost a plnění individuálních požadavků hostů či nabídka ojedinělých zážitků, které hosty přimějí dané místo znovu navštívit. Jednat se může například o již zmiňované stravování se a prodej produktů domácí výroby, možnost zapojit se do domácích prací spojených s krmením a péčí o chovaná zvířata, sklizní úrody, výrobou domácích výrobků, ukázky starých řemesel, projížďky na koních, jízdu na čtyřkolkách či jízdu traktorem a podobně. Samozřejmě by měl být ochotný personál a celkově příjemné „rodinné“ prostředí, do kterého se hosté budou rádi vracet.

Co se týče propagace dotazovaných objektů venkovského CR, webové stránky provozují kromě tří všichni respondenti. Profil na sociálních sítích má vytvořena nadpoloviční většina z nich. Provozovatelům, kteří profil vytvořen nemají, bych tedy doporučila jeho založení (např. na Facebooku), neboť touto cestou mohou oslovit velké množství potenciálních návštěvníků, a to bez nutnosti placení jakýchkoliv poplatků. V kontaktu zde také mohou být s hosty, kteří již objekt navštívili a neustále je tak mohou informovat o plánovaných akcích a novinkách. Tito hosté pak zde mohou zveřejňovat své fotky či zážitky z pobytu, mohou přilákat další přátele a známé ke sledování profilu daných provozovatelů, což může vést k celkovému zvýšení poptávky po jejich službách.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že většina dotazovaných IC (81 %) spolupracuje s objekty venkovského CR, z dotazovaných provozovatelů pak spolupráci s IC potvrdily necelé $\frac{3}{4}$ z nich (71 %). S podobnými objekty pak spolupracuje jen polovina (54 %) dotazovaných provozovatelů. Rozšíření obou těchto forem spolupráce lze jen doporučit. Návštěvníci IC často nemají přesně naplánovaný svůj program a vhodně podané informace o objektech venkovského CR a jimi pořádaných akcí tak mohou těmto návštěvníkům napomoci v rozhodování a přimět je navštívit právě daný objekt.

Velmi přínosné by také bylo, kdyby se provozovatelé venkovského CR přestali vnímat jen jako konkurenti. Pro mnoho z nich by jistě bylo přínosem poskytovat svým hostům vzájemné služby, které by sami svým hostům poskytnout nemohli. Spolupracovat by mohli jak při propagaci svých služeb, tvorbě produktových balíčků, tak při podílení se na vzniklých nákladech. Provozovatelé poskytující hostům ubytovací a stravovací služby by například mohli spolupracovat s místní farmou, kam by posílali své hosty na prohlídku domácí zoo, na ochutnávku a zakoupení produktů domácí výroby, projížďku traktorem atd. a tito provozovatelé farmy by pak ubytovacím a stravovacím objektům naopak mohli dodávat domácí produkty a podobně. Zapojen by mohl být také blízký ranč, který by hostům nabízel možnost projížďky na koních či jiné ubytovací zařízení nabízející hostům například možnost vypůjčení jízdních kol, lodí a podobně. Pro hosty by se tak stal pobyt rázem pestřejším, výrazně by se jim rozšířila nabídka možných aktivit, což by mohlo vést jak k jejich větší spokojenosti, většímu množství prožitých zážitků, většímu šíření doporučení objektů mezi přáteli a známými (tzv. word of mouth), prodloužení délky jejich pobytu, tak také k větší pravděpodobnosti jejich opakované návštěvy těchto spolupracujících objektů.

K rozvoji podnikání v oblasti venkovského CR by jistě také přispěla nižší administrativní náročnost a zkrácení procesu při žádání o financování z veřejných zdrojů, kterou zmiňovalo velké množství dotazovaných provozovatelů. Odstraněn by měl být také několikrát zmiňovaný problém související s nedostatečným či zmatečným poskytováním souvisejících informací příslušnými úředníky, což několik dotazovaných provozovatelů od podání žádosti úplně odradilo.

Pouze 19 % respondentů jak z řad zástupců IC, tak z řad provozovatelů souhlasilo s tvrzením, že je rozvoj venkovského CR dostatečně podporován a většina z nich uváděla potřebu větší či cílenější propagace této formy CR. Koordinací cestovního ruchu v Jihočeském kraji se zabývá především Jihočeská centrála cestovního ruchu, která by tedy této formě CR měla také věnovat větší pozornost, a to například při tvorbě produktů CR, tvorbě propagačních materiálů, realizaci projektů zaměřených na rozvoj CR v regionu, spolupráci s podnikateli v oblasti CR, prezentaci regionu na výstavách a veletrzích CR či při provozu informačního systému cestovního ruchu Jihočeského kraje (www.jiznicechy.cz), kde sice odkaz na aktivity související s venkovskou turistikou v regionu nalezneme, ale po jeho rozkliknutí se nám zobrazí nabídka pouhých 5 provozovatelů této formy CR.

8 ZÁVĚR

Hlavní cíl této diplomové práce s názvem Venkovský cestovní ruch v regionu jižní Čechy spočíval ve zhodnocení nabídky venkovského cestovního ruchu v řešeném území a v následném vytvoření návrhu možností a doporučení pro další rozvoj venkovského cestovního ruchu v dané oblasti.

Za účelem naplnění tohoto cíle bylo provedeno a následně vyhodnoceno dotazníkové šetření zaměřené jednak na zástupce turistických a informačních center působících v regionu jižní Čechy a jednak na provozovatele objektů venkovského CR v tomto regionu. V rámci tohoto šetření byly získávány informace ohledně využívání služeb turistických a informačních center v oblasti venkovského CR, a to jak ze strany návštěvníků, tak ze strany podnikatelů působících v této oblasti. Od dotazovaných provozovatelů objektů venkovského CR pak byly zjišťovány informace týkající se například nabídky ubytovacích a dalších nabízených služeb, informace o příjíždějících hostech, propagaci a spolupráci těchto objektů a také informace týkající se využívání veřejných zdrojů při financování.

Z výsledků provedeného dotazníkového šetření mimo jiné vyplývá, že turisté navštěvující jižní Čechy se o venkovský CR zajímají a jeho rozvoji napomáhají také místní informační centra, jejichž zástupci jsou ve většině případů schopni poskytnout návštěvníkům příslušné informace vztahující se k této formě cestovního ruchu. Od dotazovaných provozovatelů venkovského CR bylo například zjištěno, že ubytovací služby nabízí návštěvníkům většina z nich, možnost stravování už však nabízí jen polovina těchto provozovatelů. Hlavní činností a tedy hlavním zdrojem příjmů je tento druh podnikání jen pro třetinu respondentů. Většina hostů přijíždí v období letních prázdnin, hlavní skupinu hostů tvoří rodiny s dětmi a v převážné většině případů jde o hosty nepravidelné. V rámci propagace nabízených služeb jednoznačně převládá propagace prostřednictvím internetu. S informačními centry spolupracuje většina dotazovaných provozovatelů, spolupráci s podobnými objekty však potvrdila jen polovina z nich. Co se týče financování z veřejných zdrojů, tuto možnost využila necelá polovina respondentů.

Na základě vyhodnocení dotazníkového šetření bylo navrženo několik doporučení majících za cíl zkvalitnění nabídky a zlepšení propagace venkovského cestovního ruchu v regionu jižní Čechy. Tato doporučení se týkala například větší

koncentrace nabídky venkovského CR na jednom místě, certifikace ubytovacích zařízení, rozšíření nabídky stravovacích služeb zahrnujících také produkty vlastní výroby, větší množství cizojazyčných informačních materiálů, zintenzivnění spolupráce s podobnými objekty zabývajícími se venkovským CR, nižší administrativní náročnosti a vyšší informovanosti úředníků při žádání o financování z veřejných zdrojů, větší podpory a propagace ze strany Jihočeské centrály cestovního ruchu a další.

Mezi dílčí cíle práce pak patřilo provedení geografického vymezení a bližší charakteristika řešeného regionu, provedení analýzy vybraných programových dokumentů týkajících se cestovního ruchu, zpracování SWOT analýzy se zaměřením na cestovní ruch v regionu jižní Čechy a její ohodnocení.

Za účelem naplnění těchto dílčích cílů byla prostudována řada materiálů a dat vztahujících se k regionu jižní Čechy, přičemž hlavní pozornost byla věnována oblasti cestovního ruchu, a to především oblasti venkovského cestovního ruchu. V souvislosti s tím byly prostudovány také dva vybrané programové dokumenty – konkrétně Program rozvoje Jihočeského kraje 2014–2020 a Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2015–2020. Na základě takto získaných informací byla zpracována a následně ohodnocena SWOT analýza cestovního ruchu v regionu jižní Čechy.

Z provedené SWOT analýzy a jejího ohodnocení vyplývá, že mezi nejsilnější stránky CR v regionu jižní Čechy patří přírodní bohatství, kulturní a historické dědictví či jedna z nejrozvinutějších sítí značených turistických a cyklistických stezek v ČR. Nejslabšími stránkami jsou nedostatečně rozvinutá dopravní infrastruktura a infrastruktura CR, nedostatečná spolupráce mezi jednotlivými zainteresovanými subjekty či nižší kvalita služeb CR v porovnání se sousedními státy. Mezi největší příležitosti lze zařadit tvorbu nových a inovaci stávajících produktů CR, spolupráci s okolními kraji a přeshraniční spolupráci s Německem a Rakouskem či zkvalitňování služeb CR. Ohrožení pak představuje především stagnace nabízených služeb a produktů CR či nedostatečná ochrana přírodních zdrojů, historického a kulturního dědictví.

Ze získaných výsledků SWOT analýzy vyplývá, že pro region jižní Čechy je v oblasti cestovního ruchu nejvhodnější strategie Konfrontace. Region je tedy dostatečně silný na přímou konfrontaci s ohroženími v oblasti cestovního ruchu a měl by tak využít svých silných stránek k jejich odvrácení.

V rámci této diplomové práce bylo stanoveno pět hypotéz, z nichž čtyři byly potvrzeny a jedna vyvrácena:

Hypotéza č. 1 (Návštěvníci IC se v rámci venkovských aktivit nejvíce zajímají o cykloturistiku a pěší turistiku.) byla potvrzena. Cykloturistiku označilo za venkovskou aktivitu, o níž se návštěvníci IC nejvíce zajímají, 100 % dotazovaných zástupců IC, pěší turistiku 78 % z nich. Dále pak následovala jízda na koni, rybolov a další aktivity, které však již vybralo méně než 50 % respondentů.

Hypotéza č. 2 (Poskytování služeb venkovského cestovního ruchu je hlavní činností a tedy hlavním zdrojem příjmů pro méně než polovinu respondentů.) byla potvrzena. Z výsledků provedeného dotazníkového šetření zaměřeného na provozovatele objektů venkovského CR vyplývá, že venkovský CR je hlavní činností a hlavním zdrojem příjmů pro 34 % respondentů, tedy méně než polovinu z nich.

Hypotéza č. 3 (Dle nadpoloviční většiny respondentů jsou nejčastěji příjíždějícími hosty rodiny s dětmi.) byla potvrzena. Dle 61 % dotazovaných provozovatelů objektů venkovského CR jsou nejčastěji příjíždějícími hosty právě rodiny s dětmi.

Hypotéza č. 4 (Vlastní webové stránky provozují alespoň $\frac{3}{4}$ respondentů.) byla potvrzena. Výsledky dotazníkového šetření potvrdily, že vlastní webové stránky provozují alespoň $\frac{3}{4}$ respondentů – konkrétně dokonce 93 % z nich.

Hypotéza č. 5 (Veřejné zdroje využila k financování při zakládání nebo rozšíření činnosti méně než třetina respondentů.) byla jako jediná vyvrácena. Z výsledků dotazníkového šetření totiž vyplývá, že veřejné zdroje využilo k financování při zakládání či rozšiřování činnosti 44 % dotazovaných provozovatelů objektů venkovského CR, tedy více než třetina těchto respondentů.

Závěrem lze říci, že Jihočeský kraj patří mezi turisticky nejatraktivnější regiony České republiky a je „typicky“ venkovskou oblastí s rozmanitým přírodním a kulturním potenciálem pro rozvoj venkovského cestovního ruchu. Je však nutné si uvědomit, že nezáleží pouze na možném potenciálu rozvoje této formy cestovního ruchu v regionu, ale podstatné je především jeho skutečné využití příslušnými subjekty.

9 SUMMARY

The topic of this thesis is “Rural Tourism in South Bohemian Region”. The primary aim of the thesis is the evaluation of the rural tourism offer in South Bohemian Region and the submission of appropriate suggestions. The secondary aim is to describe South Bohemian Region, to analyse actual documents relating to the tourism in the region and to create and evaluate SWOT analysis of tourism in the region.

The thesis consists of two parts – theoretical and practical. The theoretical part deals with the basic terms and definitions related to the rural area, the tourism and the rural tourism. In the practical part, there is the description of South Bohemian Region that is focused on the area of tourism, especially on the rural tourism. This part includes the SWOT analysis of tourism in South Bohemian Region, its evaluation and the analysis of two documents dealing with tourism in the region – Regional Development Programme 2014–2020 and Regional Conception of Tourism Development 2015–2020. The practical part also includes the analysis of the results which were obtained from the questionnaires intended for the representatives of Tourist Information Centres and for the entrepreneurs in rural tourism located in South Bohemian Region. In the end of the practical part, the results of the analysis and questionnaires are evaluated and there are also mentioned some suggestions.

Based on the results of questionnaires, it was found out that tourists visiting South Bohemian Region are interested in rural tourism, especially in cycling and hiking. The development of local rural tourism is also supported by the representatives of Tourist Information Centres who are able to provide visitors with relevant information concerning this form of tourism. It was found out that the majority of surveyed entrepreneurs offer accommodation services but only half of them offer catering services. Tourists come mainly during the summer season and the majority of them are families with children.

As regards the promotion and cooperation, nearly all surveyed entrepreneurs promote their services through the internet. The majority of them cooperate with Tourist Information Centres in the region but only half of them cooperate with other entrepreneurs. Less than half of them used public funds.

Based on the results of the questionnaires, some recommendations were made. The main goal of these recommendations is to improve tourism services and promotion of rural tourism in South Bohemian Region. For this purpose, there should be higher concentration of rural tourism offer in one place (e.g. on website www.prazninynavenkove.cz), spread of the certification of accommodation facilities, spread of catering services, more information materials that are available in foreign languages, more intensified cooperation between surveyed entrepreneurs, an easier way to use public funds, and so on.

This thesis includes five hypotheses. Hypothesis no. 1 (Tourists are most interested in cycling and hiking.), hypothesis no. 2 (Less than half of respondents have rural tourism activity as the primary activity and the main source of income.), hypothesis no. 3 (According to the majority of respondents, the most frequent visitors are families with children.) and hypothesis no. 4 (At least $\frac{3}{4}$ of the respondents have their own websites.) were confirmed. Last hypothesis no. 5 (Less than one-third of respondents used public funds) was disproved because the public funds were used by 44% of respondents.

Keywords: rural area, rural tourism, regional development, South Bohemian Region, Tourist Information Centres, entrepreneurs, tourists

10 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Tištěné zdroje

1. Binek, J. a kol. (2007). *Venkovský prostor a jeho oživení*. Brno: Georgetown.
2. Binek, J. a kol. (2009). *Synergie ve venkovském prostoru. Aktéři a nástroje rozvoje venkova*. Brno: GaREP Publishing.
3. Binek, J. a kol. (2011a). *Synergie ve venkovském prostoru*. Brno: GaREP Publishing.
4. Binek, J. a kol. (2011b). *Synergie ve venkovském prostoru. Paradoxy rozvoje venkova. Kritické zhodnocení bariér, nástrojů a šancí rozvoje venkova*. Brno: GaREP Publishing.
5. Blažek, J., & Uhlíř, D. (2011). *Teorie regionálního rozvoje: nástin, kritika, implikace* (2nd ed.). Praha: Univerzita Karlova v Praze, Nakladatelství Karolinum.
6. Bojanic, D. (2011). Using a tourism importance – performance typology to investigate environmental sustainability on a global level. *Journal of Sustainable Tourism*, 19 (8), 989–1003.
7. Goeldner, Ch. R., & Ritchie, J. R. B. (2009). *Tourism: principles, practices, philosophies* (11th ed.). Hoboken: Wiley.
8. Hesková, M. a kol. (2011). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy* (2nd ed.). Praha: Fortuna.
9. Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing.
10. Hrabánková, M., & Hájek, T. (2002). *Management cestovního ruchu*. České Budějovice: ZF JU.
11. Chromý, P. (2003). *Jihočeský kraj*. Praha: Kartografie.
12. Janotka, K. (1999). *Venkovská turistika a agroturistika: specifické segmenty cestovního ruchu*. Pardubice: Střední odborná škola cestovního ruchu.
13. Karbulková, I. (2015). *Cestovní smlouvy podle nového Občanského zákoníku* (Diplomová práce). České Budějovice.
14. Kolektiv autorů. (2010). *Venkovská turistika*. Praha: ČZU.
15. Lacina, K. (2010). *Management a marketing cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola finanční a právní.

16. Macháček, J. a kol. (2012). *Venkov v rámci inovativních přístupů*. Praha: Alfa Nakladatelství.
17. Majerová, V. a kol. (2009). *Český venkov 2008: proměny venkova*. Praha: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta.
18. Maleki, M. R., Morandi, E., & Parsa, S. (2014). Rural tourism as a way to rural development. *International Journal of Academic Research*, 6 (4), 79–84.
19. Moravec, I., Novotný, R., Folbergerová, R. & Stříbrná, M. (2006). *Venkovská turistika: teoretická východiska a možnosti*. České Budějovice: Centrum pro komunitní práci.
20. Novacká, L. a kol. (2010). *Cestovní ruch, technika služeb, delegát a sprievodca*. Bratislava: Ekonóm.
21. Oriška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis.
22. Palatková, M. (2011). *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha: Grada.
23. Parmová, D., Dvořák, V., & Frková, I. (2013). *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Občanské sdružení Chance in nature – local action group.
24. Pásková, M., & Zelenka, J. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
25. Pělucha, M. (2012a). *Venkov na prahu 21. století: venkov a jeho rozvoj na přelomu milénia, územní dopady znalostní ekonomiky na venkov, souvislosti vztahů měst a venkova v globalizované ekonomice*. Praha: Alfa Nakladatelství.
26. Perlín, R., Kučerová, S., & Kučera, Z. (2010). Typologie venkovského prostoru Česka. *Geografie*, 115(2), 161–187.
27. Pilný, J. (2003). Venkovská turistika. In Hasman, M. (Ed.), *Cestovní ruch v České republice: problémy a možnosti jejich řešení*. Tábor: ZF JU.
28. Stříbrná, M. (2005). *Venkovská turistika a agroturistika*. Praha: Profi Press.
29. Šimková, E. (2013). *Sustainability in Tourism and Rural Areas: monograph*. Hradec Králové: Gaudemus.
30. Škodová Parmová, D. (2007). *Agroturistika*. České Budějovice: EF JU.
31. Škodová Parmová, D., & Parmová, D. (2003). *Provoz služeb v cestovním ruchu*. České Budějovice: ZF JU.

32. Závodová, L. S. (2010). Faktory rozvoje udržitelného cestovního ruchu. In Musil, M. (Ed.), *Udržitelný rozvoj cestovního ruchu (metody, postupy, přístupy, teoretické aspekty)*. Praha: Vysoká škola ekonomická.

Internetové zdroje

1. Agroturistika – Venkovská turistika. (2016). *Nabídka ubytování na statcích, farmách – na venkově*. Dostupné z: <http://www.agroturistika-venkovska-turistika.cz/>
2. BusinessInfo.cz. (2011). *Charakteristika Jihočeského kraje*. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/charakteristika-jihoceskeho-kraje-1914.html>
3. ČSÚ. (2010). *Charakteristika Jihočeského kraje*. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/7f004b13e1>
4. eagri.cz. (2011). *Místní akční skupiny*. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/venkov/mistni-akcni-skupiny/>
5. eagri.cz. (2015). *Program rozvoje venkova na období 2014–2020*. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/409446/Program_rozvoje_venkova_final.pdf
6. eceat.cz. (2008). *O ECEAT podrobně*. Dostupné z: <http://www.eceat.cz/>
7. Evropský region Dunaj-Vltava. (2016). *Evropský region*. Dostupné z: <http://www.evropskyregion.cz/cs/o-nas/evropsky-region.html>
8. Greenways.cz. (©1998–2016). *Greenways v ČR*. Dostupné z: <http://www.greenways.cz/Greenways-v-CR.aspx>
9. Heritage Trails. (2010). *Česká a moravská regionální gastronomie. Průvodce dobrými restauracemi*. Dostupné z: <http://www.stezky-dedictvi.cz/>
10. INCHEBA EXPO PRAHA. (2013). *Vyhlášení výsledků ankety „Kraj mého srdce 2012“*. Dostupné z: http://www.incheba.cz/common/images/inchebanews/9113/tz_kraj-meho-srdce.pdf
11. Jihočeská centrála cestovního ruchu. (2014). *Jih Čech je nejlepším místem v republice pro letní dovolenou a pěší turistiku. A zároveň i nejoblíbenějším regionem*. Dostupné z: <http://www.jccr.cz/?p=1273>
12. Jihočeská centrála cestovního ruchu. (2015). *Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2015–2020*. Dostupné z: http://www.jccr.cz/podklady/koncepce_rozvoje_cestovn%C3%ADho_ruchu_v_jiho%C4%8Desk%C3%A9m_kraji.pdf

13. Jihočeská centrála cestovního ruchu. (2016). *Informační centra*. Dostupné z: http://www.jccr.cz/?page_id=10
14. Jihočeský kraj. (2013). *Socioekonomický profil Jihočeského kraje*. Dostupné z: http://www.kraj-jihocesky.cz/1598/program_rozvoje_jihoceskeho_kraje_2014_8211_2020.htm
15. Jihočeský kraj. (2014). *Program rozvoje Jihočeského kraje 2014–2020*. Dostupné z: http://www.kraj-jihocesky.cz/1598/program_rozvoje_jihoceskeho_kraje_2014_8211_2020.htm
16. Jihočeský kraj. (2016). *Programové dotace Jihočeského kraje*. Dostupné z: http://www.kraj-jihocesky.cz/1154/programove_dotace_jihoceskeho_kraje.htm
17. Jižní Čechy. (© 2003–2009). *O kraji*. Dostupné z: <http://www.jiznicechy.cz/cs-CZ/jizni-cechy.html>
18. KAM po Česku. (2015). *III. ročník ankety Kraj mého srdce*. Dostupné z: http://www.kampocesku.cz/jpg/files/16264_Demograficke_rozlozeni.pdf
19. KAM po Česku. (2016). *Kraj mého srdce 2015*. Dostupné z: <http://www.kampocesku.cz/clanek/18304/kraj-meho-srdce>
20. kamsi.cz. (2016). *Ubytování v Čechách, na Moravě a ubytování na Slovensku*. Dostupné z: <http://kamsi.cz/>
21. Kašparová, L., Půček, M. a kol. (2009). *Kohezní politika: Osídlení v České republice. Partnerství měst a venkova*. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/d37fd154-a928-4a87-8446-289acc531344/kohezni-politika-cz-19022009.pdf?ext=.pdf>
22. Kolektiv autorů. (2007). *Venkovský cestovní ruch, jeho specifika a podmínky pro rozvoj*. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/e117ea61-1783-4982-a4fabf6e1220f318/GetFile4.pdf>
23. Koník. (2003). *Poslání, činnost a cíle organizace*. Dostupné z: http://konik.ecn.cz/cile_organizace.php
24. Matoušková, K. (2011a). Nová typologie městských a venkovských regionů NUTS 3 podle Evropské komise. *Obec a finance*, 16(1), 48–50. Dostupné z: <http://www.dvs.cz/clanek.asp?id=6485296>
25. Matoušková, K. (2011b). NUTS 3 a EDORA. K typologii městských a venkovských regionů. *Urbanismus a územní rozvoj*, 14(2), 5–10. Dostupné z: http://www.uur.cz/images/5-publikacni-cinnost-a-knihovna/casopis/2011/2011-02/02_nuts.pdf

26. Metodická podpora regionálního rozvoje. (2009). *Charakteristika jihočeského kraje*. Dostupné z: <http://www.regionalnirozvoj.cz/index.php/jihocesky-kraj.html>
27. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. (2012). *Informace o fondech*. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Informace-o-fondech-EU>
28. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. (2013). *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2010–2020*. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/dac4627c-c5d4-4344-8d38-f8de43cec24d/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na-obdobi-2014-2020.pdf?ext=.pdf>
29. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. (2015a). *Akční plán ke Koncepci státní politiky cestovního ruchu 2014–2020. Na období 2015–2016*. Dostupné z: <http://www.atur.cz/filemanager/files/203263-cs.pdf>
30. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. (2015b). *Rok 2016 - Podprogram Cestování dostupné všem*. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-%282010-201/Rok-2016-Podprogram-Cestovani-dostupne-vsem>
31. na farmu, na venkov! (2016). *Agroturistika – Statky – Ekofarmy*. Dostupné z: <http://www.nafarmu.cz/>
32. Perlín, R. (1998). *Venkov, typologie venkovského prostoru*. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/soubor/perlin-pdf.aspx>
33. Perlín, R. (2009). Vymezení venkovských obcí v Česku. *Obec a finance*, 14(2), 38–42. Dostupné z <http://denik.obce.cz/go/clanek.asp?id=6384068>
34. Prázdniny na venkově. (2015). Prázdniny na venkově začínají teď a tady. Dostupné z: <http://www.prazdninynavenkove.cz/>
35. RISKY.cz. (© 2012–2014). *Jihočeský kraj*. Dostupné z. <http://www.risky.cz/cs/krajske-ris/jihocesky-kraj>
36. Svaz venkovské turistiky. (2012). *O svazu*. Dostupné z: <http://www.svazvt.cz/doc/5/>
37. Svobodová, H., & Věžník, A. (2014). *Úvod do geografie venkova*. Dostupné z: https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/pedf/js14/g_venkov/web/skripta/geografie-venkova-skripta.pdf
38. Vystoupil J., Kunc, J., Šauer, M., & Tonev, P. (2010). Vývoj cestovního ruchu v ČR a jeho prostorové organizace v letech 1990-2009. *Urbanismus a územní rozvoj*, 8(5), 93–108. Dostupné z http://www.uur.cz/images/5-publikacni-cinnost-a-knihovna/casopis/2010/2010-05/12_vyvoj%20cestovniho.pdf

39. Vystoupil, J., Holešinská, A., Kunc, J., & Šauer, M. (2007). *Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR*. Dostupné z: <http://is.muni.cz/do/1456/soubory/katedry/kres/3910085/rajonizace.pdf>
40. www.jihoceskehipostezky.cz. (© 2011–2016). *Stezky pro koně*. Dostupné z: <http://jihoceskehipostezky.cz/stezky/>
41. Zákon č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení). Dostupné z: <https://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?page=0&idBiblio=49296&nr=128~2F2000&rpp=15#local-content>

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Seznam obrázků

Obrázek 1: Typologie OECD aplikovaná na regiony NUTS 3	10
Obrázek 2: Nová městsko-venkovská typologie regionů NUTS 3.....	11
Obrázek 3: Trojrozměrné vyjádření typologie D-P, strukturálních typů a typů projevů EDORA.....	13
Obrázek 4: Synergický model aktérů rozvoje venkova	18
Obrázek 5: Cestovní ruch jako systém	25
Obrázek 6: Rozdělení zeleného cestovního ruchu	30
Obrázek 7: Logo „Prázdniny na venkově“	40
Obrázek 8: Logo „Stezky dědictví – Heritage Trails“	41
Obrázek 9: Logo „Moravské vinařské stezky“, „Greenway Praha-Vídeň“ a „Greenway Krakov-Morava-Vídeň“	42
Obrázek 10: Logo „Svaz venkovské turistiky“	46
Obrázek 11: Logo „ECEAT“	46
Obrázek 12: Vymezení regionu jižní Čechy.....	56
Obrázek 13: Geografická mapa Jihočeského kraje.....	57
Obrázek 14: SWOT matice.....	82

Seznam tabulek

Tabulka 1: Kategorizace aktérů – prostorová úroveň versus typ sektoru.....	16
Tabulka 2: Rysy venkovské turistiky a cestovního ruchu ve městech, v turistických centrech či v letoviších.....	31
Tabulka 3: Umístění Jihočeského kraje v anketě „Kraj mého srdce“ v letech 2012, 2013, 2014 a 2015.....	63
Tabulka 4: Přehled dotačních programů vztahujících se k PO 5.....	74

Tabulka 5: Strategický cíl 1 – operační cíle a aktivity	76
Tabulka 6: Strategický cíl 2 – operační cíle a aktivity	76
Tabulka 7: Strategický cíl 3 – operační cíle a aktivity	77
Tabulka 8: SWOT analýza cestovního ruchu v regionu jižní Čechy.....	78
Tabulka 9: Vybrané faktory SWOT analýzy	80
Tabulka 10: Četnosti faktorů SWOT analýzy.....	81

Seznam grafů

Graf 1: Zájem návštěvníků IC o venkovský cestovní ruch.....	84
Graf 2: Zájem návštěvníků IC o venkovské aktivity	84
Graf 3: Nabídka informačních materiálů propagujících venkovský cestovní ruch	85
Graf 4: Spolupráce IC s provozovateli objektů venkovského cestovního ruchu.....	85
Graf 5: Názor zástupců IC na podporu rozvoje venkovského cestovního ruchu.....	86
Graf 6: Velikost populace obcí, pod něž objekty spadají	88
Graf 7: Délka provozu objektů.....	89
Graf 8: Období, kdy jsou objekty v provozu	89
Graf 9: Venkovský cestovní ruch jako hlavní či vedlejší činnost.....	89
Graf 10: Nabídka ubytovacích služeb.....	90
Graf 11: Ubytovací kapacita objektů	90
Graf 12: Průměrná obsazenost objektů.....	91
Graf 13: Průměrná obsazenost objektů dle typu ubytování	91
Graf 14: Délka pobytu hostů.....	92
Graf 15: Nabídka stravovacích služeb	92
Graf 16: Nabídka produktů vlastní výroby.....	93
Graf 17: Zájem o produkty vlastní výroby	93
Graf 18: Možnost zapůjčení sportovního vybavení	93
Graf 19: Nabídka služeb pro hosty s pohybovým handicapem	94

Graf 20: Příjezdy zahraničních hostů.....	94
Graf 21: Nejčastější skupina příjíždějících hostů	95
Graf 22: Pravidelně či nepravidelně příjíždějící hosté.....	95
Graf 23: Změna poptávky po službách respondentů	96
Graf 24: Způsob propagace objektů a nabízených služeb	96
Graf 25: Provoz webových stránek	97
Graf 26: Profil objektu na sociálních sítích	97
Graf 27: Spolupráce s místními IC.....	98
Graf 28: Spolupráce s podobnými objekty	98
Graf 29: Financování z veřejných zdrojů	98
Graf 30: Program využitý k financování z veřejných zdrojů.....	99
Graf 31: Využití veřejných zdrojů při financování dle doby provozu objektů.....	99
Graf 32: Názor provozovatelů na podporu rozvoje venkovského cestovního ruchu....	100
Graf 33: Srovnání názoru respondentů na podporu rozvoje venkovského CR.....	102

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Rajonizace cestovního ruchu ČR

Příloha 2: Úvodní stránka webového turistického informačního portálu „Prázdniny na venkově“

Příloha 3: Greenways v České republice

Příloha 4: Památky Jihočeského kraje

Příloha 5: Funkční typologie středisek cestovního ruchu v Jihočeském kraji

Příloha 6: Výdaje Jihočeského kraje 2008–2017 dle tematických oblastí

Příloha 7: Metoda Fullerova trojúhelníku

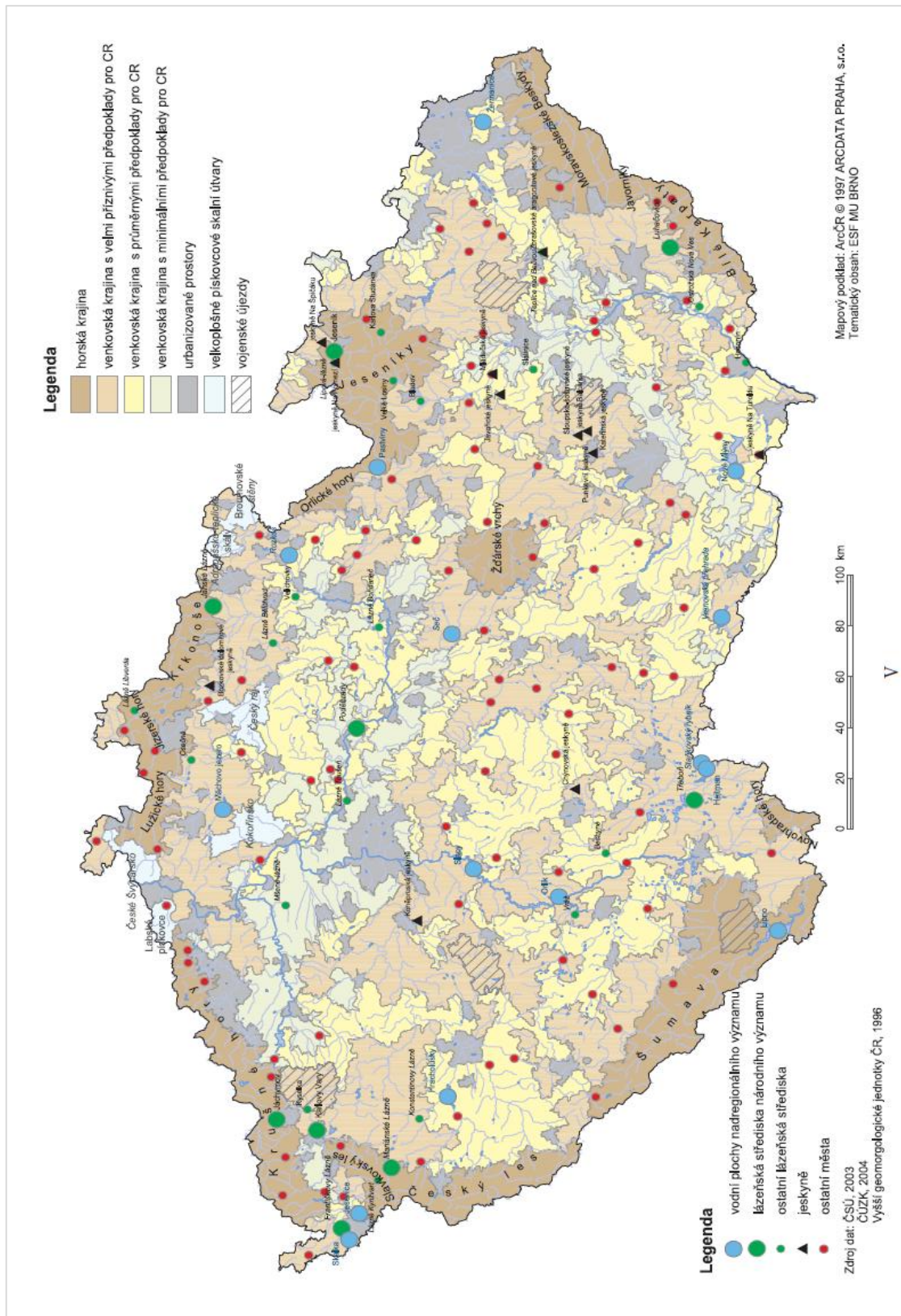
Příloha 8: Dotazník určený zástupcům informačních center

Příloha 9: Dotazník určený provozovatelům objektů venkovského cestovního ruchu

Příloha 10: Seznam respondentů z řad provozovatelů objektů venkovského cestovního ruchu

PŘÍLOHY

Příloha 1: Rajonizace cestovního ruchu ČR



Zdroj: Vystoupil, Holešinská, Kunc & Šauer, 2007

Příloha 2: Úvodní stránka webového turistického informačního portálu „Prázdniny na venkově“

PRÁZDNINY NA VENKOVĚ
PO CELÝ ROK

CZ / EN / DE / FR / NL

turistická nabídka ubytování a zážitků

Mohlo by vás zajímat

- Co je nového
- Kam za dobrým jídlem
- Nový kasácký průvodce

Prázdniny na venkově začínají tady a teď

Venkov je ideální místo pro vaši dovolenou. Vyberte si z naší nabídky více než 500 zajímavých míst, kde můžete odpočívat, hledat inspiraci, nové zážitky i vzpomínky na dětství.

Oficiální stránky Svazu venkovské turistiky – ubytování v soukromí, penziony, farmy, agroturistika, regionální výrobky a řemesla

Najdi ubytování nebo zážitek

Vyber **UBYTOVÁNÍ**

Vyber **ZÁŽITEK**

Vyber **ZVÍŘATA**

Vyber **REGION**

Vyber **CERTIFIKACI**

Napište hledaný výraz

HLEDEJ

KALENDÁŘ AKCÍ

SIKLAND
SVĚT-KTERÝ VÁS MÁ

LAST MINUTE

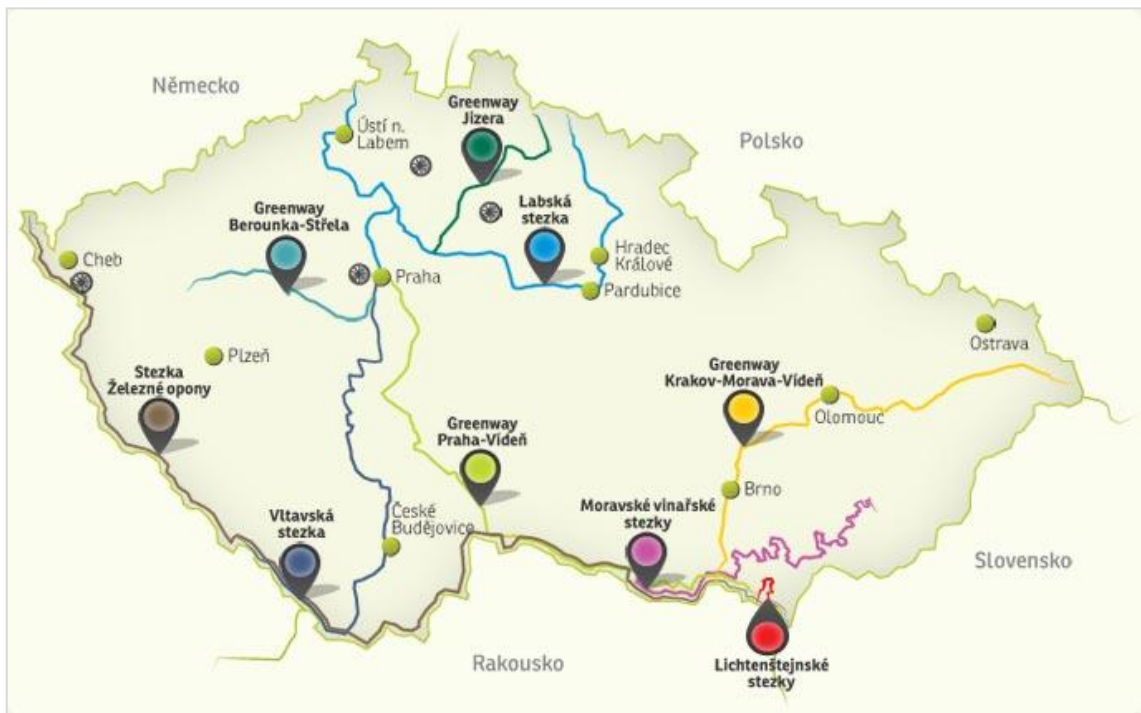
SILVESTR 2015
28. 12. 2015 – 4. 1. 2016

Někdo to rád horké
29. 12. 2015
Úterý 29. 12. od 20:00, areál Sikkáv mlýn, aneb zábava ve stylu Mafia. Večerní z...

SILVESTROVÝ pobyt s polopenzí a Silvestrovským programem – zpracujeme nabídku ...

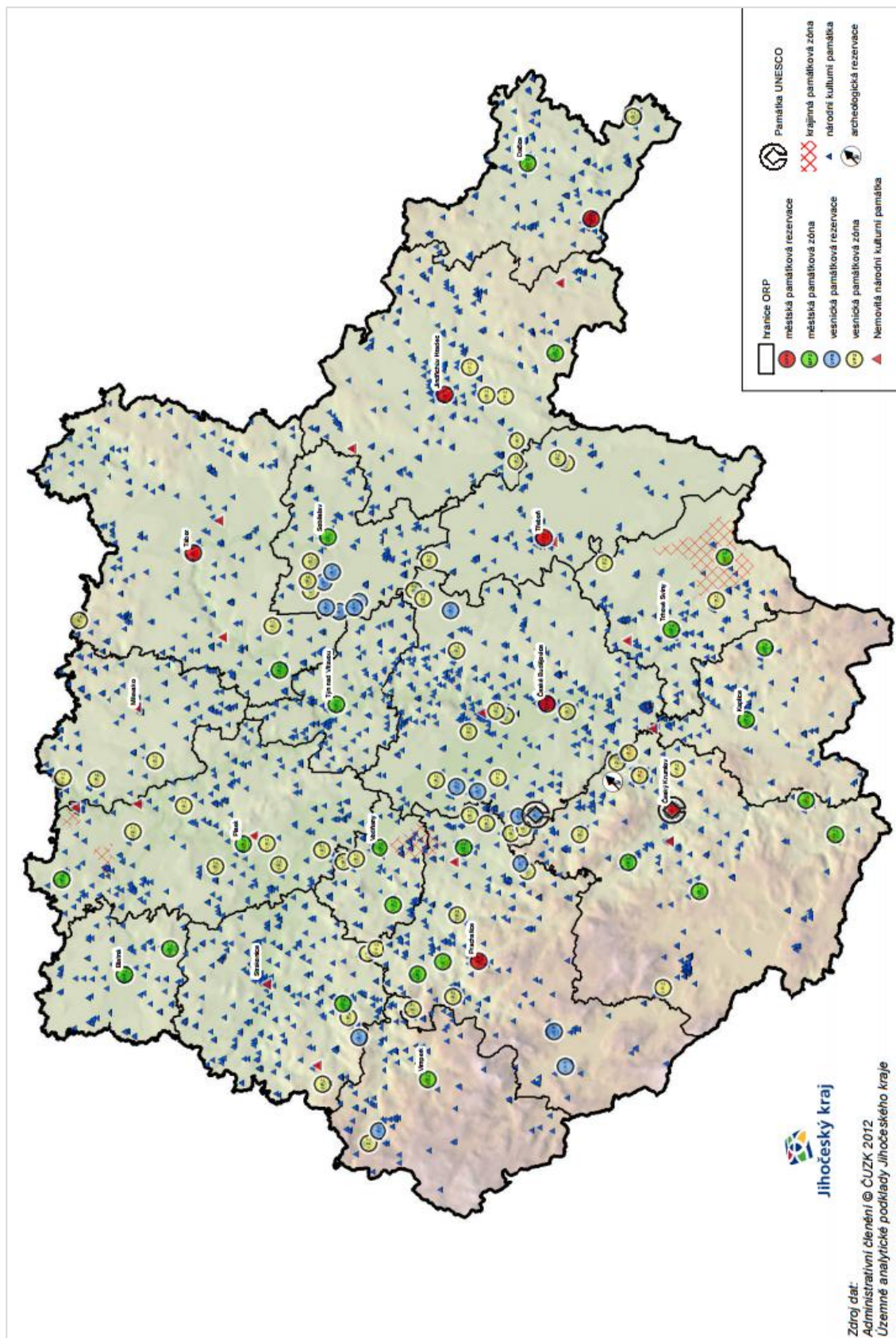
Zdroj: www.prazdninynavenkově.cz, 2015

Příloha 3: Greenways v České republice



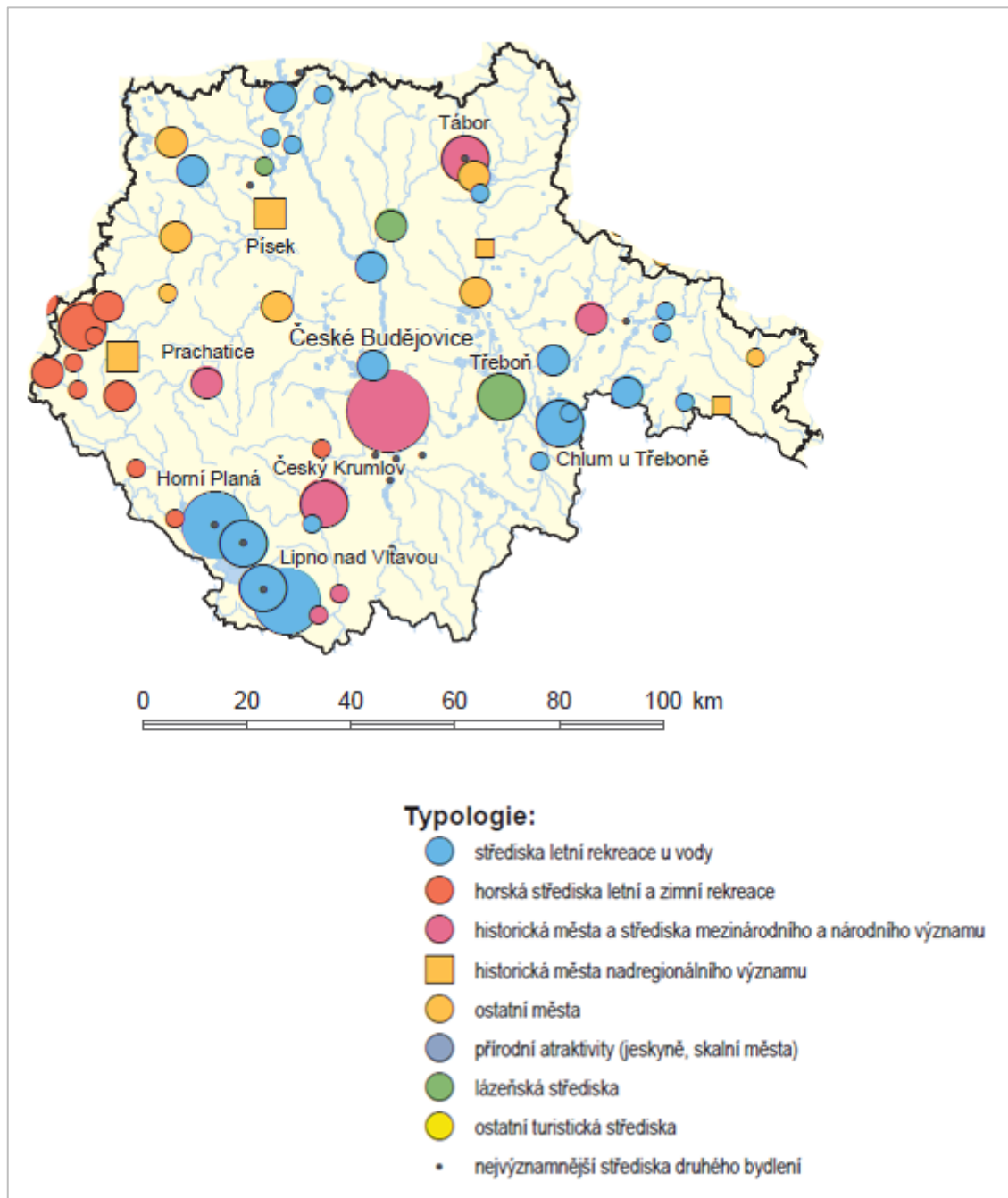
Zdroj: www.greenways.cz, © 1998–2016

Příloha 4: Památky Jihočeského kraje



Zdroj: Jihočeský kraj, 2014

Příloha 5: Funkční typologie středisek cestovního ruchu v Jihočeském kraji



Zdroj: Vystoupil, Holešinská, Kunc & Šauer, 2007

Příloha 6: Výdaje Jihočeského kraje 2008–2017 dle tematických oblastí (v tis. Kč)

číslo řádku	Oblast	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015 *		2016 *		2017 *	
		skutečnost	skutečnost	skutečnost	skutečnost	skutečnost	skutečnost	skutečnost	skutečnost	skutečnost	skutečnost	skutečnost	schválený rozpočet	UR k 28. 2.	SRV	SRV	SRV	SRV	SRV	SRV	
1	Zemědělství	52 555,66	48 733,97	38 966,51	31 390,14	28 524,81	21 061,74	733,00	989,91	265,00	265,00	265,00	265,00	265,00	265,00	265,00	265,00	265,00	265,00	265,00	265,00
2	Průmysl, stavebnictví, obchod a služby	56 229,04	56 085,85	39 099,13	27 071,91	30 023,86	14 655,64	20 523,04	26 339,99	15 500,00	15 500,00	15 500,00	15 500,00	15 500,00	15 500,00	15 500,00	15 500,00	15 500,00	15 500,00	15 500,00	15 500,00
3	Doprava	2 667 595,09	2 482 475,73	2 463 112,47	2 441 096,27	2 895 055,80	2 155 375,65	2 920 613,60	2 990 844,82	2 531 420,71	2 310 541,91	2 332 717,48	2 332 717,48	2 332 717,48	2 332 717,48	2 332 717,48	2 332 717,48	2 332 717,48	2 332 717,48	2 332 717,48	2 332 717,48
4	Vodní hospodářství	109 214,11	69 099,86	58 309,96	50 059,35	54 096,84	34 936,87	21 679,00	23 129,00	16 429,00	16 429,00	16 429,00	16 429,00	16 429,00	16 429,00	16 429,00	16 429,00	16 429,00	16 429,00	16 429,00	16 429,00
5	Podpora podnikání	12 506,83	7 099,88	2 697,91	2 130,90	19 598,78	25 767,16	87 580,34	89 507,11	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
6	Vzdělávání	5 167 857,08	5 788 401,71	5 307 210,16	5 266 289,52	5 362 477,51	5 530 609,38	5 885 291,18	5 917 239,37	5 723 706,30	5 687 000,00	5 687 000,00	5 687 000,00	5 687 000,00	5 687 000,00	5 687 000,00	5 687 000,00	5 687 000,00	5 687 000,00	5 687 000,00	5 687 000,00
7	Školské služby	194 840,11	260 959,96	305 113,54	350 969,77	422 384,44	418 161,18	389 632,00	469 839,29	344 684,00	251 180,00	251 180,00	251 180,00	251 180,00	251 180,00	251 180,00	251 180,00	251 180,00	251 180,00	251 180,00	251 180,00
8	Kultura	337 508,38	285 730,53	263 597,89	286 275,16	269 337,24	250 669,60	230 071,50	234 619,83	212 481,00	229 817,00	229 817,00	229 817,00	229 817,00	229 817,00	229 817,00	229 817,00	229 817,00	229 817,00	229 817,00	229 817,00
9	Tělovýchovná a zájmová činnost	94 251,67	87 017,92	82 953,64	92 936,69	85 898,60	90 984,91	73 788,00	75 154,74	65 350,00	65 400,00	65 400,00	65 400,00	65 400,00	65 400,00	65 400,00	65 400,00	65 400,00	65 400,00	65 400,00	65 400,00
10	Zdravotnictví	410 508,88	503 437,47	447 895,35	562 348,96	476 759,19	667 959,57	532 898,32	535 437,71	369 745,00	365 013,00	365 013,00	365 013,00	365 013,00	365 013,00	365 013,00	365 013,00	365 013,00	365 013,00	365 013,00	365 013,00
11	Bydlení, komunální služby a územní rozvoj	102 317,37	131 436,64	117 683,69	179 164,82	226 860,53	200 611,66	759 265,54	772 825,04	375 750,81	296 424,90	296 424,90	296 424,90	296 424,90	296 424,90	296 424,90	296 424,90	296 424,90	296 424,90	296 424,90	296 424,90
12	Ochrana životního prostředí	106 781,47	90 121,36	69 659,08	83 772,74	169 251,53	139 687,60	43 346,23	58 010,10	58 150,00	79 950,00	79 950,00	79 950,00	79 950,00	79 950,00	79 950,00	79 950,00	79 950,00	79 950,00	79 950,00	79 950,00
13	Výzkum a vývoj	0,00	0,00	0,00	0,00	125,00	138,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
14	Sociální služby	283 967,38	308 986,57	258 019,01	280 905,55	318 406,15	334 568,05	462 203,50	481 035,86	173 638,91	143 710,50	143 710,50	143 710,50	143 710,50	143 710,50	143 710,50	143 710,50	143 710,50	143 710,50	143 710,50	143 710,50
15	Civilní připravenost a krizové stavy	2 941,69	15 200,83	5 054,40	3 797,05	6 496,05	82 625,90	5 527,44	5 527,44	7 836,00	7 806,00	7 806,00	7 806,00	7 806,00	7 806,00	7 806,00	7 806,00	7 806,00	7 806,00	7 806,00	7 806,00
16	Bezpečnost a veřejný pořádek	0,00	0,00	0,00	500,00	0,00	395,14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
17	Požární ochrana a integrovaný záchranný systém	34 612,00	22 841,00	21 496,44	18 153,24	17 898,49	26 342,90	7 509,00	7 509,00	40 000,50	40 000,50	40 000,50	40 000,50	40 000,50	40 000,50	40 000,50	40 000,50	40 000,50	40 000,50	40 000,50	40 000,50
18	Státní správa, územní samospráva	433 515,29	348 141,25	315 936,23	326 819,24	341 082,99	333 984,78	414 736,84	414 749,46	369 353,45	372 406,50	372 406,50	372 406,50	372 406,50	372 406,50	372 406,50	372 406,50	372 406,50	372 406,50	372 406,50	372 406,50
19	Mezinárodní spolupráce	1,56	5 286,34	756,33	2 977,11	1 335,21	2 789,39	7 099,57	6 657,89	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
20	Finanční operace	54 045,30	33 577,93	46 210,50	46 306,94	49 625,52	45 023,28	75 368,70	75 369,50	63 901,64	55 582,89	55 582,89	55 582,89	55 582,89	55 582,89	55 582,89	55 582,89	55 582,89	55 582,89	55 582,89	55 582,89
21	Ostatní činnosti	47 611,74	72 736,71	48 758,86	35 026,16	34 991,88	34 010,38	0,00	7 715,79	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
22	Výdaje celkem po konsolidaci	10 168 860,65	10 617 371,51	9 892 531,10	10 087 991,52	10 810 230,42	10 410 359,38	11 937 866,80	12 192 501,85	10 443 712,32	10 012 527,20	10 051 127,20	10 051 127,20	10 051 127,20	10 051 127,20	10 051 127,20	10 051 127,20	10 051 127,20	10 051 127,20	10 051 127,20	10 051 127,20

Zdroj: Jihočeský kraj, 2014

Příloha 8: Dotazník určený zástupcům informačních center

Dotazník určený zástupcům informačních center

Vážení zástupci informačního centra v

jmenuji se Iveta Karbulková a jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Tímto bych vás ráda požádala o vyplnění dotazníku, který se vztahuje k mé diplomové práci s názvem Venkovský cestovní ruch v regionu jižní Čechy. Cílem tohoto dotazníkového šetření je získání informací ohledně využívání služeb IC v oblasti venkovského cestovního ruchu. Tento dotazník bude sloužit výhradně pro účely vypracování diplomové práce.

Děkuji vám za vaše odpovědi a za čas strávený vyplněním dotazníku.

1) Zajímají se vaši návštěvníci o venkovský cestovní ruch? V případě že ano, je jejich zájem rostoucí či klesající?

- ano, zájem je rostoucí
- ano, zájem je klesající
- ano, zájem je konstantní
- ne
- nedokážu posoudit

2) O jaké venkovské aktivity se vaši návštěvníci nejčastěji zajímají? *Možno vyznačit více odpovědí.*

- o cykloturistiku
- o pěší turistiku
- o agroturistiku / ekoagroturistiku
- o horolezectví
- o jízdu na koni
- o rybolov
- o výlety do malých měst a vesnic
- o venkovské slavnosti
- o jiné:

3) Nabízíte návštěvníkům informační materiály propagující venkovský cestovní ruch?

Pokud ano, jsou dostupné ve více jazykových mutacích?

- ano, dostupné jsou v několika jazykových mutacích
- ano, dostupné jsou pouze v češtině
- ne

4) Spolupracujete s provozovateli objektů venkovského cestovního ruchu?

- ano
- ne *(pokračujte otázkou č. 6)*

5) Jakým způsobem s těmito podnikateli spolupracujete? *(pokračujte otázkou č. 7)*

.....

6) Z jakého důvodu s těmito podnikateli nespolupracujete?

.....

7) Myslíte si, že je rozvoj venkovského cestovního ruchu dostatečně podporován?

- ano
- ne
- nedokážu posoudit

8) Jak byste rozvoj venkovského cestovního ruchu podpořili vy?

.....

Příloha 9: Dotazník určený provozovatelům objektů venkovského cestovního ruchu

Dotazník určený provozovatelům objektů venkovského cestovního ruchu

Vážení zástupci objektu,

jmenuji se Iveta Karbulková a jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Tímto bych vás ráda požádala o vyplnění dotazníku, který se vztahuje k mé diplomové práci s názvem Venkovský cestovní ruch v regionu jižní Čechy. Tento dotazník bude sloužit výhradně pro účely vypracování diplomové práce.

Děkuji vám za vaše odpovědi a za čas strávený vyplněním dotazníku.

1) Kolik obyvatel má vaše obec?

- méně než 500 obyvatel
- 500–1 000 obyvatel
- 1 001–5 000 obyvatel
- 5 001–10 000 obyvatel
- více než 10 000 obyvatel

2) Jak dlouho je váš objekt v provozu?

- méně než 1 rok
- 1–5 let
- 6–10 let
- více než 10 let

3) Objekt provozujete:

- celoročně
- pouze v letní sezoně
- pouze v zimní sezoně
- v letní a zimní sezoně
- jinak:

4) Je pro vás venkovský cestovní ruch hlavní činností (tedy hlavním zdrojem příjmů)?

- ano
- ne

5) Jaký typ ubytování nabízíte?

- ubytování v hotelu
- ubytování v penzionu
- ubytování v soukromí
- ubytování v kempu
- ubytování na chatě, chalupě
- jiné:
- ubytování nenabízíme (pokračujte otázkou č. 10)

6) Jaká je ubytovací kapacita vašeho objektu?

- méně než 5 lůžek
- 5–10 lůžek
- 11–20 lůžek
- více než 20 lůžek

7) Jaká je průměrná obsazenost vašeho objektu?

- méně než 25 %
- 25–50 %
- 51–75 %
- více než 75 %
- nedokážu posoudit

8) Jak dlouhé pobyty hostů u vás převládají?

- jednodenní pobyty
- víkendové pobyty
- prodloužené víkendové pobyty
- týdenní pobyty
- pobyty delší než týden
- nedokážu posoudit

9) Mají hosté možnost stravovat se ve vašem objektu? Pokud ano, jakou formou?

Možno vyznačit více odpovědí.

- ano, formou snídaní
- ano, formou polopenze
- ano, formou plné penze
- ano, jinou formou:
- ne, stravování nenabízíme

10) Nabízíte v rámci služeb také produkty vlastní výroby?

- ano
- ne (pokračujte otázkou č. 12)

11) O jaké produkty vlastní výroby mají vaši hosté největší zájem?

Možno vyznačit více odpovědí.

- o ovoce a zeleninu
- o brambory
- o maso
- o mléko
- o sýry
- o vejce
- o řemeslné výrobky
- o jiné:
- hosté o tyto produkty nemají zájem

12) Mají hosté možnost půjčit si u vás sportovní vybavení (jízdni kola, lyže apod.)?

- ano
- ne

13) Nabízíte služby přizpůsobené také hostům s pohybovým handicapem, popř. jaké?

- ano:
- ne

14) V jakých měsících k vám přijíždí nejvíce hostů (kdy je tzv. sezona)?

.....

15) Přijíždí k vám pravidelně také zahraniční hosté? Pokud ano, jaké jsou nejčastěji národnosti?

- ano:
- ne

16) Jaká skupina hostů k vám jezdí nejčastěji?

- rodiny s dětmi
- děti s pedagogickým doprovodem (např. školy v přírodě, tábory...)
- mladí lidé bez dětí
- senioři
- jiná:

17) Vaši hosté jsou spíše:

- pravidelní hosté
- nepravidelní hosté

18) Změnila se v posledních letech poptávka po vašich službách?

- ano, poptávka vzrostla
- ano, poptávka klesla
- ne
- nedokážu posoudit

19) Jakým způsobem propagujete váš objekt a nabízené služby?

Možno vyznačit více odpovědí.

- prostřednictvím internetu
- prostřednictvím televize, rozhlasu
- prostřednictvím tisku
- prostřednictvím reklamních materiálů umístěných v informačních centrech
- účastí na veletrzích a výstavách cestovního ruchu
- prostřednictvím CK / CA
- prostřednictvím slevových portálů
- prostřednictvím doporučení spokojených hostů
- jinak.....
- objekt žádným způsobem nepropaguji

20) Provozujete vlastní webové stránky? Pokud ano, mohou si na nich návštěvníci vaše služby zarezervovat?

- ano, rezervace jsou možné
- ano, ale rezervace nejsou možné
- ne

21) Máte vytvořený profil vašeho objektu na sociálních sítích (např. na Facebooku, Twitteru, Instagramu apod.)?

- ano
- ne

22) Spolupracujete s místními informačními centry? Pokud ano, jakým způsobem? Pokud ne, z jakého důvodu?

- ano:
- ne:

23) Spolupracujete s podobnými zařízeními, jako je to vaše? Pokud ano, v jakých oblastech a jakým způsobem? Pokud ne, z jakého důvodu?

- ano:
- ne:

24) Použili jste k financování při zakládání nebo rozšíření vaší činnosti veřejné zdroje?

Pokud ne, z jakého důvodu?

- ano
- ne: (pokračujte otázkou č. 26)

25) Jaký program jste při financování využili? *Možno vyznačit více odpovědí.*

- Národní program podpory cestovního ruchu (NPPCR)
- Program rozvoje venkova (PRV)
- Regionální operační program (ROP)
- Program rozvoje Jihočeského kraje (PRK)
- jiný program:
- název programu neznám

26) Myslíte si, že je rozvoj venkovského cestovního ruchu dostatečně podporován?

- ano
- ne
- nedokážu posoudit

27) Jak byste rozšířili možnosti podpory venkovské turistiky vy?

.....

Příloha 10: Seznam respondentů z řad provozovatelů objektů venkovského cestovního ruchu

Č.	Název objektu	Adresa	Webové stránky
1	JAF-LIPNO s.r.o.	Lojzovy paseky, Frymburk	www.jaf-lipno.cz
2	Apartmenty Opalice č. 5	Opalice 5, 370 07 Opalice	www.ubytovani-opalice.cz
3	Apartment Dehtáře	Dehtáře 5, 373 41 Žabovřesky	www.apartmentdehtare.cz
4	Biofarma Slunečná	Slunečná 3, 384 51 Želnavá	www.biofarma-slunecna.cz
5	Borovanský mlýn	Trocnovská 112, 373 12 Borovany	www.borovanskymlyn.cz
6	Brautfergerův dvůr	Kláštepec 35, 385 01 Vimperk	www.dovolena-sumava.cz
7	Jezdecká stáj Dobeš	Svatá Dobeš 11, Písek	www.stajrelaxdobeš.wz.cz
8	Dvůr Hamr	Lužnice 47, 379 01 Třeboň	www.dvurhamr.cz
9	Dvůr Krutěnice	Krutěnice 3, 34142 Kolinec	www.dvurkrutenice.cz
10	Dvůr Šaloun	Lomnice nad Lužnicí 227, 378 16 Lomnice nad Lužnicí	www.dvursaloun.cz
11	Ekofarma Alpská chalupa	Zahrádka 42, Rožmitál na Šumavě, 382 41 Kaplice	www.alpskachalupa.cz
12	Farma a penzion Mlýnský dvůr	Branná 56, 37901 Třeboň	www.mlynsky-dvur.cz
13	Farma Malenice	V Potocích 241, 387 06 Malenice	www.farmamalenice.cz
14	Farma Michlovka	Michlova Huť 7, 385 01 Vimperk	/
15	Farma Mošna	Mošna, Koryto 1, 38301 Zbytiny	www.farmamosna.cz
16	Jezdecký klub Slupenec	Slupenec 1, Český Krumlov	www.jk-slupenec.cz
17	Jízdárna Zámek Skalice	Bohumilice 1, Čkyně, 384 81	www.zamekskalice.cz
18	Koně v Trní	Trní Nedanice 21, 340 12 Měčín	www.kone-trni.cz
19	Ky.By zahrada Chlumany	Chlumany 60, 384 22 Vlachovo Březí	www.kyby.cz
20	Mlýn u splavu	Vnorovice 26, Jindřichův Hradec	www.vnorovice.cz
21	Pension Tereza	Petrovice 15, 342 01 Sušice	www.pension-tereza.cz

22	Penzion a ranč u Starýho kance	Hoslovice 10, Čestice	www.farmahoslovice.cz
23	Penzion Bejčkův mlýn	Stálkovská 25, 378 81 Slavonice	www.bejckuvmlyn.cz
24	Penzion Farma Žleby	České Žleby 57, České Žleby	www.penzionfarma.cz
25	Penzion Hospoda Na Statku	Pole u Blatné, 388 01 Pole	www.skocdopole.cz
26	Penzion Keramika	Děbolín 26, 377 01 Jindřichův Hradec	www.penzionkeramika.cz
27	Penzion na biofarmě U dvou sluncí	Jirkalov 57, 384 73 Stachy	www.penzion-biofarma.cz
28	Penzion Pohádka	Husova 67, 379 01 Třeboň	www.trebon-ubytovani.cz
29	Penzion U hájovny	Vlkov 118, 391 81 Vlkov	www.vlkov.eu
30	Penzion U Šteflů	Zahrádky 1, 378 53 Zahrádky	www.penzionusteflu.cz
31	Stáj Quadrila	Rodvínov 52, Jindřichův Hradec	/
32	Stáje Štětice	Štětice 35, 398 11 Ražice	www.stajestetice.cz
33	Statek Čížkovi	Střelskohoštická Lhota 46,386 01 Strakonice	www.statek-cizkovi.cz
34	Statek U Šťástků	Vodňanské Svobodné Hory 389 01	www.mestovodnany.cz
35	Statek Výštice	Chlumeč 30, 373 50 Olešník	www.statekvystice.cz
36	Tkalcovna Kubák Strmilov, k.s.	Kunžatecká 25, 378 53 Strmilov	www.tkalcovna.cz
37	U Vyšaty	Chlumany 61, 384 22 Vlachovo Březí	www.uvysaty.cz
38	Ubytování na statku	Plačovice 10, 378 81 Dešná	/
39	Ubytování Na Vejminku	Třebějice 16, 392 01 Soběslav	www.navejminku.unas.cz
40	Wellness Hotel Boží oko	Malé Chrášťany 4, 373 41 Sedlec	www.bozioko.cz
41	Zážitkový park Zeměráj	Kovářov 201, 398 55 Kovářov	www.zemeraj.cz

Zdroj: vlastní šetření