

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU

STUDIJNÍ PROGRAM: B6208 EKONOMIKA A MANAGEMENT

STUDIJNÍ OBOR: OBCHODNÍ PODNIKÁNÍ – CESTOVNÍ RUCH

**PROBLEMATIKA VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO
RUCHU NA ČESKOKRUMLOVSKU**

VEDOUCÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE:

MGR. VLADIMÍR DVOŘÁK

AUTOR:

BARBORA ČÍŽKOVÁ

2009

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Problematika venkovského cestovního ruchu na Českokrumlovsku“ vypracovala samostatně na základě vlastního šetření a využila pouze zdrojů, které jsou uvedeny v seznamu literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě, ekonomickou fakultou. Zveřejnění proběhne elektronickou cestou ve veřejné části databáze STAG na internetových stránkách provozovaných Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích.

V Českých Budějovicích

Podpis

Poděkování:

Děkuji Mgr. Vladimíru Dvořákovi za odborné vedení mé bakalářské práce, podmětné připomínky a rady.

Dále děkuji Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové za poskytnuté informace a materiály významné k vypracování bakalářské práce. V neposlední řadě děkuji Ing. Petru Štumpfovi, projektovému manažeru Jihočeské centrály cestovního ruchu, za pomoc a rady k dané problematice.

OBSAH

1	Úvod	7
2	Literární přehled.....	8
	2.1 Cestovní ruch	8
	2.2 Venkovský cestovní ruch.....	11
	2.2.1 Vesnická turistika	13
	2.2.2 Agroturistika	14
	2.2.3 Ekoagroturistika.....	15
	2.2.4 Ekoturistika.....	15
	2.2.5 Chataření a chalupaření	16
	2.2.6 Dobrodružný cestovní ruch.....	17
	2.2.7 Kulturní cestovní ruch	17
	2.3 Ubytování a stravování ve vesnické turistice	17
	2.3.1 Kategorizace ubytovacích zařízení	18
	2.3.2 Formy ubytování ve vesnické turistice	19
	2.4 Motivace k venkovskému cestovnímu ruchu.....	19
	2.5 Marketing a management.....	20
	2.5.1 Marketing cestovního ruchu	22
3	Metodika a cíle	25
	3.1 Informační zdroje.....	25
	3.2 Metodika	25
	3.2.1 Analytická část.....	25
	3.2.2 Syntetická část	26
	3.2.3 Aplikační část	26
	3.3 Cíle.....	26
	3.4 Hypotézy	26
4	Analýza venkovského cestovního ruchu na Českokrumlovsku.....	27
	4.1 Geografické vymezení jižních Čech.....	27
	4.2 Vymezení jižních Čech.....	27
	4.3 Českokrumlovský region	29

4.3.1	Geografické a administrativní vymezení regionu	29
4.3.2	Zemědělství a průmysl.....	30
4.3.3	Infrastruktura	30
4.3.4	Přírodní předpoklady regionu k rozvoji VCR.....	31
4.3.4.1	Reliéf.....	31
4.3.4.2	Vodní toky a vodní plochy.....	32
4.3.4.3	Chráněná území	33
4.3.4.4	Klima	34
4.3.4.5	Shrnutí přírodních předpokladů k rozvoji VCR	34
4.3.5	Kulturní předpoklady regionu k rozvoji VCR	35
4.3.5.1	Český Krumlov	35
4.3.5.2	Další kulturní památky.....	36
4.3.5.3	Regionální gastronomie, folklór	37
4.4	Ubytování ve venkovském cestovním ruchu	40
4.5	Sdružení podporující venkovský cestovní ruch	40
4.5.1	Svaz venkovské turistiky	41
4.5.2	ECEAT CZ	41
4.5.3	Ministerstvo pro místní rozvoj.....	42
4.5.4	Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova (EAFRD).....	44
5	Terénní šetření	45
5.1	Tvorba dotazníku	45
5.2	Vyhodnocení terénního šetření	46
5.2.1	Vyhodnocení jednotlivých otázek terénního šetření.....	46
5.2.1.1	Pohlaví, věk, bydliště, vzdělání, ubytování	46
5.2.1.2	Představy pod pojmem venkovský cestovní ruch.....	47
5.2.1.3	Vyhodnocení ostatních otázek dotazníku	48
5.3	Potvrzení či vyvrácení hypotéz.....	49
6	Tvorba marketingového mixu	51
6.1	Produkt (výrobek, služba).....	51
6.2	Price (cena)	53
6.3	Place (místo, distribuce)	54
6.4	Promotion (propagace)	55

6.5	People (lidé).....	56
6.6	Packaging („balíček“ služeb).....	57
6.7	Programming (programová specifikace nabídky služeb)	58
6.8	Partnership (spolupráce)	58
7	Návrhy inovací	60
8	Závěr	62
9	Summary.....	65
10	Seznam literatury.....	66
10.1	Odborné publikace	66
10.2	Internetové zdroje	67
11	Přílohy.....	70
11.1	Příloha 1 – Správní členění okresu Český Krumlov	70
11.2	Příloha 2 – Vybrané ukazatele za okres Český Krumlov	71
11.3	Příloha 3 – Hromadná ubytovací zařízení cestovního ruchu	73
11.4	Příloha 4 – Leták Jihočeské pивní stezky	74
11.5	Příloha 5 – Dovolená na venkově jižní Čechy.....	77
11.6	Příloha 6 – Dotazník před realizací předvýzkumu.....	78
11.7	Příloha 7– Finální dotazník po realizaci předvýzkumu	81
11.8	Příloha 8 – Dotazník v německém jazyce.....	84
11.9	Příloha 9 – Vyhodnocení jednotlivých otázek terénního šetření	87
11.9.1	1 – Pohlaví	87
11.9.2	2 – Věková skupina.....	88
11.9.3	3 – Země původu	89
11.9.4	4 – Bydliště	90
11.9.5	5 – Vzdělání	91
11.9.6	6 – Ubytovací zařízení respondentů.....	92
11.9.7	7 – Představy pod pojmem venkovský cestovní ruch.....	93
11.9.8	8 – Zájem o venkovský cestovní ruch	95
11.9.9	9 – Preference ubytování ve venkovském cestovním ruchu.....	96
11.9.10	10 – Preference služeb ve VCR	97
11.9.11	11 – S kým se účastnit VCR	99
11.9.12	12 – Informační zdroje.....	100
11.9.13	13 – Náklady na pobyt	101

1 ÚVOD

Pobyty na venkově formou letních bytů hrají důležitou roli již v předválečném cestovním ruchu Československa. Po 2. světové válce byla tato tradice zpřetrhána. V 50. letech minulého století dochází ke kolektivizaci, omezení zemědělské prvovýroby a pracovníků v ní a zakládání družstev a státních statků, což vede k likvidaci rodinných farem vhodných pro venkovský cestovní ruch. Všechny tyto faktory se podepsaly na nemožnosti rozvoje venkovského cestovního ruchu v 70. letech minulého století, kdy v ostatních evropských zemích dochází k jeho dynamickému rozvoji. Důsledkem je, že se začíná rozvíjet pro nás typický fenomén chataření a chalupaření.

Díky neexistenci tradice venkovského cestovního ruchu nemají lidé s venkovským cestovním ruchem zkušenosti a tento druh cestovního ruchu zde není tolik běžný. Mnoho lidí nemá potřebu účastnit se venkovského cestovního ruchu, protože vlastní chatu či chalupu na venkově nebo má na venkově příbuzné.

V posledních letech se začíná postoj k venkovskému cestovnímu ruchu měnit. Tato změna je zapříčiněna především dvěma faktory. Prvním faktorem je možnost rozvoje venkovského cestovního ruchu až po roce 1989, kdy venkov prochází výraznými změnami. Díky restrukturalizaci zemědělské výroby a transformace vesnických podniků dochází ke snižování pracovníků v zemědělské výrobě. Což vede k hledání alternativního řešení, které by mělo usilovat o zachování prosperity zemědělství, zachování vesnického osídlení a vytvoření nových pracovních příležitostí. Možným řešením by mohl být právě venkovský cestovní ruch. Druhým faktorem rozvoje je celosvětový trend návratu k přírodě a bezprostřednímu harmonickému soužití s ní. Lidé žijící v prachu, hluku a shonu velkoměst, potřebují na čas opustit město a jet na venkov, kde nacházejí své kořeny.

Bakalářská práce se zabývá problematikou venkovského cestovního ruchu. Dané téma jsem si vybrala nejen proto, že Českokrumlovsko je mým domovem, ale také proto, že se o venkovský cestovní ruch již dlouhodobě zajímám. Jak už bylo řečeno venkovský cestovní ruch nemá dlouhou tradici a s tím souvisí i nedostatek informací. A právě se zvýšením informovanosti by tato práce chtěla pomoci.

2 LITERÁRNÍ PŘEHLED

2.1 CESTOVNÍ RUCH

Pro pochopení cestovního ruchu je dobré uvést postřeh Christophera Coopera, že „Cestovní ruch vždy zahrnuje cestování, ale ne každé cestování je cestovním ruchem. Cestovní ruch zahrnuje rekreaci, ale ne každá rekreace je cestovním ruchem. Cestovní ruch se uskutečňuje ve volném čase, ale ne celý volný čas je věnován cestovnímu ruchu.“ (Hrabánková & Hájek 2002: 10)

Volný čas lze charakterizovat jako čas, v němž člověk nevykonává činnosti pod tlakem pracovních závazků či z nutnosti zachování svého biofyzilogické či rodinného systému. Často je charakterizován svobodnou volbou, očekáváním příjemný prožitků apod. (Pásková & Zelenka 2002: 315)

Cestovní ruch a cestování mají velmi dlouhou historii a jsou spjaty s počátky naší civilizace. První výpravy vedly po souši i po vodě, později také vzduchem a nakonec i vesmírným prostorem. Jejich důvody byly obchodní (obchodní stezky), vojenskopolitické (dobyvatelská válečná tažení), náboženské (misijní činnost), poznávací (přírodovědecké expedice), sportovní (zdolávání velehor) či dokonce čistě prestižní (první člověk ve vesmíru, první přistání na Měsíci). K neznámějším postavám počátků cestování nepochybně patří Marco Polo a Kryštof Kolumbus. S novodobým rozvojem cestovního ruchu a jeho hromadným organizováním je nezapomenutelně spojeno jméno Angličana Thomase Cooka, který roku 1841 založil první a dodnes fungující cestovní kancelář. (Foret & Foretová 2001: 13)

Dle Páskové a Zelenky je cestovní ruch komplexní, mnoho oblastmi a z mnoha hledisek se prolínající společenský jev bez jakýchkoli pevně stanovitelných hranic, který je synergickým souhrnem všech jevů, vztahů a dopadů v časoprostorovém kontextu, souvisejících s narůstající mobilitou lidí, motivovanou uspokojováním jejich potřeb v oblasti využití volného času, rekreace, cestování a poznání, dále v oblasti sociální, kulturní a v dalších oblastech. Jevovou náplní cestovního ruchu jsou především souhrnné aktivity jeho účastníků, procesy související s budováním a provozováním zařízení poskytující těmto účastníkům služby, aktivity spojené s rozvojem a ochranou

zdrojů pro jeho funkci, souhrn politických a veřejněsprávních aktivit (politika, propagace a regulace cestovního ruchu, mezinárodní spolupráce apod.) a současně i reakce místních komunit a ekosystému na uvedené aktivity (zpětná vazba). (Pásková & Zelenka 2002: 45)

Chápání cestovního ruchu se již od počátku minulého století měnilo. Vědeckému bádání cestovního ruchu se začala věnovat systematická pozornost. Ve nejstarších dostupných pracích z tohoto období se jejich autoři snažili zejména o odlišení cestovního ruchu od širšího pojmu cestování. Šlo zejména o práce (E. Guyer-Freuler 1905, E. Piccard 1911, J. Guth 1917, W. Morgenroth 1927 a další). Z tohoto období stojí za zmínku názor Hermanna von Schullarda z roku 1910, který poukázal i na ekonomické aspekty cestovního ruchu. Cestovní ruch považoval za soubor operací zejména ekonomického charakteru, které se přímo vztahují na vstup, pobyt a pohyb cizinců vně i uvnitř určité země, města nebo regionu. V dalších letech autoři již více akcentovali ekonomické, geografické, dopravní a sociologické aspekty cestovního ruchu např. R. Glücksmann (1930, 1935), F. W. Ogilvie (1933), J. A. Norval (1936), E. Nový a E. Fodor (1937), H. Poser (1939), A. Bormann (1939) a další. (Hesková a kol. 2006: 10).

Významným mezníkem v procesu zkoumání cestovního ruchu bylo zpracování a publikování Všeobecné nauky cestovního ruchu (Grundriss der Allgemeine Fremdenverkehrslehre) švýcarskými autory (W. Hunzikerem a K. Krapfem) v roce 1942. Cestovní ruch definovali jakou „soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti“. (Hesková a kol. 2006: 10)

Zintenzivnění úsilí o definování pojmu cestovní ruch se projevilo v 70. letech. Výsledkem bylo několik definic, které se však od sebe zásadně nelišili. Na práci i definici Hunzikera a Krapfa navázal další švýcarský profesor C. Kaspar (1975), který cestovní ruch definoval jako „souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání.“ (Hesková a kol. 2006: 10)

S cílem sjednotit názory na vymezení předmětu cestovního ruchu z hlediska statistiky organizovala Světová organizace cestovního ruchu (WTO – World Tourism

Organization, nyní se tato organizace nazývá UNWTO) v roce 1991 v kanadském města Ottawa mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu. (Hesková a kol. 2006: 11) Definice Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) cestovní ruch charakterizuje jako činnost lidí spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu do doby kratší jednoho uceleného roku a za účelem využití volného času, obchodu a za jinými účely. (Pourová 2002: 8). Stanovenou dobou se v mezinárodním cestovním ruchu rozumí jeden rok, v domácím cestovním ruchu šest měsíců. Definice UNWTO vylučuje z cestovního ruchu cestování v rámci místa trvalého bydliště, pravidelné cesty do zahraničí, dočasné přestěhování se za prací a dlouhodobou migraci. (Hesková a kol. 2006: 11)

Zjednodušeně je pojem cestovní ruch specifikován v kombinaci s pojmem cestování i v České verzi evropské normy EN 13809:2003, která má status české technické normy. Pod cestování a cestovním ruchem se rozumí „činnost lidí, kteří cestují na místa mimo své běžné prostředí anebo zde pobývají za účelem zábavy, pracovní nebo z jiných důvodů“ (Hesková a kol. 2006: 11)

Ve vyspělých zemích se cestovní ruch, v souvislosti s růstem životní úrovně a rozšiřováním fondu volného času, se stává masovým jevem a ekonomicky a sociologicky důležitým fenoménem. Dotýká se i rozvojových zemí, které jsou jako „přijímací“ země stále intenzivněji zapojovány do mezinárodního cestovního ruchu. (Hrala 2002: 7). Jedná se především o rozvojové země a regiony (severní Afrika, jihovýchodní Asie a ostrovní turistika). Dynamický rozvoj cestovního ruchu však s sebou postupně přináší i negativní problémy, zejména v oblasti životního prostředí (horské oblasti, přímořská a lázeňská střediska, národní parky a přírodní rezervace). A začíná se prosazovat filosofie „čistého“ turismu (Maryáš & Vystoupil 2001: 115)

V podstatě se cestovní ruch člení na domácí (vnitrozemský) a zahraniční (překročení státní hranice). Domácí cestovní ruch se statisticky obtížně vyhodnocuje (Hrala 2002: 7) dle Výkladového slovníku (Pásková & Zelenka 2002: 65) je charakterizován jako cestování a pobyty občanů mimo místo jejich obvyklého pobytu za účelem využití volného času, rekreace, poznání nebo za jiným nevýdělečným účelem, trvající ne déle než jeden rok a realizované kompletně ve vlastním státě na rozdíl od mezinárodního cestovního ruchu (podle UNWTO). V systému národních účtů (SNA) má tento pojem

širší význam, jako domácí cestovní ruch se označuje souhrn domácího cestovního ruchu (vymezeného podle UNWTO) i příjezdového cestovního ruchu, což odpovídá termínu vnitřní cestovní ruch. Mezinárodní cestovní ruch je považován za součet příjezdového cestovního ruchu všech zemí světa, zahrnuje tedy cestování návštěvníků mezi všemi zeměmi světa (Pásková & Zelenka 2002: 327). Mezinárodní cestovní ruch je celosvětově relativně přesně evidovaný a je jednou z nejvýnosnějších ekonomických činností. (Hrala 2002: 7)

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Je pozoruhodnou součástí spotřeby a způsobu života obyvatel, zejména ekonomicky vyspělých zemí. Cestovní ruch zaujímá téměř stejně významné postavení ve světovém vývozu jako telekomunikace, ropný, chemický a automobilový průmysl. (Hesková a kol. 2006: 3)

Hesková a kol. (2006: 12 – 15) dodává, že cestovní ruch je otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystemy, a to subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu včetně vzájemných vazeb. Subjekt cestovního ruchu reprezentuje účastník cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu. Objektem cestovního ruchu je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Objekt cestovního ruchu je nositelem nabídky.

2.2 VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH

Pro venkovský cestovní ruch existují různé označení například rurální cestovní ruch (angl. rural tourism). Další možnost označení je zelená turistika. (Drobná & Morávková 2004: 138), což umožňuje další rozšíření terminologie venkovského cestovního ruchu.

Hesková a kol. považují venkovský cestovní ruch za soubor činností spojených s cestováním a pobytem lidí ve venkovském prostředí. Obvykle jde o činnost spojenou s návratem k přírodě, s možností ubytování ve vesnických domech a různých ubytovacích zařízeních na venkově, kde je součástí nabídky i možnost stravování nebo

vlastní přípravy stravy a možnost se zapojit do různých činností spojených s pobytem na venkově. Za cíl rozvoje venkovského cestovního ruchu na venkově považují zapojení místního obyvatelstva do poskytování služeb. Důležitá je odborná připravenost poskytování služeb, ochota podílet se na uspokojování potřeb hostů, otevřenost a vstřícnost venkovské rodiny a schopnost komunikace v cizích jazycích. Za součást venkovského cestovního ruchu označují agroturistiku a ekoagroturistiku. (Hesková a kol. 2006: 32 – 33) Mimo agroturistiky a ekoagroturistiky uvádí Pásková & Zelenka (2002: 309) další možné formy venkovského cestovního ruchu jako ekoturistika, dobrodružný cestovní ruch a kulturní cestovní ruch. Pourouvá (2002: 44) dále ještě rozlišuje vesnickou turistiku a chataření a chalupaření.

Podle prostorového určení, kde se aktivity cestovního ruchu odehrávají, Hrabánková a Hájek rozeznávají např. městskou turistiku, cestovní ruch v okolí vodních ploch, cestovní ruch v rámci významných kulturních center, venkovský cestovní ruch a další. Venkovský cestovní ruch je vymezením druhu cestovního ruchu z hlediska geografické oblasti, kde je situován (v oblasti venkova s nízkou hustotou osídlení) a je pro něj příznačná jistá konotace na trvalou udržitelnost. (Hrabánková & Hájek 2002: 19) Za hlavní atraktivitu venkovského cestovního ruchu a její základní identifikační znak považují tzv. ruralitu. Ruralita, čili zažití venkova jako motivace venkovského cestovního ruchu zejména pro obyvatele rušných urbánních oblastí, spočívá na následujících znacích: a) rurální oblasti se vyznačují malou hustotou obyvatelstva a malá sídla jsou od sebe vzdálená, b) jsou to oblasti, kde je zastavěno méně než 10 – 20 % jejich rozlohy, c) oblasti lze popsat charakteristikami Mikulí a Stříbrné ve „Venkovské turistice“. (Hrabánková & Hájek 2002: 20) Jako stěžejní součást venkovského cestovního ruchu označují agroturistiku vázanou na zemědělskou prvovýrobu a zemědělské farmy. (Hrabánková & Hájek 2002: 22)

K venkovskému cestovnímu ruchu patří samozřejmě i jeho služby. Oriška ukazuje na to, že k dokonalému uspokojení potřeb účastníka venkovského cestovního ruchu nestačí poskytovat jenom ubytovací a stravovací služby, ale i mnohé další, označované jako služby doplňkové, které jim mají zpříjemnit a zatraktivnit pobyt na venkově a pomoci k dosažení očekávaných cílů (představ). Patří k nim i různé doprovodné programy ke zpestření a lepšímu využití volného času hostů. (Oriška 1999: 145)

2.2.1 VESNICKÁ TURISTIKA

Parmová charakterizuje vesnickou turistiku jako formu cestovního ruchu bezprostředně spjaté s přírodou a krajinou venkova a konkrétním vesnickým osídlením. Její náplní jsou individuální rekreační aktivity využívající atraktivitu konkrétního navštíveného místa venkovského prostředí (louky, lesy, rybníky, řeky, místní řemesla či folklór a podobně). K ubytování jsou využívána komerční ubytovací zařízení, rekreační chalupy i ubytování v soukromí. (Parmová 2007: 28)

Vedle toho Pourová vidí zvláštnost vesnické turistiky v decentralizaci ubytovacích zařízení, což umožňuje rozmělnit četnost turistů, a tak eliminovat negativní dopady. Dává příležitost individuálním aktivitám. (Pourová 2002: 44) Hlavní myšlenkou Pourové je, že venkovský cestovní ruch považuje za veškerý cestovní ruch probíhající na vesnici mimo agroturistiky. (Pourová 2002: 45)

Doprovodný program zvýrazňuje atraktivnost nabízených služeb, resp. kompletuje celý produkt cestovního ruchu. Pourová uvádí např. tyto doprovodné programy

- a) sport – jezdectví, rybaření, lov zvěře, pěší turistika, zimní sporty, cyklistika atd.
- b) kultura – místní pamětihodnosti, místní atraktivní přírodní jeskyně, místní tradice včetně muzeí, národopisné slavnosti, poutě a posvícení
- c) řemesla – ukázky tradičních řemesel, prohlídky zprovozněných historických objektů (železnice, lihovary, větrné a vodní mlýny aj.), včetně výroby suvenýrů
- d) zájezdní hostince – obnovení tradice bývalých zájezdních hostinců pro klientelu „na cestách“ (stravování a ubytování, lidové zájezdy apod.)
- e) školy v přírodě – rekreace větších i málopočetných kolektivů školních dětí (max. 40 osob), zdravotně handicapované mládeže, alergie, dýchací potíže aj.
- f) speciální klientela – rekreační služby pro seniory, pro mládež, rodiny s dětmi, invalidní občany, zahraniční návštěvníky apod. (Pourová 2002: 45 - 46)

2.2.2 AGROTURISTIKA

Pourová (2002:46) vidí agroturistiku jako specifickou formu venkovského cestovního ruchu, která vedle bezprostředního využívání přírody a krajiny venkova je charakteristická přímým vztahem k zemědělským pracím nebo usedlostem (budovám) se zemědělskou funkcí. Je provozována podnikateli v zemědělské prvovýrobě jako vedlejší, doplňková činnost sloužící k získání dodatečných finančních prostředků s tím, že zemědělská výroba by měla být činností dominantní. Je představována souhrnem služeb, činnostmi na farmě i v okolním prostředí, ale i možnostmi zážitků, které zemědělský subjekt poskytuje (prodává) návštěvníkům za účelem rekreace a odpočinku. Jde tedy o cestovní ruch na zemědělských farmách nebo v objektech středních a větších zemědělských podniků.

Hesková a kol. (2006: 33) považují agroturistiku za součást venkovského cestovního ruchu, která se spojuje s uspokojováním potřeb účastníků cestovního ruchu na zemědělském hospodářství nebo na selské usedlosti (tzv. dovolená na selském dvoře, resp. na farmě). Jde o trend návratu do přírody a aktivní odpočinek. Jsou s ní spojené netradiční zážitky s poznáváním života a práce na zemědělském hospodářství (charakter práce, rostliny, zvířata, nářadí apod.). Dle jsou to různé typy řemesel a tradic (tkaní a vyšívání, řezbářství, hrnčářství, hudba, tanec, lidové slavnosti, příprava gastronomických specialit apod.). Do nabídky patří také možnost sportovně-rekreačních aktivit (jízda na koni, myslivost, rybářství apod.). V agroturistice je možná aktivní účast na typických farmářských činnostech (sečení a sušení sena, dojení, výroba másla a sýrů, sklizňové práce, sběr ovoce a lesních plodů, konzervování ovoce a zeleniny). Agroturistika se pokládá za formu udržitelného cestovního ruchu.

Ačkoliv je vesnická turistika a agroturistika spojena s vesnickým osídlením a společně profitují především z přírodního, ale i kulturního bohatství místního prostředí, jsou mezi nimi rozdíly. Podle Pourové se odlišují zejména ubytováním, rekreačními aktivitami i charakterem života v období rekreačního pobytu na vesnici. Tato odlišnost je zcela zřetelná zejména u agroturistiky na rodinné farmě, jejímž podstatným znakem je spolužití s farmářskou rodinou. (Pourová 2002: 46)

2.2.3 EKOAGROTURISTIKA

Heskové a kol. považuje ekoagroturistiku za formu agroturistiky na ekologicky hospodařících farmách. Ekologická farma nepoužívá při rostlinné a živočišné výrobě žádné syntetické chemikálie, hnojiva, hormonální přípravky, umělá barviva a konzervační přípravky. Produkty ekologického zemědělství se přísně kontrolují, a když splňují národní, resp. mezinárodní standardy, mohou používat ochrannou známku bio. (Hesková a kol. 2006: 33) Podstatným znakem této formy agroturistiky je nejen sepectí s farmářskou rodinou, ale i účast na zemědělských pracích a konzumace produktů jejich ekologického zemědělství. (Pourová 2002: 46)

V Holandsku byla v minulých letech založena nevládní nadace ECEAT – Evropské centrum pro ekoagroturistiku (European Centre for Eco Agritourism), kladoucí si za cíl podporu ekologického zemědělství a oživení venkova pomocí šetrné turistiky. ECEAT CZ (se sídlem v Brně) je česká nezisková organizace, která zastupuje Českou republiku v mezinárodním programu ECEAT. (Pourová 2002: 47)

Stezky dědictví jsou novým produktem venkovské turistiky. Jde v nich o dobře propojenou síť přírodního a kulturního bohatství, služeb a zařízení v dané oblasti, sloužící pro určité skupiny návštěvníků (do 18 osob). Zahrnují různé typy environmentálně příznivého cestovního ruchu: agroturistiku, hipoturistiku (jízda na koni (Hrabánková & Hájek 2002: 22)), silvoturistiku (účastníci jsou motivováni pohybem v lesním prostředí a jeho poznáváním (Pásková & Zelenka 2002: 265)), krasovou turistiku, gurmánský cestovní ruch (návštěva vinných sklípků), turistiku vodní, pěší a cykloturistiku. Stezky dědictví probíhají v 5-ti regionech České republiky a to v severních Čechách, na Šumavě, na Vysočině, na severní Moravě a na jižní a jihovýchodní Moravě. (Pourová 2002:47)

2.2.4 EKOTURISTIKA

Ekoturismus je někdy nazýván jako udržitelná, zodpovědná či etická turistika. (Drobná & Morávková 2004: 139) Podrobněji ekoturistiku definuje Pásková a Zelenka a to jako formu cestovního ruchu jejíž účastníci jsou motivováni využitím chráněných výtvorů přírody, přírodních rezervací, kulturních památek a akcí, národních parků, dalších

přírodních atraktivit, souhrnně biosféry a antroposféry (člověkem modelované životní prostředí) tak, aby nebyly cestovním ruchem nadměrně narušovány. Pro ekoturismus jsou typické ekoturistické aktivity. Podle různé klasifikace více než 80 různých aktivit s relativně malým vlivem na ekosystémy, pěší turistika, fotografování, pozorování volně žijících živočichů a planě rostoucích rostlin, jízda na kajaku účast na kulturních akcích, montanistika, cykloturistika, dílny hlubinné ekologie, survival, pozorování ptactva aj. Cílem návštěvníků jsou často ekosystémy s harmonickým sepětím flóry a přírodní scenérie. (Pásková & Zelenka 2002: 75)

2.2.5 CHATAŘENÍ A CHALUPAŘENÍ

Zrychlování životního tempa, stres a další jevy soudobé civilizace vedou řadu lidí ke snaze trávit svůj volný čas ve venkovském prostoru. V českém prostředí je tento zájem již několik desetiletí naplňován zcela specifickou formou cestovního ruchu, jakou je chataření a chalupaření. (Drobná & Morávková 2004: 138). Ale agroturistika a vesnická turistika nejsou jevem zcela novým. Pobyty na venkově, především u zemědělských rodin a formou letních bytů byly důležitou součástí předválečného cestovního ruchu České republiky i vztahů mezi městem a vesnicí. Po druhé světové válce, zejména v období kolektivizace, byly tyto původní vztahy mezi městem a venkovem zpřetrhány a touha městských lidí po přírodě, venkovském prostředí a pobytu na venkově nabývala zcela odlišné podoby. Rozvinulo se chataření a chalupaření. (Pourová 2002: 47 – 48)

Důvody velkého rozvoje chataření a chalupaření v minulých letech v České republice vidí Pourová v:

- a) omezené možnosti vycestovat do zahraničí
- b) podniková rekreace nemohla všechny zájemce plně uspokojit
- c) v České republice bylo k dispozici mnoho volných chalup
- d) došlo k vyčleňování půdy na výstavbu individuálních chat v chatových koloniích
- e) nízká až symbolická cena půdy, nízká cena nabízených chalup
- f) vlastnictví rekreačního objektu bylo prestižní otázkou životní úrovně
- g) vhodné uložení úspor (Pourová 2002: 48)

2.2.6 DOBRODRUŽNÝ CESTOVNÍ RUCH

Pásková a Zelenka dobrodružní cestovní ruch nazývají také adrenalinová či dobrodružná dovolená (angl. adventure travel / tourism) Charakterizují ho jako formu cestovního ruchu, jejímž hlavním rysem je neočekávanost, neexistence pevně daného programu, případně i určitá míra kontrolovaného rizika. Typickými aktivitami je horolezectví, zájezdy a pobyty s prvky extrémně adrenalinových sportů, skoky volným pádem ze skal padákem bungee-jumping, rafting, paragliding a snowboarding na extrémních svazích aj. (Pásková & Zelenka 2002: 64)

2.2.7 KULTURNÍ CESTOVNÍ RUCH

Pásková a Zelenka (2002: 150) za kulturní cestovní ruch považují formu cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni především možností poznávání kulturního dědictví a kultury dané země a jejích rezidentů. Cílem návštěvníků jsou kulturní atraktivita, zejména historické stavby. Dle Heskové a kol. má mnoho forem a stupňů intenzity. V praxi má podobu návštěv muzeí, galerií, výstav, kulturních pamětihodností, archeologických nalezišť, hudebních, divadelních a filmových festivalů, společenských a náboženských akcí. Kulturní cestovní ruch představuje symbiózu vzdělávání a účelného trávení volného času, jeho účastníci jsou obeznámeni nejen s historií a kulturou vlastního a ostatních národů, ale i sociální a ekonomickou situací navštíveného místa (Hesková a kol. 2006: 24).

2.3 UBYTOVÁNÍ A STRAVOVÁNÍ VE VESNICKÉ TURISTICE

Doporučení a upravující základní ukazatele pro poskytování ubytovacích služeb v rámci vesnické turistiky a agroturistiky zpracovala Ing. Marie Stříbrná a kolektiv.

V rámci vesnické turistiky a agroturistiky existují ubytovací služby různé formy. V případě vesnické turistiky Stříbrná a kol. uvádí, že se jedná o ubytování v soukromí nebo ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních. V agroturistice se však většinou přiklání k podobě ubytování v soukromí. Obě formy však mají více méně komorní podobu, tzn. že nejde o velká ubytovací zařízení (max. do 50 lůžek) a na zemědělské farmě pak dokonce o kapacitu ještě nižší (max. 12 lůžek). (Stříbrná a kol. 1996: 3)

2.3.1 KATEGORIZACE UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ (DLE ING. MARIE STŘÍBRNÉ A KOLEKTIVU)

Stříbrná a kol. (1996: 5) charakterizují turistické ubytovací zařízení jako zařízení, které zabezpečuje (pravidelně nebo nepravidelně) přechodné ubytování pro turisty. Podle druhů a převažujícího vybavení a úrovně poskytovaných ubytovacích zařízení ho zařazují do tříd a třídy označují hvězdičkami.

Ubytovací zařízení člení do dvou základních skupin na ubytování v soukromí a hromadná ubytovací zařízení. A turistické ubytovací zařízení začleněná do kategorie ubytování v soukromí dále člení na

- a) ubytování v obytných místnostech zemědělských usedlostí a farem
- b) pronájem samostatných objektů, které jsou součástí zemědělských usedlostí a farem (Stříbrná a kol. 1996: 5)

Stříbrná a kol. (1996: 5) pojem ubytování v soukromí představují jako kategorii ubytovacích zařízení pro turisty, která poskytuje omezený počet samostatných ubytovacích jednotek ke krátkodobému pronájmu turistům (objekt či část objektu – obytné místnosti). V rámci této kategorie jsou poskytovány i další služby nabízené zemědělskými podnikateli (účast turistů na zemědělských pracích v rámci rekondičních programů, projížďky na koních atd.).

V rámci ubytování v soukromí Stříbrná a kol. (1996: 6 - 9) definují všeobecné požadavky na ubytování v soukromí, základní hygienické požadavky a požadavky na stravovací zařízení. Stravování je buď zabezpečeno jako společné stravování s pronajímateli nebo je zřízena pro ubytované samostatná kuchyň.

Stříbrná a kol. (1996: 6) dále vysvětlují pojmy obytná a obývací místnost a hygienické zařízení. **Obytnou místností** je uzamykatelný ubytovací prostor s lůžky, větratelný, osvětlený denním světlem a v topném období vytápění. Má elektrické osvětlení a zásuvku s označením napětí. Obytná místnost není průchozí. Naproti tomu **obývací místnost** je část objektu ve vlastnictví či užívání občana a určená k dennímu pobytu hosta. Nejsou zde umístěna stálá lůžka a místnost je vybavena stolem, židlemi

a čalouněným křeslem nebo pohovkou. **Hygienické zařízení** je stavebně oddělený prostor splňující všechny náležitosti stanovené pro koupelnu a samostatné WC.

2.3.2 FORMY UBYTOVÁNÍ VE VESNICKÉ TURISTICE (DLE DOC. ING. MARIE POUROVÉ, CSC.)

Podle Pourové (2002: 44) je ubytování ve vesnické turistice zpravidla provozováno v rekreačních objektech (chalupy, chaty, sruby, rekreační domky), v rodinných domech (pronájem obytných místností), v hotelích a penzionech, v historických objektech (rekonstruovaných mlýnech, selských staveních, zájezdních hostincích aj.), v majetku nebo v užívání podnikatele. Nevylučuje ani ubytování typu chatová osada a kemp. Maximální ubytovací kapacita činí na jeden objekt 40 lůžek nebo 10 pokojů (3 lůžka + přistýlka). V kempu nesmí stany nebo karavany přesáhnout počet 25 objektů nebo 50 osob.

Limitování ubytovacích kapacit má zamezit nadměrnému soustředění turistů v dané lokalitě a to zejména v případě provozování veřejných ubytovacích zařízení (hotel, penzion, chatová osada, kemp aj.). A zároveň má umožnit zvýraznění specifik turistiky ve venkovském prostředí (komorní ladění poskytovaných služeb, individuální přístup k hostům, rodinné zázemí, prostor pro široké uplatnění individuálních aktivit aj.) (Pourová 2002: 45)

Pourová uvádí, že je nezbytné zajisti celodenní stravování nebo zajistit minimálně snídani (bufet, restaurace) a to ve veřejných ubytovacích zařízeních (hotel, penzion, chatová osada, kemp aj.) (Pourová 2002: 45)

2.4 MOTIVACE K VENKOVSKÉMU CESTOVNÍMU RUCHU

Pourová vidí dva hlavní motivy k rozvoji venkovského cestovního ruchu. A to ve vývoji politické situace po roce 1989 a v celosvětovém trendu návratu k přírodě. (Pourová 2002: 49).

Po roce 1989 dochází v České republice k významným změnám venkova souvisejícím s restrukturalizací zemědělské výroby, doprovázené transformací zemědělských podniků, omezováním zemědělské prvovýroby a snižováním počtu pracovníků v ní. To

vyvolávalo 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 je perspektivní rozvoj agroturistiky a ostatních forem venkovského cestovního ruchu, jež mohou alespoň částečně přispět k řešení současného i budoucího zemědělství. (Pourová 2002: 49)

Druhou hlavní příčinou rozvoje venkovského cestovního ruchu je celosvětový trend návratu k přírodě a bezprostřednímu harmonickému soužití s ní (Pourová 2002: 49). Na venkově existuje kvalitnější životní prostředí venkova (čistší ovzduší a méně hluku) ve srovnání s městy a průmyslovými aglomeracemi. (Hesková a kol. 2006: 33) Klid venkova zabezpečuje také decentralizované ubytování s omezenou ubytovací kapacitou, což umožňuje rozmělnit četnost turistů, a tak eliminovat negativní dopady, které s sebou nese „masová turistika“ (ohromné soustředění lidí v turistických centrech, devastace krajiny po dobu turistické sezony apod.). (Drobná & Morávková 2004: 138)

Maryáš a Vystoupil poukazují na to, že dynamický rozvoj cestovního ruchu s sebou postupně přináší i negativní problémy, zejména v oblasti životního prostředí (horské oblasti, přímořská a lázeňská střediska, národní parky a přírodní rezervace). Stále více se začíná prosazovat filosofie „čistého“ turismu (Maryáš & Vystoupil 2001: 115)

2.5 MARKETING A MANAGEMENT

Existuje mnoho charakteristik marketingu a managementu.

Pásková a Zelenka management charakterizují jako systém teoretických a praktických řídicích znalostí, dovedností a činností, resp. soustavný kontinuální proces, který zahrnuje vzájemně propojené funkce: plánování, organizování, rozhodování, motivování, komunikování a kontrolu. (Pásková & Zelenka 2002: 168)

Mezi mnoha charakteristikami marketingu lze vidět diametrální rozdíl mezi sociálním a manažerským přístupem marketingu. (Kotler 2001: 24) Marketing a jeho vývoj je nerozlučně spjat s trhem a jeho rozvoje a existence tržní ekonomiky a je základní podmínkou uplatnění marketingové koncepce. Marketingovou koncepci charakterizoval velmi stručně a výstižně už Adam Smith v roce 1776 (Horáková 2003: 15) ve svém

pojednání *Zkoumání povahy a příčin bohatství národů*. Při zkoumání obchodního systému dospěl k závěru, že: „Spotřeba je hlavním důvodem proč vyrábět; výrobce by měl výrobě věnovat pozornost pouze do té míry, které je zapotřebí pro uspokojení spotřebitele. Tato zásada je natolik zřejmá, že by bylo absurdní pokoušet se ji dokázat.“ Toto tvrzení je i dnes po více než dvou stoletích, stále platné a představuje marketingovou koncepci managementu. (Cooper & Lane 1999: 16)

Podle Coopera & Lane lze koncepci marketingového managementu v současné době definovat tak, že marketingový management je efektivním procesem identifikování, předvídání a uspokojování potřeb zákazníků. (Cooper & Lane 1999: 16)

Americká marketingová organizace (AMA) v roce 1985 uvedla charakteristiku marketingu a to, že marketing management je procesem plánování a implementace koncepcí, cen, propagace a distribuce idejí, zboží a služeb pro vytváření směn, které uspokojují cíle jednotlivců a organizací. (Kotler 2001: 25)

Sociální definice poukazují na roli marketingu ve společnosti. Jenda z nich říká, že úlohu marketingu je „poskytovat vyšší životní standard“. Kotler tedy definuje marketing jako společenský a řídicí proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají to, co potřebují a požadují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných produktů a služeb s ostatními. (Kotler 2001: 24)

Jednou z vývojových fází marketingu je strategický marketing (s řadou vývojových stupňů), uvažovanou ve vztahu k marketingovým činnostem, funkcím i časovým horizontům. Je plně soustředěn na zákazníka a lze ho charakterizovat jako proces, spojený zejména s vypracováním:

- analýz faktorů vnitřních podmínek a stránek podnik,
- analýz faktorů příležitostí a ohrožení podniku,
- analýz faktorů konkurence (včetně prognózování budoucích trendů vývoje),
- s participací na vytvoření souboru cílů podniků a na formulování podnikových strategií pro jejich dosažení,
- se stanovením marketingových cílů,
- s volbou marketingových strategií k dosažení vytyčených cílů,
- s vypracováním, realizací a kontrolu marketingových plánů,

- s komplexním řízením marketingového procesu. (Horáková 2003: 15 – 16)

V obecném slova smyslu charakterizuje Horáková strategii jako určité schéma postupu, které naznačuje, jak za daných podmínek dosáhnout vytyčených cílů. V oblasti marketingu se strategie zaměřují na dosažení perspektivních marketingových cílů v rámci konkrétního marketingového prostředí. Na obecné úrovni, lze konstatovat, že marketingová strategie respektuje základní zásady marketingu a vychází z nich. Znamená to uvědomělou orientaci na trh a zákazníky a plné uspokojení jeho potřeb a současné posouzení schopností a možností podniku s ohledem na jeho cíle. (Horáková 2003: 11)

Kotler ukazuje na to, že neexistuje jediná marketingová cesta k bohatství a nestačí dělat většinu věcí o něco lépe než konkurenti. Profesor Michal Porter z Harvardu tvrdí, že podnik vlastně žádnou strategii nemá, vykonává-li stejné činnosti jako jeho konkurenti, jen o něco lépe. Porter považuje za podnik se silnou strategií takový podnik, jehož strategie se výrazně liší od strategií jeho konkurentů. (Kotler 2002: 23)

2.5.1 MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU

Cestovní ruch je odvětvím s velmi rychlými změnami a marketing dnes sehrává velkou úlohu v procesu přizpůsobování se těmto změnám. (Pourová 2002: 89)

Existují četné charakteristiky marketingu cestovního ruchu. Většina charakteristik vychází z určení specifík (charakteristických znaků), které vykazuje produkt cestovního ruchu. Specifika produktu cestovního ruchu jsou v zásadě shodná s charakteristikami uvedenými u produktu služeb:

- a) nehmotný charakter většiny produktů nabízených v cestovním ruchu – to způsobuje jejich snadnou napodobitelnost a možnost kopírování konkurencí
- b) charakter výroby – služba je vázána na místo spotřeby
- c) pomíjivost služeb – službu nelze skladovat
- d) specifická distribuční cesta – nákup služeb cestovního ruchu je realizován např. prostřednictvím zprostředkovatelských služeb, touroperátorů, cestovních kanceláří či na veletrzích a výstavách
- e) podmíněnost nákladů – u služeb je kalkulován tzv. balík služeb

- f) vázanost služeb na jejich poskytovatele – při aplikaci marketingu je vhodné využívat známých osobností
- g) kvalita služby je z pohledu zákazníka obtížně definovatelná – závisí na očekávání zákazníků
- h) v marketingu cestovního ruchu se zpravidla pracuje s rozšířeným marketingovým mixem 8P (Hesková a kol. 2006: 135 – 136)

Důležitou součástí marketingového managementu je rozpracování marketingového mixu. (Hrabánková & Hájek 2002: 51). Za autora marketingového mixu je považován Neil H. Borde. V roce 1964 vypracoval koncepci marketingového mixu v podobě „cake-mixu“, tj. směsi na moučníky. (Hesková a kol. 2006: 136) Marketingový mix se chová obdobně. Marketingový mix zahrnuje především kontrolovatelné faktory, které slouží k uspokojování potřeb specifických skupin zákazníků. Je tvořen souhrnem činitelů, které spolu s určením cílových trhů vytvářejí marketingovou strategii firmy. Základním nástrojem marketingového mixu jsou „4P“ (Petrů 2007: 93). Podoba mixu „4P“ je přiznávána E. J. Mc Carthymu. (Hesková a kol. 2006: 136)

- Produkt (výrobek, služba)
- Price (cena)
- Place (místo)
- Promotion (propagace)

V oblasti cestovního ruchu se k těmto nástrojům přistupují ještě další čtyři (celkem tedy osm nástrojů, resp. „8P“, a to

- People (lidé)
- Packaging („balíček“ služeb)
- Programming (programová specifikace nabídky služeb)
- Partnership (spolupráce) (Petrů 2007: 93)

Na základě stejného principu je zpracován model marketingového mixu „4C“, který klade do středu pozornosti osobu zákazníka (Hesková a kol. 2006: 136)

- Consumer (spotřebitel)
- Cost (náklady)
- Competition (konkurence)
- Channels (kanály)

Závěrem mohu říci, že v odvětví cestovního ruchu i mimo něj, by se měl podnikatel řídit úspěšnými marketingovými praktiky podle Kotlera a to vítězit pomocí vyšší jakosti, vítězit pomocí lepších služeb, vítězit pomocí nižších cen, vítězit pomocí vysokého tržního podílu, vítězit pomocí úprav a individuálních uzpůsobení, vítězit pomocí nepřetržitého zdokonalování produktů, vítězit pomocí výrobních inovací, vítězit pomocí vstupu na vysoce růstové trhy a vítězit pomocí překonávání očekávání zákazníků. (Kotler 2002.: 20 – 23)

3 METODIKA A CÍLE

Bakalářská práce je tvořena jedenácti částmi, které na sebe navazují. První kapitolou je Úvod, na tu navazuje druhá kapitola Literární rešerše, kde jsou objasněny základní pojmy související s vypracováním bakalářské práce. Po třetí kapitole Cíle a metodika nastupuje kapitola čtvrtá Situační analýza, která využívá poznatků zjištěných z primárních a sekundárních dat. Na základě primárních dat je vypracována pátá část Terénní šetření. Z poznatků situační analýzy a terénního šetření vychází šestá kapitola Marketingový mix. V sedmé kapitole jsou návrhy inovací a po nich následuje osmá kapitola Závěr. Posledními kapitolami jsou Summary, Seznam literatury a Přílohy.

3.1 INFORMAČNÍ ZDROJE

V bakalářské práci byly využity sekundární i primární zdroje informací.

Sekundární zdroje jsou již publikovaná data, která jsou dostupná z jiných zdrojů. V této bakalářské práci byly využity informace z odborné literatury jako jsou knihy a skripta, prospektů a internetových zdrojů, jejichž význam nelze podceňovat.

Primární zdroje jsou původní informace, které byly zjištěné a shromážděné vlastním šetření pro určitou specifickou výzkumnou potřebu. Primárním zdrojem této bakalářské práce je terénní šetření.

3.2 METODIKA

V bakalářské práci byl použit níže popsáný metodický postup, který se skládá z analytické, syntetické a aplikační části.

3.2.1 ANALYTICKÁ ČÁST

V první řadě byla prostudována literatura, zjištění charakteristiky základních pojmů a celkové problematiky bakalářské práce. Všechny získané poznatky byly využity pro sepsání literární rešerše. Poznatky zjištěné při sestavování literární rešerše byly dále využity při tvorbě situační analýzy a přípravě terénního šetření. Úkolem situační analýzy byl především rozbor předpokladů pro rozvoj venkovského cestovního ruchu na Českokrumlovsku. V terénním šetření musely být nejprve sestaveny dotazníky, které

poté byly součástí pilotního výzkumu. Po provedení pilotního výzkumu byla, na základě zjištěných nedostatků, provedena korekce dotazníků a jejich úprava do finální podoby.

3.2.2 SYNTETICKÁ ČÁST

Součástí syntetické části bylo vyhodnocení terénního šetření. Terénní šetření bylo zpracováno v programu Microsoft Office Excel. Pomocí programu Microsoft Office Excel došlo také k vyhodnocení výsledků terénního šetření a vytvoření grafů. Na základě terénního šetření a situační analýzy došlo k vytvoření marketingového mixu a potvrzení a vyvrácení hypotéz.

3.2.3 APLIKAČNÍ ČÁST

Na základě získaných poznatků z terénního šetření, situační analýzy a marketingového mixu byl vytvořen návrh inovací. V návrhu inovací jsou zastoupeny problémy venkovského cestovního ruchu a jejich možnost řešení.

3.3 CÍLE

Hlavním cílem bakalářské práce bylo „Analyzovat venkovský cestovní ruch na Českokrumlovsku“. Tato analýza je obsažena v situační analýze. Jako vedlejší cíl bakalářské práce bylo stanoveno „Zjistit předpoklady dalšího rozvoje venkovského cestovního ruchu. Návrhy inovací produktů.“ Možnost dalšího rozvoje je řešena v kapitole situační analýzy, marketingového mixu a závěru. Návrhům inovací je věnována celá jedna kapitola.

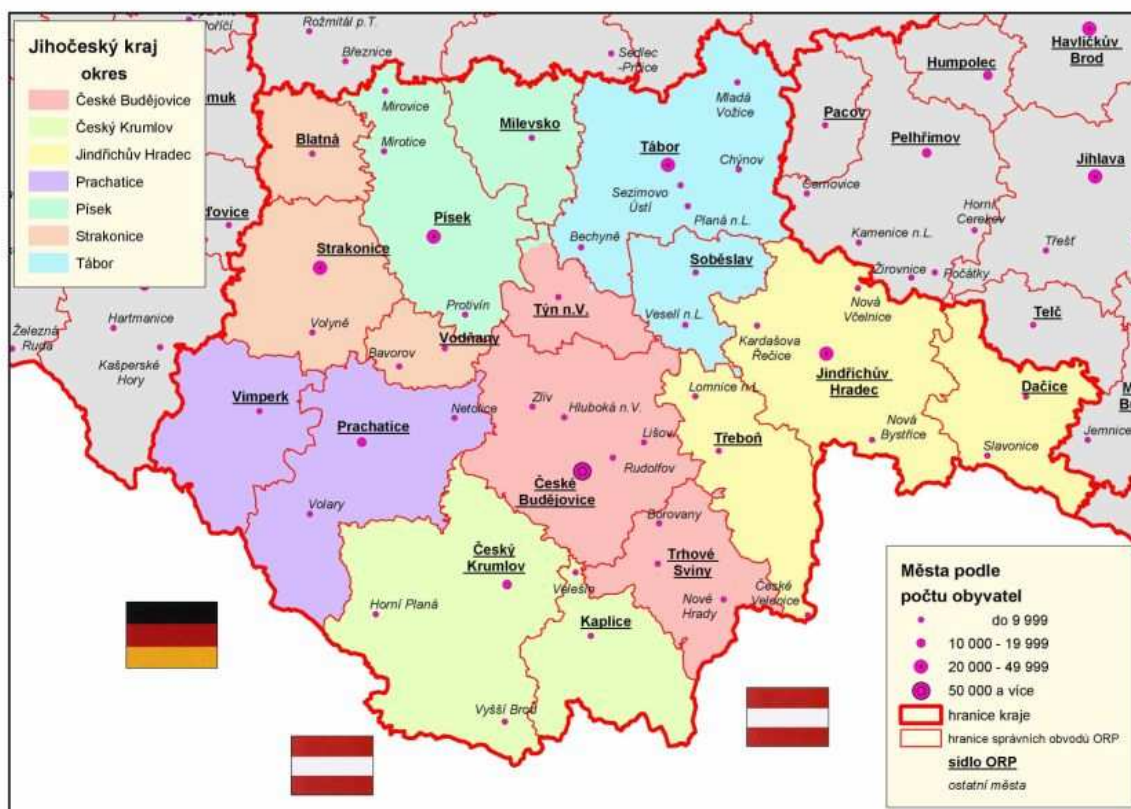
3.4 HYPOTÉZY

Hypotézy nelze dokázat, ale pouze potvrdit nebo vyvrátit. V bakalářské práci byly stanoveny dvě hypotézy a to hypotéza obecná a vedlejší.

Obecná hypotéza byla „Na Českokrumlovsku existují předpoklady pro rozvoj venkovského cestovního ruchu“. Tato hypotéza byla potvrzena na základě situační analýzy a terénního šetření. Vedlejší hypotézu „Na venkovském cestovním ruchu se podílejí především zahraniční turisté“ se na základě situační analýzy ani terénního šetření nepovedlo potvrdit.

4 ANALÝZA VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU NA ČESKOKRUMLOVSKU

4.1 GEOGRAFICKÉ VYMEZENÍ JIŽNÍCH ČECH



Zdroj: Český statistický úřad ČB, 2009b

4.2 VYMEZENÍ JIŽNÍCH ČECH

Region Českokrumlovsko leží v kraji jižních Čech. Mezi další regiony jižních Čech patří region Českobudějovicka, Jindřichohradecka, Táborska, Písecka a Strakonicka a Prachaticka. Krajským městem Jihočeského kraje jsou České Budějovice.

Jihočeský kraj je vnímán hlavně jako zemědělská oblast s rozvinutým rybníkářstvím a lesnictvím. Průmysl se zde rozvinul až během minulého století. Jednalo se především o průmysl zpracovatelský.

„Kraj představuje geograficky poměrně uzavřený celek, jehož jádro tvoří jihočeská kotlina. Na jihozápadě je obklopena Šumavou, na severozápadě výběžky Brd, na severu Středočeskou žulovou vrchovinou, na východě Českomoravskou vrchovinou a na jihovýchodě Novohradskými horami. V jihočeské kotlině se rozkládají dvě pánve, a to Českobudějovická a Třeboňská.“ (Český statistický úřad ČB, 2009c)

Hranice kraje tvoří státní hranice s Rakouskem a Spolkovou republikou Německo (v délce 323 km), dále kraj sousedí s kraji Plzeňským, Středočeským, krajem Vysočina a Jihomoravským krajem. „Má strategickou polohu na dopravní ose sever-jih. Procházejí jím důležité mezinárodní silnice, severojižní železniční koridor, evropské cyklistické a turistické stezky.“ (Jihočeský kraj, 2009a)

Jihočeský kraj má rozlohu 10 057 km², která zaujímá 12,8 % území z celé České republiky. Z tohoto území tvoří třetinu lesy a 4 % území pokrývají vodní plochy. Na tvorbě hrubého domácího produktu v České republice se kraj podílí pouze 5,5 %, v přepočtu na 1 obyvatele však dosahuje 90,1 % republikového průměru a mezi kraji patří na pátou pozici (po Hlavním městě Praze, Plzeňském, Jihomoravském a Středočeském kraji).

Díky příhraničnímu charakteru zde existuje efektivní přeshraniční spolupráce v oblasti výroby, služeb a cestovního ruchu. Je využívána atraktivita kraje s méně narušenou přírodou a množstvím kulturních památek. Příznivým jevem je také jedno z nejčistších ovzduší v republice.

V posledních letech zaznamenal cestovní ruch největší nárůst podílu na podnikatelských aktivitách v kraji. Rozvíjí také díky městskými památkovým rezervacím, které tvoří historická centra měst České Budějovice, Český Krumlov (zařazeno mezi památky UNESCO), Jindřichův Hradec, Prachatice, Slavonice, Tábor a Třeboň. Mimo to se v kraji nachází řada historických pamětihodností, například zámky Hluboká nad Vltavou, Český Krumlov, Orlík, Blatná, Červená Lhota a hrad Zvíkov. Kraj se může také pyšnit lidovou architekturou, především tzv. „selským barokem“. Mezi nejznámější památky patří náves v Holašovicích (okres České Budějovice), která byla v roce 1998 zařazena mezi památky chráněné UNESCO.

Jihočeský kraj se stává významnou turistickou a rekreační oblastí.

4.3 ČESKOKRUMLOVSKÝ REGION

4.3.1 GEOGRAFICKÉ A ADMINISTRATIVNÍ VYMEZENÍ REGIONU

ČESKOKRUMLOVSKO



Zdroj: Český statistický úřad ČB, 2009a

Okres Český Krumlov spadá pod Jihočeský kraj. Jedná se o pohraniční region, ležící na jihozápadním okraji České republiky v jižní části Jihočeského kraje. Díky tomu patří mezi nejjihnější oblast republiky. Na jihu, jihozápadě a jihovýchodě se táhne 80 km dlouhá státní hranice s Rakouskem. Na severu a severovýchodě sousedí s okresem České Budějovice a na severozápadě s okresem Prachatice.

Se svou rozlohou 1615 km² zaujímá 14,3 % plochy Jihočeského kraje a díky tomu je třetím největším okresem Jihočeského kraje. Z hlediska rozlohy je největší obec Horní Planá (9 926 ha). Oproti tomu nejmenší plochu zaujímá obec Zvíkov (291 ha).

Na Českokrumlovsku žije celkem 59,6 tisíc obyvatel. Z celé České republiky je zde nejmenší hustota obyvatel (36,9 obyvatele na km²). Největší počet obyvatel žije v Českém Krumlově (14,5 tisíc obyvatel), naopak nejmenší počet obyvatel se vyskytuje v obci Zvíkov (47 obyvatel).

Okres Český Krumlov správně členěn do 46 obcí. Ty se skládají z 6 měst, 3 městysů a 37 vsí. Po zrušení okresních úřadů k 31. prosinci 2002 je členěn na dva obvody obce s rozšířenou působností a to město Český Krumlov a Kaplice (viz příloha 1).

Příloha 2 ukazuje vybrané ukazatele za okres Český Krumlov.

4.3.2 ZEMĚDĚLSTVÍ A PRŮMYSL

Region Českokrumlovská je průmyslově zemědělským, charakteristický velkým výskytem lesů. Zemědělská výroba se zaměřuje na pěstování obilovin, píce a brambor. Díky podhorského prostředí jsou zde optimální podmínky pro chov skotu (pasevnicků). Stále se zvyšující preference ekologické výroby živočišných výrobků zvyšuje stavy pasených jalovic, dojníc a masných krav a odchov telat. Významné je také lesní bohatství okresu, které zaujímá 47 % celkové plochy území.

Průmysl se soustřeďuje do měst. Mezi nejdůležitější patří průmysl papíru a celulózy (Papírny, a. s., Větrní), strojírenský průmysl (Jihostroj, a. s., Velešín) a průmysl stavebnictví. Českokrumlovský region není příliš bohatý na nerostné bohatství, ale těží se zde tuha a granulit a v menší míře rašelina.

4.3.3 INFRASTRUKTURA

Infrastruktura patří k důležitým faktorům pro rozvoj cestovního ruchu. „Na území okresu se nalézají dva významné hraniční přechody s Rakouskem (Dolní Dvořiště a Studánky) a dále přechody, které nejsou otevřeny celoročně a nebo jsou omezeny na pěší a cyklisty (Přední Výtoň, Zadní Zvonková). Kromě toho se v průběhu turistické sezóny, případně k významným církevním svátkům, otevírají dočasné mimocelní přechody pro pěší.“ (Český statistický úřad ČB, 2009e)

„Okresem Český Krumlov prochází mezinárodní silnice E 55, vedoucí ze severních Čech do Dolního Dvořiště, kde se nachází silniční hraniční přechod s Rakouskem

(Wulłowitz). Celková délka silniční sítě okresu se blíží k 700 km. Další dopravní spojení na území regionu zabezpečují dvě železniční tratě - České Budějovice–Černý Kříž–Volary a České Budějovice–Horní Dvořiště. Na této trati byla dokončena v roce 2001 rozsáhlá rekonstrukce s plnou elektrifikací. Trať je železničním hraničním přechodem do Rakouska – Summerau a pokračuje dále do Lince. V budoucnosti by se měla tato trať stát součástí železničního koridoru Praha – Lince. Z hlediska turistického ruchu je rovněž významná elektrifikovaná trať Rybník – Lipno nad Vltavou.“ (Český statistický úřad ČB, 2009e)

4.3.4 PŘÍRODNÍ PŘEDPOKLADY REGIONU K ROZVOJI VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU

Mezi hlavní motivy k účasti na venkovském cestovním ruchu patří příroda. Lidé žijící v dnešní hektické době touží po klidu a relaxaci a to vše nachází v přírodě. Poznávají jí pěšky, na kole, na koni, na raftu či kánoji, z rybářské židličky či loďky a nebo jenom z pohledu terasy penzionu či venkovského statku. Ale vždy je pro ně motivem k uskutečnění venkovského cestovního ruchu. Pokud daný region chce rozvíjet venkovský cestovní ruch musí k tomu mít přírodní předpoklady a ty Českokrumlovskému regionu nechybí.

4.3.4.1 RELIÉF

Region Českokrumlovská je z hlediska přírodních podmínek velice pestrým. Spadá do provincie Česká vysočina. Česká vysočina zde má Šumavskou subprovincii, která do regionu Českokrumlovská zasahuje pouze jednou oblastí a to Šumavskou pahorkatinou. Ta se skládá ze čtyř dílčích celků – Šumavy, Šumavského podhůří, Novohradských hor a Novohradského podhůří. Šumava leží na jihozápadě regionu a jedná se o zalesněnou horskou krajinu nad Lipnem s výškami 750 – 1330 m. Na severozápadě a ve středu regionu se rozkládá Šumavské podhůří v podobě zalesněné hornatiny s výškami 600 – 1100 m. Novohradské hory zabírají na jihovýchod regionu u hranic a jedná se o zalesněnou kopcovitou krajinu s výškami 800 – 1070 m. Na severovýchodě regionu je u místěna zvlněná kopcovitá krajina lesů, polí, luk a vodních toků Novohradského podhůří s výškami 500 – 800 m. Mezi nejvýznamnější celky patří Krumlovská vrchovina, Prachatická vrchovina a oblast Blanského lese (vrchol Klet'). Dalšími

významné vrchovinné celky leží ve střední části Polušky, ve východní části Soběnovské vrchoviny (zvané Slepíčí hory). Nejvýše položeným místem je Šumavská hora Smrčina (1 332 m).

4.3.4.2 VODNÍ TOKY A VODNÍ PLOCHY

Územím Českokrumlovska protéká velké množství drobných vodních toků a na mnoha místech jsou zmokřelá území a rašeliniště. Téměř celý region spadá do povodí Labe a úmoří Severního moře. Pouze menší jižní část území pod Lipnem se nachází v povodní Dunaje a úmoří Černého moře.

Nejvýznamnějším vodním tokem je řeka Vltava, protékající okresem v délce 114 km. Vytváří zde obří zákrut, kdy Vltava teče ze Šumavy k jihovýchodu a pod Vyším Brodem se stáčí k severu. Podél toku Vltavy pod Lipenskou přehradou se nachází historické a kulturní perly. Patří mezi ně klášter ve Vyším Brodě, hrad Rožmberk postavený ve 13. století Vítkovci, město Český Krumlov založené rodem Vítkovců a v roce 1992 zapsáno na seznam světového kulturního dědictví UNESCO. Dále se po proudu Vltavy nachází klášter Zlatá Koruna a zřícenina hradu Dívčí kámen. A právě krásná příroda a kulturní a historické stavby nacházející se podél toku řeky Vltavy vytváří skvělé podmínky pro vodáctví.

V letech 1952 – 1956 byla na řece Vltavě vybudována údolní nádrž Lipno, která je největší vodní nádrž v České republice. Její plocha zaujímá skoro 50 km², je dlouhá 48 km, nadmořská výška hladiny činí 726 m a průměrná hloubka je 6,5 m, ale největší hloubka dosahuje až 21,5 m. Přehradní nádrž Lipno je součástí a nejvýše položeným stupněm Vltavské kaskády. Pod hrází přehrady se nachází turbína hydroelektrárny. Díky přehradní nádrži Lipno se Lipno a jeho okolí stalo vyhledávaným střediskem letní i zimní rekreace.

Další významnou řekou je východní části území řeka Malše. Odvádí vodu z Novohradských hor. Je na ní vybudována přehradní nádrž Římov a jejím úkolem je především zásobování pitnou vodou. Nejmenší přehradní nádrž v Českokrumlovském regionu je údolní nádrž Soběnov s plochou cca 4 ha, která byla vybudována na říčce Černá už v roce 1925.

Rybníků v Českokrumlovském regionu není moc. Největším rybníkem a nevyšší položeným velkým rybníkem v České republice je rybník Olšina u Hodňova, který má plochu 133 ha a je položen 731 m nad mořem. Dalším rybníkem je rybník Pláničský u Černé v Pošumaví (770 m nad mořem, 10 ha), který je známý svou vzácnou vodní a pobřežní vegetací.

Pro cestovní ruch je nejvíce využívána přehradní nádrž Lipno a řeka Vltava. Přehradní nádrž Lipno je vyhledávána pro možnost letních sportů (plavání, plachtění apod.) i sportů zimních (bruslení). V blízkosti se také nachází lyžařské středisko Kramolín, která nabízí vhodné podmínky pro sjezdové lyžování, ale i běžecké tratě s výhledem na krásnou přírodu Šumavy. Vltava je využívána především pro vodáckou turistiku což je ještě podmíněno historickými a kulturními stavbami nacházející se kolem jejího toku.

4.3.4.3 CHRÁNĚNÁ ÚZEMÍ

Jižní Čechy se můžou pyšnit jedním z nejčistších ovzduší v republice. A Českokrumlovský region je poslední z rozlehlých oblastí v České republice, kde se zatím ve větší míře neprojeví důsledky civilizace. Pásmo hor jsou tzv. „Zelenou střechou Evropy“. Region je charakteristický velkým podílem vodních toků a lesů. Díky snaze o zachování přírodního prostředí byly vyhlášené chráněné území.

„Na jihozápadě leží hřeben Šumavy – studená oblast vysokých hor s rašeliništi a pramennými oblastmi, oblast hlubokých lesů a pralesovitých porostů, oblast s pozůstatky pevninského zalednění a Lipenskou přehradou. To vše bylo zahrnuto do Národního parku a Chráněné krajinné oblasti Šumava. Na jihovýchodě leží přírodní park Novohradské hory – krajina hlubokých příhraničních lesů s rašeliništi a kamennými vrcholky. Jižně od Vyššího Brodu leží příhraniční přírodní park Vyšebrodsko, navazující na Chráněnou krajinnou oblast Šumava. Severovýchodně od města Kaplice se nachází přírodní park Soběnovská vrchovina kolem vrcholu Kohouta. Severozápadně od tohoto města leží přírodní park Poluška. Od severu zde zasahuje lesnatá Chráněná krajinná oblast Blanský les s charakteristickým vrcholem Kleť.“ (Trasovnick, 2008). A již řadu let je navrženo vyhlášení Chráněné krajinné oblasti Novohradské hory.

Síť chráněných území je ještě doplněna více jak 40 přírodními rezervacemi a památkami. Mezi ně patří například přírodní rezervace Bořinka, Holubovské Hadce a Klet, které zahrnuje Chráněná krajinná oblast Blanský les. Dále jsou to přírodní rezervace Český Jílovec, Dívčí kámen, rašeliniště Borková a Kapličky či Pláničský rybník. Mezi národní přírodní rezervace patří Čertova stěna, Luč, Vyšenské kopce a Žofínský prales. Žofínský prales patří mezi nejstarší chráněná území v České republice s vysokou přírodovědnou hodnotou. Převládá zde bukový porost, ale mezi nejstarší dřeviny patří jedle a smrky staré 300 – 400 let a vysoké 40 – 50 m. Byl založen již v roce 1838 a leží ve střední části Novohradských hor. Vzhledem k nutnosti zajištění nepřerušovanému vývoji pralesního ekosystému je nepřístupný veřejnosti.

4.3.4.4 KLIMA

Českokrumlovský region leží ve zhruba stejných klimatických oblastech – mírně teplé a chladné oblasti. Nejteplejším měsícem je červenec a nejchladnějším měsícem je leden. Vzhledem k velké členitosti regionu je množství spadlých srážek značně nerovnoměrné. Pohybuje se od 600 mm do 1000 mm za rok.

4.3.4.5 SHRUTÍ PŘÍRODNÍCH PŘEDPOKLADŮ K ROZVOJI VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU

Díky pestrému a členitému území, bohatství flóry a fauny, kráse přírody a menšímu dotyku civilizace je Českokrumlovský region vyhledáván turisty i cykloturisty. Pěšky, na koni nebo na kole objevují krásy přírody. Lesy, přehradní nádrž Lipno i chráněná území přímo vybízejí k pořádání procházek a turistických tras. Ale ani cykloturistika nezůstává pozadu. A Českokrumlovský region nabízí mnoho možností cykloturistických okruhů. V současné době dochází také k rozvoji cykloturistiky na mezinárodních trasách, díky poloze cyklostezek na rozhraní tří zemí Čech, Rakouska a Spolkové republiky Německo.

Přehradní nádrž Lipno vyzívá k rekreaci, rybolovu, ale také k provozování mnoha druhů sportů. Jedná se nejenom o letní sporty jako je plavání či plachtění, ale i sporty zimní. Mezi, které například patří bruslení na zamrzlé ploše nádrže či běžkování. Nabídka zimních sportů není vázána pouze na přehradní nádrž Lipno, ale turisté také využívají nabídky lyžařského střediska Kramolín, které se nachází v blízkosti obce Lipno nad

Vltavou. Kramolín nabízí nejen sjezdové podmínky, ale také běžecké tratě s krásným výhledem na Šumavu.

Krásná příroda, ale i kulturní a historické stavby nacházející se podél toku řeky Vltavy vytváří skvělé podmínky pro vodáctví. A těchto podmínek je v letní sezóně hojně využíváno. Vltava je splavná z Lenory. Tradiční vodácká trasa, vhodná i pro méně zdatné vodáky, vede na Soumarský most, dále do Dobré, Chlumu, Pěkné a končí v Nové Peci. Dále vodáci z Čech i zahraničí sjíždějí dolní tok Vltavy od Vyššího Brodu do Rožmberka nad Vltavou, Zátoně, Nového Spolí a odtud do Českého Krumlova a Zlaté Koruny. Pokud mají chuť mohou dále pokračovat ze Zlaté Koruny do Březí, poté do Boršova nad Vltavou, Českých Budějovic a Hluboké nad Vltavou.

4.3.5 KULTURNÍ PŘEDPOKLADY REGIONU K ROZVOJI VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU

Nejen přírodní podmínky jsou motivem k rozvoji venkovského cestovního ruchu. Jak vyplynulo z terénního šetření (viz 5. kapitola Terénní šetření) dalším významným motivem je poznávání. Jedná se nejen o poznávání života na venkově, obyvatel venkova, folklóru a řemesel, ale také o poznávání přírodních a kulturních památek.

Je důležité uvědomit si, že venkovský cestovní ruch neexistuje sám o sobě, ale je kombinován s ostatními formami cestovního ruchu. Většina účastníků venkovského cestovního ruchu chce poznat veškeré možnosti, které daná oblast nabízí.

4.3.5.1 ČESKÝ KRUMLOV

Každý kdo navštíví Českokrumlovský region nemůže vynechat urbanistický a architektonický skvost ležící na Vltavě a to renesanční město Český Krumlov. Město bylo založeno již ve 13. století a největšího rozkvětu dosáhlo za vlády Rožmberků. Pro svou neobyčejnou architektonickou a kulturní hodnotu je město od roku 1963 vyhlášeno městskou památkovou rezervací a od roku 1992 je zařazeno do Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO.

Ve městě se nachází Evropské informační centrum, kostel svatého Víta a plno galerií, ze kterých je nejvýznamnější mezinárodní kulturní centrum – Egon Schiele Art Centrum.

Nechybí zde ani muzea, mezi ně patří například Muzeum voskových figurín či Muzeum útrpného práva. A ve městě je možnost prohlédnout si dům stavitele rybníků Jakuba Krčina z Jelčan a Sedlčan. Město Český Krumlov nabízí také plno kulturních akcí jako jsou Slavnosti pětileté růže či Mezinárodní hudební festival.

Největší atraktivitou města je však Státní hrad a zámek Český Krumlov. Byl postaven ve 13. století na protáhlém skalním ostrohu, který z jihu obtéká řeka Vltava a na severní straně potok Polečnice. Hrad a zámek se tyčí nad renesanční a barokní měšťanskou architekturou města a spolu s kostelem svatého Víta tvoří dominantu celého okolí. Hrad a zámek je druhým největším stavebním komplexem v České republice hned po Pražských Hradčanech. Nachází se zde Maškarní sál, Hudební sál a také nejstarší barokní divadlo v Evropě. K zámku přiléhají francouzské zahrady, ve kterých se nachází další světový unikát a to otáčivé hlediště Český Krumlov. Otáčivé hlediště je díky neopakovatelné atmosféře zámecké zahrady a letohrádku Bellarie častým cílem českých i zahraničních návštěvníků.

Díky všem předpokladům se město Český Krumlov stalo centrem cestovního ruchu, kulturního a společenského dění.

4.3.5.2 DALŠÍ KULTURNÍ PAMÁTKY

Mezi další významná města patří například rodiště A. Stiftera Horní Planá, město Kaplice či město Velešín, v jehož blízkosti se nachází železniční násypy, které jsou pozůstatkem první evropské koněspřežní železnice vedoucí z Českých Budějovic do Lince. Neopomenutelné je také město Vyšší Brod s gotickým cisterciáckým klášteřem, který byl založen v roce 1259 Rožmberky. Dnes je možno v jeho areálu nalézt Poštovní muzeum. V roce 1263 byl založen další významný klášter Zlatá Koruna Přemyslem Otakarem II. V areálu kláštera se nachází Památník jihočeského písemnictví.

V polovině 13. století byl Vítkovci založen státní hrad Rožmberk, který je spjat s pověstí o bílé paní Perchty z Rožmberka. Pro zvýšení atraktivity pro návštěvníky se v průběhu měsíců června až září odehrávají v prostorách hradu noční kostýmová představení. Na tuto letní sezónu se chystá nahlédnutí do života renesančního šlechtice – posledního z Rožmberků Petra Voka.

Českokrumlovský region nabízí také zříceniny hradů jako je největší hradní zřícenina v Čechách Dívčí kámen a dále mezi ně patří hradní zřícenina Kuklov, Loužek, Pasovary, Pořešín, Skolčí či Vítkův Hrádek. Nachází se zde také zbytky Schwarzenberského plavebního kanálu z 18. století, který spojoval vody Vltavy a Dunaje. Jeho muzeum stojí ve Chvalšínách.

Opomenuty by neměly být ani sakrální památky jako je například kostel svatého Víta v Českém Krumlově, pozdně gotický kostel svatého Jiljí v Dolním Dvořišti, kostel svatého Bartoloměje ve Frymburku, Kostel svaté Markéty a Dobrovodská kaple v Horní Plané, Poutní kostel Panny Marie v Kájově, poutní místo Svatý Kámen v Rychnově nad Malší, Lesní poutní kostel Maria Rast ve Vyšším Brodě či ve Zvonkové kostel svatého Jana Nepomuckého nazýván Místem smíření, který byl po roce 1990 obnoven za pomoci Čechů, Rakušanů i Němců. Poutním místem je také Římov, kde se nachází Loretánská kaple, kostel svatého Ducha a v okolí je 25 pašijových kaplí symbolizující křížovou cestu.

Českokrumlovský region nabízí také rozhledny. Nejznámější z nich je Klet'. Na Kleti se nachází také hvězdárna a Klet' je nejvýše položenou astronomickou observatoří v Čechách (1 070 m).

Nelze vyjmenovat veškeré množství hradů, zámků, tvrzí, klášterů, kostelů, pravěkých hradišť i pohřebišť či mohyl nacházející se na území Českokrumlovského regionu. Avšak tato skutečnost svědčí o bohaté historii regionu a o tom, že Českokrumlovský region má co nabídnout.

4.3.5.3 REGIONÁLNÍ GASTRONOMIE, FOLKLÓR

K venkovskému cestovnímu ruchu neodmyslitelně patří tradiční kuchyně. Nejedná se jenom o tradiční českou kuchyni, ale každý region láká svými specialitami. Vedle národního jídla vepřo-knedlo-zelo lákají návštěvníky pokrmy typické pro Českokrumlovský region a potažmo pro celý Jihočeský kraj.

Gastronomie Jižních Čech navazuje na tradici kuchyně staročeské ovlivněné sousedními Bavorsy a Horními Rakousy. Je to kraj oplývající masem, rybami, brambory a pivem, díky čemuž zde rozkvetlo kuchařské umění.

Jihočeské gastronomii vládnou pečené i smažené ryby (například Třeboňský kapr), zvěřina upravená po zámeckém lidovém způsobu či šťouchané brambory s kysaným zelím. Tradiční polévkou je smetanová polévka Kulajda s brambory a houbami. Nesmíme zapomenout ani na sladké pokrmy jako jsou lívance s rozvařenými borůvkami či na šumavské vdolky mazané medem a sypané cukrem a mákem. V tradiční české kuchyni nesmí chybět knedlíky a Jižní Čechy jsou proslavené chlupatými knedlíky zvané bosáky, jejichž tajemství spočívá ve smíchání vařených a syrových strouhaných brambor. Mezi typickými regionálními pokrmy vyniká Kaplická cmunda, která je potřena dušeným kysaným zelím, položí se na ní plátek uzeného bůčku a placka přehne se v půli. Toto vše tvoří věhlasné pilíře Jihočeské kuchyně.

Ale pokud mluvíme o Jihočeské kuchyni nesmíme zapomenout na jihočeské pivo. Protože každý jihočeský pokrm by se měl zapít jihočeským pivem.

Jihočeská centrála cestovního ruchu roku 2004 zpracovala projekt Jihočeské pивní stezky (viz příloha 4). Následující informace pocházejí z tohoto projektu a z internetových stránek Jižních Čech.

„Pivo patří k nejstarším nápojům, které lidstvo zná. S velkou oblibou jej popíjeli již Keltové, kteří osidlovali oblast jižních Čech před Slovany a Germány. U těchto kmenů se nápoj rovněž těšil velké oblibě.

V Čechách se pivo vařilo vždy ze sladu, vody a chmelu a mohl ho vařit prakticky skoro každý, především to však byli feudálové a klerikové. Ve 13. století byla zakládána mnohá královská města s různými privilegii, z nichž významné bylo právě právo várečné. V 18. století byla dvorním dekretem ukončena tradice domácího vaření piva a důraz se začal klást na zavedení správného technologického postupu během výroby. O století později, v období technických vynálezů a objevů, byly zakládány nové pivovary s novými výrobními postupy, 20. století pak přineslo další zlepšení technologie a mechanizaci, která vedla až k dnešní automatizaci provozu.

V Jihočeském kraji se v současné době nachází osm fungujících pivovarů, z nichž dva řadíme mezi tzv. minipivovary nebo též pivovarské dvory: Budějovický měšťanský pivovar Budějovický Budvar, Pivovar Eggenberg, Městský pivovar Platan, Pivovar

Nektar, Pivovar Bohemia Regent, Pivovarský dvůr Lipan a Pivovarský dvůr Zvíkov.“
(Jižní Čechy, 2004)

V Českokrumlovském regionu působí Pivovar Eggenberg, a.s.. Byl založen již roku 1560 a sídlí v Latráně v Českém Krumlově. Pivovar vyrábí pět druhů piva, z toho dva druhy světlého výčepního piva, světlý ležák, tmavý ležák a pivo se sníženým obsahem cukru. Návštěvníkům českokrumlovského regionu nabízí prohlídky pivovaru, nahlédnutí do výrobního tajemství zlatého moku a možnost degustace. Exkurze jsou prováděny každý den od 11 hodin v českém, německém a anglickém jazyce.

Kromě místních specialit a piva atraktivnost Českokrumlovského regionu zvyšuje folklór a tradiční řemesla. Mezi tradiční řemesla na Českokrumlovsku patří především hrnčířství. Návštěvníky také lákají akce jako je například masopust, adventní trhy a podobně. Velkou motivací jsou také historické Slavnosti pětileté růže v Českém Krumlově v červnu či Svatováclavské slavnosti v září.

Za svérázný folklór Českokrumlovska lze považovat voroplavbu. O plavení dřeva jsou písemné zmínky již od první třetiny 12. století. Ale teprve v 16. století dochází k rozmachu plavení dřeva v nsvázaném stavu na horním toku Vltavy a voroplavby na středním a dolním toku Vltavy. Její důležitost zvyšovala rostoucí spotřeba stavebního zboží a obchod se solí a ostatním artiklem. Voroplavba se nadále rozvíjela. V 18. století bylo největším počinem v plavení dřeva postavení Schwarzenberského plavebního kanálu, který spojoval Vltavu a Dunaj. V době nedostatku dřeva umožnil splavování dřeva ze Šumavy a jeho dopravu do Vídně, čímž se podařilo hospodářsky využít lesní bohatství dosud nepřístupných šumavských hvozďů. Rozsah voroplavby byl výrazně omezen po první světové válce a v místním měřítku se voroplavba provozovala ještě do roku 1960. Svérázný folklór dobře placených plavců ani plavecké názvosloví se do současnosti sice nedochoval, ale dochovaly se zbytky Schwarzenberského plavebního kanálu. Zde si návštěvníci mohou připomenout kdysi slavnou historii plavení dřeva a to především v letních měsících, kdy je zde na ukázkou dřevo plaveno.

4.4 UBYTOVÁNÍ VE VENKOVSKÉM CESTOVNÍM RUCHU

Stříbrná a kol. charakterizují turistické ubytovací zařízení jako zařízení, které zabezpečuje (pravidelně nebo nepravidelně) přechodné ubytování pro turisty. (Stříbrná a kol. 1996: 5)

Ubytovací zařízení člení do dvou základních skupin na ubytování v soukromí a hromadná ubytovací zařízení. A turistické ubytovací zařízení začleněná do kategorie ubytování v soukromí dále člení na ubytování v obytných místnostech zemědělských usedlostí a farem a pronájem samostatných objektů, které jsou součástí zemědělských usedlostí a farem. (Stříbrná a kol. 1996: 5)

Bohužel statistický úřad ani jiné organizace působící v odvětví venkovského cestovního ruchu nevedou statistiky zabývající se přímo ubytovacími zařízeními ve venkovském cestovním ruchu. V tabulce z českého statistického úřadu „Hromadná ubytovací zařízení cestovního ruchu podle kategorie a podle okresů“ k 31. prosinci 2006 (viz příloha 3) lze vidět, že na území Českokrumlovského okresu se nachází 144 ostatních hotelů a penzionů, 27 kempů, 32 chatových oblastí a turistických ubytoven a 70 ostatních hromadných zařízení jinde nespecifikovaných. Tento problém se snažila také vyřešit Jihočeská centrála cestovního ruchu, která v roce 2007 v rámci projektu Agroturistika v jižních Čechách vydala prospekt v české, německé a anglické mutaci „Dovolená na venkově jižní Čechy“ (viz příloha 5). V tomto prospektu je uvedeno 36 ubytovacích zařízení poskytující ubytování na venkově (statky, penziony, farmy apod.).

4.5 SDRUŽENÍ PODPORUJÍCÍ VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH

Mezi nejznámější sdružení podporující venkovský cestovní ruch patří Svaz venkovské turistiky a Evropské centrum pro eko agro turistiku ECEAT CZ.

Dalšími sdruženími pro podporu cestovního ruchu a venkovského cestovního ruchu je Česká centrála cestovního ruchu CzechTourism, která se zabývá podporou rozvoje lidských zdrojů v venkovské turistice a školením a vzděláváním pracovníků v cestovním ruchu. Dalšími sdruženími jsou Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR –

SOCR ČR, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita Brno. Klub českých turistů, Kempy a chatové osady CR – Živnostenské společenstvo.

Celý cestovní ruch zastřešuje sekce cestovního ruchu Ministerstva pro místní rozvoj.

4.5.1 SVAZ VENKOVSKÉ TURISTIKY

„Svaz venkovské turistiky je dobrovolné a nepolitické sdružení podnikatelů ve venkovském cestovním ruchu a dalších příznivců. Svaz byl založen v roce 1997 a je členem Svazu obchodu a cestovního ruchu a mezinárodní organizace svazů venkovské turistiky Eurogites. Svou činností chce přispět k ekonomickému, kulturnímu a společenskému oživení venkova, obnově jeho tradic, údržbě krajiny i ke stabilizaci jeho osídlení.“ (Svaz venkovské turistiky, 2008)

Úkolem svazu je prosazování a hájení zájmů svých členů, zajišťuje zavádění kvalitativních standardů ubytovacích kapacit na venkově a provádí udělování certifikace – ubytování v soukromí. Dále pomáhá při vzdělávání osob zajímající se o venkovský cestovní ruch. Právě v lednu a únoru roku 2009 ve vybraných městech Jižních Čech probíhal jednodenní seminář se zaměřením na legislativu a finanční zdroje pro venkov a cestovní ruch a v březnu 2009 ve Slavonicích bude probíhat dvoudenní seminář na téma Fotografie a web pro propagaci malého podniku a sdílení místního dědictví se zaměřením na získání praktických dovedností. Svaz venkovské turistiky také samozřejmě ve spolupráci s partnery (hl. krajskými úřady, agenturou CzechTourism a ECEAT CZ) pomáhá při propagaci ubytovacích zařízení svých členů.

Nejvyšším orgánem Svazu venkovské turistiky je Konference svazu, operativním orgánem je představenstvo, které řídí předseda, popřípadě místopředseda. Dohled nad nimi provádí kontrolní skupina a výkonným článkem je tajemník. V současné době funkci předsedy zastává Ing. Petr Novák a funkce místopředsedkyně náleží Ing. Marii Stříbrné, která je také autorkou publikace „Ubytování ve vesnické turistice“.

4.5.2 ECEAT CZ

ECEAT CZ - Evropské centrum pro eko agro turistiku je česká, nevládní organizace sdružující odborníky specializující se na šetrný (udržitelný) cestovní ruch. Účastní se na

práci ECEAT International a je členem Svazu venkovské turistiky. „ECEAT CZ vznikl v roce 1999 jako nástupnická organizace Nadace ECEAT. Posláním ECEAT CZ je podporovat obnovu venkova pomocí šetrné turistiky, pomoci iniciovat nové podnikatelské příležitosti a pracovní místa ve venkovské turistice a dále pomoci při rozvoji odborných schopností nových poskytovatelů služeb“ (Moravec a kol., 2007: 33)

ECEAT CZ poskytuje rozvojové a vzdělávací programy, které uvádí na svých internetových stránkách „<http://www.eceat.cz/>“. Produkt „Dovolená na farmách po Evropě“ nabízí prožití aktivní dovolené formou agroturistiky na farmách a na venkově. Klient si může vybrat z farem, apartmánů, chalup, penzionů či rodinných hotelů po celé Evropě.

Dalším významným produktem jsou „Prázdniny na venkově“. Zde si klient může vybrat z možností ubytování na venkově po celé České republice.

4.5.3 MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ

„Úlohou ministerstva je spoludefinovat cíle státní politiky v oblasti cestovního ruchu a přispívat k jejich úspěšné realizaci.“ (MMR, 2009) Odpovídá na základě kompetenčního zákona za koordinaci a metodickou činnost v oblasti cestovního ruchu v České republice. Na stránkách Ministerstva pro místní rozvoj se nachází dokumenty koncepčního charakteru, statistiky a základní právní normy, informace týkající se ošetření ochrany spotřebitele, související rozvojové programy a podmínky podnikání v oblasti cestovního ruchu.

„Odbor cestovního ruchu zabezpečuje aktivity spojené s tvorbou a implementací Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013, realizuje opatření vyplývající z dílčích strategií a svojí činností přispívá k uznání průmyslu cestovního ruchu jako důležitého národohospodářského odvětví (např. podpora zkvalitnění Satelitního účtu cestovního ruchu).“ (MMR, 2009)

V sekci „Regionální politika“ se nachází sekce „Programy/Dotace“, kde mimo jiné je program „Podpora regionálního rozvoje 2009“ z národních zdrojů. Tento program zahrnuje poprogramy „Podpora úprav bývalých vojenských areálů k obecnímu využití“ a „Podpora obnovy venkova“.

Cílem programu obnovy venkova je formou dotace podpořit obnovu a rozvoj venkovských obcí v souladu s usnesením vlády České republiky ze dne 11. listopadu 1998 č. 730. Program předpokládá participaci obyvatel venkova, občanských spolků a sdružení při obnově jejich obce v souladu s místními tradicemi.

V roce 2009 má program následující dotační tituly:

- a) Podpora vítězů soutěže Vesnice roku
- b) Podpora zapojení dětí a mládeže do komunitního života v obci
- c) Podpora spolupráce obcí na obnově a rozvoji venkova
- d) Podpora obnovy drobných sakrálních staveb v obci
- e) Podpora zapojení romské komunity do života obce a společnosti

V Programu obnovy venkova Ministerstvo pro místní rozvoj se Spolkem pro obnovu venkova ČR, Svazem měst a obcí ČR a Ministerstvem zemědělství vyhlašuje, organizačně připravuje a zabezpečuje soutěž „Vesnice roku“. Jejím cílem je snaha vyzdvihnout aktivity obcí, povzbudit obyvatele venkova k aktivní účasti na rozvoji svého domova, rozvíjení místních tradic a zapojení se do společenského života obce a zároveň je cílem upozornit širokou veřejnost na význam venkova. Soutěž „Vesnice roku“ je součástí regionální politiky a jejím prostřednictvím se regionální politika zaměřuje v širším slova smyslu také na podporu a oživení venkovských oblastí.

Mezi hodnotící kritéria obce patří koncepční dokumenty, společenský život, aktivity občanů, podnikání, péče o stavební fond a obraz vesnice, občanská vybavenost inženýrské sítě a úspory energií, péče o veřejná prostranství přírodní prvky a péče o krajinu. Vyhlašovatelé soutěže navštíví všechny vítězné obce krajských kol a vyberou vítěznou obec, které pak udělí titul Vesnice roku.

Dne 4. března 2008 proběhlo vyhlášení 14. ročníku soutěže Vesnice roku. Výsledky celostátního kola soutěže oznámil ministr pro místní rozvoj dne 15. září 2008. Vítězem soutěže „Vesnice roku 2008“ se stala obec Lidečko ze Zlínského kraje. Na druhém místě se umístila obec Pikárec z kraje Vysočina a třetí místo získala obec Maletice z Jihočeského kraje.

4.5.4 EVROPSKÝ ZEMĚDĚLSKÝ FOND PRO ROZVOJ VENKOVA (EAFRD)

V minulém programovém období bylo možno získat finanční podporu na podnikání ve venkovském cestovním ruchu z několika různých programů: „například LEADER ČR nebo Operačního programu Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství. Programy byly zaměřeny na výstavbu, rekonstrukci, modernizaci staveb, vybudování infrastruktury, obnovu kulturních památek a přírodních lokalit apod. V programovacím období 2007 – 2013 bude možné získat významné finanční prostředky z Evropského zemědělského fondu pro regionální rozvoj.“ (Moravec a kol. 2007: 39)

Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova (EAFRD – European Agricultural Fund for Rural Development) „je finanční nástroj na podporu rozvoje venkova, který nepatří mezi strukturální fondy EU a nespadá tak do politiky hospodářské a sociální soudržnosti, nýbrž spadá do společné zemědělské politiky EU. Prostředky z EAFRD slouží ke zvýšení konkurenceschopnosti zemědělství, potravinářství, lesnictví a k rozvoji venkovských oblastí. V ČR jsou z něj hrazeny projekty předložené do tzv. Programu rozvoje venkova ČR, jehož řídicím orgánem je Ministerstvo zemědělství ČR.“ (Evropský zemědělský fond, 2007)

Jihočeský kraj může využít program „Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství (OP RVMZ)“. Cílem programu je rozvoj venkova, posílení přizpůsobivosti venkovských oblastí, rozvoj rybářství a odborné vzdělanosti. O podporu může žádat občan, malé a střední podniky, neziskové organizace, obce, svazky obcí a zemědělci a rolníci.

5 TERÉNNÍ ŠETŘENÍ

5.1 TVORBA DOTAZNÍKU

Pro realizaci terénního šetření bylo nutno nejdříve sestavit text a formu dotazníku. Dotazník byl vytvořen na jaře 2008 a použit na provedení předvýzkumu. Předvýzkum ukázal nedostatky dotazníku, které byly následně odstraněny a dotazník byl upraven do finální podoby. Hlavní část terénního šetření se udála v létě 2008 na území Českokrumlovska.

První částí terénního šetření bylo vytvoření dotazníku (viz příloha 6). Dotazník začínal názvem bakalářské práce, poté následoval stručný úvod a dále už následovala jeho vlastní část. V úvodu byla představena autorka a téma bakalářské práce, poté následují úvodní otázky jako je např. pohlaví či věk s cílem navázat kontakt s respondentem. Za úvodní byla zařazena filtrační otázka: „Pocházíte s z České republiky“, díky které bylo možno respondenty rozlišit na respondenty České republiky a zahraniční respondenty. Další filtrační otázka zněla: „Navštívili jste již Českokrumlovský region?“. Dále následovaly otázky týkající se venkovského cestovního ruchu. Konec dotazníku tvořilo poděkování a přání příjemného zbytku dne.

Po sestavení dotazníku byl realizován předvýzkum, který spočíval v rozdělení 20-ti dotazníků a jeho cílem bylo odhalit nedokonalosti pokládaných otázek. Díky tomuto předvýzkumu byl původní dotazník upraven do finální podoby (viz příloha 7). Z původních patnácti otázek zbylo otázek třináct. Po uvědomění si skutečnosti, že terénní šetření bude realizováno v Českokrumlovském regionu byly vynechány otázky: „Navštívili jste již Českokrumlovský region?“, „Pokud ne, uvažujete o jeho návštěvě?“ a „Uvažujete o opětovné návštěvě Českokrumlovského regionu?“. Otázka týkající se na „zaměstnání“ byla nahrazena otázkou týkající se na „vzdělání“. Naproti tomu byla zařazena z zcela nová otázka a to „Co si představujete pod pojmem venkovský cestovní ruch?“. Důvod k zařazení této otázky vyplývá z pilotního terénního šetření, které ukázalo, že většina respondentů neví co si má přesně pod pojmem venkovský cestovní ruch představit. Tato otázka je jako jediná v celém dotazníku otevřená, ostatní otázky jsou uzavřené. U otázky „Náklady na pobyt“ byl použit převodní kurz České koruny na Euro ve výši 23,5 Kč / Euro ke dni 11. července 2008. Další změny byly spíše už

gramatického a stylizačního charakteru. Například v otázce „Jaké služby byste ve venkovském cestovním ruchu preferovali?“ je možnost „domácí strava“ stylizována do přijatelnější „tradiční česká kuchyně“, či možnost „pobyt spojený s péčí o domácí zvířata“ na „pobyt spojený s péčí o hospodářská zvířata“.

Finální verzi dotazníku byla poté přeložena do německého jazyka (viz příloha 8).

5.2 VYHODNOCENÍ TERÉNNÍHO ŠETŘENÍ

Při terénním šetření bylo dáno do oběhu 235 dotazníků z čehož se vrátilo 200 dotazníků. Dotazníky byly vyplněny 145-ti českými respondenty a 55-ti zahraničními respondenty (viz příloha 9/3). Zahraniční respondenti byly z největší části obyvateli Spolkové republiky Německo (80 %), dále z Republiky Rakousko (16 %) a nakonec z Ruské federace (4 %) (viz příloha č. 9/3).

5.2.1 VYHODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH OTÁZEK TERÉNNÍHO ŠETŘENÍ

5.2.1.1 POHLAVÍ, VĚK, BYDLIŠTĚ, VZDĚLÁNÍ, UBYTOVÁNÍ

Dvěstě dotazníků bylo vyplněno 120 ženami a 80 muži (viz příloha 9/1). Z čehož se čeští respondenti skládali z 87 žen a 58 mužů (viz příloha 9/1) a zahraniční respondenti z 33 žen a 22 mužů (viz příloha 9/1).

Nejvíce respondentů spadalo do věkové skupiny starších 50-ti let (viz příloha 9/2). To platilo především u zahraničních respondentů (viz příloha 9/2). Čeští respondenti rovnoměrně zastupovali všechny věkové skupiny (viz příloha 9/2).

Většina respondentů bydlí ve městě (63 %) (viz příloha 9/4). Z celkového počtu vyplněných dotazníků převládá dosažení středoškolského vzdělání (39 %) (viz příloha č. 9/5). U zahraničních respondentů je to, ale především vzdělání odborné (55 %) (viz příloha 9/5).

Většina respondentů byla při návštěvě Českokrumlovského regionu ubytována v hotelu*** (79 respondentů), poté v penzionu, v kempu či tábořišti, bez ubytování, apartmánu či v pronajatém pokoji, u příbuzných a známých, v motelu či hotelu garni a nejméně respondentů bylo ubytováno na venkovském statku (viz příloha 9/6).

5.2.1.2 PŘEDSTAVY POD POJMEM VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH

Nejsložitější na vyhodnocení byla sedmá otázka: „Co si představujete pod pojmem venkovský cestovní ruch?“. Tato otázka byla otevřená tzn., že každý respondent na ní odpověděl podle svého uvážení (viz příloha 9/7).

Z celkového počtu respondentů na ní vůbec neodpovědělo 55 respondentů. Této možnosti především využili zahraniční respondenti (31 z 55 respondentů).

Nejvíce si respondenti pod pojmem venkovský cestovní ruch představovali ubytování na venkovském statku či penzionu. Hledali zde klid, souznění s přírodou či vzdálenost od civilizace, měst a silnic. Velmi motivujícím faktorem je příroda. Respondenti jí chtěli poznávat a vychutnávat. Přáli si pořádat procházky a výlety. Dalším důležitým prvkem bylo poznávání, jak života na venkově, kulturních i přírodních památek, folklóru, řemesel, tak i obyvatel venkova. Samozřejmě nesmí chybět domácí a místní speciality nejlépe z biopotravin.

Pro mnohé je také venkovský cestovní ruch spjat s houbařením a sběrem lesních plodů, turistikou a cykloturistikou, stanováním, táborákem či sjíždění řeky.

Několik respondentů charakterizuje venkovský cestovní ruch také jako agroturistiku či ekoturistiku. Za určitý fenomén můžeme označit skutečnost, že část respondentů z České republiky si venkovský cestovní ruch spojuje s chatařením a chalupařením.

Pro některé respondenty bylo ale také důležité dopravní spojení. Další např. vyžadovali organizovanou zábavu a daný program na den i večer.

Někteří respondenti si venkovský cestovní ruch také spojují s prací na poli či lukách a pomocí z hospodářskými zvířaty. Jedna z představ o venkovském cestovním ruchu může tedy vypadat jako: „Dojení krav, sušení sena, procházky lesem, jízda na kole, houbaření, sbírání lesních plodů, koupání, žádné památky v dosahu ...“

Ne všichni respondenti hledali klid, přírodu a útěk od civilizace. Zde je jeden z názorů: „Venkovský cestovní ruch považuji za důležitý k relaxaci po týdnu prožité intenzivní práce ve městě. K tomu musí být hudba, opékané sela a ubytování v hotelových

pokojích se samostatným sociálním vybavením. A nutně musí být hřiště pro sportovní vyžití, tj. tenisové kurty, bowling, bobová dráha a v zimě lanovky a sjezdovky.“

Mezi respondenty se našli i tací, kteří si venkovský cestovní ruch představují opravdu originálně. Např. „Koupání, relaxace v přírodě, tanec na přívozu, bubnování na pláži, kafe, čokoláda, pívko na terásce, prohlídka okolních měst, vesniček a památek.“ či „Pití piva na čerstvém vzduchu, koupání, opalování, relaxace, odpočinek, leká fyzická náročnost...“

Jak už bylo řečeno 55 respondentů tuto otázku vůbec nevyplnila. Někteří jí úplně ignorovali, ale někteří se snažili alespoň vtipně odpovědět. Zde jsou některé odpovědi: „Nevím. Jízda na kole, pochod kolem mravenců přes asfaltovou komunikaci, přelet světlušek, mrouskání koček.“, „No to teda opravdu nemám ponětí. Něco ve smyslu pobytu na venkově včetně starání se o dobytek atp.“ či „Cokoliv“ výstižná byla také odpověď zahraničního respondenta: „gar nichts“.

Originální a pravdivá byla odpověď jednoho z respondentů: „Lidé, kteří žijí ve městě považují cestovní ruch na vesnici za odpočinek, ale lidé žijící na vesnici ví co je tam za práci!“

5.2.1.3 VYHODNOCENÍ OSTATNÍCH OTÁZEK DOTAZNÍKU

Zájem o venkovský cestovní ruch mělo 143 respondentů z čehož 109 respondentů z ČR a 34 zahraničních respondentů (viz. příloha 9/8). Toto nám ukazuje, že nadpoloviční většina tuzemských i zahraničních respondentů se o venkovský cestovní ruch zajímá a chtěla by touto formou strávit svůj volný čas. Naproti tomu, ale také nadpoloviční většina (64 %) vyžaduje ubytování se základním komfortem (televize, lednička, apod.) (viz příloha 9/9). Dokonce 16 % respondentů vyžaduje komfortní ubytování a pouze 20 % respondentů preferuje ve venkovském cestovním ruchu ubytování prosté a bez jakékoliv techniky.

Mezi nejžádanější služby ve venkovském cestovním ruchu (viz příloha 9/10) patří koupání, česká kuchyně, pěší turistika a cykloturistika, společenská zábava, péče o duševní a fyzickou kondici a jízda na koni. U českých respondentů je navíc preferováno koupání. Zahraniční respondenti zase nejvíce oceňují českou kuchyni.

Respondenti se venkovského cestovního ruchu chtějí zúčastňovat především s partnerem, přáteli a dětmi. Zahraniční respondenti preferují partnera a organizovanou skupinu (viz příloha 9/11).

O venkovském cestovním ruchu se respondenti dozvěděli hlavně z internetu, z informací cestovních kanceláří a cestovních agentur a propagačních materiálů. 45 % respondentů je ochotno na den vynaložit 301 – 500 Kč (do 22 €) a 40 % respondentů považuje za přiměřené vynaložení nákladů od 501 – 1 000 Kč (do 43 €) (viz příloha 9/12).

5.3 POTVRZENÍ ČI VYVRÁCENÍ HYPOTÉZ NA ZÁKLADĚ SITUAČNÍ ANALÝZY A TERÉNNÍHO ŠETŘENÍ

Po provedení situační analýzy a terénního šetření lze potvrdit svou obecnou hypotézu, že „Na Českokrumlovsku existují předpoklady pro rozvoj venkovského cestovního ruchu“. Situační analýza ukázala existenci přírodních i kulturních předpokladů. K rozvoji také napomáhá jedno z nejčistších ovzduší v České republice, množství lesů, vodní nádrž Lipno a možnost letních i zimních sportů. Z terénního šetření vyplývá také existence zájmu o venkovský cestovní ruch. Tento zájem potvrdila nadpoloviční většina českých i zahraničních respondentů. Tento zájem je především vyvolán celosvětovým trendem návratu k přírodě a bezprostřední harmonizací s ní. Lidé jsou už také unaveni ze shonu, hluku a stresu velkoměst a chtějí na venkově a hlavně v přírodě relaxovat, nacházet nové duševní síly, ochutnat tradiční kuchyni, poznávat okolí i historické a kulturní památky a vracet se ke svým „kořenům“. A toto vše dokáže splnit Českokrumlovský region, který má přírodní i kulturní předpoklady pro rozvoj venkovského cestovního ruchu.

Bohužel vedlejší hypotézu „Na venkovském cestovním ruchu se podílejí především zahraniční turisté“ se nepodařilo prokázat. Z velké části je to dáno i skutečností, že neexistují žádné statistiky venkovského cestovního ruchu. Český statistický úřad tyto statistiky nevede, podobně jako ostatní organizace (Svaz venkovské turistiky či CzechTurism). Tento nedostatek informací je částečně dán i politickou situací, kdy v 50. letech docházelo ke kolektivizaci, zakládání družstev a potlačení soukromého zemědělství, díky čemuž zanikly farmy vhodné pro venkovský cestovní ruch. Zatímco

v ostatních evropských zemích se v 70. letech začal rozvíjet venkovský cestovní ruch u nás nebyla možnost ani podmínky rozvoje. Takto neexistující tradice venkovského cestovního ruchu v rámci aktivního cestovního ruchu zapříčiňuje nedostatek zkušeností s venkovským cestovním ruchem. Jako pozitivum lze pouze dodat, že v posledních letech se venkovský cestovní ruch začíná rozvíjet.

6 TVORBA MARKETINGOVÉHO MIXU

Marketing tvoří důležitou součást každého podnikání. Dá se říci, je přímo podmínkou úspěšného podnikání a je zřejmé, že se bez něho neobejde ani venkovský cestovní ruch. Protože, aby byl podnikatel úspěšný musí se o něm vědět a kvalitní marketing mu toto zajistí.

Proces marketingového plánování zahrnuje analýzu prostředí, plánování, implementaci plánu a kontrolu. Marketingové plánování zahrnuje strategii, positioning, marketingové cíle a marketingový plán. Součástí implementace plánu tvoří marketingový mix. A marketingová kontrola se skládá z marketing managementu, hodnocení a kontrolu.

Můžeme říci, že obsahem marketingu je poznání potřeb zákazníků a na tomto základě vytvořit správný marketingový mix. Marketingový mix lze charakterizovat jako vhodnou kombinaci marketingových nástrojů, které ovlivňují efektivitu podnikatelských aktivit.

Základní nástroje marketingového mixu tvoří „4P“ a to produkt, price, place a promotion. Tyto základní „4P“ jsou v cestovním ruchu rozšířené od další „4P“ a to people, packaging, programming a partnership. V cestovním ruchu hovoříme tedy o „8P“.

Z terénního šetření a situační analýzy vyplývá, že v Českokrumlovském regionu existují vhodné podmínky pro venkovský cestovní ruch. Venkovský cestovní ruch se zde sice vyvíjí, ale v terénním šetření nadpoloviční většina respondentů (viz terénní šetření) vyjádřila zájem o tento druh cestovního ruchu. Ale terénní šetření také ukazuje, že představa venkovského cestovního ruchu je u některých respondentů značně zkreslená. Toto vše se musí vzít v úvahu při tvorbě marketingového mixu. Důležité je uvědomit si, že venkovský cestovní ruch je především cestovní ruch individuální a záleží hlavně na klientovi jak si svoji rekreaci sestaví.

6.1 PRODUKT (VÝROBEK, SLUŽBA)

Produkt cestovního ruchu označuje vše co daná destinace nabízí návštěvníkům od okamžiku jejich příjezdu do okamžiku jejich návratu domů. Patří sem řetězec služeb

v destinaci, lidé, organizace, ubytování, stravování, přístupnost destinace, atrakce, fyzické předměty (suvenýry, knižní průvodce, mapy atd.), doprava, služby průvodců, ale také image v mysli návštěvníka, zážitky, zkušenosti apod..

K rozvoji venkovského cestovního ruchu na Českokrumlovsku dochází díky zachovalé přírodě, jednomu z nejčistších ovzduší v České republice, využití Lipenské nádrže pro letní i zimní rekreaci, nabídce lyžařského střediska Kramolín a také díky existenci množství kulturních a historických památek. Ale nesmíme zapomínat, že nejdůležitějším faktorem jsou lidé, kteří venkovský cestovní ruch provozují.

Pro úspěch venkovského cestovního ruchu je zásadní přátelská rodinná atmosféra a tradiční styl. Objekt ubytování ať už se jedná o penzion, malé hotely, farmu či statek by neměl narušovat okolí a místní tradiční architekturu. Z venku i ze vnitř by měli být využity přírodní materiály, jako jsou cihly, keramika, kámen a dřevo. Vybavení pokojů by mělo být jednotné a pokud možno stylové. Hosté ocení původní venkovský nábytek, ale pozor vybavení pokoje se nesmí skládat z „co dům dá“ a lůžka nesmí vrzat. Pokoj by měl být dostatečně slunný a v oknech mít květiny. Květiny mohou tvořit také výzdobu pokoje, ale samozřejmě se nesmí jednat o květiny umělé. „Jediným modernizačním požadavkem, nezbytným a potřebným, je kvalitní sociální zařízení – toaleta a sprcha.“ (Burian, 1999: 25)

Mnohokrát už bylo zdůrazněno, že zásadním prvkem je lidský faktor a jak se říká, „úsměv otevírá srdce (a také peněženky)“. (Burian, 1999: 16) Venkovský cestovní ruch zahrnuje rodinné prostředí, a proto se musíme o hosty zajímat, poskytnout jim kvalitní informace, doporučit možné výlety, seznámit je s okolím apod.. Velký důraz je kladen na kvalitu služeb, protože bez ní nelze ve venkovském cestovním ruchu podnikat a právě kvalita služeb je konkurenčním nástrojem. „Host musí mít pocit štěstí a spokojenosti, pocit, že si dobře vybral. Nespokojený host to řekne desíti dalším. Spokojený to řekne maximálně jednomu, ale je to ta nejúčinnější reklama, za níž se nezaplatí ani koruna“. (Burian, 1999: 20)

Mezi služby, které mohou být provozovány ve venkovském cestovním ruchu, patří například přeprava, praní prádla, nákup do ledničky, nákup nápojů, půjčování žehličky, půjčování sportovních potřeb, program péče o děti či doprovodné programy. Mezi ně

řadíme možnost poznání prací v hospodářství a domácnosti, jako je pomoc při sklizni, setí, sušení seny, pomoc s hospodářskými zvířaty, sklizeň ovoce, stáčení medu, ale také ukázka vaření. Pro zahraniční hosty je velkým zážitkem vaření pravých českých knedlíků, příprava perníčků, moučníků nebo mléčných výrobků jako jsou jogurty, stloukání mléka či výroba sýra. Mezi doplňkové programy patří také ukázky řemesel, pěší turistika, cykloturistika, jízda na koni, možnost koupání a ostatní sporty, pozorování přírody, ptáků a zvěře, sbírání hub, rostlin a lesních plodů apod.. Můžeme sem také zařadit účast na folklórních akcích, jako jsou například dožinky, jarmarky, oslavy svátků, křtiny, svatby a jiné.

Produktem venkovského cestovního ruchu na Českokrumlovsku může být rodinný farma Tvrz Chlum, která se nachází v chráněné krajinné oblasti Blanského lese, přímo pod nejvyšším vrcholem Kletí. Farma se skládá z hospodářských budov a samostatné ubytovací části. A jednou z hlavních činností farmy je chov koní a agroturistika. Farma nabízí výuku jízdy na koni a jezdci mohou při vyjížděcích objevovat krásy krajiny Podkletí. „Okolí nabízí řadu značených cyklostezek, možnost vodní turistiky na Vltavě, pěší turistiku a v zimě možnost sjezdování či běžkování v kvalitních stopách. Lehce dosažitelná jsou turisticky zajímavá města, např. Český Krumlov, České Budějovice, Třeboň. Nedaleko je zámek Hluboká, Rožmberk, zřícenina Dívčí Kámen nebo mystický Kuklov.“ (Pension Tvrz Chlum, 2009a)

6.2 PRICE (CENA)

„Správná cena je taková, za niž je zákazník ochoten koupit.“ (Burian, 1999: 43)
A cenová strategie je součástí marketingových plánů.

Terénní šetření ukázalo, že ve venkovském cestovním ruchu 45 % respondentů je ochotno na den vynaložit 301 – 500 Kč (do 22 €) a 40 % respondentů považuje za přiměřené vynaložení nákladů od 501 – 1 000 Kč (do 43 €) (viz terénní šetření). Toto cenové rozmezí odpovídá i většině cen ubytovacích zařízení.

Pro srovnání zde uvedu ceník českokrumlovské rodinné farmy Tvrz Chlum a ceník prachatické biofarmy Slunečné. V obou farmách se cena liší dle ubytování v pokojích či apartmánech, podle počtu strávených nocí a podle věku účastníků.

Ceník ubytování v penzionu Slunečná

Počet ubytování dní	Cena za osobu*
4 a více nocí	500 Kč
2 – 3 noci	550 Kč
1 noc	650 Kč

* V ceně bohatá snídaně zahrnující převážně bioprodukty vlastní výroby

V době 1.7. – 31.8. a 25. 12. – 3.1. jsou ceny navýšeny o 50 Kč

Děti: do 3 let: zdarma, 3 – 5 let: 25 % slevy, 6 – 13 let: 50 % slevy

Minimální cena z apartmán: 800 Kč

Zdroj: Biofarma Slunečná, 2008

Ceník ubytování v Pensionu Tvrz Chlum

Apartment: 9 000 Kč / 8 osob / 1 týden

Apartment Tvrz	
Počet dní	Cena pobytu / 1 den
1 až 2	2 160 Kč / 8 osob
3 až 4	2 000 Kč / 8 osob
5 až 6	1 600 Kč / 8 osob
7 a více	1 280 Kč / 8 osob

Pension: děti do 6 let spící s rodiči v posteli 0 Kč

Pension		
Počet dní	Cena pobytu / den	Děti 7 – 15 let
1 až 2	310 Kč / osobu	280 Kč / osobu
3 až 4	300 Kč / osobu	270 Kč / osobu
5 až 6	290 Kč / osobu	260 Kč / osobu
7 a více	280 Kč / osobu	250 Kč / osobu

Dle dohody je možné uplatnit množstevní slevy.

Apartmenty i pokoje v pensionu jsou vybaveny kuchyňkou – ceny nejsou včetně stravování.

Zdroj: Pension Tvrz Chlum, 2009b

6.3 PLACE (MÍSTO, DISTRIBUCE)

Produkt cestovního ruchu je nehmateľný a nelze skladovat a distribuce ukazuje, jakým způsobem se produkt dostává k cílovému segmentu. Rozlišujeme distribuční cesty přímé a nepřímé. Přímé jdou přímo od producenta k zákazníkovi. Nepřímé distribuční

cesty jdou od producenta k zákazníkovi nepřímou přes více zprostředkovatelů. V oblasti cestovního ruchu se jedná především o cestovní kanceláře a cestovní agentury.

Terénní šetření ukazuje, že nejvyužívanějším distribučním kanálem je internet, který využívá 44 % respondentů. Po něm následují turistická informační centra (15 % respondentů), média (12 % respondentů), propagační materiály (10 %), informace od pracovníků ve službách (10 % respondentů) a cestovní kanceláře a cestovní agentury (9 % respondentů). (viz terénní šetření)

Na základě předchozích zjištěných údajů vyplývá, že podnikatelé ve venkovském cestovním ruchu, by měli využívat možností prezentace na internet, umisťovat své propagační materiály v turistických informačních centrech, cestovních kancelářích a agenturách, ale i v turisticky rušných místech (hradech, zámcích, koupalištích, lyžařských areálech, kulturních a sportovních akcí, hotelech, kempech apod.).

6.4 PROMOTION (PROPAGACE)

„Kdosi slavný, snad zakladatel automobilového impéria H. Ford prý pravil „kdybych měl poslední dolar, investoval bych jej do reklamy““. (Burian, 1999: 12)

Nejjednodušší metodou propagace je dát kolem cesty tabulky s názvem ubytovacího zařízení s určením směru a vzdálenosti. Pokud se, ale ubytovací zařízení nachází v málo frekventované krajině, což je u venkovského cestovního ruchu předpoklad, tak jenom tato forma propagace nestačí. Dalším úskalím je také, že podobné tabule se stávají terčem vandalů a musí se pravidelně kontrolovat a opravovat. Je také nutné mít povolení majitele objektu k tomuto umístění informační tabule, což se většinou neobjede bez poplatků.

Dalším nástrojem propagace jsou katalogy. Ale umístění reklamy v katalogu je většinou drahé. Lepší způsob je umístění propagačních materiálů v turistických informačních centrech. Zde si podnikatel jenom musí dát pozor, jak je dané informační centrum frekventované a za jakých podmínek tam může nechat své propagační materiály.

Dalším způsobem propagace je reklama v tisku. Pokud se jedná o deník je třeba reklamu opakovat alespoň třikrát. Velký důraz je zde kladen také na design a cenu. Lze

si také zaplatit reklamu v rozhlasu či televizi, ale tento způsob propagace je velice nákladný. Další možností je vhažování letáků do schránek, ale jedná se o způsob pracný pokud si ho dělá podnikatel sám a lehce nespolehlivý a nákladný pokud je zadán firmě. A hlavně spoustu lidí obtěžuje tato nevyžádaná reklama.

Vděčným způsobem propagace je prodej pohlednic vlastního ubytovacího zařízení s adresou, ale tento způsob propagace lze využít až když jsou hosté ubytováni. Účinným nástrojem propagace je spojení s cestovní kanceláří nebo s nějakým sdružením jako je například ECEAT či Svaz venkovské turistiky apod.. „Tyto organizace vydávají své katalogy, mají dlouhodobě svůj okruh klientů a mohou si dovolit intenzivní propagaci.“ (Burian, 1999: 14) Nevýhodou je však, že ubytovací bude vystaveno ostatních ubytovacích zařízení uvedených v katalogu. Je také důležité dostatečně se informovat a pochopit podmínky, za kterých bude podnikatel propagován. Například dát si pozor na to, jestli je omezena jeho pravomoc disponovat se svou vlastní kapacitou, zda je požadováno zaplacení za prezentaci, jaká je přírůžka prodejce k cenám podnikatel apod..

Moderním, účinným a rozvíjejícím se nástrojem propagace je internet. Jeho největší výhodou je, že je dostupný na celém světě a stále více lidí si vybírá a zajišťuje svou rekreaci pomocí internetu. Vizitkou podnikatele a jeho ubytovacího zařízení jsou jeho internetové stránky. I jejich zpracování, možnost výběru jazyku a možnost on-line rezervace ovlivňuje rozhodnutí potenciálního klienta. Podnikatel by se měl také registrovat na co nejvíce vyhledávačích, díky čemuž se zobrazí na předních místech ve vyhledávačích.

6.5 PEOPLE (LIDÉ)

Venkovský cestovní ruch je „populární především u těch lidí, kteří žijí v průmyslových oblastech. Jsou to lidé nejenom z velkých měst, ale i z oblastí, kde původní divoká krajina byla nahrazena intenzivním průmyslovým zemědělstvím (např. Nizozemí). Čím více těmto lidem chybí příroda v průběhu roku, tím raději a více jezdí na „opravdový nefalšovaný“ venkov, do přírody a dál od lidí.“ (Burian, 1999: 9)

Tito lidé chtějí opustit shon, stres, hluk a ovzduší měst. Chtějí relaxovat v přírodě a poznat jiný životní styl. Určitým způsobem se vracejí „ ke svým kořenům“. Ocení původní stavení a nehledají přílišný komfort, i když se samozřejmě bez určité úrovně a kvality služeb neobejdou. Rádi ochutnají místní speciality a poznávají místní folklór, přírodu i kulturní památky. Vyhledávají aktivní pohyb a netouží po umělých atrakcích. Ve většině případů jsou také ohleduplní a to očekávají i od poskytovatelů ubytování. To znamená, že podnikatel by se měl zaměřit na ekologické hospodaření, ochranu přírody, třídění odpadů a vyhnout se plýtvání. Klienti určitě více ocení pokud je jim ke kávě nabídnuto mléko ve skleněné vratné lahvi či džbánu, než v jednorazových baleních.

Kromě účastníků venkovského cestovního ruchu, jsou také důležití místní obyvatelé. Právě přístup místních obyvatel k návštěvníkům určuje zda se hosté cítí vítáni. Je důležité, aby místním obyvatele pochopili, že venkovský cestovní ruch neprospěje jenom podnikateli, ale také jim a přispěje i k rozvoji celé obce.

Samozřejmě velmi důležitým článkem v marketingového mixu a celého cestovního ruchu jsou zaměstnanci. Hodnotícím prvkem je jejich přístup k návštěvníkům, jazyková vybavenost a odbornost. Podnikatel ve venkovském cestovním ruchu si také musí uvědomit náklady na zaměstnance a zda si je může dovolit, popřípadě zda zaměstnance skutečně potřebuje nebo danou práci zastane sám.

6.6 PACKAGING („BALÍČEK“ SLUŽEB)

Příkladem „balíčku“ služeb může být nabídka Pensionu Tvrz Chlum. Host je ubytován v apartmánech či pokojích pensionu. Farma nabízí výuku jízd na koni pro začátečníky i pokročilé, vyjížďky jízd a zároveň poznávání malebné krajiny a okolí, možnost pěších a cyklistických okruhů, v létě možnost vodní turistiky a v zimě naopak možnost sjezdování a běžkování po kvalitních stopách, koupání v nádrži Holubov, Vltava pod Dívčím Kamenem, jez Zlatá Koruna, houbaření, sběr borůvek v okolí, možnost poznávání kulturních památek jako je Český Krumlov, České Budějovice, Třeboň, Hluboká, Kuklov, Dívčí Kámen, Zlatá Koruna, Vyšší brod aj..

Dalším příkladem „balíčku“ služeb je nabídka Biofarmy Slunečná. Cílovou skupinou jsou nejen rodiny s dětmi a host si může vybrat ubytování v jednom z osmi apartmánů.

Ubytování je včetně snídaně, která se skládá převážně z vlastních bioproduktů jako jsou mléčné výrobky (mléko, sýry, jogurt,...), masné výrobky, ale i sezónní zelenina a ovoce. Návštěvníci si mohou zkusit krmení zvířat, výrobu sýrů nebo uzenin, pečení chleba. Okolí farmy nabízí široké sportovní a kulturní vyžití. Například možnost provozování vodních sportů, koupání a rybaření na Lipenské přehradě, možnost sjezdu Vltavy na zapůjčené kánoji, možnost turistických a cyklistických tras a v zimě možnost sjezdového a běžkového lyžování. V blízkosti se také nachází a lákají k návštěvě města jako je Český Krumlov či podhorská města (Prachatice, Vimperk, Horní Planá). Hostům jsou k dispozici společné prostory a velká prosluněná zimní zahrada a wellness (solárium, hydromasážní vana a sauna). V případě zájmu jdou také zajistit kosmetické a masážní služby. A v neposlední řadě se v penzionu také nachází stylová společenská místnost, kde se dají pořádat semináře, školení či příjemná posezení.

Ceníky těchto „balíčků“ služeb, nabízených oběma ubytovacími zařízeními, jsou uvedeny výše (viz Marketingový mix – cena).

6.7 PROGRAMMING (PROGRAMOVÁ SPECIFIKACE NABÍDKY SLUŽEB)

Programming úzce navazuje na tvorbu „balíčků“ služeb a umožňuje časové a místní propojení nabídky.

V případě venkovské turistiky na Českokrumlovsku se může jednat například o to, že účastníci v rámci své letní rekreace navštíví večerní představení otáčivého hlediště. Nebo se zúčastní slavnostní pětileté růže, které letos proběhnou v termínu od 19. června do 21. června 2009. Na přelomu června a srpna (od 17. července do 22. srpna 2009) mají zase možnost zúčastnit se Mezinárodního hudebního festivalu v Českém Krumlově.

6.8 PARTNERSHIP (SPOLUPRÁCE)

Bez spolupráce nelze ve venkovském cestovním ruchu podnikat. Podnikatel musí spolupracovat s obcí, místními obyvateli, ale i organizacemi cestovního ruchu. Pokud potřebuje pomoci či poradit může se obrátit na organizaci ECEAT. Pro certifikaci ubytování musí spolupracovat se Svazem venkovské turistiky. O možnostech získání dotací se informuje na stránkách Ministerstva pro místní rozvoj.

Bez vzájemné spolupráce organizací by ani nebylo možno realizovat některé produkty cestovního ruchu (např. tvorba balíčků). Už mnohokrát bylo konstatováno, že venkovský cestovní ruch je ve většině případů rodinné podnikání, a proto je zde také důležitá spolupráce mezi členy rodiny a popřípadě i zaměstnanci.

7 NÁVRHY INOVACÍ

Venkovský cestovní ruch se v České republice a potažmo v Českokrumlovském regionu začíná teprve rozvíjet. To je dáno především situací v 70. letech, kdy se v ostatních evropských zemích začal rozvíjet venkovský cestovní ruch. Naopak v České republice docházelo ke kolektivizaci, zakládání družstev a státních statků, což vedlo k likvidaci rodinných farem vhodných pro venkovský cestovní ruch.

Pomalý rozvoj venkovského cestovního ruchu je zapříčiněn nejen politickou situací, ale také nedostatkem spolupráce všech zainteresovaných subjektů – orgánů státní správy, podnikatelů, rezidentů a ostatních poskytovatelů služeb ve venkovském cestovním ruchu. Z této spolupráce by měla být vytvořena jednotná marketingové koncepce, která bude realizována na úrovni obce, regionu i státu. Obec by se měla zaměřit na konkrétní produkt cestovního ruchu, který vytváří její image.

Dalším problémem je nedostatek informací pro podnikatele, perspektivní návštěvníky i rezidenty. Což vyplývá z terénního šetření, která ukazuje, že respondenti mají většinou nedostatečnou nebo zkreslenou představu o venkovském cestovním ruchu. Popřípadě si pod pojmem venkovský cestovní ruch nedokáží představit nic konkrétního (viz terénní šetření). Díky neexistence tradice venkovského cestovního ruchu v rámci aktivního cestovního ruchu se sběrem dat nezabývá Český statistický úřad a podobně ani ostatní organizace (např. Svaz venkovské turistiky či Czech Tourism). Tato absence informací vede k obtížím v podnikání v cestovním ruchu, ale i k tomu, že zahraniční návštěvníci znají především Prahu a ostatní regiony jsou opomíjeny.

Možným návrhem této problematiky je pořádání různých seminářů a prezentací s tematikou venkovského cestovního ruchu. Semináře by měli být zaměřeny na různé cílové skupiny. Například pro podnikatele by byl vhodný seminář zabývající se problematikou podnikání ve venkovském cestovním ruchu, pro laickou veřejnost by byl přínosný seminář informující o venkovském cestovním ruchu a jeho přínosech pro jejich region. Dostatečně by měla být informována i místní správa, aby dokázala pomoci podnikatelům i rezidentům regionu. Vhodná by byla i celostátní a individuální prezentace cestovního ruchu na domácím i zahraničním trhu, která by zvyšovala podvědomí o venkovském cestovním ruchu u domácích i zahraničních návštěvníků.

Jednou z prvních organizací, která se snaží zvyšovat informovanost o venkovském cestovním ruchu je Svaz venkovské turistiky. V současné době svaz pořádá jednodenní a dvoudenní vzdělávací semináře pro podnikatele, zástupce obcí, nestátní neziskové organizace i soukromé osoby (viz situační analýza – Svaz venkovské turistiky).

Na území Českokrumlovského regionu se nachází Národní parky a síť Chráněných krajinných oblastí. Region se pyšní jedním z nejčistších ovzduší v republice, množstvím vodních toků a lesů a pásma hor jsou tzv. „Zelenou střechou Evropy“. Může těžit také z toho, že důsledky civilizace se zde zatím neprojeví ve větší míře. A toto vše je nejcennějším podnikatelským kapitálem. Podnikatelé by na požadavky ochrany přírody neměli pohlížet jako na omezování podnikání, ale jako na ekonomickou výhodu. Zachovalé přírodní prostředí, upravená obec a její okolí je hlavním motivem k uskutečňování venkovského cestovního ruchu. Podnikatel se může přidat k ochráncům přírody jako dobrovolný spolupracovník či se zapojit do veřejného života obce a zasadit se například o odstranění starých černých skládek, o správný provoz čistírny odpadních vod, přijatelné hospodaření z odpadky, o čistotu a pořádek v obci (vysečené příkopy, zametené ulice, ozelenění mezí apod.) či se zasadit o vybudování a údržbu turistických stezek a jejich označení. Na svých pozemcích může uplatňovat metody a zásady ekologického hospodaření. Ve své domácnosti může podnikatel používat například ekologické méně škodlivé prací, mycí a čistící prostředky či energii a vodu šetřící spotřebiče (např. úsporné žárovky, úsporné splachovače toalet apod.). Neměl by používat jednorazová balení potravin nebo hygienických potřeb a tekutiny v nevratných lahvích. Toto vše spolu s kvalitními službami přispívá k uspokojení očekávání potencionálních návštěvníků a jejich spokojenosti. A právě spokojenost hosta je nejlepší odměnou a reklamou pro podnikatele.

Po překonání problémů, jako je například zvýšení informovanosti, spolupráce zainteresovaných subjektů a šetrnosti vůči životnímu prostředí, dojde k většímu rozvoji venkovského cestovního ruchu.

8 ZÁVĚR

Příroda. Klid. Relaxace. Voda. Lesy. Zeleň. Dřevo. Toto vše, ale i mnoho dalšího zahrnuje venkovský cestovní ruch. Lidé jsou už unaveni shonem, hlukem, smogem a stresem velkoměst, zvoněním mobilních telefonů a seděním před monitorem počítače. Už je unavuje ten věčný nátlak okolí být dostupný v každém okamžiku svého života. Musí mít při sobě mobilní telefon či pager nebo být alespoň v blízkosti počítače, aby si mohli zkontrolovat e-mail a co nejrychleji se připojit na Skype či ICQ. A možná díky tomuto částečnému znechucení civilizací vzniká nový celosvětový trend – návrat k přírodě a bezprostřednímu harmonickému soužití s ní. A to si lze na pár dní či týdnů dopřát prostřednictvím venkovskému ruchu.

Tématem bakalářská práce bylo vyřešit problematiku rozvoje venkovského cestovního ruchu na Českokrumlovsku. Prvním krokem vypracování práce bylo prostudování literatury a seznámení se s problematikou venkovského cestovního ruchu. Na podkladech z literatury byl sestaven dotazník. Tyto dotazníky byly předmětem předvýzkumu, na jehož základě byly upraveny do své finální podoby a přeloženy do německého jazyka. Z 235 rozdaných dotazníků jich bylo vyplněno 200, z čehož 145 dotazníků vyplnily čeští respondenti a 55 zahraniční respondenti. Z terénního šetření vyplynulo, že nadpoloviční většina respondentů má zájem o venkovský cestovní ruch. Příčinou zájmu může být již výše zmiňovaný trend návratu k přírodě a rozvoj venkovského cestovního ruchu v České republice po roce 1989. Ačkoliv se respondenti snaží o návrat ke svým kořenům, tak přece jen žádají ubytování se základní technikou jako je například televize, lednička apod.. Mezi nejžádanější služby venkovského cestovního ruchu patří koupání, česká kuchyně, pěší turistika a cykloturistika, společenská zábava, péče o duševní a fyzickou kondici a jízda na koni. U českých respondentů je nevíce preferováno koupání. Zahraniční respondenti zase nejvíce oceňují českou kuchyni. Terénní šetření také ukazuje, že hlavními motivy účasti na venkovském cestovním ruchu je příroda a poznávání.

Analýza venkovského cestovního ruchu Českokrumlovska byla provedena v kapitole Situační analýza. Ze situační analýzy a terénního šetření vyplývá, že v Českokrumlovském regionu existují přírodní a kulturní předpoklady pro rozvoj

venkovského cestovního ruchu. Přírodním předpokladem je především čisté ovzduší, množství řek, vod a lesů. Turistickým lákadlem je hlavně Lipenská přehrada, která umožňuje relaxační i sportovní vyžití. V zimních měsících mohou návštěvníci využít nabídky lyžařského střediska Kramolín, které nabízí nejen sjezdové podmínky, ale i běžecké tratě s krásným výhledem na Šumavu. Českokrumlovský region, ale také láká turisty, kteří pěšky, na koni nebo na kole objevují krásy přírody. Nachází se zde i mnoho turistických a cykloturistických okruhů. V poslední době také dochází k rozvoji cykloturistiky na mezinárodních trasách a to díky poloze cyklostezek na rozhraní tří zemí Čech, Rakouska a Spolkové republiky Německo. Další atraktivitou jsou skvělé podmínky pro vodáctví, které vytváří tok Vltavy podél něhož se nachází krásná příroda, ale i kulturní a historické stavby.

Terénní šetření ukazuje, že kromě přírody je dalším významným motivem účasti na venkovském cestovním ruchu poznávání. Jedná se o poznávání života na venkově, obyvatel venkova, folklóru a řemesel, ale také o poznávání přírodních a kulturních památek. Důležité je uvědomit si, že venkovský cestovní ruch neexistuje sám o sobě, ale je kombinován s ostatními formami cestovního ruchu. Většina účastníků venkovského cestovního ruchu chce poznat veškeré možnosti, které daná oblast nabízí. A právě Českokrumlovský region nabízí nejen přírodní, ale také kulturní předpoklady rozvoje cestovního ruchu. Největším lákadlem regionu je urbanistický a architektonický skvost – město Český Krumlov. Město bylo zapsáno na seznam světového dědictví UNESCO a pyšní se nejenom historickým jádrem, ale především Státním hradem a zámek Český Krumlov, ke kterému přiléhají francouzské zámecké zahrady, v nichž se nachází otáčivé hlediště. Město také pořádá plno kulturních akcí jako je například Mezinárodní hudební festival či Slavnosti pětilisté růže.

Na základě situační analýzy a terénního šetření byl vypracován marketingový mix. Marketingový mix ukazuje důležitost zachovalé přírody, kvalitu poskytovaných služeb a vzhled penzionu či venkovského statku, který nenarušuje okolí. Velký důraz také klade na ochranu přírody a ekologické hospodaření.

Poznatky z celé bakalářské práce jsou využity v kapitole Návrhy inovací, kde se jako největší problém ukazuje nedostatek informací o venkovském cestovním ruchu. Návrhem na zlepšení informovanosti je zavedení seminářů a prezentací s touto

tématikou pro podnikatele, orgány místní správy i laickou veřejnost. Jednou z prvních organizací, která se snaží o zvyšování informovanosti je Svaz venkovské turistiky, který v lednu až březnu pořádá jednodenní a dvoudenní vzdělávací semináře s touto problematikou.

Venkovský cestovní ruch může přinést oživení daného místa, obce, regionu, ale i celého kraje. Návštěvník totiž nepřináší peníze jen podnikateli, ale zároveň celému regionu. Význam venkovského cestovního ruchu roste především v těch regionech, které byly postiženy restrukturalizací zemědělské výroby a restitučními majetkovými procesy. Jeho význam spočívá v usilování o zachování prosperity v zemědělské výrobě, zachování vesnického osídlení a možnosti vytvoření nových pracovních míst nejen v zemědělství, ale i v ostatních oborech související s daným odvětvím. Nelze však zapomínat, že venkovský cestovní ruch není „všelákem“ a ani na něm nelze závratně zbohatnout či rychle vydělat.

V Českokrumlovském regionu se venkovský cestovní ruch začíná rozvíjet a předpokládá se, že tento rozvoj bude dále pokračovat, zejména po překonání výše uvedených problémů. Rozvoji také napomohou významné přínosy venkovského cestovního ruchu, šetrné chování k přírodě a touha návštěvníků po klidu, přírodě a úniku stresu velkoměst.

Možná teď nastává ta správná doba položit si otázku: „Není čas navrátit se alespoň na chvíli ke svým kořenům?“

9 SUMMARY

The main aim of the bachelor's thesis was to analyse the development of provincial tourism in the region of Český Krumlov. The purpose of the work was to find groundwork for the development and possibilities of other development.

At first a technical literature was studied, then a questionnaire was created and a research was realised. From the research results that visitors are interested in provincial tourism and they search first of all relaxation and their roots. The main reason for participation of provincial tourism is country and knowledge of countryside, people, culture, tradition, etc..

On the basis of the technical literature and the research was written situation analysis. Then marketing mix was created. And all results of the work were used in suggestion of innovation. Here the main problem was the absence of information about provincial tourism. The absence of information is first of all due to short tradition of provincial tourism in the Czech country. People don't have any experience with provincial tourism. Nowadays this position begins to change. People are tired of stress of cities and they relax in the countryside.

The region Český Krumlov has natural and cultural groundwork for the development. There is fresh air, there are a lot of woods and the water basin Lipno. From sightseeing the most important is the town Český Krumlov with the State Castle of Český Krumlov.

The region Český Krumlov develops the provincial tourism and has groundwork for the future development of this industry.

10 SEZNAM LITERATURY

10.1 ODBORNÉ PUBLIKACE

BURIAN, M. *První průvodce venkovskou turistikou aneb Jedou k nám hosté*. Brno: Typografie Brno, 1999. ISBN 80-902640-0-X.

COOPER, J., LANE, P. *Marketingové plánování. Praktická příručka manažera*. Praha: Grada Publishing, spol. s r. o., 1999. ISBN 80-7169-641-2 .

DROBNÁ, D., MORÁVKOVÁ, E. *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7040-580-5.

FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, spol. s r. o., 2001. ISBN 80-247-0207-X.

HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha : Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.

HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2003. ISBN 80-247-0447-1.

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

HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*. 4. vyd. Praha: Idea Servis, 2002. ISBN 80-85970-43-0.

KOTLER, P. *Marketing podle Kotlera. Jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. Praha: Management Press, 2002. ISBN 80-7261-010-4.

KOTLER, P. *Marketing management*. 10. vyd. Praha: Grada Publishing, spol. s r. o., 2001. ISBN: 80-247-0016-6.

MARYÁŠ, J., VYSTOUPIL, J. *Ekonomická geografie I*. 2. vyd. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko – správní fakulta, 2001. ISBN: 80-210-2595-6.

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

ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu.* 1. vyd. Praha: Idea Servis, 1999. ISBN 80-85970-27-9.

PARMOVÁ ŠKODOVÁ, D. *Agroturistika.* 1. vyd. České Budějovice: Ekonomická fakulta, Jihočeská univerzita, 2007. ISBN: 978-80-7394-009-6.

PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Cestovní ruch. Výkladový slovník.* Česká republika, Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002.

PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu.* 2. vyd. Praha: Idea Servis, 2007. ISBN 978-80-85970-55-5.

POUROVÁ, M. *Agroturistika.* Praha: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, Katedra řízení, 2002. ISBN 80-213-0965-2.

STŘÍBRNÁ, M. a kol. *Ubytování ve vesnické turistice.* Praha: Institut výchovy a vzdělávání Ministerstva zemědělství ČR, 1996. ISBN 80-7105-128-4.

10.2 INTERNETOVÉ ZDROJE

Biofarma Slunečná [online]. 2008. Penzion. Ubytování / služby. [cit. 2009-03-08]. Dostupné na Internetu: http://www.biofarma-slunecna.cz/1_bio_11_ubyt.html

Český statistický úřad ČB [online]. 2009a. Administrativní rozdělení okresu k 1. 1. 2008 [cit. 2009-02-14]. Dostupné na Internetu: [http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/2F046EB36ED93C92C125749B00459767/\\$File/Český%20Krumlov.gif](http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/2F046EB36ED93C92C125749B00459767/$File/Český%20Krumlov.gif)

Český statistický úřad ČB [online]. 2009b. Kraj. Mapy, kartogramy. Administrativní mapa kraje. [cit. 2009-02-14]. Dostupné na Internetu: [http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/A874B89D6AD04E2FC1256F1F002D0381/\\$File/kraje-admin-MESTA-jhč.jpg](http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/A874B89D6AD04E2FC1256F1F002D0381/$File/kraje-admin-MESTA-jhč.jpg)

Český statistický úřad ČB [online]. 2009c. Kraj. Charakteristika kraje [cit. 2009-02-14]. Dostupné na Internetu: http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika_kraje

Český statistický úřad ČB [online]. 2009d. Okres Český Krumlov. Časová řada – vybrané ukazatele za okres Český Krumlov [cit. 2009-02-14]. Dostupné na Internetu: http://www2.czso.cz/x/redakce.nsf/i/casova_rada_vybrane_ukazatele_za_okres_cesky_krumlov

Český statistický úřad ČB [online]. 2009e. Okres Český Krumlov. Charakteristika okresu [cit. 2009-02-14]. Dostupné na Internetu: http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_ck

Český statistický úřad ČB [online]. 2009f. Aktuální informace. Počet uchazečů o zaměstnání v Jihočeském kraji v prosinci 2008 vzrostl o více než 15 % [cit. 2009-02-14]. Dostupné na Internetu: http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/pocet_uchazecu_o_zamestnani_v_jihoceskem_kraji_v_prosinci_2008_vzrostl_o_vice_nez_15_procent

Český statistický úřad ČB [online]. 2009g. Služby. Cestovní ruch. Souborné informace. Informace o regionech, městech, obcích. Krajské ročenky. [cit. 2009-03-27]. Dostupné na Internetu: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?cislotab=KR+09-12+OK1.1&kapitola_id=39

Evropský zemědělský fond [online]. 2007. Úvodní strana. Glosář – E. [cit. 2009-03-25]. Dostupné na Internetu: <http://www.strukturalni-fondy.cz/glosar/evropsky-zemedelsky-fond-pro-rozvoj-venkova-eafrd>

Jihočeský kraj [online]. 2009a. Charakteristika Jihočeského kraje. [cit. 2009-02-14]. Dostupné na Internetu: [http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par\[id_v\]=134&par\[lang\]=CS](http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par[id_v]=134&par[lang]=CS)

Jižní Čechy [online]. 2007. Agroturistika. Leták Dovolená na venkově – jižní Čechy. [cit. 2009-02-14]. Dostupné na Internetu: http://www.jiznicechy.cz/agroturistika/letak_dovolena-na-venkove_web.pdf

Jižní Čechy [online]. 2004. Gastronomie. Jihočeské pivní stezky. [cit. 2009-02-28]. Dostupné na Internetu: <http://www.jiznicechy.cz/index.php?art=jihoceske-pivni-stezky>

Ministerstvo pro místní rozvoj [online]. 2009. Cestovní ruch [cit. 2009-02-28]. Dostupné na Internetu: <http://www.mmr.cz/cestovni-ruch>

Pension Tvrz Chlum [online]. 2009a. Úvod [cit. 2009-03-8]. Dostupné na Internetu: <http://www.pension-tvrz.cz/>

Pension Tvrz Chlum [online]. 2009b. Ceník za ubytování [cit. 2009-03-8]. Dostupné na Internetu: <http://www.pension-tvrz.cz/index.php?page=cenik-za-ubytovani>

Svaz venkovské turistiky [online]. 2008. Poslání svazu. [cit. 2009-02-28]. Dostupné na Internetu: <http://www.svazvt.cz/>

Trasovník [online]. 2008. Českokrumlovsko – popis regionu. [cit. 2009-02-21]. Dostupné na Internetu: http://www.trasovnik.cz/k_jihoc/ceskrum/ceskrum.asp

11 PŘÍLOHY

11.1 PŘÍLOHA 1 – SPRÁVNÍ ČLENĚNÍ OKRESU ČESKÝ KRUMLOV

Město	Městys	Ves
Český Krumlov	Besednice	Benešov nad Černou
Horní Planá	Frymburk	Bohdalovice
Kaplice	Křemže	Boletice
Rožmberk nad Vltavou		Brloh
Velešín		Bujanov
Vyšší Brod		Černá v Pošumaví
		Dolní Dvořiště
		Dolní Třebonín
		Holubov
		Horní Dvořiště
		Hořice na Šumavě
		Chlumeck
		Chvalšiny
		Kájov
		Lipno nad Vltavou
		Loučovice
		Malonty
		Malšín
		Mirkovice
		Mojné
		Netřebice
		Nová Ves
		Omlenice
		Pohorská Ves
		Přední Výtoň
		Přídolí
		Přísečná
		Rožmitál na Šumavě
		Soběnov
		Srnín
		Střítež
		Světlík
		Větřní
		Věžovatá Pláně
		Zlatá Koruna
		Zvíkov
		Zubčice

Zdroj: Vlastní šetření

11.2 PŘÍLOHA 2 – VYBRANÉ UKAZATELE ZA OKRES ČESKÝ KRUMLOV

	Měřicí jednotka	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Rozloha ¹⁾	km ²	1 615	1 615	1 615	1 615	1 615	1 615	1 615	1 615
Počet obcí ¹⁾		46	46	46	46	46	46	46	46
z toho měst		5	5	5	5	5	5	6	6
Počet částí obcí ¹⁾		207	207	208	212	213	214	214	215
Počet obyvatel ¹⁾	osoby	59 329	59 500	59 817	59 941	60 144	60 708	61 001	61 261
ženy		29 716	29 836	29 973	30 050	30 141	30 370	30 516	30 553
Obyvatelé ve věku ¹⁾									
0 - 14	%	18,1	17,7	17,3	16,9	16,5	16,2	15,9	15,8
15 - 64	%	71,3	71,8	71,7	72,0	72,3	72,5	72,5	72,4
65 a více	%	10,6	10,8	11,0	11,1	11,2	11,3	11,5	11,8
Průměrný věk obyvatel ¹⁾	roky	36,4	36,9	37,2	37,5	37,8	38,0	38,3	38,5
muži		35,3	35,8	36,1	36,4	36,7	37,0	37,3	37,5
ženy		37,6	37,9	38,3	38,5	38,8	39,0	39,3	39,5
Živě narození	osoby	586	571	631	612	613	669	685	762
Zemřelí	osoby	508	513	480	540	569	561	510	540
Přistěhovalí	osoby	635	864	1 119	1 169	1 228	1 362	1 174	1 372
Vystěhovalí	osoby	688	929	953	1 117	1 069	906	1 056	1 334
Sňatky		382	351	362	308	303	333	328	353
Rozvody		193	197	203	186	191	218	188	155
Na 1 000 obyvatel									
přirozený přírůstek	‰	1,3	1,0	2,5	1,2	0,7	1,8	2,9	3,6
přírůstek stěhováním	‰	-0,9	-1,1	2,8	0,9	2,7	7,5	1,9	0,6
celkový přírůstek	‰	0,4	-0,1	5,3	2,1	3,4	9,3	4,8	4,3
Průměrný evidenční počet zaměstnanců celkem	fyzické osoby	13 601	13 473	12 689	13 038	11 776	13 065	.	.
Průměrná hrubá měsíční mzda zaměstnance	Kč	12 442	13 070	13 986	14 764	15 883	16 370	.	.
Uchazeči o zaměstnání ¹⁾	osoby	2 781	2 943	3 474	3 517	3 486	3 515	2 988	2 382
z toho dosažitelní		3 341	3 358	2 836	2 253
Volná pracovní místa ¹⁾	místa	265	350	332	364	323	232	441	704
Míra registrované nezaměstnanosti									
původní metodika	%	8,73	8,71	10,39	10,69	10,95	.	.	.
nová metodika		10,17	10,13	8,21	6,19
Počet registrovaných subjektů ¹⁾		11 355	11 894	12 357	13 034	13 223	13 566	13 853	14 240
z toho fyzické osoby		9 448	9 914	10 274	10 798	10 870	11 027	11 166	11 390
Zahájené byty		232	320	204	349	171	238	247	298
Rozestavěné byty ¹⁾		748	958	979	1 157	1 229	1 267	1 384	1 447
Dokončené byty		129	110	179	171	101	236	130	235
Děti v mateřských školách	osoby	2 012	2 009	2 003	1 998	1 965	1 875		
Žáci základních škol	osoby	6 690	6 494	6 340	6 144	5 951	5 774		
Lékaři na 1 000 obyvatel	osoby	2,5	2,8	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7	
Průměrná pracovní neschopnost	%	5,998	6,347	6,424	6,768	5,678	6,244	6,140	5,937
Příjemci důchodů celkem	osoby	11 958	12 125	12 236	12 395	12 617	12 775	13 168	13 491
z toho starobních		6 442	6 568	6 597	6 696	6 820	6 922	7 203	7 430
Průměrný měsíční důchod	Kč	6 059	6 564	6 581	6 826	6 997	7 440	7 859	8 388

starobní		6 138	6 638	6 662	6 894	7 077	7 533	7 947	8 491
Zjištěné trestné činy		1 537	1 572	1 591	1 570	1 611	1 654	1 805	1 683
Dopravní nehody celkem		1 452	1 273	1 188	1 334	1 335	1 217	991	931
Požáry celkem		176	136	148	187	144	134	153	169
Evidovaná vozidla (k 31. 12.)		34 076	34 856	35 425	36 104	37 071	38 527	40 231	42 148
osobní automobily		20 329	20 992	21 353	22 150	22 832	23 905	24 959	26 067
nákladní automobily		1 558	1 623	1 785	1 791	1 920	2 030	2 250	2 496
autobusy		84	81	102	41	36	37	34	34

¹⁾ Stav k 31.12.

údaje roku 2007 jsou postupně aktualizovány

Zdroj: Český statistický úřad ČB, 2009d

11.3 PŘÍLOHA 3 – HROMADNÁ UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU PODLE KATEGORIE A PODLE OKRESU

přepočten na území v roce 2007

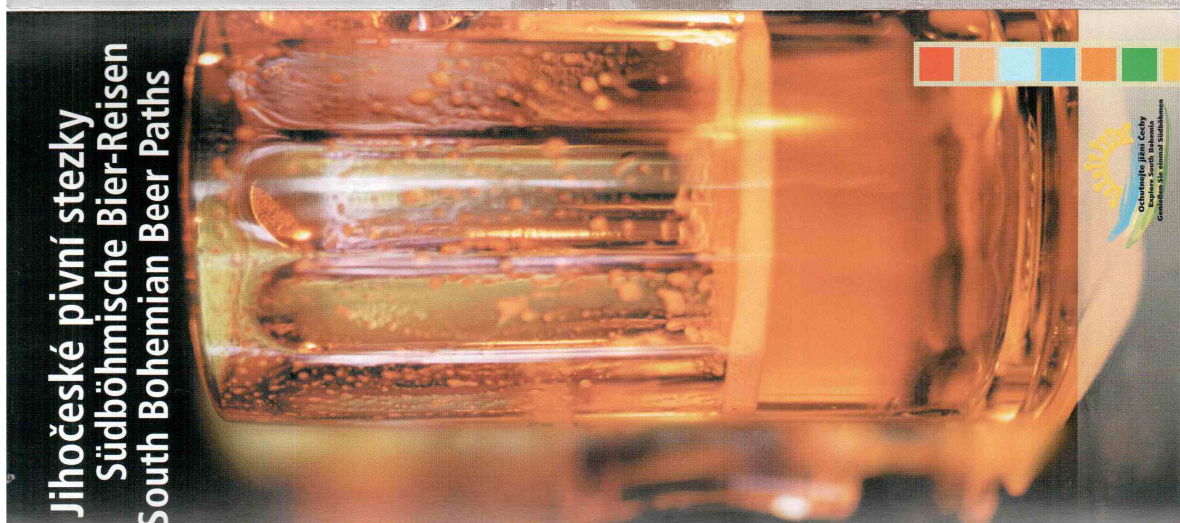
období 31.12.2006¹⁾

Kraj, okresy	Hromadná ubytovací zařízení celkem	v tom							
		hotely a podobná zařízení celkem	v tom			ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem	v tom		
			hotel *****	hotel ****	ostatní hotely a penziony		kempy	chatové osady a turistické ubytovny	ostatní hromadná ubytovací zařízení jinde nespecifikovaná
Jihočeský kraj	1 011	513	1	22	490	498	125	120	253
v tom									
České Budějovice	118	71	-	5	66	47	14	8	25
Český Krumlov	280	151	1	6	144	129	27	32	70
Jindřichův Hradec	196	100	-	4	96	96	35	20	41
Tábor	87	41	-	4	37	46	14	12	20
Prachatice	189	100	-	2	98	89	11	24	54
Strakonice	63	24	-	-	24	39	11	9	19
Písek	78	26	-	1	25	52	13	15	24

¹⁾ Stav k 31. prosinci nebo poslednímu dni, kdy zařízení nabízelo ubytování v průběhu roku

Zdroj: Český statistický úřad, 2009g

11.4 PŘÍLOHA 4 – LETÁK JIHOČESKÉ PIVNÍ STEZKY



Jihočeské pivní stezky
Südböhmische Bier-Reisen
South Bohemian Beer Paths



Budweiser Budvar
Bierbrauerei Budweiser Budvar
Budweiser Budvar Brewery

Prohlídky v Budějovicích Budvaru se provádí na základě předělní objednavky a to denně od 9:00 do 17:00 hodin. Doba trvání exkurze je cca 60 minut, minimální počet účastníků je 5, maximální 50. Prohlídka je možná v češtině, německém, anglickém, francouzském a případně španělském jazyce. Součástí exkurze je ochutnávka piva přímo v prostorách ležáckého sklepa. V areálu pivovaru je rovněž možné navštívit moderní expozici pivovarnictví, nebo pivnic BUDVAR, která nabízí řadu speciálů.

Besichtigungen im Budweiser Budvar erfolgen anhand einer vorläufigen Bestellung, und zwar täglich von 9:00 bis 17:00 Uhr. Die Exkursionsdauer beträgt ca. 60 Minuten, die minimale Besucherzahl ist 5, die maximale Besucherzahl ist 50. Die Besichtigung kann auf Tschechisch, Deutsch, Englisch sowie Französisch und Spanisch erfolgen. Ein Bestandteil der Exkursion ist auch die Bierverkostung direkt im dem Lagerbier Keller Direkt in dem Area! kann man auch eine moderne Ausstellung die über die Geschichte des Bierbrauens erzählt und die Bierstube BUDVAR, mit zahlreichen Spezialitäten besuchen.

The tours of Budweiser Budvar are available based on a preliminary order daily from 9:00 a.m. to 5:00 p.m. The tour takes approximately 60 minutes, minimum number of visitors is 5 and maximum is 50. The tour is available in Czech, German, English, French and Spanish. During the excursion you can taste the beer direct in lager-cellar. In the grounds of the brewery you may also visit the modern exhibition of brewing or the BUDVAR beerhouse, which offers many specialities.

Budějovický Budvar, a.s.
Karolíny světlé 4, CZ-370 21 České Budějovice
tel.: +420 387 705 341, fax: +420 387 313 325
E-mail: ekurse@budvar.cz, www.budvar.cz



Pivovar Eggenberg
Bierbrauerei Eggenberg
Eggenberg Brewery



Pivovar nabízí možnost prohlídky pro skupiny i jednotlivce. Exkurze pro jednotlivce jsou prováděny v češtině, německém a anglickém jazyce denně vždy v 11:00 hod. Šaz účasník exkurze je u brány pivovaru. Prohlídka pro skupiny je možno objednat na níže uvedeném kontaktu v češtině, německém a anglickém jazyce minimálně 1 den před požadovaným termínem uskutečnění.

Die Bierbrauerei bietet Besichtigungsmöglichkeiten für Gruppen sowie Einzelpersonen an. Exkursionen für Einzelpersonen erfolgen auf Tschechisch, Deutsch oder Englisch täglich jeweils um 11:00 Uhr. Der Zeitpunkt der Exkursionstermin ist vor dem für der Bierbrauerei. Besichtigungen für Gruppen auf Tschechisch, Deutsch sowie Englisch sind am nachstehend angeführten Kontakt mind. 1 Tag vor dem gewünschten Besuchstermin zu bestellen.

The brewery provides tours both for groups and for individuals. The excursions for individuals are available in Czech, German and English daily at 11:00 a.m. The meeting point for visitors is daily at 11:00 a.m. at the gate of the brewery. The excursions for groups can be ordered at the below-given contact address in Czech, German and English language at least 1 day before the required date of excursion.

Pivovar Eggenberg a.s.
Letánův 27, CZ-381 01 Český Krumlov
tel./fax: + 420 380 711 917, + 420 380 711 225
E-mail: pivovar@eggenberg.cz, www.eggenberg.cz

platan
PROTIVIN

Městský pivovar Platan
Die Städtische Brauerei Platan
Platan Municipal Brewery

Prohlídka pivovaru se provádí na základě předělní objednavky min. 3 dny před požadovaným termínem uskutečnění v pracovních dnech od 8:00 do 15:00 hod. (na základě předělního jednání – možnost prohlídky i o víkendy). Prohlídka jsou prováděny v českém jazyce pro maximální počet osob 45, pro školy je exkurze poskytována zdarma. Pivovar produkuje unikátní specialitu v podobě nejšetrnějšího piva vyráběného v ČR – Schwarzenberské pivo Křižáček 21°.

Die Besichtigungen der Bierbrauerei erfolgen anhand einer vorläufigen Bestellung min. 3 Tage vor dem gewünschten Termin an Werktagen von 8:00 bis 15:00 Uhr (im Falle einer vorläufigen Verhandlung besteht die Besichtigungsmöglichkeit auch am Wochenende). Die Besichtigungen werden auf Tschechisch, für maximal 45 Personen durchgeführt, für die Schulen erfolgt die Exkursion ohne Bierverkostung kostenlos. Die Bierbrauerei produziert eine unikale Spezialität das stärkste Bier in Tschechien... Schwarzenberské Křižáček 21°.

Excursions to the brewery are available on weekdays from 8:00 a.m. to 3:00 p.m. (excursion on weekends is possible upon previous agreement) based on a preliminary order placed at least 3 days before the required date of the excursion. The excursions are provided in Czech for the maximum number of 45 persons in one excursion. The excursions for schools are provided without tasting and free of charge. The brewery produces a unique speciality – the strongest beer produced in the Czech Republic called „Schwarzenberské Křižáček 21°“.

Městský pivovar Platan s.r.o.
Pivovar 168, CZ-398 11 Protivín
tel.: + 420 382 733 111, fax: + 420 382 251 855
E-mail: obchod@pivo-platan.cz, www.pivo-platan.cz



Přijměte pozvání do jižních Čech a přijďte ochutnat výborné pivo a typickou jihoevropskou gastronomii, poznat tradiční výrobu jihoevropského piva v místních pivovarech a v poslední řadě vychutnat kulturní a historické bombónky, které náš region nabízí.

Pivo patří k nejstarším nápojům, které lidstvo zná. S velkou oblibou jej popíjeli již Kelové, kteří osídlovali oblast jižních Čech před Slovy a Germány. U těchto kmenů se nápoj rovněž těšil velké oblibě.

V Čechách se pivo vařilo vždy ze sladu, vody a chmelu a mohlo ho vařit prakticky skoro každý, především to však byli feudální a klérkové. Ve 13. století byla zakládána mnohá královská města s různými privilegii, z nichž významné bylo právě právo pivovary s novými výrobními postupy. 20. století pak přineslo další zlepšení technologie a mechanizaci, která vedla až k dnešní automatizaci provozu.

V 18. století byla dvorním dekretem ukončena tradice domácího vaření piva a důraz se začal klást na zavedení správného technologického postupu během výroby.

O století později, v období technických vynálezů, a objevů, byly zakládány nové pivovary s novými výrobními postupy. 20. století pak přineslo další zlepšení technologie a mechanizaci, která vedla až k dnešní automatizaci provozu.

Nehmen Sie unsere Einladung nach Südböhmen an und kommen Sie das ausgezeichnete Bier und die typische südböhmische Gastronomie verkosten, die traditionelle Herstellung vom südböhmischen Bier in lokalen Bierbrauereien kennen lernen und nicht zuletzt die kulturellen sowie historischen Bombons genießen, die unsere Region anbietet.

Bier gehört zu den ältesten Getränken, welche die Menschheit kennt. Das Bier war schon bei den Kelten sehr beliebt, die das südböhmische Gebiet schon vor Slawen und Germanen besiedelten. Bei diesen Volksstämmen erfrachte sich dieses Getränk auch allgemeiner Beliebtheit.

In Böhmen wurde das Bier immer aus Malz, Wasser und Hopfen gebraut und es konnte fast jedermann brauen, es brauten jedoch vor allem Feudalen und Kleriker. Im 13. Jahrhundert wurden viele königliche Städte mit verschiedenen Privilegien gegründet, davon war eben das Braurecht von Bedeutung.

Im 18. Jahrhundert wurde die Tradition des hausgebrauten Biers durch ein Hofdekret beendet und man fing an Wert auf die Einführung eines richtigen technologischen Produktionsverfahrens zu legen.

Ein Jahrhundert später, in der Zeit der technischen Erfindungen und Entdeckungen, wurden neue Bierbrauereien mit neuen Produktionsverfahren gegründet, das 20. Jahrhundert bedeutete dann eine weitere Technologieverbesserung sowie Mechanisierung, die bis zu heutigen Automation des Betriebes führte.

Please accept our invitation to South Bohemia and come and taste delicious beer and the typical South Bohemian cuisine, learn about the traditional production of South Bohemian beer in the local breweries and last but not least, come and enjoy the cultural and historical jewels offered by our region.

Beer is one of the oldest drinks known by the humankind. Beer was a popular drink amongst Celts, who settled in the region of South Bohemia before Slavs and Germans. Those people also liked beer very much.

In Bohemia, beer has always been brewed from malt, water and hops and almost anybody could have brewed it, however, it was brewed especially by feudal lords and clergymen. In the 13th century, many royal cities were founded with various privileges. The right to brew beer was a very distinguished privilege.

In the 18th century, the tradition of home brewing of beer was stopped by a court order and emphasis was put on introduction of the correct technological procedure during the production.

One century later, in the time of technical inventions and discoveries, new breweries were founded with new production procedures. The 20th century then brought further improvement of technology and mechanisation, which led to the current automation of operation.



Ochutnejte tradice a pivo z jižních Čech.

V jihoevropském kraji se v současné době nachází osm funkcijících pivovarů, z nichž dva řadíme mezi tzv. minipivovary nebo též pivovarské dvory.

Genießen Sie Traditionen und Bier aus Südböhmen.

Im Kreis Südböhmen befinden sich zur Zeit acht laufende Bierbrauereien, zwei davon gehören zu den Kleinbrauereien oder Brauhöfen.

Explore the traditions and beer from South Bohemia.

There are currently eight operating breweries in the Southern Bohemia, of which two belong amongst the so-called mini-breweries or brewing yards.



Budějovický měšťanský pivovar
Budweiser Bürgerbräu
Burgher Brewery

Prohlídky pivovaru se provádějí na základě předložení objednávkový v českém jazyce pro maximální počet osob 40.

Die Besichtigungen der Bierbrauerei erfolgen anhand einer vorläufigen Bestellung und werden auf Tschechisch für maximal 40 Personen durchgeführt.

Excursions to the brewery are available based on telephone agreement. The excursions are provided in Czech for the maximum number of 40 persons in one excursion.

BUDĚJOVICKÝ MĚŠŤANSKÝ PIVOVAR a.s.

Budějovický měšťanský pivovar a.s. – Samson
Lidická 51, CZ-370 01 České Budějovice
Tel.: +420 386 708 110, Fax: +420 386 708 204
E-mail: obchod@samson.cz, www.samson.cz

**Přvní stezky v Mühlviertelu (Horní Rakousko)
Beer paths in Mühlviertel (Upper Austria)**

Přvní stezky v Mühlviertelu jsou originální zážitek: pro spolky, firmy, rodiny – jednoduše pro všechny skupiny, které se chtějí bavit. Součástí bohatého programu jsou navštěvy pivovarů (samozřejmě spojené i s ochutnávkou), prohlídka hospodářství se zaměřením na zpracování čmelu, stejně tak jako navštěvy nejznámějších regionálních pamětihodností či pěší túra pod dohledem zkušeného průvodce. To hlavní se však točí kolem šesti nejznámějších pivovarů v Mühlviertelu: **Schlägl, Freistadt, Clam, Weinberg, Hofstetten a Neufelden.**

Eine Mühlviertler Bier-Reise ist der originelle, unterhaltsame Spaß für Vereine, Firmen, Familien – einfach für alle unternehmungslustigen Gruppen. Brauereibesuche (natürlich mit Biereverkostung) ein Besuch beim Hopfenbauern, die Besichtigung von Sehenswürdigkeiten der Region oder geführte Wanderungen stehen am abwechslungsreichen Programm rund um die sechs Mühlviertler Brauereien. **Schlägl, Freistadt, Clam, Weinberg, Hofstetten und Neufelden.**

The beer paths in Mühlviertel are an original kind of entertainment for clubs, firms, families – simply for all groups who want to have fun. Part of the rich programme are visits to breweries (combined with tasting, or course), tour of production with the focus on processing of hops along with visits to various regional sights or a hike under the guidance of an experience guide. However, the main part days associated with the six most famous breweries in Mühlviertel are: **Schlägl, Freistadt, Clam, Weinberg, Hofstetten and Neufelden.**

Informace a rezervace / Information & Buchung / Information & reservation:
Oberösterreich Touristik GmbH
Freisäcker Straße 119, A-4041 Linz
Frau Martina Achleitner
Tel.: +43 (0)73272 77 - 277, fax: +43 (0)73272 77 - 9 277
E-mail: martina.achleitner@touristik.at, www.touristik.at



iccr
Jihočeská centrála cestovního ruchu
Jitrovcova 1, P.O. BOX 80, 370 21 České Budějovice
Tel.: +420 386 358 727-8, Fax: +420 386 358 728
E-mail: info@iccr.cz

www.jiznicechy.cz

**Pivovarský dvůr Lipan
Brauhaus Lipan
Brewing Yard Lipan**

Prohlídka pivovaru se provádí na základě telefonické domluvy minimálně 4 dny před požadovaným termínem uskutečnění. Minimální počet osob na 1 prohlídku je 5, maximální 25 účastníků. lze provést více skupin po sobě. Doba trvání prohlídky 30 – 60 minut (dle zájmu). Prohlídky jsou prováděny v českém jazyce.

Die Besichtigung der Bierbrauerei erfolgt anhand einer gewünschten Termin. Die minimale Besucherzahl pro eine Besichtigung ist 5, die maximale Besucherzahl beträgt 25 Teilnehmer. man kann mehrere Gruppen nacheinander führen. Die Besichtigungsdauer 30 – 60 Minuten (je nach Interesse). Die Besichtigungen werden auf Tschechisch durchgeführt.

Excursions to the brewery are available based on telephone agreement made at least 4 days before the required date. The minimum number of persons in one excursion is 5 and the maximum number is 25. several groups can be toured one after another. The excursion takes from 30 to 60 minutes (depending on interest of the visitors). Excursions are conducted in Czech.

**Pivovarský dvůr Lipan
Dračí 50, CZ-375 01, Lyp nad Vltavou
Tel.: +420 382 588 828
E-mail: pivovar.lipan@seznam.cz, <http://lipan.hyperlinx.cz>**



**Pivovarský dvůr Zvíkov
Zvíkovské podhradí 92, CZ-398 18 Záhrovi u Písku
Tel.: +420 382 285 660, Fax: +420 382 285 722
E-mail: pivovar.zvikov@seznam.cz, www.pivovar-zvikov.cz**

**Pivovar Nektar
Bierbrauerei Nektar
Nektar Brewery**

Prohlídka pivovaru se provádí na základě telefonické domluvy min. týden před požadovaným termínem uskutečnění denně od 8:00 do 13:00 hod (v pracovní dny). Prohlídka se provádí v českém jazyce. Minimální počet osob na 1 prohlídku je 15 - maximální počet účastníků je 45.

Die Besichtigungen der Bierbrauerei werden anhand einer telefonischen Vereinbarung mind. eine Woche vor dem gewünschten Termin täglich von 8:00 bis 13:00 Uhr (an Werktagen) durchgeführt. Die Besichtigungen erfolgen auf Tschechisch. Die minimale Personenzahl pro eine Besichtigung ist 15 - die maximale Besucherzahl ist 45.


Excursions to the brewery are available based on a telephone agreement at least one week before the required date of excursion daily from 8.00 a.m. to 1.00 p.m. (on weekdays). Excursions are conducted in Czech language. The minimum number of persons in one excursion is 15 and the maximum number is 45.

**Pivovar Nektar
Poděkáská 324, CZ-386 01 Strakonice
Tel.: + 420 383 321 789, Fax: + 420 383 324 655
E-mail: vondricka@pvtmet.cz, www.pivovarnektar.cz**



**Bohemia Regent, a.s.
Trocnovské náměstí 124, CZ-379 01 Třebíč
Tel.: +420 384 721 319, Fax: +420 384 721 321
E-mail: obchod@pivovar-regent.cz, www.pivovar-regent.cz**

11.5 PŘÍLOHA 5 – DOVOLENÁ NA VENKOVĚ JIŽNÍ ČECHY



30 RANČ PATRIOT
Příslavice 61, CZ - 373 47 Sázava
tel.: +420 382 468 800
e-mail: info@rancepatriot.cz, www.rancepatriot.cz

31 STÁJE ŠTĚPICE - SVORODOVÍ
Mlýnský náhon, Mlýnský dvůr, Svoboda
Sázava - Příslavice 61, CZ - 399 33 Svoboda
tel.: +420 382 283 025, +420 606 650 027
e-mail: stajestepice@seznam.cz, www.stajestepice.cz

32 STATEK HÁJEK (LAND-OUT-HÁJEK, HÁJEK FARMSTEAKS)
Mlýnská 56, CZ - 387 02 Vojvodín
tel.: +420 388 338 324, +420 606 711 807
e-mail: info@stajehajek.cz, www.stajehajek.cz

33 STATEK HAPPY HOME
Mlýnský náhon, Mlýnský dvůr, Svoboda
Mlýnská 56, CZ - 373 33 Svoboda
tel.: +420 728 963 365, +420 729 432 585
e-mail: mlh@seznam.cz, www.statekhappyhome.cz

34 STATEK NA BLATECH
Mlýnský náhon, Mlýnský dvůr, Svoboda
Mlýnská 56, CZ - 373 41 Mlýnský náhon
tel.: +420 728 978 539, +420 963 841 754
e-mail: statekna.blatech@seznam.cz, www.statekna.blatech.cz

35 ZEMĚDĚLSKÁ ÚSEDOLOST OPALICE
Opalický 5, CZ - 373 81 Kamenice (újezd)
tel.: +420 380 711 363
e-mail: opalica@seznam.cz, www.opalica.cz

36 KEMP JINDŘICH
Jindřichův 15, CZ - 379 39 Nivě Bělá
tel.: +420 384 705 796, +420 807 254 911
e-mail: info@kempjindrich.cz, www.kempjindrich.cz

37 KEMP STAŇKOV
Č. 378 04 Chlum u Třeboně
tel.: +420 384 707 827, +420 723 592 542

38 KOŤ FARMY KŮFA
Kůfův 25, CZ - 387 73 Bečkov
tel.: +420 383 201 891, +420 926 311 258
e-mail: info@kofarmy.cz, www.kofarmy.cz

39 PENZION A JÍZDÁRNA REITHOF-STUDNICE
Studnice, Zemědělský újezd K1, CZ - 382 73 Východní
tel.: +420 383 201 891, +420 926 311 258
e-mail: info@reithof-studnice.cz, www.reithof-studnice.cz


40 PENZION A RESTAURACE DVOREK U TŘEBONĚ
Dvůrův 55, CZ - 379 01 Třeboně
tel.: +420 384 428 429, +420 728 855 818
e-mail: info@dvorek.cz, www.dvorek.cz

41 PENZION U KRUMLOVA
Krumlov 14, CZ - 391 01 Česká Krumlov
tel.: +420 383 748 336, +420 721 287 543
e-mail: info@penzionkrumlovo.cz, www.penzionkrumlovo.cz

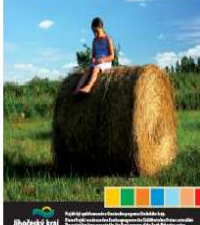
42 PENZION U STARÝHO KANČE
Havlíčkův 30, CZ - 387 13 Čestice
tel.: +420 383 395 447
e-mail: info@denk-group.cz, www.denk-group.cz

43 PENZION U ŠTERLŮ
Jahodný 1, CZ - 378 53 Strmilov
tel.: +420 384 802 239
e-mail: info@penzionsterlu.cz, www.penzionsterlu.cz

44 RANČ LEON – PENZION U KOHOUTKA
Hlavoň 56, CZ - 388 03 Hlavoň
tel.: +420 266 310 553
e-mail: info@ranclleon.cz, www.ranclleon.cz



Dovolená na venkově jižní Čechy
Urlaubs auf dem Lande Südböhmen
Countryside Holidays South Bohemia



45 ANGUS FARMA RANČE
Bartův 3, CZ - 370 07 Česká Buzovice
tel.: +420 387 508 896, +420 737 388 344
e-mail: info@rance.cz, www.angus-farma.cz

46 APARTMENT DEHTÁŘE
Uhranov 135, CZ - 370 01 Česká Buzovice
tel.: +420 723 209 642
e-mail: apartman@dehtarje.cz, www.apartman@dehtarje.cz

47 BAURŮ DVŮR (HAUSENGENESSER, BAURŮ FARM)
Nový Dvůr 31, CZ - 384 73 Stádky
tel.: +420 388 428 838, +420 604 534 438
e-mail: info@baurudvor.cz, www.baurudvor.cz

48 BIOFARMA A PENZION SLUNEČNÁ
Jindřichův 15, CZ - 379 39 Nivě Bělá, Jindřichův 15, CZ - 379 39 Nivě Bělá
tel.: +420 388 538 538, +420 604 211 278
e-mail: info@slunecna.cz, www.slunecna.cz

49 FARMY STRAŠÍRYBKA
Tuchovská 11, CZ - 375 01 Týn nad Vltavou
tel.: +420 386 724 867
e-mail: strasirybka@seznam.cz, www.strasirybka.cz

50 FARMY ŠAŠEK
Pátrův 25, CZ - 378 02 Stráž nad Nežárkami
tel.: +420 381 388 001
e-mail: info@fasasek.cz, www.fasasek.cz

51 JEZDECKÝ KLUB NOVÁ
Studnice, Zemědělský újezd K1, CZ - 382 73 Východní
tel.: +420 386 746 521, +420 602 863 979
e-mail: novak@seznam.cz, www.novak.cz

52 JÍZDÁRNA SLAVETICE
Slavetický 8, CZ - 375 01 Týn nad Vltavou
tel.: +420 776 534 279
www.jizdarna.slavetice.cz

53 JÍZDÁRNA ZÁMEK SKALICE
Příslavice 61, CZ - 382 73 Východní
tel.: +420 381 746 520
e-mail: info@zamekskalice.cz, www.zamekskalice.cz

54 PENZION U ŠTĚPICE
Mlýnský náhon, Mlýnský dvůr, Svoboda
Mlýnská 56, CZ - 373 33 Svoboda
tel.: +420 382 283 025, +420 606 650 027
e-mail: stajestepice@seznam.cz, www.stajestepice.cz

55 PENZION FRIMMA
Křepavý 1, CZ - 389 05 Vodňany
tel.: +420 384 852 379
e-mail: info@frimma.cz, www.frimma.cz

56 PENZION MŮNSKÝ DVŮR
Dvůrův 56, CZ - 379 01 Třeboně
tel.: +420 384 723 805, +420 723 319 930
e-mail: info@penzionmusknydvur.cz, www.penzionmusknydvur.cz

57 RANČ KAROLÍNA – FARMA GREJNAROV
Grejnarův 2, CZ - 384 11 Netolice
tel.: +420 388 334 671

58 FARMY ČIHELNA
Volavská 93, CZ - 387 18 Volavka
tel.: +420 731 238 294
e-mail: info@cihelna.cz, www.cihelna.cz

59 FARMY JAROLÍMEK
Vinný 6, CZ - 398 50 Chýbův
tel.: +420 381 591 508, +420 725 911 966
e-mail: info@jarolikem.cz, www.jarolikem.cz

60 FARMY KREISA
Horný 13, CZ - 384 81 Čtypekly
tel.: +420 388 423 387
www.prazdninynavenkově.cz/object.php?objekt=60

61 FARMY KŘÍŽOVÉ POLE
Lachovská 5, CZ - 382 73 Východní
tel.: +420 381 746 520
e-mail: info@farmakrizovepole.cz, www.farmakrizovepole.cz



Dovolená na venkově jižní Čechy
Urlaubs auf dem Lande Südböhmen
Countryside Holidays South Bohemia



Zdroj: Jižní Čechy, 2007

11.6 PŘÍLOHA 6 – DOTAZNÍK PŘED REALIZACÍ PŘEDVÝZKUMU

Problematika venkovského cestovního ruchu na Českokrumlovsku

DOTAZNÍK

Dobrý den, jsem studentka Jihočeské univerzity a toto dotazníkové šetření provádím v rámci své bakalářské práce na téma „Problematika venkovského cestovního ruchu na Českokrumlovsku“.

Získané informace budou použity pouze pro účely vypracování bakalářské práce. Prosím u každé otázky zaškrtněte odpověď či odpovědi, které nejvíce odpovídají Vašemu názoru. Děkuji Vám za vyplnění.

1) Pohlaví

- muž
- žena

2) Věková skupina

- méně než 25 let
- 26 – 35 let
- 36 – 49 let
- 50 let a více

3) Pocházíte z České republiky?

- ano
- ne – uveďte zemi, ze které pocházíte

4) Bydlíte

- na vesnici
- ve městě

5) Zaměstnání

- student
- zaměstnaný
- nezaměstnaný
- senior

6) Navštívili jste Českokrumlovský region?

- ano
- ne

7) Pokud ne, uvažujete o jeho návštěvě?

- ano
- ne

*Na další otázky odpovídejte pouze pokud, jste na otázku číslo 6 odpověděli „ano“.
Děkuji.*

8) Českokrumlovský region jste navštívili

- sami
- s partnerem
- s dětmi
- s přáteli
- s organizovanou skupinou

9) Kde jste byli ubytováni?

- hotel * * *
- motel, hotel garni
- penzion
- kemp, tábořiště
- apartmán, pronajatý pokoj
- venkovský statek
- u příbuzných a známých
- bez ubytování

10) Máte zájem o venkovský cestovní ruch?

- ano
- ne

11) Jaké ubytování byste ve venkovském cestovním ruchu preferovali?

- prosté bez technických vymožeností (televize, video, DVD přehrávač, rádio, lednička apod.)
- se základní technikou (televize, lednička)
- se vším dostupným komfortem

12) Jaké služby byste ve venkovském cestovním ruchu preferovali?

- tradiční česká kuchyně
- pobyt spojený s péčí o domácí zvířata
- pobyt spojený s prací na poli a lukách
- pěší turistika
- cykloturistika
- jízda na koni
- lov
- rybolov
- možnost koupání
- péče o duševní a fyzickou kondici
- společenská zábava (taneční zábava, poslední leč, dožínky, atd.)

Na další otázky odpovídejte, pokud se účastníte nebo jste se účastnili venkovského cestovního ruchu.

13) Z kterých informačních zdrojů jste se dozvěděli o venkovském cestovním ruchu?

- turistická informační centra
- cestovní kanceláře, cestovní agentury

média
propagační materiály
internetové zdroje
informace od pracovníků ve službách

14) Náklady na pobyt (1 osoba / 1 den)

do 300 Kč (do 12 Euro)
301 – 500 Kč (do 18 Euro)
501 – 1000 Kč (do 38 Euro)
1001 – 5000 Kč (do 180 Euro)
nad 5000 Kč (nad 180 Euro)

15) Uvažujete o opětovné návštěvě Českokrumlovského regionu?

ano
ne

Děkuji Vám za Váš čas a přeji příjemný zbytek dne.

11.7 PŘÍLOHA 7– FINÁLNÍ DOTAZNÍK PO REALIZACI PŘEDVÝZKUMU

Problematika venkovského cestovního ruchu na Českokrumlovsku

DOTAZNÍK

Dobrý den, jsem studentka Jihočeské univerzity a toto dotazníkové šetření provádím v rámci své bakalářské práce na téma „Problematika venkovského cestovního ruchu na Českokrumlovsku“.

Získané informace budou použity pouze pro účely vypracování bakalářské práce. Proším u každé otázky zaškrtněte odpověď či odpovědi, které nejvíce odpovídají Vašemu názoru. Děkuji Vám za vyplnění.

1) Pohlaví

muž
žena

2) Věková skupina

méně než 25 let
26 – 35 let
36 – 49 let
50 let a více

3) Pocházíte z České republiky?

ano
ne – uveďte zemi, ze které pocházíte
.....

4) Bydlíte

na vesnici
ve městě

5) Nejvyšší dosažené vzdělání

základní
odborné
středoškolské
vyšší odborné
vysokoškolské

6) Kde jste byli ubytováni při návštěvě Českokrumlovského regionu?

hotel * * *
motel, hotel garni
penzion
kemp, tábořiště
apartmán, pronajatý pokoj

venkovský statek
u příbuzných a známých
bez ubytování

7) Co si představujete pod pojmem venkovský cestovní ruch?

.....
.....
.....
.....

8) Máte zájem o venkovský cestovní ruch?

ano
ne

9) Jaké ubytování byste ve venkovském cestovním ruchu preferovali?

prosté bez technických vymožeností (televize, video, DVD přehrávač, rádio,
lednička apod.)
se základní technikou (televize, lednička)
se vším dostupným komfortem

10) Jaké služby byste ve venkovském cestovním ruchu preferovali?

tradiční česká kuchyně
pobyt spojený s péčí o domácí zvířata
pobyt spojený s prací na poli a lukách
pěší turistika
cykloturistika
jízda na koni
lov
rybolov
možnost koupání
péče o duševní a fyzickou kondici
společenská zábava (taneční zábava, poslední leč, dožínky, atd.)

11) Venkovského cestovního ruchu, byste se radši účastnili

sami
s partnerem
s dětmi
s přáteli
s organizovanou skupinou

Na další otázky odpovídejte, pokud se účastníte nebo jste se účastnili venkovského cestovního ruchu.

12) Z kterých informačních zdrojů jste se dozvěděli o venkovském cestovním ruchu?

turistická informační centra
cestovní kanceláře, cestovní agentury
médiá
propagační materiály
internetové zdroje
informace od pracovníků ve službách

13) Náklady na pobyt (1 osoba / 1 den)

do 300 Kč (do 13 Euro)
301 – 500 Kč (do 22 Euro)
501 – 1000 Kč (do 43 Euro)
1001 – 5000 Kč (do 213 Euro)
nad 5000 Kč (nad 213 Euro)

Děkuji Vám za Váš čas a přeji příjemný zbytek dne.

11.8 PŘÍLOHA 8 – DOTAZNÍK V NĚMECKÉM JAZYCE

Problematik des ländlichen Touristenverkehrs im Bezirk Krumau

FRAGEBOGEN

Guten Tag, ich bin Studentin der Südböhmischen Universität und ich habe diesen Fragebogen im Rahmen meiner Bakalareus-Arbeit zum Thema „Problematik des ländlichen Touristenverkehrs im Bezirk Krumau“ zusammengestellt. Ihre Antworten werden nur zur Ausarbeitung meiner Arbeit verwendet. Ich bitte Sie, bei jeder Frage eine oder mehrere Antworten anzukreuzen, und zwar so, wie es am besten Ihrer Meinung entspricht.

1) Geschlecht

Männlich
Weiblich

2) Altersgruppe

Unter 25 Jahre
26 – 35 Jahre
36 – 49 Jahre
Ab 50 Jahren

3) Kommen Sie aus der Tschechischen Republik?

Ja
Nein – Führen Sie Ihr Heimatland an

4) Wohnort

Auf dem Lande
In der Stadt

5) Ausbildung

Grundschulbildung
Berufsschule
Matura
Hochschule

6) Welche Unterkunftsart haben Sie bei Ihrem Besuch des Bezirkes Krumau gewählt?

Hotel * * *
Motel, Hotel Garni
Pension
Campingplatz
Appartements, Fremdenzimmer
Bauernhof

Wohnung von Verwandten oder Bekannten
Keine Unterkunft

7) Was stellen Sie sich unter dem Begriff „ländlichen Touristenverkehr“ vor?

.....
.....
.....
.....

8) Interessieren Sie sich für den „ländlichen Touristenverkehr“?

Ja
Nein

9) Welche Unterkunftsart würden Sie beim „ländlichen Touristenverkehr“ bevorzugen?

Einfach, keine technischen Errungenschaften (TV, Videos, DVD-Player, Radio, Kühlschrank usw.)
Nur die wichtigste Technik (TV, Kühlschrank)
Mit jedem erreichbaren Komfort

10) Welche Dienstleistungen würden Sie beim „ländlichen Touristenverkehr“ bevorzugen?

Bodenständige böhmische Küche
Kontakt mit den auf dem Bauernhof lebenden Tieren einschließlich der Wirtschaftstiere
Möglichkeit die Feld- und Wiesenarbeiten näher kennen zu lernen
Wandermöglichkeiten
Radwanderungen
Reiten
Jagd
Fischfang
Bademöglichkeiten
Entspannung in physischer und geistiger Form
Unterhaltung (Tanz, Feste usw.)

11) Wie würden Sie am „ländlichen Touristenverkehr“ lieber teilnehmen?

Allein
Mit Partner
Mit Kindern/Familie
Mit Freunden
Mit einer organisierten Gruppe

Weitere Fragen beantworten Sie, bitte, wenn Sie am „ländlichen Touristenverkehr“ bereits teilgenommen haben oder gerade teilnehmen.

12) Aus welchen Informationsquellen habe Sie über den „ländlichen Touristenverkehr“ erfahren?

Infozentren
Reisebüros/Reiseagenturen
Medien
Werbung
Internet
Mitarbeit an der Dienstleistungsbranche

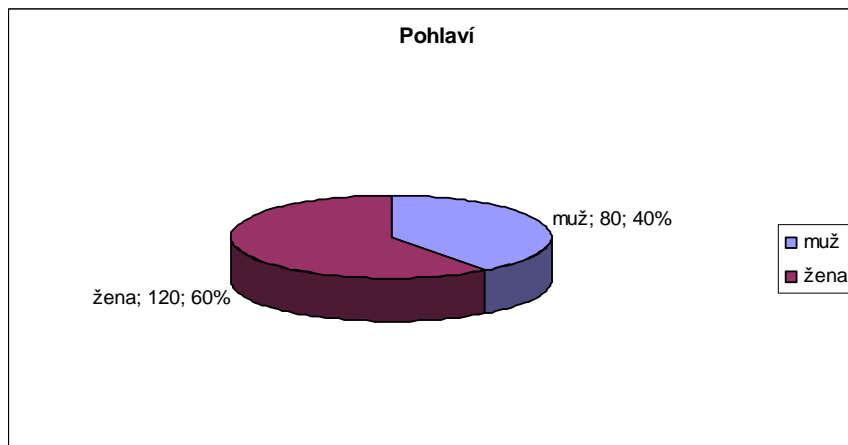
13) Aufenthaltskosten (pro Person und Tag)

Bis zu 300 Kronen (13 Euro)
301 – 500 Kronen (bis zu 22 Euro)
501 – 1000 Kronen (bis zu 43 Euro)
1001 – 5000 Kronen (bis zu 213 Euro)
Über 5000 Kronen (Über 213 Euro)

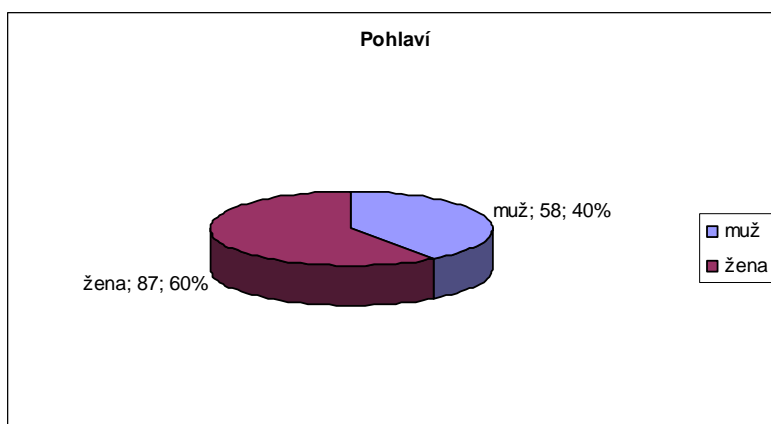
Ich danke Ihnen für Ihre Hilfe und wünsche Ihnen einen schönen Tag.

11.9 PŘÍLOHA 9 – VYHODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH OTÁZEK TERÉNNÍHO ŠETŘENÍ

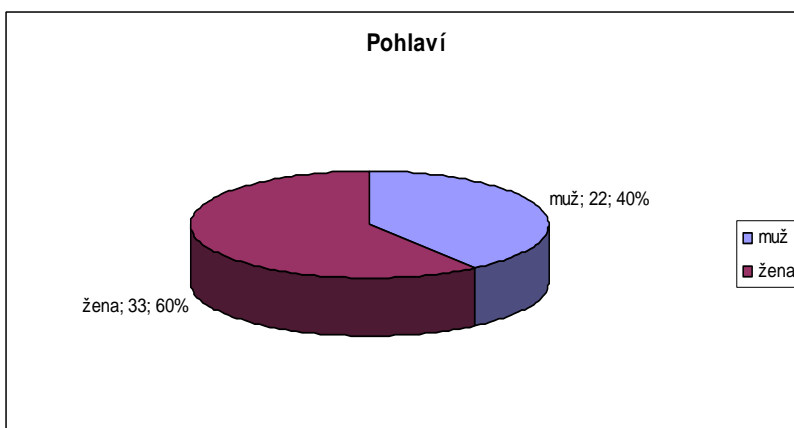
11.9.1 1 – POHLAVÍ



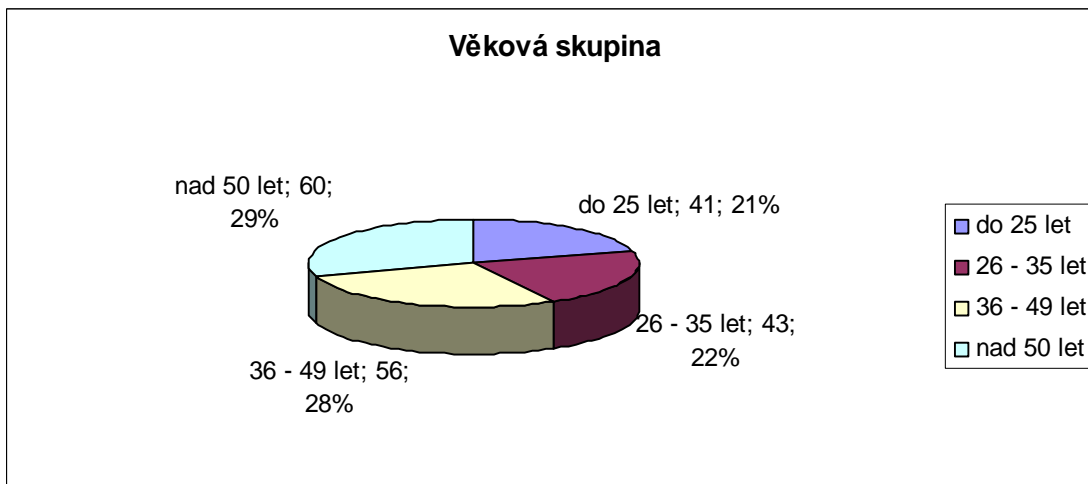
Respondenti ČR



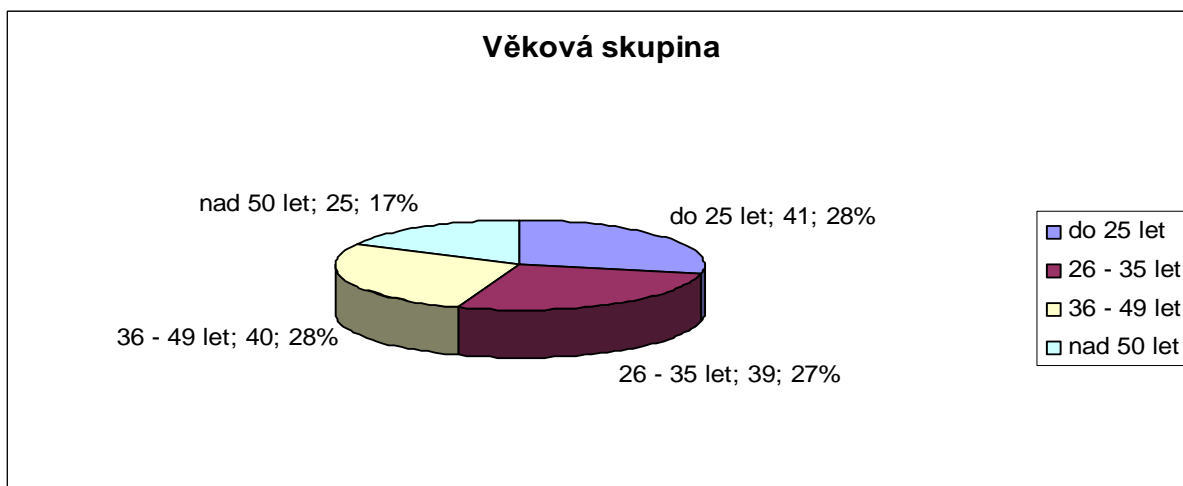
Zahraniční respondenti



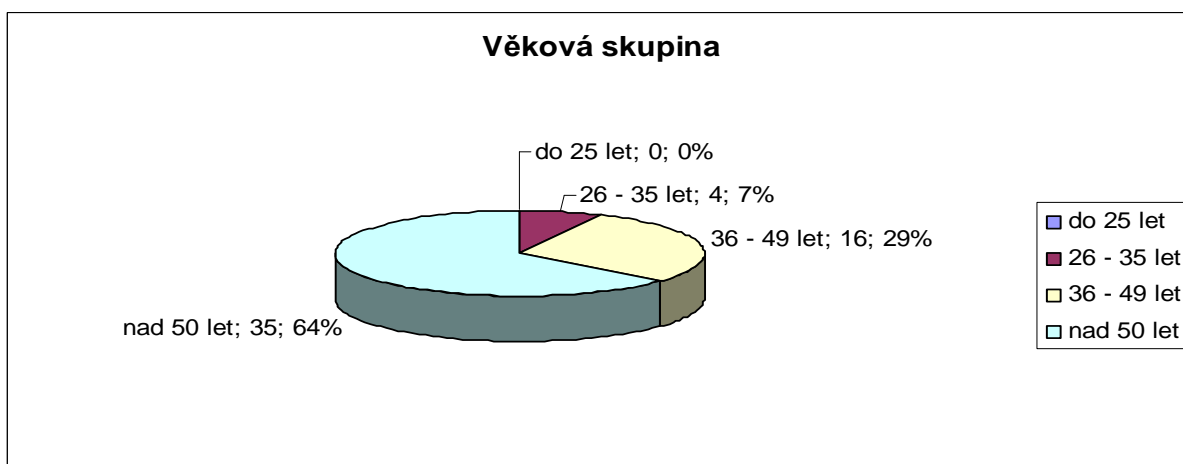
11.9.2 2 – VĚKOVÁ SKUPINA



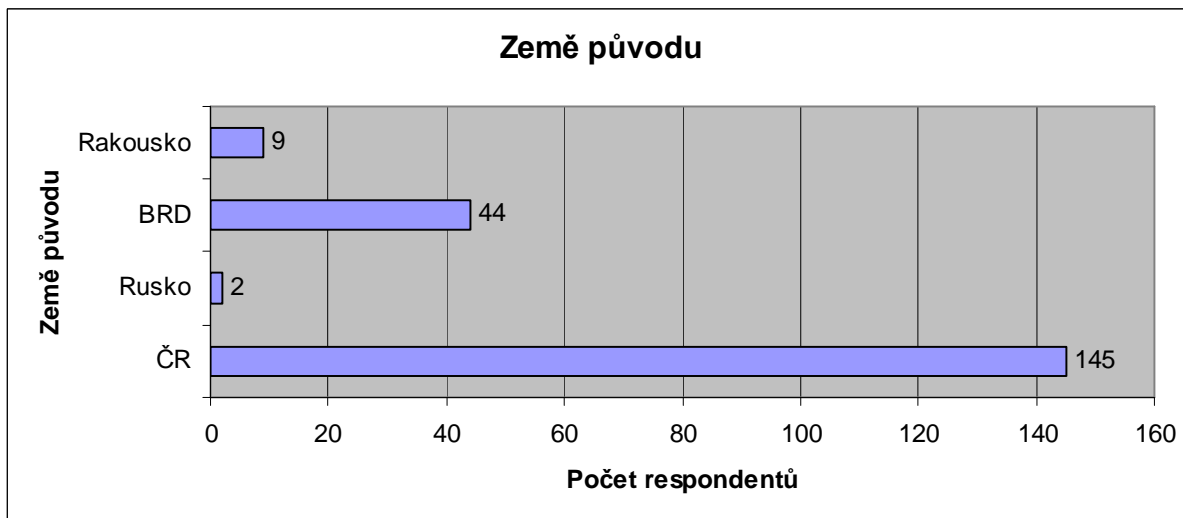
Respondenti ČR



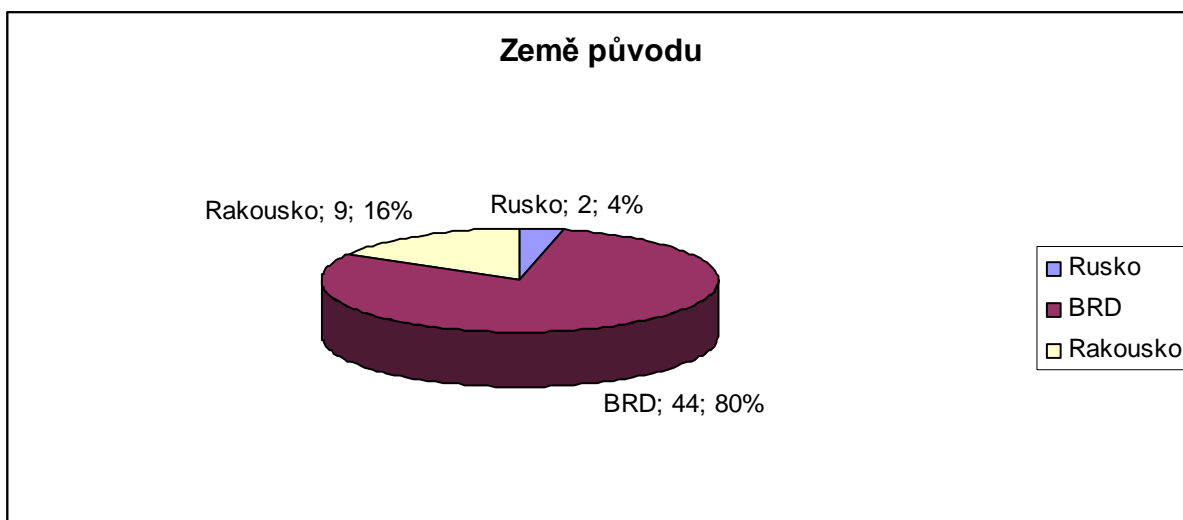
Zahraniční respondenti



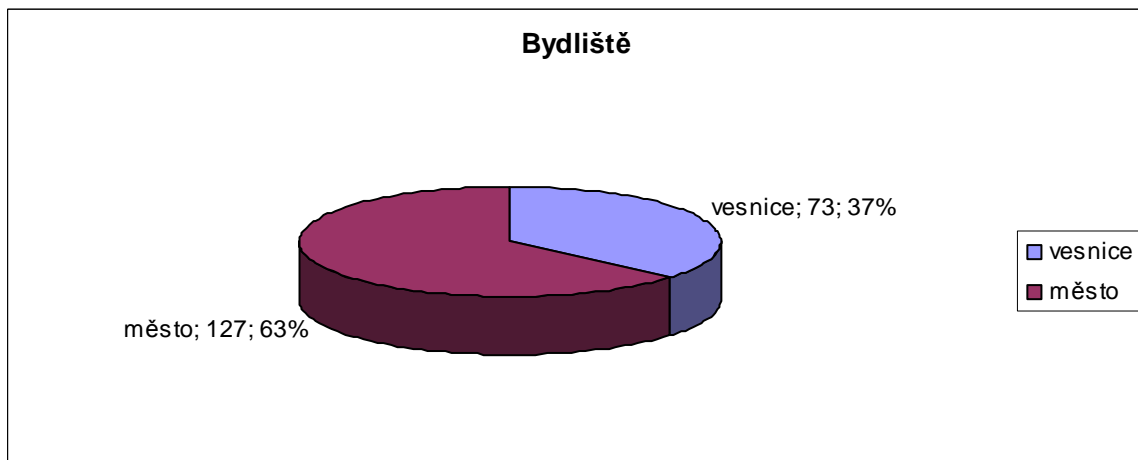
11.9.3 3 – ZEMĚ PŮVODU



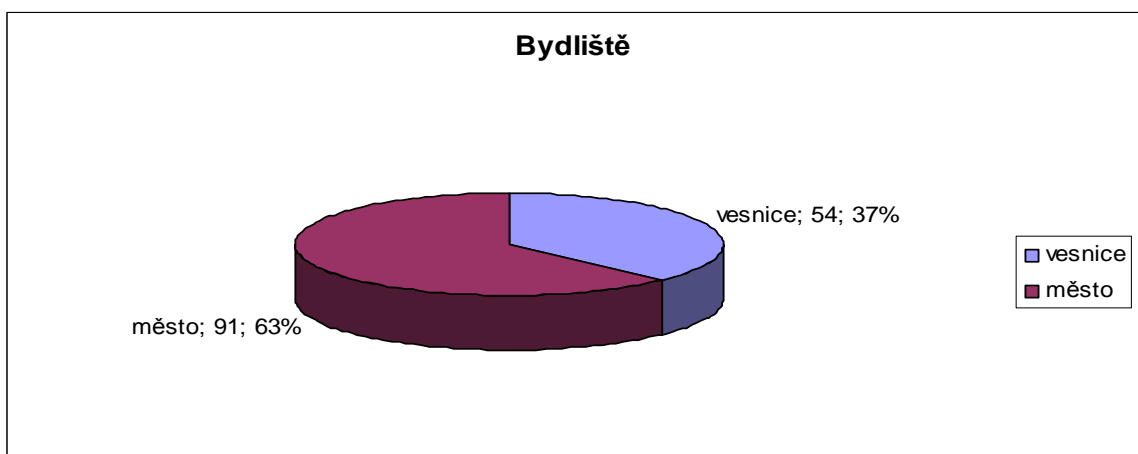
Zahraniční respondenti



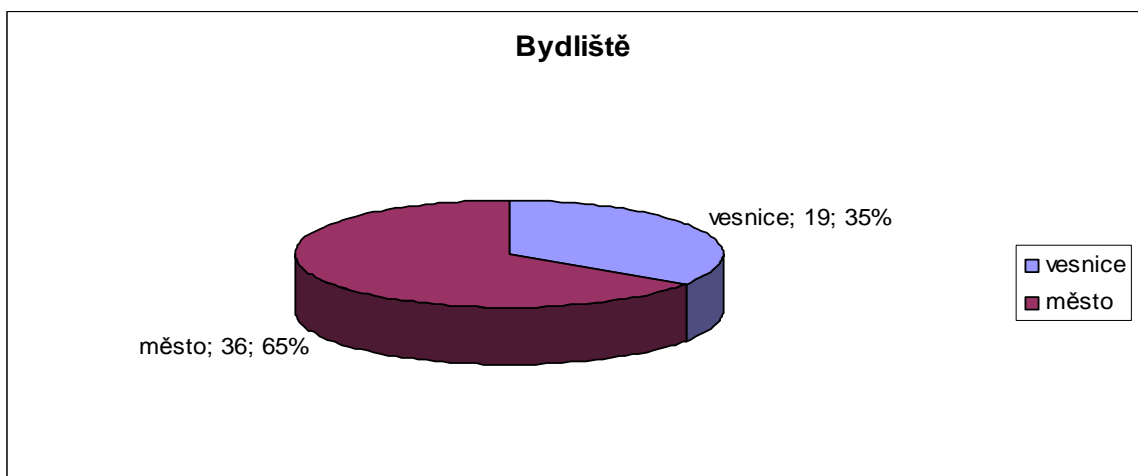
11.9.4 4 – BYDLIŠTĚ



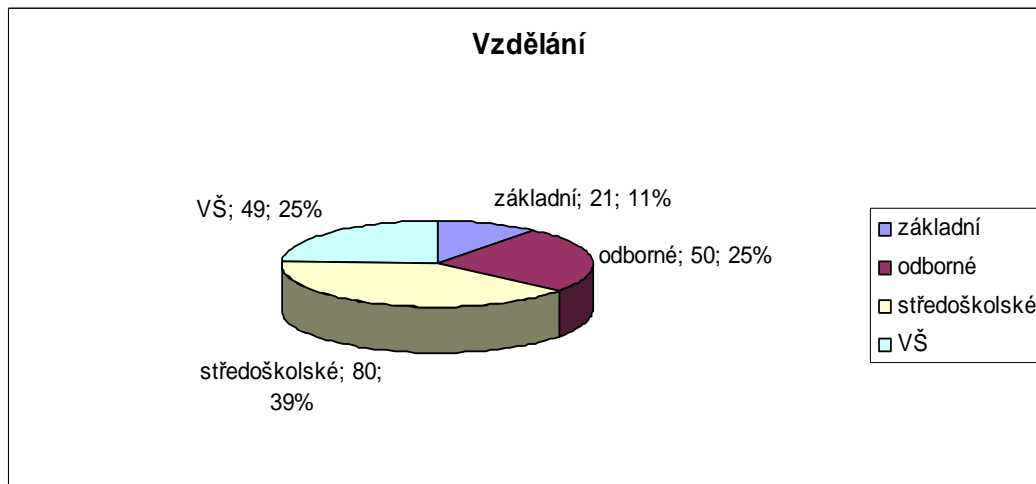
Respondenti ČR



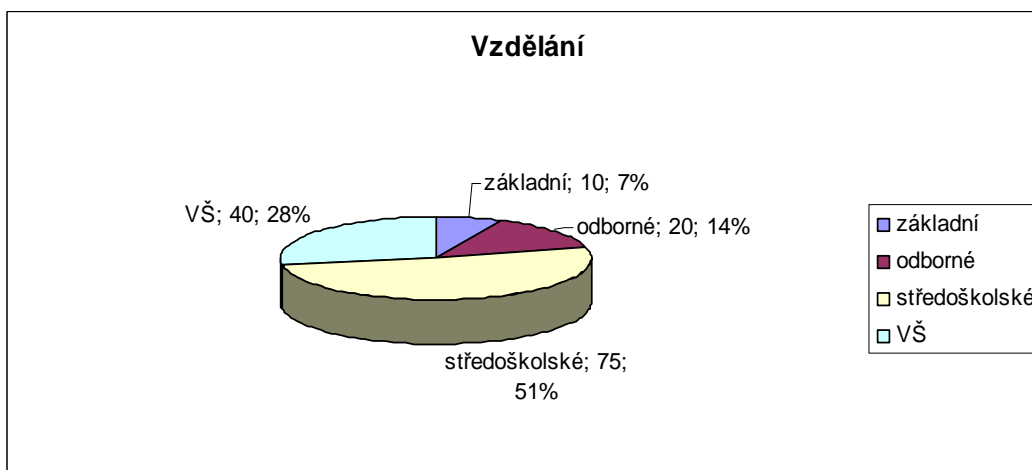
Zahraniční respondenti



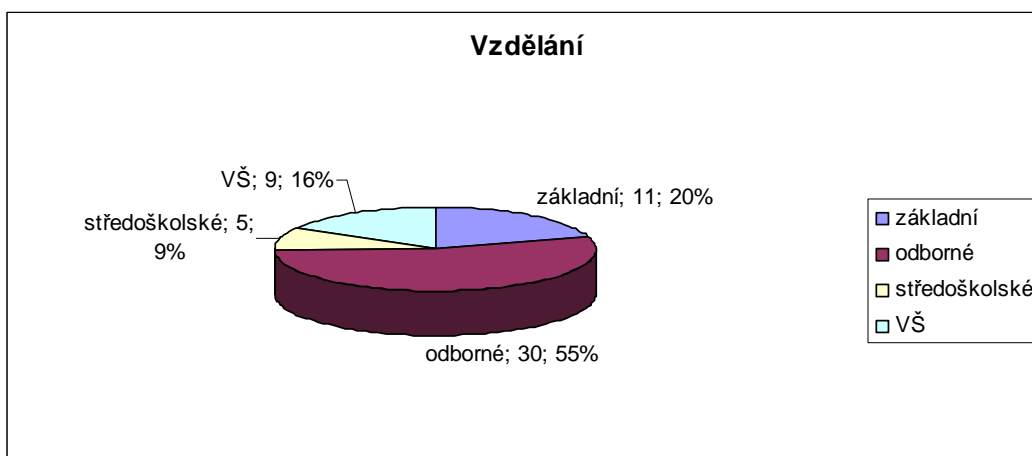
11.9.5 5 – VZDĚLÁNÍ



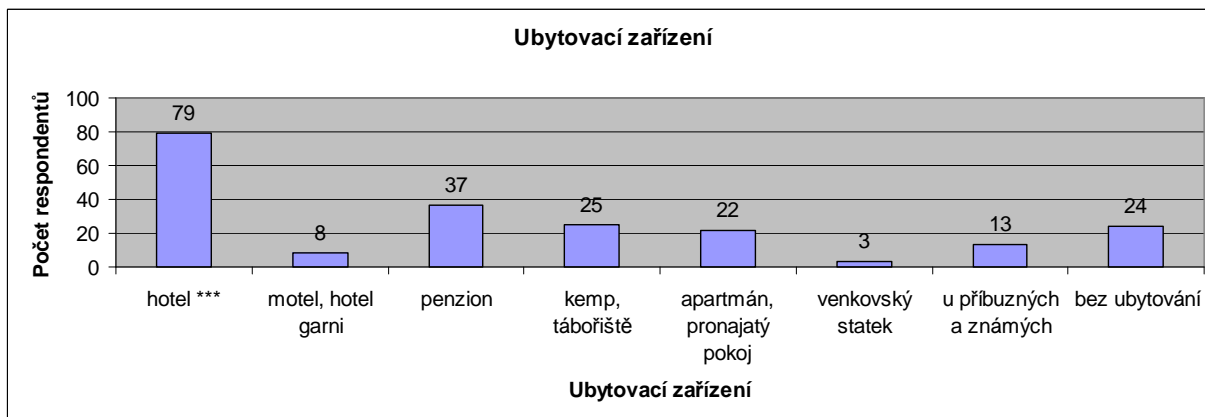
Respondenti ČR



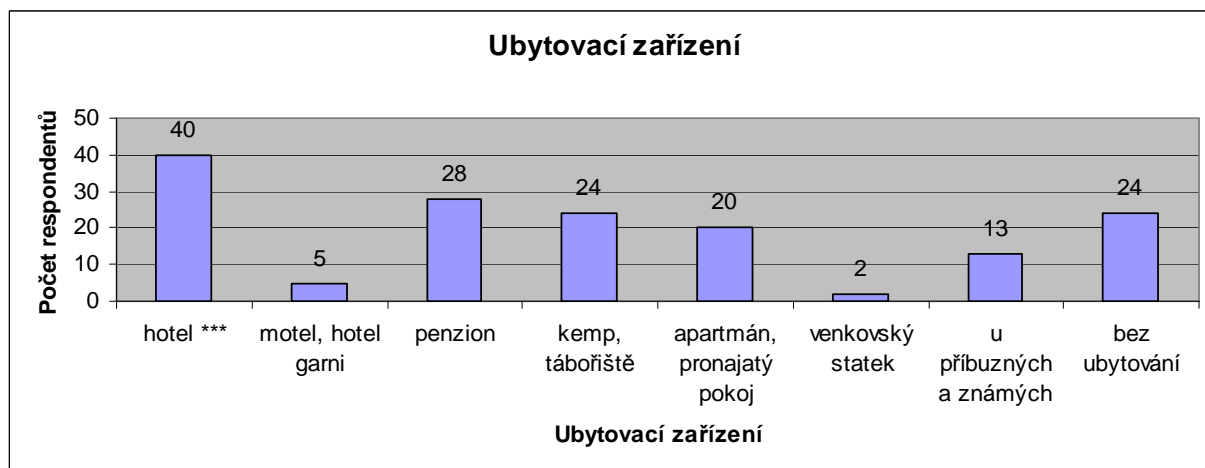
Zahraniční respondenti



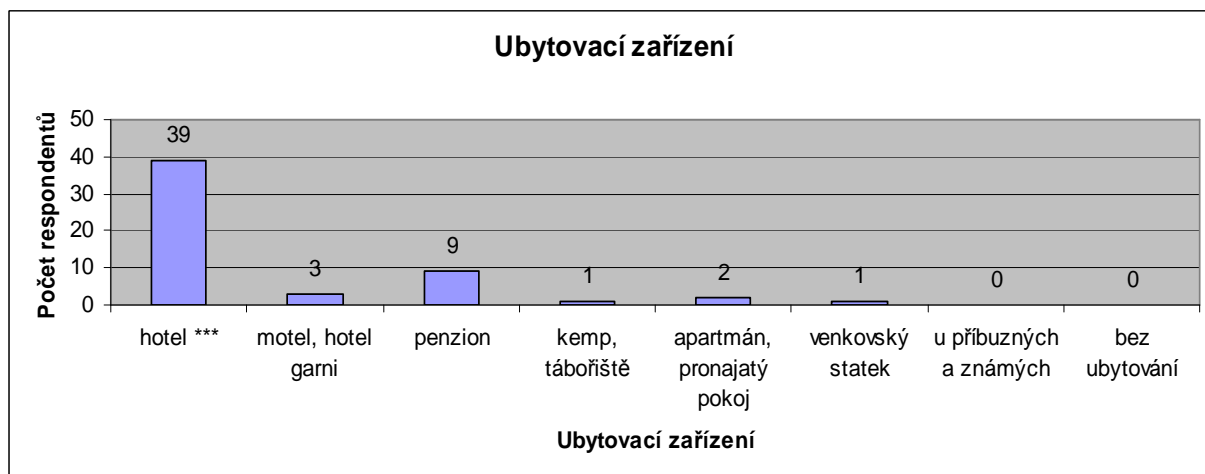
11.9.6 6 – UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ RESPONDENTŮ



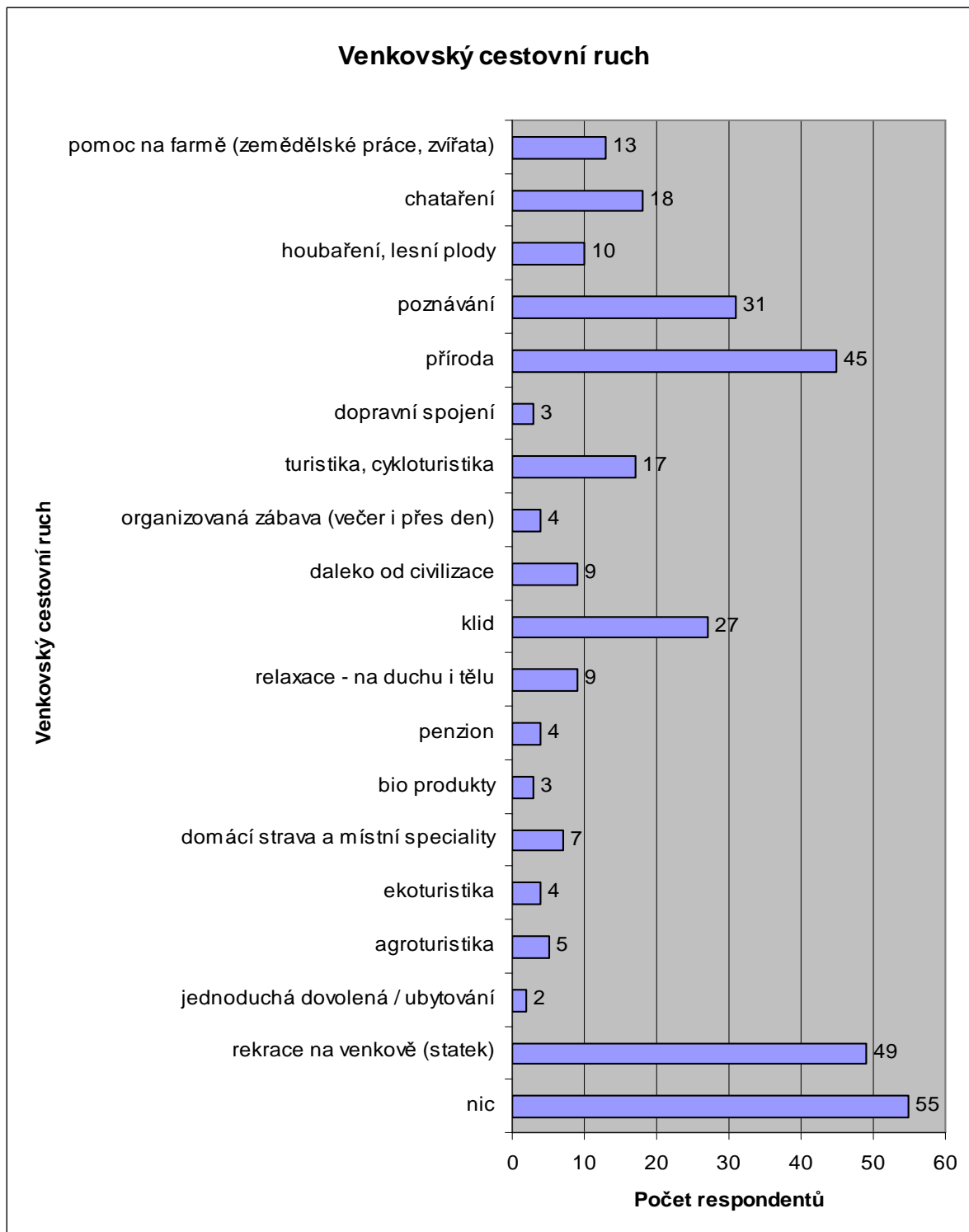
Respondenti ČR



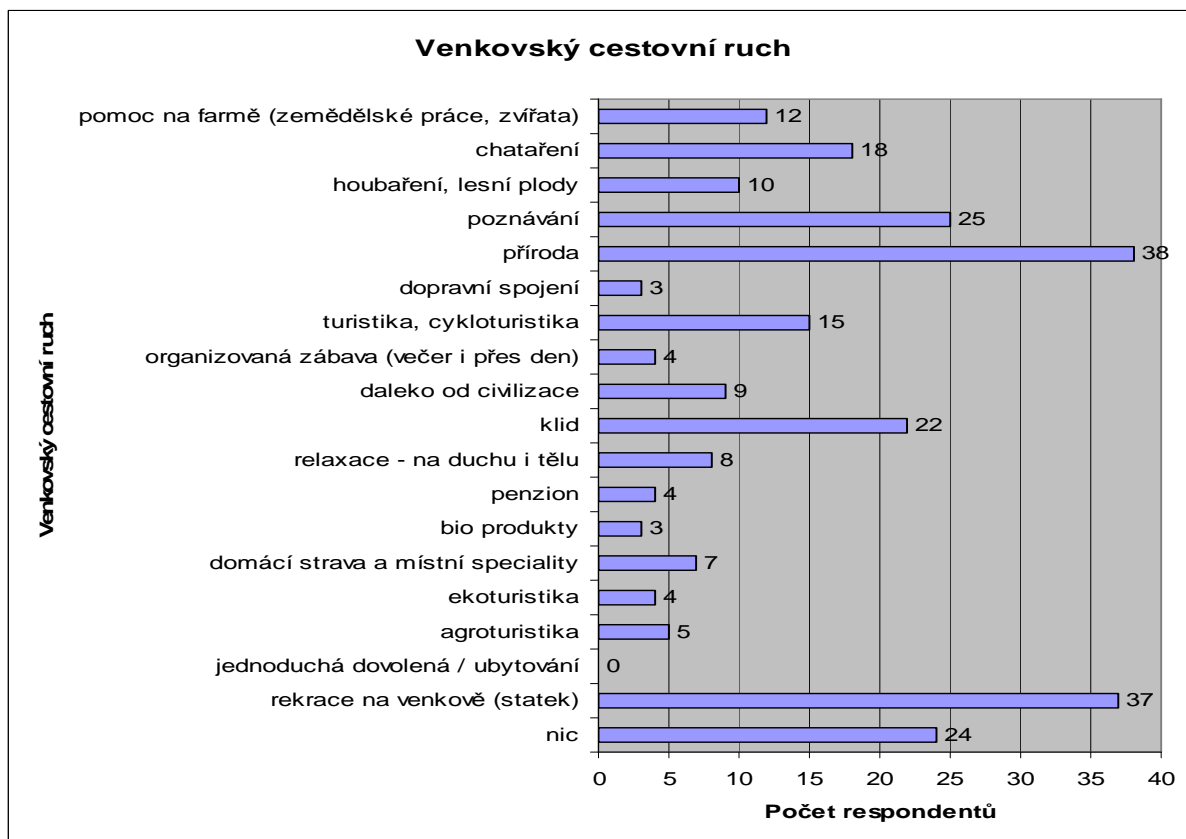
Zahraniční respondenti



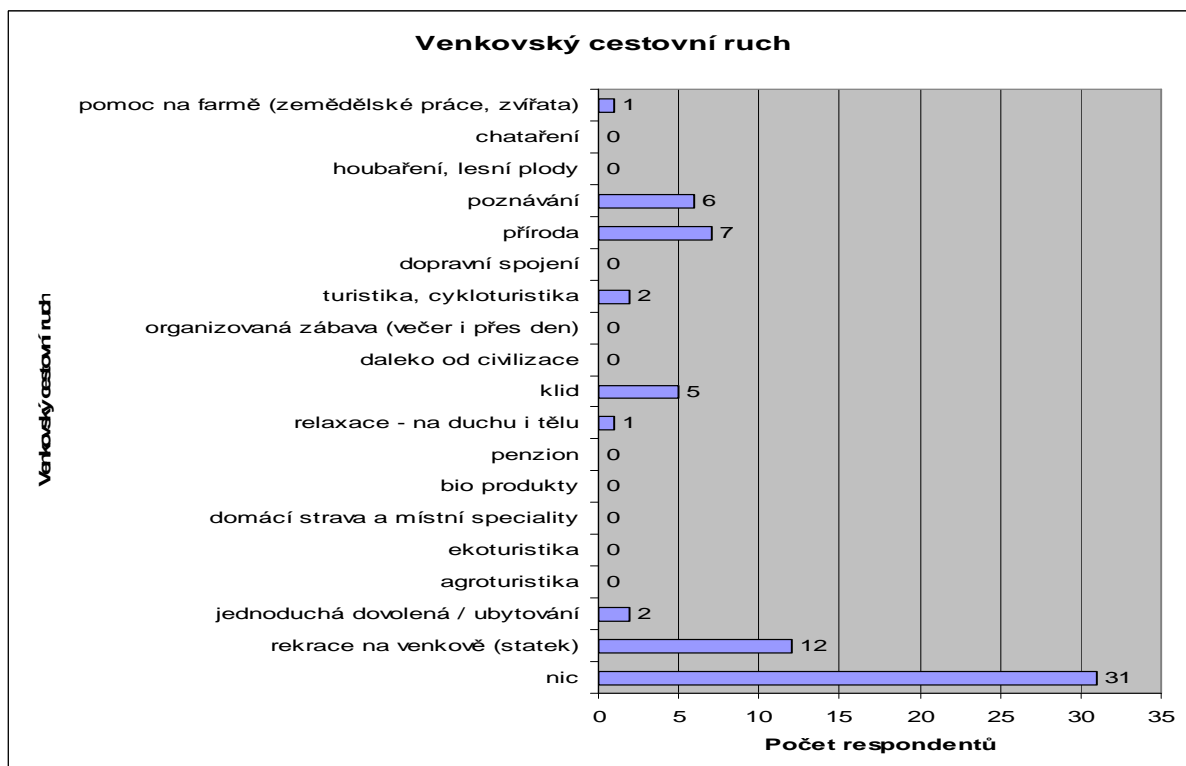
11.9.7 7 – PŘEDSTAVY POD POJMEM VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH



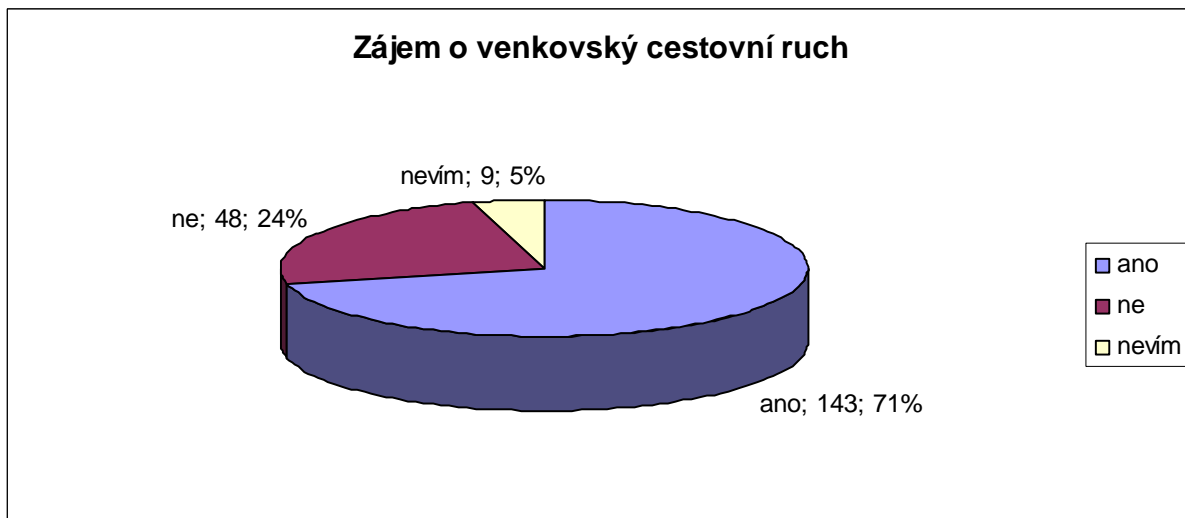
Respondenti ČR



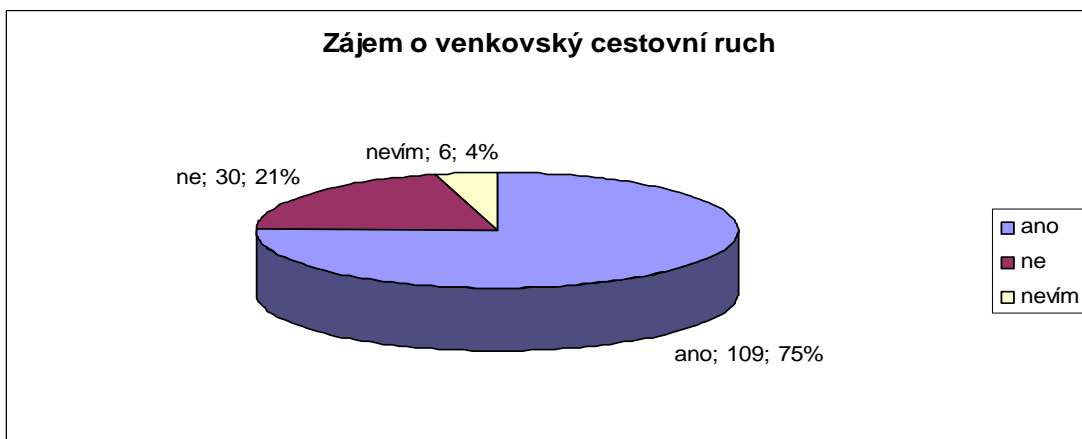
Zahraniční respondenti



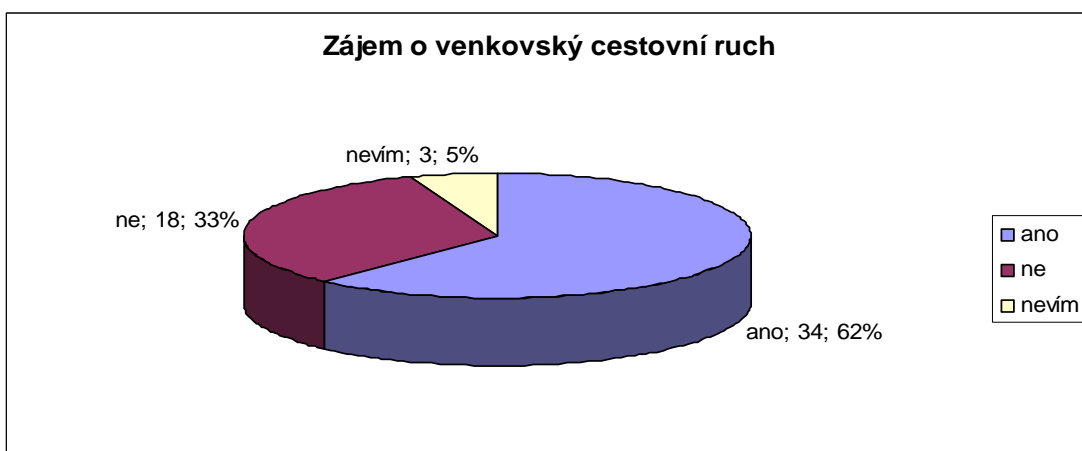
11.9.8 8 – ZÁJEM O VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH



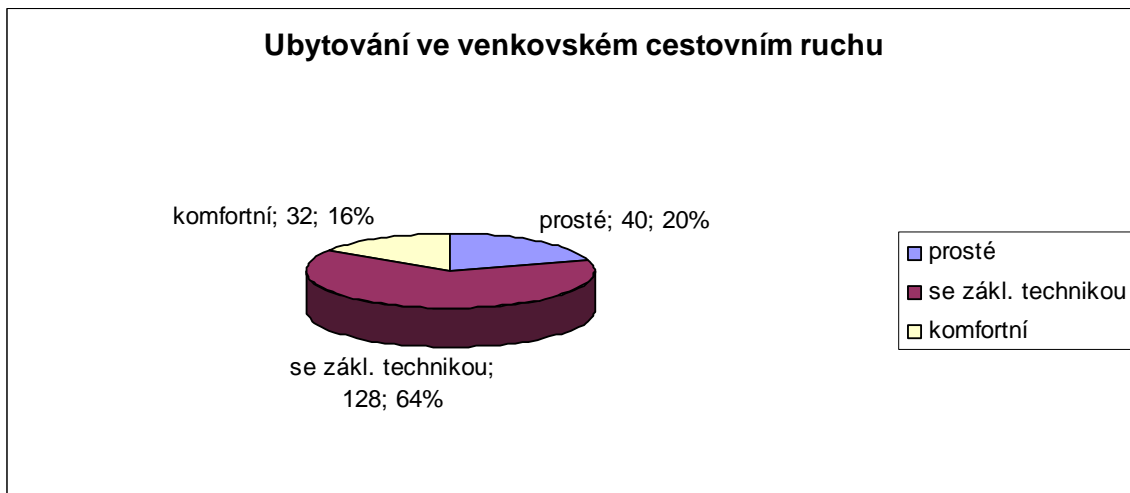
Respondenti ČR



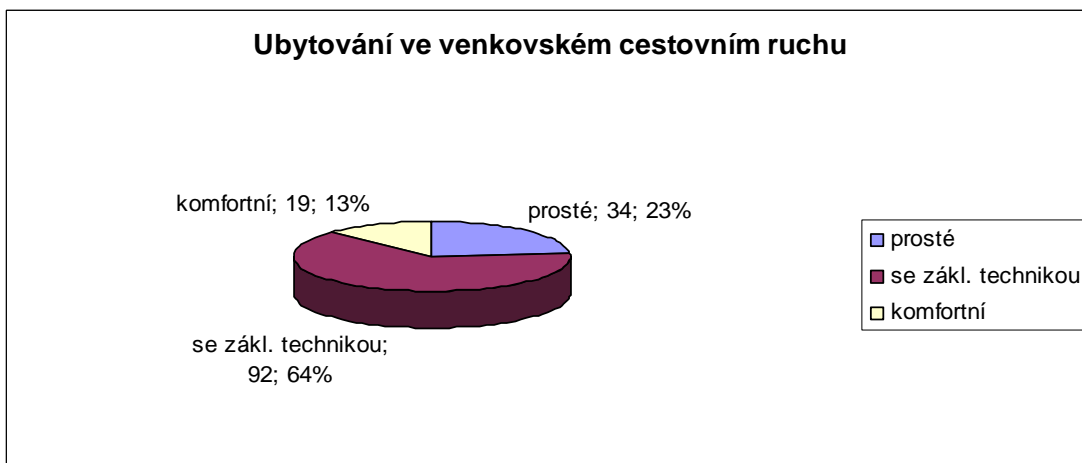
Zahraniční respondenti



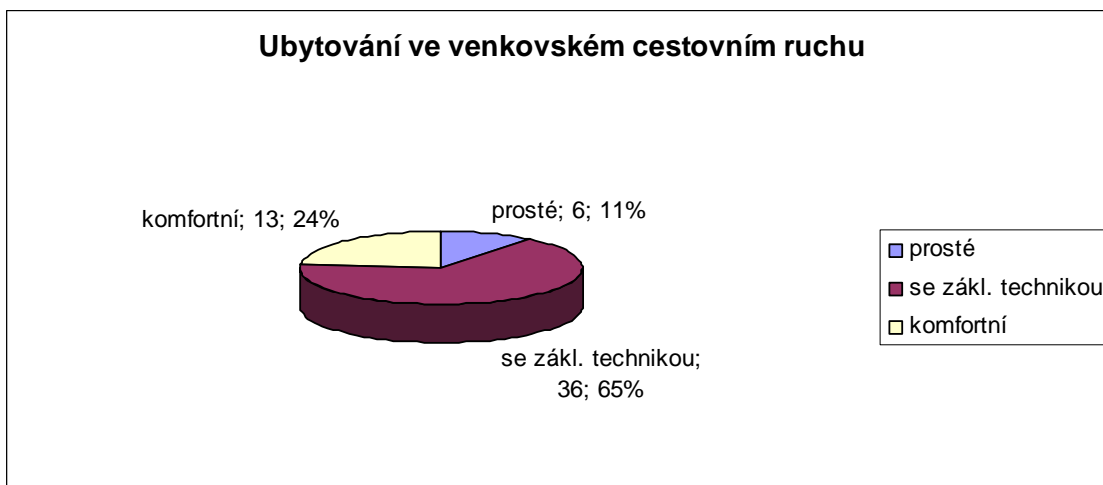
11.9.9 – PREFERENCE UBYTOVÁNÍ VE VENKOVSKÉM CESTOVNÍM RUCHU



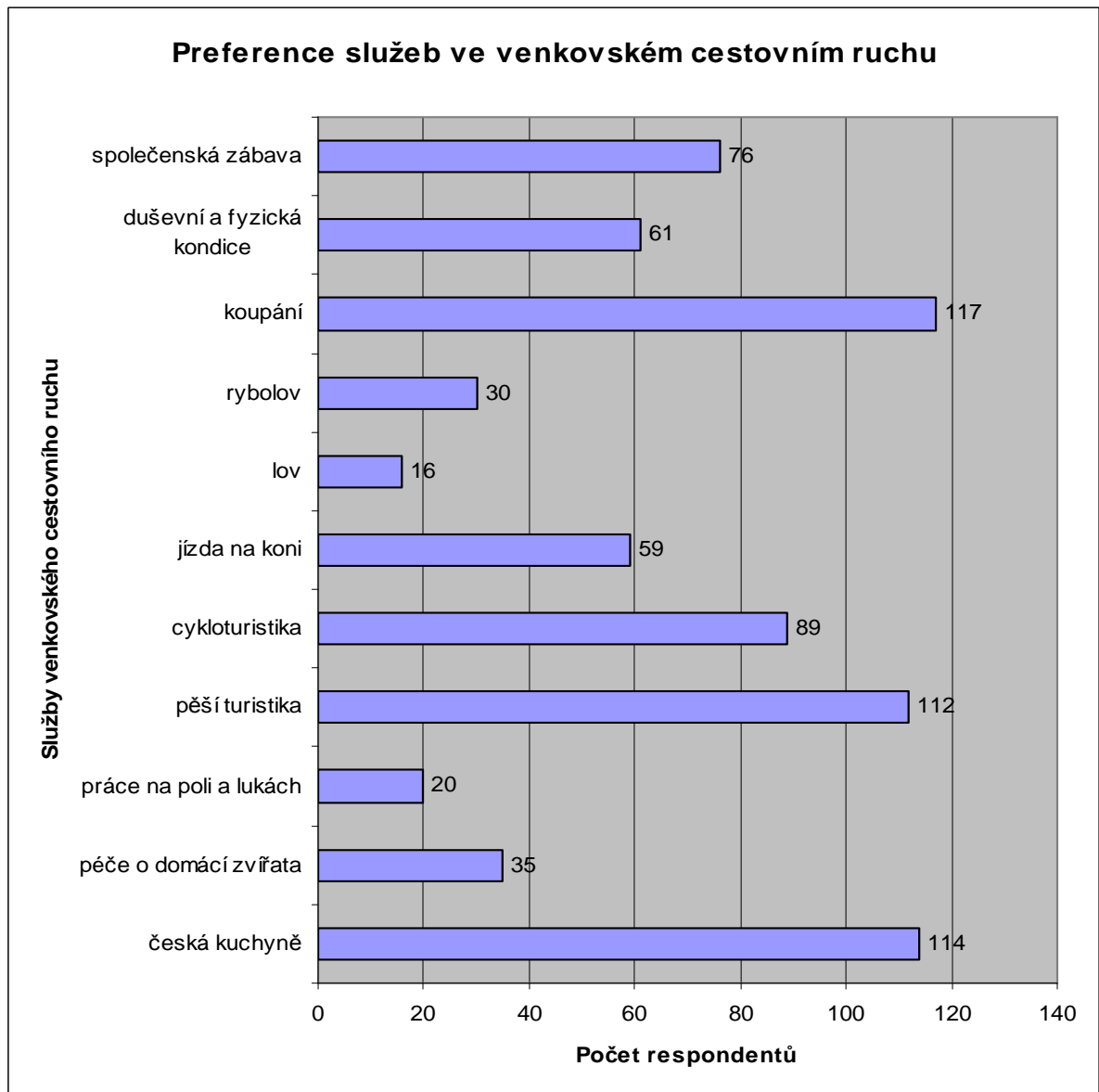
Respondenti ČR



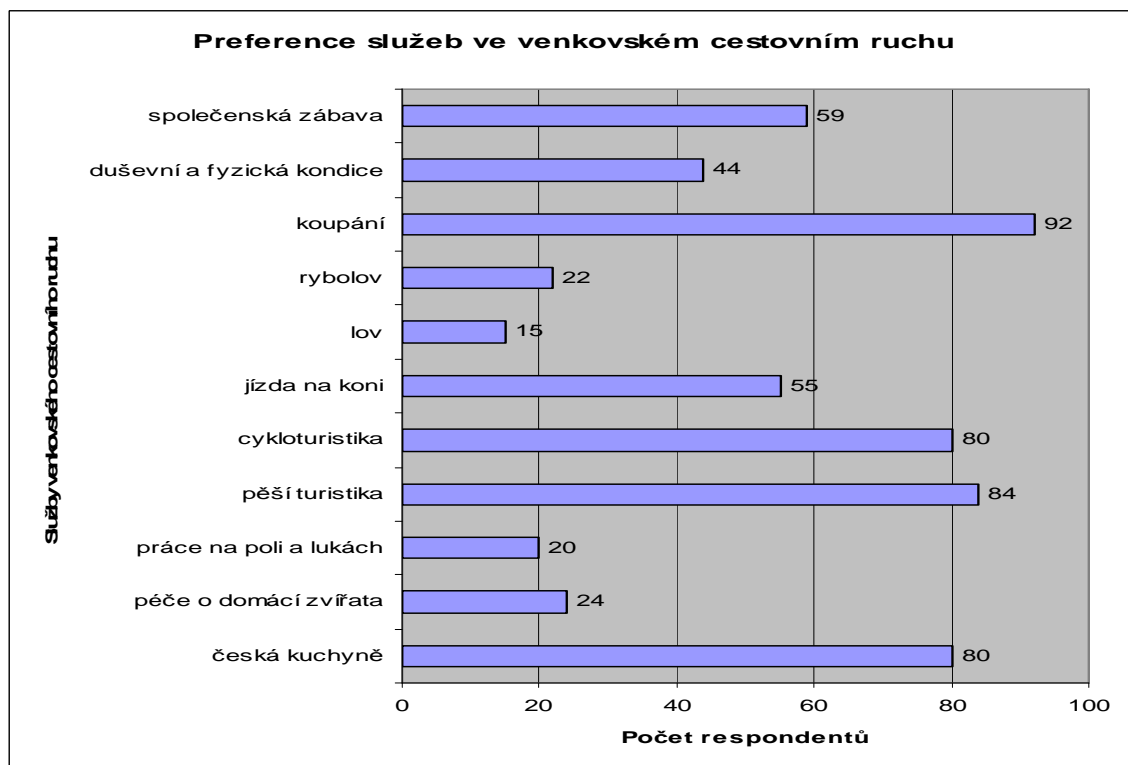
Zahraniční respondenti



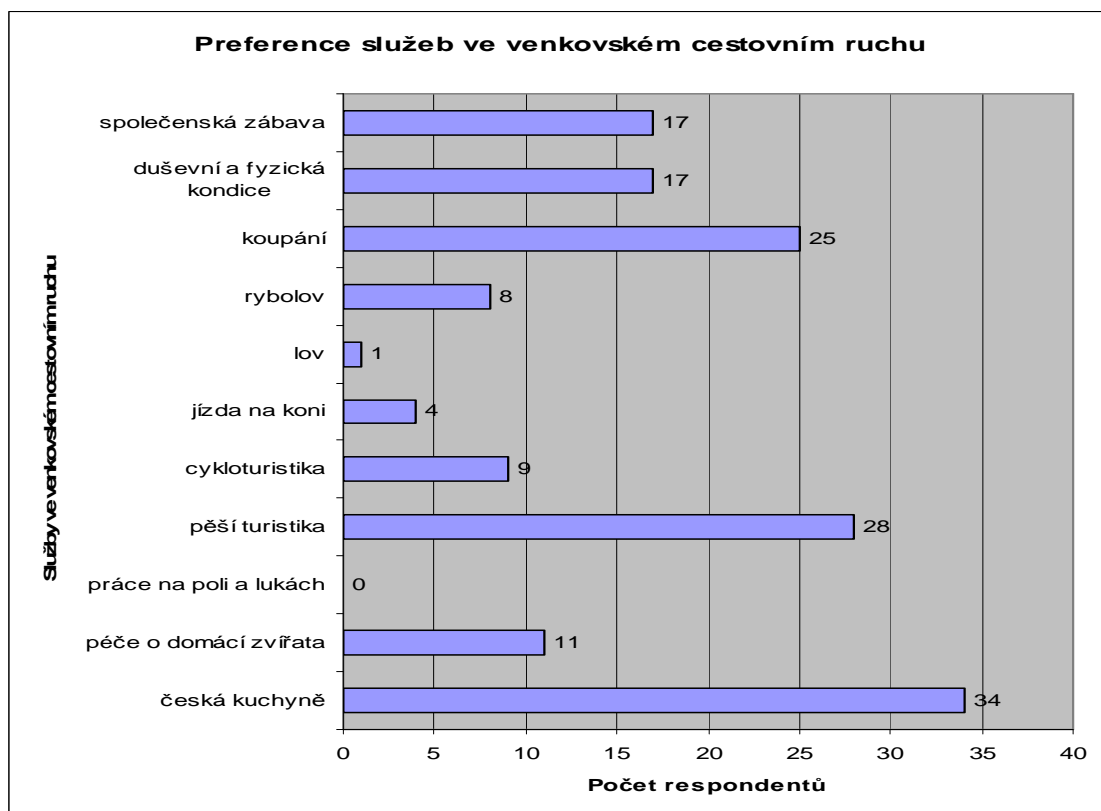
11.9.10 10 – PREFERENCE SLUŽEB VE VENKOVSKÉM CESTOVNÍM RUCHU



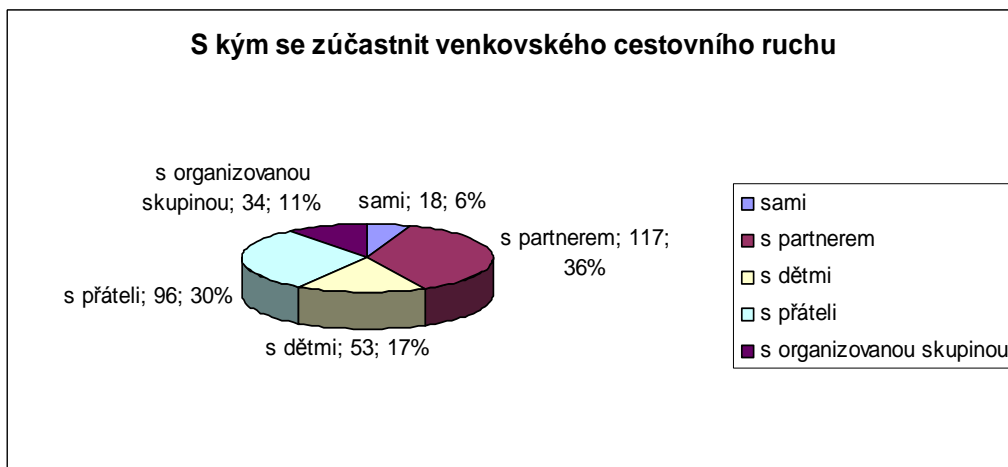
Respondenti ČR



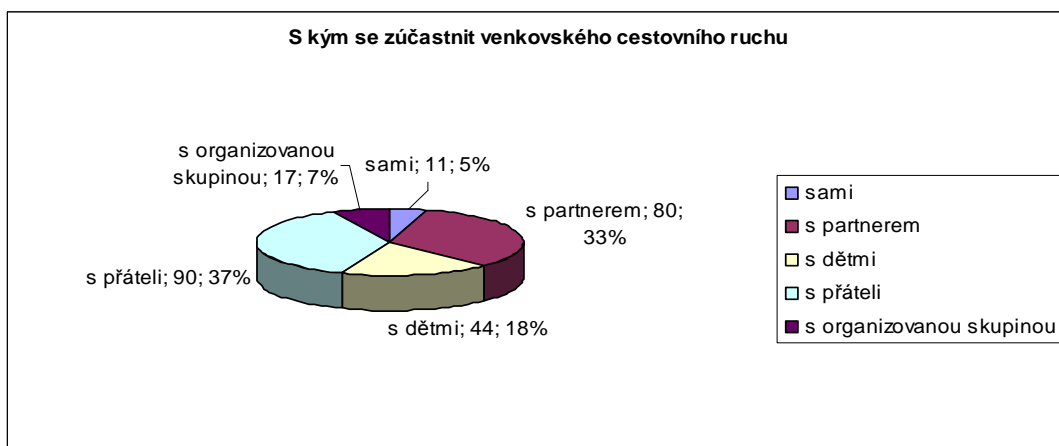
Zahraniční respondenti



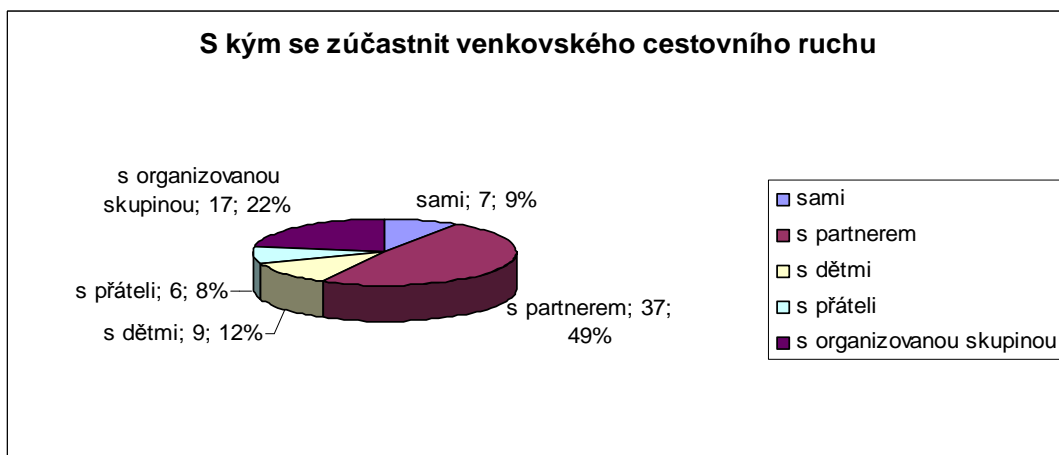
11.9.11 11 – S KÝM SE ÚČASTNIT VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU



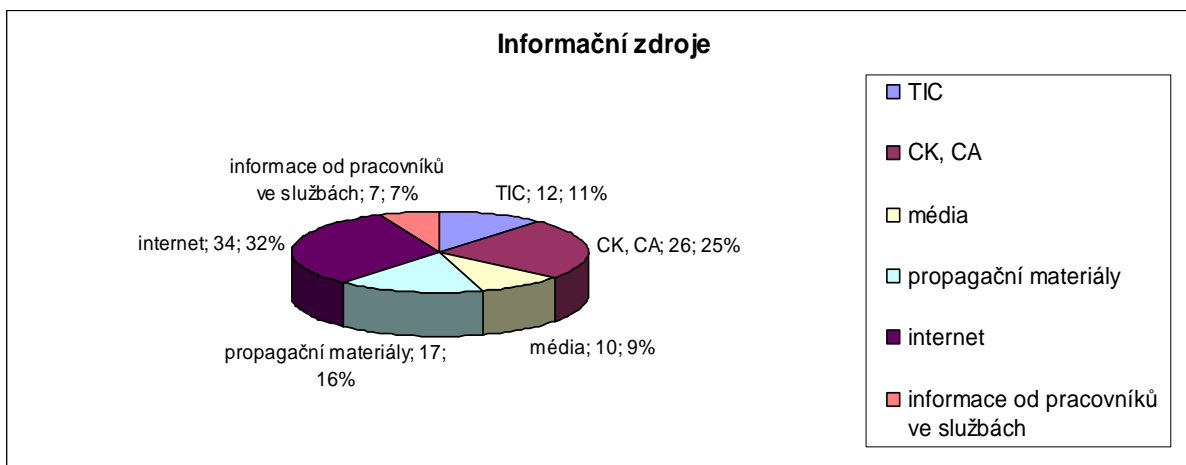
Respondenti ČR



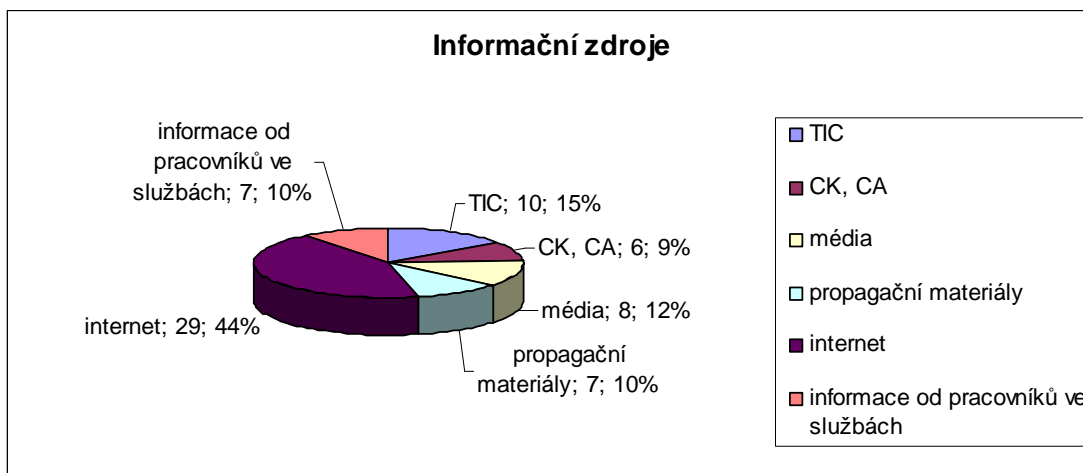
Zahraniční respondenti



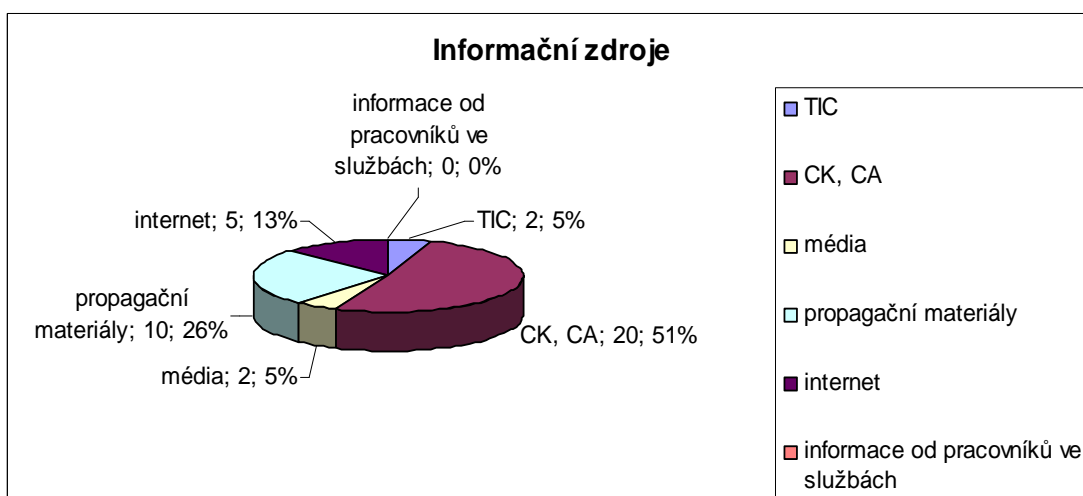
11.9.12 12 – INFORMAČNÍ ZDROJE



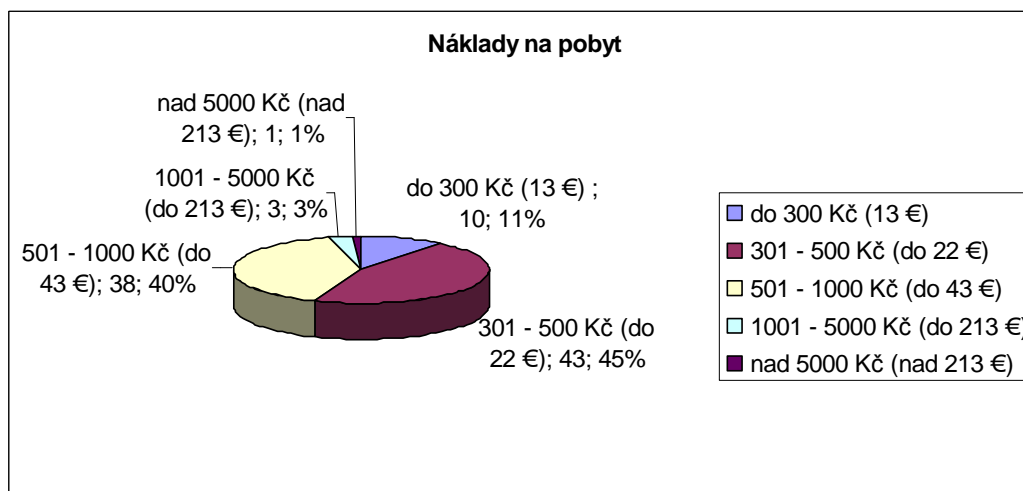
Respondenti ČR



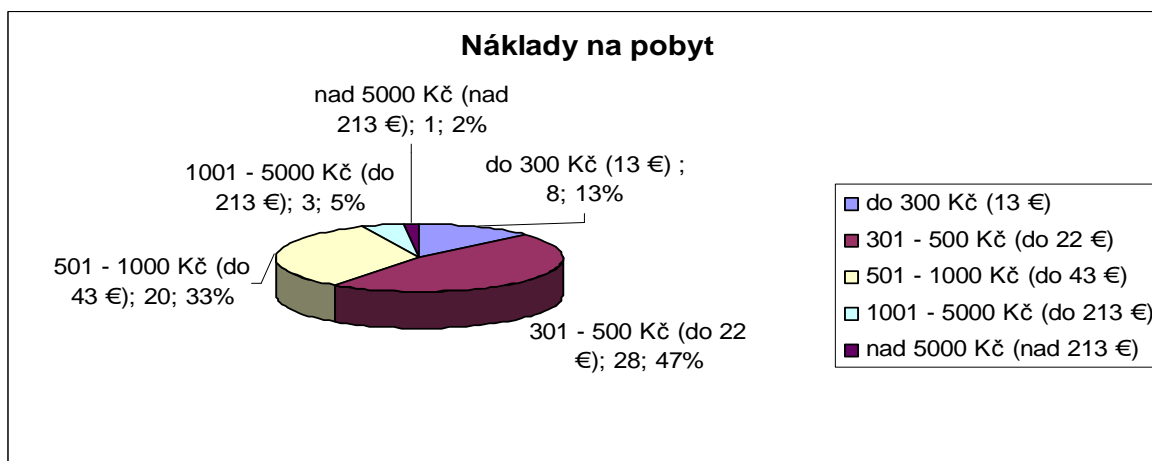
Zahraniční respondenti



11.9.13 13 – NÁKLADY NA POBYT



Respondenti ČR



Zahraniční respondenti

