

Česká zemědělská univerzita v Praze

Fakulta agrobiologie, potravinových a přírodních zdrojů

Katedra botaniky a fyziologie rostlin



**Venkovská turistika a agroturistika v regionu Jablonec nad
Nisou**

Diplomová práce

**Autor práce: Bc. Zdeněk Dokládal
Obor studia: Rozvoj venkovského prostoru**

Vedoucí práce: prof. Ing. Václav Hejnák, Ph.D.

© 2019 ČZU v Praze

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci „Venkovská turistika a agroturistika v regionu Jablonec nad Nisou“ jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autor uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 12. 4. 2019

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval prof. Ing. Václavu Hejnákovi, Ph.D. za odborné vedení práce, vstřícný přístup a poskytnutí cenných rad při vzájemných konzultacích.

Venkovská turistika a agroturistika v regionu Jablonec nad Nisou

Souhrn

Diplomová práce na uvedené téma se zabývá hodnocením historie, současného stavu a vývoje venkovského turismu a agroturismu v regionu Jablonec nad Nisou. Cílem bylo odhalit skryté potenciály v tomto odvětví a navrhnout opatření pro zlepšení rozvoje venkovské turistiky a agroturistiky v tomto regionu.

Pro dosažení cílů bylo sestaveno dotazníkové šetření, které bylo následně distribuováno návštěvníkům a podnikatelům ve vybrané oblasti s cílem zhodnotit kvalitu nabízených služeb. Výsledky tohoto šetření byly vyhodnoceny statistickou metodou, konkrétně popisnou (deskriptivní) metodou a na základě získaných dat a vlastního průzkumu trhu byla sestavena SWOT analýza.

Z výsledků je patrné, že návštěvnost regionu Jablonec nad Nisou je díky současné nabídce především tradičních zimních sportovních aktivit vysoká zejména v zimním období. Zvýšený zájem turistů má tak dlouhodobě příznivý vliv na tuto oblast. Současné však bylo zjištěno, že veřejnost nemá dostatek informací o venkovské turistice a agroturistice v dotčené oblasti. Tuto skutečnost nám jednoznačně ukazuje dotazníkové šetření, kde 70 % respondentů z řad turistů uvedlo, že služby v oblasti venkovského turismu a agroturismu nejsou ze strany podnikatelů a zájmových skupin dostatečně propagovány. Naopak 85 % podnikatelů je přesvědčeno, že propagaci svého zařízení věnuje dostatek úsilí a jejich zařízení je propagováno účinně a efektivně. Nedostatečná nabídka služeb je tak jedna z hlavních příčin, proč není o tento druh turistiky v regionu odpovídající zájem a současné nabízené služby nejsou dostatečně využívány.

Dle provedeného výzkumu je pro zlepšení situace nezbytné, zaměřit se především na účinnou a efektivní propagaci prostřednictvím různých webových rozhraní jako jsou nabídkové turistické portály, sociální sítě či kvalitně zpracované vlastní webové stránky. Současné lze doporučit úzkou spolupráci podnikatelských subjektů v podobě založení sdružení, spolku či jiného uskupení, které by účinně jako celek spolupracovaly na rozvoji a udržitelnosti venkovského turismu a agroturismu v regionu se zaměřením na jeho propagaci. V neposlední řadě je na místě ověřit možnost získání finančních prostředků prostřednictvím dotací a těchto efektivně využít.

Návštěvnost vybraného regionu je díky zimní turistice vysoká a má příznivý vliv na život místního obyvatelstva. Je zde však nevyužitý potenciál a příležitosti, přilákat do oblasti turisty v jiném ročním období s cílem využití venkovské turistiky a agroturistiky.

Klíčová slova: turistika, agroturistika, Jablonec nad Nisou, dotazníkové šetření, SWOT analýza.

Rural tourism and agrotourism in the Jablonec nad Nisou region

Summary

Diploma thesis deals with the evaluation of the history, current state and development of the rural tourism and agrotourism in the region of Jablonec nad Nisou. The aim was to reveal the hidden potentials in this sector and suggest measures for the improving of the development of the rural tourism and agrotourism in this region.

For the achievement of the objectives was compiled a survey, which was subsequently distributed to the visitors and entrepreneurs in the selected area, in order to evaluate the quality of services offered. The results of this investigation were evaluated by using a statistical method specifically by the descriptive method, and on the basis of the obtained data and our own market research SWOT analysis was compiled.

From the results it is noticeable that the attendance of the region of Jablonec nad Nisou is high, thanks to the current offer, mainly thanks to the traditional winter sport activities especially in winter. The increased interest of tourists has a long-term beneficial impact on this area. At the same time it was found that the public does not have enough information about rural tourism and farm tourism in the area mentioned. This reality is clearly shown in the questionnaire survey, where 70 % of respondents from the ranks of the tourists stated, that the services in the field of rural tourism and agritourism are not sufficiently promoted from the business community and interest groups. On the contrary, 85 % of entrepreneurs believe that the promotion of their facilities devotes enough effort and is promoted effectively and efficiently. Insufficient offer of the services is therefore one of the main reason, why public is not interested enough in this kind of tourism of the region and the current services , which are offered are not sufficiently used.

According to the conducted research, it is necessary for the improvement of the situation to focus primarily on the efficient and effective promotion through various web interfaces such as the invitation to the tourist portals, social networks or quality of website processing.

At the same time it is recommended to start close cooperation of business entities in the form of the founding of the association, society or other grouping, which would effectively as a whole to cooperate on the development and sustainability of the rural tourism and agritourism in the region focusing on its promotion. Last but not the least, it is necessary to verify the possibility of obtaining funds through subsidies and use them effectively.

The attendance of the selected region is due to the winter tourism high and has beneficial impact on the life of the local population. However, there is still unused potential and opportunities. The aim is to attract tourists to the region in the other seasons with the use of rural tourism and agrotourism.

Keywords: Tourism, Agrotourism, Jablonec nad Nisou, questionnaire survey, SWOT analysis.

Obsah

1	Úvod	8
2	Vědecká hypotéza a cíle práce	9
3	Přehled literatury (literární rešerše)	10
3.1	Historie cestovního ruchu	10
3.2	Venkovský prostor v EU a ČR	11
3.3	Podoby venkovské turistiky	14
3.3.1	Ekoturistika	14
3.3.2	Agroturistika	15
3.3.3	Ekoagroturistika	16
3.3.4	Hipoturistika	17
3.3.5	Cykloturistika	17
3.3.6	Greenways (zelené stezky)	18
3.4	Význam venkovské turistiky a agroturistiky a jejich vliv na rozvoj venkova	18
3.5	Podnikání ve venkovské turistice	20
3.6	Členění České republiky na turistické regiony a turistické oblasti	23
3.7	Programy rozvoje venkovské turistiky v ČR	25
3.8	Program Leader a Místní akční skupiny	27
3.8.1	Leader	27
3.8.2	MAS	28
3.8.3	MAS region Jablonec nad Nisou	29
3.8.4	Shrnutí rešeršní části	29
4	Materiál a metody	31
4.1	Použité výzkumné metody	31
4.2	Dotazník pro návštěvníky a poskytovatele služeb v regionu	32
4.3	Region Jablonec nad Nisou	37
4.4	Podmínky rozvoje turistiky v regionu	39
4.5	Podpora turistiky v regionu	39
5	Výsledky	41
5.1	Výsledky dotazníkového šetření a SWOT analýza	41
5.1.1	Charakteristika respondentů	41
5.1.2	Turismus a agroturismus v regionu Jablonec nad Nisou	43
5.1.3	Poskytovatelé služeb v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky	52
5.2	SWOT analýza	59
5.2.1	Silné stránky	59
5.2.2	Slabé stránky	60

5.2.3	Příležitosti	60
5.2.4	Ohrožení.....	60
5.3	Vyhodnocení vytyčených hypotéz.....	61
6	Diskuze	62
7	Závěr	67
8	Seznam literatury.....	69
8.1	Tištěné zdroje.....	69
8.2	Internetové zdroje.....	74

1 Úvod

Diplomová práce Venkovská turistika a agroturistika v regionu Jablonec nad Nisou se zabývá obecným pojednáním, objasněním pojmu cestovní ruch a detailní analýzou rozvoje cestovního ruchu v oblasti turistiky a agroturistiky na daném území. Ačkoli cestovní ruch v minulosti v České republice patřil k odvětvím, která byla na okraji zájmu veřejnosti, okolnosti současné doby a posledních let nám ukazují, že právě turistika a cestovní ruch obecně má nejen u nás velkou budoucnost, rostoucí potenciál a patří i k nejvíce se rozvíjejícím odvětvím. Zájem veřejnosti o cestování se neustále zvyšuje a to především v souvislosti s hektickým životním stylem mnoha z nás a samozřejmě také díky ekonomické situaci současné společnosti, která se postupně zlepšuje, a můžeme si tak dovolit trávit volný čas relaxací spojenou s cestováním. Cestování venkovskými oblastmi nabízí celou řadu výhod především pro rodiny s dětmi, které si tuto formu turistiky můžou z finančního hlediska dovolit. Venkovská turistika nám umožňuje návrat k přírodě, k tradičním, již téměř zapomenutým řemeslům, obyčejům a zvykům, které venkovský prostor nabízí. Každý z nás si pod pojmem venkovská turistika a agroturistika v první řadě představí právě krásu přírody, kulturní stavby a lidové zvyklosti, které řada z nás zná již jen z vyprávění.

Rozvíjející cestovní ruch přináší pro cílové venkovské destinace celou řadu výhod a pozitivních přínosů: snižování nezaměstnanosti, přísun finančních prostředků pro jednotlivé obce, zvyšování životní úrovně původního obyvatelstva obcí a v neposlední řadě samotný rozvoj těchto částí republiky. Když zde mluvíme o přínosu turistiky pro tyto oblasti, nesmíme opomenout i celou řadu negativních skutečností, které nám toto odvětví přináší. Jedná se především o narušování životního prostředí spojené jak s jeho znečištěním, tak i vlivem na celou faunu a floru. Ne každý dokáže ocenit krásu relativně nezničené přírody a prostředí, které nám venkov přináší.

I přes některá negativa, která nám toto odvětví přináší, je důležité zmínit, že pro rozvoj venkovského prostoru je turistika a agroturistika jedním z klíčových odvětví, a je tak nezbytné, aby byla ze strany státu, jednotlivých obcí a samozřejmě strukturálních fondů Evropské unie dostatečně podporována, protože přináší pro tyto regiony šanci na znovuoživení a zastavení úbytku obyvatelstva, které v posledních letech opouštělo tyto oblasti směrem k městům. Turistika se stala větší hnací silou pro venkovský prostor než třeba zemědělství, které dlouhou řadu let bylo nejdůležitějším odvětvím pro tyto regiony, zaměstnávalo převážnou část obyvatelstva obcí. Díky pokroku a modernizaci tohoto odvětví to však již řadu let neplatí a zemědělství, respektive dnes již stále oblíbenější ekologické zemědělství, se stává spíše než prostředkem obživy pro obyvatele venkova součástí turisticky vyhledávaných zajímavostí.

2 Vědecká hypotéza a cíle práce

Cílem diplomové práce je zhodnotit historii a vývoj venkovské turistiky a agroturistiky v regionu Jablonec nad Nisou. Autor diplomové práce se zabývá analýzou získaných informací s cílem stanovení případných doporučení ke zlepšení současného stavu. V teoretické části práce, tedy literární rešerši, je přiblížena a obecně charakterizována daná oblast a jsou zde vymezeny základní pojmy. V praktické části diplomové práce je pak popsán vybraný region, kde bylo provedeno dotazníkové šetření, jehož výsledky včetně vlastních zjištěných poznatků a zkušeností byly využity ke SWOT analýze. V neposlední řadě jsou v práci potvrzeny hypotézy, kterými se autor zabývá.

Při zpracování diplomové práce byly v souladu s cíli, které si autor vytyčil, stanoveny následující vědecké hypotézy:

První hypotéza: veřejnost má zájem o venkovskou turistiku a agroturistiku v zájmové oblasti.

Druhá hypotéza: Nabízené služby v oblasti turistiky ve vybraném regionu jsou ze strany turistů dostatečně využívány.

Třetí hypotéza: Návštěvnost vybraného regionu je díky nabídce služeb vysoká a má příznivý vliv na život místního obyvatelstva.

Čtvrtá hypotéza: Propagace turismu ve vybraném regionu má významný a příznivý vliv na rozvoj tohoto regionu.

V práci bude použita metoda sociologického výzkumu, konkrétně kvantitativní výzkum, kde poznatky, které autor získá prostřednictvím dotazníkového šetření, budou dále použity jako podklad ke SWOT analýze.

3 Přehled literatury (literární rešerše)

3.1 Historie cestovního ruchu

Venkov a jeho prostředí je z pohledu obyvatelstva vyspělých západních zemí vnímán s mnohem větším respektem a úctou, což je znát především v přístupu k řešení složitých otázek z hlediska problémů, které venkovský prostor provázejí. Oproti současnému stavu našeho venkova je situace v řadě vyspělých zemí v souvislosti s postupným pozitivním vývojem, péčí o venkovská sídla a okolní krajinu, zachování tradiční podoby venkovského prostoru na zcela odlišné úrovni.

V České republice dlouhodobě nebyl venkovskému prostoru a venkovské turistice věnován dostatek pozornosti, a to zejména v důsledku průmyslového odvětví, které patřilo na přední pozici našeho zájmu. I z tohoto důvodu byla dlouhodobě znevýhodňována především venkovská sídla s malým počtem obyvatel, která byla krácena nerovnoměrným přidělováním finančních prostředků určených této problematice a podpoře zájmu o venkov a venkovskou turistiku.

Historie cestovního ruchu obecně sahá již do starověku, kdy byly zřizovány obchodní stezky. V období antiky byly budovány lázeňské prostory a ve středověku se uskutečňovaly poutní cesty. V období novověku se objevují cesty za poznáním, ale veškerá tato cestování nebyla předmětem zábavy a z našeho pohledu nešlo o cestovní ruch tak, jak jej vnímáme dnes. Až moderní doba druhé poloviny 19. století začala formovat cestovní ruch do podoby, jaký je nám dnes blízký. Důvodem byl hospodářský růst a s tím spojený růst životní úrovně obyvatelstva. Současně se začíná rozvíjet materiálně technická základna cestovního ruchu, kdy se budují ubytovací, stravovací, dopravní, sportovní a další zařízení, zejména pak v rekreačních a lázeňských střediscích (Venkov v ČR a zemích EU, 2005 [online]).

Goeldner & Ritchie (2012) považují za počátek cestovního ruchu rok 1841, kdy Angličan Thomas Cook zorganizoval 15 kilometrovou cestu vlakem z Leicesteru do Longhboroughu pro 500 účastníků.

Významným mezníkem v tomto oboru je pak rok 1991, kdy proběhla mezinárodní konference Světové organizace cestovního ruchu (United Nations World Tourism Organisation, UNWTO), kde byla přijata definice turismu (cestovního ruchu) užívaná do současné doby. **1.** cestovní ruch je činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest (osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa). **2.** cestovní ruch je mnohostranným odvětvím, které zahrnuje dopravu, turistická zařízení poskytující ubytování a stravování, služby cestovních kanceláří a agentur, průvodcovské služby, turistické informační systémy a další infrastrukturu či další služby cestovního ruchu (UNWTO, 2018 [online]).

Zelenka & Pásková (2012) definuje cestovní ruch jako „komplexní společenský jev a souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu. Je to souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto

služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s vyživováním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch“.

3.2 Venkovský prostor v EU a ČR

Venkovský prostor v současné době prochází pozoruhodným rozmachem. Jako vnímatelná kategorie v politice, v médiích a v odvětví volného času je mluva o venkově a venkovském prostoru v souladu s narůstajícími ekonomickými, sociálními a kulturními nerovnostmi ve městech a venkovských oblastech. Nejistoty ohledně významu a budoucích možností venkovských oblastí ve strukturální změně 20. a 21. století se projevují jako příznaky společenského hledání orientace. Jejich adaptační krize jsou založeny především na transformaci moderního zemědělství (Trummer 2018).

Pojmem venkovský prostor se zabývá mnoho autorů a jeho definice je zmíněna v řadě jak českých, tak i zahraničních publikací. V české literatuře popisují venkovský prostor například Perlín et al. (2017), Binek et al. (2007) či Svobodová et al. (2011).

Perlín et al. (2017) popisuje ve své publikaci venkov jako „prostor, který zahrnuje jak krajinu, tak i venkovská sídla. Pojem venkov tedy integruje jak nezastavěné území, tak i zastavěné území malých sídel - vesnic. Pro venkov jsou charakteristické menší intenzity sociálně ekonomických kontaktů, menší hustota vazeb mezi jednotlivými subjekty, které se ve venkovském prostoru pohybují“.

Svobodová et al. (2011) uvádí následující definici venkova: „venkovský prostor je vše, co není prostorem městským, urbánním“.

Binek et al. (2007) ve své publikaci uvádí řadu nástrojů, dle kterých lze definovat venkovský prostor. Tyto nástroje jsou následující:

„urbanistické – venkovské sídlo je vymezeno jako sídlo s typickou urbanistickou strukturou nízkopodlažní zástavby s vysokým podílem rodinných domů s málo vyvinutou uliční sítí s dominantním prostorem návsi jako společenského a kulturního centra sídla a vysokým podílem zeleně v sídle.

Architektonické - venkovské sídlo je vymezeno jako sídla s dominancí nízkopodlažní zástavby v individuálních rodinných domech, které nemají vybudován parter (přízemí) určený k obchodní činnosti nebo ke službám. Venkovský dům je doplněn rozsáhlejším hospodářským zázemím, které sloužilo původně pro zemědělskou prvovýrobu (chlévky, stáje) v současnosti slouží k zabezpečení provozu domu. Pro tradiční venkovský dům je typické vymezení dvora a zahrady s výrazně oddělenými funkcemi.

sociální – venkovské sídlo je takové sídlo, kde existují mnohem užší sociální kontakty mezi jednotlivými obyvateli sídla, kde existuje dlouhodobá neformální sociální kontrola a participace.

Ekonomické – venkovské sídlo je takové sídlo, kde dominantní nebo rozhodující činností je zemědělství a primární výroba potravin a kde významný podíl ekonomicky aktivních osob vyjíždí do zaměstnání mimo toto sídlo.

Historické – sídlo, které v minulosti získalo městské práva je městem, ostatní sídla jsou vesnicemi. Městem by tedy byla i sídla jako Rabštejn nad Střelou s 26 obyvateli, který v současnosti nemá ani statut obce.

Administrativní – městy jsou ty obce, které stát jako města definuje a která mají právo používat městská práva a městský znak. Toto označení nově propůjčuje městům předseda Poslanecké sněmovny a nemá žádný administrativní nebo jiný význam. Jeho jediný význam je prestižní.

statistické – venkovské sídlo je takové sídlo, které má méně než konvenčně stanovený počet obyvatel“.

Venkovské oblasti se dají mimo jiné charakterizovat nízkou hustotou obyvatel a tím že za městskými oblastmi zaostávají jak z pohledu zaměstnanosti, tak i výše příjmů. Dále jsou tyto oblasti charakteristické migrací mladého obyvatelstva, které často opouští vesnický prostor z důvodu nedostatku volných a lukrativních pracovních míst, kdy v tomto nemůže venkovský prostor tomu městskému konkurovat.

Asi nejjednodušší a nejpoužívanější charakteristika venkovského prostoru je členění dle počtu obyvatel, tedy hustoty osídlení. Z tohoto údaje také vychází definice OECD, která rozlišuje dvě úrovně. Úroveň místní a regionální. Místní úroveň, tedy úroveň s označením LAU 2 (dříve NUTS 5), jsou obce označovány za venkovské v případě, že hustota jejich osídlení je nižší než 150 obyvatel na plochu 1 km². Další tři stupně na úrovni NUTS 3 jsou rozlišeny dle podílu obyvatel žijících na venkově.

Jedná se:

a) Převážně venkovské oblasti, kde více než 50 % obyvatelstva žije ve venkovských obcích.

b) Významně venkovské oblasti, kde 15 – 50 % populace žije ve venkovských obcích.

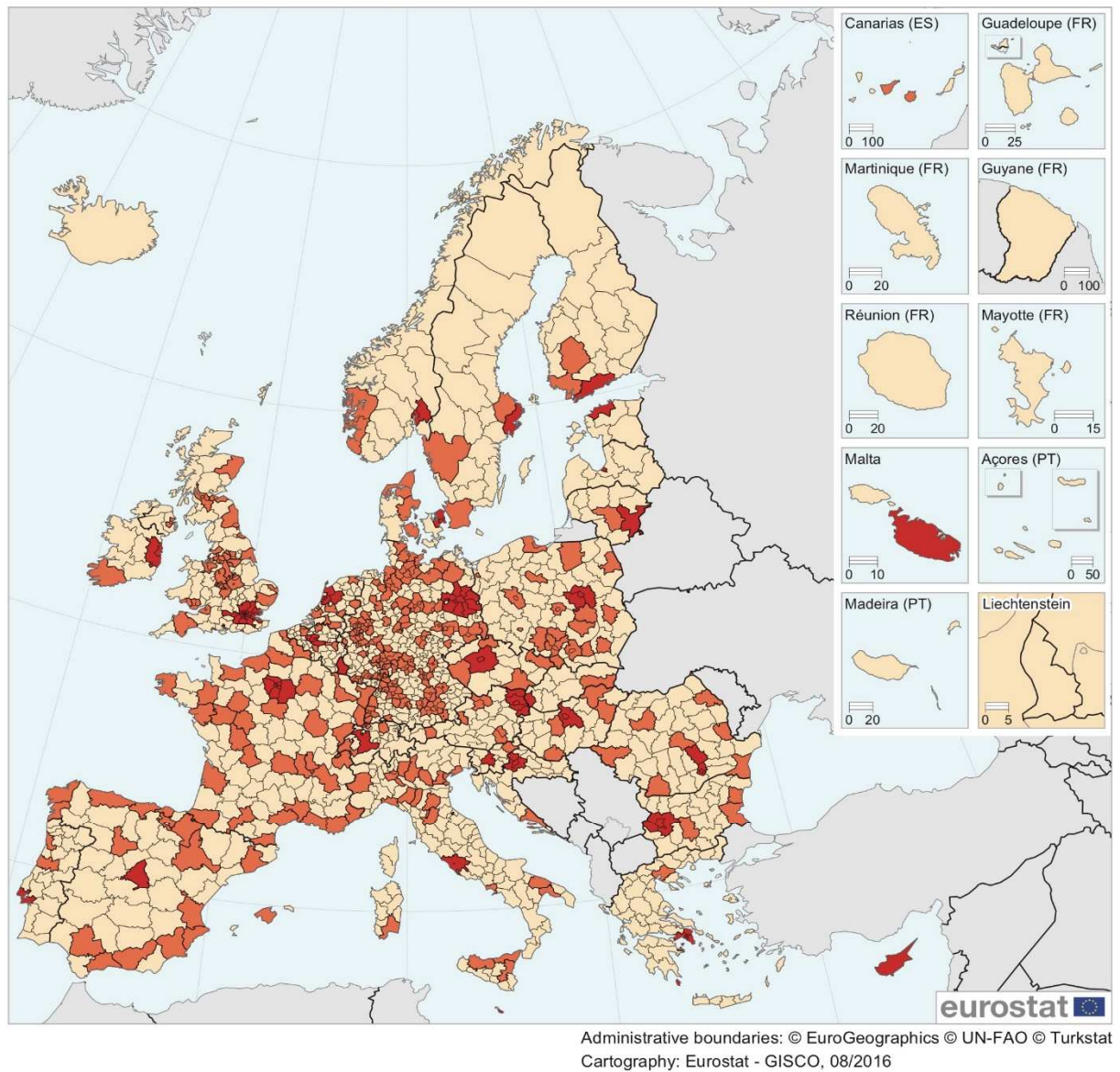
c) Převážně městské oblasti, kde méně než 15 % obyvatelstva žije ve venkovských obcích.

Odlišný pohled na toto členění zvolil Eurostat, ačkoli také vychází z kritéria hustoty osídlení. Jde o tzv. kritérium „vymezení dle stupně urbanizace“. Zde jsou jednotlivé regiony členěny do tří kategorií. Hustě zalidněné oblasti, jež jsou charakteristické obcemi, které s nimi úzce sousedí a jejichž hustota populace přesahuje 500 obyvatel na plochu 1 km² a celkový počet této populace dosahuje nejméně 50.000 obyvatel. Následující skupina je tvořena oblastmi, které jsou charakteristické obcemi s hustotou větší než 100 obyvatel na plochu 1 km² a toto území nepatří k hustě zalidněným oblastem. Celkový počet obyvatel těchto oblastí musí být nejméně 50.000, nebo musí sousedit s oblastí, která je hustě zalidněná. Poslední jsou řídké osídlené oblasti, kam můžeme zahrnout obce, jež nejsou klasifikovány jako hustě zalidněné, či prostřední oblast (Rural Development. CAP, 2000 [online]).

Rada Evropy provedla studii, kterou následně rozvinula Evropská komise, týkající se odlišné klasifikace venkovských oblastí. Na základě této studie můžeme venkovské oblasti dělit dle podílu jejich zapojení do národního hospodářství. Členění lze rozdělit do tří skupin: Integrované venkovské oblasti, které se vyznačují rostoucí populací a zaměstnaností. Jedná se o oblasti, které jsou blízké městským oblastem. Následující skupinou jsou středně pokročilé

venkovské oblasti, které jsou od městských oblastí relativně vzdálené a je zde velký podíl zemědělských aktivit. Třetí, a tedy poslední skupinu tvoří venkovské oblasti s nejnižší hustotou obyvatelstva, které jsou odlehlé. Populaci obvykle tvoří starší obyvatelstvo zaměstnané převážně v zemědělství a mající nízké příjmy (Pěluha et al. 2006).

Typology of metrolitan regions (at the level of NUTS 3) (*)



Obrázek č. 1: Rozdělení Evropy dle regionu (Populationdata, 2016 [online]).

3.3 Podoby venkovské turistiky

V mnoha zemích hraje rozvoj venkovské turistiky stále důležitější úlohu. V Evropské unii se tato forma cestovního ruchu stává důležitým prvkem podnikatelské činnosti zemědělských podniků a dává možnost zaměstnat spoustu lidí, například v ubytovacích a stravovacích službách, v obchodování a organizaci kulturních akcí nebo v péči o krajinu (Golebiewska 2008).

Dle Surjona et al. (2018) má rozvoj cestovního ruchu za úkol vyřešit mnoho problémů a naplnit potřeby společenství, a to jak v oblasti regionálního rozvoje, tak v městských a venkovských oblastech, z nichž jedním je transformace venkovských oblastí na turistické destinace nebo kulturní turistiku. Rozvoj cestovního ruchu je uznáván jako účinný způsob jak snížit chudobu.

3.3.1 Ekoturistika

Ekoturismus nemá do současné doby jasnou definici a v odborné literatuře jich můžeme dohledat nepřeberné množství. Mezinárodní společnost pro ekoturistiku, The International Ecotourism Society, (TIES) definovala v roce 2015 ekoturismus jako „odpovědné cestování do přírodních oblastí, které šetří životní prostředí, udržuje blaho místních lidí a zahrnuje tlumočení a vzdělání“ (The International Ecotourism Society, 2015 [online]).

Zelenka & Pásková (2012) popisují ekoturismus jako jednu z forem cestovního ruchu, kde účastníci využívají chráněných výtvarů přírody, kulturních památek, akcí a přírodních rezervací či jiných přírodních aktivit tak, aby nebyly cestovním ruchem nadměrně narušovány.

Ekoturistika vychází z turistiky, která je založená na přírodě. Motivací k této formě turistiky je především pozorování a vnímání přírody. Zahrnuje jak vzdělávací, tak i interpretační prvky. Turisté se při poznávání krajiny, kulturních zajímavostí a přírodních zdrojů snaží chovat tak, aby tyto prvky zachovali i pro příští generace. Ekoturistika primárně využívá naučné stezky, cyklotrasy či jiné určené cesty, které jsou k těmto účelům předurčeny, a na jejich vzniku mají podíl různé spolky a organizace (Chiu et al. 2014).

Hubler (2019) pak v souvislosti s ekoturistikou zmiňuje i negativa, která jsou s tímto druhem turistiky spojena, kdy uvádí, že cestovní ruch jako takový je jedním z největších světových odvětví, a zatímco tento trend bude zřejmě i nadále pokračovat, přírodní zdroje, které vytvářejí atraktivní destinace pro turisty, budou postupem času nenávratně vyčerpány. Jednou z možností, jak tento jev odvrátit, je i ekoturismus, který je ze své podstaty šetrný k přírodě.

V současné době zastřešuje základní pravidla a zásady ekoturistiky Organizace spojených národů pro životní prostředí - United Nations Environment Programme. Ve světě existuje i mnoho neziskových organizací, které se věnují konceptu ekoturismu. Patří mezi ně například Mezinárodní ekoturistická společnost (The International Ecotourism Society) či Centrum pro zodpovědné cestování (Center for Responsible Travel).

3.3.2 Agroturistika

Zemědělství je a vždy bylo nejdůležitějším odvětvím pro lidskou výživu i pro společnost jako celek. Od té doby se již samotný pojem zemědělství vyvíjí. Ačkoli v minulosti plnil zemědělský sektor výlučně funkci zajištění živobytí zemědělců, v současné době se považuje za klíčové odvětví a plnohodnotného přispěvatele k hospodářství jednotlivých zemí. Diverzifikace jeho aktivit se zaměřuje nejen na zajištění přežití zemědělců, ale také na zvýšení jejich individuálních příjmů a současně tak i příjmů domácností. Zároveň zvyšuje a podporuje rozvoj místního prostředí a venkovského prostředí a vyústilo v odhodlání podporovat inovace takzvaných iniciativ „farm-tourism“.

Ekonomická váha, která se připisuje agroturistice jako hnací síle procesů místního a regionálního růstu, je potvrzena legislativou na národní i evropské úrovni. Obě zahrnují agroturistické činnosti jako nedílnou součást politik zaměřených na venkovský a regionální rozvoj.

Agroturistika poskytuje zemědělcům možnost pracovat ve svém blízkém okolí. Zvýšená mezinárodní konkurence, kterou zažívají velké zemědělské podniky se svými výrobky, způsobila, že ceny klesly až na úroveň, kde již nejsou tolik ziskové. Pro zemědělské rodiny s členy, kteří jsou nezaměstnaní a hledají obživu, agroturistika umožňuje plné zaměstnávání těchto rodinných příslušníků a poskytování služeb ve venkovských oblastech pro lidi, kteří hledají místo pobytu v těchto oblastech nebo nákup venkovských (domácích) potravin (Sgroi et al. 2018).

Hlavním cílem agroturismu je šetrný přístup k životnímu prostředí, krajině jako celku a současně ochrana a rozvoj přírodního a kulturního dědictví ve venkovském prostoru. Jako všechny formy venkovského cestovního ruchu si také klade za cíl stát se nástrojem k obnově venkova. Agroturismus se vyznačuje turistickými či rekreačními pobyty na venkově, především na rodinných farmách, kde hlavním cílem je poznávání alternativního způsobu života, který je součástí přírody a má přímou účast na zemědělských činnostech spolu s aktivním odpočinkem. Sem můžeme zahrnout například cykloturistiku, jízdy na koních, pěší turistiku, poznávání techniky a výroby místních potravin apod. Tyto činnosti se nemusí uskutečňovat výhradně na farmách, ale i na jiných místech zemědělské výroby. Cílem návštěvníka je poznat a vyzkoušet si místní životní styl (Zelenka & Pásková 2012).

Dle Václavíka (2008 [online]) je agroturismus „trávení času v přírodě či přímo na zemědělských usedlostech. Může mimo jiné zahrnovat návštěvy významných kulturních či venkovských míst, tradičních tržnic či jarmarků, vyjíždky za poznáním zemědělských zvyklostí a další volnočasové a pohostinské aktivity, které mají v návštěvnících vzbudit zájem o venkovskou krajinu“.

Závodná (2015) popisuje agroturismus jako formu cestovního ruchu, která je provozována mimo velká rekreační centra, na venkově a v souladu s přírodou, krajinou a venkovským prostředím. Je při něm využíván materiální, kulturní a společenský prostor venkova.

Ministerstvo zemědělství definuje agroturistiku jako „formu podnikání na fungující zemědělské farmě či ranči, zaměřenou na zabavení návštěvníků, s cílem přinášet zemědělcům dodatečný příjem. Agroturistickým aktivitám provozovaným na ekologických farmách se říká eko-agro-turistika. Jde o moderní produkt cestovního ruchu, ohleduplný k přírodě a umožňující rozvoj podnikání na venkově. Venkovská turistika je příležitost zejména pro uplatnění žen, které restrukturalizace odvětví zemědělství připravila o pracovní místa“ (Agroturistika na ekofarmách. Jak na to, 2008 [online]).

Ve své práci se agroturistice věnuje i Leco et al. (2013), který uvádí, že agroturistika se vyčlenila z venkovské turistiky a díky ní mohou turisté zblízka poznat tradice, pěstování plodin, chov zvířat a celkový život na venkově. Agroturistika se tak stala nezanedbatelným zdrojem finančních prostředků pro podnikatele a zároveň napomáhá snižovat nezaměstnanost obyvatel na venkově a udržovat rozvoj venkova.

3.3.3 Ekoagroturistika

Specifickým druhem agroturistiky je ekoagroturistika. Základní rozdíl spočívá v tom, že v případě ekoagroturismu jsou pobyty organizovány výhradně na farmách, které provozují svou činnost v tzv. formě alternativního zemědělství, které je spojeno s produkcí bioproduktů. Tyto farmy při své činnosti nepoužívají při pěstování plodin a chovu hospodářských zvířat žádné syntetické chemikálie, hormonální přípravky, umělá barviva či kondenzační látky, ani umělá hnojiva. Řídí se přísnými pravidly pro ekologické zemědělství. Zvířata jsou na těchto farmách chována přirozeným způsobem s důrazem na dodržování tzv. welfare, tedy zachování pohody a základních podmínek života a zdraví zvířat a jejich ochrana před negativními činiteli, kteří mohou ohrožovat jejich zdraví, způsobovat jim utrpení, bolest či psychickou újmu. Veškeré zemědělské produkty ekologických farem podléhají přísným mezinárodním standardům a jsou pečlivě kontrolovány před tím, než jsou označeny ochrannou známkou BIO. Ekoagroturismus je významný svým specifickým spojením turisty a farmářské rodiny včetně následné konzumace jejich ekologických produktů (Šimková, 2008)

Dle Němčanského (1996) zahrnuje ekoagroturistika pobyty na ekologicky hospodařících farmách, které produkují svou činností bioprodukty. Hlavním znakem je sepětí jak s rodinou farmáře, tak i přímý podíl na zemědělských činnostech s následnou konzumací produktů jejich ekologického zemědělství.

Podobně popisuje ekoagroturismus ve své knize i Škodová-Parmová (2007), která jej popisuje jako jednu z forem venkovského cestovního ruchu, která je součástí pobytu na ekologicky hospodařících farmách, produkujících bioprodukty. Tyto farmy jsou situovány v příznivém životním prostředí a turista spolu s farmářem se podílí na zemědělských pracích a konzumaci produktů ekologického zemědělství.

3.3.4 Hipoturistika

Ryglová (2009) uvádí, že hipoturistika je spojena s jezdeckou turistikou a hipoterapií. Bývá provozována jak pro sportovní, tak i rekreační činnosti, kde mohou být mimo jiné nabízeny i vyhlídkové projížďky kočárem.

Bytí venku, užívání si přírody a ustupování od napětí a stresu každodenního života se zdá být pro mnoho lidí stále důležitější. Součástí toho je úsilí o tzv. pomalý cestovní ruch a pomalé dobrodružství.

Tzv. jezdecká turistika je poměrně nová, ale rostoucí oblast akademického výzkumu uvádí, že se tento způsob turistiky rozvíjí a má obdobný základ v cestovním průmyslu jako specializovaná lyžařská, surfařská či potápěčská turistika. V některých zemích se jezdecká turistika objevuje jako forma nového cestovního ruchu, zatímco v jiných se tento sektor rozvíjí již desetiletí, jako například na Islandu, kde byly založeny první podniky zaměřené na jezdecký cestovní ruch již v roce 1970. Výzkumy posledních let nám ukazují rostoucí potenciál tohoto druhu turistiky. Příkladem může být právě zmiňovaný Island, Polsko, Maďarsko či Francie. Společnosti zabývající se hipoturistikou jsou obvykle malé a jsou postaveny na nadšení majitele koní a jezdeckví, protože tento způsob podnikání zahrnuje tvrdou práci, dlouhou pracovní dobu a různorodé povinnosti. Vytváření rozsáhlého podnikání v této oblasti a dosažení tak velkého zisku není obvykle hlavním cílem osob zabývajících se touto činností, ale jde o životní styl a lásku k přírodě (Siguroardottir 2018).

Pickel-Chevalier (2015) uvádí, že ve Francii se stala hipoturistika, tedy konkrétně jezdecká turistika, důležitým prvkem pro udržitelný rozvoj. Jízda na koni se ve Francii stala výnosným byznysem s třetí největší sportovní federací v Evropě s asi 700.000 členy po Spojeném království a Německu, přičemž Francie je považována za nejrozsáhlejší zemi s jezdeckou turistikou, na kterou se specializuje přibližně 1600 podniků s 60.000 kilometry jezdeckých stezek. Jezdecká turistika zde tak má nezanedbatelný podíl na rozvoji venkovských oblastí.

3.3.5 Cykloturistika

Zelenka & Pásková (2012) uvádějí, že cykloturistika je zaměřena na aktivní cestování, díky ní poznáváme přírodní a společenské zajímavosti v dané lokalitě na kole, nejčastěji pomocí upraveného (trekingového nebo horského) cestovního kola. Pro účely cestovního ruchu se často setkáváme s kombinováním dopravy, kde je využíváno vlaku a jízdy na kole. Z tohoto důvodu jsou pro cyklisty poskytovány speciální servisní služby apod. Cykloturistika je v současné době často podporována budováním nových cyklostezek a cyklotras.

Heesup et al. (2017) popisují cykloturistiku jako činnost, která se provádí během volného času po dobu do 24 hodin nebo jedné noci od domácího cíle. Obvykle je to často půl dne nebo den cesty, především z domova, s rodinnými příslušníky nebo společenskými skupinami. Současně uvádějí, že jízda na kole za účelem dopravy se v posledních několika

desetiletích značně zhoršila kvůli používání motorových vozidel, avšak opět získává svou popularitu jako forma cestovního ruchu, která poskytuje zdravé a přirozené zážitky.

Labuda (2016) ve své publikaci uvedl, že cykloturistika patří k trvale rostoucímu sektoru cestovního ruchu a v dnešní době je jízdní kolo symbolem, který dokáže prokázat zvláštní způsob života a zvláště zodpovědný a vědomý postoj k životnímu prostředí.

3.3.6 Greenways (zelené stezky)

Jsou to dle definice European Greenways Associations komunikace vyhrazené výlučně pro nemotorizované prostředky, vyvinuté takovým způsobem, který zlepšuje jak životní prostředí, tak i kvalitu života v okolí. Tyto trasy by měly splňovat uspokojivé standardy šířky, průjezdnosti a podmínky na povrchu, aby byly pro uživatele všech schopností uživatelsky přívětivé a nízké. Zejména pak pro pěší turistiku, cykloturistiku, turisty pohybující se na kolečkových bruslích, dále pro jízdu na koni nebo pro vozíčkáře.

Giaccio et al. (2018) uvádějí, že venkovské oblasti mohou být silně ovlivněny vytvořením zelených cest (zemědělská krajina, rozptýlené kulturní dědictví, chráněné prostředí), které by jinak byly nedostupné, vzhledem k jejich vzdálenosti, od tradičních tras. Celkově to podporuje zavedení nových ekonomických aktivit na základě jejich typických vlastností.

3.4 Význam venkovské turistiky a agroturistiky a jejich vliv na rozvoj venkova

Cestování a turistika mají obrovský přínos pro náš moderní ekonomický systém. Podle statistik zveřejněných Světovou organizací spojených národů pro cestovní ruch (UNWTO) představuje celosvětový cestovní ruch a cestovní ruch včetně podnikání v oblasti cestovního ruchu, jako je pohostinství a úklid, 9,8 % celkového globálního hrubého domácího produktu v roce 2016. V roce 2016 také tvoří přibližně 11 % stávajících pracovních míst na světě zahrnující jak přímá, tak i nepřímá pracovní místa (Pan et al. 2018).

Potvrzuje to i skutečnost, že v posledních letech je zaznamenán sílící zájem občanů z České republiky i ze zahraničí o venkovskou turistiku, která je pro ně spojením pohodové, finančně nenáročného dovolené mimo městská sídla. Tento zájem skýtá značný potenciál zejména pro mladé lidi žijící na venkově k vytváření drobných ubytovacích zařízení ve venkovském prostoru. Rostoucí zájem o venkovskou turistiku přináší příležitost jak pro podnikání v drobných ubytovacích službách, tak pro malé farmáře a menší rodinné farmy, neboť mohou spojit klasickou zemědělskou činnost s poskytováním služeb v oblasti venkovského turismu a agroturismu, a tím získat další zdroj příjmů přímo v místě svého podnikání. V určitých lokalitách České republiky se jedná o příležitost mimo jiné i pro zavedení

ubytovací zařízení a restaurace. (Venkovská turistika, agroturistika, ekoagroturistika (2007) [online])

Giaccio et al. (2018) publikují, že zemědělská turistika je v literatuře považována za komplexní a značně diferencovaný jev, jehož hospodářské, sociální a environmentální dopady na obyvatelstvo a území závisí na vztazích mezi veřejnými a soukromými aktéry, kteří definují souvislosti mezi produkty cestovního ruchu a místními zdroji. Farmy patří mezi hlavní aktéry tohoto fenoménu a turistické aktivity prováděné na farmě představují podskupinu venkovského cestovního ruchu založeného na využití přírodních zdrojů přítomných na konkrétním území. Realizace turistických aktivit na farmě je formou diverzifikace zemědělských činností, což je proces, který v posledních desetiletích neustále doprovázel evropské zemědělství a který zejména v případě malých a středních zemědělských podniků zvýšil příjmy ze zemědělských činností, a ukázal tak jasnou úlohu, kterou hraje zemědělství ve vztahu mezi přírodními zdroji, obcí a venkovskými oblastmi. Tento proces, který je silně podporován politikami zemědělství a rozvoje venkova a který byl implementován v Agendě 2000, významně ovlivnil cíle nástrojů financování těchto politik, které jsou označeny jako první a druhý pilíř společné zemědělské politiky (SZP).

Mtapuri & Giampiccoli 2019 jsou dokonce toho názoru, že cestovní ruch, jehož součástí je i venkovská turistika, je nejrychleji se rozvíjejícím sektorem, který v Evropě předstihl i automobilní průmysl.

To následně vedlo k přeměně tradičních zemědělských činností, které i nadále představují hlavní činnosti z ekonomického a sociálního hlediska, a to zejména v nejvíce okrajových oblastech. Tradiční zemědělství již není výhradní činností. Nezemědělské činnosti, včetně cestovního ruchu, jsou pro rozvojové účely stále důležitější. Diverzifikace v agroturismu se projevuje přítomností rekreačních a kulturních služeb (např. pohostinství, stravování) a ochranou a rozšiřováním území. Agroturismus je považován za klíčový faktor místního rozvoje, zejména pro okrajové venkovské oblasti, kde jsou omezeny možnosti rozvoje alternativních pracovních příležitostí nebo kde jsou environmentální a kulturní dědictví turisty velmi oceňována.

Existuje široká a konsolidovaná literatura o ekonomických a sociálních výhodách agroturistických aktivit. Pokud jde o přínosy pro životní prostředí, empirické analýzy, většinou pak případové studie, ukazují pozitivní trendy týkající se turistických hospodářství, jako je ochrana půdy, zachování ekosystémových služeb s hlavním důrazem na krajinu a biodiverzitu. Agroturistika často vytváří jinou mozaiku krajiny díky nižší přítomnosti monokulturních produkcí. Pozornost farmáře k environmentálním aspektům a péči o toto území je také důsledkem poptávky turistů po větší škále produktů a tradiční zemědělské krajině.

Dle Stříbrné (2015) patří cestovní ruch v současnosti k jednomu z nejprogressivnějších odvětví celosvětové ekonomiky. Příjmy z tohoto odvětví dosahují vyšších hodnot, než je tomu například u automobilového průmyslu, a je spojen s vytvářením řady nových pracovních příležitostí. Oproti minulosti, kde se aktivity spojené s cestovním ruchem primárně soustředily na přímořské, lázeňské či obdobné destinace, je v současnosti rozvíjícím se trendem cestování

do hospodářsky zaostalých regionů, pro které se jedná o nezanedbatelnou finanční příležitost, přinášející kapitál do těchto oblastí. Cestovní ruch tak slouží k oživení venkova, který se dlouhodobě potýká s hospodářskými i sociálními problémy.

Přínosem cestovního ruchu pro venkovské oblasti v podobě venkovské turistiky a agroturistiky se zabývá jak zahraniční, tak i česká odborná literatura.

Např. Ryglová (2009) ve své knize popisuje hlavní význam cestovního ruchu ve zvyšování zaměstnanosti v daných regionech, utváření nových možností pro zahraniční investice a mimo jiné i přínos v oblasti sociální, protože cestovní ruch má značný podíl na vytváření mezilidských vztahů, a to konkrétně mezi obyvateli navštěvovaných míst a účastníky cestovního ruchu.

Stříbrná (2005) pak uvádí, že turisté díky venkovské turistice získávají nespočet zkušeností jak společenských, tak i ekologických a osoby podnikající ve službách spojených s turistikou jsou současně uspokojeny díky obohacení o ekonomické prostředky. U obou subjektů, tedy jak u turistů, tak i u podnikatelů dochází k formování pozitivního vztahu k ochraně přírody a životního prostředí jako celku.

Pulina et al. (2006) uvádí, že pro rozvoj venkova má venkovský turismus významný ekonomický dopad, neboť se jedná o dynamicky se rozvíjející odvětví, které přispívá ke zlepšení situace těchto ekonomicky slabých oblastí.

Iova et al. (2016) publikovali, že venkovská turistika se stává čím dál tím přitažlivější, protože turisté se stávají mobilnějšími a hledají změnu oproti městskému životu. Venkovská turistika a agroturistika dohromady se vzájemně doplňují a podporují, vytvářejí sektor, který bude organizován speciálně s přihlédnutím ke geografickým, ekonomickým, sociálním aj., specifickým produktům a úloze, kterou by měly hrát v rozvoji venkovské oblasti. Dle jím provedené analýzy se v období 2000 - 2014 počet turistických objektů s potenciálem pro ubytování a agroturistiku ve venkovských oblastech evropských zemí dvojnásobně zvýšil.

Zcela odlišný pohled na venkovskou turistiku pak má Christou et al. (2018), kteří jsou toho názoru, že venkovský turismus stimuluje nostalgické osoby, které tato nostalgie motivuje k podnikání turistiky do venkovských oblastí. Toho jsou si vědomi i místní podnikatelé, kteří záměrně tuto nostalgii podporují a snaží se na tomto jevu postavit svou výdělečnou činnost. V turistech záměrně vyvolávají touhu znovu prožít minulé časy, tedy časy jejich dětství.

3.5 Podnikání ve venkovské turistice

Popularita venkovských oblastí, zejména pak těch horských, jako místo, kde strávit dovolenou, se v posledních letech zvýšila. Změny v postojích byly paralelní se změnami v evropském stylu k svátkům, ale také v preferencích návratu k přírodě a různým místním produktům ve venkovských oblastech. K nim se přidává také povědomí malých zemědělců o potřebě diverzifikace zemědělské činnosti jak na farmě, tak i mimo ni, zapojením se do jiných činností než zemědělských, přičemž agroturistika je jednou z těchto činností. V této souvislosti vyžaduje agroturistika, která kromě módního zájmu představuje možnost obnovy specifických

zdrojů venkovských oblastí, dodržování několika základních pravidel, pokud se má vyvíjet na principu ziskovosti. Prvním základním pravidlem, které je třeba dodržovat, je zabezpečení nabídky na venkově, která musí být kvalitní, takže turisté jsou ochotni utracet své peníze za poskytnuté služby. Dalším pravidlem je vytvoření agroturistických struktur, které přitahují turisty po celý rok (letní i zimní). Mohly by být nabízeny komplexní agroturistické balíčky, které poskytují odpočinek, zábavu, ekologické vzdělání, kulturní tradice a folklór, tradiční produkty, zapojení do života domácnosti a venkovského světa (Ciolac et al. 2015).

Dle ČSÚ se v roce 2018 cestovnímu ruchu v České republice daří a pokračuje vzestupná tendence zájmu tuzemských i zahraničních turistů. Od počátku roku do konce září se v hromadných ubytovacích zařízeních v České republice ubytovalo celkem 16,80 miliónu turistů. Od ledna do září přenocovalo v tuzemských ubytovacích zařízeních o 6,6 % více hostů než ve stejném období loňského roku. Převažovali přitom domácí turisté, kterých se ubytovalo přes 8,5 miliónu. Hostů ze zahraničí přijelo celkem 8,1 miliónu, meziročně o 4,7 % více. Nejčastěji k nám turisté míří z Německa (1,5 miliónu), Slovenska (556 tisíc) a Polska (519 tisíc). Meziročně vyšší počet hostů i přenocování zaznamenaly všechny kraje. Více hostů přenocovalo ve všech hlavních kategoriích ubytovacích zařízení kromě pětihvězdičkových hotelů, kde se celkový počet turistů meziročně snížil o 3,4 %. Naopak nejvyššího meziročního růstu dosáhly kempy, které si připsaly o 14,8 % více hostů.

V regionu Jablonec nad Nisou je v současnosti dle ČSÚ registrováno celkem 277 hromadných ubytovacích zařízení s kapacitou zhruba 830 lůžek. Za rok 2018 využilo hromadných ubytovacích zařízení v Libereckém kraji celkem 1.005.093 hostů. Zde je patrný každoroční nárůst. Například v roce 2012 to bylo celkem 753.932 hostů a v roce 2015 region navštívilo 820.802 návštěvníků.

Mezi jednotlivými regiony v České republice jsou zaznamenány výrazné rozdíly ve stupni rozvoje venkovského cestovního ruchu. Ačkoli zájem o venkovský cestovní ruch obecně roste, zájem o agroturistiku je v některých regionech omezen v důsledku tzv. regionální tradice. Příkladem může být například Jihomoravský kraj, kde je upřednostňován zájem o vinařskou turistiku na úkor agroturistiky. Dovolenu na statku v Česku tráví zhruba 80-100 tisíc lidí ročně, téměř třetinu turistů tvoří cizinci. Převážně se jedná o Němce, Nizozemce a Poláky. Průměrná doba dovolené na farmách je cca 5-7 dní. Tento trend je neustále na vzestupné úrovni a je nezanedbatelným přínosem finančních prostředků pro vesnické oblasti, kde se předpokládá nárůst účastníků venkovské turistiky na více než 100 tisíc za rok (Parmová et al. 2013).

Vystoupil et al. (2010) uvádí, že z pohledu regionů v České republice lze vyčlenit tři venkovské oblasti, které mají největší potenciál pro rozvoj tzv. šetrných forem cestovního ruchu. První oblastí jsou kraje Jihomoravský, Jihočeský a Středočeský. Uvedené kraje se podílejí na celkovém počtu turistických lůžek ve venkovském prostoru České republiky z více než dvou pětín. Celková kapacita všech lůžek ve venkovském prostoru je přibližně 50 tisíc lůžek, což je zhruba 10 % z celkové kapacity ubytovacích zařízení. Druhou oblastí jsou kraje Plzeňský, Pardubický, Liberecký, Zlínský a kraj Vysočina. V této oblasti se nachází zhruba 10

tisíc ubytovacích lůžek. Poslední oblastí jsou regiony, které jsou lokalizovány především v horských a urbanizovaných oblastech.

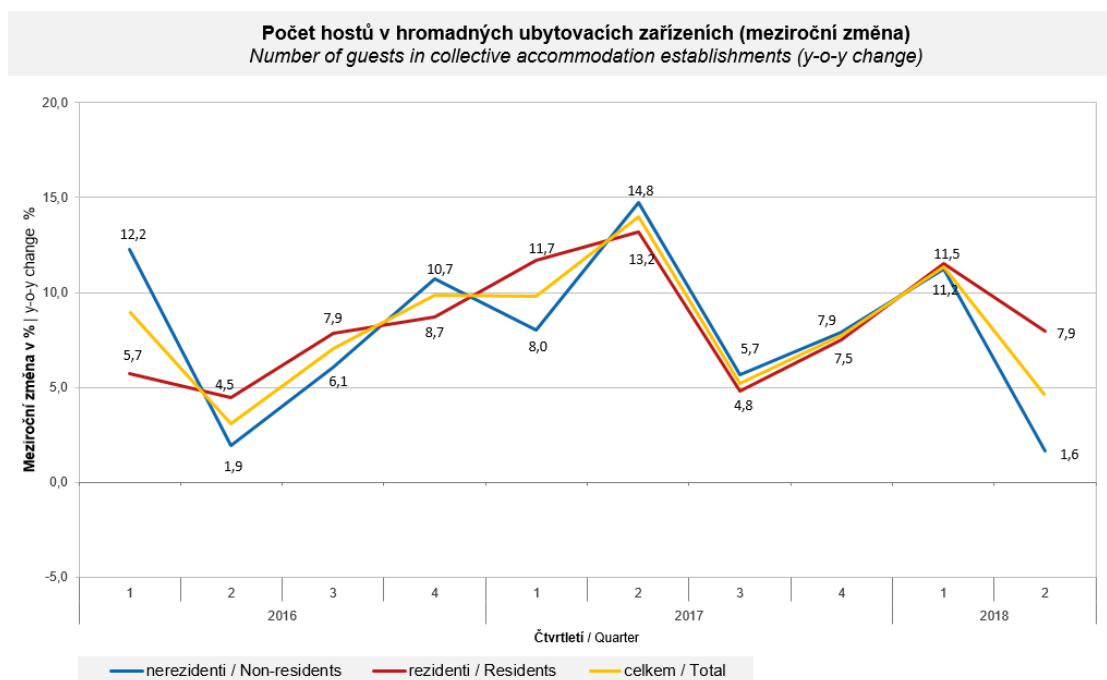
Mura a Ključnikov (2018) provedli v souvislosti s popisovanou problematikou výzkum v sousedním Slovensku, kde zjistili, že mikropodniky a malé podniky jsou dominantními představiteli podnikání ve venkovském prostředí a také aktivními partnery přispívajícími k regionálnímu rozvoji. Venkovské oblasti Slovenska jsou stále považovány za nedostatečně využívané. Využívání potenciálu venkovských regionů je klíčem k oživení venkovských podniků. Rozvoj venkovských oblastí závisí na hospodářské činnosti, která se odehrává v různých regionech. Jednou z možností regionálního rozvoje je podpora specifických oblastí cestovního ruchu, např. venkovského cestovního ruchu a agroturistiky. Přínosy z venkovského cestovního ruchu a agroturistiky mají pozitivní dopad na úspěch podniků a pomáhají při diverzifikaci podnikatelských rizik.

Rozvoj venkovské turistiky a agroturistiky je patrný prakticky v celé České republice. Jsou zde však oblasti, které jsou z hlediska podmínek pro tento druh turismu lepší oproti ostatním. Například v oblastech, které jsou úrodnější, nemusí být pro místní zemědělské podnikatele turismus zajímavý vzhledem k tomu, že se zemědělskou činností pohodlně uживí. Agroturismus pak patří k těm oblastem, které jsou velmi závislé na zaměření jednotlivých podnikatelů, které mj. souvisí s podmínkami v daných regionech v oblasti rozvoje zemědělství (Stříbrná, 2015).

Z pohledu různých státních organizací je venkovský turismus, zejména pak agroturismus na okraji zájmů, což může mít souvislost jednak s malou kapacitou a dále také s malým obratem většiny těchto zařízení, nebo tím, že agroturismus byl dlouhodobě považován za doplňkovou aktivitu k zemědělství, nikoli hlavní předmět podnikání (Ryglová et al. 2011).

Stejně tak obliba sekundárního bydlení a jeho značný počet mohly být jedním z důvodů, proč se služby agroturismu u nás rozvíjely pomaleji než v jiných evropských zemích (Thöndlová 2011).

Stříbrná (2015) pak ve své knize uvádí, že masivní kvantitativní nárůst subjektů, které budou poskytovat služby venkovského turismu a agroturismu, nelze dále očekávat. V České republice se s venkovským turismem setkáváme nejčastěji v podobě ubytování ve venkovských oblastech. Agroturismus je pak spíše záležitostí, která je na okraji zájmů tuzemských turistů. Farem rodinného typu, které jsou spojeny s provozováním agroturistiky, je v České republice relativně málo. Například Svaz venkovské turistiky eviduje na území ČR kolem 65 agroturistických farem, tedy farem, které spolu se zemědělskou činností nabízejí i možnost ubytování a doprovodný program spojený s agroturismem. Zhodnotíme-li získané poznatky, lze poukázat na skutečnost, že v České republice převažují služby v podobě ubytování na venkově nad službami spojenými s agroturistikou.



Obrázek č. 2: Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních 2016 -2018. (Český statistický úřad, 2018 [online])

3.6 Členění České republiky na turistické regiony a turistické oblasti

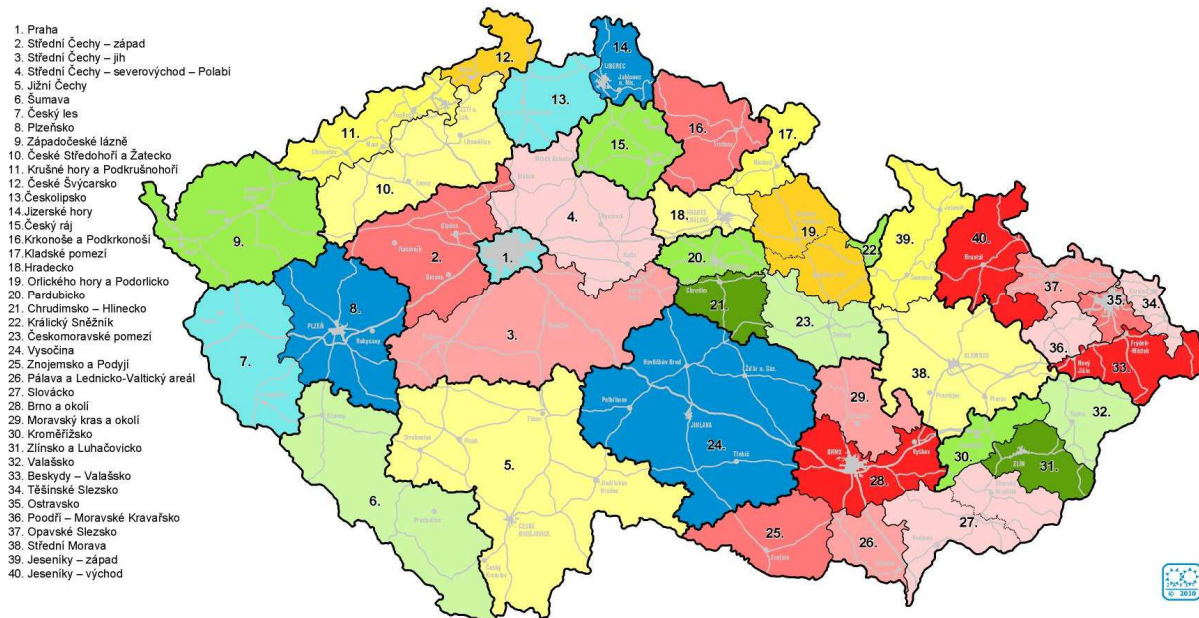
Z pohledu cestovního ruchu dělíme Českou republiku do 17 turistických regionů. Toto členění bylo výsledkem jednání v jednotlivých regionech v letech 1998-1999, kdy na zasedání Asociace krajů ČR, které proběhlo v lednu 2010, došlo k navýšení regionů z původních 15 na současných 17. Nižšími územními celky jsou pak turistické oblasti, kde Česká republika čítá celkem 40 těchto lokalit. Hlavním cílem členění území do těchto oblastí je možnost ucelené prezentace těchto územních celků, a to včetně jejich vztahu k zahraničí. Dále slouží jako podklad pro statistické sledování Českého statistického úřadu a k marketingovým aktivitám pro podporu domácího cestovního ruchu včetně využívání tohoto členění pro realizaci projektů Integrovaného operačního programu, které zajišťuje MMR a CzechTourism (Nové rozdělení turistických regionů České republiky, 2018 [online]).

Turistické regiony České republiky



Obrázek č. 3: Rozdělení České republiky na turistické regiony (Mapa turistických regionů a oblastí, 2018 [online]).

Turistické oblasti České republiky



Obrázek č. 4: Rozdělení České republiky na turistické oblasti regionů a oblastí, 2018 [online]).

3.7 Programy rozvoje venkovské turistiky v ČR

V mnoha oblastech představují programy rozvoje venkova hlavní hnací sílu cestovního ruchu. Evropská komise v roce 1999 zveřejnila dokument o budoucnosti venkovské společnosti, který označila jako změnu směru zemědělských politik a vznik nové koncepce - Rozvoj venkova. Evropské společenství navrhlo zavedení nových opatření ve venkovských oblastech, která přesahovala jednoduchou výrobu potravin včetně cestovního ruchu. V tomto dokumentu se nejprve objevil venkovský cestovní ruch jako možnost vývoje. Agroturistika se tak ukázala jako komplement k zemědělským a živočišným aktivitám. Turistický cestovní ruch tak představoval doplněk těchto aktivit a byl uveden jako prostředek ke zmírnění vylidňování na venkově, vytváření dodatečných příjmů ve venkovských domácnostech a diverzifikaci hospodářství (Hernandez & Ballesteros 2017).

Finanční podpora agroturistických podniků byla zavedena na evropské, národní a regionální úrovni. Jako vedlejší poznámku k těmto formám finanční pomoci, počínaje těmi na evropské úrovni, je třeba uvést, že rozvoj agroturistiky a zvýšení zemědělských příjmů se staly prioritou pro Evropskou unii již v osmdesátých letech. Zejména příspěvky na podporu zemědělských příjmů prostřednictvím diverzifikace činností byly poskytnuty formou financování zemědělců, jejichž plány zahrnovaly kvalitní zlepšení produkce, přizpůsobení požadavkům trhu, úsporu energie nebo zlepšení podmínek prostředí.

Tento příznivý postoj k zemědělskému odvětví se v průběhu času potvrzuje jak v následné evropské regulaci, tak ve společné zemědělské politice, která je klíčovým právním nástrojem věnovaným rozvoji evropského zemědělského a nezemědělského sektoru. Ta se vyznačuje zavedením finančních prostředků pro venkovský rozvoj a definováním finančních opatření pro agroturistické podniky.

EU poskytuje finanční prostředky na širokou škálu projektů a programů v různých odvětvích a proto bylo zapotřebí uvažovat o zavedení konkrétních prostředků pro každý z nich. Financováním zemědělského sektoru se zabývá Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova (EAFRD). Finanční nástroje, o které se tento fond opírá, mají dva základní druhy: grantové smlouvy, které sestávají z přímých finančních příspěvků na podporu projektů nebo organizací, které podporují zájmy EU nebo přispívají k realizaci specifického programu nebo politiky EU, a zadávání zakázek prostřednictvím postupů požadovaných evropskými institucemi při nákupu služeb, dodávek nebo prací nezbytných pro jejich činnost. Takové veřejné zakázky se pak zadávají prostřednictvím výběrového řízení.

Zatímco granty udělují dotace přímo příjemcům, jiné typy financování jsou vypláceny prostřednictvím programů řízených na národní a regionální úrovni. Na národní úrovni existují také finanční nástroje pro zemědělské podniky a agroturistické podniky. Dle platných stanov každý členský stát předloží národní strategický plán, který obsahuje strategické priority EU, příslušné specifické cíle, celkovou výši přidělených prostředků z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EZFRV) a ve formě spolufinancování, jakož i regionálních programů rozvoje venkova (RDP) a jejich přidělení. Tyto RDP obsahují balíček opatření, seskupených

kolem 4 os, a jako taková jsou skutečnými finančními nástroji na regionální úrovni, což umožňuje jemné rozdíly v závislosti na referenčním regionu (SgROI et al. 2018).

V současné době existuje celá řada způsobů a možností, jak získat finanční podporu v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky. Mezi ty základní můžeme zcela určitě zařadit čerpání prostředků z Evropských fondů ČR v programovém období 2014-2020. V tomto období jsou z Evropských strukturálních fondů a investičních fondů alokovány prostředky ve výši téměř 24 mld. eur. Česká republika má možnost tyto finanční prostředky čerpat prostřednictvím deseti tematických programů, včetně programů Evropské územní spolupráce. Pro oblast podpory cestovního ruchu, tedy i venkovské turistiky a agroturistiky, může ČR čerpat hned z několika programů. Jsou jimi: Program rozvoje venkova (PRV), Integrovaný regionální operační program (IROP) a Operační program rybníkářství 2014 – 2020 (DotaceEU.cz, 2018 [online]).

Hlavním cílem programu rozvoje venkova je „obnova, zachování a zlepšení ekosystémů závislých na zemědělství prostřednictvím zejména agro-environmentálních opatření, dále investice pro konkurenceschopnost a inovace zemědělských podniků, podpora vstupu mladých lidí do zemědělství nebo krajinná infrastruktura. Program bude také podporovat diverzifikaci ekonomických aktivit ve venkovském prostoru s cílem vytvářet nová pracovní místa a zvýšit hospodářský rozvoj. Podporován bude komunitně vedený místní rozvoj, resp. metoda LEADER, která přispívá k lepšímu zacílení podpory na místní potřeby daného venkovského území a rozvoji spolupráce aktérů na místní úrovni. Horizontální prioritou je předávání znalostí a inovací formou vzdělávacích aktivit a poradenství a spolupráce v oblasti zemědělství a lesnictví“. Součástí strategie Evropa 2020 jsou cíle podpory venkovských oblastí podrobně popsány v šesti prioritách platných pro EU. Pro podporu cestovního ruchu a agroturismu je určena priorita č. 6, tedy Podpora sociálního začleňování, snižování chudoby a hospodářského rozvoje ve venkovských oblastech, konkrétně projektové opatření č. 6.4.1 - Investice do nezemědělských činností 25 – 45 % dotace na výstavbu či nákup nemovitostí, pořízení strojů a technologií s rozpočtem 51 mil. Eur a projektové opatření č. 6.4.2 Podpora agroturistiky 25 – 45 % dotace na stavební obnovu, doplňkové výdaje a nákup nemovitosti s rozpočtem 26 mil. eur. Jedním z dalších cílů tohoto opatření je podpora investic na diverzifikaci činnosti pro zemědělské subjekty v oblastech agroturistiky, které ve výsledku povedou k zajištění diverzifikace příjmů podnikatelských subjektů, vytváření pracovních míst i pro nekvalifikované pracovníky a k podpoře širšího využití zemědělských farem a využití venkovských brownfields (Eagri.cz, 2018 [online]).

Cílem Operačního programu rybníkářství 2014 – 2020 je především udržitelný chov ryb v ČR a dále pak zajištění rovnoměrných dodávek sladkovodních ryb během roku na domácí trh v požadovaném sortimentu, včetně diverzifikace akvakultury (rybníkářství). Tento program má celkem 2 tematické cíle s třemi podporovanými oblastmi, kde cestovním ruchem se zabývá Priorita Unie č. 2, Podpora environmentálně udržitelné, inovativní a konkurenceschopné akvakultury založené na znalostech a účinně využívající zdroje, opatření 2.2, jejímž cílem jsou investice do akvakultury a její diverzifikace. Pro toto opatření byla

vyčleněna částka v celkové výši 43,3 mil. Eur. Část těchto prostředků bude možné využít k podpoře rybářského turismu, který by měl pomoci posílit ekonomickou situaci venkovského prostoru zvýšením zaměstnanosti a životní úrovně místního obyvatelstva (Dotaceeu.cz, 2018 [online]).

Hlavním cílem Integrovaného regionálního operačního programu je umožnit vyvážený rozvoj území, zkvalitnění infrastruktury, zlepšení veřejných služeb, veřejné správy a dále zajištění udržitelného rozvoje obcí, měst a regionů. IROP se člení na 5 prioritních os, kde z pohledu rozvoje turistiky a agroturistiky je možné čerpat dotace z osy 3 Dobrá správa území a zefektivnění veřejných institucí a osy 4 Komunitně vedený místní rozvoj. U osy 3 jde konkrétně o cíl 3.1 Zefektivnění prezentace, posílení ochrany a rozvoje kulturního a přírodního dědictví, kde lze čerpat dotační prostředky například na revitalizace kulturních památek ve vesnických památkových rezervacích, revitalizace parků a zahrad či revitalizace vybraných kulturních památek. Díky těmto prostředkům mají vybrané regiony příležitost provést pozitivní změny v návaznosti na cestovní ruch, tedy následný zvýšený zájem turistů o dané regiony. U osy 4 je možné čerpat finanční prostředky konkrétně z cíle 4.1 Posílení komunitně vedeného místního rozvoje za účelem zvýšení kvality života ve venkovských oblastech aktivizací místního potenciálu. Zde je možné čerpat finanční prostředky na ochranu přírodního a kulturního dědictví a dále k rozvoji místních služeb a dopravní obslužnosti ve venkovských regionech. Veškeré tyto vynaložené prostředky mají pozitivní vliv na rozvoj venkovského turismu. Díky tomu dochází k postupným revitalizacím vybraných oblastí těchto hospodářsky slabých regionů (Regionální rada NUTS II Severovýchod, 2018 [online]).

3.8 Program Leader a Místní akční skupiny

3.8.1 Leader

Reforma strukturálních fondů, která proběhla v roce 1988, umožnila Evropské unii příležitost poskytnout členským státům EU zvláštní prostředky prostřednictvím komunitních iniciativ s cílem zmenšit regionální nerovnosti a přispět k integrovanému rozvoji venkovského sektoru, který měl klesající kurz v posledních několika desetiletích. Iniciativa Leader posílila místní identitu regionů, ve kterých byl realizován. Posílily své přírodní a kulturní zdroje, poprvé spojily místní produkční odvětví, jako je zemědělství a cestovní ruch a oživily místní kulturní dovednosti (Tsiantikoudis et al. 2010).

Od 90. let 20. století se přístup programu Leader velmi silně zabýval duchem mobilizace aktérů na venkově tím, že se zaměřil na endogenní potenciál a aktivoval místní zainteresované strany ve všech odvětvích. Vzhledem k dlouhodobým zkušenostem a bohatým rozmanitým rozvojovým iniciativám v Evropské unii je rozmanitost provádění obrovská (Dax & Oedl-Wieser 2016).

Program Leader byl zahájen v roce 1991 s cílem zlepšit rozvoj venkovských oblastí prostřednictvím nepolnohospodářských aktivit, založených na multifunkčním územním a participativním přístupu. Zásada subsidiarity se uplatňuje v politikách rozvoje venkova, které využívají přístup Leader prostřednictvím místních akčních skupin (MAS), subjektů veřejného a soukromého sektoru, v nichž jsou zastoupeni hlavní aktéři tohoto území, kteří mají legitimitu při přidělování evropských fondů. V rámci tohoto paradigmatu hraje cestovní ruch hlavní roli v strategiích rozvoje venkova. Pro mnohé evropské venkovské oblasti jsou programy rozvoje venkova založené na přístupu Leader hlavní politikou podpory cestovního ruchu. Jde o krok nad rámec programu rozvoje venkova, program Leader představuje ideální metodu pro překonání některých výzev, které se podílejí na rozvoji venkovské turistiky, jako je integrace nabídky cestovního ruchu prostřednictvím organizací veřejného a soukromého sektoru nebo koordinace víceúrovňových politik (Ballesteros & Hernández 2018).

De Luca et al. (2018) dále uvádějí, že spolupráce mezi místními akčními skupinami (MAS) byly zavedeny do iniciativy Leader. Tato vzájemná spolupráce, poskytuje venkovským oblastem možnost výměny zkušeností a osvědčených postupů a také realizaci společných činností, tím i lidských a finančních zdrojů. Hlavními účely je překonat izolaci a přidávat hodnotu strategiím místního rozvoje. Přínos spolupráce je široce uznávaný, ale bezpochyby může být také obtížným a časově velmi náročným procesem.

Arabatzis et al. (2011) je toho názoru, že venkovské oblasti Evropské unie se vyznačují velkou strukturální diverzifikací, zatímco čelí řadě obtíží a omezení, která mohou ovlivnit jejich životaschopnost. Předchozí zkušenost ukázala, že velký počet problémů v této oblasti může být úspěšně vyřešen prostřednictvím řádného uplatňování a využívání konkrétních iniciativ programu Leader.

3.8.2 MAS

Místní akční skupiny (MAS) jsou organizace, které jsou zřízeny z podnětu místních samospráv, podnikatelů, občanského sdružení v určité oblasti místní komunity a v souladu s programem LEADER, jako příslušným opatřením k provádění cílů a činností MAS. Hlavním cílem MAS je vytvoření místních partnerství spojujících organizace z veřejného, občanského a hospodářského sektoru a koordinace s těmito organizacemi za účelem vytvoření strategií místního rozvoje, které povedou k vytvoření strategického rámce pro růst a rozvoj komunity relevantní pro MAS. Hlavním výsledkem aktivit MAS je venkovský a regionální rozvoj, který je založen na vyváženém rozvoji ekonomického, environmentálního a sociálního potenciálu komunity s důrazem na jednotlivce v takzvaném přístupu „zdola nahoru“ (Marolin 2014).

Menconi et al. (2018) o Místních akčních skupinách uvádí, že se jedná o skupiny s územními hranicemi, které byly vytvořeny společnou evropskou zemědělskou politikou pro provádění strategií místního rozvoje prostřednictvím udělení grantů místním projektům.

Guzal-Dec & Zwolinska-Ligaj (2017) pak doplňují, že MAS jsou organizace s rostoucím potenciálem zdrojů a rozsahu dopadu na rozvojové procesy v regionu, zejména v oblasti

stimulace integračního procesu. Bohužel byrokracie je stále hlavní překážkou fungování a provádění strategických statutárních cílů MAS a hlavní překážkou efektivnosti k dosažení stanovených cílů. Hodnocení fungování MAS v období 2014–2020 ve srovnání s obdobím 2007–2013 naznačuje jejich rostoucí roli v ovlivňování procesů místního a regionálního rozvoje. Tato role se odráží ve zvyšování zdrojů místních organizací a vysoké účinnosti MAS.

3.8.3 MAS region Jablonec nad Nisou

V Libereckém kraji, kam spadá i region Jablonec nad Nisou, dle portálu Eagri.cz v současné době působí celkem 6 Místních akčních skupin. Přímo v regionu Jablonec nad Nisou působí jediná. Jedná se o MAS Achát.

Území MAS Achát se nachází v Libereckém kraji na území okresů Jablonec nad Nisou, Liberec a Semily a je tvořeno celkem 37 obcemi. V okrese Jablonec nad Nisou je to 14 obcí (Dalešice, Frýdštejn, Jenišovice, Jílové u Držkova, Koberovy, Líšný, Loužnice, Malá Skála, Maršovice, Pěnčín, Radčice, Skuhrov, Vlastiboř a Železný Brod), v okrese Liberec 13 obcí (Čtveřín, Kobyly, Lažany, Paceřice, Pěnčín, Příšovice, Radimovice, Soběslavice, Svijanský Újezd, Svijany, Sychrov, Vlastibořice, Žďárek) a v okrese Semily 10 obcí (Chuchelna, Klokočí, Loučky, Mírová pod Kozákovem, Ohrazenice, Přepeře, Radostná pod Kozákovem, Rakousy, Semily a Záhoří). Statut města mají dvě největší obce – Semily a Železný Brod. Ty jsou také obcemi s pověřeným obecním úřadem (obec II. stupně) a obcemi s rozšířenou působností (ORP-obec III. stupně). Obce v území spádují do 4 ORP – Turnov, Jablonec nad Nisou, Železný Brod a Semily. Ve sledovaném území žije téměř 35 000 obyvatel, z toho asi 43 % ve městech Semily a Železný Brod. Rozloha území je asi 231 km².

Toto občanské sdružení působí v regionu již od roku 2005. Valná hromada, která je nejvyšším orgánem Místní akční skupiny Achát, čítá celkem 59 členů, kteří se na jejím rozhodování podílejí každý jedním hlasem (MAS-Achát, 2018 [online]).

3.8.4 Shrnutí rešeršní části

V kapitole přehled literatury autor práce stručně popisuje historii a současnost v souvislosti s problematikou venkovské turistiky a agroturistiky. Zjištěné informace budou v následujících částech diplomové práce využity k objektivnímu posouzení a vyhodnocení stávající situace. Ze získaných materiálů je zřejmé, že problematice venkovské turistiky a agroturistiky se v minulosti věnovala celá řada autorů, ale ani dnes nelze jednoznačně stanovit taxativní postupy a pravidla, kterými by se mohly řídit jednotlivé regiony či podnikatelské subjekty v České republice. Autor práce po vypracování rešeršní části došel k závěru, že venkovská turistika a agroturistika je nepochybně oborem, který si zaslouží i nadále zvýšenou pozornost ze strany široké veřejnosti, a jedná se o problematiku, která se neustále vyvíjí a podléhá současným společenským trendům.

Cílem autora práce je zjistit aktuální stav venkovské turistiky a agroturistiky v regionu Jablonec nad Nisou. Zjištěné skutečnosti porovná s informacemi získanými při vypracování rešeršní části a následně tyto informace využije ke svému výzkumu a potvrzení stanovených hypotéz.

4 Materiál a metody

Součástí této kapitoly je seznámení čtenáře s regionem Jablonec nad Nisou a vlivem turismu a agroturismu na tuto lokalitu. Nedílnou součástí tohoto projektu je zhotovení SWOT analýzy a dále průběh a závěry dotazníkového šetření týkajícího se vlivu turismu na vybraný region a jeho obyvatele. V praktické části je provedena aplikace teoretických poznatků na podmínky regionu Jablonec nad Nisou.

4.1 Použité výzkumné metody

Pro účely této práce zvolil autor pro sběr informací dotazníkové šetření, kdy oslovil v případě respondentů z řad turistů (návštěvníků regionu) celkem 180 osob. Dále byli osloveni poskytovatelé služeb v oblasti turistiky ve vybraném regionu, kde bylo osloveno celkem 273 respondentů.

V případě respondentů z řad návštěvníků regionu zvolil autor práce pro distribuci dotazníkového šetření osobní návštěvy vytipovaných míst v regionu, kde provedl dotazníkové šetření přímo v terénu. Současně pak část těchto respondentů oslovil prostřednictvím emailů.

Pro poskytovatele služeb v oblasti turismu a agroturismu ve vybraném regionu zvolil autor práce obdobný způsob. Určitou část dotazníkového šetření provedl přímo v terénu v kombinaci s elektronickým odesláním dotazníku prostřednictvím emailu. Zde bylo osloveno celkem 273 poskytovatelů služeb, odpovědělo celkem 80 z nich. Tento počet autor považuje za dostatečný pro vypracování kvalitní analýzy. Je velmi pravděpodobné, že neochota vyplnit dotazníkové šetření v elektronické podobě pramení ze skutečnosti, že v současné době jsme zahlcováni různými marketingovými průzkumy a ochota k jejich vyplňování se postupně vytrácí.

Dotazníkové šetření se dělí na dvě části a je určené návštěvníkům vybraného regionu a následně subjektům zabývajícím se poskytováním služeb v oblasti turismu. Z důvodu objektivního posouzení současného stavu byly vypracovány dva dotazníky, které obsahovaly každý deset cílených otázek k dané problematice. Autor se snažil získat maximum relevantních informací při relativně nízkém počtu dotazníkových otázek. Důvodem je zjevná neochota respondentů věnovat čas obsáhlým dotazníkovým šetřením.

Vzhledem ke skutečnosti, že práce je zaměřena na region Jablonec nad Nisou, oslovil autor především turisty přímo v dotčeném regionu a stejně pak i samotné podnikatelské subjekty. Distribuce dotazníků probíhala především osobně. Důvodem bylo získání maxima relevantních informací a položení případných doplňujících otázek v reakci na jednotlivé odpovědi respondentů. Tento osobní přístup přinesl řadu podstatných informací mimo dotazníkové šetření, které autor práce při jeho vyhodnocení zohlednil.

4.2 Dotazník pro návštěvníky a poskytovatele služeb v regionu

Dotazník - návštěvníci vybraného regionu

Charakteristika respondenta

1. Jaké je vaše bydliště dle kraje

Liberecký
Ústecký
Karlovarský
Plzeňský
Jihočeský
Vysočina
Jihomoravský
Zlínský
Moravskoslezský
Olomoucký
Pardubický
Královéhradecký
Středočeský
Praha

2. Jaký je Váš věk

0-18
18-30
30-40
40-50
50-65
65 a více

3. Jste muž – žena

Muž
Žena

4. Nejvyšší dosažené vzdělání

Základní
Vyučen/a
Středoškolské
Vysokoškolské

Dotazník - venkovská turistika a agroturistika v regionu Jablonec nad Nisou

1. Využíváte/využil/a jste nabízených služeb v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky v oblasti Jablonec nad Nisou

Ano

Ne

S pojmem venkovská turistika a agroturistika jsem se doposud nesetkal/a

2. Jak hodnotíte nabízené služby v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky v oblasti Jablonec nad Nisou

Výborně

Uspokojivě

Průměrně

Neuspokojivě

Nevyužil/a jsem nabízených služeb

3. Kde nejčastěji vyhledáváte informace pro plánování volného času

Internet

Propagační tiskoviny

Osobní doporučení

Cestovní kanceláře

4. Co je pro Vás rozhodující při výběru pobytu

Cena

Lokalita

Dopravní dostupnost

Úroveň vybavení

Nabídka aktivit

5. Jakou délku pobytu preferujete

Méně než 3 dny

3-6 dní

7 a více dní

6. Jaká je dle Vás optimální cena za den pobytu pro jednu osobu (strava + ubytování)

300-500,- Kč

500-800,- Kč

800-1300,- Kč

1300,- Kč a více

7. Myslíte si, že tento druh dovolené (volnočasové aktivity) je dostatečně propagovaný

Ano

Ne

8. Jaké aktivity jsou pro Vás v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky nejzajímavější

Jízda na koni

Den farmářem

Rybaření

Eko programy

Řemeslná práce

Výroba domácích produktů

9. Myslíte si, že tato forma turistiky je přínosem pro region Jablonec nad Nisou

Ano

Ne

Nevím

10. Co byste doporučil/a pro zlepšení kvality nabízených služeb v této oblasti

Pestřejší nabídka aktivit

Lepší úroveň ubytování a služeb

Lepší dopravní dostupnost

Větší propagace nabízených služeb

Dotazník poskytovatelé služeb ve vybraném regionu

1. Jak dlouho poskytujete služby spojené s venkovskou turistikou či agroturistikou

- 1 - 5 let
- 5 - 10 let
- 10 - 15 let
- 15 a více let

2. Proč jste se rozhodl/a poskytovat služby v této oblasti

- Zisk
- Vztah k přírodě
- Ekologický způsob života

3. Kolik máte zaměstnanců

- Pracuji sám (případně s pomocí rodiny)
- 1 – 5
- 5 – 10
- 10 a více

4. V jakém období je dle Vašich zkušeností největší zájem ze strany turistů o venkovskou turistiku či agroturistiku v regionu

- Jaro
- Léto
- Podzim
- Zima

5. Využíváte možností čerpání dotací či jiných podpor

- Ano
- Ne

6. Myslíte si, že zájem o venkovskou turistiku a agroturistiku postupně roste

- Ano
- Ne
- Nemění se

7. Je Vaše zařízení dostatečně a účinně propagováno a jakým způsobem (do položky jiné uveďte způsob propagace)

Ano
Ne
Jiné

8. Jací návštěvníci navštěvují Vaše zařízení nejvíce

Zahraniční hosté
Tuzemská klientela
Turisté z blízkého okolí

9. Myslíte si, že konkurence v této oblasti roste? A jak tuto skutečnost řešíte (řešení prosím uveďte do položky jiné)

Ano
Ne
Jiné

10. Vracejí se k vám pravidelně Vaši hosté

Ano
Ne
Nevím

Dotazníkové otázky byly cíleně sestaveny tak, aby ze získaných odpovědí bylo možné objektivně a relevantně dosáhnout cílů této práce a potvrdit vytyčené hypotézy. Odpovědi na dotazníkové šetření byly vyhodnoceny statistickou metodou, při níž bylo využito popisné (deskriptivní) metody, která se zabývá uspořádáním souborů, jejich popisem a účelnou sumarizací (Budíková et al. 2009). Získaná data z dotazníkového šetření byla nejprve shromážděna a následně zpracována. Poté byla provedena analýza těchto informací, které byly následně prezentovány v podobě sloupcového grafu pro názornější přehled.

4.3 Region Jablonec nad Nisou

Region Jablonec nad Nisou je regionem příhraničním. V jeho severní části hraničí s Polskou republikou, na západě s Libereckým okresem a na jihu a východě s okresem Semily. Díky své rozloze, která činí 402 km², se řadí mezi nejmenší okresy v České republice, hustota je 224,7 obyvatel na km². Díky tomuto osídlení patří do prvních dvanácti okresů v republice. Reformou státní správy v roce 2000 se stal okres Jablonec nad Nisou součástí Libereckého kraje. V regionu Jablonec nad Nisou se nachází 34 obcí, z toho je 8 měst a 1 městys, Zásada. K 31. 12. 2017 žilo ve všech obcích okresu celkem 90 376 obyvatel. Hlavními místy osídlení jsou především statutární město Jablonec nad Nisou (45 771 obyvatel), dále Tanvald (6 293 obyvatel) a Železný Brod (6 082 obyvatel). Ve městech k datu 31. 12. 2017 žilo 79,9 % obyvatel okresu. Celý region Jablonec nad Nisou se vyznačuje velkou členitostí terénu. Nejnižší nadmořská výška dosahuje 254 m n. m., nejvyšší 1 084 m n. m. (Černá hora). Z celkové plochy okresu připadá 55,7 % na lesní půdu, 31,8 % zaujímá zemědělská půda.

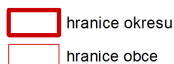
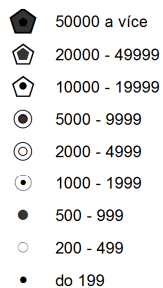
Jablonecký region je mimořádně přitažlivý nejen pro domácí, ale i zahraniční návštěvníky svým bohatstvím přírodních krás, silnou kulturní tradicí a množstvím stavebních a uměleckých památek. Na jeho území se rozprostírají Jizerské hory nabízející v zimním období vhodné terény pro klasické i sjezdové lyžování. V letním období jsou vyhledávaným místem pro horskou cykloturistiku. V Jizerských horách leží významné přírodní lokality, mezi které patří především rašeliniště, místa se zajímavou flórou a potoky s četnými menšími vodopády. Ke koloritu Jablonecka patří rozhledny. Nejznámější jsou Černá Studnice, Bramberk, Královka, Štěpánka a tanvaldský Špičák. Oblastí velkého turistického zájmu se stalo údolí Jizery. Řeka protéká divokými soutěskami a v letní sezóně je tak často využívána k vodní turistice (Charakteristika okresu Jablonec nad Nisou (2018) [online]).

Z údajů poskytnutých Českým statistickým úřadem bylo zjištěno, že v regionu Jablonec nad Nisou žije celkem 90.134 obyvatel, muži jsou zde zastoupeni v počtu 43.998 osob. Průměrný věk obyvatel v tomto regionu je 42,3 let a podíl uchazečů o zaměstnání z celkového počtu obyvatel činil v roce 2018 v průměru 3,2 %.

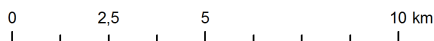
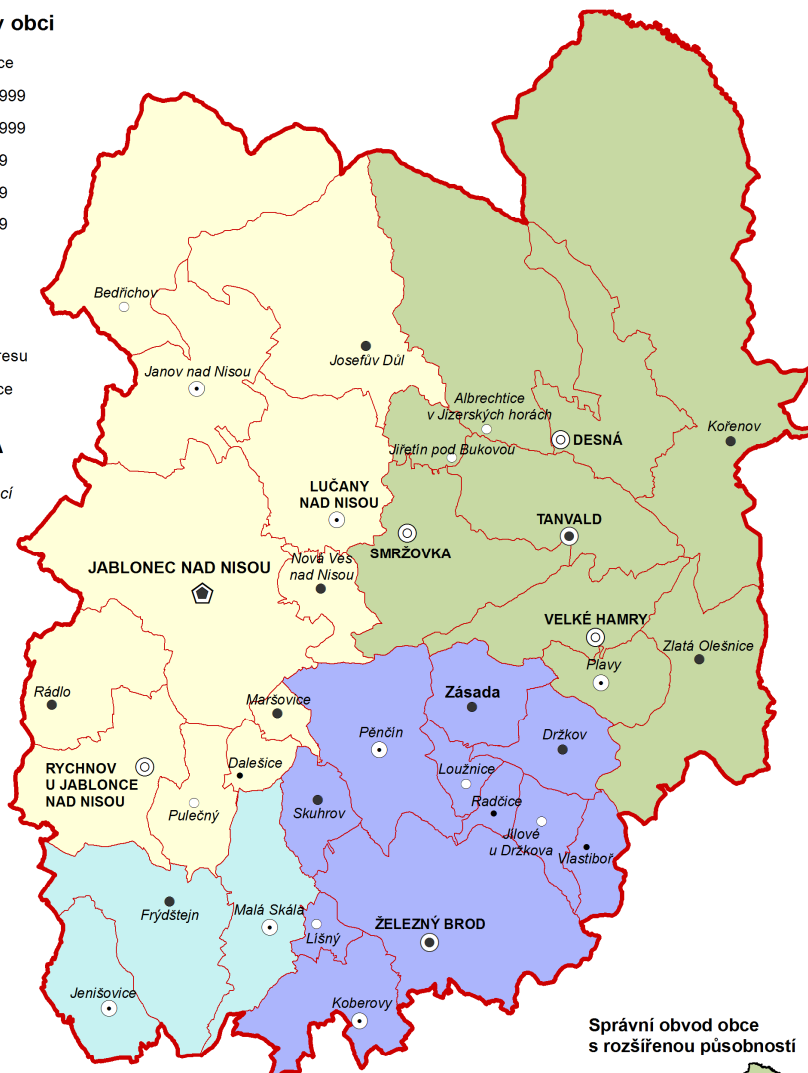
Trendem posledních let je agroturismus a cesty turistů do vybraných regionů za tímto účelem. V okrese Jablonec nad Nisou v této souvislosti od roku 1993 vzniklo 6 farem zaměřených na tuto oblast a dále celá řada subjektů poskytujících služby v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky. Je však nezbytné zmínit, že díky geografické poloze a současným podmínkám se region Jablonec nad Nisou řadí spíše k oblastem zaměřeným na zimní turistiku.

ADMINISTRATIVNÍ ROZDĚLENÍ OKRESU JABLONEC NAD NISOU - STAV K 1.1.2016

Počet obyvatel v obci



NÁZEV MĚSTA
Název městyse
 Název ostatních obcí



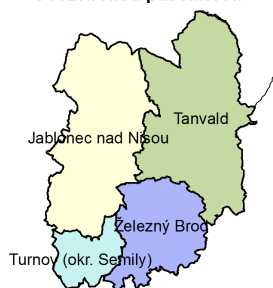
Průměrný počet obyvatel obce = 2 643

- Největší: 1. Jablonec nad Nisou = 45 510
 2. Tanvald = 6 477
 3. Železný Brod = 6 082
 Nejmenší: 1. Vlastiboř = 127
 2. Radčice = 167
 3. Dalešice = 183

Průměrná rozloha obce (ha) = 1 183

- Největší: 1. Kořenov = 5 583
 2. Jablonec nad Nisou = 3 138
 3. Albrechtice v Jizerských horách
 Nejmenší: 1. Lišný = 173
 2. Maršovice = 176
 3. Radčice = 184

Správní obvod obce s rozšířenou působností



Obrázek č. 5: Administrativní členění okresu Jablonec nad Nisou (Administrativní dělení okresu Jablonec nad Nisou, 2016 [online]).

4.4 Podmínky rozvoje turistiky v regionu

Region Jablonec nad Nisou nabízí řadu atraktivních turistických zajímavostí, které jsou lákadlem pro domácí i zahraniční turisty. Mimo jiné zde působí organizace Euroregion Nisa, která působí v prostoru Trojmezí, což je hraniční oblast mezi Spolkovou republikou Německo, Českou republikou a Polskou republikou. Trojmezí vzniklo na základě iniciační konference „Dreiländereck“ v Zittau v květnu 1991. Spolupráce spočívá na zásadách rovnoprávnosti vyjádřených „Evropskou rámcovou úmluvou o spolupráci přesahující hranice mezi územními celky a orgány“ přijatou Radou Evropy v roce 1980. Euroregion Nisa je dobrovolné zájmové sdružení českých, německých a polských obcí, měst a okresů působících na tomto území. Toto sdružení usiluje mimo jiné o rozvoj euroregionálního prostoru. Jedním z významných rozvojových cílů je ze všech tří národních členských částí vytvořit „Společný, integrovaný prázdninový a turistický region“. Toto sdružení podporuje v rámci svých možností zájmy obcí, měst, okresů a aktivity jednotlivců, pokud odpovídají cílům rozvoje Euroregionu. Mezi české části Euroregionu Nisa patří mimo jiné i území okresu Jablonec nad Nisou, tedy obce Albrechtice v Jizerských horách, Bedřichov, Jablonec n. Nisou, Janov nad Nisou, Jiřetín pod Bukovou, Josefův Důl, Koberovy, Kořenov, Líšný, Lučany nad Nisou, Maršovice, Nová Ves nad Nisou, Rádlo, Rychnov u Jablonce nad Nisou, Pěnčín, Smržovka, Tanvald, Zlatá Olešnice a Železný Brod (Euroregion Neisse - Nisa - Nysa, 2015 [online]).

V regionu Jablonec nad Nisou je několik turistických cílů se zaměřením na agroturistiku. Patří sem například Farma na chatě Lučanka v Jizerských horách, Kozí farma Pěnčín, Pštrosí farma Jizerky, Ovčí farma Troskovic, Zemědělská farma Rys, Biofarma Filoun, Penzion a jízďárna u Potoka aj.

4.5 Podpora turistiky v regionu

Na podpoře turistiky v regionu Jablonec nad Nisou se podílí řada organizací a místních akčních skupin. MAS v regionu je věnována samostatná kapitola v této práci. Z vybraných organizací můžeme zmínit například sdružení Czechtourism, které vystupuje jako státní příspěvková organizace Ministerstva pro místní rozvoj. Jejím úkolem je mimo jiné propagace České republiky doma i v zahraničí jako destinace, která je svou jedinečností atraktivní pro turistický ruch. Jejimi partnery v této oblasti jsou krajské instituce, zástupci turistických regionů, města, obce a místní podnikatelská veřejnost.

Další organizací, kterou zde můžeme zmínit, je European Centre for Ecology and Tourism (ECEAT). Tato organizace se zaměřuje především na šetrný cestovní ruch. Byla založena v roce 1993 v Nizozemí a o rok déle byla založena nadace ECEAT v České republice. V současné době se jedná o občanské sdružení. Toto sdružení se mimo jiné zabývá provozováním systému hodnocení „eko“ kvality ubytovacích služeb, poskytováním poradenství a rozvíjením nových produktů a projektů, jako je například projekt stezky dědictví či rozvoje regionální gastronomie.

Organizací podporující turismus u nás i v zahraničí je také Eurogites, která je svazem turistiky a dovolené na venkově a zabývá se úzkou spoluprací mezi všemi státy Evropské unie a podnikateli v agroturistice. Mezi hlavní činnosti tohoto svazu patří mimo jiné poradenství, vzdělávání, organizování, informatika či technické činnosti. Tento svaz se dlouhodobě z důvodu zkvalitnění poskytování služeb snaží zavést jednotný rezervační a informační systém pro celou Evropu, který by sjednotil úroveň služeb a eliminoval veškeré nedostatky v systému a kvalitě služeb.

Asi nejnámější je pak u nás Svaz venkovské turistiky, který byl založen v roce 1997 z důvodu sdružení podnikatelů v oblasti venkovského cestovního ruchu. Tato organizace se dlouhodobě aktivně zabývá hájením a propagací zájmů jeho členů (podnikatelů na venkově). Dále pak kontroluje kvalitu standardů ubytovacích kapacit na venkově, pomáhá při rozvoji odborných schopností poskytovatelů služeb ve venkovském cestovním ruchu. Udržuje úzkou spolupráci s krajskými úřady, agenturou CzechTourism a ECEAT, která pomáhá při propagaci ubytovacích zařízení svých členů. V neposlední řadě spravuje doménu www.prazdninynavenkove.cz, kde uživatelé naleznou přehled ubytovacích zařízení a současně pak stránky svazu www.svazvt.cz (Ministerstvo pro místní rozvoj 2007 [online]). Je na místě zmínit i projekt „Slow tourism“ v Euroregionu Nisa, který je spojením kultury s přírodou. Hlavním cílem projektu je realizace opatření pro zpřístupnění příhraničního území pro šetrný turistický ruch a turistické zatraktivnění historického centra ve městě Žitava včetně společné prezentace pohraničí v oblasti slow turismu. Tento projekt byl zahájen dne 25. 10. 2016 a plánované ukončení projektu je ke dni 15. 7. 2019. Projekt je financován z Evropského fondu pro regionální rozvoj z 85 % v rámci Programu spolupráce na podporu přeshraniční spolupráce mezi Českou republikou a Svobodným státem Sasko 2014 – 2020, ze státního rozpočtu ČR je vyčleněno 5 % prostředků a ze soukromých zdrojů 10 % (Slow tourism, 2016 [online]).

5 Výsledky

5.1 Výsledky dotazníkového šetření a SWOT analýza

V této části diplomové práce jsou uvedeny výsledky uskutečněného dotazníkového šetření, které bylo zaměřeno jak na turistické návštěvníky v regionu, tak i na samotné poskytovatele služeb spojených s turismem a agroturismem. Tyto výsledky budou dále použity především k ověření stanovených hypotéz.

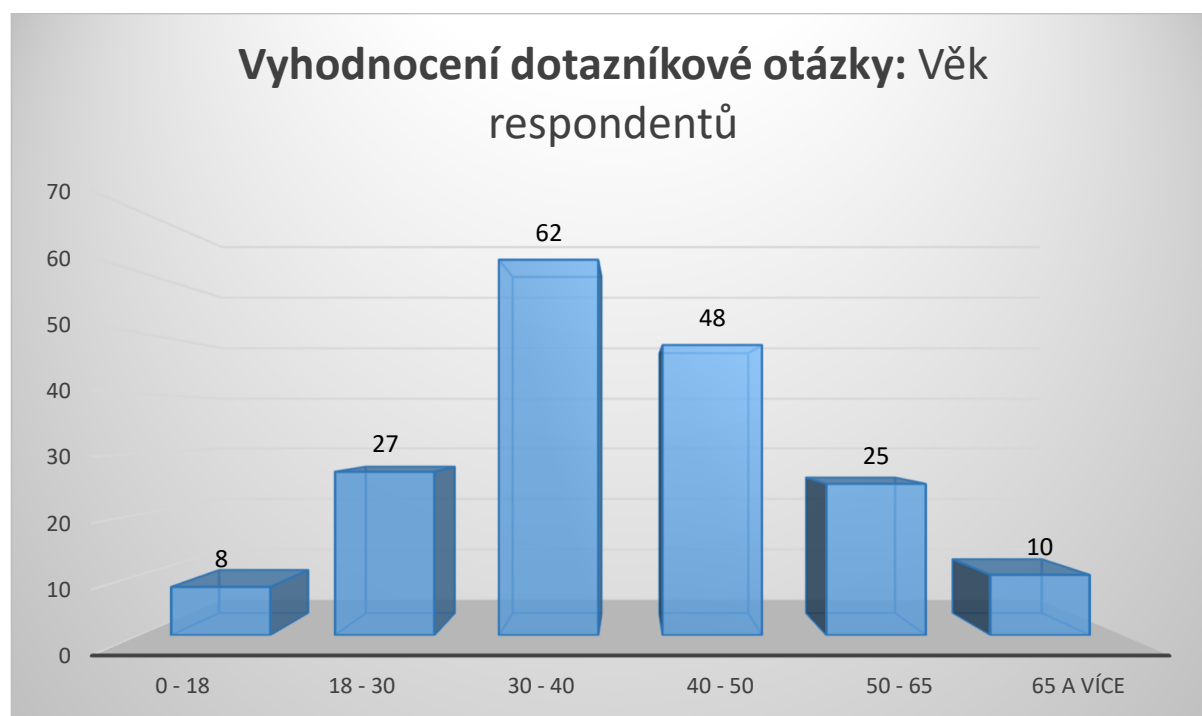
5.1.1 Charakteristika respondentů

Tato část dotazníku má pouze informativní charakter o struktuře respondentů. Dotazníkového šetření zabývajícího se tématem venkovská turistika a agroturistika v regionu Jablonec nad Nisou se zúčastnilo celkem 180 respondentů, přičemž 46 z nich má své současné bydliště v turistické oblasti Libereckého kraje, v regionu Jablonec nad Nisou. Celkové rozdělení respondentů podle jejich bydliště je uvedeno v grafu níže. Z tohoto jasně vyplývá, že většina dotazovaných má bydliště v Libereckém kraji. Druhou nejpočetnější skupinu tvoří respondenti z Prahy a Středočeského kraje a dále následují respondenti z Královéhradeckého kraje. Posledním početnějším zástupcem je pak kraj Pardubický. Návštěvníci z ostatních krajů se na dotazníkovém šetření podíleli jen minimálně či vůbec.



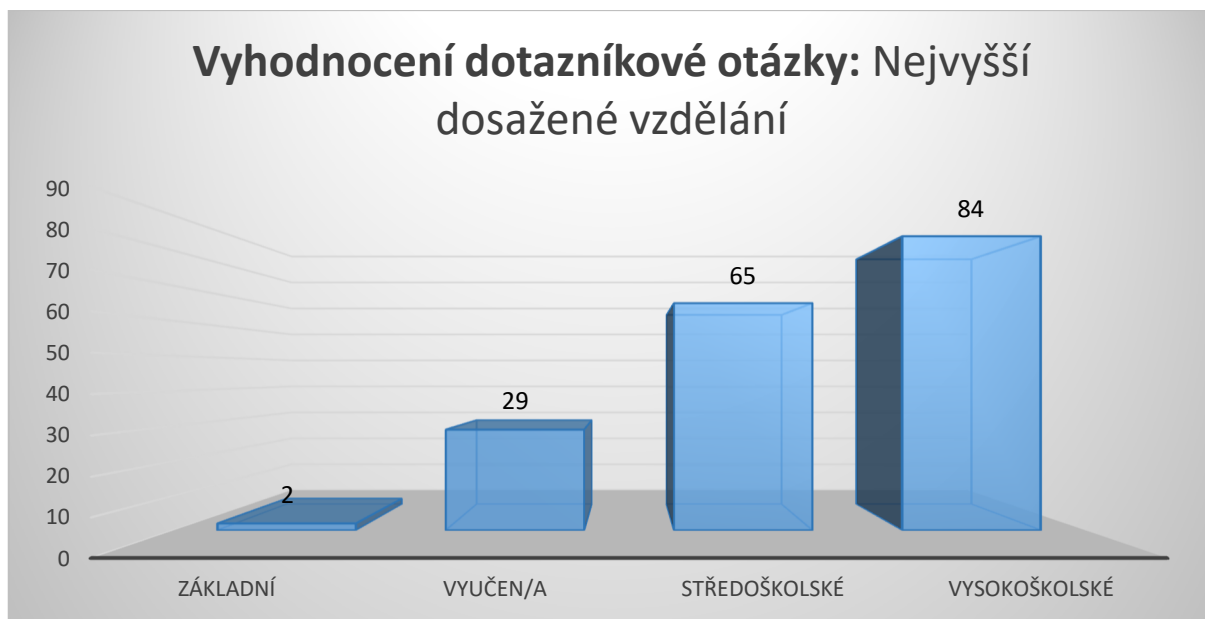
Obrázek č. 6 Vyhodnocení dotazníkové otázky – bydliště

Dotazníkového šetření se účastnilo celkem 72 mužů a 108 žen. Ženy tedy tvořily téměř dvě třetiny dotazovaných. Respondenti byli zařazeni do 6 věkových kategorií. Nejpočetnější zastoupenou věkovou skupinou respondentů byly osoby ve věku 30 - 40 let, jednalo se přesně o 34,4 %. Druhou nejvíce zastoupenou skupinou respondentů byly osoby ve věku 40 - 50 let, kterých bylo celkem 26,6 %. Třetí a čtvrtá skupina byla obdobná a tvořili ji respondenti ve věku 18 – 30 let v počtu 15 % a ve věku 50 až 65 let v počtu 13,8 %. 5,5 % respondentů bylo ve věku 65+ a pouhá 4 % z dotazovaných byli mladší 18 let.



Obrázek č. 7 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Věk respondentů

V rámci dotazníkového šetření mělo 46,6 % respondentů vysokoškolské vzdělání a 36,1 % dotazovaných byly osoby se středoškolským vzděláním s maturitou. Zbýlých 16,1 % tvořily osoby, které byly vyučeny nebo měly vyšší odborné vzdělání. Základní vzdělání měli pouze dva z dotazovaných.



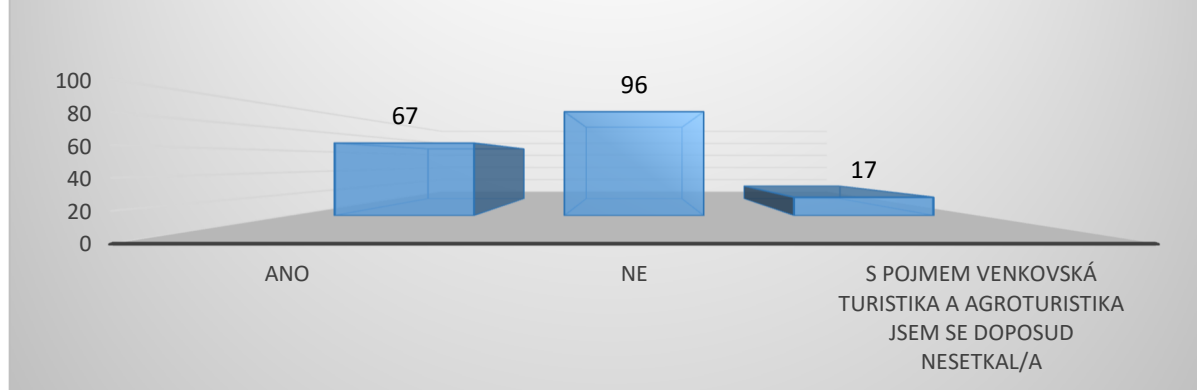
Obrázek č. 8 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Nejvyšší dosažené vzdělání

5.1.2 Turismus a agroturismus v regionu Jablonec nad Nisou

Tato část dotazníkového šetření byla zaměřena na návštěvníky regionu Jablonec nad Nisou s otázkami k problematice venkovské turistiky a agroturistiky.

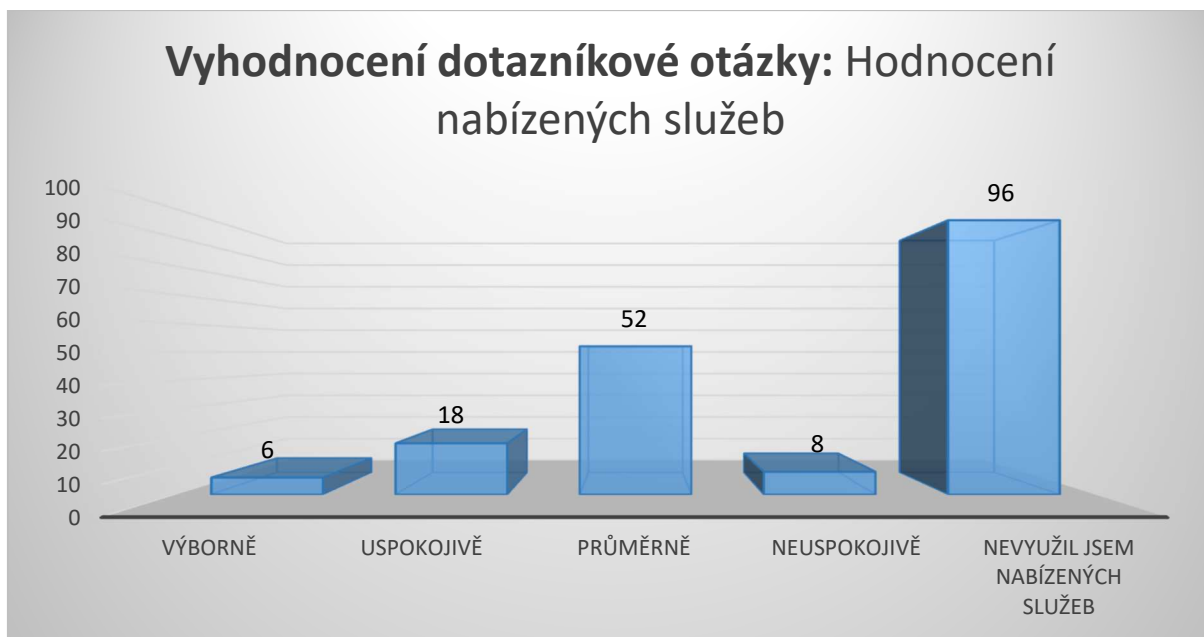
První otázka v této části dotazníkového šetření zjišťovala, zda mají respondenti zkušenosti s venkovskou turistikou a agroturistikou a zda tedy v minulosti využili nabízených služeb v těchto oblastech. Ze zjištěných výsledků vyplynulo, že více než polovina dotazovaných nemá zkušenosti s tímto typem turismu ve vybrané oblasti. Jednalo se konkrétně o 53,3 % respondentů. 37,2 % dotazovaných využilo nabízených služeb v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky v oblasti Jablonec nad Nisou a celkem 17 respondentů, tedy 9,4 %, se nikdy v minulosti s pojmem venkovská turistika a agroturistika nesešlo.

Vyhodnocení dotazníkové otázky: Využití nabízených služeb v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky



Obrázek č. 9 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Využíváte/využil/a jste nabízených služeb v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky v oblasti Jablonec nad Nisou.

Následující otázka měla za cíl zjistit spokojenost respondentů s nabízenými službami v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky v regionu Jablonec nad Nisou. Více než polovina dotazovaných, tedy přesně 53,3 %, v minulosti nevyužilo nabízených služeb v této oblasti a nebyli tedy schopni relevantně posoudit kvalitu nabízených služeb. Ačkoli nebyla otázka na důvod zahrnuta v dotazníkovém šetření, byla respondentům položena doplňující otázka na to, proč nabízených služeb doposud nevyužili. Většina z nich k věci uvedla, že dle jejich názoru nemají či neměli dostatek informací o nabízených službách a postrádají nějaké motivační prvky či podněty, které by je posunuly směrem k tomuto druhu turistiky. Z respondentů, kteří se v minulosti s venkovskou turistikou a agroturistikou setkali a využili nabízených služeb, je hodnotili průměrně, a to celkem v 52 případech, což činí 28,8 % z celkového počtu dotazovaných. Uspokojivě hodnotilo nabízené služby 10 % respondentů a výborně pouze 3,3 %. V obdobném počtu pak hodnotilo 4,4 % respondentů nabízené služby jako neuspokojivé.



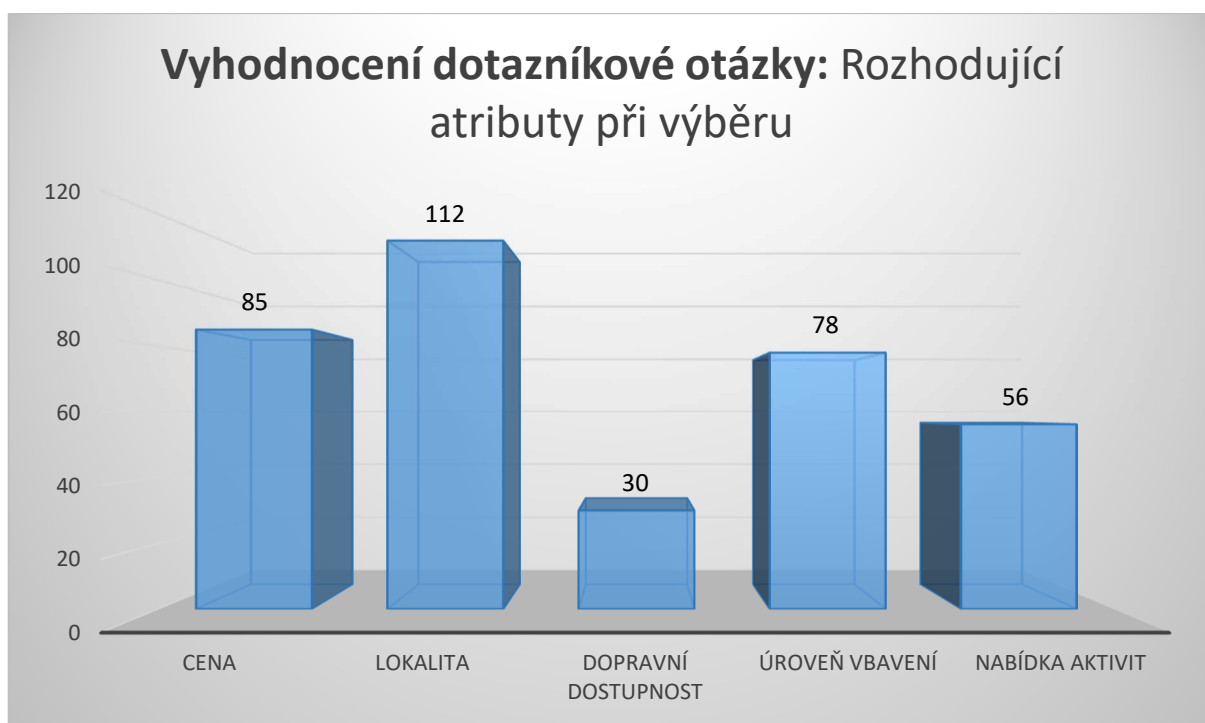
Obrázek č. 10 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Jak hodnotíte nabízené služby v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky v oblasti Jablonec nad Nisou

Další dotazníková otázka u respondentů zjišťovala, kde nejčastěji hledají informace za účelem plánování volnočasových aktivit. Drtivá většina dotazovaných, konkrétně tedy 62,7 % uvedlo, že pro tyto účely využívají primárně internet, a tedy různé portály nabízející souhrnné informace o aktuálně probíhajících akcích, jako je například internetový portál kudyznudy.cz, kdykde.cz apod. Dále navštěvují stránky jednotlivých obcí a měst, kam se chystají za volnočasovými aktivitami. Další skupina respondentů využívá k plánování volného času osobní doporučení přátel a známých. Těch bylo celkem 28,8 %. Zanedbatelnou část respondentů pak tvořila skupina čerpající informace z propagačních letáků (5,5 %) a z nabídek cestovních kanceláří (2,7 %). Tito respondenti pak upřesnili, že nabídek cestovních kanceláří využívají především v případě tzv. „klasické“ zahraniční či tuzemské dovolené. V případě volnočasových aktivit není nabídka cestovních kanceláří dostatečná. V otázce propagačních letáků pak většina respondentů upřesnila, že tohoto způsobu motivace nevyužívá z důvodu nedostatečné nabídky, respektive distribuce, těchto propagačních materiálů, které se k nim dostávají jen velmi zřídka.



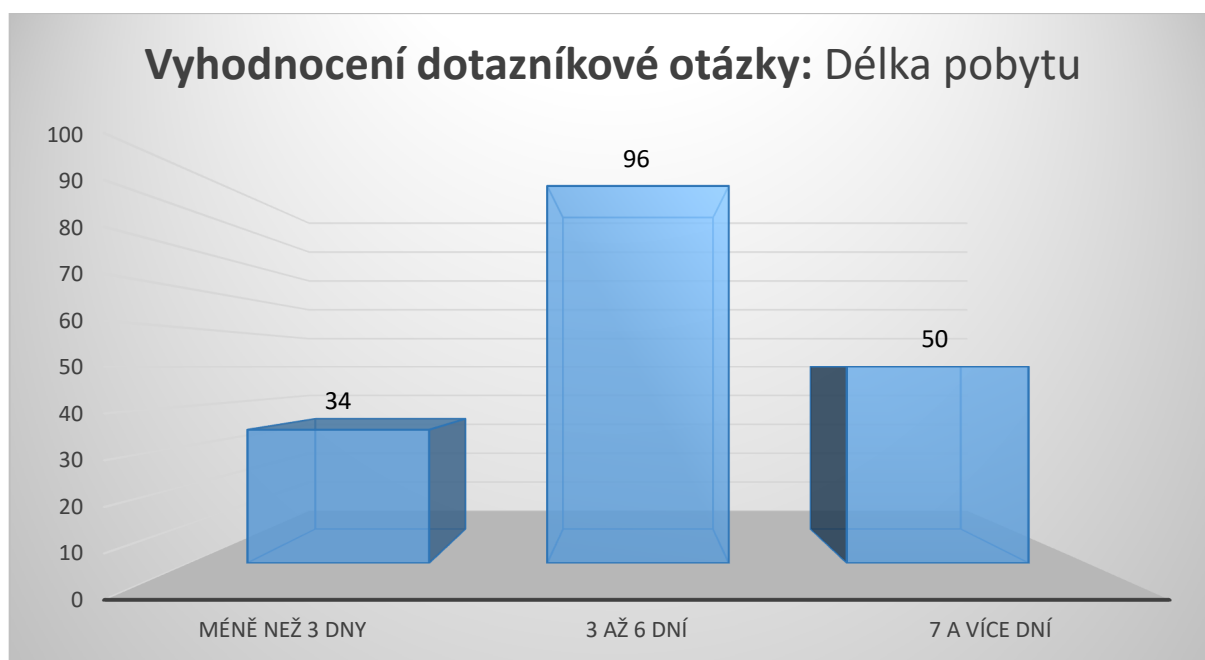
Obrázek č. 11 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Kde nejčastěji vyhledáváte informace pro plánování volného času

U následující dotazníkové otázky bylo mým cílem zjistit, jaké atributy jsou pro návštěvníky rozhodující při výběru cílové destinace pobytu. V tomto případě dostali respondenti možnost vybrat si z nabízených možností více variant a z odpovědí je patrné, že nikdo z respondentů se při výběru nerozhoduje na základě jednoho atributu, ale pro svou volbu potřebuje více možností. Z odpovědí je zřejmé, že při výběru pobytu turisté hodnotí celý komplex nabízených služeb, od lokality až po úroveň ubytování a nabídku aktivit. Turisté v dnešní době hledají komplexní nabídku, která uspokojí jejich potřeby z pohledu celé škály nabízených služeb. Z dotazníkového šetření lze tedy vyvodit, že kromě dopravní dostupnosti, která měla na rozhodnutí respondentů nejmenší vliv, nelze zcela jasně vymezit konkrétní jednotlivé služby, které jsou pro turisty zásadní při výběru pobytu. Ti hodnotí nabídku jako komplex služeb a pro své pohodlí potřebují kompletní servis.



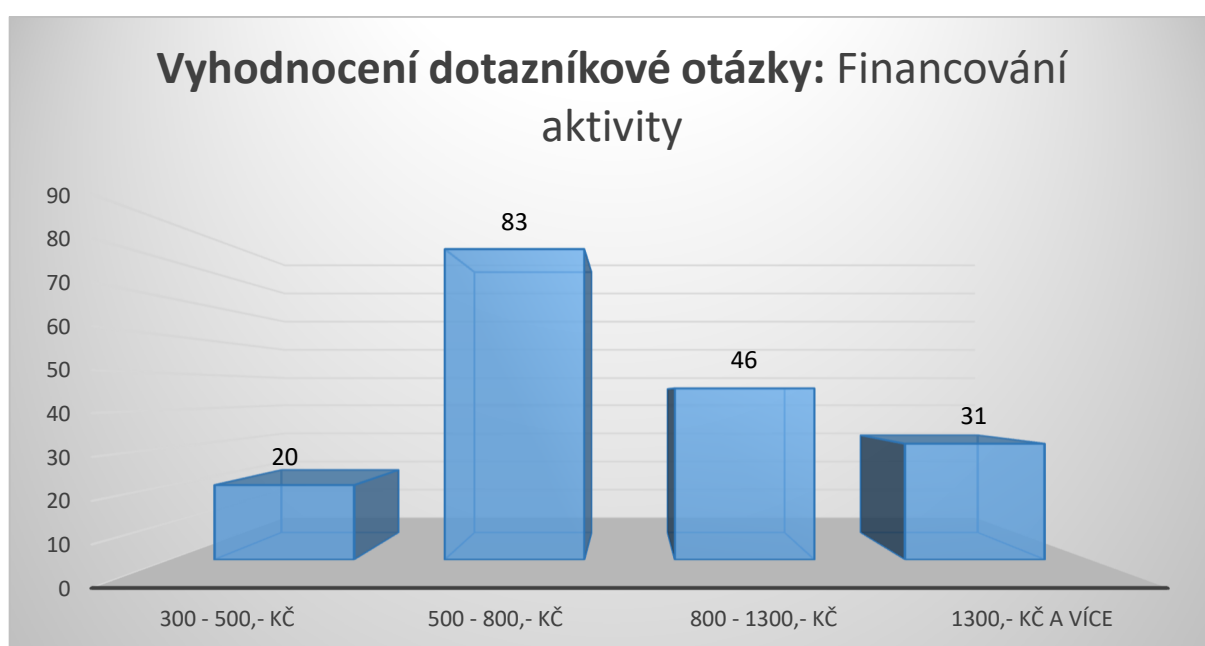
Obrázek č. 12 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Co je pro Vás rozhodující při výběru pobytu

Další otázka, která byla položena respondentům, měla za cíl zjistit, jaká je pro ně ideální, a tedy preferovaná délka pobytu při aktivitách spojených s vesnickou turistikou a agroturistikou. Polovina dotazovaných, tedy přesně 53 % z nich, považují za ideální dobu 3 – 6 dní. Dalších 27,7 % osob by si vybralo delší dovolenou, a to 7 a více dní, většina z těchto respondentů upřesnila, že by si zvolili dovolenou v délce do 14 dní. 18,8 % dotazovaných pak považuje za ideální dobu pro volnočasové aktivity spojené s venkovskou turistikou a agroturistikou v délce do 3 dní, kdy často mluvili o tzv. víkendovém pobytu. Opět jsem se při dotazníkovém šetření setkal s názory, že agroturistické pobyty berou respondenti jako krátkodobou relaxaci, která je spíše doplňkovou aktivitou k té již výše zmíněné „klasické“ dovolené někde v kempu či u moře.



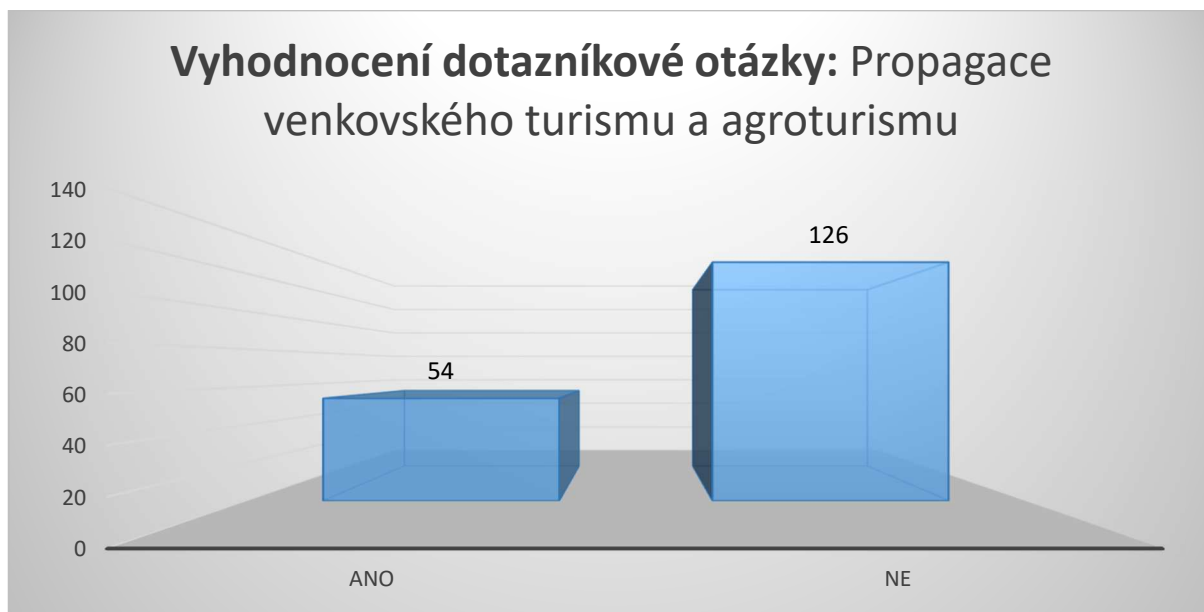
Obrázek č. 13 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Jakou délku pobytu preferujete

Cílem následující dotazníkové otázky bylo zjistit, kolik jsou respondenti ochotni zaplatit za pobyt spojený s venkovskou turistikou a agroturistikou a která částka je tedy pro ně přiměřená. Necelá polovina dotazovaných, tedy 46 % z nich, se shodla na částce 500 – 800,- Kč za jeden den ubytování včetně stravy. Jedním dechem však většina z nich upřesnila, že tuto částku považují za ideální, ale ve většině případů těžko dosažitelnou. V této cenové relaci tedy počítají s ubytováním na jednu noc a snídaní. Dalších 25,5 % osob uvedlo částku 800 – 1300 Kč, kde za tuto sumu už očekávají ubytování a stravu v podobě plné penze - tedy snídaně, oběd i večeře. Částku 1300,- Kč a více by bylo ochotno zaplatit 17 % respondentů a 11 % z nich považuje za ideální sumu do 500,- Kč.



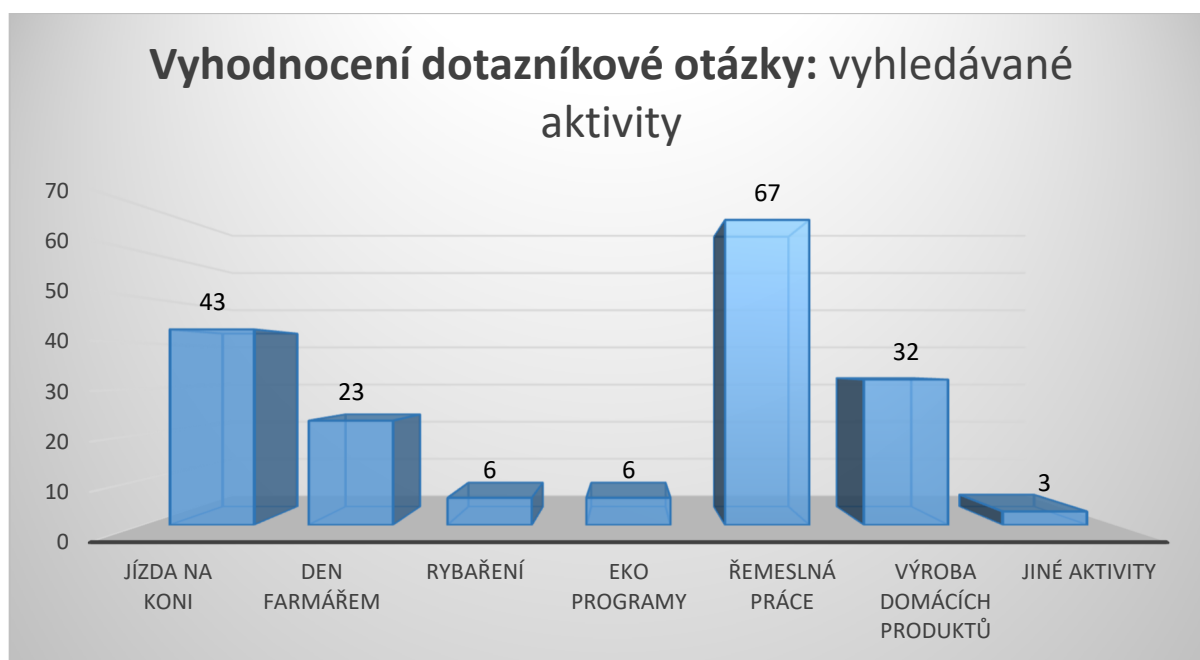
Obrázek č. 14 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Jaká je dle Vás optimální cena za den pobytu pro jednu osobu (strava + ubytování).

Další otázka, která byla respondentům položena, se týkala propagace. Měla za úkol zjistit, zda aktivity spojené s venkovským turismem a agroturismem jsou v našich podmínkách dostatečně a efektivně propagovány. Téměř dvě třetiny dotazovaných, tedy rovných 70 % se shodlo, že tyto volnočasové aktivity nejsou dostatečně a efektivně propagovány.



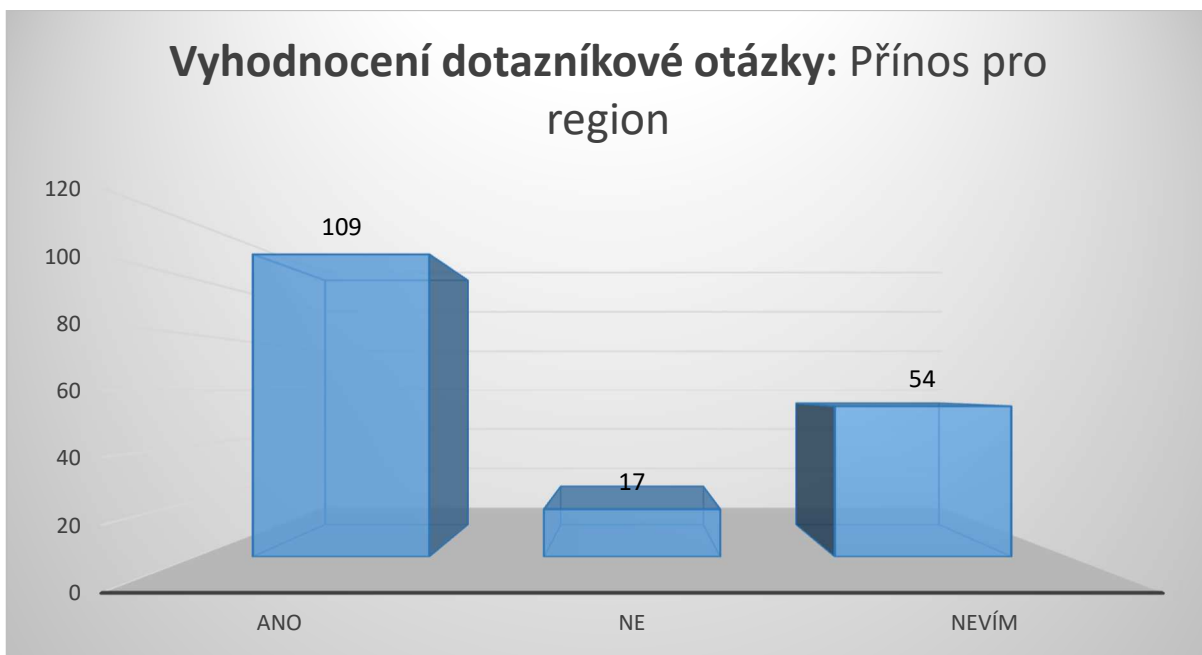
Obrázek č. 15 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Myslíte si, že tento druh dovolené (volnočasové aktivity) je dostatečně propagovaný

Následující otázka byla respondentům položena s cílem zjistit, které aktivity v rámci venkovské turistiky a agroturistiky vyhledávají a které jsou z jejich pohledu nejatraktivnější. Z vybraných možností se nejvíce respondentů, konkrétně 37,2 %, shodlo na tom, že v rámci dovolené na venkově a využívání nabídek agroturistických aktivit by využili nabídky vyzkoušení si různých dobových a místních řemeslných prací. Další početnou skupinou byli respondenti, kteří by v rámci volnočasových aktivit využili nabídky jízdy na koni. K upřesnění téměř většina z dotazovaných uvedla, že by upřednostnila vyjížďku volnou přírodou. Tato skupina byla o celkovém počtu 23,8 %. Další dvě skupiny respondentů by rády využily možnosti výroby různých domácích produktů, a to celkem 17,7 %, a dalších 12,7 % by si zkusilo být alespoň na jeden den farmářem. Nabídka služeb spojených s rybařením, různými eko programy či jinými aktivitami byla mezi respondenty označena jen okrajově, a to v počtu do 3 % z dotazovaných. Mezi jiné aktivity v dotazníkovém šetření uváděli například lázeňské procedury, vinařství, pobyt v přírodě či nabídku místních výletů.



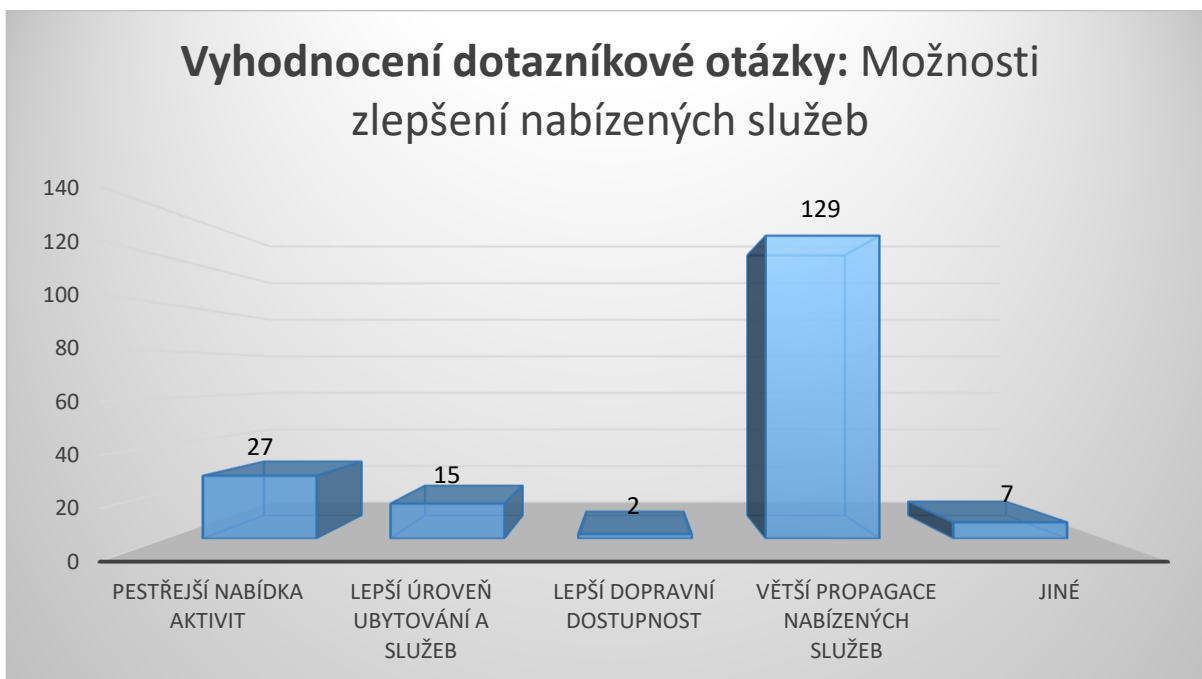
Obrázek č. 16 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Jaké aktivity jsou pro Vás v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky nejzajímavější

Předposlední otázka, která byla respondentům prostřednictvím dotazníkového šetření položena, se týkala přínosu pro region Jablonec nad Nisou. Na otázku „Myslíte si, že tato forma turistiky je přínosem pro region Jablonec Nad Nisou?“, převážná většina dotazovaných, konkrétně 60,55 %, uvedla, že dle jejich názoru je venkovská turistika a agroturistika pro region přínosem. Dalších 30 % respondentů nedokázalo toto posoudit a pouhých 9 % z nich se domnívá, že tyto aktivity nemají pro region žádný přínos.



Obrázek č. 17 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Myslíte si, že tato forma turistiky je přínosem pro region Jablonec nad Nisou

Cílem poslední otázky, která byla respondentům položena, bylo zjistit, co by doporučili pro zlepšení kvality nabízených služeb v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky. Absolutní většina dotazovaných, konkrétně 71,6 % z nich odpovědělo, že postrádají větší propagaci nabízených služeb, a to především na různých internetových portálech.



Obrázek č. 18 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Co byste doporučil pro zlepšení kvality nabízených služeb v této oblasti

5.1.3 Poskytovatelé služeb v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky

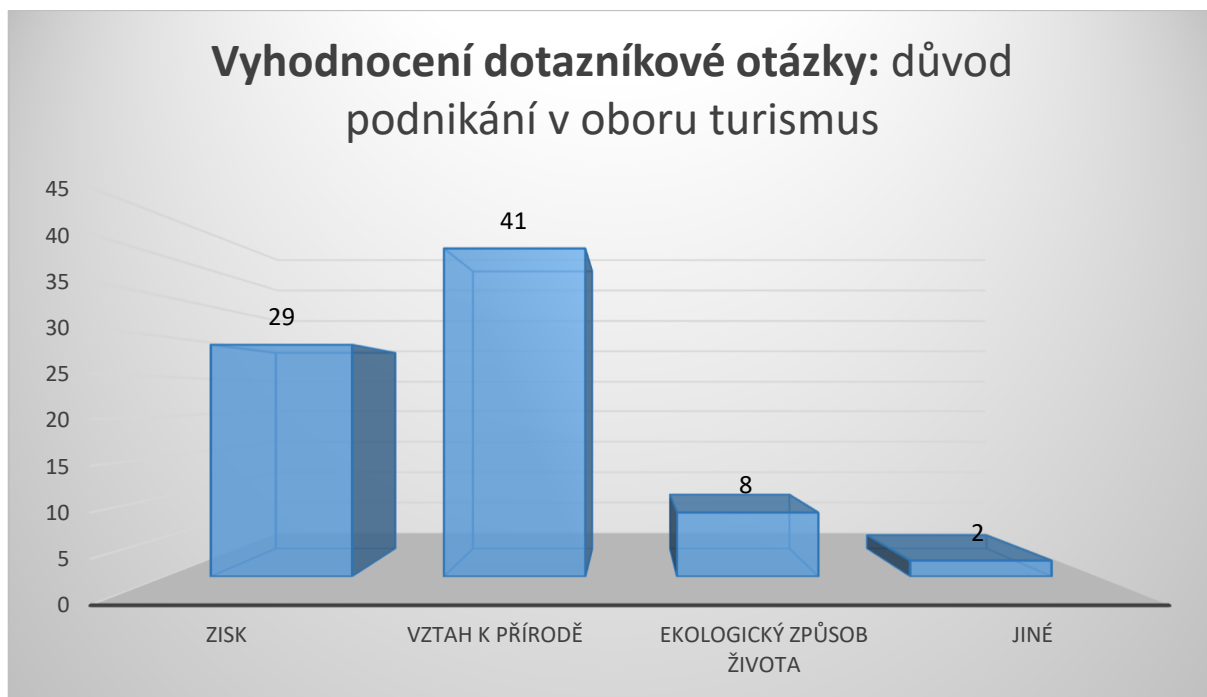
Tato část dotazníkového šetření byla zaměřena na poskytovatele služeb v regionu Jablonec nad Nisou s otázkami k problematice venkovské turistiky a agroturistiky. V této souvislosti bylo osloveno celkem 273 poskytovatelů služeb formou elektronického dotazníku odeslaného do emailové schránky. Z celkového počtu oslovených pak odpovědělo pouze 21 z nich. Dalších 59 odpovědí bylo získáno prostřednictvím osobního dotazníkového šetření. Pro účely vypracování SWOT analýzy a potvrzení vytyčených hypotéz bylo tedy získáno celkem 80 odpovědí.

Cílem první otázky v dotazníkovém šetření bylo zjistit, po jakou dobu jednotliví respondenti provozují služby spojené s venkovskou turistikou a agroturistikou. Skupiny byly v celku vyrovnané: 1 – 5 let působilo v tomto oboru celkem 28,6 % dotazovaných. 5 – 10 let poskytuje služby 23,8 %, 10 – 15 let pak 19 % a déle než 15 let v oboru působí celkem 28,6 % dotazovaných.



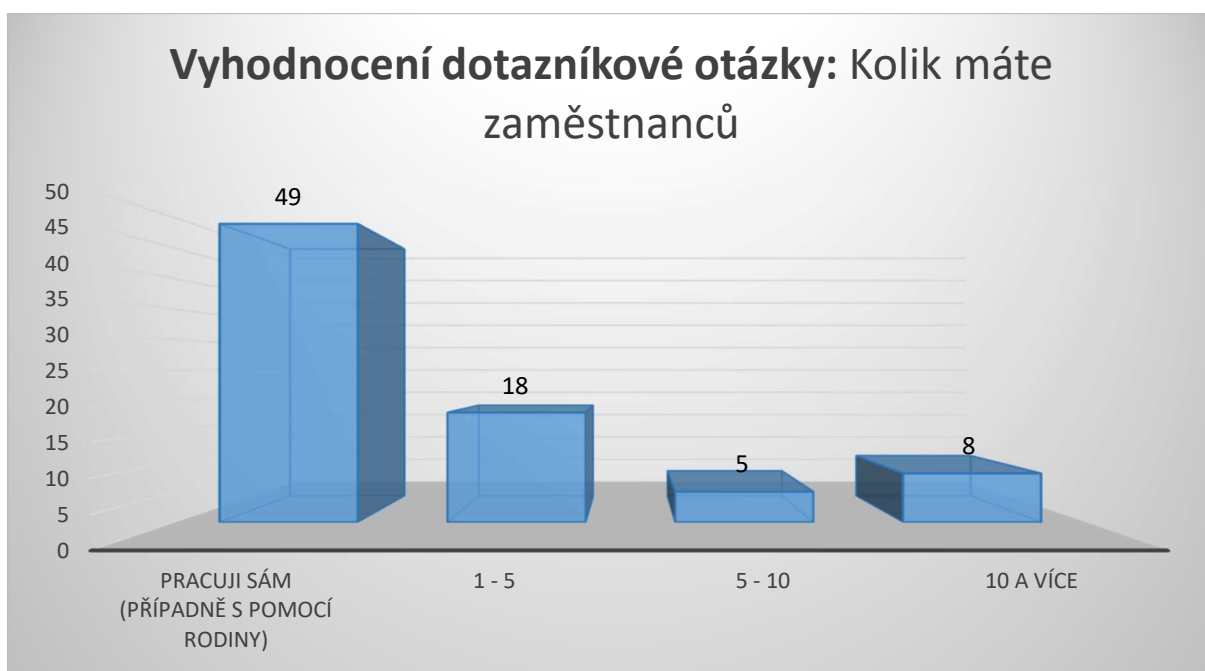
Obrázek č. 19 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Jak dlouho poskytujete služby spojené s venkovskou turistikou či agroturistikou

Následující otázka byla místním podnikatelům položena s cílem zjistit, z jakého důvodu se rozhodli podnikat právě v tomto oboru. Největší počet respondentů, více než polovina, uvedl, že jejich hlavním cílem byl vztah k přírodě. Jednalo se o celkem 52 %. Další nezanedbatelnou skupinou byly osoby, jejichž hlavním cílem bylo dosažení zisku, a to celkem 38 %. K ekologickému způsobu života se přihlásilo celkem 8,5 % dotazovaných. Při osobním pohovoru pak necelá 2 % respondentů uvedla jiné důvody, kterými byly rodinná tradice, rozšíření současných služeb, nedostupnost jiné práce, turisticky zajímavá oblast, dědictví či dostatek volného času.



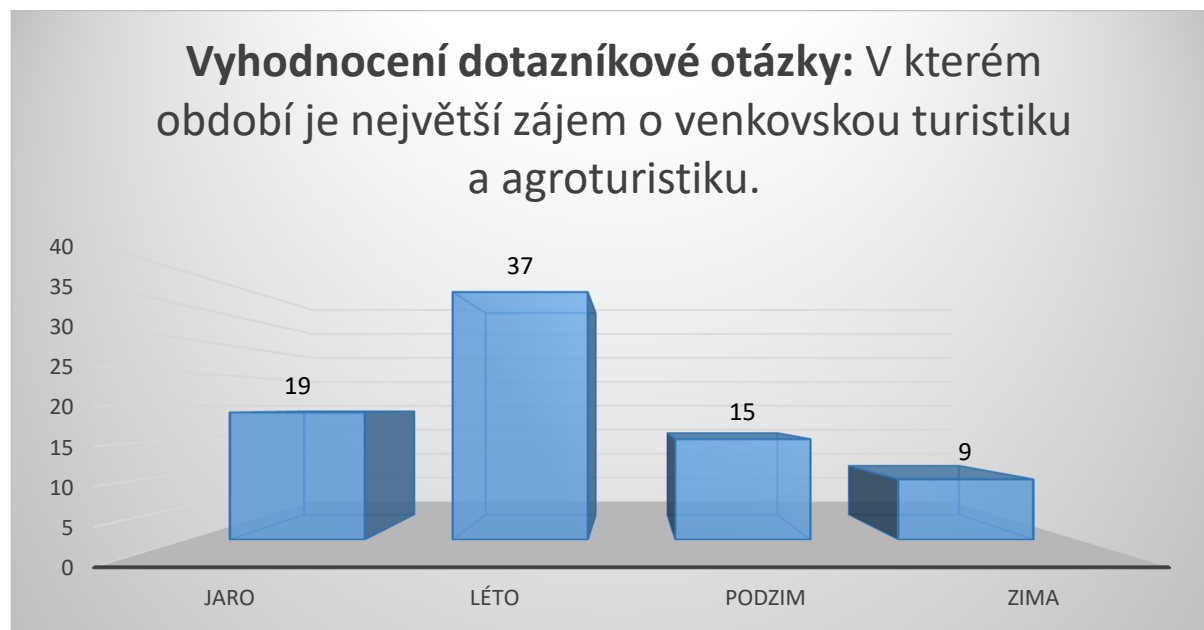
Obrázek č. 20 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Proč jste se rozhodl/a poskytovat služby v této oblasti

Další otázka byla zaměřena na zjištění počtu zaměstnanců, které jednotliví podnikatelé zaměstnávají. Většina z respondentů, tedy celkem 66,7 %, uvedla, že pracují sami, popřípadě jim v činnosti pomáhají rodinní příslušníci. 1 - 5 let uvedlo celkem 19 %, dotazovaných. 5 – 10 let pak v oboru pracuje nejméně respondentů, a to celkem 5 %. 10 a více let pak uvedlo celkem 9,3 %.



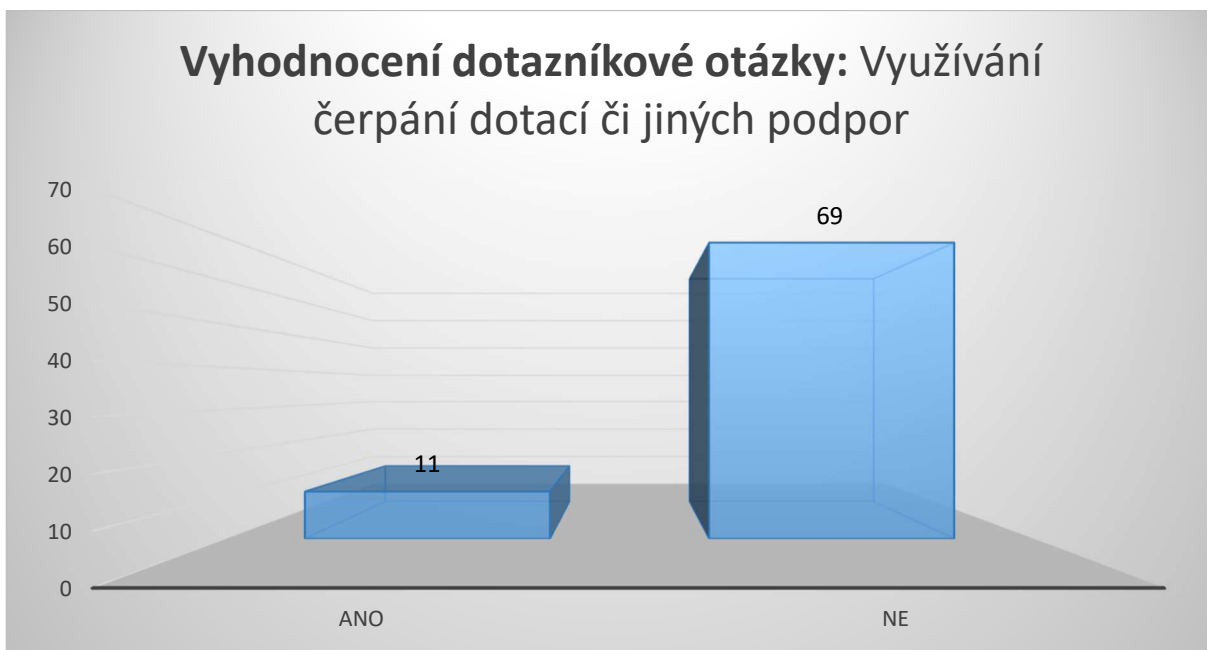
Obrázek č. 21 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Kolik máte zaměstnanců

Následující dotazníková otázka měla za cíl zjistit, v jakém období dle vlastních zkušeností je ze strany turistů největší zájem o služby spojené s venkovskou turistikou a agroturistikou. Největší počet respondentů, konkrétně 46 % uvedlo, že tímto obdobím jsou letní měsíce. Další početná skupina respondentů, konkrétně 24 % uvedlo, že tímto obdobím je jaro. Podzimní měsíce uvedlo celkem 19 % a nejméně respondentů, 11 %, se přiklonilo k zimním měsícům.



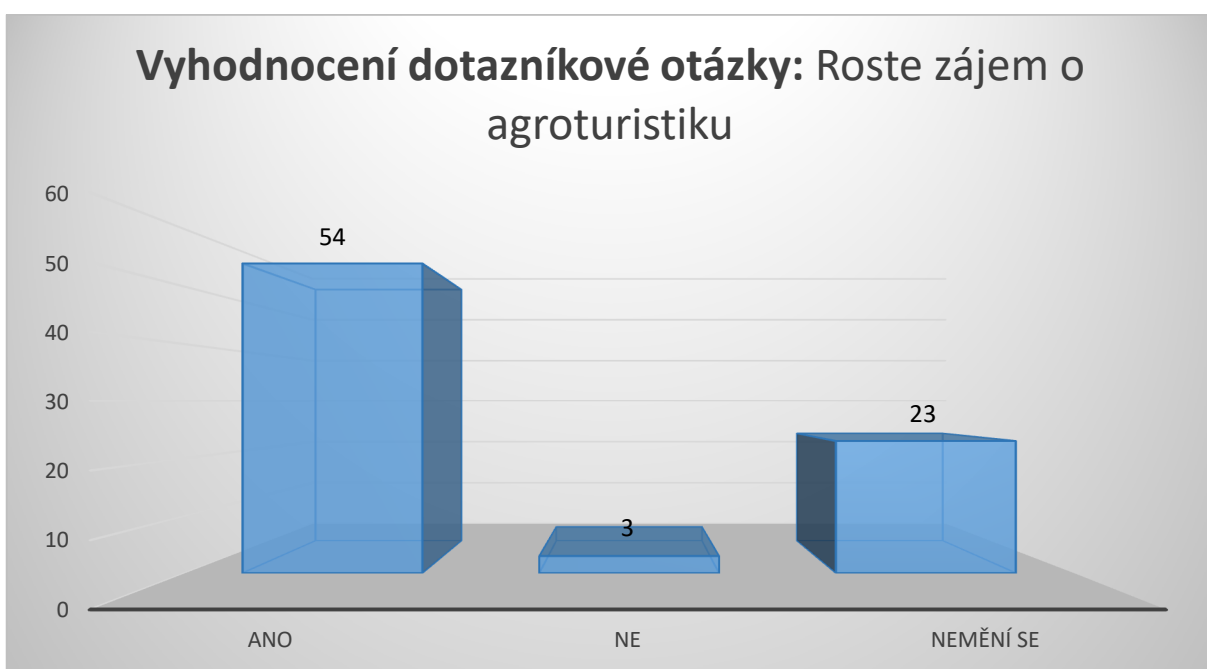
Obrázek č. 22 Vyhodnocení dotazníkové otázky – V jakém období je dle Vašich zkušeností největší zájem ze strany turistů o venkovskou turistikou či agroturistikou v regionu

V další otázce dotazníkového šetření bylo u respondentů zjišťováno, zda ke své činnosti využívají či využívali čerpání dotací či nějakých jiných podpor. Zde převážná většina dotazovaných, celkem 86 %, ke své činnosti v minulosti nevyužila a v současné době nevyužívá žádných dotačních titulů. Zbýlých 14 % v dotazníkovém šetření odpovědělo, že s čerpáním dotací mají zkušenosti. Bližším šetřením u těchto osob bylo zjištěno, že využili čerpání dotací v rámci tzv. Zelená úsporám, tedy dotace na solární energie či různé modernizace topných kotlů, oken a fasád. Dotace, které by přímo souvisely s agroturistikou či turismem, nečerpali nikdo z respondentů.



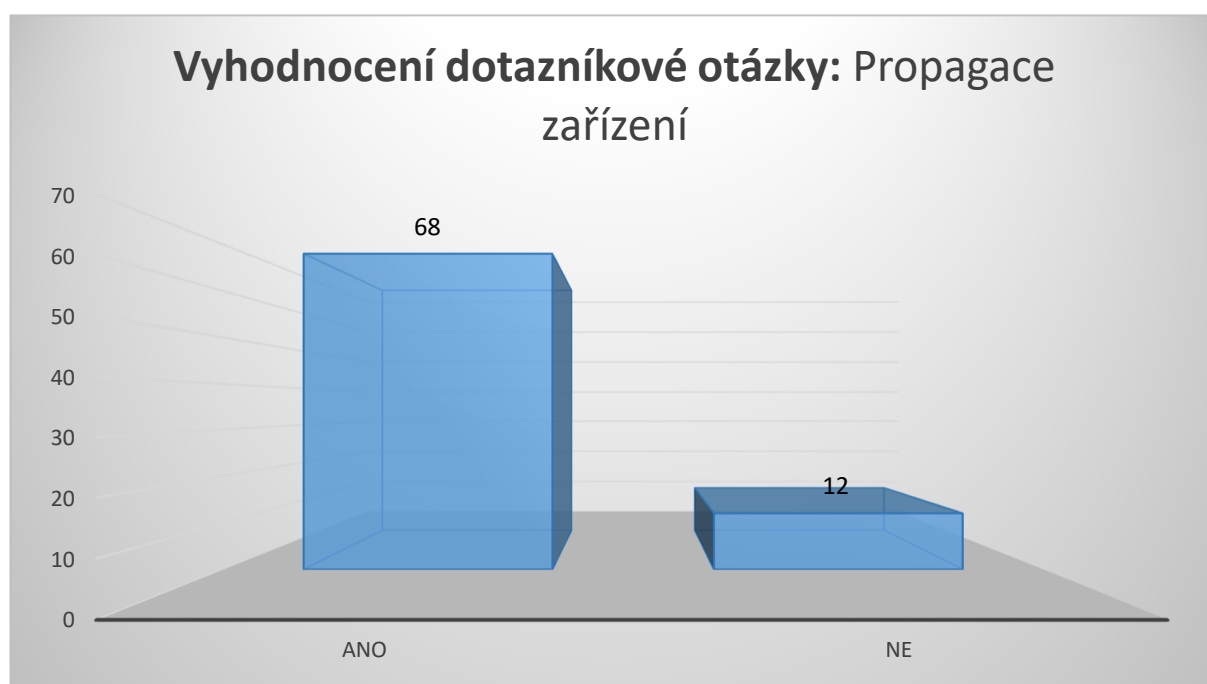
Obrázek č. 23 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Využíváte možností čerpání dotací či jiných podpor

V dotazníkové otázce zaměřené na zájem o agroturistiku více než polovina respondentů uvedla, že dle jejich názoru a osobních zkušeností zájem o tento druh turistiky neustále roste a je ze strany turistů stále častěji využíván. Jednalo se o 68 % z nich. Pouhá 4 % dotazovaných ve své odpovědi uvedla, že se zájem o venkovskou turistiku a agroturistiku nezvyšuje a 28 % uvedlo, že dle jejich názoru se zájem nemění a dlouhodobě zůstává na stejné úrovni.



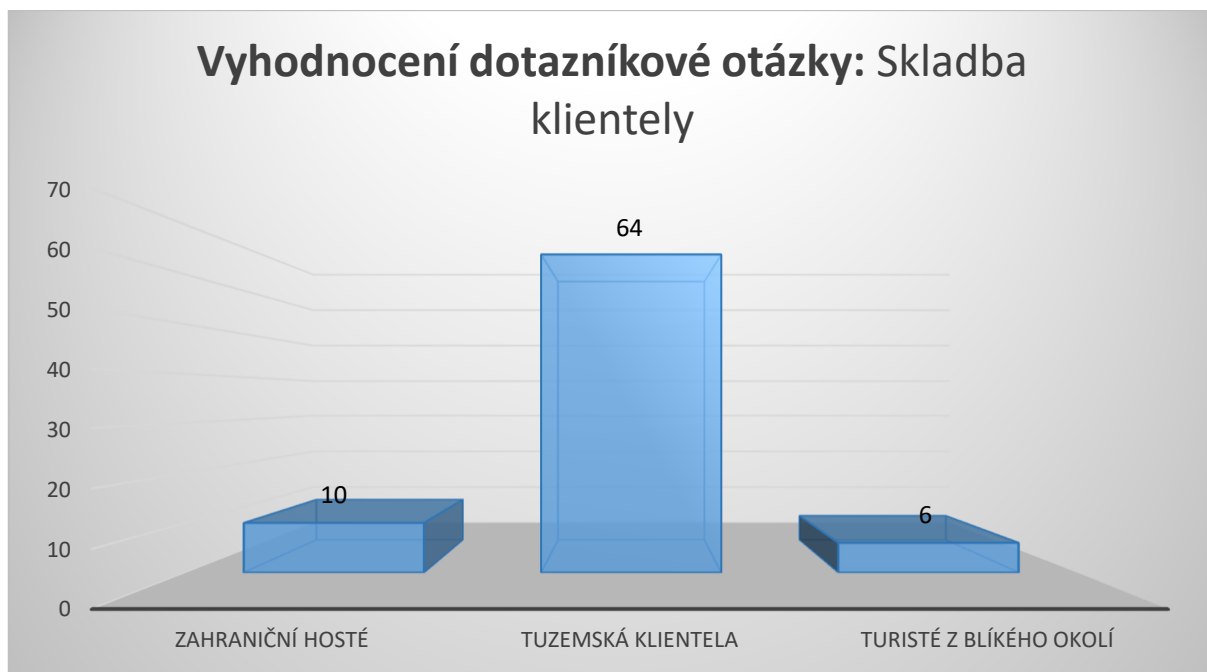
Obrázek č. 24 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Myslíte si, že zájem o venkovskou turistiku a agroturistiku postupně roste

Cílem následující otázky je zjistit, zda poskytovatelé služeb dostatečně a účinně využívají propagace svých služeb. Převážná většina respondentů je toho názoru, že své zařízení dostatečně a účinně propaguje. Konkrétně se jednalo o 85 % z nich. K doplnění otázky uvedli, že svou propagaci provádějí především prostřednictvím internetu, a to zejména na sociálních sítích, jako je Facebook, Instagram či portál Booking.com. Tuto propagaci pak doplňují o kvalitní zpracování vlastních internetových stránek, letáčky či vizitky. Současně pak doplnili, že se setkávají se zákazníky, kteří se k nim dostavili na základě doporučení spokojených návštěvníků. 15 % poskytovatelů služeb vidí ve své propagaci rezervy a nepovažuje ji za dostatečnou. Převážně se jednalo o respondenty, kteří neměli kladný vztah k moderním technologiím, jako je počítač a různé sociální sítě.



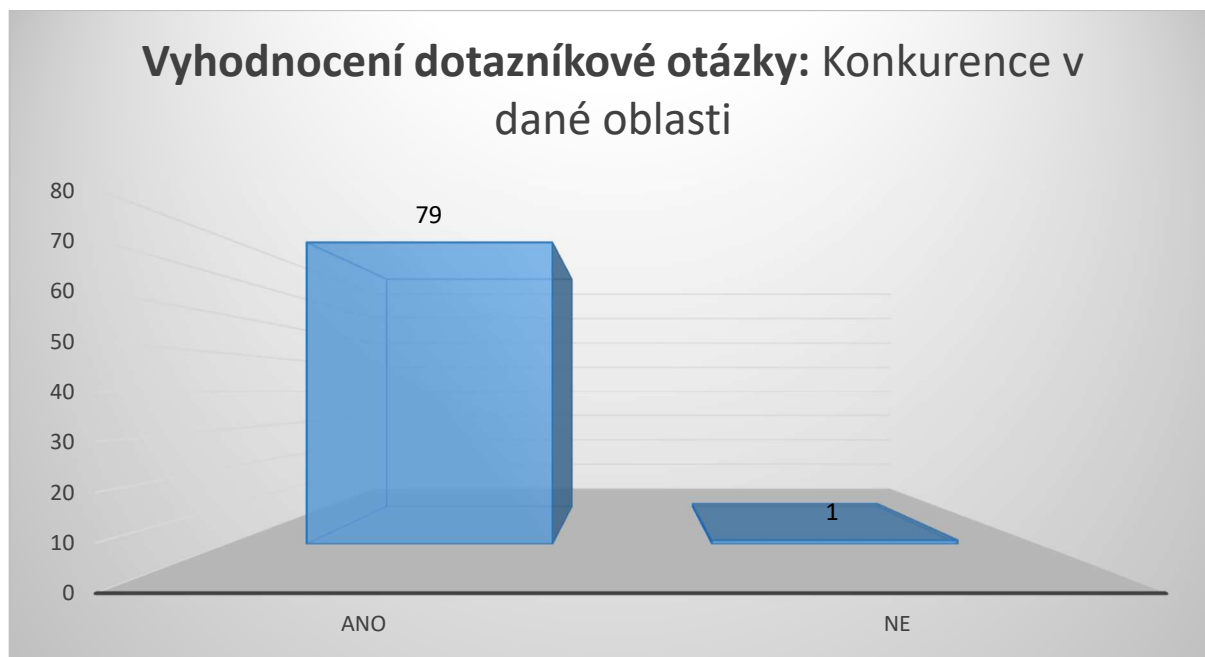
Obrázek č. 25 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Je Vaše zařízení dostatečně a účinně propagováno a jakým způsobem

Další dotaz, který byl učiněn na poskytovatele služeb v rámci dotazníkového šetření, se týkal skladby klientely, která nejčastěji navštěvuje jejich zařízení. Převážná většina respondentů, tedy 80 % z nich uvedlo, že jejich klientelu tvoří tuzemští hosté, z nichž pouze 7,5 % jsou hosté žijící v blízkém okolí. 12,5 % klientely, dle výsledků dotazníkového šetření, tvoří zahraniční hosté.



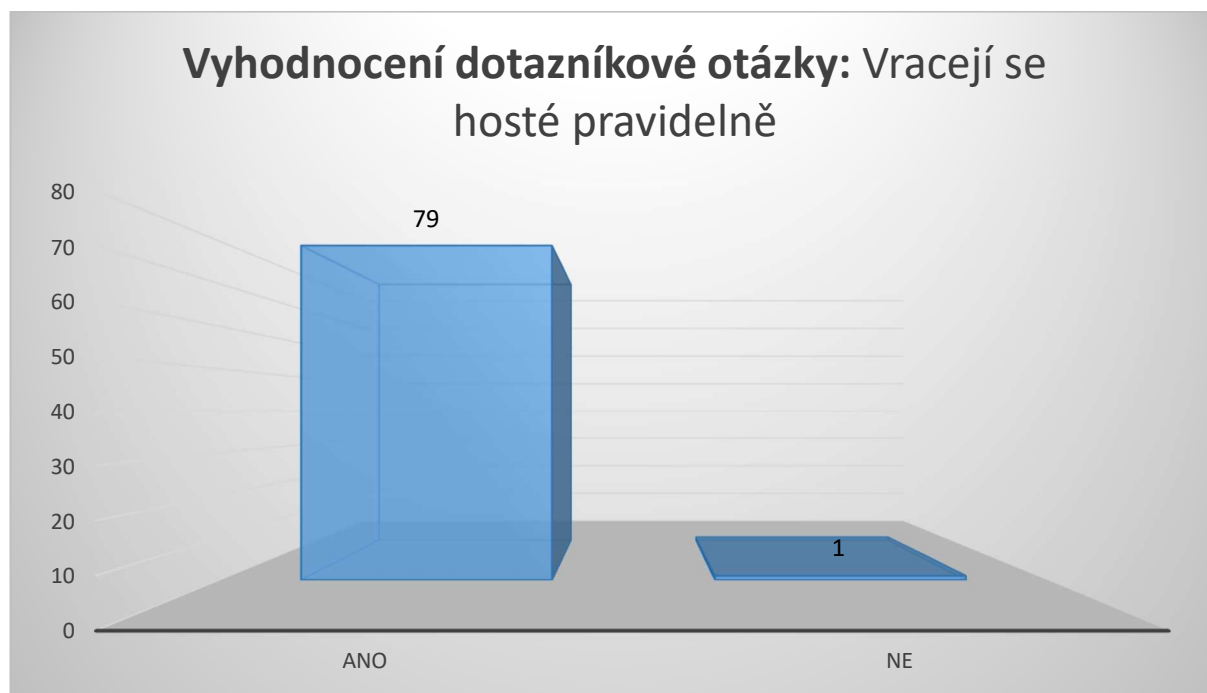
Obrázek č. 26 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Jací návštěvníci navštěvují Vaše zařízení nejvíce

Předposlední otázka položená poskytovatelům služeb byla zaměřena na konkurenci, konkrétně pak na názor, zda tato v dané oblasti v posledních letech roste, či nikoli. 60 % z dotazovaných se domnívá, že konkurence v tomto odvětví neroste. Naopak 40 % respondentů je toho názoru, že konkurence neustále přibývá a je nutné s tím počítat a provést účinné kroky k udržení stávající pozice na pomyslném žebříčku úspěšnosti. Toho se snaží docílit především zkvalitňováním poskytovaných služeb, snahou o intenzivní a účinnou propagaci či nabízení nových služeb, které konkurence doposud nenabízí.



Obrázek č. 27 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Myslíte si, že konkurence v této oblasti roste a jak tuto skutečnost řešíte

Poslední otázka v dotazníkovém šetření byla zaměřena na úspěšnost poskytovaných služeb v podobě opakovaného návratu hostů. Na otázku, zda se vracejí pravidelně hosté, kteří navštívili jejich podnik, drtivá většina respondentů odpověděla, že ano. Pouze jeden z respondentů ve svém zařízení nepozoroval, že by jej navštěvovali hosté opakovaně.



Obrázek č. 28 Vyhodnocení dotazníkové otázky – Vracejí se k vám pravidelně Vaši hosté

5.2 SWOT analýza

Phadermrod et al. (2019) SWOT analýzu popisují jako běžně používanou metodu pro rozbor a určování zdrojů a prostředí organizací ve čtyřech oblastech: silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby. Silné a slabé stránky jsou interní (kontrolovatelné) faktory, které podporují a brání organizacím dosáhnout jejich poslání. Naproti tomu příležitosti a hrozby jsou vnějšími (nekontrolovatelnými) faktory, které organizacím umožňují či zakazují plnit své poslání. Identifikací faktorů v těchto čtyřech oblastech může organizace rozpoznat své klíčové kompetence pro rozhodování, plánování a strategii budování.

Hlavní výhodou SWOT analýzy je jednoduchost, která vyústila v její používání v předních společnostech a akademických komunitách od šedesátých let minulého století, kdy byla vyvinuta.

Goffetti et al. (2018) ve své publikaci uvádějí, že SWOT analýza odkazuje na druh analýzy navržené pro procesy strategického plánování malých a středních podniků. Některé výzkumné zkušenosti však ukazují, že analýza SWOT je také silným nástrojem pro analýzu národního energetického sektoru pro rozvoj udržitelného rozvoje. Cílem SWOT analýzy je umožnit tvůrcům rozhodnutí navrhnout kvalitní strukturu procesu nebo systému, identifikovat změny, které budou strategicky a důsledně zlepšovat maximalizaci silných stránek, snižováním slabých stránek, využíváním dostupných příležitostí a vyhýbáním se hrozbám. Na jedné straně silné a slabé stránky jsou faktory, které vyvíjejí tlak v systému. Na druhé straně příležitosti a hrozby jsou určovány vnějším prostředím. Jako vlastní faktory jsou silné a slabé stránky zvládnutelné. Příležitosti a hrozby jsou vnější a méně zvládnutelné. Zejména silné stránky jsou prostředky nebo kapacity, které mohou zainteresované subjekty v této oblasti využít k postupnému rozvoji. Slabiny jsou omezení, která mohou brzdit šíření podniku. Příležitosti a hrozby jsou příznivé nebo nepříznivé situace, kterým je třeba čelit. SWOT analýza obecně zdůrazňuje silné stránky, na kterých lze vytvořit strategie nebo odhalit slabiny, které je třeba odstranit, aby bylo dosaženo stanovených cílů.

Na základě zjištěných poznatků, dotazníkového šetření a z celkového pohledu na region Jablonec nad Nisou byla autorem vytvořena SWOT analýza s cílem zhodnotit venkovskou turistiku a agroturistiku v tomto regionu. Díky těmto poznatkům můžeme najít nové možnosti rozvoje a zároveň využít nových příležitostí.

5.2.1 Silné stránky

- Dostatečný počet ubytovacích zařízení
- Dostatek spokojených zákazníků, kteří se pravidelně vracejí
- Kvalifikovaný a vstřícný personál
- Výhodná geografická poloha (blízkost velkých měst Jablonec nad Nisou a Liberec a řady turistických zajímavostí)
- dobrá dopravní dostupnost

- Krásná krajina, která je vhodná pro cykloturistiku i pěší turistiku
- Hustá a dobře značená síť turistických a cyklistických tras
- Konání tradičních akcí

5.2.2 Slabé stránky

- Sezonní návštěvnost
- Nedostatečná informovanost veřejnosti o možnostech venkovské turistiky a agroturistiky
- Potenciál oblasti pro rozvoj venkovského turismu není naplno využit
- Rozdílná úroveň kvality turistických služeb
- Malý počet agrofarem a ekoagrofarem
- Malá nabídka produktů venkovského cestovního ruchu
- Nízká konkurenceschopnost v oblasti agroturistiky a venkovské turistiky

5.2.3 Příležitosti

- Rostoucí zájem o venkovskou turistiku a agroturistiku
- Možnost zlepšení propagace regionu Jablonec nad Nisou
- Možnost vytvoření webového seznamu, kde budou uvedeny všechna aktuálně dostupná ubytovací zařízení pro venkovskou turistiku a agroturistiku v daném regionu
- Dotace a podpory
- Rekonstrukce a modernizace stávajících objektů určených k ubytování osob
- Propagace pro zahraniční klientelu
- Nabídky akcí a zvýhodněných balíčků v době mimo hlavní sezonu
- Možnost získání dotací z PRV

5.2.4 Ohrožení

- Nízký počet hostů v mimosezonním období
- Možný nárůst konkurence
- Nezájem českých turistů o některé formy šetrného turismu (agroturismus, ekoagroturismus)
- Nevhodné chování turistů - znečištění životního prostředí, hluk, odpady, eroze, narušení biodiverzity
- Malá podpora drobných podnikatelů
- Snižování počtu venkovského obyvatelstva, jež se stěhuje za zaměstnáním do měst

- Nedostatek informací spojených s čerpáním dotací a vytvářením grantových projektů
- Stále se zpřísnující legislativa v oblasti hygieny
- Zvyšování provozních nákladů

5.3 Vyhodnocení vytyčených hypotéz

Hypotéza č. 1 – veřejnost má zájem o venkovskou turistiku a agroturistiku ve sledované oblasti.

Tato hypotéza nebyla potvrzena. Jak je patrné z dotazníkového šetření, konkrétně z otázek č. 1 a 2, došel autor práce k závěru, že veřejnost z pohledu venkovské turistiky a agroturistiky nemá o region výrazný zájem.

Hypotéza č. 2 – nabízené služby v oblasti turistiky ve vybraném regionu jsou ze strany turistů dostatečně využívány.

Tato hypotéza nebyla rovněž potvrzena. Jak je možné vyčíst z grafu zpracovaného především k otázce č. 1 dotazníkového šetření a dále pak osobních zjištění autora diplomové práce, v současné době turisté nevyužívají dostatečně potenciál a nabízené služby v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky.

Hypotéza č. 3 – návštěvnost vybraného regionu je díky nabídce služeb vysoká a má příznivý vliv na život místního obyvatelstva.

Hypotéza č. 3 byla dle autorových zjištění potvrzena. Ačkoli region z pohledu venkovské turistiky a agroturistiky není nijak výrazně navštěvovaný, nabídka dalších služeb činí tento region i tak dostatečně atraktivní pro turistický ruch a má příznivý vliv na život místního obyvatelstva díky přílivu finančních prostředků od turistů navštěvujících region Jablonec nad Nisou.

Hypotéza č. 4 – propagace turismu ve vybraném regionu má významný a příznivý vliv na rozvoj tohoto regionu.

I tato hypotéza byla dle autorových zjištění potvrzena. Je patrné, že díky propagaci a následné návštěvnosti regionu Jablonec nad Nisou dochází k rozvoji tohoto regionu v podobě revitalizací stávajících staveb a lokalit, zvyšování počtu kulturních akcí, přílivu podnikatelské sféry, zvýšení nabídky poskytovaných služeb.

6 Diskuze

Ucelený pohled na venkovskou turistiku a agroturistiku v regionu Jablonec nad Nisou nám přineslo dotazníkové šetření, následná SWOT analýza a v neposlední řadě také celkové poznatky zjištěné autorem práce v průběhu průzkumu. Nejpočetnější skupinou, která se zúčastnila dotazníkového šetření, byli vysokoškolsky vzdělaní lidé ve věku 30 – 50 let s bydlištěm v Libereckém kraji, kam spadá vybraný region.

Region Jablonec nad Nisou má dle zjištění nevyužitý potenciál, ve kterém by se mohla venkovská turistika a agroturistika v budoucnu plně rozvinout a získat tak nespočet spokojených návštěvníků.

Uvedený region je ze strany turistů hojně navštěvovaný, ale vzhledem ke skutečnosti, že se jedná o region dlouhodobě zaměřený především na zimní turistiku a odpovídá tomu i současná propagace a nabídka služeb, je nezbytné podniknout patřičné kroky ke zlepšení tohoto stavu. Jablonecko je díky své poloze a současnému stavu již řadu let navštěvovaným regionem především díky pestré nabídce zimních sportů a aktivit. Dále díky dislokaci tohoto regionu blízko hranic s Německou a Polskou republikou je zde patrný vyšší zájem zahraniční klientely než v jiných regionech České republiky. K obdobnému zjištění došli i Moreno-Gene et al. (2018), kteří ve své práci uvádějí, že zimní střediska v Rakousku, Itálii či Francii jsou oblastmi, které jsou závislé především na zimním turismu a tyto lyžařské areály jsou k tomu patřičně připraveny a jsou zde patrné nemalé investice do těchto oblastí ze strany provozovatelů služeb.

Díky vysoké návštěvnosti regionu v zimním období by se měli místní podnikatelé v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky zaměřit na dostatečnou propagaci služeb a v tomto období zviditelnit své aktivity a přesvědčit turisty, že region Jablonec nad Nisou jim dokáže nabídnout zajímavé a pestré služby i mimo zimní sezonu. Na tuto skutečnost, tedy důležitost účinné propagace služeb v oblasti turismu, upozorňuje celá řada autorů. Jako příklad zde můžeme uvést výzkum Seetanah et al. (2019), který došel k závěru, že v současné době nelze efektivně podnikat v oblasti turismu bez cílené a kvalitní propagace nabízených služeb.

Ze strany poskytovatelů služeb by mělo dojít především ke zlepšení a zkvalitnění vlastních webových stránek, kde se často setkáme s neprofesionálními až amatérsky vypadajícími webovými stránkami, které na první pohled nezaujmu a případného zájemce můžou až odradit. Při průzkumu bylo patrné, že stále velký počet osob podnikajících v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky využívá především bezplatných webových stránek umožňujících propagaci vlastních služeb, které nabízejí „vlastní“ tvorbu internetových stránek, které tak ve výsledku často vykazují značné nedostatky, jsou pro oko zákazníka nevhodné a často nejsou i několik let či měsíců aktualizované. Je možné doporučit vynaložit finanční prostředky a obrátit se na služby profesionálů, kteří dokážou vytvořit webové stránky odpovídající současnému trendu a zároveň provádí pravidelnou administraci a aktualizaci vložených informací. Dále jsou tyto firmy schopny výsledné internetové stránky efektivně propagovat. Obdobnou problematikou se ve své práci zabývá Sala (2018), který popisuje, jak můžou být kvalitně zpracované webové stránky lákadlem pro turisty a tento

cílený marketing efektivně přiláká zákazníka. Jedná se o jeden z nejsilnějších nástrojů, jak získat nové klienty.

V této oblasti by mělo dále dojít k úzké spolupráci s místní samosprávou obcí a měst, protože na stránkách jednotlivých obcí se často s nabídkou služeb v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky vůbec nesečkáme.

Současná doba je dobou internetu a sociálních sítí, což zmiňuje ve své práci i Pena et al. (2013), který upozorňuje na důležitost orientace na zákazníka a informační technologií v oblasti cestovního ruchu a poskytování služeb. Tuto skutečnost by poskytovatelé služeb neměli opomíjet a měli by v dostatečné míře využívat možnosti propagace svých služeb touto cestou, protože dle výsledků jejich výzkumu při využívání informačních technologií dochází k lepším aktivitám v cestovním ruchu a tím i zvýšení finančních přínosů jak pro majitele podniku, tak i obec a stát. Nesmíme při tom opomenout skutečnost, že propagace na sociálních sítích, které jsou v současné době oblíbené u široké veřejnosti, bývá často bez poplatků a dokáže oslovit široké spektrum případných zájemců o tyto služby. Propagace prostřednictvím sociálních sítí tak může být pro tento druh turistiky v regionu Jablonec nad Nisou velkou výzvou a zároveň příležitostí.

Dalším přínosem pro oblast venkovské turistiky a agroturistiky v regionu Jablonec nad Nisou by mohlo být pořádání akcí pro firmy v podobě kongresů, firemních večírků či teambuildingů, kdy následně by se spokojení návštěvníci mohli vracet a využít pobytů se svými rodinami. Cleary & Horsfall (2015) ve své práci došli k závěru, že teambuildingové akce jsou stále oblíbenější a častěji užívanou metodou tmelení kolektivu mnoha firem. Není jinak ani v České republice a podnikatelé v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky by měli této skutečnosti věnovat pozornost a uzpůsobit tak svou nabídku služeb těmto stále častěji využívaným akcím.

Opomíjenou skupinou návštěvníků jsou pak senioři, kteří se o služby venkovské turistiky a agroturistiky dle zjištění v posledních letech zajímají čím dál tím více. Zde bych doporučoval propagaci zaměřenou na tuto věkovou kategorii v podobě pořádání místních slavností, vyhlídkové projížďky či večery s lidovou hudbou. Oslovení této skupiny turistů by mohlo mít do budoucna nezanedbatelný potenciál. Tuto problematiku popisuje i Klímová (2018), která upozorňuje na současné demografické změny, které naznačují rostoucí počet starších obyvatel, což vyvolává vážné ekonomické a sociální problémy. Proto se stále vyvíjejí snahy zabránit těmto problémům implementací různých přístupů, mezi které můžeme zařadit i cestovní ruch. Z výsledků, ke kterým dospěla, vyplývá, že seniorský turismus představuje významný podíl na trhu cestovního ruchu. Například v roce 1999 bylo asi 590 milionů starších cestujících a do roku 2050 by toto číslo mělo dosáhnout dvou miliard. Aby však toto odvětví bylo schopno v budoucnu prosperovat, musí být odstraněny určité překážky, kam patří mimo jiné nízká kvalita turistických zařízení, infrastruktura jednotlivých zemí či regionů a kvalifikace pracovníků v seniorském cestovním ruchu.

Příliv nových klientů by mohl způsobit stále oblíbenější a vyhledávanější trend poslední doby a to je dle názoru autora pořádání kulturních akcí se zaměřením na propagaci místních tradičních zvyků, domácích produktů vlastní výroby a dobové atrakce. Můžeme sem zahrnout

například pořádání tradičních pouťových akcí, pravidelné trhy s nabídkou lokálních potravin, výrobků a služeb či pořádání dnů otevřených dveří, kde by se potenciální zákazníci mohli seznámit s chodem a aktivitami celé farmy.

Chceme-li účinně a efektivně propagovat služby v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky, nesmíme opomíjet osoby s různými tělesnými postiženími, kdy je nezbytné těmto faktorům přizpůsobit svou nabídku například zbudováním bezbariérových přístupů a sociálních zařízení. Na to upozorňuje například i Babita (2014), která uvádí, že existuje dostatek důvodů pro to, aby segment osob se zdravotním postižením vyžadoval zvláštní pozornost od poskytovatelů služeb všech typů včetně cestovního ruchu. Současná společnost by měla věnovat stále větší pozornost cestovnímu ruchu i pro zdravotně postižené osoby, které mají v této oblasti, stejně jako jinde, své místo.

V neposlední řadě je zcela určitě jedním z nejdůležitějších faktorů spokojený zákazník. Je tedy nezbytné vytvořit pro zákazníka takové podmínky, aby odcházel spokojený a nabízené služby dále doporučoval, nebo se pravidelně vracel. Mohammadi & Sohrabi (2018) ve své práci upozorňují na důležitost spokojeného zákazníka, který je považován za cenný přínos pro podnikatele. Orientace na zákazníka a jeho udržení jsou považovány za důležitou strategii pro vytváření konkurenční výhody. Podnikatelské subjekty budou úspěšné pouze v případě, že uspokojí své zákazníky. Jedná se o cestu k udržení a přilákání nových klientů.

K otázce propagace je dále nezbytné zmínit, že převážná většina respondentů jako místo, kde vyhledávají informace pro výběr volnočasových aktivit, uvedlo internet a pak osobní doporučení. To je jasným ukazatelem toho, jakým směrem zaměřit propagaci tohoto odvětví. Přínos pro rozvoj venkovské turistiky a agroturistiky pak autor práce vidí především v účinné propagaci, která je v současné době na nízké úrovni a neexistuje žádný ucelený seznam venkovských a agroturistických středisek, jako tomu je například u středisek zimních. Zde by dle názoru autora práce bylo na místě začít uvažovat o vzájemné spolupráci podnikatelských subjektů v dotčené oblasti. V současné době zde neexistuje žádné sdružení, spolek či jiné uskupení podnikatelských subjektů, které by účinně jako celek spolupracovaly na rozvoji a udržitelnosti venkovského turismu a agroturismu v regionu se zaměřením na jeho propagaci. Podobného názoru je i Petroman et al. (2016), který uvádí, že organizace cestovního ruchu na centrální a místní úrovni mají za úkol prosazovat agroturistiku a optimálně řešit problémy, které turistická činnost vyvolává na území turistické obce nebo v okrajové oblasti. Autor považuje za nezbytné vytvořit partnerství mezi poskytovateli služeb cestovního ruchu, místními úřady, cestovními kancelářemi a organizacemi zabývající se touto problematikou. O důležitosti propagace turismu hovoří ve své práci i Stříbrná (2005).

Z dotazníkového šetření je zřejmé, že převážná většina podnikatelů je toho názoru, že svůj podnik účinně a efektivně propaguje. Opak však ukazuje výsledek dotazníkového šetření z řad respondentů, kteří dotčenou oblast navštěvují. Ti jsou toho názoru, že současná propagace je nedostatečná a agroturistika či venkovská turistika jako celek je pro ně mnohdy velkou neznámou a nevyužívají tak všech dostupných nabídek, které region Jablonec nad Nisou v současné době poskytuje. Dle názoru autora práce je zde zřejmé, že pocity podnikatelů v oblasti propagace jsou zcela subjektivní a do jisté míry mylné. V tomto ohledu by pak mohla

pomoci právě vzájemná spolupráce. Tento skoro až fenomén zmiňuje ve své práci již Pecinová (2010), která hovoří kontrastu vnímání nabízených služeb mezi turisty a poskytovateli služeb, který se často rozchází, a názory těchto stran jsou obvykle protichůdné.

Venkovská turistika a agroturistika se v posledních letech těší stále větší oblibě a je ze strany turistů čím dál tím častěji vyhledávána za účelem trávení volného času. Toto je jeden z hlavních důvodů, proč by se poskytovatelé služeb v této oblasti měli zaměřit na jejich neustálé zkvalitňování a využít k tomu především poznatky a zkušenosti ze zahraničí, kde se venkovská turistika a agroturistika vyvíjí mnohem déle než v České republice, a je tak dle názoru autora práce na vyšší úrovni. Kvalita poskytovaných služeb není tak vysoká jako u zahraničních kolegů a tento stav by měl dojít k nápravě ve všech směrech, kam patří mimo jiné jak nabídka služeb, tak i přístup personálu. Remenyik (2017) ve své publikaci popisuje rozvoj turistiky a agroturistiky v Maďarsku, kde dlouhodobě usilují o neustálé zkvalitňování poskytovaných služeb v dané oblasti a provedeným výzkumem došel k závěru, že subjekty, které soustavně obnovují, doplňují a zkvalitňují své služby spojené s venkovskou turistikou a agroturistikou, jsou ze strany turistů opakovaně navštěvovány a doporučovány pro další návštěvy.

Současně by pak mělo ze strany poskytovatelů služeb v oblasti turistiky a agroturistiky v regionu Jablonec nad Nisou dojít k účinnějšímu čerpání dotací, jak činí podnikatelé právě v zahraničí. Těchto možností v současné době u nás využívá jen nepatrné množství z nich.

Výsledky dotazníkového šetření nám ukazují, že zájem o venkovskou turistiku a agroturistiku v regionu Jablonec nad Nisou není takový, jaký bychom v době rostoucího zájmu o tuto oblast mohli očekávat. Nicméně respondenti, kteří využívají možnosti trávit svůj volný čas těmito aktivitami, ve většině případů uvedli, že by využili nabídky vyzkoušení si různých dobových a místních řemeslných prací či jízdy na koni volnou přírodou. Tato skutečnost odpovídá i tvrzení Václavíka (2008), který ve své publikaci popisuje agroturistiku jako trávení času v přírodě či přímo na zemědělských usedlostech. Může mimo jiné zahrnovat i vyjížďky za poznáním zemědělských zvyklostí a další volnočasové a pohostinské aktivity, které mají v návštěvnických vzbudit zájem o venkovskou krajinu.

Nejčastějším důvodem nezájmu o venkovskou turistiku a agroturistiku, který byl v rámci dotazníkového šetření zjištěn, je nedostatek informací na straně turistů, nezájem o zemědělské činnosti a tím pádem i preferování jiného typu trávení volného času. Z výsledků šetření je tedy patrná nedostatečná informovanost turistů a již zmíněná nízká propagace.

Další zajímavé informace nám přineslo zjištění, které atributy jsou při výběru pobytu v rámci volnočasových aktivit pro respondenty nejzásadnější. Ačkoli nejpočetnější skupinou respondentů byli ti, již odpověděli, že nejdůležitější je pro ně lokalita, při vzájemné diskusi doplnili, že lokalita, kterou vybírají pro svou dovolenou, se odvíjí od ceny. Stále tak pokračuje dlouhodobý trend, který ve své práci popisuje i Meleddu & Pulina (2016), že nejdůležitějším faktorem pro výběr dovolené stále zůstává cenová nabídka, od které se odvíjí další požadavky turistů. Většina respondentů k tomu doplnila, že díky široké nabídce volnočasových aktivit, které v současnosti internetové inzerce nabízejí, zvolí při vyhledávání cenový strop a následně doplňují svůj výběr o doplňkové služby ve vybrané lokalitě. S tím souvisí i zjištění, kolik jsou

ochotni jednotliví respondenti zaplatit za jeden den pobytu pro jednu osobu. Tato cena zahrnuje noc a stravu. Převážná většina osob uvedla, že je pro ně optimální cenová hladina mezi 500,- až 800,- Kč. Ačkoli se toto cenové rozmezí může v současné době zdát někomu jako nízké a může se tak domnívat, že tyto částky neodpovídají současným tržním cenám, je na místě podotknout, že respondenti při uvádění cenového rozpětí počítali s pobytem pro rodinu v délce cca deseti dní. Spočítáme-li pak výslednou cenu pro čtyřčlennou rodinu za průměrných deset dní pobytu, výsledná částka kolem 26.000,- Kč se pak jeví jako běžná cena za pobyt v rámci České republiky.

Dotazníkové šetření zaměřené na poskytovatele služeb nám ukázalo, že nejvíce respondentů, kteří podnikají v oboru turistiky, se touto činností zabývá především z důvodu dosažení zisku za podmínek trávit život v přírodě, mimo městské lokality. Ve většině případů se jedná o rodinné firmy, kdy se na chodu podniku podílí především rodina. Pokud měl nějaký podnik zabývající se turismem zaměstnance, ve většině případů se jednalo o rodinné příslušníky. To nám ukazuje, že se v daných případech jedná o podnikání, ale zároveň životní styl, na kterém se podílí celá rodina. K obdobnému zjištění došel i Silvestre (2018), který ve své publikaci uvádí, že rodinné farmy dnes mají příležitost rozšířit své služby směrem k cestovnímu ruchu, tedy vstoupit na trh s nabídkou služeb v oblasti venkovského cestovního ruchu, což je jednou z možností, jak snížit nezaměstnanost ve venkovských oblastech a současně zabránit jejich postupnému vylidňování především odchodem mladých lidí do měst.

Při zpracování práce bylo zjištěno, že venkovský turismus a agroturismus v regionu Jablonec nad Nisou skýtá stále nepřeborné množství nevyužitého potenciálu a pro případné zájemce podnikat v tomto oboru je na trhu dostatek nevyužitého prostoru. Důležitými aspekty pro podnikání v tomto oboru jsou stále se opakující poznatky, které jsou zmiňovány v mnoha odborných textech. Patří sem mimo jiné účinná propagace, nabídka kvalitních služeb a výběr správné lokality pro svou činnost. K těmto zjištěním došli i Lasarte et al. (2018), kteří ve své práci obdobně považují propagaci spojenou s nabídkou kvalitních služeb jako klíčový faktor udržitelného rozvoje cestovního ruchu.

7 Závěr

Diplomová práce Venkovská turistika a agroturistika v regionu Jablonec nad Nisou navazuje na četné studie a analýzy této problematiky, které se věnuje celá řada našich i zahraničních autorů.

Z výsledků sledované problematiky vyplynulo že:

- Region Jablonec nad Nisou je v současné době díky nabídce služeb stále více vyhledávanou destinací pro tzv. zimní turismus a stávající nabídka je zaměřena primárně na tuto oblast turistiky.
- Současné nabídky v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky využívají především vysokoškolsky a středoškolsky vzdělaní lidé.
- Dobu pobytu o dovolené spojené s venkovskou turistikou a agroturistikou preferují v délce 3 – 6 dní, kdy se jedná převážně o víkendové pobyty, popřípadě pobyt v rámci prodlouženého víkendu.
- Nejčastější návštěvy regionu v souvislosti s venkovskou turistikou a agroturistikou v závislosti na ročním období jsou především v letním období.
- Nejčastěji získávají turisté informace o cestovním ruchu z internetu, ale poskytované informace hodnotí jako nedostatečné.
- Cestovní ruch v regionu Jablonec nad Nisou přináší výhody v podobě snižování nezaměstnanosti, rozšiřuje pracovní místa a je podnětem pro zkvalitnění dopravní infrastruktury.
- Dotace ze strany podnikatelů jsou využívány jen minimálně. Ti, již dotace čerpali, je využili především k investicím do modernizace prostoru.

Jak již bylo v této práci zmíněno, cestovní ruch ve vybraném regionu skrývá doposud nevyužitý potenciál v podobě venkovské turistiky a agroturistiky, kdy mimo zimní sporty, na které se v současné době region zaměřuje, je zde i mimo zimní sezonu řada zajímavých míst s kulturními a historickými památkami a jedinečná příroda, která ve spojení s tímto typem turistiky nabízí jejím zájemcům nevšední zážitky.

Z dotazníkového šetření je zřejmé, že agroturistika v tomto regionu má své místo a zaslouží si tak pozornost jak ze strany turistů, tak i ze strany poskytovatelů služeb. Je to možnost jak mohou současní zemědělci rozšířit své podnikání a zkvalitnit tak nabízené služby.

Na druhou stranu je nezbytné zmínit, že rozšíření současných zemědělských podniků o agroturismus sebou nese řadu úskalí, kterými musí zemědělec projít, než tento záměr realizuje. Patří sem mimo jiné celá řada bezpečnostních předpisů a norem a samozřejmě nezbytné finanční investice, což jsou mnohdy důvody, proč se současní zemědělci do tohoto druhu podnikání nehrnou a zůstávají u své původní podnikatelské činnosti.

Největší slabinou současné nabídky služeb v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky je především v nedostatečné informovanosti zákazníků a ne zcela efektivním čerpání finančních prostředků, které nabízejí současné programy Evropské unie. Současní

podnikatelé by měli více využívat služeb certifikovaných poradců, kteří se v této problematice dobře orientují a dokážou s případnými dotacemi a jejich čerpáním efektivně pomoci.

Pobyt na venkově, ať už v rámci agroturistiky, ekoturistiky, hipoturistiky či jiných aktivit je třeba neustále efektivně propagovat a dělat jej dostatečně atraktivní, aby se lidé k tomuto druhu turistiky opakovaně vraceli a v co možná nejvyšší míře ji i v budoucnu využívali a neodjížděli za turistikou do zahraničí.

8 Seznam literatury

8.1 Tištěné zdroje

- Arabatzis G, Tsiantikoudis S, Drakaki N, Andreopoulou Z. 2011. The Leader plus community initiative and local action groups in Greece. *Journal of environmental protection and ecology* **12**:2255-2260.
- Babita C. 2014. Disabled person's tourism – a komponent of social tourism. Pages 957-960 in Ionescu S, Tomita M, Cace S, editors. *Second World Congress on Resilience: from Person to Society*. Medimond SRL, Via Maserati, Italy.
- Ballesteros JGT, Hernandez MH. 2018. Promoting tourism through the EU LEADER programme: understanding Local Action Group governance. *European Planning Studies* **27**:396-414.
- Binek J, Toušek V, Galvasová I, Věžník A, Kunc J, Seidenglanz D, Halásek D, Řehák S. 2007. *Venkovský prostor a jeho oživení*. GaREP Publishing, Brno.
- Budíková M, Lerch T, Mikoláš Š. 2009. *Základní statistické metody*. Masarykova univerzita, Brno.
- Ciolac R, Isac E, Tonea E, Hurmuzache T, Sirbu C, Martin S. 2015. Agrotourism – Traditional knowledge and rural biotechnology. *Journal of Biotechnology* **208**:62-63.
- Cleary M, Horsfall J. 2015. Teamwork and Teambuilding: Considering Retreats. *Issues in Mental Health Nursing* **36**:78-80.
- Dax T, Oedl-Wieser T. 2016. Rural innovation activities as a means for changing development perspectives - An assessment of more than two decades of promoting LEADER initiatives across the European Union. *Studies in Agricultural Economics* **118**:30-37.
- De Luca AI, Iofrida N, Gulisano G, Strano A. 2018. Toward an evaluation model for transnational cooperation activities in rural areas: a case study within an EU LEADER project. *Bulletin of geography – Socio – Economic series* **42**:19-45.
- Giaccio V, Mastronardi L, Marino D, Giannelli A, Scardera A. 2018. Do Rural Policies Impact on Tourism Development in Italy? A Case Study of Agritourism. *Sustainability* **40**:29-38.
- Goeldner RCh, Ritchie JRB. 2012. *Tourism: Principles, practices, philosophies*. 12th ed. Wiley, New Jersey.
- Goeldner RCh, Ritchie JRB. 2014. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. 1. vyd. BizBooks, Brno.
- Goffetti G, Montini M, Volpe F, Gigliotti M, Pulselli FM, Sannino G, Marchettini N. 2018. Disaggregating the SWOT Analysis of Marine Renewable Energies. *Frontiers in Energy research* **6**:138-156.

- Golebiewska B. 2008. Rural Tourism as a Form of Non-farming Business Activity in the Polish Countryside. *Economic Science for Rural Development* **16**:49-55.
- Heesup H, Bo M, Wansoo K. 2017. Bike-traveling as a growing phenomenon: Role of attributes, value, satisfaction, desire, and gender in developing loyalty. *Tourism management* **59**:91-103.
- Hernandez MH, Ballesteros JGT. 2017. Assessing the Impact of EU Rural Development Programs on Tourism. *Tourism planning and development* **14**:149-166.
- Hubler M. 2019. How trade in ecotourism services can save nature: a policy scénario analysis. *Development Southern Africa* **36**:127-143.
- Chiu YTH, Lee WI, Chen TH. 2014. Environmentally responsible behavior in ecotourism: Antecedents and implications. *Tourism management* **40**:321- 329.
- Christou P, Farmaki A, Evangelou G. 2018. Nurturing nostalgia?: A response from rural tourism stakeholders. *Tourism Management* **69**: 42-51.
- Iova AR, Nastase M, Lascar E. 2016. Development of rural tourism and agrotourism in Romania by implementing european programs. *Scientific Papers: Management, Economic Engineering in Agriculture & Rural Development* **16**:233-237.
- Klímová B. 2018. Senior Tourism in Europe: Current State and Prospects for Future. Pages 4778-4781 in Klímová B, editors. *Advanced Science Letters*. Amwer Scientific Publishers, Valencia.
- Labuda M. 2016. Nature conservation and Bike tourism. Public recreation and Landscape protection – With nature hand in hand. Mendel University in Brno, Brno.
- Lasarte MP, Bruna GD, Duque CM. 2018. Tourism planning, promotion and environmental sustainability: the case of Spain. *Retos-Revista de Ciencias de La Administracion Economia* **8**:7-17.
- Leco F, Perez A, Hernandez JM, Campon AM. 2013. Rural Tourists and Their Attitudes and Motivations Towards the Practice of Environmental Activities such as Agrotourism. *International journal of environmental research* **7**:255-264.
- Marolin M. 2014. Local action group (LAG) – Future of regional and rural development. *Medunarodni Znanstveni Simpozij Gospodarstvo Istočne Hrvatske – Vizija i razvoj* **18**:399-405.
- Meleddu M, Pulina M. 2016. Evaluation of individuals intention to pay a premium price for ecotourism: An exploratory study. *Journal of Behavioral and Experimental Economics* **65**:67-68.
- Menconi ME, Artemi S, Borghi P, Grohmann D. 2018. Role of Local Action Groups in Improving the Sense of Belonging of Local Communities with Their Territories. *Sustainability* **10**:28-42.

- Mohammadi M, Sohrabi T. 2018. Examining the Effect of Marketing Mix Elements on Customer Satisfaction with Mediating Role of Electronic Customer Relationship Management. *Industrial Engineering and Management Systems* **17**:653-661.
- Moreno-Gene J, Sanchez-Pulido L, Cristoba-Fransi E, Daries N. 2018. The Economic Sustainability of Snow Tourism: The Case of Ski Resorts in Austria, France, and Italy. *Sustainability* **10**:35-42.
- Mtapuri O, Giampiccoli A. 2019. Tourism, community-based tourism and ecotourism: a definitional problematic. *South African Geographical Journal* **101**:22-35.
- Mura L, Kljucnikov A. 2018. Small Businesses in Rural Tourism and Agrotourism: Study from Slovakia. *Journal of Scientific Papers, Economics and sociology* **11**:286-300.
- Němčanský M. 1996. *Agroturistika*. 1. vyd. OPF Slezská univerzita v Opavě, Opava.
- Pan SY, Gao MY, Kim H, Shah KJ, Pei SL, Chiang PC. 2018. Advances and challenges in sustainable tourism toward a green economy. *Science of The Total Environment* **635**:452-469.
- Parmová D, Dvořák V, Frková I. 2013. Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi. Občanské sdružení Chance in nature – local action group. České Budějovice.
- Pecinová A. 2010. Udržitelný rozvoj venkova a cestovní ruch. Vodní zdroje Ekomonitor, Chrudim.
- Pena AIP, Jamilena DMF, Molina MAR. 2013. Impact of Customer Orientation and ICT Use on the Perceived Performance of Rural Tourism Enterprises. *Journal of travel & tourism marketing* **30**:272-289.
- Perlín R, Kučerová S, Kučera Z. 2010. Typologie venkovského prostoru Česka. *Geografie* **115**:161–187.
- Petroman C, Benea MC, Varga M, Serban V, Petroman I. 2016. Study Regarding the Role of the Tourism Organisation in Promoting the Authentic Agrotourism. Pages 643-647 in Petroman C, editors. *International Multidisciplinary Scientific Conferences on Social Sciences and Arts*. Stef92 Technology LTD, 1 Andrey Lyapchev BLVD, Sofia, Bulgaria.
- Pělucha Martin a kol. 2006. Rozvoj venkova v programovacím období 2007-2013 v kontextu reformy SZP EU. Ireas, Praha.
- Phadermrod B, Crowder RM, Wills GB. 2019. Importance-Performance Analysis based SWOT analysis. *International Journal of Information Management* **44**:194-203.
- Pickel-Chevalier S. 2015. Can equestrian tourism be a solution for sustainable tourism development in France. *Loisir et Société / Society and Leisure* **38**:110-134.
- Pulina M, Dettori DG, Paba A. 2006. Life cycle of agrotouristic firms in Sardinia. *Tourism management* **27**:1006-1016.

- Quattrone M, Tomaselli G, Riguccio L, Russo P. 2017. Journal of agricultural engineering. Assessment of the territorial suitability for the creation of the greenways networks: Methodological application in the Sicilian landscape context **48**:209-222.
- Remenyik B. 2017. Few Aspects of the Development of Rural Tourism. Pages 661-668 in Kosciarova I, Kadekova Z, editors. Managerial Trends in the Development of Enterprises in Globalization Era. Slovak Univ Agriculture Nitra, Slovakia.
- Ryglová K. 2009. Cestovní ruch. KEY Publishing, Ostrava.
- Ryglová K, Burian M, Vajčnerová I. 2011. Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi. Grada Publishing, Praha.
- Sala AMM. 2018. Marketing 2.0 Applied to the Tourism Sector: The Commercial Function of the Websites of Destination Marketing Organizations. Vivat Academia **143**:1-22.
- Seetanah B, Sannassee RV, Teeroovengadum V, Nunkoo R. 2019. Air access liberalization, marketing promotion and tourism development. International Journal of Tourism Research **21**:76-86.
- Siguroardottir I. 2018. Wellness and equestrian tourism- new kind of adventure? Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism **18**:377-392.
- Sgroi F, Donia E, Mineo AM. 2018. Agritourism and local development: A methodology for assessing the role of public contributions in the creation of competitive advantage. Land Use Policy **77**:676-682.
- Silvestre RP. 2018. Rural tourism in family fading – TRAF: opportunities and challenges in relation to the specificities of the services sector. Nativa **6**:668-674.
- Stříbrná M. 2005. Venkovská turistika a agroturistika. Profi Press, Praha.
- Stříbrná M. 2015. Venkovská turistika a agroturistika. Profi Press s.r.o., Praha.
- Surjono, Maulidi C, Sitanggang RM. 2018. Sustainable Tourism Development Review: Steeping Poverty on Samosir Cultural Landscape. Advanced Science Letters **24**: 9441-9445.
- Šimková E. 2008. Manažerské a marketingové přístupy ve venkovské turistice. Gaudeamus, Hradec Králové.
- Škodová-Parmová D. 2007. Agroturistika, Ekonomická fakulta, Jihočeská univerzita, České Budějovice.
- Thöndlová G. 2011. Komparační analýza agroturistiky v České republice a ve Svobodném státu Bavorsko. Národohospodářský ústav Josefa Hlávky, Praha.
- Trummer M. 2018. The Countryside and Rurality. Perspectives of a Cultural Analysis of the Rural. Zeitschrift für Volkskunde **114**:187-212.

- Tsiantikoudis S, Arabatzis G, Aggelopoulos S. 2010. Rural development and LEADER plus in Greece: Evaluation of local action groups. *Journal of food agriculture & environment* **8**:302-307.
- 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* **13**:93-108.
- Závodná LS. 2015. Udržitelný cestovní ruch: principy, certifikace a měření. 1. vydání. Univerzita Palackého v Olomouci, Olomouc.
- Zelenka J, Pásková M. 2012. Výkladový slovník cestovního ruchu. Ministerstvo pro místní rozvoj, Praha.

8.2 Internetové zdroje

- CzechTourism. 2018. Nové rozdělení turistických regionů České republiky. Available from www.czechtourism.cz/nase-sluzby-pro-vas/spoluprace-s-regiony/mapa-turistickych-regionu-a-oblasti,-kontakty (accessed September 2018).
- Čerňanský M. 2005. Venkov v ČR a zemích EU, Trvale udržitelný rozvoj venkova. Available from www.lidova-architektura.cz/pravidla-stavby/uzemni-rozvoj/venkov-evropska-unie.htm (accessed September 2018).
- Český statistický úřad. 2018. Hromadná ubytovací zařízení České republiky. Available from <https://vdb.czso.cz/huz/okres.jsp?k=CZ0512> (accessed September 2018).
- Český statistický úřad. 2018. Charakteristika okresu Jablonec nad Nisou. Available from https://www.czso.cz/csu/xl/charakteristika_okresu_jn (accessed November 2018).
- DotaceEU. 2018. Available from www.dotaceeu.cz/cs/Evropske-fondy-v-CR/2014-2020 (accessed September 2018).
- Euroregion Nisse - Nisa – Nysa. 2015. Available from www.ern.cz/index.php?D=245 (accessed December 2018).
- Eagri. 2015. Dotace. Program rozvoje venkova 2014 – 2020. Available from <http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/program-rozvoje-venkova-na-obdobi-2014/> (accessed September 2018).
- Eagri. 2018. Nařízením vlády prováděná opatření PRV 2018. Available from http://eagri.cz/public/web/file/451753/FINAL_schema_podpor_od_2018___na_web___plochy.pdf (accessed October 2018).
- Europe – Métropoles. 2016. Typology of metrolitan regions (at the level of NUTS 3). Available from www.populationdata.net/cartes/europe-metropoles-2016/ (accessed September 2018).
- European Commission Directorate for Agriculture. 1997. Rural Developments. CAP 2000. Available from https://ec.europa.eu/agriculture/publi/pac2000/rd/rd_en.pdf (accessed September 2018).
- European Greenways association. 2010. Greenways. Available from <http://www.aevv-egwa.org/greenways/> (accessed September 2018).
- MAS-achát. 2018. Dokumenty MAS. Available from www.mas-achat.cz (accessed February 2019).
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. 2007. Venkovský cestovní ruch – jeho specifika a podmínky pro rozvoj. Available from www.mmr.cz/getmedia/e117ea61-1783-4982-a4fa-bf6e1220f318/GetFile4.pdf (accessed February 2019).

- OECD. 2011. Organisation for Economic Co-operation and Development. Directorate for Public Governance and Territorial Development. Available from www.oecd.org/cfe/regional-policy/OECD_regional_typology_Nov2012.pdf (accessed July 2018).
- Regionální rada NUTS II Severovýchod. 2018. Available from www.rada-severovychod.cz/prioritni-osa-3-dobra-sprava-uzemi-a-zefektivneni-verejnych (accessed October 2018).
- Slowtourism. 2016. Available from www.pencin-zittau.eu/informace-o-projektu (accessed February 2019).
- The International Ecotourism Society. 2015. What is ecotourism. Available from www.ecotourism.org/what-is-ecotourism (accessed October 2018).
- UNWTO. 2008. International Recommendations for Tourism Statistics. New York. UNWTO. Available from http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf (accessed July 2018).
- Václavík T. 2008. Agroturistika na ekofarmách: Jak na to. Ministerstvo zemědělství. Available from http://eagri.cz/public/web/file/38603/Agroturistika_na_ekofarmach.pdf (accessed September 2018).
- Venkovská turistika. 2005. Agroturistika, ekoagroturistika. Available from www.asz.cz/cs/aktualne-z-asz/venkovska-turistika-agroturistika-ekoagroturistika.html (accessed October 2018).

