

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management
Studijní obor: Obchodní podnikání

**Analýza současné nabídky agroturistických farem
v ČR**

Vedoucí bakalářské práce
Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Autor
Hana Matějů

2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Hana MATĚJŮ**
Osobní číslo: **E09243**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Analýza současné nabídky agroturistických farem v ČR**
Zadávací katedra: **Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova**

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

Cíl práce:

Cílem práce bude zanalýzování tržních podmínek, aktuální nabídky služeb poskytovaných agroturistickými farmami v ČR a možností čerpání fondových prostředků na rozvoj této diverzifikační činnosti.

Metodika práce:

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

Rámcová osnova:

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

Rozsah grafických prací: dle potřeby
Rozsah pracovní zprávy: 40 - 50 stran, dle možností
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

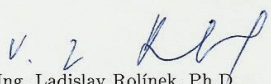
Seznam odborné literatury:

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

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

Datum zadání bakalářské práce: 10. února 2011

Termín odevzdání bakalářské práce: 15. dubna 2012


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.

děkan

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


doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 29. března 2011

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Analýza nabídky agroturistických farem v České republice“ vypracovala samostatně s použitím a literatury uvedené v seznamu citované literatury.

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

V Českých Budějovicích 10. 4. 2012

.....
Vlastnoruční podpis autora

Poděkování

Na tomto místě bych velmi ráda poděkovala Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové za ochotu a cenné připomínky a odborné rady a velice vstřícný přístup při zpracování mé bakalářské práce.

A dále bych ráda poděkovala všem osloveným podnikatelům ve venkovské turistice za poskytnutí informací a zejména za vlídný přístup rodině Smolů (Smolův Mlýn), panu Davidu Stiborovi (Borovanský mlýn), paní Petře Frnochové (Farma Malenice), paní Kosmákové (Jáňův Dvůr) a paní majitelce farmy Ztracenka.

ÚVOD	8
1. CÍLE A METODIKA.....	9
1.1. CÍL PRÁCE A JEHO ZDŮVODNĚNÍ, STRUKTUROVÁNÍ NA HLAVNÍ CÍL A VEDLEJŠÍ CÍLE	9
1.2. METODY A TECHNIKY, KTERÉ BUDOU POUŽITY V ANALYTICKÉ A SYNTETICKÉ ČÁSTI PRÁCE .	10
2 LITERÁRNÍ PŘEHLED	11
2.1. CESTOVNÍ RUCH A JEHO PODSTATA	11
2.1.1. <i>Ekonomický význam cestovního ruchu</i>	12
2.2. VENKOVSKÁ TURISTIKA V ČESKÉ REPUBLICE	12
2.3. AGROTURISTIKA	13
2.3.1. <i>Biopotraviny a ekologické zemědělství</i>	14
2.3.2. <i>Trendy cestovního ruchu využitelné pro agroturistiku</i>	16
2.3.3. <i>Složení produktu agroturistiky</i>	16
2.3.4. <i>Význam jednotlivých stránek agroturistiky</i>	17
2.4. ORGANIZACE SOUVISEJÍCÍ S AGROTURISTIKOU	18
2.4.1. <i>Svaz venkovské turistiky</i>	18
2.4.2. <i>European Centre for Ecology and Tourism</i>	18
2.4.3. <i>Projekt Prázdniny na venkově</i>	19
2.4.4. <i>Státní zemědělský intervenční fond</i>	19
2.4.5. <i>Další organizace</i>	19
2.5. STATISTICKÁ ŠETŘENÍ ZAMĚŘENÁ NA AGROTURISTIKU	20
2.6. PODPORA A DOTACE PRO AGROTURISTIKU	23
2.6.1. <i>Předchozí programy a jejich opatření</i>	23
2.6.2. <i>Současné programy podpory</i>	24
2.6.3. <i>Současné čerpání programů podpory</i>	31
3. VLASTNÍ VÝZKUM	35
3.1. VLASTNÍ VÝZKUM POPTÁVKY	35
3.2. GRAFICKÉ ŘEŠENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	36
3.3. SHRNUÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	45
4. KOMPARACE VYBRANÝCH KRAJŮ – JIHOČESKÝ A JIHMORAVSKÝ.....	48
4.1. KOMPARACE KRAJŮ Z HLEDISKA MOŽNOSTÍ CESTOVNÍHO RUCHU U ZEMĚDĚLSKÝCH SUBJEKTŮ ...	49
4.2. FINANČNÍ PODPORA VYBRANÝCH KRAJŮ V OBLASTI ZEMĚDĚLSTVÍ A AGROTURISTIKY	51
4.3. VLASTNÍ VÝZKUM NABÍDKY AGROTURISTIKY JIHOČESKÉHO A JIHMORAVSKÉHO KRAJE	52
4.3.1. <i>Jihočeský kraj</i>	52
4.3.2. <i>Jihomoravský kraj</i>	60
4.4. SHRNUÍ	64
5. SWOT ANALÝZY SLEDOVANÝCH TURISTICKÝCH REGIONŮ Z HLEDISKA JEJICH VYUŽITELNOSTI PRO AGROTURISTIKU.....	66
5.1. SWOT ANALÝZA JIHOČESKÉHO KRAJE	66
5.1.1. <i>Jezdecké stezky</i>	70
5.1.2. <i>Síť cyklotras</i>	70
5.1.3. <i>Činnost Jihočeské centrály cestovního ruchu</i>	71
5.1.4. <i>VYUŽITÍ METODY PÁROVÉHO SROVNÁVÁNÍ PRO JIHOČESKÝ KRAJ</i>	73
5.2. SWOT ANALÝZA JIHMORAVSKÉHO KRAJE	75
5.2.1. <i>VYUŽITÍ METODY PÁROVÉHO SROVNÁVÁNÍ PRO JIHMORAVSKÝ KRAJ</i>	78
6. PŘÍKLAD DOBRÉ PRAXE MIMO ZÁJMOVÉ ÚZEMÍ.....	81
7. NÁVRHOVÁ ČÁST.....	83
7.1. SVĚTOVÉ TRENDY V OBLASTI AGROTURISTIKY	83
7.2. VLASTNÍ NÁVRHY	84

7.2.1. Segmentace zákazníků	84
7.2.2. Orientace na nabídku aktivit, které zákazníci přilákají	85
7.2.3. Tvorba prvku „jedinečnosti“ farmy	87
8. ZÁVĚR	92
9. SUMMARY	94
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	95
SEZNAM TABULEK.....	103
SEZNAM GRAFŮ	103
SEZNAM OBRÁZKŮ	104
SEZNAM PŘÍLOH.....	104

Úvod

Vzhledem k současné situaci, kdy jsou lidé kvůli nezdravému životnímu stylu vystaveni stresu, lze chápat jako ideální způsob regenerace návrat k přírodě. Z toho důvodu ve světě roste zájem o venkovský cestovní ruch. Česká republika má velký potenciál z hlediska cestovního ruchu a do určité míry ho využívá v oblasti pobytového i poznávacího cestovního ruchu. Jedná se zejména o potenciál kulturní a přírodní. Po roce 1989 došlo v oblasti nabídky agroturistiky k návratu na tradici z První republiky a rozvoji, jež byl prvotně podpořen zájmem ze strany zahraničních turistů. Dnes již nabídek agroturistických farem využívají i domácí turisté a jejich význam roste.

Bakalářská práce se bude zabývat zanalyzováním tržních podmínek, aktuální nabídkou služeb poskytovaných agroturistickými farmami v České republice a možností čerpání fondových prostředků pro další rozvoj. Téma bylo zvoleno kvůli své aktuálnosti, jelikož trendem posledních let je rozvoj měkkých forem cestovního ruchu.

Ačkoliv chataření a chalupaření má v Česku hlubokou tradici, v oblasti agroturistiky zatím - ve srovnání se sousedními státy (zejména Rakousko, Německo) zaostává, a proto autorka bakalářské práce považuje za důležité toto téma zviditelnit a podrobněji se jím zabývat.

V teoretické části bakalářské práce budou vysvětleny pojmy: ekologie cestovního ruchu, venkovský cestovní ruch, agroturistika, ekoagroturistika (s níž souvisí i problematika podpůrných institucí jako jsou Svaz venkovské turistiky či European Centre of Ecology and Tourism) a další pojmy úzce související s tímto tématem.

Bakalářská práce se bude věnovat zmapování agroturistických farem ve vybraných turistických regionech, nalezení silných a slabých stránek jejich podnikání, jakož i formulace příležitostí a ohrožení, a naváže jejich následnou komparací.

Hlavním cílem bakalářské práce bude zhodnotit současný stav nabídky agroturistických farem v České republice.

Závěrem bakalářská práce nabídne vhodná řešení pro rozvoj agroturistiky a ekoagroturistiky v návaznosti na aktuální trendy ve vývoji měkkých forem cestovního ruchu ve světě.

1. Cíle a metodika

1.1. *Cíl práce a jeho zdůvodnění, strukturování na hlavní cíl a vedlejší cíle*

Hlavní cíl: Zhodnocení současného stavu nabídky agroturistických farem v České republice.

Dílčí cíle:

C1: Statistický přehled o vývoji a aktuálním stavu nabídky agroturistických farem v ČR za posledních 15 let. Na základě statistických údajů ČSÚ a Mze.

C2: Analýza kvality nabídky na základě vyhodnocení primárních dat získaných z pozorování a dotazníkového šetření u hostů agroturistických farem.

C3: Komparace nabídky agroturistických farem ve vybraných turistických regionech s cílem zhodnotit regionální odlišnosti a možné potenciály rozvoje nabídky v budoucnosti.

C4: Identifikace možností pro rozvoj agroturistiky ve vybraném turistickém regionu.

C5: Návrhy řešení budoucího rozvoje nabídky agroturistiky v ČR vzhledem k aktuálním trendům ve světě.

Pracovní hypotézy:

H1: Domácí turisté mají zájem o nabídku agroturistických farem.

H2: Jihočeský kraj má rozsáhlejší nabídku než Jihomoravský kraj.

H3: V Jihočeském kraji existují možnosti pro rozvoj agroturistiky.

1.2. Metody a techniky, které budou použity v analytické a syntetické části práce

Metodologie a metody, které budou použity v analytické a syntetické části práce

A. Metodologie

1. Studium literatury
2. Sekundární data o nabídce agroturistických farem z ČSÚ a Mze od roku 1995
3. Získání primárních dat dotazníkovým šetřením od hostů agroturistických farem, vlastním pozorováním formou mystery shopping na vybraných farmách
4. Analýza nabídky z hlediska kvantity a kvality (SWOT, analýza dat pomocí statistického softwaru)
5. Vypracování vlastní bakalářské práce

B. Metody

1. Získání primárních dat

- a. Realizace vlastního dotazníkového šetření na vybraných farmách v České republice
- b. 100 ks dotazníků, osobní dotazování (definice vzorku respondentů: návštěvníci vybraných farem, dotazování, definování motivace k návštěvě farmy)
- c. Dotazování poskytovatelů služeb v oblasti agroturistiky (10 podnikatelů)

2. Analýzy

- a. Deskriptivní statistika (frekvence, průměry)
- b. Srovnávací statistika (korelace, regrese, testy)

3. Vypracování vlastní bakalářské práce

- a. Textové a grafické vyjádření tvůrčí činnosti studentky

2 LITERÁRNÍ PŘEHLED

2.1. Cestovní ruch a jeho podstata

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím. [2] Jedná se tedy o jedno z nejprogresivnějších odvětví světové ekonomiky, které vytváří nejvíce nových pracovních míst. [20]

Vědeckému bádání cestovního ruchu se začala systematická pozornost věnovat již začátkem minulého století. V nejstarších dostupných pracích z tohoto období se jejich autoři zejména snažili o odlišení cestovního ruchu od širšího pojmu cestování.

Dle Hermanna von Schullarda (1910) se cestovní ruch dá považovat za soubor operací zejména ekonomického charakteru, které se přímo vztahují na vstup, pobyt a pohyb cizinců vně i uvnitř určité země, města nebo regionu.

Švýcarští renomovaní profesori W. Hunziker a K. Krapf v roce 1942 cestovní ruch chápali jako soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti.

Na definici Hunzikera a Krapfa navázal C. Kaspar (1975), ten vysvětloval cestovní ruch jako souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání. A tato definice se později v 80. letech 20. století stala oficiální definicí Mezinárodního sdružení vědeckých pracovníků cestovního ruchu (AIEST).

Světová organizace cestovního ruchu (WTO) v roce 1991 definovala cestovní ruch jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležící mimo její běžné prostředí (místo bydliště) a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě. Stanovenou dobou se v mezinárodním cestovním ruchu rozumí jeden rok, v domácím cestovním ruchu 6 měsíců. [2]

V posledních letech se setkáváme s pojmem **Ekologie cestovního ruchu**. Ta předpokládá rozumné hospodaření se životním prostředím – jelikož jakýkoliv zásah cestovního ruchu do přírodního prostředí narušuje ekologickou rovnováhu. V souvislosti s tím vzniká také tzv. zelená turistika jako nový způsob návratu a objevů

venkova a zemědělských oblastí, čímž se snaží harmonicky skloubit aktivity volného času a uvědomění si kulturního a přírodního bohatství země. [10]

Přínosy cestovního ruchu (obecně)

- **ekonomický**¹ ;
- **sociální** – umožňuje zvýšit kvalitu života a životní úroveň v místě;
- **environmentální** – zabezpečuje stabilitu životního prostředí. [2]

2.1.1. Ekonomický význam cestovního ruchu

Ve světě je považován cestovní ruch za odvětví, které přináší významné multiplikační efekty. Ovlivňuje zejména následující oblasti:

- zaměstnanost;
- podíl na tvorbě hrubého domácího produktu;
- pozitivní vliv na platební bilanci státu;
- tvorba příjmů státního rozpočtu;
- vliv na příjmy místních rozpočtů;
- podpora investičních aktivit.

Cestovní ruch tak představuje významné národohospodářské odvětví, které má průřezový charakter a na jehož realizaci se podílí celá řada dalších odvětví – doprava, stavebnictví, kultura apod. Je to odvětví sektoru služeb, které v ekonomikách vyspělých států představuje nadpoloviční až dvoutřetinový podíl. [22]

2.2. Venkovská turistika v České republice

Venkovská turistika představuje jednu z forem cestovního ruchu. A jak prokazují i zahraniční zkušenosti, má své zázemí na vesnici mimo velká turistická centra. [16]

Rozvoj venkovské turistiky a jejího specifického produktu – agroturistiky patří mezi důležité nástroje ekonomického oživení regionů České republiky, které byly postiženy restrukturalizací zemědělské prvovýroby a transformačními a restitučními majetkovými procesy. [30]

Venkovská turistika se v Česku začala vyvíjet po roce 1989, kdy docházelo mj. také

¹ Více viz kapitola 2.1.1.

k omezování zemědělské prvovýroby a snižováním počtu pracovníků v ní (likvidace přezaměstnanosti v odvětví zemědělství – pokles z 11% na dnešních cca 3,5 %). Útlumové programy v některých částech zemědělské výroby zároveň znamenaly nutnost hledat alternativní řešení především v mimoprodukčních formách zemědělství tak, aby byla zachována prosperita zemědělství, udrženo vesnické osídlení a vytvořeny dodatečné pracovní příležitosti. Jednou z možných cest se stal perspektivní rozvoj agroturistiky a ostatních forem venkovského cestovního ruchu, jež mohou alespoň částečně přispět k řešení problémů současného i budoucího zemědělství.

Druhou hlavní příčinou rozvoje venkovského cestovního ruchu je celosvětový trend návratu k přírodě a bezprostřednímu harmonickému soužití s ní. Tento trend je zároveň v souladu s myšlenkou trvale udržitelného rozvoje založeného na integraci a rovnováze cílů ekonomických, sociálních a ekologických. [28] Trvalá udržitelnost znamená uspokojování potřeb současné generace bez ničení zdrojů, které umožní budoucím generacím, aby uspokojovaly své potřeby. V souvislosti s tím mluvíme o trvale **udržitelném cestovním ruchu**, který je životaschopný, ale minimalizuje své dopady na životní prostředí a je přínosem jak pro hostitelskou komunitu, tak pro turisty. [3]

Venkovská turistika má mnoho podob. Nejčastějšími podobami venkovského cestovního ruchu jsou: vesnická turistika, agroturistika, ekoagroturistika, chataření a chalupaření, hipoturistika a pěší turistika [14],[15]. Zahrnuje také sportovní a zdravotní turistiku, myslivost, rybaření, cesty za poznáním, turistiku za uměním a dědictvím minulosti a v některých oblastech i etnickou turistiku. [16]

I když je rozvoj venkovského turismu v České republice teprve v počátcích svého vývoje, dosavadní zkušenosti a zejména zkušenosti řady evropských států dokládají jeho značný význam, který je nutno spatřovat v několika rovinách: význam venkovského turismu pro podnikatelské subjekty venkovské turistiky, pro obce, regiony i stát. [19]

2.3. Agroturistika

Agroturistika je forma rurální (venkovské) turistiky. Je provozována podnikateli v zemědělské výrobě a slouží jim jako dodatečný nebo další finanční zdroj k udržení nebo rozšíření hlavního podnikatelského programu, tj. výroby zemědělských produktů

(rostlinných nebo živočišných). [10]

Jedná se o specifickou formu cestovního ruchu, jež je charakteristická přímým vztahem k zemědělským pracím nebo usedlostem se zemědělskou funkcí. Je provozována podnikateli v zemědělské prvovýrobě jako vedlejší, doplňková činnost určená k získání dodatečných peněžních prostředků s tím, že zemědělská výroba by měla být činností hlavní. Je představována souhrnem služeb (ubytovacích, stravovacích a ostatních), činnostmi na farmě i v okolí. [20]

Z hlediska nabídky aktivit pro volný čas výjimečnost agroturistiky spočívá v přímém spojení turistů a návštěvníků se zemědělským prostředím (pole, louky, lesy, rybníky v majetku zemědělského podnikatele). Je zde možnost poskytování služeb, které mají přirozené zázemí v zemědělském hospodářství nebo na ně organicky navazují. [16]

Speciálním druhem agroturistiky je pak **ekoagroturistika**, která je provozována na certifikované **ekologické farmě**. Ekologická farma nepoužívá při výrobě rostlin a chovu zvířat žádné syntetické chemikálie, hnojiva, hormonální přípravky, umělá barviva či konzervační látky. Zvířata jsou chována přirozeným způsobem a krmena bez používání masokostních mouček apod. Produkty ekologického zemědělství podléhají přísné kontrole a splňují mezinárodní standardy. Smějí používat ochrannou známku BIO. [10] Podstatným znakem této formy agroturistiky je nejen sepětí s farmářskou rodinou, ale i účast na zemědělských pracích a konzumace produktů jejich ekologického zemědělství. [20]

2.3.1. Biopotraviny a ekologické zemědělství

Zájem o biopotraviny rok od roku stoupá nejen v zahraničí, ale také v České republice. Vzrůstá rovněž počet spotřebitelů, kteří mají zájem o produkty od konkrétního farmáře, o pestřejší i čerstvější sortiment. Souběžně s tím je možné vybírat ze stále širší nabídky ekologicky hospodařících zemědělců. [25] V souvislosti s tím vznikl i PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců, který je celostátním sdružením ekozemědělců, zpracovatelů a prodejců biopotravin. A sdružuje také poradce, školy, spotřebitele a přátele ekologického zemědělství. Svaz prosazuje ekologické zemědělství a propagaci biopotravin. [27]

V souvislosti s ekologickým zemědělstvím se pořádají také různé akce – např. v listopadu 2011 proběhla mezinárodní vědecká konference ekologického zemědělství, která byla zaměřena na prezentaci poznatků vědy a výzkumu tohoto oboru, určených pro využití v regionu střední a východní Evropy. Na konferenci navazoval Biosummit 2011, který představoval výměnu zkušeností a názorů mezi klíčovými osobnostmi z řad politiků, obchodníků, zemědělských a zájmových organizací, jejíž hlavním cílem bylo určit pozici, kterou by oblast ekologického zemědělství a produkce biopotravin měla zaujmout v nové Společné zemědělské politice EU. [26]

V souvislosti s ekologickým zemědělstvím je nezbytné definovat následující pojmy:

Bioprodukty – jsou přímé zemědělské výrobky ze systému hospodaření, které na rozdíl od konvenčních produktů, byly vyrobeny bez chemických postřiků a můžeme u nich přesně zjistit, odkud (konkrétní výrobce, pozemek) produkt pochází a za jakých (přísným směrníci odpovídajících) podmínek byl vyroben. Splňuje základní normy kvality, navíc je vyroben za podmínek šetřící životní prostředí.

Biopotraviny – jsou přímé potravinářské výrobky, získané z bioproduktů a omezeného množství přidaných přísad a při uvádění na trh musí být kromě názvu s předponou bio- nebo označením původu z bioproduktů nebo z ekologické produkce opatřeny chráněnou značkou a názvem, eventuálně ochrannou známkou producentského svazu a firemním názvem výrobce. [21]

2.3.2. Trendy cestovního ruchu využitelné pro agroturistiku

Mezi trendy v agroturistice patří zejména:

- Měkký (soft) cestovní ruch;
- Zájmový cestovní ruch;
- Vyšší kvalita služeb;
- Rozdělení dovolené;
- Odpovědnost za zdraví;
- Turistika seniorů;
- Rodinná turistika;
- Zájem o koně a jezdeckví;
- Zájem zahraničních turistů. [20]

2.3.3. Složení produktu agroturistiky

Produkt, poskytovaný zemědělskými podnikateli, se skládá z následujících částí:

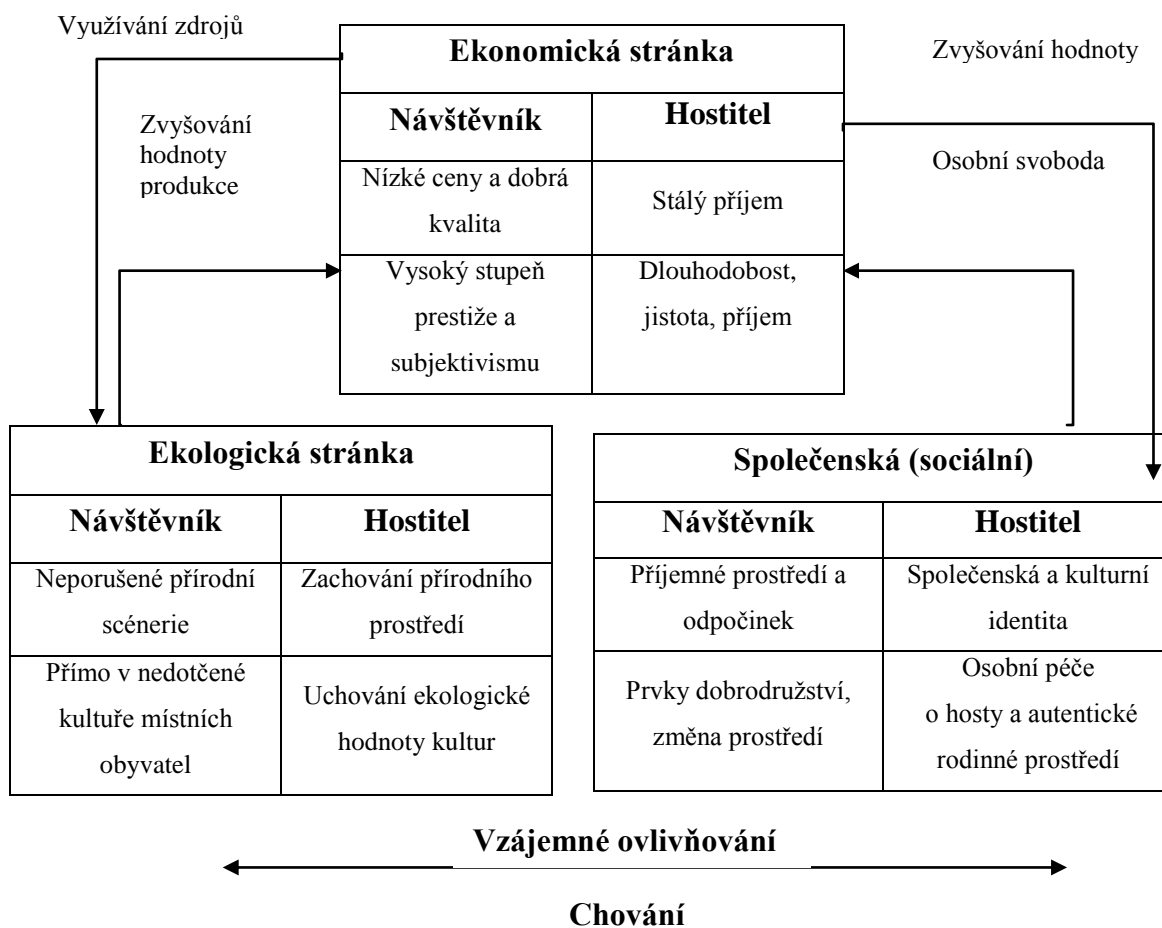
- a) **Ubytování**
- b) **Stravování** (soustředění se na stravu a obyčeje spjaté s vesnicí a zemědělstvím. Např. biopotraviny ve vazbě na organické zemědělství, nebo typickou venkovskou stravu – mléko, brambory, kulajda, kyselo. Nebo posvícenecké slavnosti či zabijačkové hody. Krajově pak na místní zvláštnosti a tradice – vinařské oblasti se svými produkty.
- c) **Zázemí farmy** (usedlosti), tj. provozní prostředí podnikatele, ve kterém se turista volně pohybuje
- d) **Účast turistů na zemědělských pracích v rámci rekondičních programů**
- e) **Projížďky na koních** (důležitá atraktivita. Lze doplnit i projížďkami bryčkou nebo kočárem).
- f) **Lov zvěře a rybaření**
- g) **Letní a zimní sporty**
- h) **Ostatní doprovodné programy ve vazbě na okolní krajinu, místní pamětihodnosti apod.** [10], [16]

2.3.4. Význam jednotlivých stránek agroturistiky

Ze širšího úhlu pohledu spočívá hlavní význam agroturistiky v tom, že podporuje udržitelný rozvoj, jehož hlavní náplní je vyhovět požadavkům současné populace, aniž by bylo ohroženo uspokojení potřeb příštích generací. Snaží se o zachování kulturních hodnot, památek a tradic, přispívá k ochraně životního prostředí a ke krajinotvorbě. [13] Trvale udržitelný rozvoj je založen integraci a rovnováze cílů ekonomických, sociálních a ekologických. [28]

Schéma vyjadřuje vztah jednotlivých stránek agroturistiky.

Obrázek č.1 Vztahy jednotlivých stránek agroturistiky z pohledu návštěvníka i hostitele



Zdroj: Lenka Lízalová „Agroturistika jako příležitost k oživení zemědělského chování na Jihlavsku“

2.4. Organizace související s agroturistikou

2.4.1. Svaz venkovské turistiky

Svaz venkovské turistiky je dobrovolné, nepolitické profesní sdružení podnikatelů ve venkovském cestovním ruchu a dalších příznivců. Svaz byl založen v roce 1997 a je součástí (složkou) Hospodářské komory České republiky a členem mezinárodní organizace svazů venkovské turistiky Eurogites². Svou činností chce přispět k ekonomickému, kulturnímu a společenskému oživení venkova, obnově jeho tradic, údržbě krajiny i ke stabilizaci jeho osídlení.

Svaz:

- prosazuje a hájí zájmy svých členů, venkovských podnikatelů, zajišťuje zavádění do praxe a kontrolu kvalitativních standardů ubytovacích kapacit na venkově;
- pomáhá při rozvoji odborných schopností poskytovatelů služeb ve venkovském cestovním ruchu;
- ve spolupráci s partnery, zejména krajskými úřady, agenturou CzechTourism a ECEAT CZ pomáhá při propagaci ubytovacích zařízení svých členů. [35]

2.4.2. European Centre for Ecology and Tourism

European Centre for Ecology and Tourism (dále jen ECEAT) je organizací, jejíž hlavním oborem je udržitelný cestovní ruch.

Počátky ECEAT sahají do roku 1993, kdy byla organizace stejného jména založena v Nizozemí jako nástroj pro realizaci rozvojového projektu financovaného nizozemskou vládou v České republice, Maďarsku a Polsku.

²Eurogites je Evropský svaz venkovské turistiky. V současnosti je jeho členy 28 států v Evropě (patří mezi ně např. Česká republika, Slovensko, Slovinsko, Norsko, atd.) [24]

Od počátku 90. let byl ECEAT jedinou organizací v ČR, jež se zabývala mj. rozvojem agroturistiky či ekoagroturistiky. ECEAT má na rozvoji těchto oborů v České republice zcela zásadní podíl. [36]

2.4.3. Projekt Prázdniny na venkově

Projekt prostřednictvím svého informačního webu slouží poskytovatelům služeb ve venkovské turistice. V rámci projektu jsou poskytovatelé služeb zváni na promoakce nebo se mohou stát součástí festivalu (podzimní³ či jarní festival projektu).

Dále projekt nabízí v roce 2012 celkem 15 dvoudenních workshopů, kde seznámí účastníky s marketingovou strategií Prázdnin na venkově a motivuje k přípravě co nejzajímavější, nejpestřejší a nejkvalitnější nabídky služeb. [39]

2.4.4. Státní zemědělský intervenční fond

SZIF vyplácí finanční podpory z Evropské unie a národních zdrojů. Dotace z EU je možné získávat z Evropského zemědělského záručního fondu (EAGF), z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EAFRD) a z Evropského rybářského fondu (EFF) [23]

2.4.5. Další organizace

Dále s agroturistikou souvisí činnost následujících organizací: Czech Tourism, Asociace soukromého zemědělství, místní akční skupiny, profesní sdružení a organizace na úrovni krajů. Nezbytné je také zmínit činnost ministerstev – a to ministerstvo zemědělství, ministerstvo pro místní rozvoj a také ministerstvo životního prostředí.

V souvislosti se stále oblíbenější hipoturistikou je třeba zmínit činnost Klubu českých turistů (dále jen KČT) související s koňskými stanicemi a tvorbou koňských stezek, zejména tedy Turistika na koni, odbor při KČT. [38]

V souvislosti s ekoturistikou je důležité zmínit Greenways (=zelené stezky), což jsou trasy, komunikace nebo přírodní koridory využívané v souladu s jejich ekologickou funkcí a potenciálem pro sport, turistiku a rekreaci. [59]

³ Podzimní festival projektu Prázdniny na venkově se konal koncem října 2011 v několika krajích České republiky. V rámci festivalu mohli návštěvníci poznat Půdu plnou pohádek, zapojit se do pečení chleba, zúčastnit se pohádkového posvícení nebo slovácké zabijačky a koštu pálenek atd.

2.5. Statistická šetření zaměřená na agroturistiku

ČSÚ sleduje v rámci zemědělské statistiky některé údaje týkající se agroturistiky. Celoplošná šetření v zemědělských podnicích jsou pořádána už od roku 1930. Tato šetření byla organizována nejprve Mezinárodním institutem pro zemědělství (IIA) a poté od roku 1950 organizací OSN pro výživu a zemědělství (FAO). Evropský statistický úřad zajišťuje šetření podle metodiky FAO od roku 1970 s tím, že navíc pořádá mezilehlá šetření ve 2 až 3letých intervalech.

V České republice se první plošné šetření tohoto typu konalo mimořádně v roce 1995, tedy v době rozsáhlých změn ve struktuře zemědělství daných privatizací a transformací zemědělských podniků. Následující Agrocenzus 2000 probíhal podle pravidel platných pro Evropskou Unii.

Cílem šetření je zjistit údaje o skutečném rozsahu českého zemědělství. Šetření je podkladem pro aktualizaci registru farem, který slouží jako základna pro každoroční zjišťování v zemědělství. Z výsledků šetření ČSÚ zpracovává tištěné i elektronické publikace, které jsou k dispozici odborné i laické veřejnosti na internetových stránkách. Anonymizované údaje se předávají statistickému úřadu EU – EUROSTATu, který shromažďuje výsledky a za jednotlivé členské státy zpracovává publikace, např. Statistics in focus – Farm Structure Survey 2007. [37]

Obecné informace o šetření Agrocenzus

Agrocenzus: celoplošné šetření v zemědělských subjektech

- Pořádáno v desetiletých intervalech od roku 1930
- **Eurostat** – podle metodiky FAO od roku 1970
- v ČR mimořádně v r. 1995 a pak v r. 2000
- mezilehlá výběrová šetření – v letech 2003, 2005, 2007; dále 2013 a 2016

Legislativní rámec šetření:

- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1166/2008
- Nařízení Komise (ES) č. 1200/2009

- Zákon č. 89/1995 Sb., o státní statistické službě
- Program statistických zjišťování na rok 2010

Tabulka č.1 Vývoj agroturistiky v České republice v letech 1995 - 2010

Rok	Počet zemědělských subjektů poskytujících agroturistiku (cestovní ruch)
1995	142
2000	413
2003	145
2005	363
2007	684
2010	610

Zdroj: Český statistický úřad – výběr z dat šetření Agrocensus v průběhu let 1995 – 2010

Z tabulky je patrné, že počet zemědělských subjektů, které se věnují cestovnímu ruchu, graduje.

Ve statistických šetřeních je možné sledovat nový trend – a to vývoj ekologického zemědělství, který je statisticky zaznamenáván od roku 2003. Počet ekofarem významně stoupá. (Statistické údaje však nerozdělují ekofarmy na ty, které se věnují výhradně zemědělské činnosti a na ty, které poskytují agroturistiku.)

Tabulka č. 2 Vývoj ekologického zemědělství v letech 2003 - 2010

Rok	Počet ekofarem
2003	485
2005	763
2007	1 081
2010	2 357

Zdroj: Český statistický úřad - výběr z dat šetření Agrocensus v průběhu let 2003 – 2010

Tabulka č. 3 Poskytované služby v zemědělství v roce 2010

		<i>FO celkem</i>	<i>Zem. podni katel (FO)</i>	<i>PO</i>	<i>Obch. spol.</i>	<i>s.r.o.</i>	<i>a.s.</i>	<i>Družstvo</i>
<i>Poskytované služby</i>	<i>S vlastním UCE</i>	48	42	35	33	23	10	2
	<i>Bez oddělené ho UCE</i>	89	71	28	22	17	3	3
<i>Hodnota poskyt. služeb (v tis.Kč)</i>	<i>S vlastním UCE</i>	21 255	10 687	235 071	230 715	229 431	1 284	4 356
	<i>Bez oddělené ho UCE</i>	34 534	31 515	19 835	17 898	15 272	226	837
<i>Zemědělské subjekty celkem</i>		19 787	15 329	3 083	2 432	1 751	649	527
<i>S nezemědělskou činností</i>		2 216	1 937	1 226	920	603	307	259
<i>Vybraná nezemědělská činnost – Cestovní ruch</i>		402	323	208	166	124	40	22

Zdroj: Český statistický úřad – Agrocensus 2010

Následující tabulka zobrazuje aktuální údaje šetření Agrocensus 2010. Z tabulky lze vyčíst podíl cestovního ruchu na celkovém počtu nezemědělských činností. Z fyzických osob převládají zemědělstí podnikatelé, z právnických osob společnost s ručením omezeným.

2.6. Podpora a dotace pro agroturistiku

Následující kapitola se věnuje předchozím⁴ a zejména současným programům podpory agroturistiky.

2.6.1. Předchozí programy a jejich opatření

SAPARD

V rámci alokace finančních prostředků na program SAPARD ve výši 3 900 mil. Kč (122,5 mil. EUR) bylo k 30. 11. 2005 proplaceno celkem 1 495 projektů v částce 3 895 mil. Kč, z toho podíl EU představuje 2 948 mil. Kč, 810,8 mil. Kč bylo proplaceno z národních zdrojů a 136 mil. Kč z regionálních zdrojů. Program měl pozitivní dopad na životní prostředí a zlepšení podmínek chovu zvířat, větší různorodost, trvalou udržitelnost a přitažlivost hospodářských činností na venkově, vyšší konkurenceschopnost díky vyšší produktivitě a zlepšené kvalitě, zlepšení pracovních a hygienických podmínek provozů a nová pracovní místa, což bylo významné hlavně v regionech s vysokou nezaměstnaností. [33]

Operační program Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství

OP byl základním programovým dokumentem, který umožňoval čerpání prostředků z fondů EU. Celková částka vyplácená českých zemědělcům, vlastníkům či nájemcům lesů a rybářům byla přibližně 250 mil. EUR. Zejména se soustřeďoval na snižování a odstraňování negativních vlivů zemědělské produkce na životní prostředí, dále ochranu vod a půdy předznečištěním ze zemědělských zdrojů. OP byl přípravou na metodu Leader [40] a byl spolufinancován z EAGGF⁵ (Evropského orientačního a záručního fondu) – orientační sekce. [56]

⁴ Bližší informace o předchozích programech k nahlédnutí v přílohách

⁵

Zkratka EAGGF pochází z anglického European Agricultural Guidance and Guarantee Fund. EAGGF funguje od roku 1962. [63] Je rozdělen do dvou sekcí. Součástí systému strukturálních fondů je pouze **orientační sekce**, jež podporuje rozvoj venkova (v oblasti modernizace a racionalizace zemědělské výroby). Záruční sekce do strukturálních fondů spadala pouze do roku 2006, v současné době působí v oblastech vývozních kompenzací, stabilizace cen atp. A spravuje zhruba 95% finančních prostředků fondu. [86]

Horizontální plán rozvoje venkova (HRDP)

Plán byl schválený Evropskou komisí pro poskytování podpory českému zemědělství a venkovskému prostoru z prostředků EU (ze záruční sekce EZOZF) [87]. Celková finanční alokace přidělená na program HRDP činila 678,5 mil. EUR, z toho 542,8 mil. EUR z EU. [40]

2.6.2. Současné programy podpory

Podpora agroturistiky vychází z Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013.

Základními programovými dokumenty jsou Národní strategický plán a Program rozvoje venkova ČR na období 2007 – 2013.

Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013

Koncepce představuje obecný rámec, ve kterém jsou stanoveny základní rozvojové směry, které by měly být v období do roku 2013 podpořeny.

Na realizaci jednotlivých aktivit Koncepce se využívají finanční prostředky MMR, dalších resortů, ČSÚ, krajů, měst a obcí a soukromé zdroje.

Realizace aktivit vyžaduje úzkou spolupráci s celou řadou subjektů působících v oblasti cestovního ruchu, zahrnující zástupce veřejné správy, profesních sdružení, nestátních neziskových organizací, akademické obce a podnikatelů.

Priority a opatření Koncepce

Priorita 1: Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu

- Opatření 1: Tvorba nosných národních a nadnárodních produktů cestovního ruchu
- Opatření 2: Tvorba specifických regionálních produktů cestovního ruchu

Priorita 2: Rozšiřování a zkvalitňování infrastruktury a služeb cestovního ruchu

- S agroturistikou souvisí zejména opatření č. 4: Vytváření podmínek pro realizaci šetrných forem cestovního ruchu

Priorita 3: Marketing cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů

Priorita 4: Vytváření organizační struktury cestovního ruchu

V případě agroturistiky je třeba zohlednit zejména Prioritu 1 - **Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu** a to konkrétně opatření 2, které se orientuje na tvorbu specifických regionálních produktů cestovního ruchu.

V rámci tohoto opatření dochází ke tvorbě produktů šetrných forem cestovního ruchu.

Opatření 1.2 - Tvorba specifických regionálních produktů cestovního ruchu (venkovský cestovní ruch a agroturistika) a tedy aktivní zapojení se do ochrany přírody

Garanti: Kraje a MMR ve spolupráci s MZe, MD, MŽP, MK a MZd

Nástroje pro podporu:

- Programy rozvoje CR krajů;
- Rozpočty krajů (grantové programy a dotace);
- Rozpočty organizací cestovního ruchu (OCR);
- Rozpočty profesních sdružení;
- Rozpočty organizací ochrany krajiny;
- Komplementárně rozpočet MŽP;
- Komplementárně rozpočet MZe;
- Regionální operační programy;
- Program rozvoje venkova 2007 - 2013, Opatření III 1.3 Podpora cestovního ruchu;
- Komplementárně OP přeshraniční spolupráce

Způsob realizace

Realizace konkrétních projektů zaměřených na vytváření tematických produktů (venkovský CR, agroturistika, podpora vzniku geoparků, produkty zaměřené na ekologii a environmentální osvětu) a jejich efektivní následná propagace na domácím i zahraničním trhu.

Termín realizace: průběžně

Realizátor: Kraje, organizace cestovního ruchu ve spolupráci s MŽP, MZe, MMR, profesními sdruženími, organizacemi ochrany krajiny a s konkrétními realizátory projektů. [88]

Národní strategický plán rozvoje venkova ČR

NSPRV vychází z hlavních strategických priorit EU pro období 2007 – 2013 a klade důraz na zvyšování ekonomického růstu, vytváření nových pracovních příležitostí a udržitelný ekonomický rozvoj. Dále zajišťuje vazby mezi obecními cíli rozvoje evropského venkova a cíli rozvoje venkova ČR, odpovídající „evropským strategickým směrům“, třem strategickým rozvojovým osám (ochrana životního prostředí a krajiny, diverzifikace venkovského života a konkurenceschopnost). [89]

Program rozvoje venkova České republiky na období 2007 - 2013

Evropská Unie a venkov

Venkovské oblasti představují 91 % území 27 členských států Evropské unie a jsou domovem více než 56 % jejich obyvatel, což z rozvoje venkova činí politiku prvořadého významu. Zemědělství a lesnictví mají stále zásadní význam pro využívání půdy a správu přírodních zdrojů ve venkovských oblastech EU a jako platforma pro ekonomickou diverzifikaci venkova. Posílení evropské politiky rozvoje venkova je proto jednou z hlavních priorit EU.

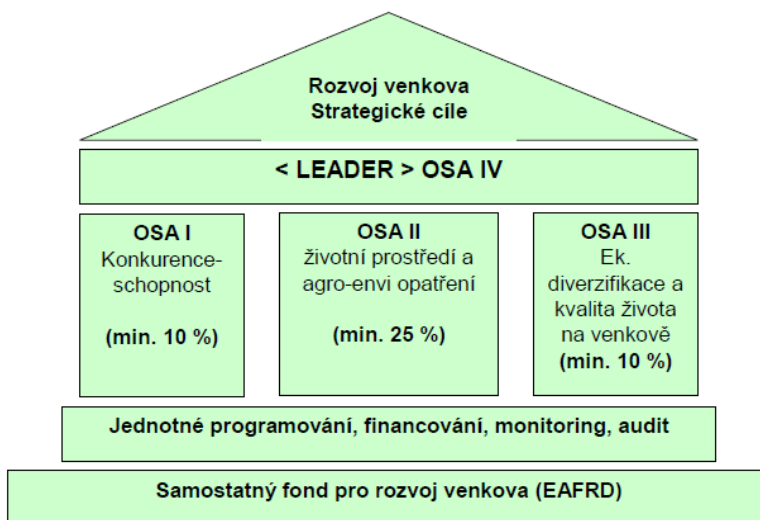
Jednotlivé členské státy EU by teoreticky mohly utvářet a uskutečňovat vlastní, zcela nezávislé politiky rozvoje venkova. Tento přístup by však nebyl efektivní. Ne všechny země EU by si mohly dovolit politiku, kterou potřebují. Kromě toho se mnoho otázek, které řeší politika rozvoje venkova, neomezují na oblasti vymezené státními či regionálními hranicemi, nýbrž mají dopad i na obyvatele vzdálenějších oblastí (například znečištění překračuje hranice příliš snadno a v obecnější rovině vidíme, jak se udržitelnost životního prostředí stává evropským a mezinárodním problémem). Politika rozvoje venkova také souvisí s řadou dalších politik utvářených na úrovni EU. Proto má EU společnou politiku rozvoje venkova, kterou však do značné míry řídí jednotlivé členské státy a regiony. Politika je částečně financována z centrálního

rozpočtu EU a částečně ze státních a regionálních rozpočtů jednotlivých členských států. [34]

Informace k programu

Tento program vychází z Národního strategického plánu rozvoje venkova (dále jen NSPRV). Byl zpracován v souladu s nařízením Rady (ES) č. 1698/2005 a prováděcími pravidly uvedené normy a úspěšně navazuje na předcházející programové dokumenty. [89] Strategie ČR pro rozvoj venkova vytváří spojení mezi hlavními prioritami EU ohledně pracovních míst, růstu a udržitelného vývoje a převádí je do zásad rozvoje venkova. Všechny **tři klíčové cíle** – konkurenceschopnost, péče o životní prostředí a krajinu a diverzifikace vázaná na kvalitu života – mohou přispět k realizaci Lisabonské strategie udržitelného růstu a zaměstnanosti. Strategie ČR pro rozvoj venkova zajišťuje vzájemnou spolupráci a doplnění působení s jinými nástroji politiky ČR a EU. [5]

Obrázek č.2 Deklarovaná rovnovážná architektura politiky rozvoje venkova v rámci EAFRD (2007 – 2013)



Zdroj: převzato z podkladu HOFFMAN-Loriz Josefina (2007), DG-Agri

Program se dělí na 4 prioritní osy, které konkrétně vymezují opatření pro alokaci finančních prostředků z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EAFRD).

Nejvyšší podíl alokace finančních prostředků má OSA I (22,39%) a OSA II (55,50%). Venkovské turistice a agroturistice se věnují zejména OSA III(16,93%) a OSA IV (5%).

OSA III. Kvalita života ve venkovských oblastech a diverzifikace hospodářství venkova

Tato OSA podporuje cíle vycházející z analýz problémů venkova a jeho potřeb v oblasti vzniku nových pracovních příležitostí, dostupnosti místních služeb a úrovně kvality života. OSA se specializuje na rozvoj životních podmínek na venkově a diverzifikaci ekonomických aktivit. Řeší dlouhodobé negativní trendy snižování populace ve venkovských obcích, které jsou částečně spojeny s obecnými demografickými trendy vývoje a částečně se ztrátou pracovních příležitostí v zemědělství, která je důsledkem zvyšování efektivnosti a celkové konkurenceschopnosti.

Osa zahrnuje 3 opatření:

- **Opatření k diverzifikaci hospodářství venkova**
 - Cíl: vytvořit pracovní místa a zajistit vyšší příjmovou úroveň obyvatel venkova rozvojem a diverzifikací aktivit na venkově a podporou venkovské turistiky, zajistit naplnění závazků ČR v oblasti využití OZE.
- **Opatření ke zlepšení kvality života ve venkovských oblastech**
 - Cíl: vytvořit podmínky růstu ve venkovských oblastech. Zlepšit vybavení a vzhled vesnic a veřejných prostranství a posílit sounáležitost obyvatel s místním prostředím a dědictvím venkova. Zabezpečit rozvoj venkovské infrastruktury s cílem rozvoje malého a středního podnikání a zlepšení životního prostředí venkovských sídel.
- **Opatření týkající se vzdělávání a informování hospodářských subjektů, působících v oblastech, na které se vztahuje OSA III.**
 - Cíl: posílit lidský potenciál jako základní podmínku pro místní ekonomiku a zajistit místní služby. Dále zlepšit kvalitu života ve venkovských oblastech a diverzifikace ekonomických aktivit. [23]

Následující tabulky jsou přehledem alokace finančních prostředků z OSY III.

Tabulka č.4 Program rozvoje venkova – OSA III.

Název programu	Podíl na alokaci programu/ osy v %	Zdroje v EUR				
		EU	Státní rozpočet	Celkem veřejné zdroje	Soukromé zdroje	Celkem
Osa III.	16,93	476 665 225	158 888 409	635 553 634	406 983 831	1 042 537 465
Opatření 1.3. Podpora cestovního ruchu	12,5	59 583 153	19 861 051	79 444 204	65 320 790	144 764 994

Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj

Tabulka č. 5 Rozdělení alokace veřejných zdrojů v opatření 1.3 v mil. EUR na jednotlivé roky

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Celkem
Podíl EU	8,39	8,31	8,21	8,48	8,61	8,73	8,85	59,58
Podíl ČR	2,80	2,77	2,74	2,83	2,87	2,91	2,95	19,86
Veřejné zdroje celkem	11,19	11,08	10,95	11,31	11,47	11,64	11,79	79,44

Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj

OSA IV - LEADER

Hlavním cílem Osy IV je realizace místní rozvojové strategie (tedy Strategický plán Leader) a spolupráci místních partnerství. Principy Leaderu jsou pro rozvoj venkovských oblastí zvláště vhodnou metodou, protože sloučením různých subjektů působících v rurálním prostoru tyto principy vedou k pozitivním efektům. Právě prostřednictvím místních akčních skupin (MAS) dostávají šanci zapojit se do problematiky jednotlivých oblastí široké vrstvy obyvatelstva, a to především formou převzetí rozhodovacích pravomocí týkajících se příslušných venkovských oblastí. Princip Leader neznamena antagonistickou podobu místních samospráv, je naopak jejich vhodným doplňkem v cílených aktivitách pro obnovu a rozvoj obcí a přispívá také k rozvoji zemědělského sektoru a péči o přírodu a krajinu.

Osa se dělí na 3 opatření:

- **Místní akční skupina**

- vybráno 112 MAS po splnění kritérií přijatelnosti na základě jimi zpracovaného Strategického plánu Leader (dále jen SPL). Vybrané MAS čerpají dotaci na svoji činnost související s realizací SPL.

- **Realizace místní rozvojové strategie**

- opatření se zaměřuje na podporu projektů, které jsou v souladu se schváleným SPL MAS a příslušnými podmínkami PRV. Projekty vybírá MAS prostřednictvím svojí výběrové komise na základě předem stanovených bodovacích kritérií.

- **Realizace projektů spolupráce**

- opatření především umožňuje zefektivňovat principy Leaderu orientací na využití přenosu znalostí, inovace a příkladů nejlepší praxe. Zahrnuje podporu spolupráce mezi územími

na národní úrovni nebo mezinárodní spolupráce s cílem povzbudit spolupráci mezi MAS v rámci členských států a na území třetích zemí. [23]

2.6.3. Současné čerpání programů podpory

Tato podkapitola je věnována stavu implementace jednotlivých programů.

Plnění Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR v období 2007 – 6/2011

Hlavním nástrojem realizace Koncepce je v období 2007 - 2013 především využívání evropských fondů. Nejen tato skutečnost vyústila v harmonizaci platnosti Koncepce s programovacím obdobím Evropské unie. Jedná se zejména o IOP, ROP, Programy přeshraniční spolupráce, Program rozvoje venkova a další operační programy. V období 2007 – 2013 je na podporu cestovního ruchu k dispozici cca 1,2 mld. Euro, tedy přibližně 30 mld. Kč v opatřeních přímo souvisejících s rozvojem cestovního ruchu. V období 2007 – 6/2011 již asi 1860 projektů s celkovou finanční dotací kolem 25,8 mld. Kč.

Koncepce státní politiky rozvoje cestovního ruchu **neobsahuje měřitelné indikátory**, které by umožnily porovnat úspěšnost plnění Koncepce s vývojem cestovního ruchu a zároveň dle vývoje cestovního ruchu určit správnost realizovaných aktivit, či potřebu aktualizace Koncepce. Měřitelné indikátory jsou součástí nástrojů implementace Koncepce, tedy operačních programů. Komplexní plnění indikátorů operačních programů bude možné získat až při vyhodnocení operačních programů (tedy po roce 2013).

Na účely rozvoje agroturistiky se soustředí zejména následující opatření:

Opatření 1.2: Tvorba specifických regionálních produktů cestovního ruchu.

Nástroje k plnění aktivity: Program rozvoje venkova (dále jen PRV) a Rozpočty krajů.

Způsob realizace: PRV se zaměřuje v této prioritě zejména na realizaci naučných a poznávacích stezek, balíčky zážitkové dovolené a produkty v podobě muzejních expozic a na to návazných příběhů a dalších atrakcí a služeb. Počet projektů v rámci této priority bylo ve sledovaném období 2007 – 6/2011 celkem 103 a výše finanční dotace projektů činila 120,25 mil. Kč.

U Rozpočtů krajů lze z výčtu služeb jmenovat tvorbu cykloturistických tras, grantové programy na budování naučných stezek a zejména grantové programy na podporu venkovského cestovního ruchu (produkty hipoturistiky, apod.) Počet produktů a finanční dotace na venkovskou turistiku nelze přesně specifikovat, koncepce uvádí částku, do které jsou zahrnuty i jiné aktivity, které s venkovskou turistikou nesouvisí ani okrajově.

Opatření 2.3: Zkvalitňování služeb cestovního ruchu

Nástroje k plnění priority: IOP

Způsob realizace: Národní systém kvality služeb cestovního ruchu je vytvářen prostřednictvím 3 projektů. Jeden z těchto projektů se zaměřuje na kvalitu služeb v segmentu venkovského cestovního ruchu. V tomto období nelze přesně specifikovat velikost dotací na tento jeden projekt, celková částka dotací na všechny tři projekty činila 141,78 mil. Kč

Opatření 2.4: Vytváření podmínek pro realizaci šetrných forem cestovního ruchu

Nástroje k plnění priority: Regionální operační program (ROP), Rozpočty krajů, MMR

Způsob realizace: ROP se zaměřuje mj. na rozvoj sítě hippostezeček, budování areálů venkovského cestovního ruchu a agroturistiky, na sprotovně-rekreační infrastrukturu a výstavbu a rekonstrukci ubytovacích zařízení ve venkovském prostoru. Celkem je v této prioritě vytvořeno 32 projektů a celková výše dotací činila 355,92 mil. Kč.

Rozpočty krajů byly soustředěny na koncepci rozvoje venkovské turistiky, podporu zavádění značení místních výrobků a místní produkce (regionální výrobky), měření zatížení turistických lokalit, tvorbu grantových programů na podporu rozvoje hipoturistiky, naučných stezek a podporu vzniku národních geoparků. Celková částka určená na realizaci není v koncepci vyčíslena.

MMR z rozpočtu realizovalo značení pěších turistických značených tras, cyklotras a naučných stezek. Dále se rozpočet zaměřil na realizaci projektů zaměřených na udržitelný cestovní ruch. Celková výše finančních prostředků dosáhla výše 51,62 mil. Kč.

Opatření 3.1: Marketing (propagace) cestovního ruchu na mezinárodní, národní a regionální úrovni

Nástroje k plnění priority: PRV

Způsob realizace: PRV byl zaměřen na marketing nevyužitých míst s potenciálem pro CR a na propagaci významných venkovských památek, tradic a akcí. Celkem bylo vytvořeno 5 projektů a finanční dotace činila 2,61 mil. Kč.

Opatření 3.3: Zkvalitňování vzdělávání a přípravy lidských zdrojů v cestovním ruchu, podpora výzkumu, vývoje a inovací v cestovním ruchu

Využití nástroje: OP Lidské zdroje a zaměstnanost, OP Vzdělání a konkurenceschopnost, PRV

Způsob realizace: OP Lidské zdroje a zaměstnanost se zaměřoval obecně na realizaci vzdělávacích programů pro zaměstnance, organizaci školicích programů. OP Vzdělání a konkurenceschopnost směřoval zejména podporu zkvalitnění výuky odborných předmětů v cestovním ruchu na SŠ a VŠ, dále se jedná o projekty na zvyšování kvalifikovanosti pedagogů a zaměření na inovaci studijních programů atd. Z realizace nelze přesně specifikovat kolik projektů bylo věnováno konkrétně na oblast venkovského cestovního ruchu.

Z Programu rozvoje venkova bylo podporováno především vzdělávání orientované na venkovský cestovní ruch a jeho specifika (podnikání v cestovním ruchu, agroturistika, hippoturistika, rozvoj cestovního ruchu na venkově a v regionu). Jedná se o 36 projektů v celkové výši 21,04 mil. Kč. [64],[65].

Implementace Programu rozvoje venkova

Následující tabulka je souhrnem základních informací o vyplácení finančních prostředků z celkového rozpočtu Programu rozvoje venkova na období 2007 - 2013. Jedná se o stav čerpání finančních prostředků k 31.8.2011.

Tabulka č.6 Aktuální stav implementace Programu rozvoje venkova

	Rozpočet PRV na 2007 - 2013	Proplaceno	
	mil. EUR	mil. EUR	%
Osa I	858	390	45
Osa II	1 946	1 055	54
Osa III	646	279	42
Osa IV	202	60	30
TP	18	4	22
CELKEM	3 670	1 787	49

Zdroj: EAGRI, Dotace. Dostupné z <<http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/program-rozvoje-venkova-na-obdobi-2007/zakladni-informace/stav-implementace/>>

3. Vlastní výzkum

Vlastní výzkum se skládá ze dvou částí:

- a) Získávání primárních dat dotazováním zákazníků agroturistických farem
- b) Získávání primárních dat dotazováním poskytovatelů služeb v oblasti agroturistiky⁶

3.1. Vlastní výzkum poptávky

Primární data byla získávána metodou dotazování s použitím dotazníků. Dotazníky mohli respondenti vyplnit v tištěné nebo elektronické podobě, část dotazníků byla vyplňována asistovaně s návštěvníky Farmářských slavností na Angus Farmě Rančice (35 správně vyplněných dotazníků).

Dotazník v elektronické podobě byl vytvořen pomocí aplikace spreadsheets.google.com a byl rozeslán prostřednictvím sociální sítí několika farem: Farma Bolka Polívky, Ranč Kostelany a Ranch U Potoka. Bylo osloveno 250 respondentů z databáze těchto farem. Návratnost byla 65 správně vyplněných dotazníků.

Hlavním cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, kteří lidé nejčastěji jezdí na agroturistické farmy a co je z nabídky farem nejvíce oslovuje.

Dílčí cíle: zjištění zájmu o bioprodukty, docházková vzdálenost zákazníků, délka pobytu (mezi respondenty patřili i návštěvníci jednodenních akcí konaných na farmách) a také informovanost o organizacích spjatých s agroturistikou.

Dotazníkové šetření proběhlo v měsících: září 2011 až únor 2012.

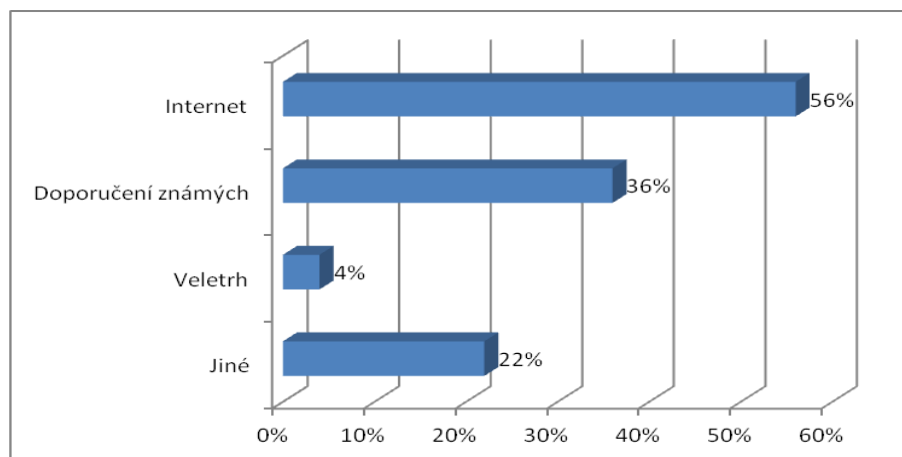
Vlastního výzkumu se zúčastnilo 100 respondentů z celé České republiky. Respondenti odpovídali na 15 otázek.

⁶ Tyto údaje jsou uvedeny v kapitole 4. Komparace vybraných krajů – Jihočeský a Jihomoravský

3.2. Grafické řešení dotazníkového šetření

1. Jak jste se o ubytovacím zařízení ve venkovském prostředí dozvěděli?

Graf č.1 Zdroj informování o farmě



Zdroj: vlastní

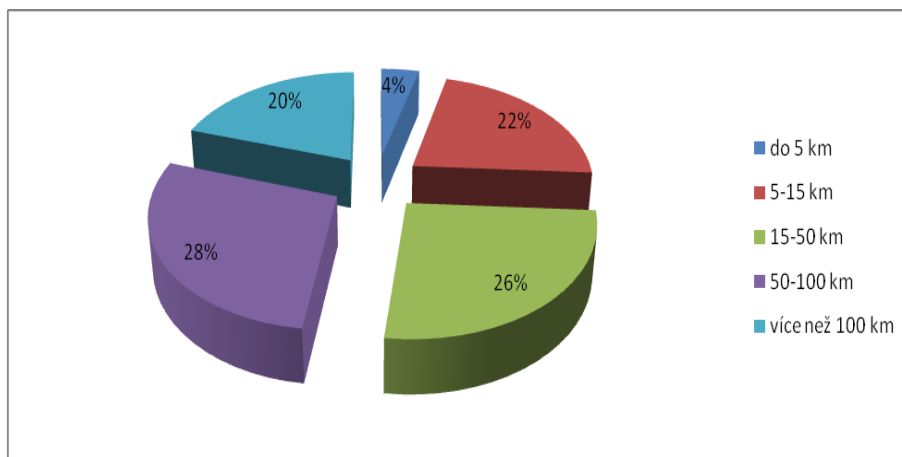
První otázka byla zaměřena na zdroj, díky kterému se respondenti o farmě dozvěděli. Zde bylo možno vybrat více odpovědí. Z výsledků je zřejmé, že nejpodstatnější v propagaci ubytovacího zařízení ve venkovském prostředí je jednoznačně internet (56%) a silnou složkou je dále také doporučení známých, které uvedlo 36% respondentů. Čím dál menší význam v posledních letech mají veletrhy, což se projevilo i ve výzkumu, tuto odpověď zvolili jen 4% respondentů. V případě označení možnosti „Jiné“ respondenti nejčastěji uváděli – leták na ulici a dále informace získané ve škole (školní exkurze).

2. Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy? Vepište prosím svůj názor.

Hlavní důvod návštěvy respondenti sami do dotazníku vepisovali. Někteří respondenti uváděli více důvodů. Mezi nejčastější odpovědi patří – klid a odpočinek (26%), pobyt kvůli dětem (20%), příroda, venkov, prostředí (16%), zvědavost, poznání (14%), návštěva v rámci akce pořádané na farmě (10%), dovolená (8%) a návštěva v rámci exkurze (6%).

3. Jaká je vzdálenost místa pobytu/návštěvy od Vašeho místa bydliště?

Graf č.2 Docházková vzdálenost

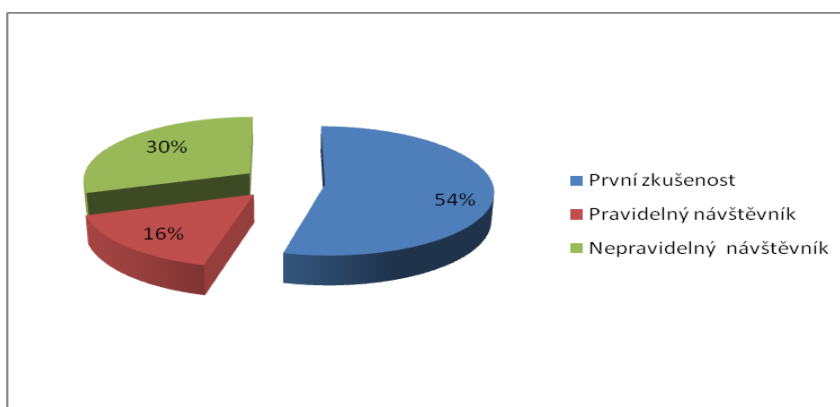


Zdroj: vlastní

Další otázka se týkala **docházkové vzdálenosti**. Zde jsou odpovědi celkem vyrovnané: 96% respondentů navštěvuje ubytovací zařízení ve větší vzdálenosti než 5 km, z toho 20% dotazovaných volí vzdálenost větší než 100 km.

4. Je pobyt/návštěva Vaší první zkušeností s agroturistikou?

Graf č.3 Zkušenosti s agroturistikou



Zdroj: vlastní

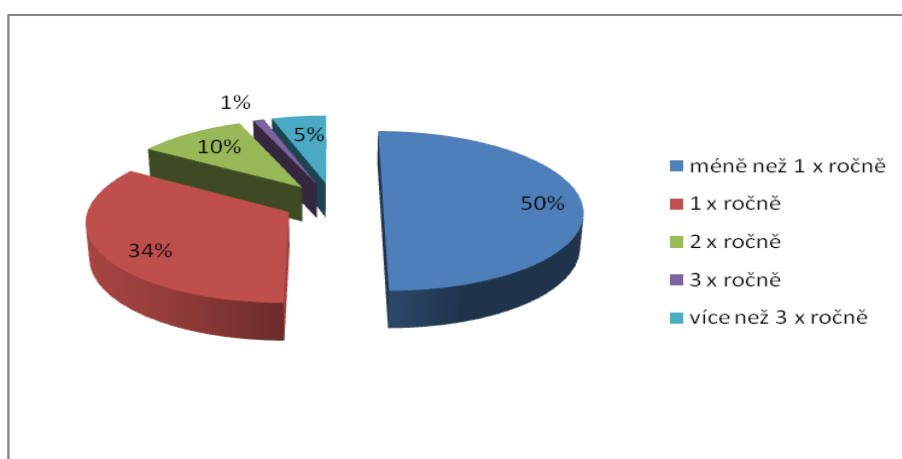
Z grafu vyplývá, že pro více jak polovinu respondentů (54%) byl pobyt/návštěva první zkušeností s agroturistikou. Pro podnikatele v této oblasti by tento faktor mohl být

výzvou zaujmout klienta do takové míry, aby se do venkovského prostředí vrátil. Pozitivním zjištěním je rozhodně 30% respondentů, kteří jezdí na dovolenou do venkovského prostředí pravidelně.

5. Jak často navštěvujete ubytovací zařízení ve venkovském prostředí?

Graf č.4 Periodicita návštěvnosti

n=100

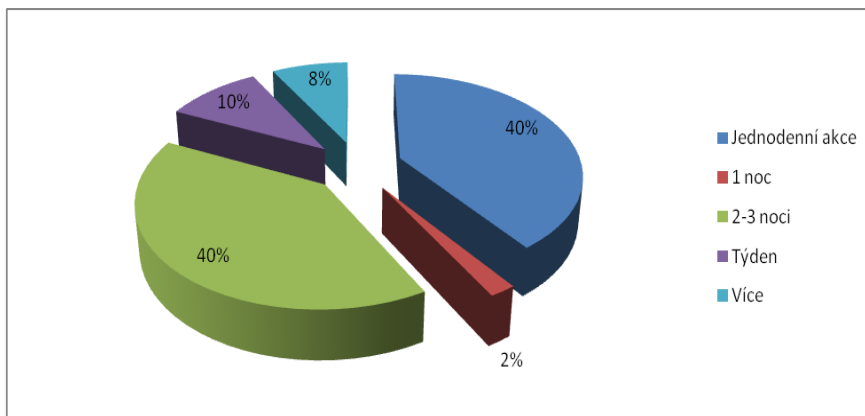


Zdroj: vlastní

V periodicitě návštěvnosti převažují respondenti, kteří navštěvují tato zařízení méně než 1 x ročně (50%). Na druhém místě je návštěvnost 1 x ročně (34%). Tato zjištění představují důležitý faktor pro podnikatele v oblasti agroturistiky a jsou důležitou motivací v neustálém zdokonalování služeb a propagace, aby v budoucnu přibývalo klientů, kteří navštěvují ubytovací zařízení ve venkovském prostoru pravidelněji.

6. Jak dlouhý byl Váš pobyt na farmě?

Graf č.5 Délka pobytu na farmě

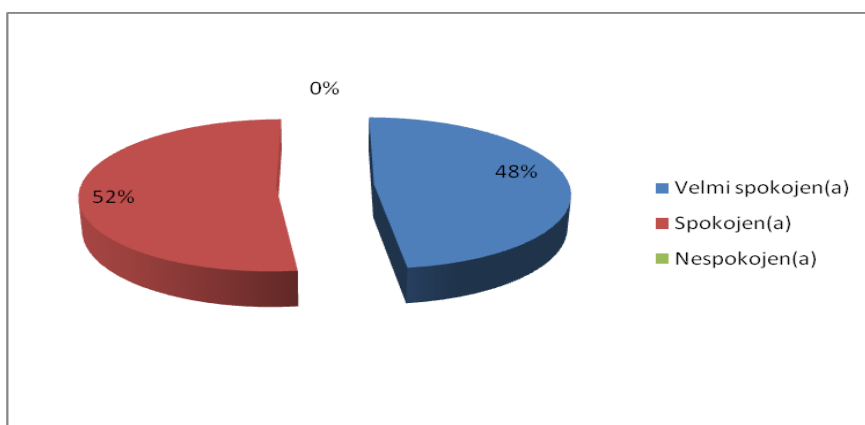


Zdroj: vlastní

V otázce **délky pobytu na farmě** mezi nejčastější odpovědi patří návštěvy v rámci jednodenní akce a pobyty s délkou 2-3 noci. Na druhém místě jsou pak týdenní pobyty. K dispozici byla také možnost „Jiné“, kterou využilo 8% dotazovaných. V tomto případě se objevovaly vždy odpovědi s délkou doby větší než týden: dva týdny, 10 dní, měsíc či kurz na 200 hodin.

7. Jak jste spokojeni s pobytem na farmě?

Graf č.6 Spokojenost s pobytem/návštěvou



Zdroj: vlastní

Všichni respondenti byli s pobytem spokojeni, 48% respondentů bylo dokonce velmi spokojeno. Nikdo z dotazovaných nezvolil odpověď „Nespokojen(a)“.

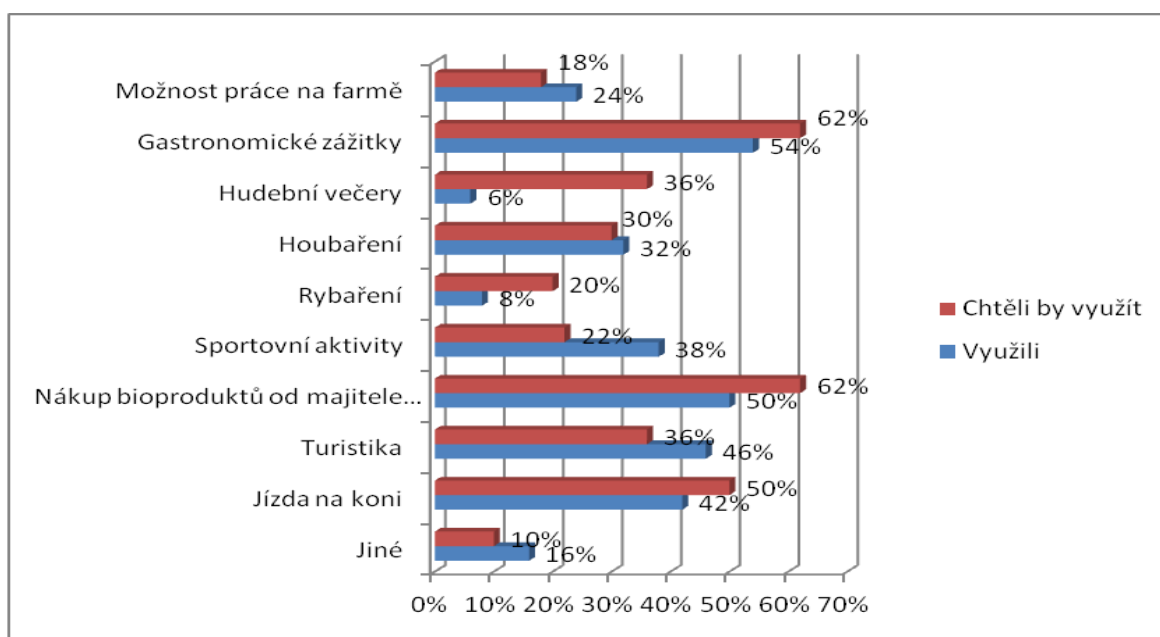
8. Které z následujících aktivit jste využili v průběhu pobytu na farmě?

9. Které z následujících aktivit Vás lákají a rádi byste je využili v průběhu pobytu na farmě?

V další části dotazníku autorka zkoumala zájem respondentů o aktivity, které využili při pobytu na farmě a také ty, které je lákají využít. Respondenti mohli vybrat více možností. Následující graf je komparací toho, co zákazníci využili a co je láká a chtěli by využít.

Graf č.7 Mapování zájmu o aktivity na farmě

n=100



Zdroj: vlastní

Z grafu je patrné, že **zákazníci mají velký zájem o aktivity na farmě**. Využívají zejména gastronomické zážitky (uvedlo 54% dotazovaných), nákup bioproduktů od majitele (50%), turistiku (46%), jízdu na koni (42%) a sportovní aktivity (38%).

Zajímavé informace sděluje odpověď na otázku, co by zákazníci chtěli využít. Zde

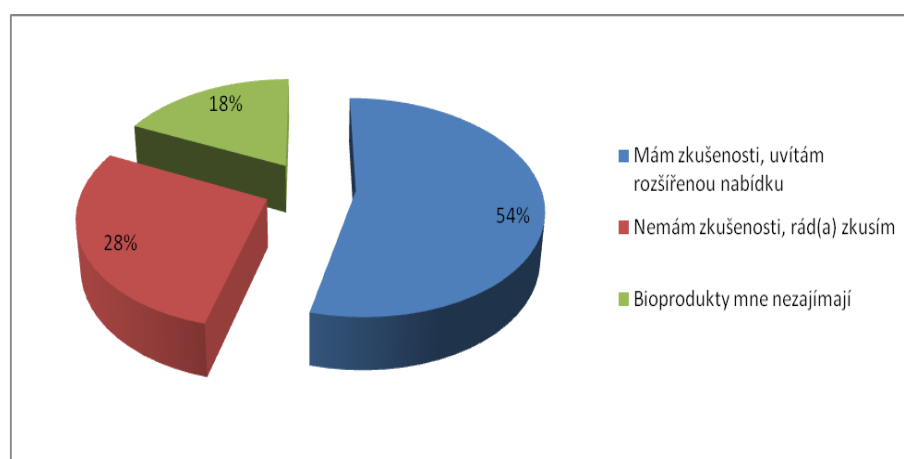
můžeme sledovat zvýšení zájmu o gastronomické zážitky (62%) a také nákup bioproduktů od majitele (62%). Velmi výrazně se zde projevuje růst zájmu o hudební večery. Ty využilo v průběhu pobytu 6%, ale zájem o ně má 36% dotazovaných. Dále lze pozorovat růst zájmu o rybaření, které využilo 8% zákazníků, ale rádo by jej využilo 20%. Zbylé odpovědi jsou skoro totožné nebo mají klesající tendenci.

V případě aktivit, které respondenti využili, vybralo 16% možnost „Jiné“. Uváděli např. prohlídka farmy a prostorů pro zvířata, prostor pro kurz, jízda na velbloudovi.

V případě aktivit, které by respondenti chtěli využít, vybralo 10% možnost „Jiné“. Mezi možnostmi byly uvedeny následující odpovědi: dojení krávy, meditace, relax, kurzy.

10. Zajímáte se o bioprodukty?

Graf č.8 Zájem o bioprodukty/biopotraviny



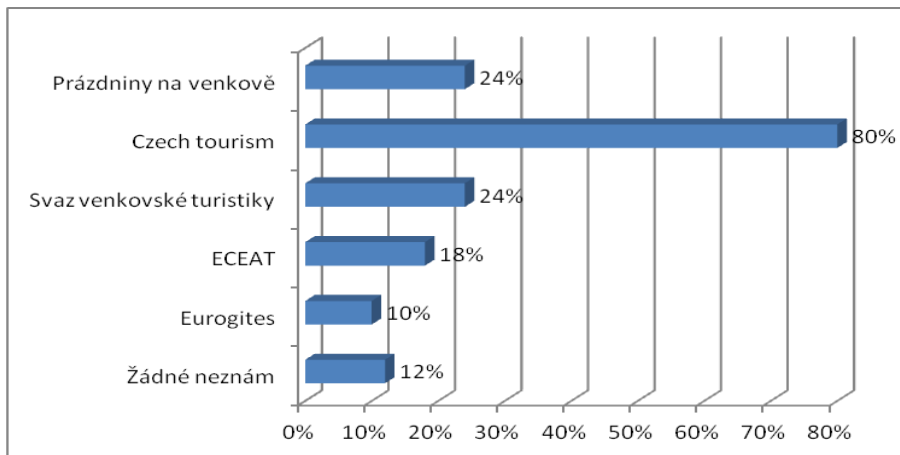
Zdroj: vlastní výzkum

V poslední době se v médiích hodně diskutuje o **bioproduktech/biopotravinách**⁷. Z vlastního výzkumu vyplynulo, že lidé o bioprodukty zájem mají. 54% dotazovaných má s bioprodukty již zkušenost a uvítá jejich rozšířenou nabídku, 28% dotazovaných nemá s bioprodukty zkušenost, ale rádi by zkusili. Pouze 18% nejeví o bioprodukty zájem.

⁷ Rozdíl mezi bioprodukty a biopotravinami vysvětlen v kapitole 2.3.1

11. Vyznačte prosím organizace, které jsou Vám povědomé

Graf č.9 Povědomí o organizacích



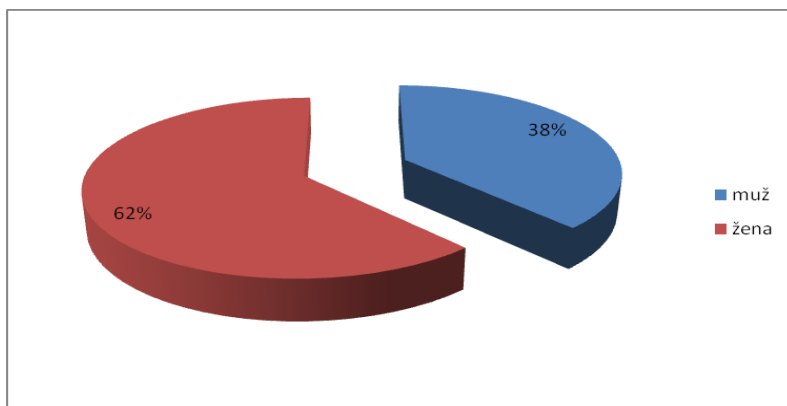
Zdroj: vlastní

Nedílnou součástí agroturistiky je také propagace a podpora od organizací souvisejících s venkovskou turistikou. Součástí dotazníkového šetření bylo také zjistit, jaké mají respondenti povědomí o těchto organizacích. Respondenti mohli vybrat více možností. Z odpovědí je zřejmé, že lidé registrují zejména agenturu Czech tourism (80%). Dále ještě Svaz venkovské turistiky a projekt Prázdniny na venkově (shodně 24%). Celkem 12% dotazovaných nezná žádnou z uvedených organizací.

Následující informace se vztahují k **identifikaci respondenta**.

12. Jste?

Graf č.10 Pohlaví respondenta

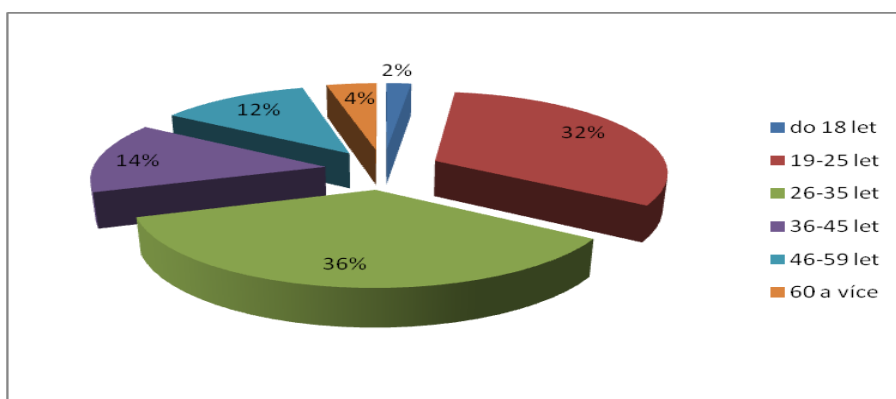


Zdroj: vlastní

Mezi respondenty dominovaly ženy se zastoupením 62%.

13. Jaká je Vaše věková kategorie?

Graf č.11 Věková kategorie respondentů

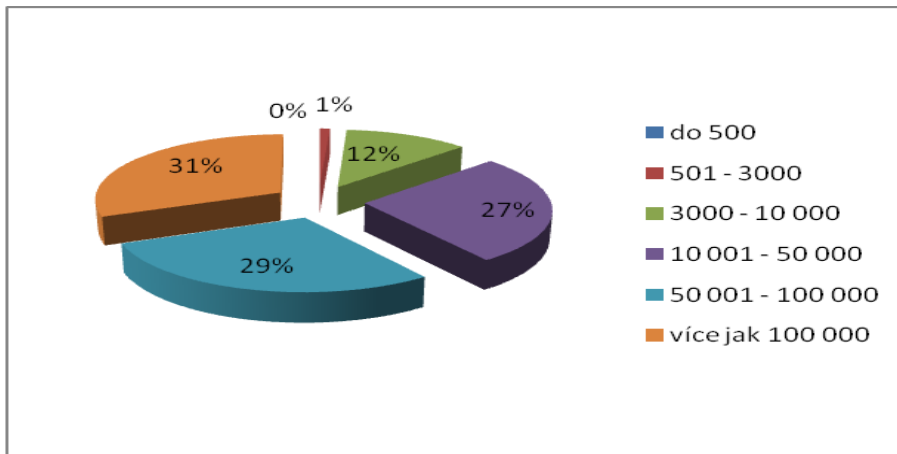


Zdroj: vlastní

Největší zastoupení ve výzkumu měla věková kategorie od 26 do 35 let a věková kategorie od 19 do 25 let. Je tedy zjevné, že o agroturistiku jeví zájem mladí lidé.

14. Uveďte prosím počet obyvatel Vašeho trvalého bydliště

Graf č.12 Počet obyvatel trvalého bydliště respondenta

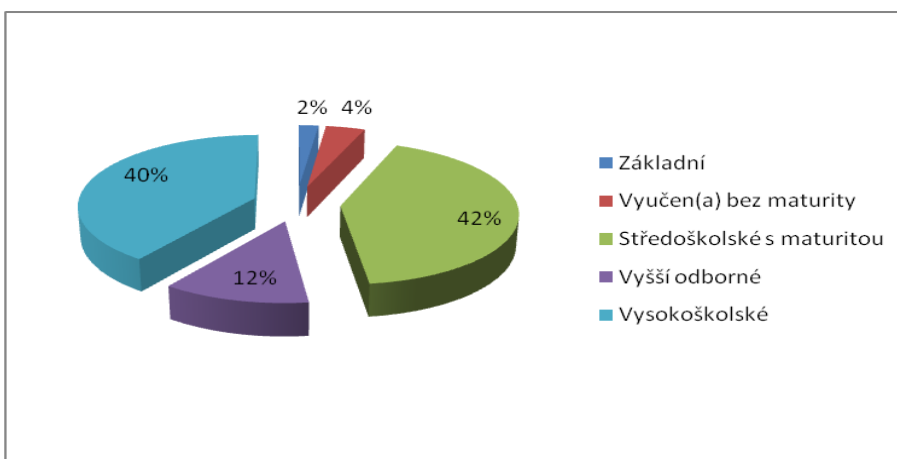


Zdroj: vlastní

Jak z grafu vyplývá, mezi nejčastější zákazníky patří lidé z měst nad 10 000 obyvatel (87% dotazovaných), z toho 31% dotazovaných pochází z měst s více jak 100 000 obyvatel (v tomto segmentu převažují klienti zejména z Prahy a Ostravy).

15. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Graf č.13 Vzdělání respondentů



Zdroj: vlastní

Mezi respondenty převažují lidé se SŠ (42%) a VŠ vzděláním (40%).

3.3. Shrnutí dotazníkového šetření

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, kteří lidé nejčastěji jezdí na agroturistické farmy a co je z nabídky farem nejvíce oslovuje. Dále bylo zjišťováno, jaký je zájem o bioprodukty a jaká je informovanost o organizacích spjatých s agroturistikou.

Jedním z dílčích cílů bylo zjistit, jakým způsobem se zákazníci dozvěděli o ubytovacím zařízení ve venkovském prostředí. Zde lze pozorovat trend posledních let – lidé získávají informace nejraději na internetu (56%) a velmi dají na doporučení známých (36%). Podnikatelé poskytující služby v oblasti agroturistiky by měli klást velký důraz na tvorbu svých webových stránek. Web může být alfou a omegou celého podnikání. To znamená vyhledat odborníka na grafiku, zúčastnit se nějakého školení nebo workshopu v této oblasti nebo požádat o pomoc prostřednictvím projektu Prázdniny na venkově. Je zde také levnější možnost využít různé blogy, estranky nebo sociální sítě apod. Důležité je nezanedbat svou prezentaci na internetu, jelikož by kvůli tomu podnikatel mohl přijít o potenciální klientelu. Podstatné je, aby internetové stránky byly přehledné, průběžně aktualizované. Klient by měl ze stránek zjistit základní informace o ubytovacím zařízení, o cenách, o případných aktivitách v místě či v okolí. Z rozhovorů s respondenty dále vyplynulo, že u webu vítají také odkaz na „návštěvní knihu“, kde se mohou podělit o své zážitky nebo si přečíst zkušenosti předchozích návštěvníků.

Proč lidé navštěvují ubytovací zařízení ve venkovském prostředí? Z dotazníkového šetření vyplynulo, že především vyhledávají klid a místo k odpočinku (26%), dále jsou zde rodiče, kteří na tato místa jezdí zejména kvůli dětem (20%). Velmi důležitou složkou je příroda, venkov a kompletní prostředí, který tento druh cestovního ruchu poskytuje (16%). Zákazníci také často jezdí na venkov ze zvědavosti, z touhy po poznání, rádi navštěvují akce, které se na farmě konají a považují toto místo za vhodné pro svou dovolenou.

Docházkovou vzdálenost klientů nelze jednoznačně definovat. Z dotazníkového šetření však zjišťujeme, že 20% klientů volí vzdálenost větší než 100 km.

Co se týká zkušeností s agroturistikou, pro 54% dotazovaných byl pobyt/návštěva první zkušeností v oblasti agroturistiky. Jelikož všech 100% respondentů bylo s pobytem/návštěvou spokojeno, dá se předpokládat, že tito klienti využijí služeb venkovské turistiky i v budoucnosti.

Polovina respondentů navštěvuje ubytovací zařízení ve venkovském prostředí méně než 1 x ročně. Na druhé místo patří návštěvnost 1 x ročně. Podnikatelé by se měli soustředit na zdokonalování služeb a vytváření takového programu, který by motivoval zákazníky k častějšímu pobytu. Je zde možnost zapojit sezónní program a vytvářet specifické balíčky služeb, které by se vztahovaly k určitým ročním obdobím (např. pouštění draků, opékání brambor, malování vajíček, pletení pomlázek, masopusty, zabijačky, adventní pobyty, apod.)

V délce pobytu převažují jednodenní akce a pobyty na 2 – 3 noci. Víkendové pobyty jsou trendem nejen v domácím cestovním ruchu, ale také v outgoingu (Eurovíkendy, víkendové pobyty pro dva, atd.), lidé nemají vždy tolik času a finančních prostředků a tak začínají preferovat kratší pobyty. K prodloužení pobytu motivují někteří poskytovatelé tím, že ve svém ceníku uvádějí částky, které si musí zákazníci připlatit, pakliže budou ubytování po dobu kratší než např. 3 noci. Tímto způsobem motivují zejména zákazníci v letní sezóně.

V otázce zájmu o aktivity na farmě respondenti projevili velký zájem o gastronomické zážitky a hudební večery. Podnikatelé poskytující agroturistiku by tedy měli v rámci svého podnikání zvážit zájem o gastronomické zážitky (pořádat zabijačky, degustace vín, ochutnávky domácího chleba se sádlem apod.). Jako doprovod k zabijačkám je možné pořádat hudební večery s vesnickou kapelou. Dále by mohly zajímavý efekt vyvolat večerní táboráky u ohně s kytarou, nebo večery s harmonikou, která dodává správnou venkovskou atmosféru. Ti zdatnější by mohli např. své děcké zákazníky naučit hrát na nějaké typické hudební nástroje a připravit jim tak zajímavý zážitek.

Z důvodu rostoucí propagace bioproduktů byla do dotazníkového šetření zařazena také otázka týkající se zájmu o bioprodukty. Více jak polovina dotazovaných má zkušenosti s bioprodukty a uvítala by rozšířenou nabídku. A 28% dotazovaných nemá zkušenosti, ale chtěli by bioprodukty vyzkoušet. Kvalita bioproduktů by měla být vysoká, aby klienti, kteří s nimi nemají zkušenosti, byli spokojeni a stali se např. stálými odběrateli. Dalším bodem byl výběr organizací, které jsou respondentům povědomé. Zde jasně zvítězila agentura Czech Tourism, kterou uvedlo 80% dotazovaných. Tento výsledek lze připisovat několika komerčním kampaním, např. projekt „*Česká republika... to letí!*“ [53]

Za pozitivní výsledek lze považovat i povědomí o Svazu venkovské turistiky a projektu Prázdniny na venkově, shodně získali 24% hlasů.

Mezi dotazovanými převažovaly ženy (62%), lidé ve věku 26 – 35 (celkem 36%), tzn., že typickým klientem je mladá osoba, většinou mladý rodič, který se svými dětmi navštěvuje tato zařízení).

4. Komparace vybraných krajů – Jihočeský a Jihomoravský

Pro účely bakalářské práce byly v souvislosti s agroturistikou porovnávány kraj Jihočeský a Jihomoravský. Tyto kraje (dle statistik z posledních let) jsou největšími konkurenty v oblasti cestovního ruchu v České republice. Autorka bakalářské práce bude v návaznosti na tuto skutečnost porovnávat tyto oblasti z hlediska agroturistiky.

Tabulka č. 7 Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v krajích Jihočeský a Jihomoravský (NUTS III)

Rok / Měsíc	Jihočeský kraj			Jihomoravský kraj		
	Počet hostů	nerezidenti	rezidenti	Počet hostů	nerezidenti	rezidenti
2000	937 999	218 342	719 657	910 762	320 263	590 499
2001	920 097	241 802	678 295	901 582	305 650	595 932
2002	796 265	245 864	550 401	817 457	315 548	501 909
2003	936 338	246 145	690 193	1 050 316	331 327	718 989
2004	1 067 843	318 487	749 356	1 022 646	346 324	676 322
2005	1 023 289	326 962	696 327	1 056 307	367 439	688 868
2006	1 101 216	333 402	767 814	1 069 258	397 239	672 019
2007	978 717	315 629	663 088	1 178 114	432 318	745 796
2008	936 032	301 115	634 917	1 185 770	451 388	734 382
2009	917 033	283 187	633 846	1 041 492	348 076	693 416
2010	892 962	287 703	605 259	1 042 070	379 674	662 396
2011	917 071	292 833	624 238	1 062 496	409 300	653 196

Zdroj: Český statistický úřad

Od roku 2004 patří kraje Jihočeský a Jihomoravský mezi nejvíce navštěvované v České republice (vyjma návštěvnosti hlavního města Prahy, které si dlouhodobě drží prvenství).

4.1. Komparace krajů z hlediska možností cestovního ruchu u zemědělských subjektů

V České republice je celkem evidováno 22 864 zemědělských subjektů, z toho 2 638 v kraji Jihočeském a 3 448 v kraji Jihomoravském.

Tabulka č.8 Komparace krajů z hlediska možností cestovního ruchu u zemědělských subjektů

	Česká republika	Jihočeský kraj	Jihomoravský kraj
Zemědělské subjekty celkem	22 864	2 638	3 448
Cestovní ruch	610	96	67
Pěstování vinných hroznů	1 829	1	1739
Chov mléčného skotu	527	96	8
Chov jiného skotu	3 085	521	53
Chov koní a jiných koňovitých	987	140	41
Chov ovcí a koz	2 243	324	76
Chov prasat	295	24	37
Chov drůbeže	172	25	8
Chov ostatních zvířat	90	17	11

Zdroj: vlastní zpracování dat statistického šetření Agrocenzus

V České republice se cestovnímu ruchu věnuje celkem 610 zemědělských subjektů. V tomto oboru se angažuje více kraj Jihočeský (96) než kraj Jihomoravský (67), přestože v kraji Jihomoravském je více zemědělských subjektů (3 448) než v kraji Jihočeském (2 638).

Pro potřeby komparace byly do tabulky přidány některé údaje dle členění CZ NACE týkající se převažujícího zaměření zemědělské činnosti. Byly vybrány činnosti spojené s pěstováním vinných hroznů a chovem zvířat, jelikož jak vyplynulo z vlastního výzkumu i dlouhodobých zkušeností podnikatelských subjektů, zákazníci preferují na farmách mj. setkání s domácími zvířaty. Můžeme sledovat silný potenciál zejména v Jihočeském kraji, který vykazuje lepší výsledky ve většině zemědělských činností než jeho konkurent. Zejména zajímavý potenciál má chov koní. Jak vyplynulo i z dotazníkového šetření, lidé často vyhledávají na farmách právě jízdu na koni. Roste

také zájem o výrobky z kozího mléka a lidé rádi navštěvují farmy, na kterých se mohou dozvědět o tom, jakým způsobem se vyrábí sýry a další produkty.

Jihomoravský kraj naopak dominuje v pěstování vinných hroznů. Má tedy pozitivní předpoklad pro rozšíření tzv. vinařské turistiky, která je velmi oblíbená.

Oba kraje mají potenciál pro rozvoj agroturistiky.

4.2. Finanční podpora vybraných krajů v oblasti zemědělství a agroturistiky

Finanční podporu na podnikání v agroturistice lze získat zejména v rámci Operačního programu Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství a v rámci programu LEADER ČR. Následující tabulka je přehledem alokace finančních zdrojů v Jihočeském a Jihomoravském kraji. Z tabulky je patrné, že Jihočeský kraj čerpá v roce 2011 takřka dvakrát více dotací než kraj Jihomoravský. Zemědělství podnikatelé v Jihočeském kraji čerpají v návaznosti na to také více finančních prostředků (celkem čerpají o 609 782 645 více než kraj Jihomoravský).

Tabulka č. 9 Přehled dotací a podpor v Jihočeském a Jihomoravském kraji roce 2011

Kraj / Okres	Počet dotací	Čerpáno z ČR	Čerpáno z EU
JIHOČESKÝ KRAJ			
České Budějovice	1 584	48 305 578	387 611 772
Český Krumlov	904	51 443 165	301 970 670
Jindřichův Hradec	1 195	44 742 323	338 201 921
Písek	803	26 957 081	246 530 909
Prachatice	1 385	39 994 782	256 974 015
Strakonice	1 045	33 844 509	261 534 140
Tábor	1 170	31 741 447	308 948 828
Jihočeský kraj celkem	8 086	277 028 885	2 101 772 255
JIHOMORAVSKÝ KRAJ			
Blansko	465	15 091 903	169 566 757
Brno-město	236	4 371 518	70 491 058
Brno-venkov	969	16 178 035	275 583 271
Břeclav	933	9 855 294	261 879 513
Hodonín	666	19 409 923	275 588 379
Vyškov	297	8 751 895	174 669 451
Znojmo	755	13 356 161	454 245 337
Jihomoravský kraj celkem	4 321	87 014 729	1 682 023 766

Zdroj: vlastní zpracování dat MZe

Mezi přednosti Jihočeského kraje se vedle výhodné polohy v těsné blízkosti států EU řadí především přírodní atraktivita, resp. zachovalá příroda a krajina. K charakteristickým znakům regionu patří četné rybníky, které významně spoluvytvářejí typický obraz jihočeské krajiny (Rožmberk, Bezdrev a Horusnický rybník, které jsou zároveň největšími rybníky v ČR).

Specifickým kulturním bohatstvím jižních Čech jsou lidové zvyky, slavnosti, tradice, řemesla a architektura.

Rozmanitý přírodní a kulturní potenciál jižních Čech umožňuje rozvoj téměř všech hlavních forem turistiky. Region má velmi dobré předpoklady pro: rozvoj aktivní cykloturistiky, uplatnění a rozvoj pěší i vodní turistiky, poznávání historických i technických památek, kulturních zajímavostí a tradic, sportovní vyžití, kongresové a incentivní formy cestovního ruchu, lázeňství a v neposlední řadě také **rozvoj venkovské turistiky a agroturistiky** (rybolov, myslivost, jízda na koních, apod.)

Z hlediska funkčně-prostorového využití území pro cestovní ruch je pro Jihočeský kraj typická venkovská krajina s příznivými předpoklady (zaujímá 45,6% rozlohy kraje), venkovská krajina s průměrnými předpoklady pro cestovní ruch (29,7%) a horská krajina (20,4%). Urbanizované prostory zaujímají pouze 3,9% rozlohy území kraje. Tuto příznivou strukturou se kraj řadí na 3. místo mezi kraji ČR (za kraj Liberecký a Karlovarský). [22]

Vlastní výzkum v Jihočeském kraji

Autorkou bakalářské práce bylo vybráno v Jihočeském kraji 6 farem poskytujících agroturistiku. Následuje jejich přehled.

1. FARMA ALPAKA

Název objektu: Farma Alpaka

Lokalita: Nová Bystřice

Ubytování: Farma nabízí ubytování nad stájemi, v budoucnu také ubytování na farmě (rekonstrukce statku je plánována do roku 2014)

Poskytované služby: Ubytování, chov koní, prodej koní, ustájení koní, v budoucnu chov lam alpak a výroba výrobků z vlny, pořádání akcí [41]

Informace získané vlastním výzkumem

A) Informace vztahující se k podnikatelskému subjektu

Členství v organizaci, svazu či místní akční skupině: Člen klubu turistů, sekce jihočeské hipostezky jako 128. stanice.

Čerpání dotací na provoz podnikatelské činnosti: Zatím žádné. Od r. 2012 pravděpodobně na údržbu luk spásáním.

Prodej vlastních výrobků: prodej hřibat, postupem času mléčné produkty a produkty z vlny Alpak a ovcí.

B) Informace vztahující se k zákazníkům

Délka pobytu: Farma zatím s provozem začala, nicméně podle praxe a vize předpokládají, že kromě července a srpna, kdy se očekávají zejména týdenní pobyty, bude převažovat ubytování na prodloužený víkend.

Docházková vzdálenost: Na ubytování zejména lidé z větších měst, hlavně střední Čechy, ale i z Brna. V případě vození dětí na koni se jedná spíše o zájem místních obyvatel ze vzdálenosti 5 – 7 km.

Segmentace zákazníků: Týdenní pobyty v červenci a srpnu spíše rodiny s dětmi. Prodloužené víkendy mladí lidé. V zimě předpoklad zájmu o běžecké trasy, v létě cyklostezky České Kanady.

Zpětná vazba od zákazníků: Lidé reagují na webové stránky a jsou spokojeni.

Doplňující informace: V současné době odložení chovu Alpak na září. Preference chovu koní plemene irského coba, v letošním roce nová kravka plemene Jersey a také pořízení nových ovcí.

2. BOROEVANSKÝ MLÝN

Název objektu: Borovanský mlýn

Lokalita: Borovany u Českých Budějovic

Ubytování: V penzionu Borovanský mlýn

Poskytované služby: Chov koní (možnost ustájení a vyjížděk, škola jízd), chov ovcí (ukázky stříhání a dojení), chov koz (ukázky dojení), chov slepic (prodej vajec ze dvora), dále Půda plná pohádek (pohádkové výstavy na půdě mlýna), možnost pohádkového pobytu (klient si může vyzkoušet některý z následujících programů –

práce čeledína, rybaření s vodníkem Kebulem, seznámení s vraníkem – na konci každého programu obdrží klient řád). Součástí penzionu je také vinný sklípek. A jako zajímavost lze uvést možnost Rekreace bez lepku. [42]

Informace získané vlastním výzkumem

A) Informace vztahující se k podnikatelskému subjektu

Členství v organizaci, svazu či místní akční skupině: Není členem, ale s dotací jim pomáhala místní akční skupina.

Čerpání dotací na provoz podnikatelské činnosti: Využití SZIF Konkurenceschopnost.

Prodej vlastních výrobků: Vejce, králíci, jehněčí, ryby, med.

B) Informace vztahující se k zákazníkům

Délka pobytu: Mimo sezónu víkendy, v sezóně týdenní pobyty.

Docházková vzdálenost: Je to velmi různé. Jedná se o zákazníky z celé České republiky.

Segmentace zákazníků: Rodiny s dětmi, mladí lidé i senioři.

Zpětná vazba od zákazníků: Klienti se rádi vrací a doporučují Borovanský mlýn svým známým.

Doplňující informace: V letošním roce bude Borovanský mlýn rozšiřovat svou nabídku o prohlídky farmy s možností dojení ovcí a koz, školu jízd na koni a také pstruhový rybolov.

3. BIOFARMA VOJETICE

Název objektu: Biofarma Vojetice

Lokalita: Sušice

Ubytování: Kemp - 10 míst pro stany a 10 míst pro karavany s možností elektrického připojení. K dispozici je sociální zařízení automatická pračka, lednička. Možnost stravování přímo na farmě nabízí restaurace U Štěpána. Nově nabídka ubytování také ve stylovém hotelu Jiříčná

Poskytované služby: Ubytování v kempu, stravování s širokou nabídkou jídel ve stylové hospůdce U Štěpána, možnost jízdy na koni 2 km od farmy ve vesničce Jiříčná - Jízdárna Jiříčná nabízí vyjížděky po celý rok - v zimě či nepříznivém počasí krytá

hala, pro děti vyjížďky na ponících, pro začátečníky vycházka s doprovodem. Dále je zde hřiště pro míčové hry a také dětský koutek, houpačky a prolézačka.

Doplňující informace: Restaurace U Štěpána patří letos mezi 705 restaurací v České republice, které se dostali do publikace "Maurerův výběr GRAND RESTAURANT 2012"[43]

Informace získané vlastním výzkumem

A) Informace vztahující se k podnikatelskému subjektu

Členství v organizaci, svazu či místní akční skupině: Svaz venkovské turistiky, Prázdniny na venkově, certifikace ECEAT.

Čerpání dotací na provoz podnikatelské činnosti: Nečerpají žádné dotace.

Prodej vlastních výrobků: Hovězí maso, které se zpracovává v místní restauraci. Prodej ze dvora neposkytují.

B) Informace vztahující se k zákazníkům

Délka pobytu: Víkendové pobyty.

Docházková vzdálenost: Převážně klienti z českých, moravských a slovenských měst.

Segmentace zákazníků: Rodiny s dětmi, mladí lidé, senioři.

Zpětná vazba od zákazníků: Klienti se vrací.

Doplňující informace: Biofarma Vojetice má certifikaci ECEAT a soustředí se tedy i na zahraniční klientelu. V posledních dvou letech je zahraniční klienteli méně.

4. FARMA MALENICE

Název objektu: Farma Malenice

Lokalita: Malenice, okres Strakonice

Ubytování: Ubytování na statku s uzavřeným dvorem a velkou zahradou. K dispozici je zde otevřené ohniště nebo gril. Toto ubytování je vhodné pro skupiny – i pro více jak 7 osob. Dále možnost ubytování přímo na farmě v rodinném apartmánu v podkroví pro 1 – 5 osob.

Poskytované služby: Ubytování, seznámení s chovem slepic, králíků, koček, psů, kachen, hus, krůt, ovcí, krav a koní. Pro zájemce možná jízda na koni, či svezení dětí na koni. V okolí možnosti pro turistiku a cykloturistiku – zajímavé turistické stezky, cyklostezky, památky. Dále podmínky pro houbaření. V létě možnost koupání v místní

řece Volyňce, popř. koupaliště ve Volyni. V zimě možnost lyžování v blízkých lyžařských areálech (Zadov, Kubova Huť, Kvilda). Dále farma umožňuje ubytování s vlastním koněm. [44]

Informace získané vlastním výzkumem

A) Informace vztahující se k podnikatelskému subjektu

Členství v organizaci, svazu či místní akční skupině: Farma je členem Turistiky na koni. Majitelka paní Frnochová je členkou chovu Haflingů a členkou místní akční skupiny.

Čerpání dotací na provoz podnikatelské činnosti: Majitelé chtějí zažádat o dotaci přes místní akční skupinu na modernizaci. Před třemi lety byla žádost o dotaci neúspěšná.

Prodej vlastních výrobků: Produkce hovězího masa, jehněčí, seno, sláma, obilí – na tuto produkci brzy získají certifikát BIO. V letošním roce plánují prodej ze dvora (kachny, husy, krůty, vajíčka, králíci, med).

B) Informace vztahující se k zákazníkům

Délka pobytu: V létě pobyty na jeden nebo dva týdny. Mimo sezónu víkendy.

Docházková vzdálenost: Většinou klientela z větších měst (Praha, Sokolov, Cheb)

Segmentace zákazníků: Rodiny s dětmi, mladí lidé a skupiny lidí, kteří přijíždí na farmu s vlastním koněm. Mají možnost s vlastním koněm při dovolené projet nový kraj.

Zpětná vazba od zákazníků: Klienti se již několik let vrací a jsou spokojeni, což je hlavním motivem v pokračování v podnikatelské činnosti.

Doplňující informace: Farma je zastávkou na koňských stezkách a zabývá se ustájením koní. V zemědělství pracuje delší dobu, ubytování poskytuje 5. rokem.

5. RANČ A PENZION U STARÝHO KANCE

Název objektu: Ranč a Penzion U Starýho kance

Lokalita: Hoslovice, okres Strakonice

Ubytování: Hospoda a penzion U Starýho kance – možnost ubytování v apartmánu či v dvou nebo třílůžkových pokojích se samostatným sociálním zařízením. Ubytování lze sjednat s plnou penzí nebo polopenzí.

Poskytované služby: Ubytování, stravování, jízda na koni, výuka jízdy na koni, jízdy kočárem či na saních, základní výcvik hobby a rekreačních koní, soustředění a tábory, hobby závody, možnost ustájení koní, vyjížděky, rybaření (včetně 2ks kapra), použití krbu, střílení z luku a kuše, půjčení kola, rožnění vepřové kýty, rožnění selete a také účast na jihočeské zabijačce. [45]

Informace získané vlastním výzkumem

A) Informace vztahující se k podnikatelskému subjektu

Členství v organizaci, svazu či místní akční skupině: MAS Strakonicko.

Čerpání dotací na provoz podnikatelské činnosti: Čerpání zemědělských dotací.

Prodej vlastních výrobků: V blízké době začne farma s prodejem vlastních výrobků.

B) Informace vztahující se k zákazníkům

Délka pobytu: Červenec a srpen týdenní pobyty, víkendy mimo sezónu.

Docházková vzdálenost: 80% klientů je z Prahy, dále také klienti Ostrava, Opava apod. Většinou klienti z velkých měst.

Segmentace zákazníků: Nejčastěji se jedná o rodinu s dcerou ve věku 7 – 10 let, která chce vidět koně. Otcové pak využívají jízdu na kole nebo projevují zájem o motorky.

Zpětná vazba od zákazníků: Lidé se na farmu vrací. Někteří klienti zasílají i vánoční pozdravy.

6. STÁJE ŠTĚTICE

Název objektu: Stáje Štětice

Lokalita: Písek

Ubytování: Ubytování ve vlastním penzionu Štětice. V případě plné obsazenosti možnost nabízí farma na svých webových stránkách další možnosti ubytování v okolí (Měky nec, Zátaví, penzion U Soudku, penzion Alena v Sudoměři).

Poskytované služby: Ubytování, celoroční nabídka vyjížděk na koních a v kočáru, možnost ustájení vlastních koní, dětské kroužky, tábory.

Doplňující informace: "Stáje Štětice" se v rámci jihočeského projektu "Turistika na koni" podílely na vyznačování jezdeckých stezek a jsou také jednou ze stanic turistiky na koni. [46]

Informace získané vlastním výzkumem

A) Informace vztahující se k podnikatelskému subjektu

Členství v organizaci, svazu či místní akční skupině: Není členem.

Čerpání dotací na provoz podnikatelské činnosti: Nečerpá dotace.

Prodej vlastních výrobků: Neprodává vlastní výrobky.

B) Informace vztahující se k zákazníkům

Délka pobytu: Jedná se zejména o víkendové pobyty.

Docházková vzdálenost: Jedná se o klienty z celé České republiky.

Segmentace zákazníků: Rodiny s dětmi.

Zpětná vazba od zákazníků: Klienti se vrací.

4.3.2. Jihomoravský kraj

Informace o Jihomoravském kraji z hlediska cestovního ruchu

Jihomoravský kraj se nachází na významné severo-j jižní evropské turistické ose Balt-Jadran a už dnes významně profituje ze své polohy mezi Polskem a Rakouskem.

Obrázek č.4 Jihomoravský kraj



Zdroj: Správní mapa Jihomoravský kraj.

Dostupné z <<http://spravnimapa.topograf.cz/jihomoravsky-kraj>>

Kraj je bohatý na historické památky, které dokazují, že jižní Morava byla jedním z nejvýznamnějších center osídlení ve všech etapách pravěkého a středověkého vývoje.

Na území se nachází množství hradů a zámků, potenciálem pro přímé produkty kulturně poznávací turistiky je historická urbanistická a architektonická struktura jak center větších měst, tak i malých venkovských obcí (lidová architektura).

V kraji je vysoký podíl zaměstnanosti v oblasti služeb, ale z toho relativně málo lidí pracuje v oboru „ubytování a pohostinství“. Transformace ekonomiky kraje z průmyslu a zemědělství do oblasti služeb se pozitivně promítá v měřítku malých obcí do rozvoje cestovního ruchu.

Z hlediska funkčně-prostorového využití území pro cestovní ruch je pro Jihomoravský kraj typická venkovská krajina s průměrnými předpoklady (41% rozlohy kraje), s velmi příznivými předpoklady (33%) a venkovská krajina s minimálními předpoklady pro cestovní ruch (15%), horská krajina zaujímá jen 1% rozlohy. Urbanizované prostory zaujímají 11% rozlohy kraje. Těmito přírodními předpoklady se kraj řadí mezi málo atraktivní ve srovnání krajů ČR. [22]

Vlastní výzkum v Jihomoravském kraji

Autorkou bakalářské práce byly vybrány v Jihomoravském kraji 3 farmy poskytující agroturistiku. Následuje jejich přehled.

1. FARMA BOLKA POLÍVKY

Název objektu: Farma Bolka Polívky, spol. s.r.o.

Lokalita: Olšany, Rousínov

Ubytování: Na místě původního kravína na kopci s půvabnou vyhlídkou na Dražanskou vrchovinu je nyní objekt s restaurací a hotelovými pokoji, který se stal centrem rozsáhlého areálu Farmy Bolka Polívky. Hotel U KRÁLE nabízí hostům celkem 25 dvou-, tří- a čtyřlůžkových pokojů, v kterých je možno využít až 65 lůžek. Všechny pokoje mají vlastní sociální zařízení. Každý pokoj je originálem - obrazy, plastiky a sochy známých i méně známých umělců provází na každém kroku, k některým pokojům si lze vystoupat do Černé věže.

Poskytované služby: Ubytování, stravování v místní restauraci U Klauna, pořádání akcí (Slavnosti ohňů, Josefská maškarní zábava, Jarní nálady na farmě), sportoviště a hřiště, vyjíždky na koních (vyjíždky s průvodcem po romantickém a členitém okolí, vyjíždky kočárem s piknikem v přírodě), výuka jízdy na koni s instruktorem (jezdecká škola, poni školička pro malé děti), outdoorové aktivity na objednávku a doplňkový prodej místních suvenýrů. [48], [49]

Informace získané vlastním výzkumem

A) Informace vztahující se k podnikatelskému subjektu

Členství v organizaci, svazu či místní akční skupině: Ano, jsou členy několika

organizací.

Čerpání dotací na provoz podnikatelské činnosti: Čerpání dotací z Evropské Unie – ROP Jihovýchod.

Prodej vlastních výrobků: Převážně alkoholické nápoje – Bolkovica z měsíce (tj. slivovice), Bolkovo víno, dále medaile a prodej knih, pohledy farmy a okolí a Bolka Polívky se speciálním razítkem.

B) Informace vztahující se k zákazníkům

Délka pobytu: Převažují víkendové pobyty, v letních měsících i týdenní

Docházková vzdálenost: Zejména klientela z České republiky, Slovenska a Polska.

Jedná se o klienty z větších měst, ale také z okolních obcí.

Segmentace zákazníků: Rodiny s dětmi, firemní klientela.

Zpětná vazba od zákazníků: Zpětná vazba přes sociální síť Facebook a Knihu přání a tužeb. Více jak 60% klientely jsou stálí hosté.

2. SMOLŮV MLÝN

Název objektu: Smolův Mlýn

Lokalita: Zastávka u Brna

Ubytování: Ubytování v soukromí v přístavku bývalého mlýna se samostatným vchodem, vlastní koupelnou a wc a kuchyňským koutem.

Poskytované služby: Ubytování, jízda na koni, seznámení se s chodem farmy, seznámení se s množstvím zvířat na farmě – kůň, ovce, beran, pes, kočky, husy, slepice. Dále k dispozici venkovní posezení se slunečníkem a ohniště. V blízkosti vodní nádrž Chvojince vhodná pro koupání a rybaření.

Doplňující informace: Jedná se o stanici na koňských stezkách. [50]

Informace získané vlastním výzkumem

A) Informace vztahující se k podnikatelskému subjektu

Členství v organizaci, svazu či místní akční skupině: Není členem žádné oficiální organizace nebo skupiny, ale spolupracují s kozí farmou vzdálenou 3 km.

Čerpání dotací na provoz podnikatelské činnosti: Nečerpají dotace ani na provoz ani na investice. Před několika lety uvažovali o podání žádosti o dotaci Programu obnovy venkova na rozšíření ubytovací kapacity a vybudování příjezdové cesty, ale po zvážení

všech pro a proti od této myšlenky upustili.

Prodej vlastních výrobků: Prodej vlastních produktů je zanedbatelný – jedná se o prodej několika kusů jehňat a hus ročně, nově prodej slepičích vajec a moštu. Dále prodej výfuků husích vajíček jedná paní, která vyrábí okrasné kraslice. A vloni byla farma oslovena pořadatelem dětských indiánských táborů s žádostí o husí brky na indiánské čelenky. Zisk z činností v rámci agroturistiky však nepokrývá náklady spojené s provozem tříčlenné rodiny.

B) Informace vztahující se k zákazníkům

Délka pobytu: Nejčastěji víkendové pobyty, nikdy se nejedná o pobyt delší než týden

Docházková vzdálenost: Jedná se o klienty z větších měst, nejčastěji jezdí lidé z Brna, ale také klienti z Prahy.

Segmentace zákazníků: Rodiny s dětmi.

Zpětná vazba od zákazníků: Klienti se vrací, někteří i třikrát ročně. V závěru pobytu klienti vyplňují dotazník s několika otázkami a často uvádí, že v příští sezóně opět přijedou.

3. JÁŇŮV DVŮR

Název objektu: Jáňův Dvůr

Lokalita: Nový Přerov, Mikulovsko

Ubytování: Ubytování v původním statku ve dvoulůžkových pokojích s možností přistýlky („*Dnes je trend rozlehlých místností plných světa, na které jste možná zvyklí z domu či z práce, ale dovolená má být změna - tady si zkusíte žít ve světničkách jako dříve...*“) nebo možnost ubytování v kempu (zahrada u statku, k dispozici plocha 2500 m²).

Poskytované služby: Ubytování, stravování (domácí kuchyně inspirovaná balkánskými kořený vsi, v které statek stojí), romantické vyjížděky na koních i bryčkou mezi vinohrady a vinné sklepy s ochutnávkou vína, vinný sklep, ekofarma produkující čerstvý kozí sýr a výrobky z ovčí vlny, zookoutek (poník, drobná domácí zvířata), půjčovna kol.

Doplňující informace: Jáňův Dvůr se zúčastnil ankety o Penzion roku 2011, kde se umístil mezi nejlepšími padesáti. [51]

Informace získané vlastním výzkumem

A) Informace vztahující se k podnikatelskému subjektu

Členství v organizaci, svazu či místní akční skupině: Člen Svazu venkovské turistiky, pomocí místní akční skupiny podán projekt na sýrárnu.

Čerpání dotací na provoz podnikatelské činnosti: Zemědělské dotace.

Prodej vlastních výrobků: Kozí sýr, výrobky z ovčí vlny.

B) Informace vztahující se k zákazníkům:

Délka pobytu: Červenec a srpen týdenní pobyty, v ostatní měsících se jedná o pobyty víkendové.

Docházková vzdálenost: Převážně lidé z měst, nejčastěji Ostrava a okolí, Praha či ještě vzdálenější místa – např. severní Čechy.

Segmentace zákazníků: Nejčastěji rodiny s dětmi a mladé dvojice.

Zpětná vazba od zákazníků: Zápisky v deníku, reference na serveru www.dopenzionu.cz, přes který klienti hlasují v anketě o Penzion roku. Přibývá těch, kteří se vracejí a doporučují dalším.

4.4. Shrnutí

V České republice je celkem 610 zemědělských subjektů, které se věnují cestovnímu ruchu, z toho v Jihočeském kraji je to 96 subjektů a v kraji Jihomoravském 67 krajů. Jak dále vyplynulo ze sběru sekundárních dat, zemědělství podnikatelé v Jihočeském kraji čerpají více dotací a podpor než v kraji Jihomoravském.

Pro vlastní kvalitativní výzkum bylo vybráno celkem 9 podnikatelských subjektů z Jihočeského a Jihomoravského kraje.

Z výzkumu vyplynulo, že 6 subjektů využívá členství v nějaké organizaci, MAS či sdružení. Někteří uvádějí, že i s čerpáním podpor jim pomáhá MAS. Dotace však čerpají pouze 4 ze subjektů. Ti, kteří dotace nečerpají, uváděli jako důvod nezájem, administrativní zatížení, či předchozí neúspěch, kdy jim v minulosti nebyla dotace schválena.

Co se týká prodeje vlastních výrobků, zde odpovědělo kladně 7 dotazovaných. Nejčastěji se jedná o prodej mléka, masa, vajec, dále zaměření na prodej zvířat.

Další část výzkumu se vztahovala k získání profilu typického zákazníka se zájmem o agroturistiku. Všichni dotazovaní se shodují, že mezi nejčastější zákazníky patří rodiny s dětmi. Někteří k tomuto segmentu uvádějí dále i skupiny mladých lidí nebo páry mladých lidí a seniory. Co se týká docházkové vzdálenosti, farmy navštěvují zákazníci z celé České republiky. Převažují zejména lidé z velkých měst. Např. Ranč a Penzion U Starýho Kance v Hoslovicích uvádí, že 80% klientů tvoří zákazníci z Prahy. Dále se mezi městy objevuje např. Ostrava, Opava, Cheb, Sokolov nebo obecně střední Čechy.

Zákazníci jsou s pobytem většinou spokojeni, a proto podnikatelské subjekty uvádějí jako nejčastější zpětnou vazbu, že klienti se rádi vrací a doporučují svému blízkému okolí. Většina z oslovených podnikatelských subjektů má Knihu přání a tužeb nebo využívá zpětnou vazbu prostřednictvím internetu.

Mezi sledovanými kraji dle výzkumu neexistují významné rozdíly. Pouze lze konstatovat, že podnikatelé v agroturistice v Jihomoravském kraji mají ve své nabídce aktivity spojené s vinařstvím. V případě Farmy Bolka Polívky lze hovořit také o tvorbě vlastního nápoje Bolkovica (=slivovica).

5. SWOT analýzy sledovaných turistických regionů z hlediska jejich využitelnosti pro agroturistiku

Pro potřeby bakalářské práce byly sestaveny SWOT analýzy pro komparované kraje (kraj Jihočeský a Jihomoravský).

SWOT analýza je souhrnná metoda, pomocí níž je možné hodnotit význam interních vlivů (projevují se v úrovni silných a slabých stránek) a externích vlivů (jedná se o příležitosti a ohrožení), které působí na rozvoj regionu. Je otevřeným hodnocením regionu a je velmi užitečným, pohotovým a snadno použitelným nástrojem k deskripci celkové situace. [6]

5.1. SWOT analýza Jihočeského kraje

Ze sběru sekundárních dat vyplynulo, že Jihočeský kraj má silný potenciál z hlediska venkovského cestovního ruchu. V současné době se v kraji věnuje cestovnímu ruchu 96 zemědělských subjektů.

Následující SWOT analýza je kombinací informací získaných ze Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji na roky 2009-2013, dále z Regionální a rozvojové agentury a navazuje na sběr sekundárních dat a výsledky vlastního výzkumu této bakalářské práce.

FAKTORY POMOČNÉ K DOSAŽENÍ CÍLE

VNITŘNÍ PŮVOD (atributy kraje)

○ silné stránky

1. Historický rozvoj ekologie a vysoká kvalita životního prostředí
2. Nižší náklady na podnikání v komparaci se sousedními regiony⁸
3. Geografická poloha
4. Přírodní bohatství:

⁸ Zdroj: Regionální rozvojová agentura jižních Čech

- Zachovalá turisticky atraktivní příroda
 - Velký potenciál chráněných území
 - Vysoká kvalita životního prostředí
5. Atraktivní venkovská krajina
 6. Vodní plochy a toky
 7. Přírodní léčivé zdroje pro rozvoj lázeňství
 8. Kulturní dědictví
 9. Tradice lidových řemesel, zvyků a kultury
 10. Lidové zvyky, lidová architektura
 11. Tradice rybníkářství
 12. Tradice cestovního ruchu a lázeňství
 13. Podmínky pro cykloturistiku, hippoturistiku, rekreační plavby
 14. Vybudovaná síť informačních center
 15. Bezpečný region. Jihočeský kraj má jednu z nejnižších kriminalit v České republice

VNĚJŠÍ PŮVOD (atributy prostředí)

○ **příležitosti**

1. Obecně rostoucí zájem o šetrné formy cestovního ruchu
2. Členství v MAS a dalších organizací, vzájemná kooperace
3. Využití programů podpory pro další rozvoj⁹
4. Možnosti přeshraniční spolupráce s Rakouskem a Německem
5. Existence zemědělských subjektů s potenciálem pro agroturistiku¹⁰
6. Velké množství jezdeckých stezek a stanic – rozvoj turistiky na koni¹¹
7. Předpoklady pro rozvoj aktivní cykloturistiky – hustá síť cyklotras¹²
8. Možnosti pro další rozvoj rybolovu (*rybolov každoročně přiláká 25 000 turistů*)¹³

⁹ Viz 2.6. Podpora a dotace pro agroturistiku

¹⁰ viz 4.1. Komparace krajů z hlediska možností cestovního ruchu u zemědělských subjektů, tabulka č.8

¹¹ více viz kapitola 5.1.1. Jezdecké stezky

¹² více viz kapitola 5.1.2. Síť cyklotras

¹³ Zdroj: Cot Business, květen 2011

9. Možnosti myslivosti

10. Rozvoj marketingu CR

- Sestavení jasné koncepce propagace, úzká spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem, spolupráce s agenturou CzechTourism
- Využití moderních technologií (internet)
- Tvorba atraktivního destinačního managementu a nových zajímavých aktivit

11. Rostoucí zájem o wellness pobyty (možnosti rozšíření balíčků služeb o bylinkové koupele, apod.)

12. Atraktivita kraje v oblasti legislativy (snaha o vytvoření norem, které mohou zlepšit podmínky pro venkovský cestovní ruch – úprava rybářských lístků, využití honiteb, apod.)

13. Podpora zážitkové turistiky

14. Stimulace nabídky cestovního ruchu z hlediska kvality (kvalita produktů a kvalita lidských zdrojů)

15. Aktivní činnost Jihočeské centrály cestovního ruchu¹⁴

FAKTORY ŠKODLIVÉ K DOSAŽENÍ CÍLE

VNITŘNÍ PŮVOD (atributy kraje)

○ **slabé stránky**

1. Stagnace či trend klesání poměru zaměstnanců ve službách
2. Absence monitorovacího a hodnotícího systému inovační kapacity kraje¹⁵ – benchmarking¹⁶
3. Dopravní infrastruktura
 - Chybějící napojení na dálniční síť a železniční koridor

¹⁴ více viz kapitola 5.1.3. Činnost Jihočeské centrály cestovního ruchu

¹⁵ Zdroj: Regionální a rozvojová agentura jižních Čech

¹⁶ Benchmarking je nepřetržitý a systematický proces porovnávání a měření produktů, procesů a metod vlastní organizace s těmi, kdo byli uznáni jako vhodní pro toto měření, za účelem definovat cíle zlepšování vlastních aktivit. [9]

- Nedostatečná technická kvalita komunikací
- Nedostatečný systém dopravního značení
- Špatný stav okolních přístupových komunikací

4. Marketing v cestovním ruchu

- Nedostatečná propagace
- Neschopnost vytvářet unikátní atraktivitu, kterými se může region odlišit

5. Neudržované plochy v okolí komunikací

6. Špatný stav některých technických a kulturně-historických památek (návštěva památek je oblíbenou doplňkovou činností při venkovské turistice, proto je podstatné napravit tento atribut)

7. Slabá schopnost propagace produktů cestovního ruchu podnikateli

8. Nedostatečná spolupráce mezi jednotlivými zainteresovanými subjekty navzájem

VNĚJŠÍ PŮVOD (atributy prostředí)

○ **hrozby**

1. Zvyšování daňové zátěže u nepřímých daní
2. Stagnace kvality nabídky cestovního ruchu (tj. nabízené produkty a služby)
3. Omezení investic do infrastruktury
4. Rostoucí podíl jednodenních návštěv
5. Nedostatečná ochrana atraktivit
6. Omezování rozpočtu na podporu a propagaci cestovního ruchu
7. Nedostatečná ochrana přírodních zdrojů, historického a kulturního dědictví

5.1.1. Jezdecké stezky

Jihočeský kraj dal první impuls pro vybudování jednotného projektu hippoturistiky. Poté se tento trend rozšířil i v ostatních krajích České republiky.

Pro přehled o síti jezdeckých stezek a informování zájemců o hippoturistiku, vznikl informační web Turistika na koni. Tento web je přehledem zejména jihočeských stezek a stanic. Mezi stanice na jezdeckých stezkách patří i některé farmy vybrané pro vlastní výzkum: Borovanský mlýn, Farma Malenice a Ranč U Starého kance Hoslovice.

Informační stránky „Turistika na koni“ jsou jedním z výstupů následujících programů:

Projekt **Turistika na koni** byl financován Evropskou unií a Jihočeským krajem ze Společného regionálního operačního programu (SROP) – Grantové schéma 4.1.2. na podporu regionálních a místních služeb cestovního ruchu v Jihočeském kraji pro veřejné subjekty v letech 2005-2006.

Projekt **Turistika na koni, rozvoj atraktivní novinky v oblasti cestovního ruchu v Jihočeském kraji** získal finance od Evropské unie a Jihočeského kraje z programu INTERREG III v letech 2006 – 2008. [38]

Součástí dalšího rozvoje je také pořádání různých vzdělávacích programů a seminářů.

Např. seminář „Rozvoj hipoturistiky v Jihočeském kraji“, který se konal 18.8.2011 v prostorách Jízdárny Zámku Skalice, obec Bohumilice. Semináře se účastnili kvalifikovaní a fundovaní lektoři. Seminář byl pořádán ministerstvem zemědělství ČR a Agenturou pro zemědělství a venkov Prachatice v souladu s ročním prováděcím plánem Celostátní sítě pro venkov na rok 2011 pro Jihočeský kraj. Projekt byl spolufinancován z Evropské Unie a Jihočeského kraje.[54]

5.1.2. Síť cyklotras

V žádném jiném českém kraji není tak hustá a dlouhá síť cyklistických stezek a tras jako právě v jižních Čechách. V polovině září 2010 bylo v Jihočeském kraji vyznačeno celkem 4800 kilometrů cyklistických tras a stezek. [61]

V Jihočeském kraji byla vybudována síť páteřních tras převážně po tocích velkých řek s propojením turisticky významných míst a současně respektováním alespoň základního členění dálkových tahů na směry severojižní a západovýchodní. Nadací

Jihočeské cyklostezky jsou představovány pilotní projekty Otavské (přes 150 km) a Vltavské cyklocesty (přes 285 km) a dále Lužnice Nežárka, která je v přípravě. [60] O atraktivitě regionu pro turisty vypovídá i značka „Cyklisté vítáni“. Mezi hotely, penziony a restauracemi zvýrazňuje tato značka ty, kteří mohou splnit specifické potřeby turistů a cykloturistů. V roce 2010 tuto značku vlastnilo 950 zařízení v České republice. A v Jihočeském kraji najdeme některá z těchto zařízení.¹⁷

V souvislosti s cyklostezkami je třeba zmínit Nadaci Jihočeské cyklostezky (NJC), která je nevládní neziskovou organizací založenou na jaře 2004. Cílem nadace je koordinace a podpora cyklistiky v Jihočeském kraji. Zřizovateli NJC jsou Jihočeský kraj, Jihočeská centrála cestovního ruchu, ČSAD JIHOTRANS a.s. a města Jihočeského kraje. [62]

5.1.3. Činnost Jihočeské centrály cestovního ruchu

Koncepce činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu, vychází především ze Strategie cestovního ruchu v Jihočeském kraji na roky 2009 – 2013.

Koordinace aktivit

- komunikace a spolupráce s městy, mikroregiony, Krajským úřadem Jihočeského kraje, s turistickými infocentry a podnikateli v oblasti cestovního ruchu;
- vytváření „Poradní skupinu“.

Produkty

- na základě zjištěného turistického potenciálu jsou vytvořeny tematické okruhy vhodné pro tvorbu produktů cestovního ruchu. Produkty pokrývají celé území jižních Čech a přilehlé oblasti. Na tvorbě produktů se podílejí infocentra, podnikatelé a další zainteresované subjekty;
- podpora vybraných produktů vytvořených městy či podnikateli, informování o nich a pomoc s jejich distribucí.

Propagace

- prodej propagačních materiálů zaměřených na služby a produkty cestovního ruchu;
- prezentace oblasti JČ na vybraných domácích výstavách a veletrzích se

¹⁷ Zdroj: COT Business, květen 2011

zaměřením na cestovní ruch;

- příprava prezentací na výstavách ve spolupráci s městy a podnikatelskou sférou;
- prezentace Jihočeského kraje jako celku;
- provoz Informačního systému cestovního ruchu Jihočeského kraje na adrese www.jiznicechy.cz. Cílem informačního systému je informovat potenciální turisty o JČ, usnadnit práci pracovníkům v oblasti cestovního ruchu. [55]

Informační systém nabízí široké množství aktivit v Jihočeském kraji. Mezi nabízené aktivity patří i Agroturistika a Rodinná dovolená na venkově a speciální odkaz pro cestování s dětmi – Baby Friendly Region. [57]

Autorka bakalářské práce však za **negativní** považuje **minimální propagaci agroturistiky**. Webový server v základní nabídce preferuje zejména kongresovou turistiku. Po zadání pojmu „agroturistika“ do vyhledávače, jsou zákazníkovi nabídnuty 3 varianty, z kterých může vybírat: „Rodinná dovolená“, „Agroturistika, jezdecké oddíly“ a „Ubytování Lipno“. V případě volby rodinné dovolené nabízí web poutavé vyprávění o přednostech jižních Čech v oblasti venkovské turistiky a nabízí odkaz pro cestování s dětmi, kde však jen velmi obtížně lze nalézt aktivity spojené s venkovskou turistikou. Co se týká odkazu „Agroturistika“, zde zákazník nalezne jen pár jízdáren.

Za **pozitivní** považuje autorka bakalářské práce projekt **„Další vzdělávání v oborech cestovní ruch a venkovská turistika, osobnostní rozvoj a manažerské dovednosti“**.

Tento projekt je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu České republiky. „ bude vytvořeno a pilotně ověřeno 8 vzdělávacích modulů dalšího vzdělávání (viz informační leták) včetně studijních opor (učebnice, e-learning) s využitím flexibilní modulové struktury vzdělávání a kombinace prezenční a e-learningové formy výuky. Tento vzdělávací projekt je otevřen pro zhruba 160 osob. V rámci projektu probíhá od února do května 2012 studium vzdělávacích programů: Technika cestovního ruchu, Marketing cestovního ruchu (součástí je bezplatná zahraniční dvoudenní exkurze), Udržitelná venkovská turistika (součástí je bezplatná jednodenní regionální exkurze), Péče o hosty a plánování akcí, Prezentační a komunikační dovednosti, Timemanagement, Projektový management I. a Projektový management II. [58]

5.1.4. VYUŽITÍ METODY PÁROVÉHO SROVNÁVÁNÍ PRO JIHOČESKÝ KRAJ

Autorka bakalářské práce vybrala prioritní body SWOT analýzy a pomocí párového srovnávání sumarizuje získané výsledky, díky nimž je možné zvolit vhodnou strategii pro další rozvoj Jihočeského kraje v oblasti agroturistiky.

Silné stránky:

1. Přírodní bohatství (atraktivní venkovská krajina, vodní plochy, vysoká kvalita životního prostředí)
2. Tradice lidových řemesel, zvyků a kultury
3. Podmínky pro cykloturistiku, hippoturistiku, rekreační plavby

Slabé stránky:

4. Marketing v cestovním ruchu
5. Dopravní infrastruktura

Příležitosti:

6. Existence zemědělských subjektů s potenciálem pro agroturistiku
7. Rozvoj marketingu cestovního ruchu (zlepšení propagace)

Ohrožení:

8. Omezování rozpočtu na podporu a propagaci cestovního ruchu
9. Dlouhotrvající krize, zvyšování daňové zátěže u nepřímých daní

Obrázek č.5 Fullerův trojúhelník pro agroturistiku v Jihočeském kraji

<u>1</u>	1	1	<u>1</u>	1	1	1	<u>1</u>
2	<u>3</u>	<u>4</u>	5	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	9
	2	2	<u>2</u>	2	2	2	<u>2</u>
	<u>3</u>	<u>4</u>	5	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	9
		<u>3</u>	<u>3</u>	3	3	3	<u>3</u>
		4	5	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	9
			<u>4</u>	<u>4</u>	4	<u>4</u>	<u>4</u>
			5	6	<u>7</u>	8	9
				5	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>5</u>
				<u>6</u>	7	8	9
					<u>6</u>	6	<u>6</u>
					7	<u>8</u>	9
						<u>7</u>	<u>7</u>
						8	9
							<u>8</u>
							9

Zdroj: vlastní

Prostřednictvím párového srovnávání byla zvolena jako ideální strategie SO (strategie „Využití“), která je strategií využívající silných stránek ke zhodnocení příležitostí objevujících se ve vnějším prostředí. Jihočeský kraj je tedy turistický region s příznivým rozvojem.

Mezi silné stránky Jihočeského kraje patří přírodní bohatství, kulturní dědictví a podmínky pro cykloturistiku, hippoturistiku a rekreační plavby. Turistický region by měl tyto silné stránky dále rozvíjet.

5.2. SWOT analýza Jihomoravského kraje

Ze sběru sekundárních dat vyplynulo, že Jihomoravský kraj disponuje vysokým počtem zemědělských subjektů (3 448), cestovnímu ruchu se věnuje 67 z nich.

Následující SWOT analýza je převzata z Programu rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2007 – 2013 a doplněna informacemi získanými z vlastního výzkumu a sběrem sekundárních dat.

FAKTORY POMOCNÉ K DOSAŽENÍ CÍLE

VNITŘNÍ PŮVOD (atributy kraje)

○ silné stránky

1. Velmi dobrá dostupnost různými typy dopravy
2. Geografická poloha
3. Přírodní bohatství:
 - Pestrost krajinných typů a kvalita přírodních hodnot území
 - Velké množství vodních ploch
 - Množství chráněných území, přírodních parků, národních přírodních památek apod.
 - Do Jihomoravského kraje zasahuje území celosvětového významu, které je řazeno do sítě biosférických rezervací UNESCO (Bílé Karpaty, Dolní Morava)
4. Kulturní dědictví
 - Tradice vinařství a vinařské turistiky
 - Zachovaný folklor a folklorní slavnosti v některých částech kraje (např. Slovácko)
 - Atraktivní tematicky specifické památky (např. církevní, židovské, moderní památky)
5. Dobrá image regionu (související např. s pohostinností a folklorem)
6. Výborné podmínky a relativně rozvinutá infrastruktura pro cykloturistiku
7. Hustá a udržovaná síť turistických tras

VNĚJŠÍ PŮVOD (atributy prostředí)

○ **příležitosti**

1. Obecně rostoucí zájem o šetrné formy cestovního ruchu
2. Členství v MAS a dalších organizací, vzájemná kooperace
3. Bohaté externí zdroje pro financování projektů – možnost využití programů podpory pro další rozvoj¹⁸
4. Další rozvoj spolupráce při rozvoji cestovního ruchu s ostatními moravskými kraji
5. Rozvoj spolupráce se sousedními zahraničními regiony
6. Růst zájmu o zdravý životní styl, wellness pobyty (možnost rozšířit balíčky služeb o bylinkové koupele, masáže, atd.)
7. Vznik nových a rozvoj existujících kulturních tradic
8. Rozvoj netradičních atrakcí spojených s poznáváním regionálních a místních specifik
9. Existence zemědělských subjektů s potenciálem pro agroturistiku¹⁹
10. Předpoklady pro rozvoj cykloturistiky
11. Další rozvoj koňských farem
12. Další rozvoj vinařské turistiky, vinobraní, vinařských stezek
13. Tvorba mimosezónních akcí ve venkovské turistice
14. Podpora zážitkové turistiky
15. Aktivní činnost centrály cestovního ruchu Jihomoravského kraje
16. Stimulace nabídky cestovního ruchu z hlediska kvality (kvalita produktů a kvalita lidských zdrojů)

¹⁸ Viz 2.6. Podpora a dotace pro agroturistiku

¹⁹ Viz 4.1. Komparace krajů z hlediska možností cestovního ruchu u zemědělských subjektů, tabulka č.8

FAKTORY ŠKODLIVÉ K DOSAŽENÍ CÍLE

VNITŘNÍ PŮVOD (*atributy kraje*)

○ **slabé stránky**

1. Velmi krátká průměrná doba pobytu návštěvníků
2. Vysoká míra sezónnosti cestovního ruchu
3. Kapacitně a kvalitativně nedostatečná doplňková infrastruktura a služby cestovního ruchu a jejich kvalita
4. Nedostatečná nabídka tematických produktů a programů
5. Nedostatečná informovanost o turistickém potenciálu kraje, zejména navenek
6. Slabá spolupráce veřejného a podnikatelského sektoru mezi sebou navzájem
7. Špatný technický stav řady atraktivit (kulturních a historických památek)
8. Zanedbaný stav některých vodních ploch potenciálně využitelných k rekreaci
9. Intenzivní zemědělství a s tím související horší prostupnost krajiny

VNĚJŠÍ PŮVOD (*atributy prostředí*)

○ **hrozby**

1. Zvyšování daňové zátěže u nepřímých daní
2. Nedostatečná spolupráce s okolními kraji a příhraniční spolupráce s okolními destinacemi (Rakousko, Slovensko)
3. Nízká absorpční kapacita pro využití prostředků z fondů
4. Podpora málo přínosných projektů v cestovním ruchu
5. Nedostatek balíčků služeb
6. Nadměrné zatížení přírodně cenných lokalit s vysokou koncentrací cestovního ruchu vedoucí ke snížení atraktivity těchto lokalit
7. Rostoucí podíl jednodenních návštěv
8. Nedostatečná ochrana atraktivit
9. Omezování rozpočtu na podporu a propagaci cestovního ruchu
10. Nedostatečná ochrana přírodních zdrojů, historického a kulturního dědictví

5.2.1. VYUŽITÍ METODY PÁROVÉHO SROVNÁVÁNÍ PRO JIHMORAVSKÝ KRAJ

Pro volbu vhodné strategie pro další rozvoj Jihomoravského kraje vybrala autorka bakalářské práce prioritní body SWOT analýzy a pomocí párového srovnávání sumarizuje získané výsledky.

Silné stránky:

1. Přírodní bohatství (pestrost krajinných typů, velké množství vodních ploch, množství chráněných území, přírodních parků a národních přírodních památek)
2. Kulturní dědictví (tradice vinařství a vinařské turistiky, zachovaný folklor a folklorní slavnosti, atraktivní tematicky specifické památky)
3. Dobrá image regionu (související např. s pohostinností a folklorem)

Slabé stránky:

4. Velmi krátká průměrná doba pobytu návštěvníka
5. Slabá spolupráce veřejného a podnikatelského sektoru mezi sebou navzájem

Příležitosti:

6. Bohaté externí zdroje pro financování projektů – možnost využití programů podpory pro další rozvoj
7. Existence zemědělských subjektů s potenciálem pro agroturistiku

Ohrožení:

8. Nízká absorpční kapacita pro využití prostředků z fondů
9. Nedostatečná ochrana přírodních zdrojů, historického a kulturního dědictví

Obrázek č.6 Fullerův trojúhelník pro agroturistiku v Jihomoravském kraji

1	<u>1</u>	1	<u>1</u>	1	1	1	1
<u>2</u>	3	<u>4</u>	5	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>
	<u>2</u>	2	2	<u>2</u>	2	<u>2</u>	<u>2</u>
	3	<u>4</u>	<u>5</u>	6	<u>7</u>	8	9
		3	<u>3</u>	<u>3</u>	3	<u>3</u>	3
		<u>4</u>	5	6	<u>7</u>	8	<u>9</u>
			<u>4</u>	4	4	4	4
			5	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>
				5	5	<u>5</u>	5
				<u>6</u>	<u>7</u>	8	<u>9</u>
					6	<u>6</u>	6
					<u>7</u>	8	<u>9</u>
						<u>7</u>	7
						8	<u>9</u>
							8
							<u>9</u>

Zdroj: vlastní

Na základě zhodnocení faktorů ovlivňující regionální rozvoj v oblasti agroturistiky byla určena strategie SO (strategie „Využití“). Jihomoravský kraj má silný potenciál v rozvoji venkovské turistiky zejména díky kulturnímu dědictví (folklor, folklorní slavnosti, pohostinnost) a také díky tradici vinařství a rozvoji vinařských stezek. Měl by brát v potaz také poměrně velký podíl hrozeb, které plynou zejména z nedostatečné údržby přírodních zdrojů historického a kulturního dědictví, nízké absorpční kapacity pro využití prostředků z fondů. Dále je vhodné zvážit dopady intenzivního zemědělství.

Vyhodnocení hypotéz

Pro potřeby bakalářské práce byly stanoveny 3 hypotézy.

Hypotéza č.1 vztahující se k zájmu domácích turistů o nabídku agroturistických farem byla vlastním výzkumem **potvrzena**.

Hypotéza č.2 označila Jihočeský kraj jako turistický region, která má rozsáhlejší nabídku agroturistiky než kraj Jihomoravský. Na základě vyhodnocení sekundárních dat byla tato hypotéza také **potvrzena**.

Hypotéza č.3: „V Jihočeském kraji existují možnosti pro rozvoj agroturistiky“ byla **potvrzena** z výstupů SWOT analýzy a definováním příležitostí v tomto turistickém regionu.

6. Příklad dobré praxe mimo zájmové území

Pro získání dalších praktických zkušeností z oblasti agroturistiky se autorka bakalářské práce zúčastnila dvoudenního workshopu „Hrajeme s trumfy, které máme“. Tento motivační workshop se konal ve středočeské farmě Ztracence a byl pořádán v rámci projektu Prázdniny na venkově.

Workshop zahrnoval teoretickou a praktickou část, ve které měli začínající podnikatelé ve venkovské turistice možnost pod vedením zkušených odborníků pracovat na svých propagačních letácích, informačních tabulích či prohlídkových trasách.

Součástí dvoudenního pobytu byly zajímavé přednášky o marketingu, které vedla paní Dana Říhová a dále přednášky o interpretaci vedené Ing. Ladislavem Ptáčkem.

Při kurzu byla přítomna mj. také managerka projektu Bc. Zdenka Nosková a předsedkyně Svazu venkovské turistiky Ing. Dana Pelejová, která podniká ve venkovské turistice v Penzionu Keramika v obci Děbolín u Jindřichova Hradce.

FARMA ZTRACENKA

Název objektu: Farma Ztracenka

Lokalita: Poříčí nad Sázavou, Čerčany

Ubytování: Ubytování na farmě v čtyřlůžkových pokojích s různou tematikou (pokoje: Do lesa, U rybníčku, Toskánsko, Motýlí, apod.).

Poskytované služby: Ubytování, stravování, vyzkoušení práce na farmě (sušení sena, sběr malin a výroba domácí marmelády, škulání husy, pastva s kozou, špejlování jitrnic apod.), seznámení se zvířaty (oslík, koza, prasata, krávy, husy, ovce, pes), pořádání různých akcí (např. Velikonoční tvoření pro maminky, babičky i děti). [52]

Informace získané vlastním výzkumem

A) Informace vztahující se k podnikatelskému subjektu

Členství v organizaci, svazu či místní akční skupině: Není členem, ale spolupracuje s projektem Prázdniny na venkově.

Čerpání dotací na provoz podnikatelské činnosti: Nečerpá žádné dotace.

Prodej vlastních výrobků: Vejce, ovocné marmelády, kompoty.

B) Informace vztahující se k zákazníkům

Délka pobytu: Převážně víkendové pobyty.

Docházková vzdálenost: Převážně z větších měst.

Segmentace zákazníků: Skupiny přátel ve věku 25 – 50 let, rodiny s dětmi.

Zpětná vazba od zákazníků: Lidé přijíždí jako jednotlivci a vrací se skupinou, doporučují dalším.

Obrázek č. 7 Farma Ztracenka



Zdroj: vlastní

Obrázek č.8 Označení dveří farmy v rámci workshopu



Zdroj: vlastní

7. Návrhová část

7.1. Světové trendy v oblasti agroturistiky

Agroturistika má své počátky již v dobách před druhou světovou válkou. Jednalo se o rekreační místa v zemědělském prostředí, kam si lidé jezdili odpočinout. V té době nebyly vyžadovány nějaké specifické aktivity doplňující pobyt na farmě.

Trh cestovního ruchu je v současnosti silně vázán na poptávku. V konkurenčním prostředí je tedy třeba vytvářet zajímavé a jedinečné produkty, které upoutají. V důsledku tohoto zjištění najdeme ve světě rarity typu: největší krokodýlí farma v Bangkoku (žije zde přes 100 000 krokodýlů) nebo největší ranč na světě v Texasu (má 825 000 akrů).

Dále např. beauty farmy specializující se na **regeneraci a wellness** (tento trend se začíná rozšiřovat i po celé Evropě), safari parky, lesní včelíny, býčí chov, chovy jelenů, organizování pobytů v prostředí s divokými zvířaty, nebo farmy specializující se zejména na děti (tyto farmy často svou činnost orientují jen na několikahodinové návštěvy, nepreferují pobyty spojené s přenocováním).

V posledních letech se také velmi rozšířil **trend farem zaměřených na výrobu sýra a mléčných výrobků**. Jedná se např. o farmy v Itálii, které se specializují na výrobu sýra z buvolího mléka, farmy ve Francii zaměřené na chov koz a výrobu kozích a ovčích sýrů.

Svůj význam mají také agroturistické **farmy s restaurací, která se specializuje na národní kuchyni**. Pro příklad lze uvést farmu v Litvě, kde se rozhodl restauraci otevřít farmář, který do té doby veškerou svou činnost podřizoval farmaření. Odlišení od ostatních farem spočívá v litevském charakteru pokrmů. Podávají se zde pokrmy jako čen akai (dušená zelenina s mletým masem a kořením), vedarai (klobásy plněné bramborovou kaší, slaninou a kořením), blynai (litevské placky plněné masem) apod.

Agroturistika se začíná využívat také v souvislosti se **zdravotnictvím a terapiemi**. Kumys farma ve střední Asii se orientuje na léčbu formou kumys terapie. Kumys je nápoj vyrobený z kvašeného mléka klisny. Tento nápoj byl znám již v období 500 let př.n.l.

Jak vyplynulo ze zkušeností ve světě, jen málo subjektů se specializuje čistě na agroturistiku. Většinou kombinují turistiku s nějakou další aktivitou.

7.2. Vlastní návrhy

Ze sběru sekundárních dat a vlastního výzkumu vyplynulo několik zajímavých závěrů, na kterých je možné v budoucnu pracovat.

Autorka bakalářské práce považuje za nepodstatnější následující tři body

- 1. Segmentace zákazníků**
- 2. Orientace na nabídku aktivit, které zákazníky přilákají**
- 3. Tvorba prvku „jedinečnosti“ farmy**

7.2.1. Segmentace zákazníků

Při vyhodnocování získaných informací (prostřednictvím dotazníkového šetření, přímého dotazování podnikatelů i četbě literatury) bylo zjištěno pořadí tří nejčastějších segmentů návštěvníků

- 1. Rodiny s dětmi**
- 2. Mladí lidé**
- 3. Senioři**
4. Jiné (např. firemní akce)

Autorka bakalářská práce se domnívá, že není účelem podnikání soustředit se na celý trh, naopak se zdá být zajímavým podnikatelský záměr, který se bude orientovat na jeden nebo dva segmenty a díky tomu bude lépe specifikovat potřeby a přání.

V případě rodin s dětmi je potřebné soustředit se hlavně na děti, zabavit jejich pozornost a zejména jim představit zajímavosti venkovského života a zemědělského prostředí. Současná doba spojená s vývojem techniky (zejména počítače a počítačové hry) příliš nepřeje vývoji dítěte a časté sledování televize jistým způsobem omezuje jeho fantazii.

Mnohé farmy nabízejí široké spektrum služeb – děti si mohou hrát se zvířaty, jezdit na ponících, konících nebo také vyzkoušet draní peří hus. Tyto aktivity je možné však doplnit i o hry – tj. hrát kuličky, skákat přes švihadlo, hry s míčem a na slepou bábu,

nebo maňáskové a loutkové divadlo apod. Zajímavé jsou také tvořivé dílny, jejichž součástí by byla i „sezónní tvorba“ - tj. tvorba pomlázek, vyfukování vajíček, malování kraslic, tvorba adventních věnců, apod. Této tvorbě se již dnes některé farmy úspěšně věnují.

Zážitková turistika je velkým trendem v cestovním ruchu. Farmáři mohou dětem připravit zážitek ve večerních hodinách – a to např. formou stezky odvahy, při které mohou potkat různá zdejší strašidla; večerní společné čtení „knížek z půdy“ (tj. staré knížky pohádek, příběhů, které navodí v dětech pocity, které prožívali při četbě jejich rodiče, kteří si tím své pocity zopakují) nebo je možné připravit obyčejnou „černou hodinku“, kdy se při svíčke vyprávějí různé příběhy.

Záleží také na tom, jaké preference má rodina – zda si chce užít nerušený klid a pohodu či zda stojí o společnost farmáře a zda je farmář dobrým vypravěčem a společníkem. Pokud ano, mohou být např. zajímavé večery, kdy farmář vypráví o historii obce nebo chalupy, v které jsou ubytováni. Velmi poutavé jsou staré mlýny, které můžeme vidat mezi objekty, co již nabízí agroturistiku. Vyprávění o starém mlýnu může být navíc doplněno o různé báchorky spojené s postavou vodníka, víl, apod.

Významným posláním agroturistických farem je posílení vztahu dětí k přírodě, zvířatům a podpoření jejich vlastní fantazie.

Pro segment mladých lidí preferuje autorka vinařskou turistiku, učení jízdy na koni, různé workshopy spojené např. s předáním na kolovrátku nebo naučením různých zajímavých receptů.

Pro seniory preference různých masáží (i to se v nabídce podnikatelů v agroturistice dnes objevuje), výletů po okolí a společných večerů. Opět záleží na typu osobností, někteří velmi rádi uvítají přítomnost farmáře a společná vyprávění.

7.2.2. Orientace na nabídku aktivit, které zákazníci přilákají

Jako součást vlastního výzkumu měli respondenti vybrat aktivity, které v průběhu pobytu na farmě využily a které je lákají v budoucnu využít.

Návrhová část se věnuje aktivitám, které by zákazníci rádi využili. Nejčastější odpovědi jsou uvedeny níže:

1. **Gastronomické zážitky**
2. **Nákup bioproduktů**
3. **Hudební večery**
4. **Jízda na koni**
5. **Turistika**

Gastronomie je důležitou součástí cestovního ruchu a také agroturistiky. Tato aktivita je velmi podporována různými asociacemi a sdruženími. Není však příliš mnoho organizací, které by se věnovali přímo vesnické gastronomii.

Pozitivním faktorem je i finanční podpora Koncepce státní politiky cestovního ruchu 2007 – 2013. Konkrétně se jedná o podporu speciálně zaměřených produktů – cesty vína a pivní turistika.

Z dlouhodobých zkušeností ze světa vyplývá, že lidé mají zájem o regionální produkty a pokrmy (viz Litevská agrofarma uvedená v kapitole 7.1.). Autorka bakalářské práce navrhuje podnikalům v agroturistice, aby se po vzoru úspěšných farem soustředili nejen na českou kuchyni, ale také na regionální produkty (valašské frgály, cmunda, jihočeský kapr, škvarkové knedlíky, chalupářská maková bábovka, guláš s kančího masa, kapr na modro po staročesku, apod.) Zajímavé je zapátrat po historii regionu a vybrat něco ze staré kuchařky a vytvořit i originální jídelní lístek s nádechem historie.

Nákup bioproduktů získává na oblibě. Velmi jej preferují zejména maminky malých dětí. Možným návrhem je žádost o certifikaci BIO.

Hudební večery, jak vyplynulo z vlastního výzkumu, mělo možnost v průběhu pobytu využít 6% respondentů, ale rádo by jí využilo 36% respondentů. Zde je možné hudební večer spojit s gastronomickým zážitkem, např. degustace vín za zvuku místní cimbálovky. Pro děti a mladé lidi to může být táborák, kdy se při opékání brambor u ohně hraje na kytaru a zpívá. Nebo se mohou učit hrát na foukací harmoniku, píšťalu, apod. a sami si uzpůsobit večerní program. Pro mladé lidi i seniory pak večery v místní hospůdce (nebo na farmě), při kterých příjemnou vesnickou atmosféru navodí heligonkář.

Dalšími zajímavými hudebními nástroji, které mají v České republice svou historii, jsou např. dudy lidové (české nebo moravské), dudy historické (moldánky-čtyřhlasé dudy,

středověké dudy, královské dudy), zobcové flétny nebo středověký cimbálek.

U **jízdy na koni** se setkáváme s širokými možnostmi v nabídkách – jízda na různých typech koní, nebo na poníkovi, v kočáře, letní koňské tábory, stavby hiposteze, jezdeckých stanic, velké množství propagačních materiálů a webových stránek, atd. Hippoturistika má velký význam, je podporována Klubem českých turistů a jsou pro ni vytvořena i různá opatření v rámci Koncepce.

Autorka navrhuje vzhledem k trendům terapií ve světě, soustředit se také na hipoterapie.

Turistika je velmi oblíbenou aktivitou. Atraktivitu farmy určuje mj. také lokalita, v které se farma nachází a její blízké okolí. Velká část farem na svém webu uvádí informace o atraktivitách v jejich blízkosti. Jedná se o cyklostezky, kulturní památky, přírodní atraktivity, atd.

Turistiku formou individuálních výletů po okolí lze oživit prohlídkou vsi (samoty) se „starým rodákem“, tj. lidé v důchodu, kteří jsou kamarády farmáře a kteří znají minulost lokality z vlastní zkušenosti a z příběhů svých babiček a umějí poutavě vyprávět. Díky těmto „průvodcovským okruhům“ zákazník získá bližší vztah k danému místu a bude na něj mít více vzpomínek. Účelem interpretace průvodce je přinést zákazníkovi zážitek, emoce. Bude-li výklad doplněn i nějakými pěknými vystoupeními (např. zpívání místních písní, scénky „vystřižené“ z místní historie, apod.), spokojenost zákazníka bude ještě umocněna.

7.2.3. Tvorba prvku „jedinečnosti“ farmy

Podnikatelské subjekty by měly své podnikání založit na „jedinečnosti“, tj. specializovat se např. na regionální pokrmy, zvyky, tradice, literaturu, apod. Vytvořit mimo dalších zajímavých služeb jakoukoliv hlavní atraktivitu, tedy hlavní cíl, díky kterému budou lidé toto místo navštěvovat.

Pro inspiraci lze uvést některé farmy v České republice:

1. Farma Chýnov (Táborsko): Tato farma je zaměřena na chov velbloudů. Lidé zde mohou jezdit na velbloudech nebo mohou pobýt v jurtě (tj. stan, který je tradičním obydlím kočovných kmenů Asie) [66]
2. Farma Branišov: Chov skotského náhorního skotu (tzv. Highland cattle) [67]

3. Borovanský mlýn: Pohádkově laděné pobyty [42]
4. Farma Alpaka: Chov lam alpak [41]
5. Farma Bolka Polívky: Hlavní prioritou je osobnost populárního herce a baviče a prodej produktů spojených s jeho jménem (Bolkovo víno, Bolkovica...) [49]
6. Jáňův Dvůr: Stará zemědělská usedlost ve vinařské vesnici na hranici s Rakouskem. A jejich nabídku výstižně popisuje jedna z vtipných vět, které uvádí na svém webu: *“Jáňův dvůr je místo na konci světa, kde Vás ráno probudí zvony kostela, mečení kozy a nebo nic, jak budete tvrdě spát po příjemném večeru - noci ve vinném sklípku.”* [51]
7. Smolův mlýn: Atmosféra klidné samoty u lesa [50]

V posledních letech lze sledovat značný rozvoj kozích farem, které vyrábí také vlastní produkty z kozího mléka: Kozí farma Březí (Jihočeský kraj), Kozí farma St. Pierre (Středočeský kraj), Kozí farma Ekokoza (Vysočina), apod.

Za pozitivní lze považovat také rozvoj ekoturistiky a rostoucí počet ekologických farem: Ekofarma Arnika (Horní Slavkov), Ekofarma Babiny (v CHKO České středohoří), Ekofarma u Macků (CHKO Bílé Karpaty), Ekofarma u Kotyků (Krkonoše), atd.

Pro využití některého z nápadů, sestavila autorka bakalářské práce přibližné kalkulace.

Chov velblouda

Pořizovací cena: cca 123 000 Kč, samci se dají sehnat i levněji

Strava velblouda: Měsíčně 200 – 2 000 Kč (seno, tráva, tvrdé pečivo, ovoce, zelenina).

Důležitý je solný liz s obsahem selenu. [73]

Velikost pozemku: Výběh pro skupinu velbloudů nesmí být menší než 300 metrů čtverečních. Pro každé další zvíře pak o 50 metrů čtverečních navíc. (Zde je možné využít i vlastní zahradu. Obecně se cena pozemku pohybuje kolem 150 – 500 Kč/metr čtvereční. Pro příklad lze uvést např. zahradu v obci Smilovy Dvory, kde zahrada o velikosti 2351 metrů čtverečních stojí 380 000 Kč, tj. potřebných 300 metrů by vyšlo cca na 48 000). [74]

Ustájení: Dřevěný přístřešek (200 – 5 000 Kč)

Náročnost na chov: Jednodušší než chov koně. [73]

Obrázek č.9 Velbloud jako součást venkovského cestovního ruchu v České republice



Zdroj: Portál Kudy z nudy

Chov skotského skotu (Highland cattle)

Stručný popis: Highland Cattle - Skotský náhorní skot patří mezi extenzivní masná plemena. Původ se odvozuje od keltského dobytka oblasti severozápadní Skotské vysočiny. Toto plemeno dnes můžeme nazvat genovou rezervou. Nebylo totiž vystaveno moderním selekčním postupům a v nezměněné formě se chová již od 18. století. Tvrdé horské podmínky, skromná pastva a celoroční volný pohyb v přírodě ovlivnily konstituci a zdraví těchto zvířat. Zvláště ceněná je vysoká odolnost, otužilost a nenáročnost. [75]

Pořizovací cena: 18 000 – 25 000 Kč [76]

Strava: Minimální náklady. Stačí přirozená plemenitba. V případě sněhu – sláma, seno a senáž.

Velikost pozemku: Při správném dodržení zásady 1ks skotu = 1ha lze Skotský náhorní skot chovat většinu roku bez přikrmování. Skotský skot je možno chovat celoročně na pastvině a ani v drsných horských podmínkách nejsou zapotřebí žádné zemědělské stavby pro ustájení. Ve své domovině je skot běžně chován v lokalitách s 2000 mm

srážek a teplotami až -40 stupňů Celsia. Cena za pozemek se pohybuje cca 16 000 – 50 000 Kč. [75]

Obrázek č.10 Highland cattle



Zdroj: vlastní

Chov lam alpak

Stručný popis: Lama Pacos, neboli lama alpaka je domestikovaná lama. Lama alpaka je chována především kvůli produkci velmi kvalitní vlny. Alpaku najdeme od Ekvádoru až po jezero Poopo v Bolívii. Několik málo kusů je i v Chile a v Argentině. Chov je úspěšný i v jiných zemích, v USA, v Austrálii, v Evropě. [82]

Pořizovací cena: cca 20 000 Kč [78]

Strava: Minimální náklady. Stravování vojtěškou, trávou a jetelovinami – upřednostňuje byliny před travinami.

Velikost pozemku: Na výběh postačuje 150 m², kde lze chovat až tři alpaky, přičemž na každou se navyšuje prostor o 30 m², k tomu se doporučuje mít pastvinu o ploše 1000

m². Spokojí se však i s větší zahradou, která ale respektuje jejich požadavky, především na oddělený chov samců a samic. Také je nezbytné pro ně připravit přístřešek o velikosti min. 2 m² na jedno zvíře. [83]

Obrázek č.11 Skupina lam alpak



Zdroj: Portál Lama Alpaka

Starý mlýn

Pořizovací cena: 500 000 – 2 000 000 Kč

Zde je podstatné aby podnikatel měl čas a finanční prostředky na obnovu mlýna a umožnění jeho provozu. Různé staré mlýny je možné koupit prostřednictvím realitních kanceláří. Nebo je možnost pořídit si zemědělskou nemovitost (usedlosti, venkovské domy, hájovny, atp.) prostřednictvím internetových stránek zemědělských nemovitostí. [84]

Další návrhy

Některé nápady jsou však založeny na minimálních nákladech. Zajímavé může být hledání v kronikách, starých kuchařkách, vyprávění „starousedlíků“ a zapojení vlastní tvorby a fantazie (např. vytvořit si svou „pohádkovou farmu“ – šikovné ruce dětí ze ZUŠ, nebo rodičů, nákup loutek, které si může podnikatel sám upravit. Nebo „květinová farma“, kde součástí může být takové „malé české Versailles“).

8. Závěr

Rostoucí zájem o šetrné formy cestovního ruchu, který je dán zejména potřebami lidí odpočinout si v klidném prostředí venkova od každodenního stresu, lze sledovat v celém světě.

Hlavním cílem bakalářské práce bylo zanalyzovat nabídku služeb poskytovaných agroturistickými farmami v České republice a zaměřit se na možnosti čerpání prostředků pro další rozvoj.

Počet zemědělských subjektů v České republice, které se věnují cestovnímu ruchu má vzrůstající tendenci. Zatím co v roce 1995 se cestovnímu ruchu věnovalo 142 těchto subjektů, v současné době jich je 610.

Co se týká financování, podnikatelé mají možnost využít finančních prostředků ze státních, regionálních rozpočtů a také z centrálního rozpočtu Evropské unie.

Podpora agroturistiky vychází zejména z Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2007-2013. Mezi hlavní nástroje k plnění aktivit patří Program rozvoje venkova, programy přeshraniční spolupráce, rozpočty krajů a operační programy. Finance jsou implementovány za účelem zkvalitnění služeb, vytváření podmínek pro realizaci šetrných forem cestovního ruchu, tvorby regionálních produktů a marketing. Za důležité lze považovat také finance určené na zkvalitňování vzdělávání a tím i lepší informovanost studentů o možnostech dalšího rozvoje venkovského cestovního ruchu, jelikož teoretické znalosti mohou být i motivací k jejich budoucímu zaměření.

Součástí bakalářské práce byl vlastní výzkum poptávky formou dotazníkového šetření, díky kterému byly definovány hlavní potřeby subjektů, kteří čerpají agroturistické služby. Jedná se zejména o potřebu odpočinku, klidu, poznání a potřebu pobytu v příjemném venkovském prostředí v blízkém kontaktu s přírodou. Tyto potřeby jsou doplněny možností využití aktivit, které farma nabízí. Zde můžeme sledovat stále vyšší zájem o tzv. zážitkovou turistiku. V první řadě se jedná o gastronomické zážitky (zabijačkové hody, degustace vín, apod.), které v návaznosti na světové trendy lze umocnit díky využití regionálních specifíků. Mezi prioritní zájmy patří také nákup bioproduktů, jízda na koni a účast na hudebních večerech.

Součástí analytické části byla komparace dvou turistických regionů, které jsou největšími konkurenty v oblasti cestovního ruchu v České republice - Jihočeský a Jihomoravský kraj. Oba kraje mají velký potenciál pro rozvoj agroturistiky. Ze sběru sekundárních dat vyplynulo, že v kraji Jihomoravském je více zemědělských subjektů, avšak Jihočeský kraj nabízí více zemědělských činností (členěných dle CZ NACE) zaměřených na aktivity, které jsou perspektivní pro rozvoj agroturistiky. Ze sekundárních dat dále vyplynulo, že Jihočeský kraj využívá více finanční podpory než kraj Jihomoravský.

Dále proběhl vlastní výzkum formou přímého dotazování podnikatelů v obou těchto krajích. Do výzkumu byly vybrány farmy, které jsou (na základě zjištění preferencí zákazníků) atraktivní pro další potenciální klientelu.

Na základě zjištěných informací byly sestaveny SWOT analýzy pro komparované kraje. Oba tyto kraje byly na základě párového srovnávání označeny jako turistické regiony s příznivým rozvojem. Měly by tedy využívat své silné stránky ke zhodnocení příležitostí.

Součástí práce byla také praktická zkušenost s agroturistikou a účast na workshopu v rámci projektu Prázdniny na venkově, který byl možností setkání se s odborníky v oboru i začínajícími podnikateli.

Můžeme konstatovat, že všechny pracovní hypotézy se potvrdily. Lidé mají opravdu zájem o agroturistiku. Co se týká komparace krajů, je adekvátní Jihočeský kraj zvolit jako kraj s větším potenciálem pro další rozvoj agroturistiky, navzdory silnému potenciálu vinařské turistiky, který má Jihomoravský kraj.

Pro farmáře byla doporučena tvorba „prvku jedinečnosti“, který by měl být hlavním důvodem návštěvy. Může se jednat o regionální specifika (gastronomie, zvyky, tradice) nebo zaměření na speciální pobyty (wellness, arteterapie, pohádkové pobyty, pobyty bez lepku, hippoterapie, keramické dílny, apod.)

Na základě zpracování této práce lze konstatovat, že agroturistika v České republice svůj potenciál k rozvoji má a existují možnosti jejího uplatnění v budoucnosti, avšak je nutné klást důraz na kvalitní marketing, kvalitní služby a sledování resp. uplatňování moderních trendů, které host zná z nabídek v zahraničí, avšak při využití ryze české tradice a atraktivit.

9. Summary

The bachelor thesis is focused on market conditions analysis of agrotourism farms and supply in the Czech Republic and the use of funds for further development. It was found, that tourism deals currently 610 farmers in the Czech Republic. Business activities are financed from state, regional budgets and the budget of the EUROPEAN UNION.

The thesis has its own research which consisted of two parts. It included research on supply and demand. Thanks to a questionnaire survey were defined customer needs. The needs include the need for rest, peace, knowledge and the need to stay in a pleasant environment close to nature. Customers also need to know activities. People mainly prefer adventure tourism: gastronomic, musical evenings, horseback riding, etc. The analytical part included a comparison of two tourist regions, which are the largest competitors in the tourism sector in the Czech Republic - South Moravian and South Bohemian region. Both counties have potential for development of Agrotourism.

In the South Moravia are more farmers, but South Bohemia offers several agricultural activities (according to CZ NACE classification) focused on activities that are promising for the development of agrotourism. South Moravian Region is dominated by wine tourism in particular. Based on the data (through its own research, demand and supply and use of professional resources) have been prepared SWOT analysis of both these regions.

Bachelor's work was supplemented by personal experience in agrotourism through a two-day workshop on participation in the farm.

We can say, that the hypothesis is confirmed: people are interested in agrotourism and South Bohemia region has a greater potential for agrotourism development than South Moravia region.

The Czech Republic has potential for development of Agrotourism and must focus on quality: marketing, service and monitoring of modern trends, which guest knows from abroad. Farmers should offer modern services, but focus on regional specifics.

Seznam použitých zdrojů

Použitá literatura

- [1] FAJKUSOVÁ, M.: *Analýza agroturistiky v Olomouckém kraji*. Olomoucký kraj, v rámci opatření 3.3.SROP a projektu "Posílení kapacity místních a regionálních orgánů při plánování a realizaci programů v Olomouckém kraji". 2005, 50 s.
- [2] HESKOVÁ, M. a kol.: *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha:Fortuna, 2006. 224s. ISBN 80-7168-948-3
- [3] HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9
- [4] HOFFMAN-Loriz Josefine (2007): *Rural Development Policy, Directore General Agriculture and Rural Development*, powerpointová prezentace, 11 October – „Open Days 2007“, Brusel
- [5] HRABÁNKOVÁ, M., BOHÁČKOVÁ, I., ŘEHOŘ, P.: *Rozvoj lidských zdrojů ve venkovském prostoru ČR. Monografie*. České Budějovice : Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, Praha : ČZÚ, Provozovně ekonomická fakulta, 2007. 191 s. ISBN 80-86284-66-2.
- [6] HRABÁNKOVÁ, M., ROLÍNEK, L., ŘEHOŘ, P., NAVRÁTIL, J.: *Identifikace sociálně-ekonomických podmínek rozvoje horských a podhorských oblastí. Vědecká monografie*. Brno: AKADEMICKÉ NAKLADATELSTVÍ CERM, 2009. 218 s. ISBN 978-80-7204-581-5
- [7] JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M.: *Marketing služeb*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 180s., ISBN 80-7169-995-0.
- [8] KOTLER, P. - KELLER, K. L.: *Marketing Management*. Prentice Hall; 12 edition. 816 s. ISBN: 978-0131457577.
- [9] NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 2. dopl. vyd. Praha: Management Press, 2004. ISBN 80-7261-110-0. s. 132.
- [10] NĚMČANSKÝ, M.: *Agroturistika*. Karviná. SUO 1996, s.13-15

- [11] PARMOVÁ, D.: *Řízení služeb: přednášky*. 1.vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zemědělská fakulta, 2004. 96 s., ISBN 80-7040-673-9.
- [12] PARMOVÁ, D. - PARMOVÁ, D.: *Provoz služeb v cestovním ruchu* 1. vyd.. - České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2003 - 77, 84 s. ISBN 80-7040-611-9
- [13] PÁSKOVÁ, M.: *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. 2. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009. 298 s. ISBN 978-80-7435-006-1.
- [14] POUROVÁ, M. *Agroturistika.*: 1. vyd. Praha: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta ve vydavatelství Credit, 2002. 123 s. ISBN 80-213-0965-2.2.
- [15] RYGLOVÁ, K.: *Cestovní ruch*. 3. vyd. Ostrava: KEY Publishing, 2009. 187 s. Management. ISBN 978-80-7418-028-6.
- [16] STRÍBRNÁ, M.: *Venkovská turistika a agroturistika*. Vyd. 1. Praha. ProfiPress 2005 – 65 s. ISBN 80-86726-14-2
- [17] STRÍBRNÁ, M. *Ubytování ve vesnické turistice*. Praha: Institut výchovy a vzdělání Mze ČR v Praze, 1996. 47 s. ISBN 80-7105-128-4
- [18] SZNAJDER, M., PRZEZBÓRSKA, L., SCRIMGEOUR, F. *Agritourism*. CAB International, 2009.301 s. ISBN-13:978 1 84593 482 8
- [19] ŠIMKOVÁ, E. *Nové trendy podnikání ve venkovské turistice v ČR*. E + M (Ekonomie a Management), 2002, č.2, ISSN 1212-3609
- [20] ŠKODOVÁ PARMOVÁ, D.: *Agroturistika*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2007, 92s. ISBN 978-80-7394-009.
- [21] VANĚČEK, D.: *Agroturistika*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 1997,168 s.
- [22] VYSTOUPIL, J. a kol.: *Atlas cestovního ruchu České republiky*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006. 156 s. Neuvedeno. ISBN 8023972561.

Internetové zdroje

- [23] *Státní zemědělský intervenční fond* [online]. 2000-2011 [cit. 2011-11-08]. Program rozvoje venkova České republiky na období 2007-2013. Dostupné z WWW: <http://www.szif.cz/irj/portal/anonymous/CmDocument?rid=%2Fapa_anon%2Fcs%2Fobecne_informace%2Fefafd%2F6019131c-0b60-2d10-5fa6-addc11ed45ce.xml>.
- [24] *Eurogites* [online]. 2011. [cit. 2011-12-08]. Country holidays in Europe. Dostupné z WWW: <<http://www.eurogites.org/>>.
- [25] *Biospotřebitel.cz* [online]. 2012. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z WWW: <<http://www.biospotrebitel.cz/>>.
- [26] *ČTPEZ* [online]. 2011. [cit. 2011-01-15]. Bioinstitut. Dostupné z WWW: <<http://www.ctpez.cz/>>.
- [27] *Žiju BIO* [online]. 2012. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z WWW: <<http://www.pro-bio.cz/>>.
- [28] *Udržitelný cestovní ruch*. [online]. 2007. [cit. 2011-01-15]. Venkovský cestovní ruch. Fakulta informatiky a managementu Univerzita Hradec Králové. Dostupné z WWW: <http://ucr.uhk.cz/documents/Venkovsky_CR/text/VT.pdf>.
- [29] *Europa – Summaries of EU legislation* [online]. 2007. [cit. 2011-11-15]. Pre-accession agricultural instrument (SAPARD). Dostupné z WWW: <http://europa.eu/legislation_summaries/agriculture/enlargement/160023_en.htm>.
- [30] *Státní zemědělský intervenční fond* [online]. 2000-2011. [cit. 2011-11-15]. Program SAPARD. Dostupné z WWW: <<http://www.szif.cz/irj/portal/anonymous/sapard>>.
- [31] *Ministerstvo financí České republiky* [online]. 2005-2012. Program SAPARD. [cit. 2011-11-15]. Dostupné z WWW: <http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/pom_eu_ukonprogr_sapard.html>
- [32] *Dovolená na venkově v Evropě i v Česku. Agroturistika*. [online]. 2012. Agroturistika – pobyty na farmách i statcích v Evropě i v Česku. Prázdniny na venkově. Dostupné z WWW: <<http://agroturistika.nafarmu.cz/>>
- [33] *Státní zemědělský intervenční fond* [online]. 2006 [cit. 2011-12-10]. Přínos programu SAPARD pro ČR. Dostupné z WWW:

<http://www.szif.cz/irj/portal/anonymous/CmDocument?rid=%2Fapa_anon%2Fcs%2Fdokumenty_ke_stazeni%2Fsapard%2F1160392614859.pdf>.

[34] *Zemědělství a rozvoj venkova* [online]. 2008 [cit. 2011-12-10]. Politika rozvoje venkova 2007-2013. Dostupné z WWW: <http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_cs.htm>.

[35] *Svaz venkovské turistiky*. [online]. 2011. [cit. 2011-11-10]. Poslání svazu. Dostupné z WWW: <<http://www.svazvt.cz/>>

[36] *European Centre for Ecology and Tourism*. [online]. 2008. [cit. 2011-11-10]. O ECEAT podrobně. Dostupné z WWW: <<http://www.eceat.cz/>>

[37] *Český statistický úřad* [online]. 2010. [cit. 2011-11-12]. Strukturální šetření v zemědělství. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/agc2010>>.

[38] *Turistika na koni*. [online]. 2006-2011 [cit. 2012-02-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.turistikanakoni.cz/>>.

[39] *Prázdniny na venkově* [online]. 2012 [cit. 2012-02-11]. Dostupné z WWW: <<http://www.projekt-pnv.cz/>>.

[40] *Ministerstvo zemědělství – Eagri* [online]. 2010. 221s. [cit. 2011-11-15]. Program rozvoje České republiky na období 2007-2013. Dostupné z WWW: <http://eagri.cz/public/web/file/130926/prv_srpen2011.pdf>

[41] *Farma Alpaka*. [online]. 2012. [cit. 2012-02-12]. Dostupné z WWW: <<http://www.farmaalpaka.eu/>>.

[42] *Borovanský mlýn*. [online]. 2012. [cit. 2012-02-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.borovanskymlyn.cz/>>.

[43] *Biofarma Vojetice*. [online]. 2012. [cit. 2012-02-15]. Dostupné z WWW: <<http://www.biofarmavojetice.cz/>>.

[44] *Farma Malenice*. [online]. 2008. [cit. 2012-02-15]. Dostupné z WWW: <<http://www.farmamalenice.cz/>>.

[45] *Ranč a penzion U Starýho kance Hoslovice* [online]. 2012. [cit. 2012-03-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.ustaryhokance.cz/>>.

[46] *Stáje Štětice* [online]. 2012. [cit. 2012-03-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.stajestetice.cz/>>.

- [47] *ROP Severozápad* [online]. 2011. [cit. 2011-11-17]. Slovníček pojmů. Dostupné z WWW: < <http://www.nuts2severozapad.cz/pro-zadatele/slovnicek-pojmu>>
- [48] *Bolek Polívka* [online]. 2012. [cit. 2012-03-02]. Farma, magické místo, kde se krávy mění v koně. Dostupné z WWW: < <http://www.bolek.cz/farma/>>.
- [49] *Hotel U Krále* [online]. 2012. [cit. 2012-03-02]. Dostupné z WWW: < <http://www.hotel-u-krale.cz/>>.
- [50] *Smolův mlýn* [online]. 2012. [cit. 2012-03-02]. Dostupné z WWW: < <http://www.farmasmoluvmlyn.websnadno.cz/>>.
- [51] *Jáňův Dvůr* [online]. 2012. [cit. 2012-03-03]. Dostupné z WWW: < <http://www.januvdvur.cz/>>.
- [52] *Farma Ztracenka* [online]. 2012. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z WWW: < <http://www.farmaztracenka.cz/>>.
- [53] *CzechTourism* [online]. 2012. Dostupné z WWW: < <http://www.czechtourism.cz/>>.
- [54] *EQUICHANEL Nejstarší český zpravodajský server o koních a jezdeckví* [online]. 2012. [cit. 2012-03-20]. Seminář: Rozvoj hipoturistiky v Jihočeském kraji. Dostupné z WWW: < <http://www.equichannel.cz/seminar-rozvoj-hipoturistiky-v-jihoceskem-kraji/>>.
- [55] *Jihočeská centrála cestovního ruchu* [online]. 2012. [cit. 2012-03-18]. Dostupné z WWW: < <http://www.jccr.cz/>>.
- [56] *Fondy Evropské Unie* [online]. 2011. [cit. 2011-11-17]. OP Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství. Dostupné z WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2004-2006/Operacni-programy/OP-ROZVOJ-VENKOVA-A-MULTIFUNKCNI-ZEMEDELSTVI>>
- [57] *Jižní Čechy* [online]. 2012. [cit. 2012-03-18]. Navštivte jižní Čechy. Dostupné z WWW: < <http://www.jiznicechy.cz/>>.
- [58] *Jižní Čechy* [online]. 2012. [cit. 2012-03-18]. Venkovská turistika v Jihočeském kraji dostane speciální vzdělání. Dostupné z WWW: < <http://www.jiznicechy.cz/cs-CZ/jizni-cechy/aktuality,21303.html>>.
- [59] *Nadace partnerství lidé a příroda* [online]. 2008-2012. [cit. 2012-03-18]. Greenways. Dostupné z WWW: < <http://www.nadacepartnerstvi.cz/greenways>>.

- [60] *Silnice – železnice*. [online]. 2011. [cit. 2012-03-20]. Srb Vojtěch: Síť cyklotras v Jihočeském kraji. Dostupné z WWW: < <http://www.silnice-zeleznice.cz/clanek/sit-cyklotras-v-jihoceskem-kraji/>>.
- [61] *Jihočeské zprávy* [online]. 2010. [cit. 2012-03-20]. Jihočeský kraj má nejdelší síť cyklotras v republice. Dostupné z WWW: < <http://jihoceskezpravy.cz/zpravodajstvi-jizni-cechy/jihocesky-kraj-ma-nejdelsi-sit-cyklotras-v-republice/>>.
- [62] Jihočeské cyklostezky [online]. 2011. [cit. 2012-03-20] Dostupné z WWW: < <http://www.jihoceske-cyklostezky.cz/>>.
- [63] *Fondy Evropské Unie* [online]. 2011. [cit. 2011-11-17]. Evropský zemědělský a orientační záruční fond. Dostupné z WWW: < [http://www.strukturalni-fondy.cz/Glosar/E/Evropsky-zemedelsky-fond-pro-rozvoj-venkova-\(EAFRD](http://www.strukturalni-fondy.cz/Glosar/E/Evropsky-zemedelsky-fond-pro-rozvoj-venkova-(EAFRD) >
- [64] *Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky*. [online]. 2009. [cit. 2012-02-12]. Zpráva o plnění Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013 k 30. 6. 2009 Dostupné z WWW:<<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2691e75e-1b32-4d54-8ff1-55f6f5ab440c/>>.
- [65] *Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky*. [online]. 2011. [cit. 2012-02-12]. Zpráva o plnění Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období let 2007 - 2013 za období 7/2009 – 6/2011. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=884e4e72-c876-45cd-bbb1-9404509a19b8>>.
- [66] *Velboudi* [online]. 2012. [cit. 2012-03-25]. Dostupné z WWW: <<http://www.velbloudi.cz>>.
- [67] *Highland Cattle Skotský náhorní skot na ekofarmě Branišov* [online]. 2012. [cit. 2012-03-25]. Ekologická farma Branišov. Dostupné z WWW: <<http://www.highland.cz/ekologicka-farma.htm>>.
- [68] *Centrála cestovního ruchu jižní Morava* [online]. Dostupné z WWW: <<http://www.ccrjm.cz>>.
- [69] *Jihočeský kraj* [online]. 2012. [cit. 2012-03-23]. 2009. Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji na roky 2009-2013. Dostupné z WWW:

<[http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par\[id_v\]=1541&par\[lang\]=CS](http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par[id_v]=1541&par[lang]=CS)>.

[70] *Jihomoravský kraj* [online]. 2011. [cit. 2012-03-23]. Program rozvoje Jihomoravského kraje na období 2010-2013 část A, DHV CR, Eurovision, květen 2007. Dostupné z WWW: <<http://www.kraj-jihomoravsky.cz/Default.aspx?ID=20610&TypeID=2/>>.

[71] *Jihomoravský kraj - Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava* [online]. 2012. [cit. 2012-03-23]. Vítejte na jižní Moravě. Dostupné z WWW: <<http://www.jizni-morava.cz/>>.

[72] *Alpaka farma* [online]. 2012. [cit. 2012-03-24]. Dostupné z WWW: <<http://www.alpakafarma.cz/>>.

[73] *Žena-IN* [online]. 2011. [cit. 2012-03-24]. Buďte IN, pořídte si velblouda. Dostupné z WWW: <<http://zena-in.cz/clanek/budte-in-poridte-si-velblouda/kategorie/zviratka>>.

[74] *Byty.cz* [online]. 2012. [cit. 2012-03-24]. Byty, domy, pozemky. Dostupné z WWW: <<http://www.byty.cz/zahrady/>>.

[75] *Highland Cattle Skotský náhorní skot na ekofarmě Branišov* [online]. 2012. [cit. 2012-03-25]. Skotský náhorní skot. Dostupné z WWW: <<http://www.highland.cz/cattle-skotsky-nahorni-skot.htm>>.

[76] *Inzerce pro každého* [online]. 2012. Byty, domy, pozemky. Dostupné z WWW: <<http://zvirata.bazos.cz/?hledat=skotsky+nahorni&hlokalita=&iddel=1>>.

[77] *Zooburza.eu* [online]. 2012. [cit. 2012-03-25]. Tele skotského náhorního skotu – prodej. Dostupné z WWW: <<http://hospodarska-zvirata.zooburza.eu/cz/skot-a-prasata/tele-skotskeho-nahorniho-skotu-id815/>>.

[78] *Lama Klub* [online]. 2012. [cit. 2012-03-25]. Inzerce. Dostupné z WWW: <<http://lamaklub.cz/inzerce.php>>.

[79] *Portál Alpaca* [online]. 2012. Dostupné z WWW: <<http://www.alpaca.cz/>>.

[80] *LamaDorado* [online]. 2012. Obchod. Dostupné z WWW: <<http://www.lamadorado.com/cs/obchod/>>.

[81] *Alpaka farma* [online]. 2012. [cit. 2012-03-25]. O krmení. Dostupné z WWW: <<http://www.alpakafarma.cz/o-krmeni.html>>.

- [82] Ranč Zelená [online]. 2012. Dostupné z WWW: <<http://www.ranczelena.cz/lama-alpaka/>>.
- [83] Alpaka Farma [online]. 2012. [cit. 2012-03-25]. Alpaky u Pardubic, Zemědělský týdeník 44/2011 . Dostupné z WWW: <<http://www.alpakafarma.cz/zemedelsky-tydenik.html>>.
- [84] Zemědělské nemovitosti [online]. 2012. Dostupné z WWW: <<http://www.farmy.cz/>>.
- [85] Pavel Číp a synové [online]. 2012. [cit. 2012-03-25]. Dostupné z WWW: <<http://www.histnastroje.gajdy.cz/lidove.php>>.
- [86] *Databáze evropského práva* [online]. 2011. [cit. 2011-11-18]. Evropský zemědělský a orientační záruční fond. Dostupné z WWW: <<http://eur-law.eu/CS/Evropsky-zemedelsky-orientacni-zarucni-fond-EZOZF,179,c>>.
- [87] *Eur Lex* [online]. 2010. [cit. 2011-11-18]. Souhrný rozpočet na rok 2010. Dostupné z WWW: <<http://eur-lex.europa.eu/>>.
- [88] *Ministerstvo pro místní rozvoj* [online]. 2008. [cit. 2011-12-03]. Prováděcí dokument ke Koncepci státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=0c6105a8-4da6-4f97-9365-5a8f038057f>>.
- [89] *Ministerstvo zemědělství – Eagri* [online]. 2009-2011. [cit. 2011-11-08]. Venkov – Programy rozvoje venkova 2007-2013. Dostupné z WWW: <<http://eagri.cz/public/web/mze/zivotni-prostredi/ochrana-krajiny/dotace/program-rozvoje-venkova-cr-na-obdobi/>>.

Další zdroje

COT Business

HotelRevue

Seznam tabulek

Tabulka č.1 Vývoj agroturistiky v České republice v letech 1995 – 2010

Tabulka č.2 Vývoj ekologického zemědělství v letech 2003-2010

Tabulka č.3 Poskytované služby v zemědělství v roce 2010

Tabulka č.4 Program rozvoje venkova – OSA III

Tabulka č.5 Rozdělení alokace veřejných zdrojů v opatření 1.3 v mil. EUR na jednotlivé roky

Tabulka č.6 Aktuální stav implementace Programu rozvoje venkova

Tabulka č.7 Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v krajích Jihočeský a Jihomoravský (NUTS III)

Tabulka č.8 Komparace krajů z hlediska možností cestovního ruchu u zemědělských subjektů

Tabulka č.9 Přehled dotací a podpor v Jihočeském a Jihomoravském kraji roce 2011

Seznam grafů

Graf č.1 Zdroj informování o farmě

Graf č.2 Docházková vzdálenost

Graf č.3 Zkušenosti s agroturistikou

Graf č.4 Periodicita návštěvnosti

Graf č.5 Délka pobytu na farmě

Graf č.6 Spokojenost s pobytem/návštěvou

Graf č.7 Mapování zájmu o aktivity na farmě

Graf č.8 Zájem o bioprodukty/biopotraviny

Graf č.9 Povědomí o organizacích

Graf č.10 Pohlaví respondenta

Graf č.11 Věková kategorie respondentů

Graf č.12 Počet obyvatel trvalého bydliště respondenta

Graf č.13 Vzdělání respondentů

Seznam obrázků

Obrázek č.1 Vztahy jednotlivých stránek agroturistiky z pohledu návštěvníka i hostitele

Obrázek č.2 Deklarovaná rovnovážná architektura politiky rozvoje venkova v rámci EAFRD (2007 – 2013)

Obrázek č.3 Jihočeský kraj

Obrázek č.4 Jihomoravský kraj

Obrázek č.5 Fullerův trojúhelník pro Jihočeský kraj

Obrázek č.6 Fullerův trojúhelník pro Jihomoravský kraj

Obrázek č. 7 Farma Ztracenka

Obrázek č.8 Označení dveří farmy v rámci workshopu

Obrázek č.9 Velbloud jako součást venkovského cestovního ruchu v ČR

Obrázek č.10 Highland Cattle

Obrázek č.11 Skupina lam alpak

Seznam příloh

Příloha č.1 Dotazník

Příloha č.2 Předchozí programy podpory a jejich opatření

Příloha č.3 Farmářské slavnosti Angus Farma Rančice

Příloha č.4 Zvířata na Angus Farmě Rančice

Příloha č.5 Farma Ztracenka

Příloha č.6 Farma Malenice

Příloha č.7 Borovanský mlýn

Přílohy

Příloha č.1 Dotazník

DOTAZNÍK – Nabídka agroturistických farem

Dobrý den, dovoluji Vám položit pár otázek, které mi pomohou vypracovat mou bakalářskou práci a zároveň budou i inspirací pro provozovatele agroturistických služeb. Děkuji. Hana Matějů

/1/ Jak jste se o ubytovacím zařízení ve venkovském prostředí dozvěděli?

- Internet
- Veletrh
- Doporučení známých



Obrázek-zdroj: www.prazdninynavenkove.cz

- Jiné:.....

/2/ Jaký je hlavní důvod Vaší návštěvy? Vepište prosím svůj názor.

/3/ Jaká je vzdálenost místa pobytu od Vašeho místa bydliště?

- Do 5 km
- 5 – 15 km
- 15 – 50 km
- 50 – 100 km
- Více než 100 km

/4/ Je pobyt na agroturistické farmě Vaší první zkušeností s agroturistikou?

- Ano, nikdy předtím jsem netrávil(a) dovolenou ve venkovském prostředí
- Není, jezdím na dovolenou do venkovského prostředí pravidelně
- Není, již jsem v minulosti takový pobyt absolvoval(a)

/5/ Pokud máte s venkovskou turistikou zkušenosti, jak často tato ubytovací zařízení navštěvujete?

- 1 x do roka
- 2 x do roka
- 3 x do roka
- Méně než 1 x do roka
- Více než 3 x do roka

/6/ Jak jste spokojeni s pobytem na této farmě?

- Ano, velmi spokojen(a) Ne, nespokojen(a),
 Ano, spokojen(a)

/7/ Jak dlouhý je Váš pobyt na farmě?

- Pouze návštěva v rámci
jednodenní akce Týden
 2 – 3 noci Jiné:.....
.....

/8/ Označte prosím aktivity, které jste využili v průběhu pobytu na farmě (Můžete označit více odpovědí)

- Možnost práce na farmě Sportovní aktivity (míčové hry, bazén, apod.) degustace vína, apod.
 Jízda na koni Rybaření Jiné:.....
 Turistika Houbaření
 Nákup bioproduktů od majitele farmy Hudební večery
 Gastronomické zážitky – vepřové hody,

/9/ Jaké aktivity Vás lákají a určitě byste je chtěli v budoucnu využít?

- Možnost práce na farmě Sportovní aktivity (míčové hry, bazén, apod.) Gastronomické zážitky – vepřové hody, degustace vína, apod.
 Jízda na koni Rybaření Jiné:.....
 Turistika Houbaření
 Nákup bioproduktů od majitele farmy Hudební večery

/10/ Zajímáte se o bioprodukty? Uvítali byste jejich rozšířenou nabídku od majitele farmy?

- Ano, už mám zkušenosti (navštěvuji např. i jarmarky bioproduktů), uvítám rozšířenou nabídku
 Nemám zkušenosti, ráda zkusím
 Bioprodukty mne nezajímají

/11/ Vyznačte prosím organizace, které jsou Vám povědomé (možnost vybrat více odpovědí):

Prázdniny na venkově



Eurogites (Evropský svaz venkovské turistiky)



ECEAT (European center for Ecology and Tourism)



Svaz venkovské turistiky



Czech Tourism



Žádné neznám

Identifikace respondenta:

/12/ Vaše pohlaví?

žena

muž

/13/ Vaše věková kategorie

do 18 let

36 – 45 let

19 - 25 let

46 – 59 let

26 – 35 let

60 a více

/14/ Uveďte prosím počet obyvatel Vašeho trvalého bydliště

Do 500 obyvatel

10 001 – 50 000 obyvatel

501 – 3000 obyvatel

50 001 – 100 000 obyvatel

3 001 – 10 000 obyvatel

Více než 100 000 obyvatel

/15/ Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Základní

Vyučen(a) bez maturity

Středoškolské s maturitou

Vyšší odborné

Vysokoškolské

Děkuji za vyplnění a přeji hezký den!

- Elektronická verze dotazníku je přístupná na:

<https://docs.google.com/spreadsheets/viewform?formkey=dE10Qmx1VWk5a1E2U1RZcm1kbHRYQmc6MQ>

Předchozí programy podpory a jejich opatření

SAPARD

Tento program byl určen k podpoře udržitelného zemědělství a rozvoje venkova kandidátské země EU na období 2000 – 2006, maximálně však do konkrétního data vstupu do EU. Byl navržen tak, aby pomáhal řešit problémy při zavádění *acquis communautaire*²⁰, které se vztahují ke společné zemědělské politice, strukturálním změnám v jednotlivých zemědělských sektorech a na venkově. [29]

Cílem programu bylo řešit hlavní a specifické problémy spojené s trvale udržitelnými změnami v sektoru zemědělství a ve venkovských oblastech. [30] K implementaci programu byla zřízena v ČR tzv. Agentura SAPARD (na MZe), jež zodpovídala za příjem žádostí, administraci projektů, kontrolu, monitorování, platby, atd. Program SAPARD byl **první skutečně decentralizovaný nástroj pomoci ES**, kdy veškerá odpovědnost za řízení projektů ležela na orgánech české státní správy a Evropská komise prováděla pouze kontrolu *ex-post*²¹. [31] Program SAPARD 2000 - 2003 umožnil přípravu a realizaci 210 místních rozvojových strategií. [30]

Operační program Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství

OP byl základním programovým dokumentem, který byl schválen Evropskou komisí. Umožňoval čerpání prostředků z fondů EU, které byly určeny pro podporu zemědělství v období 2004 až 2006. Celková částka vyplácená českým zemědělcům, vlastníkům či nájemcům lesů a rybářům byla přibližně 250 mil. EUR. Zejména se soustředoval na snižování a odstraňování negativních vlivů zemědělské produkce na životní

²⁰ *Acquis communautaire* označuje souhrn všech právních pravidel v jakékoliv formě (obecně závazných a individuálně závazných aktů) a dokonce i právně nezávazných dokumentů (deklarace, prohlášení, atd.), které se vztahují k činnosti Evropské unie. Pojem byl zaveden Maastrichtskou smlouvou. [19]

²¹

Kontrola prováděná po ukončení realizace projektu, která zjišťuje, zda byly naplněny původně stanovené cíle projektu. Cílem následné kontroly je prověřit, zda příjemce pomoci dodržuje závazky týkající se projektu, vedení účetních dokladů a další závazky vyplývající ze smlouvy o poskytnutí dotace [47]

prostředí, dále ochranu vod a půdy před znečištěním ze zemědělských zdrojů. OP byl připraven

na metodu Leader. [40]. Tento operační program byl spolufinancován z EAGGF²² (Evropského orientačního a záručního fondu) – orientační sekce. [56]

Horizontální plán rozvoje venkova (HRDP)

Plán byl schválený Evropskou komisí v květnu roku 2004 pro poskytování podpory českému zemědělství a venkovskému prostoru z prostředků EU (ze záruční sekce EZOF) na období 2004 – 2006. [87] Celková finanční alokace přidělená na program HRDP činila 678,5 mil. EUR, z toho 542,8 mil. EUR z EU. Plán se orientoval na následující opatření: „Trvale udržitelný rozvoj zemědělství, venkova a jeho přírodních zdrojů“, „Předčasné ukončení zemědělské činnosti“, „Méně příznivé oblasti a oblasti s environmentálními omezeními“ a dále např. zvyšování přidané hodnoty společné produkce prostřednictvím opatření Zakládání skupin výrobců. [40]

Předchůdci programu LEADER

Ačkoliv iniciativa LEADER + Evropské společenství nebyla v letech 2000 – 2006 pro Českou republiku přístupná, připravovala se na aplikaci s předstihem a již v průběhu uplynulých let vytvářela pro mikroregiony a postupně vznikající místní akční skupiny (dále jen MAS) finanční i organizační podmínky pro rozvoj jejich činnosti a osvojování si potřebných schopností.

Metody Leader bylo využito v těchto programech:

1. Národní programy

22

Zkratka EAGGF pochází z anglického European Agricultural Guidance and Guarantee Fund. EAGGF funguje od roku 1962. [63] Je rozdělen do dvou sekcí. Součástí systému strukturálních fondů je pouze **orientační sekce**, jež podporuje rozvoj venkova (v oblasti modernizace a racionalizace zemědělské výroby). Záruční sekce do strukturálních fondů spadala pouze do roku 2006, v současné době působí v oblastech vývozních kompenzací, stabilizace cen atp. A spravuje zhruba 95% finančních prostředků fondu. [86]

Program obnovy venkova, Program LEADER ČR - Ministerstvo zemědělství, MAS v ČR

2. Programy s podporou EU

Předvstupní program SAPARD (2000 - 2006), Operační program Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství – podopatření 2.1.4 Rozvoj venkova (podopatření typu Leader +) [40]

Příloha č.3 Farmářské slavnosti Angus farma Rančice



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní

Příloha č.4 Zvířata na Angus farmě Rančice



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní

Příloha č.5 Farma Ztracenka

Penzion farmy Ztracenka



Zdroj: vlastní

Farma Ztracenka



Zdroj: vlastní

Na chodbě



Zdroj: vlastní

Pokoj „k rybníčku“



Zdroj: vlastní

Rozcestník na zdi



Zdroj: vlastní

Exkurze za zvířaty



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní

Příloha č.6 Farma Malenice

Farma Malenice



Zdroj: vlastní

Kůň plemene Hafling



Zdroj: vlastní

Statek



Zdroj: vlastní

Koně



Zdroj: vlastní

Příloha č.7 Borovanský mlýn

Penzion Borovanský mlýn



Zdroj: vlastní

Informační plakát k „Půdě plné pohádek“



Zdroj: vlastní

Příjezdová cesta k penzionu



Zdroj: vlastní

Pohádkové postavičky za oknem



Zdroj: vlastní

Jezírko



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní