

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta

Katedra Strukturální Politiky EU a Rozvoje Venkova

Studijní program: B6208 EKONOMIKA A MANAGEMENT
Studijní obor: OBCHODNÍ PODNIKÁNÍ
Specializace: CESTOVNÍ RUCH

**Analýza nabídky agroturistických služeb v západních
a jižních Čechách a na Vysočině**

Analysis of agro-tourist offer services in the western and southern
Bohemia and Vysočina region

Vedoucí diplomové práce
doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Autor
Bc. Jana Řehoušková

2012

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Jana ŘEHOUSKOVÁ**
Osobní číslo: **E10678**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Analýza nabídky agroturistických služeb v západních a jižních Čechách a na Vysočině**
Zadávací katedra: **Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova**

Zásady pro vypracování:

Cíl práce:

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

Metodika práce:

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

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Cíle a metodika, 3. Literární rešerše, 4. Řešení problematiky, 5. Provedení analýzy, 6. Návrhy na zlepšení, 7. Závěr, 8. Resumé, 9. Použitá literatura, 10. Přílohy.

Rozsah grafických prací: dle potřeby
Rozsah pracovní zprávy: 50 - 70 stran, dle možností
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

- HORNER, S., SWARBROOKE, J. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M. Marketing služeb. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-7169-995-0.
NĚMČANSKÝ, M. Agroturistika. Karviná: Slezská univerzita Opava, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 1996. 158 s. ISBN 80-85879-36-0.
NĚMČANSKÝ, M. Management cestovního ruchu 1,2. Karviná: Slezská univerzita, Obchodně podnikatelská fakulta Karviná, 1995. 226 s. ISBN 80-85879-18-2.
PARMOVÁ, D. Agroturistika. Ekonomická fakulta, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. České Budějovice: Typodesign, s. r. o., 2007. 92 s. ISBN 978-80-7394-009-6.
PARMOVÁ, D., PARMOVÁ, D. Provoz služeb v cestovním ruchu, 1. vydání. České Budějovice: Jihočeská univerzita Zemědělská fakulta, 2003. 84 s. ISBN 80-7040-611-9.
STRÍBRNÁ, M. a kol. Ubytování ve vesnické turistice. Institut výchovy a vzdělávání Ministerstva zemědělství ČR v Praze. 1996. 46 s. ISBN 80-7105-128-4.
STRÍBRNÁ, M. Venkovská turistika a agroturistika. Praha: Profi Press, 2005. 65 s. ISBN 80-86726-14-2.
VANĚČEK, D. Agroturistika, 1. vydání. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zemědělská fakulta, 1997. 168 s. ISBN 80-7040-222-9.

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

Datum zadání diplomové práce: **10. února 2011**
Termín odevzdání diplomové práce: **29. dubna 2012**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.

děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
L.S.
Stučkova 13 370 05 České Budějovice


doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 11. března 2011

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že diplomovou práci na téma „Analýza nabídky agroturistických služeb v západních a jižních Čechách a na Vysočině“ jsem vypracovala samostatně na základě vlastních poznatků a materiálů. Použité literární zdroje a veškeré podkladové materiály uvádím v seznamu použité literatury.

Dále prohlašuji, že v souladu s § 47 b) zákona č 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této práce. Dále souhlasím s tím, aby prostřednictvím té samé elektronické cesty byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky mé vedoucí diplomové práce a oponentů a to i záznam o průběhu obhajoby a jejích výsledků. Souhlasím i s porovnáním textu mé práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 6. 7. 2012

.....

podpis

PODĚKOVÁNÍ

Velmi děkuji doc. Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové za odborné vedení mé diplomové práce a za podnětné rady, které mi poskytla při jejím zpracování.

Dále bych ráda poděkovala i mé rodině za projevenou podporu a spolupracujícím agroturistickým zařízením, bez jejichž pomoci by tato práce nemohla vzniknout.

Obsah

1	Úvod	4
2	Cíle a metodika	5
2.1	Cíl práce	5
2.2	Metodika práce	5
2.2.1	Analytická část	5
2.2.2	Syntetická část	6
2.2.3	Hypotézy	7
3	Literární rešerše	8
3.1	Cestovní ruch	8
3.2	Služby cestovního ruchu	10
3.2.1	Ubytovací a stravovací služby v agroturistice	12
3.3	Zelený cestovní ruch	13
3.4	Venkovský cestovní ruch	13
3.4.1	Služby venkovského cestovního ruchu	15
3.5	Agroturistika	16
3.5.1	Agroturistika na rodinné farmě	18
3.5.2	Agroturistika provozovaná ostatními zemědělskými podniky	19
3.6	Ekoagroturistika	21
3.7	Ekoturistika	22
3.8	Vesnická turistika	22
3.9	Analýza nabídky služeb	26
3.9.1	Analýza BCG	26
3.9.2	Životní cyklus produktu	27
3.9.3	Audit produktu	28
3.10	Marketingový výzkum	28

3.10.1	Typy marketingového výzkumu	29
3.11	Financování rozvoje agroturistiky a venkovského CR	30
3.11.1	Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova	30
3.11.1.1	Program rozvoje venkova v období 2007 – 2013	32
3.11.2	Tematické operační programy	33
3.11.3	ROP NUTS II	33
3.11.3.1	ROP NUTS II Jihozápad	34
3.11.3.2	ROP NUTS II Severozápad	35
3.11.3.3	ROP NUTS II Jihovýchod	36
3.11.4	Granty a dotace	36
4	Popis zájmových oblastí	37
4.1	Popis potenciálu zájmové oblasti jižní Čechy	37
4.1.1	Vybraná agroturistická zařízení v zájmové oblasti jižní Čechy	39
4.1.1.1	Rodinná ekofarma Křížové pole	39
4.1.1.2	Angus farma Rančice	41
4.1.1.3	Borovanský Mlýn	42
4.2	Popis potenciálu zájmové oblasti západní Čechy	46
4.2.1	Vybraná agroturistická zařízení v zájmové oblasti západní Čechy	49
4.2.1.1	Eko Farma Rybník	49
4.2.1.2	Farma Moulisových	51
4.2.1.3	Biofarma Belina	53
4.3	Popis potenciálu zájmové oblasti Vysočina	56
4.3.1	Vybraná agroturistická zařízení v zájmové oblasti Vysočina	58
4.3.1.1	Dvůr v Borovné	58
4.3.1.2	Biofarma Chadimův Mlýn	59
4.3.1.3	Penzion Jízdárna, s. r. o.	61
4.4	Význam hipoturistiky jako fenoménu české agroturistiky	64
5	Vyhodnocení dotazníkového šetření	66
5.1	Oblast jižní Čechy	67

5.1.1	Vyhodnocení spokojenosti s nabízenými službami	67
5.1.2	Vyhodnocení statistických dat	76
5.2	Oblast západní Čechy	83
5.2.1	Vyhodnocení spokojenosti s nabízenými službami	83
5.2.2	Vyhodnocení statistických dat	92
5.3	Oblast Vysočina	98
5.3.1	Vyhodnocení spokojenosti s nabízenými službami	98
5.3.1	Vyhodnocení statistických dat	106
6	Komparace zájmových oblastí	113
7	Zhodnocení výsledků	133
8	Směr dalšího rozvoje agroturistických služeb	136
8.1	Analýza problémů nabízených služeb v české agroturistice a vlastní návrhy na jejich zlepšení	139
9	Možnosti čerpání fondových prostředků na rozvoj agroturistiky a venkovského cestovního ruchu	144
10	Závěr	148
11	Summary	150
12	Použitá literatura	151
12.1	Literární zdroje	151
12.2	Elektronické zdroje	153

Seznam map, tabulek, grafů a obrázků

Seznam příloh

1 Úvod

„Člověk je dílem přírody, existuje v přírodě, nemůže se od ní izolovat, nemůže - a to ani v myšlení - se z přírody vyabstrahovat.“

Holbach Paul Henry Dietrich

V citátu, který pochází z úst francouzského přírodovědce 18. století, je moudro, které je aplikovatelné i na dnešní dobu. Jednoduché a přitom pravdivé moudro tohoto citátu tkví v tom, že člověk je obklopen přírodou, žije v ní a potřebuje ji k životu. Příroda je v současné době nepostradatelnou součástí i jednoho ze směrů cestovního ruchu, kterým je agroturistika.

Agroturistika není ale pouhým sepětím člověka s přírodou. Tento pojem je daleko širší a zahrnuje mnoho aktivit, které do něj spadají. Pojem agroturistika může být brán z několika úhlů pohledu. Může přinášet prospěch podnikateli, obci nebo turistovi. Pro účely této diplomové práce bude důležitý pohled turisty a jeho hodnocení nabízených služeb poskytovaných v agroturistických zařízeních. Účastník agroturistiky navštěvuje agroturistická zařízení, jako jsou farmy, statky a usedlosti. Pojem agroturistika zahrnuje pobyt na čerstvém vzduchu s poznáním typického venkovského života. Činnostmi, které může turista v těchto zařízeních vykonávat, jsou například jízda na koni, účast na práci se zvířaty, účast na zemědělských pracích, zpracování vlastních produktů a výrobků z plodů zemědělství, lov zvěře, letní či zimní sporty nebo se může účastnit folklórních událostí.

Agroturistika zaznamenala v České republice významný vývoj až po roce 1989. Do té doby byl bohužel tento vývoj utlumen díky negativním politickým událostem ve státě. V porovnání s jinými zeměmi, jako je například Rakousko, Francie, Itálie nebo Irsko, je Česká republika s rozvojem agroturistiky pozadu. Na druhou stranu se ale snaží tento deficit dohnat. Proto se v dnešní době s návratem člověka k přírodě začíná agroturistika vzpamatovávat a začíná se stávat trendem přírodního stylu cestovního ruchu.

2 Cíle a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je provést analýzu poskytovaných agroturistických služeb v cestovním ruchu v jižních a západních Čechách a na Vysočině a vyhodnotit informace získané v dotazníkovém šetření prostřednictvím návštěvníků agroturistických zařízení. Tato analýza poskytne potřebné informace, které mohou být využity například ke zlepšení stávajících služeb a ke zlepšení stavu cestovního ruchu v daných krajích ve zkoumané oblasti.

2.2 Metodika práce

2.2.1 Analytická část

Získání odborných informací

Informace použité v diplomové práci budou čerpány z doporučené literatury jako primárního zdroje. Budou sloužit zejména k získání teoretického přehledu řešené problematiky. Seznam použité odborné literatury bude uveden v přehledu použité literatury na konci práce. Dále bude čerpáno z internetových zdrojů a odborných časopisů, které budou taktéž uvedeny. Získávání a zpracování informací bude provedeno v letech 2011 až 2012.

Popis potenciálu jednotlivých oblastí

Důležité bude popsat, jaký potenciál mají jednotlivé oblasti pro využití agroturistiky. Budou zde hodnoceny geografické a přírodní podmínky ve vztahu k cestovnímu ruchu a agroturistice.

Stanovení hypotéz

Stanovení hypotéz bude klíčové pro vyhodnocení dotazníkového šetření. Hypotézy budou určeny tak, aby měly svůj smysl a byly výstižné. Důležitým aspektem

také bude, zda jde hypotézu ověřit, aby mohla být potvrzena nebo vyvrácena. Na vyhodnocení hypotéz bude stát syntetická část. Hypotézy jsou stanoveny v kapitole 2.2.3.

Vytvoření vlastního dotazníku

Po stanovení hypotéz bude vypracován vlastní dotazník. Otázky budou koncipovány tak, aby byly srozumitelné. Nebude kladen důraz na kvantitu otázek. Otázky budou sledovat spokojenost návštěvníků se službami v agroturistických zařízeních.

Výběr zájmových oblastí

Z každého kraje, kde bude probíhat dotazníkové šetření, budou vybrána alespoň tři agroturistická zařízení. Velkou roli bude hrát velikost samotného centra a velikost ubytovacích kapacit a možnosti volnočasových aktivit.

Kontakt s centry a sběr dat

Zkontaktování vybraných agroturistických zařízení bude probíhat prostřednictvím e-mailu, popřípadě formou telefonického rozhovoru anebo osobní návštěvy farem. Dle domluvy s jednotlivými farmami, bude zvolena i forma vyplňování dotazníků. Dotazníky budou zaslány prostřednictvím pošty. Zástupce farmy pak dá svým návštěvníkům dotazníky k dispozici, aby je mohli vyplnit. Druhou možností bude osobní doručení dotazníků farmám a následné vyplnění tváří v tvář s návštěvníky.

2.2.2 Syntetická část

Vyhodnocení výsledků

Po sběru dat bude následovat vyhodnocení získaných dat z dotazníkového šetření. Budou použity vhodné statistické metody pro konkrétní vyhodnocení. Následně budou zpracovaná data i graficky znázorněna prostřednictvím programu Microsoft Office Excel. V závěru bude provedeno celkové vyhodnocení výsledků dle získaných

informací a budou vyvráceny nebo potvrzeny zadané hypotézy. Vyhodnocení se bude týkat i komparace mezi kraji, přičemž budou navrženy možná opatření na zlepšení stávající situace.

2.2.3 Hypotézy

V diplomové práci jsou stanoveny následující hypotézy:

1. Agroturistické služby jsou využívány především rodinami s dětmi.

První hypotéza se zaměřuje na návštěvnost farem rodin s dětmi. Právě tento segment má k farmám nejbližší díky tomu, že malé děti mají zájem vidět zvířata na vlastní oči, osahat si je a poznat, jaký je jejich život v přirozeném prostředí.

2. Návštěvníci agroturistických zařízení jsou spokojeni s nabízenými službami.

Druhá hypotéza zjišťuje, zda jsou návštěvníci agroturistických zařízení spokojeni s nabízenými službami v místě jejich pobytu. Záleží na tom, jaké služby návštěvník preferuje. Zda služby nejvyšší kvality nebo služby v dobrém poměru kvality a ceny, anebo služby uspokojující minimální nároky. Roli hraje kvalita služeb ubytovacích, stravovacích ale především i agroturistických.

3. Návštěvníci se opětovně vracejí do stejného agroturistického zařízení.

Třetí hypotéza je zaměřena na opakovanou návštěvnost místa. Vypovídá o tom, zda návštěvníci byli spokojeni s nabízenými službami, tudíž zda se rádi opětovně vrací do stejného místa. Určitou roli zde může hrát *genius loci*. To znamená, že se návštěvníci mohou vracet na určité místo z důvodu jeho specifické a neopakovatelné atmosféry.

3 Literární rešerše

3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je velmi důležitou součástí dnešního života každého z nás. Je společensko-ekonomickým fenoménem, který ovlivňuje domácí i světové ekonomiky. Účastníci cestovního ruchu mohou tak uspokojovat svá přání a potřeby, které jim zpříjemňují život.

Horner a Swarbrooke obecně definují cestovní ruch jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností.

Dále pokračují také tím, že mnozí lidé nepovažují cestovní ruch za samostatné odvětví, ale za činnost, který je výsledkem služeb jiných odvětví, jako jsou ubytování, stravování a doprava. Jestliže jde výslovně o průmysl cestovního ruchu, pravděpodobně se skládá ze služeb pořadatelů zájezdů, tj. cestovních kanceláří (touroperátorů), a cestovních agentur (prodejců) a neexistoval až do nástupu moderního cestovního ruchu založeného na souhrnné nabídce více služeb.[3]

Dle Páskové a Zelenky je cestovní ruch, (turismus, zkratka CR, angl. tourism, travel), komplexní společenský jev, je to souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit (politika CR, propagace CR, regulace CR, mezinárodní spolupráce apod.) a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity. [12]

Orieška chápe cestovní ruch jako soubor činností, které jsou zaměřené na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání společenského

kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest. Značnou část těchto potřeb lze upokojit i mimo rámec cestovního ruchu, ale právě účast na tomto ruchu představuje vyšší stupeň jejich uspokojení. [9]

Hesková uvádí specifika trhu cestovního ruchu. Říká, že:

- „rozvoj CR je podmíněn politicko-správními podmínkami danými státem,
- produkt cestovního ruchu nelze vyrábět na sklad,
- místní vázanost, bezprostřední sepětí s územím (místem), ve kterém se realizuje,
- výrazná sezonnost,
- trh je silně determinován přírodními faktory a dalšími nepředvídatelnými vlivy,
- vysoký podíl lidské práce,
- těsný vztah nabídky a poptávky (tj. změny v cenách a příjmech se obvykle objeví na trhu bezprostředně).“

Dále uvádí, že poptávka po cestovním ruchu je ovlivněna:

- „důchody obyvatelstva,
- fondem volného času,
- cenovou hladinou služeb,
- spotřebitelskými preferencemi,
- motivací,
- módou,
- způsobem života,
- prestiží.“

Také říká, že nabídku silně ovlivňuje

- „rozvoj techniky technologií (zejména informační a rezervační systémy v cestovním ruchu např. Start – Amadeus, Galileo, Sabre),
- kvalita lidských zdrojů,
- distribuční a prodejní činitelé.“ [1]

Vaněček podává informace o tom, že se cestovní ruch stal ve světovém měřítku prvořadým ekonomickým činitelem, protože se rozvíjí ze všech odvětví nejrychleji. Pokračuje tím, že průmysl cestovního ruchu zahrnuje ubytovací a stravovací služby,

osobní přepravu, značnou část prodejní sítě, průmysl zábavy, výrobu suvenýrů a řadu finančních služeb. Proto může poskytovat větší množství pracovních příležitostí než jakékoliv jiné odvětví.

Vaněček převzal názor Statistické komise Společnosti národů, ve kterém se přiklání k rozdělení na ty účastníky, kteří jsou považováni za účastníky cestovního ruchu a ti, kteří účastníky nejsou.

Účastníky CR jsou osoby, které cestují na dobu delší jak 24 hodin, do jiné země než je země jejich trvalého pobytu, a to pro zábavu, za účelem vyřízení rodinných záležitostí a pro upevnění zdraví, jsou to také ti, co se účastní různých shromáždění nebo misí s vědeckou, administrativní, diplomatickou, náboženskou nebo sportovní povahou. [16]

3.2 Služby cestovního ruchu

Pásková, Zelenka popisují služby cestovního ruchu, (nepřesně též turistické služby; angl. tourism services), jako služby, které jsou poskytované turistům, návštěvníkům a cestujícím – ubytovací, stravovací, dopravní včetně silničního servisu pro motoristy, informační, zprostředkovatelské, směnářské, sportovně-rekreační, zábavní, kulturní, lázeňské aj. Podle vztahu k uspokojování potřeb návštěvníků jsou služby rozdělovány na základní služby cestovního ruchu a doplňkové služby cestovního ruchu, podle způsobu placení na placené a neplacené služby, podle způsobu zajištění dostupnosti na předem rezervované služby a služby nerezervované. [12]

Orieška uvádí, že služby cestovního ruchu jsou činnosti nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je buď individuální, nebo společensky užitečný efekt. Individuální efekt, který je obvykle součástí cíle na cestovním ruchu, může mít různorodý charakter podle zvolené formy účasti, například rekreační, kulturní, zdravotní apod. Společenský efekt zpravidla podmiňuje nebo umožňuje dosažení individuálního efektu (např. služby související s udržováním čistoty a hygieny veřejných prostranství, zeleně atd.). [9]

Orieška službami v obecném měřítku také rozumí ekonomické statky, které mají převážně nehmotný charakter. V cestovním ruchu nabývají významu heterogenního

souboru užitných efektů určených k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Mají průřezový charakter, což znamená, že je produkují nejen podniky cestovního ruchu, ale i další subjekty soukromého a veřejného sektoru. Služby mají na rozdíl od zboží určité znaky. Jsou to zprvu obecné znaky služeb, které se vztahují i na služby v cestovním ruchu, a zadruhé speciální znaky, charakteristické pouze pro služby cestovního ruchu. [8]

Parmová a Parmová ve své publikaci uvádějí, že pod pojmem cestovní ruch, který vznikl v 19. století, se dnes rozumí celkový pobyt mimo stálé bydliště, který slouží především k odpočinku, návštěvě přírodních krás, kulturních památek, sportu nebo jiným požitkům a s tím spojené cestování. Tato zkrácená definice ze zákona o cestovním ruchu znamená, že člověk – subjekt cestovního ruchu – mění zcela dobrovolně a převážně pro své potěšení svůj pobyt a navštěvuje objekty cestovního ruchu mimo své bydliště.

Celý cestovní ruch můžeme chápat jako systém a můžeme tento systém posuzovat jednak z hlediska jeho interakce s okolím a na druhou stranu můžeme odhalit jeho vnitřní sdělení, tj. jeho subsystémy. [11]

Němčanský vystihuje podstatu a zvláštnosti služeb cestovního ruchu. Říká, že služby cestovního ruchu jsou činnosti, jejichž výsledkem je individuální nebo společenský efekt. Individuální efekt je pak obvykle součástí cíle účasti na CR a může mít rozdílný charakter dle formy účasti. (Rekreační, kulturní, sportovní, zdravotní, atd.). Společenský efekt je pak zpravidla podmíněn dosažením individuálního efektu, např. služby spojené s udržováním čistoty a hygieny veřejných prostranství, zeleně a bezpečnosti.

Také uvádí, že služby cestovního ruchu nelze produkovat do zásoby, na sklad. Proces poskytování služeb je současně procesem její spotřeby. Dále jde také o komplexnost poskytovaných služeb neboli komplementarita služeb cestovního ruchu. U služeb existuje ale také určitá zastupitelnost neboli substituce, nahraditelnost. Němčanský říká, že substituce je menší při uspokojování cílových potřeb, zatímco u realizačních potřeb

je větší. Nejčastějšími příčinami substituce je změna ceny, nabídky nebo preference subjektu, atd. [7]

3.2.1 Ubytovací a stravovací služby v agroturistice

Horner a Swarbrooke se zabývá i vztahem mezi cestovním ruchem, službami pro využití volného času a ubytovacími a stravovacími službami. Zamýšlejí se nad tím, že tyto tři oblasti jsou odlišné, ačkoli příbuzné. Cestovní ruch je aktivita, volný čas je pojem časový a ubytování a stravování se týkají především zajišťování služeb. Dále také uvádějí, že neexistuje shoda v tom, co přesně odlišuje cestovní ruch, využití volného času a ubytovací a stravovací služby. [3]

Dle Stříbrné a kol., můžeme kategorizovat ubytovací zařízení v zemědělských objektech v rámci agroturistiky. Tvrdí, že turistické ubytovací zařízení je zařízení, které zabezpečuje (pravidelně nebo nepravidelně) přechodné ubytování pro turisty. Ubytovací zařízení se zařazují podle druhů do kategorií a podle převažujícího vybavení a úrovně poskytovaných služeb do tříd. Třídy se označují hvězdičkami. Ubytovací zařízení se člení do dvou základních skupin na ubytování v soukromí a hromadná ubytovací zařízení. Dále uváděná specifikace se týká turistických ubytovacích zařízení začleněných do kategorie ubytování v soukromí. Jde o ubytování v obytných místnostech zemědělských usedlostí, farem a pronájem samostatných objektů, které jsou součástí zemědělských usedlostí, farem.

Stříbrná dále popisuje stravovací zařízení v rámci ubytování v soukromí. Uvádí, že pokud není zabezpečeno společné stravování pronajímatelem, zřizuje se pro ubytované kuchyň s vybavením pro přípravu jídel a teplých nápojů, mytí nádobí, úschovu nádobí a suchých potravin a ledničkou s mrazákem. Kuchyň musí mít samostatný vchod z chodby a musí být účinně odvětrána. [13]

Vaněček popisuje ubytování v soukromí. Jde o poskytování prostor nebo jejich částí, které jsou ve vlastnictví nebo užívání občana a jsou vybaveny podle této normy, pro účely přechodného ubytování za úhradu včetně případných navazujících služeb v souladu s předpisy upravujícími soukromé podnikání občanů. Je zde obývací místnost,

která je částí objektu ve vlastnictví či užívání občana určená k dennímu pobytu hosta. Nejsou zde umístěna stálá lůžka. Místnost je vybavena stolem, židlemi v počtu shodném s počtem stálých lůžek, umístěných v obytné místnosti a dále čalouněným křeslem nebo pohovkou. Obytnou místností se rozumí v tomto případě uzamykatelný prostor s lůžky, větratelný, osvětlený denním světlem, v topném období vytápěný. Musí mít elektrické osvětlení a zásuvku s označením napětí. Obytná místnost není průchozí. [16]

3.3 Zelený cestovní ruch

Škodová Parmová uvádí, že v současné době se stále více prosazuje celá řada nových forem cestovního ruchu, které spojují šetrnost vůči cílovým místům cestovního ruchu, ohleduplnost vůči přírodě i celému životnímu prostředí, vůči kulturnímu a historickému bohatství i ohleduplnost ve vztazích mezi lidmi. Tyto nové formy cestovního ruchu jsou zahrnuty do tzv. „zeleného cestovního ruchu“.

Dále pojednává o tom, že zelený cestovní ruch zdůrazňuje především místní hledisko uskutečňování cestovního ruchu, tj. nejen ve volné krajině, ale také i v mírně osídlených oblastech, na rozdíl od cestovního ruchu ve městech či v koncentrovaných přímořských střediscích. Je charakterizován touhou návštěvníků splynout s přírodou i lidským prostředím. Jde o cestovní ruch s aktivní náplní, respektující a chránící přírodu. Zelený cestovní ruch v konkrétní podobě vystupuje především jako ekoturistika a venkovský cestovní ruch. [10]

3.4 Venkovský cestovní ruch

Hesková říká, že venkovský cestovní ruch (rural tourism) zahrnuje soubor činností spojených s cestováním a pobytem lidí ve venkovském prostředí. Obvykle se jedná o činnost spojenou s návratem k přírodě, s možností ubytování ve vesnických domech a různých činnostech spojených s pobytem na venkově. Cílem rozvoje cestovního ruchu na venkově je zapojit do poskytování služeb místní obyvatelstvo. Důležitá je proto odborná připravenost poskytování služeb, ochota podílet se na uspokojování potřeb hostů, otevřenost a vstřícnost venkovské rodiny a schopnost komunikace v cizích

jazycích. Vytvoření domácí atmosféry není možné bez komunikace s hostem. Významným motivem pobytu na venkově je kvalitnější životní prostředí venkova (čistší ovzduší, méně hluku) ve srovnání s městy a průmyslovými aglomeracemi. [2]

Škodová Parmová uvádí, že venkovský cestovní ruch (často označovaný jako venkovská turistika) je cestovní ruch, který se rozvíjí mimo oblasti rekreačních a turistických center, a to i mimo oblasti městského osídlení. Obsahuje rekreační pobyty ve vesnickém osídlení i mimo něj (chatových lokalitách, samotách i v malých městečkách). Převážně je ale vázán na venkovské osídlení spjaté se zemědělstvím a životem na venkově. Venkovský cestovní ruch zahrnuje všechny činnosti účastníka cestovního ruchu v prostředí venkova. Může mít celou řadu podob, z nichž nejvíce typická jsou vesnická turistika, agroturistika, ekoagroturistika a chataření a chalupaření. [10]

Orieška popisuje venkovský cestovní ruch jako druh cestovního ruchu, který pod společným názvem pojímá více denní pobyt ve venkovském prostředí a rekreační činnosti (aktivity) realizované na venkově. Zahrnuje různé formy, především agroturismus, ekoagroturismus a ekoturismus.

Dále také Orieška říká, že rozkvět venkovského cestovního ruchu všeobecně, včetně jeho forem, pomáhá rozvoji venkova například vybudováním pěších tras, cyklostezek, farem/statků s alternativním hospodařením, místních muzeí a skanzenů, napomáhá oživení tradičních řemesel a přináší pracovní příležitosti a další finanční prostředky pro podnikatele v zemědělství. [9]

Stříbrná si pokládá otázku, co je vlastně venkovská turistika? Říká, že na první pohled jde o jednoduchou otázku. Venkovská turistika je cestovní ruch, který se děje na venkově. Kdybychom se chtěli nad tím zamyslet hlouběji, jednoduchá definice ale zřejmě nevystihne podstatu produktu. Jedná se totiž o celý komplex faktorů, vazeb a vývojových tendencí, jež ve svých důsledcích ovlivňují výslednou podobu produktu.

Dále Stříbrná říká, že venkovská turistika může mít mnoho podob. Je zde zahrnuta dovolená s ubytováním na farmách (agroturistika), ekoturistika, dovolená s pěší turistikou, horolezectví, jezdectví na koni, dobrodružství, sportovní a zdravotní

turistika, myslivost, rybaření, cesty za poznáním, turistika za uměním a dědictvím minulosti a v některých oblastech může jít i o etnickou turistiku.

Stříbrná také tvrdí, že venkovská turistika má své zázemí na vesnici mimo velká turistická centra. Jejím specifickým produktem je agroturistika, což je cestovní ruch bezprostředně navázaný na zemědělskou farmu. [14]

3.4.1 Služby venkovského cestovního ruchu

Hesková uvádí, že služby venkovského cestovního ruchu (rural tourism services) jsou relativně samostatným souborem služeb poskytovaných účastníkům venkovského cestovního ruchu včetně agroturistiky. Poskytování těchto služeb ale vyžaduje vhodné zařízení lokalizované ve venkovském prostředí a bezprostřední interakci producenta služeb a hosta. Jde o ubytovací, stravovací a doplňkové služby na venkově.

Ubytovací služby poskytují obvykle majitelé a pronajímatelé vhodných nemovitostí (chata, chalupa, rolnický dům, usedlost, apod.). Základním předpokladem spokojenosti hostů je čistota a útulnost ubytovacích prostorů. Samostatná koupelna a toaleta je pro většinu hostů samozřejmostí.

Většinou stravovací služby navazují na služby ubytovací. Účastník venkovského cestovního ruchu ubytovaný v soukromí očekává od poskytovatele daných služeb, že mu dá k dispozici samostatnou kuchyňku, kde si bude moci připravovat jídla sám podle chuti a v čase, který mu vyhovuje. Stravovací služby se ale poskytují i v jiném samostatném a veřejnosti přístupném zařízení jako je např. restaurace, hostinec apod. patřící jinému podnikateli. Při té příležitosti se často využívá i nabídky produktů vlastní výroby nebo jiných místních producentů obsahující zajímavý sortiment mléčných produktů, ovoce a zeleniny, masových specialit, vína, destilátů apod. Oblíbené jsou večery při ohni, na kterém si host může připravit určitou specialitu nebo opékat slaninu, klobásy apod.

Doplňkové služby, říká Hesková, by měly tvořit dvě skupiny služeb. V první skupině jde o služby, které jsou poskytovány nejen účastníkům venkovského cestovního ruchu, ale i dalším návštěvníkům, z části místnímu obyvatelstvu, v druhé skupině jde o služby volného času včetně animace, určené hlavně účastníkům venkovského cestovního ruchu.

Do první skupiny jsou zahrnuty propagační a informační služby, které jsou zaměřené na představení obce, regionu, jeho zajímavostí a služeb nejširšímu okruhu návštěvníků, společenské a zábavní služby pohostinských zařízení v cílovém místě, případně v jeho okolí, obchodní služby (prodej potravinářského, drogistického, případně jiného průmyslového zboží), placené komunální služby pro obyvatelstvo (kadeřnictví, holičství, čistírna) a služby zdravotnického střediska.

Dále Hesková službami volného času rozumí takové služby, které umožňují účastníkům venkovského cestovního ruchu aktivně si užít dovolenou, umožňují jim také poznat způsob života na venkově, anebo získat nové zážitky a poznatky. Jde o možnost pozorování prací na venkově a zemědělských prací, aktivní účast na nich (sklizňové práce, senoseč, sklizeň ovoce a zeleniny, péče o zvířata, stříhání ovcí atd.), účast na folklorních slavnostech, oslavách různých svátků (vítání jara, karnevaly, velikonoce, Nový rok), tradičních svatbách, křtinách dítěte, jarmarku, dožínkových slavnostech, pouti, vzpomínkových slavnostech atd. Dalšími možnostmi jsou pozorování ptactva a divé zvěře, hry a táboráky v přírodě, piknik v přírodě, ochutnávka vín a domácích výrobků, pobyty pro gurmány, pobyty zaměřené na ochranu kulturních technických památek, vzdělávací pobyty, možnosti seznamování se s lidovými řemesly, řemeslnými tradicemi spojenými s výukou řemesel, sběr lesních plodů, hřibů, léčivých rostlin v dovolených lokalitách a mnohé další. [2]

3.5 Agroturistika

Agroturistika je podle Škodové Parmové specifickou formou venkovského cestovního ruchu, která vedle bezprostředního využívání přírody a krajiny venkova je charakteristická přímým vztahem k zemědělským pracím nebo usedlostem (budovám) se zemědělskou funkcí. Provozují ji podnikatelé v zemědělské prvovýrobě jako vedlejší, doplňkovou činnost, která slouží k získání dodatečných finančních prostředků s tím, že zemědělská výroba by měla být činností dominantní.

Dále hovoří o tom, že agroturistika je představována souhrnem služeb (ubytovacích, stravovacích a ostatních), činnostmi na farmě i v okolním prostředí, ale i možnostmi zážitků, které zemědělský subjekt poskytuje (prodává) návštěvníkům za účelem

rekreace a odpočinku. Jde tedy o cestovní ruch na zemědělských farmách nebo v objektech středních a větších zemědělských podniků. [10]

Hesková tvrdí, že součástí venkovského cestovního ruchu je i agroturistika (agritourism), která je spojována s uspokojováním potřeb účastníků cestovního ruchu na zemědělském hospodářství nebo na selské usedlosti (tzv. dovolená na selském dvoře, resp. na farmě). Jedná se o trend návratu do přírody a k aktivnímu odpočinku. Spojené jsou s ní například netradiční zážitky s poznáváním života a práce na zemědělském hospodářství (charakter práce, rostliny, zvířata, řezbářství, hrnčířství, hudba, tanec, lidové slavnosti, příprava gastronomických specialit apod.). Do nabídky je zahrnuta také možnost sportovně-rekreačních aktivit (jízda na koni, myslivost, rybářství apd.). V agroturistice se jedná o 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. [2]

Agroturismus, říká Oriška, je užší pojem než venkovský cestovní ruch. Je totiž jeho součástí. Označuje se také jako agrární cestovní ruch nebo dovolená na statku. Je spojený s uspokojováním potřeb návštěvníků u agropodnikatele nebo v zemědělském hospodářství (ubytování, stravování, využívání volného času). Agroturismus využívá místní zdroje, místní suroviny a místní infrastrukturu. Spojuje se s aktivním odpočinkem, poznáním života a práce na hospodářském dvoře, řemesel a tradic, sportovně-rekreačními aktivitami, ale i s přímou účastí na typických farmářských činnostech. Má mnoho společných rysů s udržitelným cestovním ruchem. [8]

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

Produkt cestovního ruchu, resp. služby nabízené zemědělskými podnikateli:

- a) ubytování;
- b) stravování;

- c) zázemí farmy (usedlosti), tj. provozní prostředí podnikatele, ve kterém se turista volně pohybuje;
- d) účast turistů na zemědělských pracích v rámci rekondičních programů;
- e) projížďky na koních;
- f) lov zvěře a rybaření;
- g) letní a zimní sporty;
- h) ostatní doprovodné programy ve vazbě na okolní krajinu, místní pamětihodnosti apod. [6]

3.5.1 Agroturistika na rodinné farmě

Němčanský říká, že provozovatel neboli podnikatel v zemědělské výrobě je definovaný jako fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu (§ 2, odst. 2, písm. c) zákona č. 513/1991 Sb. – Obchodní zákoník).

Dále říká, že ubytování by mělo být zpravidla umožněno v zemědělské usedlosti (na rodinné farmě) nebo v rekreačních objektech ve vlastnictví nebo užívání zemědělského podnikatele (chaty, sruby, chalupy, rekreační domky). Jedná se o decentralizované ubytování turistů v takřka rodinném prostředí s dalšími atributy. Maximální ubytovací kapacita má činit 12 lůžek.

Limitování ubytovací kapacity je nezbytným předpokladem pro to, aby byla zvýrazněna specifika agroturistiky na rodinné farmě, a to jak ve vztahu k nabízeným službám, tak ve vztahu k prostředí, kde se realizují (rozvoj individuálních aktivit při minimalizaci zatížení krajiny a přírody lidským faktorem). Důležité je také to, že tato forma ubytování je volnou živností, kde provozování není třeba prokazovat odbornou způsobilost.

Dále Němčanský uvádí, že u stravování je široký prostor pro odbyt vlastních výpěstků, resp. výrobků, v podobě surovin (brambory, maso, mléko, zelenina, ovoce apod.) nebo polotovarů. Je vhodné, když si hosté mohou vařit sami nebo se stravovat v místních restauracích či hostincích. Naopak vhodné není poskytovat hostům farmy kompletní stravovací služby, z toho důvodu, že jde o živnost koncesovanou, jejíž

provozování je třeba prokazovat odbornou způsobilostí. Nevylučuje se občasně pohoštění, resp. pozvání ke společnému stolu k ochutnání místních specialit apod. Hlavním důvodem vyloučení stravovacích služeb je časová náročnost a pracovní zaneprázdnění ve vztahu k farmářce, která je vytížená dalšími povinnostmi v hospodářství.

Němčanský také specifikuje, co se rozumí zázemím farmy. Říká, že agroturistika na rodinné farmě je specifická tím, že se turista může volně pohybovat v provozním prostředí zemědělského prostředí, tudíž má možnost se seznámit se vším, co tvoří zemědělskou usedlost. Rozumíme tím zejména domácí a hospodářská zvířata (kočky, psi, krávy, prasata, ovce, kozy, drůbež apod.) a hospodářské objekty a nemovitosti (stáje, chlévy, stodoly, zemědělské stroje a nářadí apod.). [6]

3.5.2 Agroturistika provozovaná ostatními zemědělskými podniky

V tomto případě Němčanský popisuje provozovatele jako podnikatele, tj. právnické nebo fyzické osoby ve smyslu § 2 zákona č. 513/1991 Sb. (Obchodní zákoník), které podnikají v oblasti zemědělské prvovýroby a služeb pro zemědělství.

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

Němčanský dále uvádí, že stravování v hotelech a penzionech je nezbytné zajistit celodenně (bufet, restaurace apod.), minimálně je nutné poskytovat snídani. Podnikatelé v zemědělské výrobě zde mohou za výhodných podmínek realizovat prodej a další zpracování vlastní rostlinné i živočišné produkce.

Stravovací služby jsou živnost koncesovaná, která vyžaduje prokazování odborné způsobilosti. Provozování těchto služeb je téměř u všech případů spojeno s tvorbou nových pracovních příležitostí (odborný a provozní personál).

Němčanský dále uvádí, že zázemí farmy je specifické v tom, že je turista ve spojení se zemědělským prostředím (pole, louky, lesy, rybníky v majetku zemědělského

podnikatele). Je zde i možnost poskytování specifických služeb, resp. výukových služeb (jezdecká škola, myslivost, honitba, sportovní rybolov, apod.), které mají přirozené zázemí v zemědělském hospodářství nebo na něho organicky navazují.

Dále hovoří také o doprovodných programech. Říká, že cestovní ruch není jen pouhé ubytování či zajištění stravování turistů, ale i péče o jejich volný čas. Pokud je turistika dobře organizovaná, obsahuje řadu zajímavých a atraktivních doprovodných programů. Tyto programy doplňují celkový nabízený produkt cestovního ruchu. Dávají mu určitý image, reklamní známku. Přitom se nemusí jednat jen o programy organizované přímo ubytovatelem, ale zejména zprostředkované aktivity ve vazbě na okolí (pamětihodnosti, přírodní zvláštnosti, místní atrakce apod.).

Nabídka stravování by se měla orientovat na stravu nebo obyčejně spjaté s vesnicí a zemědělstvím. Může se jednat například o biopotraviny ve vazbě na organické zemědělství, nebo typickou venkovskou stravu (mléko a brambory, kulajda, kyselo, kuba, houbová smaženice, bylinné čaje apod.). Krajově pak na místní a zabíjačkové hody atd.

Zemědělské činnosti pak mohou zahrnovat rekondiční akce spojené s pomocí turistů při senoseči, žních, pasení hospodářských zvířat, úklidu stájí a chlévů.

Dále jsou to projížďky na koních a jezdecké školy. Nabídka těchto služeb spočívá v možnostech farmáře nebo zemědělského podniku mít koně nebo je chovat. Jde o důležitou atraktivitu. Lze ji doplnit i projížďkami bryčkou nebo kočárem. Tyto služby je možné zprostředkovat i jiným podnikatelským subjektem, pokud se nachází v blízkém okolí.

Dále se jedná o lov zvěře a rybaření. Nabídka těchto služeb opět závisí na celkovém zázemí farmy nebo zemědělského podniku, tj. na rozsahu vlastnictví lesů a rybníků. Lze ji samozřejmě rovněž zprostředkovat jiným podnikatelským subjektem.

Také sem patří letní a zimní sporty. Může jít o celou řadu doprovodných programů, ve kterých hraje důležitou roli charakter okolní krajiny. Nabídku je tvořena například pěší turistikou, cyklistikou, koupáním, v zimě pak bruslením, lyžováním či sáňkováním apod.

Němčanský zmiňuje i ostatní doprovodné programy. Říká, že místní pamětihodnosti tvoří důležitou součást produktu cestovního ruchu. Zajímavé informace o těchto atraktivitách a jejich zpřístupnění jsou určitým logickým obalem, ve kterém je celková nabídka prezentována. Totéž platí i o přírodních zvláštностech, místních zvyklostech, národopisných tradicích apod. [6]

3.6 Ekoagroturistika

Ekoagroturistiku specifikuje Škodová Parmová jako formu venkovského cestovního ruchu, ve které jsou zahrnuty pobyty na ekologicky hospodařících farmách produkujících bio-produkty, umístěných ve zdravotně příznivém životním prostředí. Podstatným znakem této formy agroturistiky je nejen sepětí s farmářskou rodinou, ale i účast na zemědělských pracích a konzumace produktů jejich ekologického zemědělství. [10]

Hesková říká, že ekoagroturistika (eco-agritourism) je forma 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. [2]

Němčanský definuje pojem „ekoagroturistika“ jako turistiku na ekologicky hospodařících farmách, jež je zcela odlišná od běžné masové turistiky, která není příliš příznivá životnímu prostředí a navíc ohrožuje tradiční venkovský život. [6]

Ekoagroturismus, popisuje Oriška, jako formu agroturismu, která se uskutečňuje na ekologicky hospodařících zemědělských farmách či statcích, tj. na farmách či statcích zabývajících se alternativním zemědělstvím. Pro ekologické farmy je charakteristické, že nevyužívají při rostlinné a živočišné výrobě žádná umělá hnojiva, chemikálie, hormonální přípravky, umělá barviva a konzervační přípravky.

Produkty z ekologických farem podléhají přísné kontrole, a pokud splňují předepsané mezinárodní standardy, mohou být označeny ochrannou známkou „bio“. [8]

3.7 Ekoturistika

Ekoturistiku popisuje Škodová Parmová jako nejčastější označení cestovního ruchu zaměřeného na poznávání přírody, orientovaného především na poznávání přírodních rezervací, národních parků, chráněných krajinných oblastí a dalších přírodních krás tak, aby nebyly cestovním ruchem narušovány. Vyznačuje se vysokou mírou odpovědnosti a ohleduplnosti návštěvníků vůči přírodě a její ochraně. Významné jsou i její výchovné aspekty. [10]

Ekoturismus popisuje Oriška jako formu cestovního ruchu spojenou s putováním v přírodě, jejím pozorováním a poznáváním. Proto se často používá termínu ekoturistika. Tato forma turistiky se rozvíjí v krajinářsky a přírodně hodnotných oblastech (v přírodních rezervacích, národních parcích, chráněných krajinných oblastech apod.). Nejvhodnějším dopravním prostředkem pro ekoturismus je šetrné použití kola. Často je propojen s cykloturistikou. Podporuje přírodní prostředí navštívené komunity, které poskytuje pracovní místa a možnosti výdělků, zvyšuje potřebu ochrany přírodního a kulturního dědictví. [8]

3.8 Vesnická turistika

Škodová Parmová uvádí, že venkovská turistika je forma venkovského cestovního ruchu bezprostředně spjatá s přírodou a krajinou venkova a konkrétním vesnickým osídlením. Náplní jsou individuální rekreační aktivity, které využívají atraktivitu konkrétního venkovského prostředí navštíveného místa (louky, lesy, rybníky, řeky, místní řemesla či folklór a podobně). K ubytování jsou využívána komerční ubytovací zařízení, rekreační chalupy i ubytování v soukromí. Její zvláštnost spočívá v decentralizaci ubytovacích zařízení, což umožňuje rozmělnit četnost turistů, a tak dochází k eliminaci negativních dopadů, které s sebou nese velké

soustředění lidí v turistických centrech. Dává příležitost individuálním aktivitám jak při nabídce produktu cestovního ruchu, tak i při jeho realizaci.

Provozovatelé jsou podnikatelé provozující ubytovací služby anebo hostinskou činnost, resp. ubytování i stravování (na přechodnou dobu) na venkově. Dále jsou to rovněž podnikatelé v oblasti doprovodných programů (sportovní zařízení a areály, jezdecké školy, historické a průmyslové skanzeny apod.)

Formy ubytování jsou zpravidla v rekreačních objektech (chalupy, chaty, sruby, rekreační domky), v hotelech a penzionech, v typických objektech (rekonstruovaných mlýnech, selských staveních, zájezdních hostincích aj.), v majetku nebo v užívání podnikatele. Není vyloučeno ubytování typu chatová osada a kemp.

Stravování je nezbytné zajistit celodenní nebo minimálně snídani (bufet, restaurace) a to ve veřejných ubytovacích zařízeních (hotel, penzion, chatová osada, kemp aj.). [10]

Vesnickou turistiku popisuje Němčanský jako formu cestovního ruchu, jehož aktivity jsou bezprostředně spjaty s přírodou, krajinou a venkovským prostředím. Její zvláštnost spočívá v decentralizaci ubytovacích zařízení, což umožňuje rozmělnit četnost turistů, a tak eliminovat negativní dopady, které sebou nese „organizovaná turistika“ (ohromné soustředění lidí v turistických centrech, devastace krajiny po dobu turistické sezóny apod.). Dává příležitost individuálním aktivitám jak při nabídce produktu cestovního ruchu, tak i při jeho realizaci. [6]

Škodová Parmová se dále také věnuje službám poskytovaným ve vesnické turistice. Říká, že služby poskytují účastníkům vesnické turistiky provozovatelé ubytovacích a stravovacích služeb, jakož i podnikatelé v oblasti kulturních, sportovních, společenských a dalších zařízení. Jde tedy o veškerý cestovní ruch probíhající na vesnici mimo agroturistiku.

Doprovodný program zvýrazňuje atraktivnost nabízených služeb, resp. kompletuje celý produkt cestovního ruchu. Podnikateli umožňuje určitou specializaci a tedy i výjimečnost v nabídce. Doprovodný program mohou organizovat i jiní podnikatelé, ne pouze poskytovatel ubytování. Důležité však je, aby provozovatel vesnické turistiky

informoval své hosty o nabízených programech v době jejich pobytu. Jedná se např. o tyto doprovodné programy:

- Sport – jezdeckví spojené s výukou jízdy (jezdecké školy), rybaření a lov zvěře (vlastní nebo pronajaté honitby), pěší turistika, koupání, zimní sporty (lyžování, sáňkování, bruslení). Speciální rekondiční programy pro danou klientelu (jízdy na huculských koních, solária apod.). Cyklistika a horská cyklistika.
- Kultura – místní pamětihodnosti (hrady, zámky, poutní místa, kláštery). Místní atraktivní přírodní lokality (krasové jeskyně a přírodní útvary, výskyt vzácných porostů a zvěře). Místa tradice včetně muzeí. Národopisné slavnosti, poutě a posvícení.
- Řemesla – ukázky tradičních řemesel (mlýny, kovárny, sklářské hutě, krajkářství, bednářství, kolářství, výroba nábytku aj.), prohlídky zprovozněných historických objektů (železnice, lihovary, větrné a vodní mlýny aj.), včetně výroby suvenýrů.
- Zájezdní hostince – obnovení tradice bývalých zájezdních hostinců pro klientelu „na cestách“ (stravování a ubytování, lidové zábavy apod.).
- Školy v přírodě – reakce větších i málopočetných kolektivů školních dětí (maximálně 40 osob), zdravotně handicapované mládeže (alergie, dýchací potíže aj.).
- Speciální klientela – rekreační služby pro seniory, pro mládež, rodiny s dětmi, invalidní občany, zahraniční návštěvníky, apod. [10]

Produkt cestovního ruchu podle Němčanského tvoří:

a) ubytování;

b) stravování;

c) doprovodné programy ve formě nabídky letních a zimních sportů (podle místních podmínek), rekondičních akcí (jezdeckví, lov a rybaření, speciální zdravotní programy);

d) ostatní doprovodné programy ve vazbě na okolní krajinu, historii (pamětihodnosti, zámky, hrady, muzea apod.), tradiční řemesla, historické průmyslové objekty, národopis apod.

Provozovateli, rozumí Němčanský ostatní podnikatele provozující ubytovací služby anebo hostinskou činnost, resp. ubytování i stravování (ubytování na přechodnou dobu za úplatu) na venkově. A podnikatelé v oblasti doprovodných programů (sportovní zařízení a areály, jezdecké školy, historické a průmyslové skanzeny, apod.).

Ubytování je zpravidla poskytováno v rekreačních objektech (chalupy, chaty, sruby, rekreační domky), v rodinných domech (pronájem obytných místností), v hotelech a penzionech, v historických objektech (rekonstruovaných mlýnech, selských staveních, zájezdních hostincích apod.), v majetku nebo užívání podnikatele. Maximální ubytovací kapacita činí na jeden objekt 50 lůžek nebo 25 pokojů.

Stravování v těchto veřejných ubytovacích zařízeních (hotel, penzion) je nezbytné zajistit celodenně (bufet, restaurační zařízení, apod.), minimálně je třeba podávat snídaně.

Němčanský se zabývá i doprovodnými programy. Uvádí, že zvýrazňují atraktivnost nabízených služeb, resp. kompletují celý produkt cestovního ruchu a dávají mu určitý charakter. Podnikateli umožňují určitou specializaci a tedy i výjimečnost v nabídce. Doprovodný program nemusí organizovat ubytovatel. Důležité ale je, aby o něm informoval hosty, resp. ho zprostředkoval.

Mezi doprovodné programy zařazuje:

Sport: Jezdectví spojené s výukou jízdy na koni (jezdecké školy), rybaření a lov zvěře (vlastní nebo pronajaté honitby), pěší turistika, koupání, zimní sporty (lyžování, sáňkování, bruslení). Speciální rekondiční programy pro danou klientelu (jízdy na huculských koních, solária apod.). Cyklistika a horská cyklistika.

Kultura: Místní pamětihodnosti (hrady, zámky, poutní místa, kláštery). Místní atraktivní přírodní lokality (krasové jeskyně a přírodní útvary, výskyt vzácných květin a porostů, obory se vzácnou zvěří apod.). Místní atrakce včetně muzeí. Národopisné slavnosti, putě a posvícení.

Řemesla: Ukázky tradičních řemesel (mlýny, kovárny, sklářské hutě, krajkářství, bednářství, kolářství, apod.). Zprovoznění historických průmyslových výrobních objektů (železnice, sýrárny, vinopalny, lihovary, větrné a vodní mlýny, hamry, apod.) včetně výroby příslušných suvenýrů.

Speciální klientelou mohou být starší lidé, mládež a rodiny s dětmi, invalidní občané a zahraniční klientela apod. [6]

3.9 Analýza nabídky služeb

3.9.1 Analýza BCG

Tichá, Hron popisují analýzu BCG jako matici portfolia, která se dočkala širokého uplatnění. Jedná se o čtyřdílnou mřížku, jejímž průkopníkem byla Boston Consulting Group. Osami matice jsou míra růstu odvětví a relativní tržní podíl. Každá aktivita se objevuje jako bublina ve čtyřbuněčné matici, přičemž rozměr každé bubliny koresponduje s procentem výnosu, které reprezentuje v celkovém portfoliu. Na ose míry růstu odvětví je jako střední hodnota brán růst HDP – odvětví, která rostou rychleji než ekonomika jako celek, jsou odvětví rychle rostoucí, ostatní pomalu rostoucí. Relativní podíl na trhu je ukazatelem podílu na trhu ve vztahu k nejbližšímu konkurentovi.

Dále pokračují v rozdělení matice do čtyř částí. První částí jsou problémové děti. Jsou zde aktivity, které spadají do horního kvadrantu. Rychlý nárůst trhu dodává na atraktivitě, ale relativně slabé pozici z hlediska nízkých tržních podílů vyvolávají otázku, zda může být ziskový potenciál vyskytující se v souvislosti s nárůstem trhu reálně podchycen. Otazníkové aktivity jsou „požírači hotovosti“, protože jejich požadavky na hotovost jsou vysoké a jejich generování hotovosti je nízké. Doporučená strategie pro řízení problémových dětí je tudíž zbavit se těch, kteří jsou slabší a méně atraktivní a zastiňují ty, které se stanou „hvězdami“.

Dále pokračují specifikací hvězd. Hvězdy jsou podnikatelské aktivity s vysokým podílem na rychle rostoucím trhu. Nabízejí vysoký zisk a vynikající příležitosti k růstu. Hvězdy obvykle vyžadují velkou kapitálovou investici na rozšíření výrobních kapacit, ale inklinují k vytváření svých vlastních interních příjmů, protože mají nízkonákladovou výrobu, která vyplývá z úspor z rozsahu a kumulativní výrobní zkušenosti. Podle BCG jsou některé hvězdy skutečně soběstačné, pokud jde o příjem, a mají malé požadavky na podnikové finanční zdroje. Mladé hvězdy ale často vyžadují podstatný investiční kapitál, který už samy nemohou vytvořit a mohou se proto stát požírači hotovosti.

Dále popisují tzv. dojné krávy. Ty zahrnují podnikatelské aktivity s vysokými podíly na pomalu rostoucím trhu. Jelikož jejich zakotvené pozice mají tendenci vydělávat značné přebytky převyšující potřeby na reinvestici a růst podnikání. Mnohé dnešní krávy jsou ale včerejší hvězdy. Dojné krávy jsou ale hodnotnou složkou podnikového portfolia, ačkoli jsou méně atraktivní vzhledem k nárůstu. Lze z nich totiž „dojit“ hotovost pro placení podnikových dividend a podnikových režii. Poskytují rovněž hotovost pro financování nových akvizic a prostředky pro investice do krávy se udržují v dobrém stavu, aby zajišťovaly dlouhodobý příjem. Podstatou je udržet tržní pozice, zatímco se prostředky účinně přerozdělují do různých podnikatelských investic. Slabé dojné krávy jsou v případě neatraktivnosti předurčeny ke zrušení.

Poslední složkou jsou tzv. bídní psi. Typické pro tuto skupinu jsou podnikatelské aktivity s nízkým podílem na pomalu rostoucím trhu. Mají slabou konkurenční pozici a nízký ziskový potenciál, který často doprovází pomalý růst nebo hrozící úpadek trhu. Dále je to také neschopnost vytvářet atraktivní příjmy dlouhodobě, někdy dokonce ani nevyprodukují dostatečnou hotovost na udržovací strategii. Strategická doporučení jsou vázána na likvidaci způsobem, který je z hlediska výnosu v hotovosti nejatraktivnější. [15]

3.9.2 Životní cyklus produktu

Janečková uvádí, že i produkt, služba, stejně jako výrobek, prochází danými etapami. Jsou jimi zavádění na trh, růst, zralost a útlum. K hlavním poznatkům získaných na základě tohoto modelu patří rozpoznání nutnosti vývoje nového výrobku managementem tak, aby bylo možno udržet objem prodeje, popř. jeho růst a růst zisku. Každé stádium životního cyklu má vliv na konkrétní marketingovou strategii a ziskový potenciál z těchto rozdílných příležitostí je nutno využít.

Dále se zaměřuje přímo na životní cyklus v oblasti služeb. Mezi obory služeb, které jsou v růstovém stadiu, patří zejména telekomunikace, služby přispívající k péči o zdraví, cestovní ruch, bankovníctví, pojišťovnictví, atd. Dále uvádí, že koncepce životního cyklu má zvlášť velké uplatnění v oblasti turistiky a některých druhů dopravy. Některé produkty v oblasti turistiky mají krátkou životnost a některé dlouhou a dochází k dalšímu geografickému rozšíření těchto služeb. Pokračuje tím, že každé stádium

je nutno zkoumat z hlediska pěti hlavních funkčních oblastí firmy, tj. financí, kontroly, provozu, marketingu, vývoje a správy. Na základě tohoto zkoumání a určení postavení společnosti v rámci životního cyklu lze odvodit hlavní cíle, rozhodnutí, problémy a potřebu organizačních změn v budoucnosti. [4]

3.9.3 Audit produktu

Janečková popisuje audit produktu. Podle ní odpovídá na několik klíčových otázek. Jaké výhody od služby očekávají zákazníci? Jaká je stávající a předpokládaná dostupnost zdrojů potřebných pro poskytování služby (technické, lidské, kapitálové)? Jaké výhody nabízí produkt ve srovnání s konkurencí? Poskytuje konkurence svým produktem zákazníkům větší výhody a je to příčinou ztrát organizace? Dokáže ta či ona služba přinášet organizaci dostatečný zisk (v případě veřejných služeb je služba poskytována efektivně)? Dostává se služba (především veřejná) k cílovým zákazníkům a je tedy vynakládání zdrojů na její produkci účelné?

Dále pokračuje definováním optimalizace sortimentu služeb v organizaci. Této optimalizace můžeme dosáhnout tím, že vybereme vhodné služby do produkčního mixu, stanovíme optimální rozsah nabízeného sortimentu, poznáme služby, které přinášejí co největší zisk a také tím, že vytvoříme pro svou nabídku co nejlepší pozici na trhu, tzn., představíme nabídku svým zákazníkům co nejlépe ve vztahu ke konkurenční nabídce. [17]

3.10 Marketingový výzkum

Janečková popisuje marketingový výzkum jako: „*Prostředky používané těmi, kdo poskytují zboží a služby s cílem neztrácet kontakt s přáním a potřebami těch, kdo zboží a služby nakupují.*“

Také doplňuje, že jde o systematický proces získávání, analýzy a interpretace informací, které jsou významné pro rozhodování. Cílem tohoto výzkumu ve službách je omezit nejistotu rozhodování, které se týká marketingových aktivit obecně a specifických prvků marketingu. Dále jde také o to, sledovat a kontrolovat výsledky marketingových aktivit.

Pokračuje využitím marketingového výzkumu na trhu služeb. Říká, že je obdobné jako při výzkumu trhu výrobků. V úvahu jsou brány tyto oblasti:

Výzkum trhů, výzkum produktů, výzkum podpory prodeje, výzkum distribuce a výzkum cen.

Co se týká prvního bodu, tedy výzkumu trhů, Janečková tvrdí, že se jedná o analýzu tržního potenciálu pro stávající produkty a hodnocení poptávky po nových produktech, prognózy prodeje, charakteristiku trhů a studium trendů. V druhém případě se musí u výzkumu produktů zohledňovat přijímání nových produktů zákazníky, musí se dávat důraz na komparativní studie nových produktů, určení nového využití současných produktů, studium nespokojenosti zákazníků s produktem, tržní testy navržených produktů, výzkum produkční řady nebo studie balení a design (doplňkové zboží a vybavení). Ve třetím případě, což je výzkum podpory prodeje, se musí brát v úvahu hodnocení úspěšnosti reklamy, analýza reklamních a prodejních metod, výběr reklamních médií, studium cen, hodnocení současných a navrhovaných prodejních metod, apod. V předposledním bodě, výzkumu distribuce, pak jde o umístění a návrh uspořádání distribučních center, manipulace se zbožím, atd. U výzkumu cen jde o cenovou elasticitu, vnímání ceny, elasticitu kvality, nákladovou analýzu a marginální analýzu.

Janečková také říká, že je rozdíl mezi marketingovým výzkumem v oblasti služeb a oblasti výrobků. Spočívá to v přístupu organizací, které poskytují služby k marketingovému výzkumu, kvalitě sekundárních zdrojů v oblasti služeb, problémech odvozených z vlastností služeb a problémech spojených s výzkumem nových služeb. [4]

3.10.1 Typy marketingového výzkumu

Horner a Swarbrooke rozlišují dva typy marketingového výzkumu:

Kvantitativní výzkum neboli fakta a čísla. To znamená faktické údaje o vlastnostech trhu spolu se statistickými údaji o výkonnosti organizace včetně objemu prodeje a podílu na trhu. Kvalitativní výzkum, který se převážně soustřeďuje na dojmy, názory postoje zákazníků týkající se organizace, jejích produktů a jejích konkurentů.

Tradičně je snadnější a levnější shromažďování statistických údajů než údajů kvalitativních. Snadnější proto, že lze jednodušeji spočítat, kolik se prodalo produktů,

než zjistit, proč je zákazníci kupují. Levnější proto, že kvalitativní výzkum vyžaduje dlouhé a důkladné pohovory prováděné zkušenými tazateli, zatímco ke shromažďování kvalitativních údajů stačí jednoduché dotazníky, o které se může postarat i méně kvalifikovaný personál.

Údaje výzkumu se obecně sestavují ze dvou hlavních zdrojů:

- původní prvotní výzkum, shromažďující nové údaje, které nejsou dostupné nikde jinde. Ten mohou používat například organizace, jako jsou hotelové řetězce nebo aerolinie, které chtějí testovat postoje zákazníků ke svým produktům;
- interpretace údajů sekundárního výzkumu, které byly získány dříve a jsou dostupné organizaci. Tak firma, která se pokouší založit novou návštěvnickou atraktivitu, může využít sekundární údaje pro zjištění, zda pro její atraktivitu existuje životaschopný trh. [3]

3.11 Financování rozvoje agroturistiky a venkovského CR

V České republice existuje využití několika zdrojů financování rozvoje agroturistiky a venkovského cestovního ruchu. Je jím Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova, Tematické operační programy, Regionální operační programy nebo granty a dotace.

3.11.1 Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova

Nejprve je potřeba se zmínit o programu SAPARD, který mohl být využíván v časovém období 2000 – 2006. Byl to speciální program před vstupem ČR do EU pro oblast zemědělství a rozvoje venkova. Pomáhal kandidátským zemím přizpůsobit se zemědělské politice zemí EU. V období 2007 – 2013 nastaly změny.

Dnes je v České republice k dispozici možnost čerpání dotací v gesci Ministerstva zemědělství a Státního zemědělského intervenčního fondu. Státní zemědělský intervenční fond – SZIF je akreditovanou platební agenturou. Je to zprostředkovatel finanční podpory z Evropské unie a národních zdrojů. Dotace

jsou z Evropské unie poskytovány v rámci společné zemědělské politiky z Evropského zemědělského záručního fondu – EAGF a v současném programovacím období 2007 – 2013 také z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova – EAFRD a z Evropského rybářského fondu – EFF. Program rozvoje venkova – PRV čerpá finanční prostředky z EAFRD. Byl tak nahrazen Horizontální plán rozvoje venkova – HRDP a Operační program rozvoj venkova a multifunkční zemědělství – OP RVMZ. Dotčenými oblastmi v rámci tohoto Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova jsou zemědělství a rybolov, místní rozvoj, životní prostředí a cestovní ruch. Příjemcem této podpory jsou výzkumná centra, místní a regionální orgány, korporace, vzdělávací organizace, federace odborových svazů, správní státy, agenturní komory, malé a střední podniky, univerzity, asociace. Podporovanými regiony jsou Evropská unie a kandidátské země.

Cílem tohoto programu je zlepšení konkurenceschopnosti zemědělství a lesnictví prostřednictvím podpory restrukturalizace, vývoje a inovací. Dále je to zlepšení životního prostředí a krajiny pomocí podpory hospodaření s půdou a zlepšení kvality života ve venkovských oblastech a povzbuzení diverzifikace hospodářské činnosti. Podporován je druhý pilíř společné zemědělské politiky, jehož cílem je podporovat trvale udržitelný rozvoj venkova v celém Společenství.

Program je rozdělen do 4 os:

Osa 1 - zlepšení konkurenceschopnosti zemědělství a lesnictví, podpora vědomostí a zdokonalování lidského potenciálu, restrukturalizace, rozvoj fyzického potenciálu a podpora inovací, zlepšení kvality zemědělské produkce a produktů, přechodná opatření pro Českou republiku, Estonsko, Kypr, Lotyšsko, Litvu, Maďarsko, Maltu, Polsko, Slovinsko a Slovensko.

Osa 2 - zlepšování životního prostředí a krajiny, udržitelné využívání zemědělské půdy, udržitelné využívání lesní půdy.

Osa 3 - kvalita života ve venkovských oblastech, diverzifikace hospodářství venkova, zlepšení kvality života ve venkovských oblastech, školení a informační opatření hospodářských subjektů působících v oblastech, na něž se vztahuje osa 3, získávání

dovedností a propagace opatření za účelem přípravy a provádění strategie místního rozvoje.

Osa 4 - LEADER – diverzifikace venkovské ekonomiky a zlepšení kvality života na venkově. Tato čtvrtá osa Leader navazuje na předchozí iniciativu Společenství LEADER+ (a dřívější LEADER II a LEADER I).

V rámci ČR je program implementován pomocí Státního zemědělského intervenčního fondu (SZIF), konkrétně se jedná o Program rozvoje venkova (PRV). [47]

3.11.1.1 Program rozvoje venkova v období 2007 – 2013

Tento program zajišťuje Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova. S nařízením Rady (ES) 1698/2005 čl. 15 tak blíže specifikuje strategie v jednotlivých osách stanovených Národním strategickým plánem rozvoje venkova, jenž zajišťuje jeho efektivní realizaci. Naplněním cílů tohoto programu jsou naplňovány i cíle Lisabonské strategie ve všech těchto oblastech:

- „společnost založená na znalostech,
- vnitřní trh a podnikatelské prostředí,
- trh práce,
- udržitelný rozvoj.“

Tím, že existuje a je realizován Program rozvoje venkova ČR, je přispíváno k dosažení cílů stanovených Národním strategickým plánem rozvoje venkova. A to v těchto cílech:

- „rozvoj venkovského prostoru České republiky na základě trvale udržitelného rozvoje,
- vylepšení stavu životního prostředí a snížení negativních vlivů intenzivního zemědělského hospodaření,
- vytvoření podmínek pro konkurenceschopnost České republiky v základních potravinářských komoditách,
- rozšiřování a diverzifikace ekonomických aktivit ve venkovském prostoru s cílem rozvíjet podnikání,
- vytváření nových pracovních míst, snížení míry nezaměstnanosti na venkově, a posílení sounáležitosti obyvatel na venkově.“ [48]

3.11.2 Tematické operační programy

V rámci cíle Konvergence je pro období 2007 – 2013 k dispozici 8 tematických operačních programů, dále OP. Každý z těchto operačních programů je specificky zaměřen. Je určen pro celé území České republiky s výjimkou Hlavního města Prahy.

Těchto 8 programů zahrnuje:

- Integrovaný operační program,
- OP Podnikání a inovace,
- OP Životní prostředí,
- OP Doprava,
- OP Vzdělání pro konkurenceschopnost,
- OP Výzkum a vývoj pro inovace,
- OP Lidské zdroje a zaměstnanost,
- OP Technická pomoc.

Existují i tzv. více cílové operační programy. Ty jsou financovány z prostředků určených pro cíl Konvergence a z prostředků pro cíl Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost včetně Hl. m. Prahy. Mezi tyto více cílové OP patří – OP Lidské zdroje a zaměstnanost, OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost, Integrovaný OP a OP Technická pomoc. [49]

3.11.3 ROP NUTS II

V programovém období 2007 – 2013 je zajišťováno pro potřeby regionů soudržnosti celkem 7 Regionálních operačních programů, díky nimž mohou být uvolněny finanční prostředky na dané projekty. Jsou jimi:

- ROP NUTS II Severozápad (Ústecký, Karlovarský kraj),
- ROP NUTS II Severovýchod (Liberecký, Královehradecký, Pardubický kraj),
- ROP NUTS II Střední Čechy (Středočeský kraj),
- ROP NUTS II Jihozápad (Plzeňský, Jihočeský kraj),
- ROP NUTS II Jihovýchod (Vysočina, Jihomoravský kraj),
- ROP NUTS II Moravskoslezsko (Moravskoslezský kraj),
- ROP NUTS II Střední Morava (Olomoucký, Zlínský kraj).

Tyto ROP jsou zaměřeny na zlepšení dopravní dostupnosti a propojení regionu. Je zde zahrnuta i modernizace prostředků veřejné dopravy, podpora rozvoje infrastruktury a služeb cestovního ruchu, příprava malých podnikatelských ploch a zlepšování podmínek k životu v obcích a na venkově a to hlavně skrze zkvalitnění vzdělávací, sociální a zdravotnické infrastruktury. Jsou financovány z Evropského fondu pro regionální rozvoj – EFDF. O podporu může požádat kraj, obce, svazky obcí, organizace zřizované nebo zakládané kraji či obcemi, církevní právnické osoby a školy, nestátní neziskové organizace, podnikatelé, profesní organizace či občané.

3.11.3.1 ROP NUTS II Jihozápad

Regionální operační program NUTS II Jihozápad je určen pro regiony soudržnosti v oblasti Jihozápad. Tato oblast je složena z Jihočeského a Plzeňského kraje. Řídícím orgánem tohoto operačního programu je Regionální rada regionu soudržnosti Jihozápad. Tento operační program spadá mezi ROP v cíli Konvergence. V ROP NUTS II Jihozápad jsou obsaženy 4 prioritní osy:

- **„dostupnost center** (např. výstavba, rekonstrukce a modernizace silnic II. a III. třídy, atd.),
- **stabilizace a rozvoj měst a obcí** (např. příprava rozvojových území pro podnikání a služby, revitalizace centra měst, památkových zón, atd.),
- **rozvoj cestovního ruchu** (např. výstavba a rekonstrukce turistických cest – pěší stezky, cyklostezky, hipostezky, vodní cesty, přístavy či přístaviště – včetně doprovodné infrastruktury a značení, infrastruktura sportovně-rekreační a kulturní vybavenosti, rekonstrukce, modernizace a rozvoj ubytovacích kapacit, oprava a rekonstrukce památek včetně aktivit pro nové využití v oblasti cestovního ruchu kultury, zavádění ICT v oblasti řízení propagace cestovního ruchu, budování doprovodných informačních systémů, příprava a realizace cílených marketingových kampaní atd.),
- **technická pomoc** (např. financování aktivit spojených s řízením programu – platy pracovníků zapojených do řízení ROP JZ, monitoring programu, zpracování studií, atd.).“ [50]

3.11.3.2 ROP NUTS II Severozápad

Regionální operační program NUTS II Severozápad je určen pro region soudržnosti, do kterého spadá Karlovarský a Ústecký kraj. Řídícím orgánem tohoto operačního programu je Regionální rada regionu soudržnosti Severozápad.

Tento program obsahuje 5 prioritních os:

- **„regenerace a rozvoj měst** (např. stavební obnova nebo dostavba budov včetně související dopravní a technické infrastruktury, modernizace a rekonstrukce infrastruktury pro poskytování sociální péče, atd.),
- **integrovaná podpora místního rozvoje** (např. vyhodnocení místních potřeb a vypracování jednoduchého místního akčního plánu, zpracování informačních materiálů a médií k iniciativě místního rozvoje, území, atd.),
- **dostupnost a dopravní obslužnost** (např. rekonstrukce, modernizace a budování komunikací II. a III. třídy, příprava projektů a související projektové dokumentace, budování parkovišť v rámci systému "park & ride", atd.),
- **udržitelný rozvoj cestovního ruchu** (např. obnova, rozvoj, rekonstrukce a úpravy základní a doprovodné infrastruktury pro turistiku (cyklostezky, naučné stezky, hippostezky, lyžařské trasy a areály, vč. odpočívadel aj.), modernizace a úpravy lázeňské infrastruktury, revitalizace kulturních, technických a průmyslových památek a kulturního dědictví, výstavba a modernizace lehkých sezónních ubytovacích zařízení vč. související doplňující infrastruktury (např. veřejná tábořiště, chatové osady), výstavba nových či přístavba rozšiřující ubytovací či stravovací kapacity, rozvoj informačních a rezervačních systémů a vytvoření regionální sítě informačních center, podpora marketingu a propagace akcí regionálního významu apod.
- **technická asistence** (např. financování aktivit spojených s řízením programu, např. platy pracovníků zapojených do řízení ROP SZ, monitoring projektů a programu, zpracování studií a analýz, apod.).“ [51]

3.11.3.3 ROP NUTS II Jihovýchod

Regionální operační program NUTS II Jihovýchod je určen pro region, který se skládá z Jihomoravského kraje a kraje Vysočina. Řídícím orgánem ROP JV je Regionální rada regionu soudržnosti. Prioritní osy jsou 4 a jsou jimi:

- **„dostupnost dopravy** (např. rekonstrukce, modernizace, souvislé opravy a výstavba silnic II. a III. tříd, protihlukových zdí, výstavba a rekonstrukce stezek pro cyklisty, bruslaře, chodce, atd.),
- **rozvoj udržitelného cestovního ruchu** (např. modernizace ubytovacích zařízení, výstavba či modernizace sportovně rekreačních zařízení, rekonstrukce a obnova kulturních památek s využitím pro cestovní ruch, značení, opravy a úpravy cyklotras, tras pro pěší, lyžaře a jezdce na koních, naučných stezek, rekonstrukce, tvorba marketingových strategií cestovního ruchu, atd.),
- **udržitelný rozvoj měst a venkovských sídel** (např. úprava veřejných prostranství, regenerace a revitalizace brownfields, výstavba parkovacích ploch a související technické infrastruktury, atd.),
- **technická pomoc** (např. financování aktivit spojených s řízením programu, např. platy pracovníků zapojených do řízení ROP JV, monitoring projektů a programu, zpracování studií a analýz, apod.).“ [52]

3.11.4 Granty a dotace

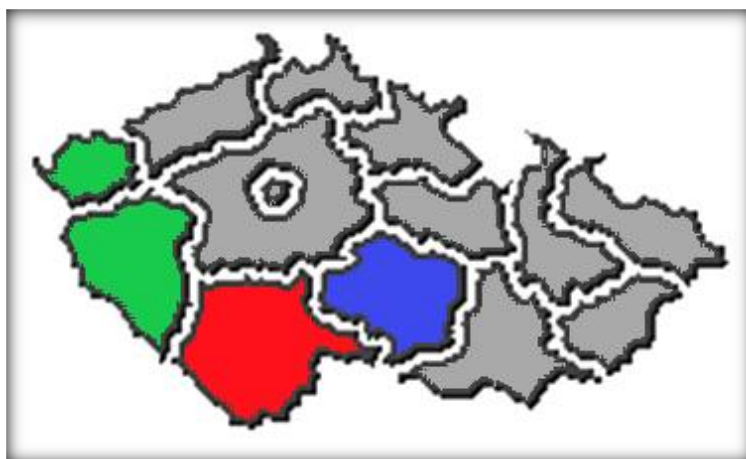
Grant je finanční částka poskytnutá účelově ze státního rozpočtu. V České republice poskytuje granty Grantová agentura podle zákona o státní podpoře výzkumu a vývoje. U grantů se neplatí žádný úrok a peněžní prostředky bývají obvykle nevratné. Podnikatelské granty či dotace jsou poskytovány buď vládou, místními správními organizacemi, Evropskou unií nebo dalšími organizacemi k tomu určené. [54]

Dotace je také poskytnutí určité finanční částky, nejčastěji ze státního či územního rozpočtu. Nemusí být stanovena ke konkrétnímu účelu. Neexistuje přesně definovatelný rozdíl mezi grantem a dotací. Jediný rozdíl je ten, že grant bývá přesněji účelově specifikován. Dotace je nejčastěji chápána jako veřejná podpora zejména investičních nákladů projektu. Obecně lze říci, že o dotaci se jedná v případě, kdy spolufinancuje podíl 80 % a více investičních nákladů. [55]

4 Popis zájmových oblastí

Jak již název diplomové práce napovídá, zájmovými oblastmi jsou jižní Čechy, západní Čechy a Vysočina. V této části diplomové práce je popsán jejich potenciál a to v návaznosti na problematiku týkající se cestovního ruchu a agroturistiky. Dále jsou zde uvedeny informace o jednotlivých vybraných agroturistických zařízeních, která jsou vyobrazena na jednotlivých mapkách příslušného kraje. V závěru každé dílčí kapitoly lze najít i shrnutí o těchto zařízeních. K jednotlivým oblastem jsou přiřazeny barvy, které se linou celou prací. Oblast jižních Čech je zvýrazněna červenou barvou, oblast západních Čech zelenou barvou a Vysočina modrou barvou.

Mapa 1: Kraje České republiky – zájmové oblasti



Zdroj: www.google.cz

4.1 Popis potenciálu zájmové oblasti jižní Čechy

Oblast jižních Čech je již dlouhodobě brána především jako zemědělská oblast s rozvinutým rybníkářstvím a lesnictvím. Jihočeský kraj má velmi významnou geografickou polohu. Tvoří uzavřený celek, ve kterém se nachází jihočeská kotlina, která je obklopená na jihozápadě Šumavou, na severozápadě výběžky Brd, na severu Středočeskou žulovou vrchovinou, na východě pak Českomoravskou vrchovinou a na jihovýchodě Novohradskými horami. Kotlina je složena ze dvou pánví.

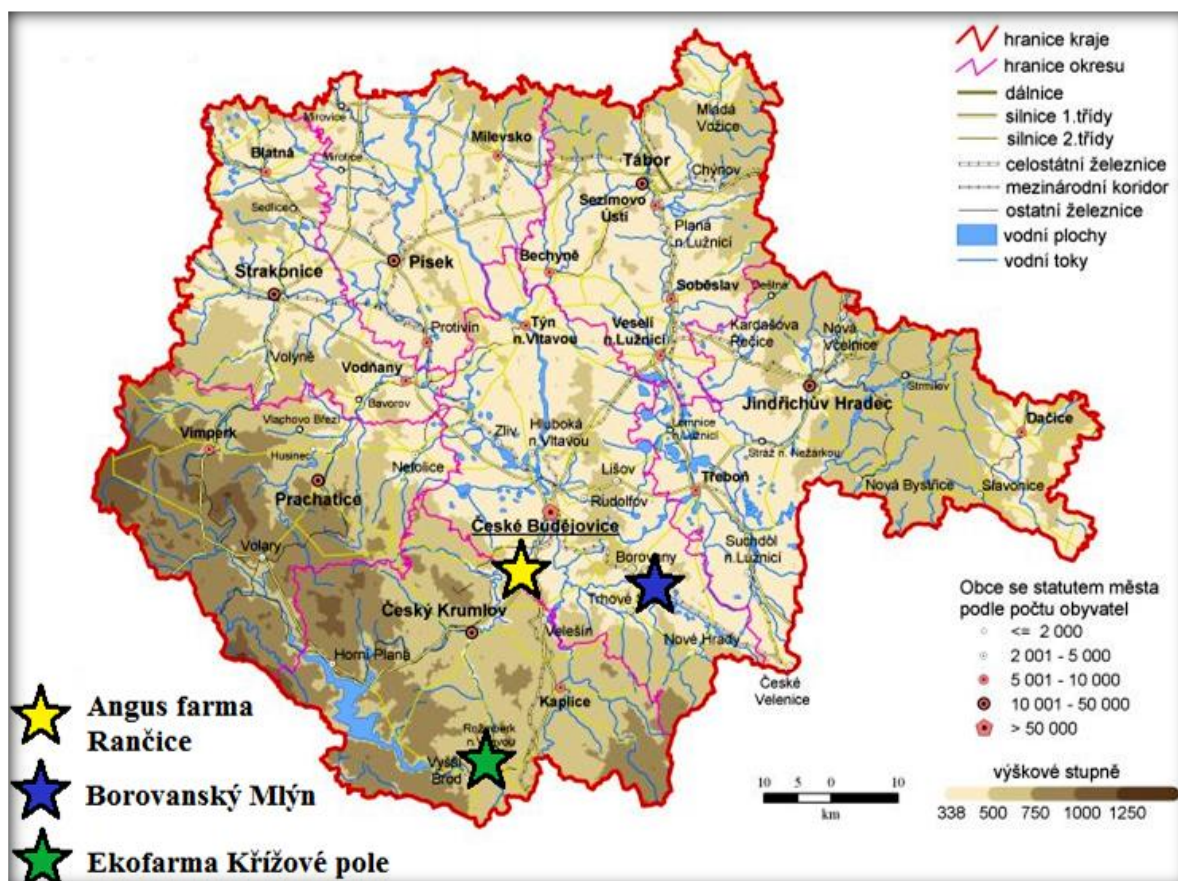
Českobudějovické a Třeboňské. Na území jižních Čech se nachází CHKO Šumava a Národní park Šumava, CHKO Blanský les, CHKO Třeboňsko a CHKO Borkovická Blata. Jihočeský kraj sousedí s Německem a Rakouskem. Na území České republiky sousedí se čtyřmi kraji. Jsou jimi Plzeňský kraj, Středočeský kraj, Kraj Vysočina a Jihomoravský kraj.

Jihočeský kraj má strategicky významnou polohu vzhledem k příhraniční spolupráci, především v oblasti služeb a v rozvoji cestovního ruchu, kam spadá i agroturistika. Území je především významnou rekreační oblastí. Nachází se zde také velké množství přírodních a kulturně-historických památek, přičemž některé z nich jsou i památkami UNESCO – historické centrum města, zámek a hrad v Českém Krumlově a vzácně dochovaná lidová architektura (tzv. selské baroko) v Holašovicích. Typické jsou také jihočeské zvyky, jako jsou masopusty, městské a historické slavnosti, tradiční řemesla a kroje. Nadmořská výška území se pohybuje nejčastěji 400 – 600 m. n. m., což souvisí s drsnějším klimatickým podnebím. Území je pokryto z jedné třetiny lesy a množstvím vodních ploch, převážně rybníků. Nachází se zde povodí řeky Vltavy s přítokem řeky Malše, Lužnice, Otavy ale i dalšími. Nejvýznamnějšími rybníky jsou Rožmberk, Bezdrev a Hrusický rybník. Největší vodní plochou je nádrž Lipno a jí přilehlé pevninské oblasti skýtají mnoho možností pro cestovní ruch hlavně v letních měsících. Dalšími neméně významnými rekreačními oblastmi jsou vodní plochy Orlík a Římov. V zimních měsících mohou návštěvníci využít služeb lyžařských areálů Zadov - Churáňov a Lipno - Kramolín. Další výhodou Jihočeského kraje je méně poškozené životní prostředí ve srovnání s ostatními kraji. V zemědělství převažuje pěstování obilovin, olejnin, píce a brambor. Významný je chov skotu a prasat a chov vodní drůbeže a ryb, kam spadá především Třeboňský kapr. Mezi typické speciality patří zelnáky, vepřová se zelím, bramborák, bramborové šišky, speciality z kapra jako kapr na černo, nebo kachna se zelím a s knedlíkem či speciality ze zvěřiny.

Mapa na následující straně představuje oblast jižních Čech. Jsou na ní barevně vyznačena agroturistická zařízení, ve kterých bylo provedeno dotazníkové šetření zjišťující spokojenost s nabídkou agroturistických služeb. V dalším pokračování diplomové práce jsou tato místa popsána. Uvedeny jsou informace o agroturistickém

zařízení, o nabízených agroturistických službách a cenách za ubytovací, stravovací a ostatní služby.

Mapa 2: Geografická mapa Jihočeského kraje



Zdroj: www.czso.cz

4.1.1 Vybraná agroturistická zařízení v zájmové oblasti jižní Čechy

4.1.1.1 Rodinná ekofarma Křížové pole

Rodinná ekofarma Křížové pole se nachází nedaleko města Vyšší Brod v Jihočeském kraji. Najdeme ji nedaleko Lipenské přehrady, přímo v přírodě ale přitom blízko centra dění. Nabízí ubytovací služby a služby agroturistiky. Díky své poloze je farma využitelná v zimních i letních měsících. Místo je vhodné pro provozování různých sportů.

Ubytování

Farma nabízí ubytovací kapacitu 16 lůžek. K dispozici jsou 2 apartmá. První apartmá se skládá ze dvou ložnic s celkovou kapacitou 8 osob. Nachází se zde velký obývací pokoj s krbem s plně vybavenou kuchyní. K dispozici je mikrovlnná trouba, vařič s troubou, rychlovarná konvice, lednice a sociální zařízení. Apartmá má vchod ze zahrady, kde je k dispozici venkovní terasa se slunečníkem. Apartmá je vhodné pro velké skupiny hostů nebo dvě rodiny s dětmi. Druhé apartmá je menší. Ubytovací kapacita je pro 4 osoby opět s plně vybavenou kuchyní.

K dispozici je také dřevěná chata, která je vhodná pro 4 osoby, je vybavená kuchyňským koutem s lednicí, mikrovlnnou troubou a rychlovarnou konvicí. V patře se nachází místo na spaní. Sociální zařízení se nachází vedle chaty. Před chatou je situováno posezení.

Ceny apartmá jsou rozděleny dle letního (květen – září) a zimního období (říjen – duben), dle topné sezóny. Dětem do 7 let je poskytnuta sleva 50 % z ceny.

Poplatky za ostatní služby: 50 Kč/pes-kočka/den, 200 Kč/kůň.

Tabulka 1: Cena za ubytování – Ekofarma Křížové pole

Období	Cena za ubytování
Letní pobyt – apartmá	270 Kč/den/osoba při týdenním pobytu
	310 Kč/den/osoba při víkendovém pobytu
Zimní pobyt – apartmá	360 Kč/den
Chata	150 Kč/osoba/den s lůžkovinami
	130 Kč/osob/den s vlastním spacím pytlím

Zdroj: www.farmadolezal.cz

Stravování

Farma je uzpůsobena pro vlastní vaření či zpracování vlastních plodů.

Agroturistika

Farma poskytuje venkovní ohniště, vhodné pro opékání buřtů, rybník pro sportovní rybaření či dětský koutek. Nabízí i prohlídky farmy, kde se návštěvníci mohou podívat na dojení koz nebo ochutnat kozí mléko či sýry. Prostředí je vhodné i pro provozování cykloturistiky a pěší turistiky.

4.1.1.2 Angus farma Rančice

Farma se nachází nedaleko Českých Budějovic v obci Rančice v Jihočeském kraji. Agroturistika se zde provozuje od roku 2005. Farma nabízí ubytovací služby a služby agroturistiky. Farma se specializuje na chov masného skotu Angus, který chová na 115 hektarech. Farma získala již mnoho ocenění pro bio chov masného skotu Angus. Farma je vhodná pro návštěvu rodin s dětmi, skupinu známých či mladých párů a seniorů.

Ubytování

Kapacita ubytovacího zařízení je 10 míst ve dvou apartmánech. Ubytování lze využít celoročně v sedmidenních či čtrnáctidenních cyklech s nástupem vždy v sobotu. Apartmán je zcela vybaven. Skládá se ze dvou částí, přízemí a podkroví. Nachází se zde ložnice, sociální zařízení, obývací pokoj a kuchyň s jídelnou. K dispozici je sporák s troubou, lednice, myčka, mikrovlnná trouba, kávovar, TV a satelit, topení a klimatizace. Návštěvníci mohou využít i venkovního grilování.

Cena je rozdělena dle hlavní sezóny 28. 6. 2011 - 31. 8. 2011 a 20. 12. 2008 - 3. 1. 2012 a mimo sezóny 4. 1. 2012 - 27. 6. 2012 a 1. 9. 2012 - 19. 12. 2012. Ubytování mohou využít i návštěvníci, kteří nechtějí na farmě strávit celý týden. Navíc se platí poplatek pro obecní úřad 15 Kč/noc/osoba.

Tabulka 2: Cena za ubytování – Angus farma Rančice

Období	Cena za ubytování
Hlavní sezóna	10 900 Kč/apartmán/7 dní
	21 000 Kč/2 apartmány/7 dní
Mimo sezóna	9 900 Kč/apartmán/7 dní
	19 000 Kč/2 apartmány/7 dní
1 – 2 noci	450 Kč/osoba
3 a více nocí	400 Kč/osoba

Zdroj: www.angus.unas.cz/

Stravování

Farma je uzpůsobena k tomu, aby si návštěvníci obstarali stravování ve vlastní režii.

Agroturistika

Návštěvníci mohou využít různých agroturistických služeb mezi něž patří například projížďky na koních či vlastní ustájení koní, krmení dobytka či telátek. Na farmě se chovají ovce, kachny, slepice, perličky, králíci, psi a kočky, je tedy možné přímo vidět život na farmě. Návštěvníci si mohou zpracovat i produkty, které si zde nasbírali. Mohou si i zapůjčit kola pro cykloturistiku. Jsou zde konány několikrát do roka farmářské trhy, kde si mohou návštěvníci zakoupit farmářské produkty a zapojit se do folklórních slavností. Návštěvníci mohou také využít výletů do blízkého okolí, kde se nachází mnoho kulturních i přírodních památek. Farma se nachází v místě, které je protkáno množstvím cyklostezek, tudíž je namístě využít cykloturistiky či pěší turistiky.

4.1.1.3 Borovanský Mlýn

Jak již název napovídá, Borovanský Mlýn se nachází nedaleko města Borovany asi 16 km od Českých Budějovic v Jihočeském kraji. Nabízí ubytovací a stravovací služby a služby agroturistiky. Na farmě se chovají koně, ovce, kozy, slepice, kachny,

husy, kozy, králíci a je zde také možný prodej ze dvora. Pro další období zde plánují rozšířit zvířectvo o plemeno skotu a chov včel. Toto agroturistické centrum patří mezi ty moderněji vybavené. Přijdou si zde na své rodiny s dětmi, skupiny známých i senioři či mladé bezdětné páry.

Ubytování

Mlýn je zařízen jako penzion s 1 – 4 lůžkovými pokoji s ubytovací kapacitou celkem 50 míst. Cena ubytování je opět rozdělena dle sezóny. Hlavní sezóna od 15. 6. do 15. 9. Cena zahrnuje ubytování se snídaní a volný vstup do bazénu. V mimo sezóně, která je od 16. 9. do 14. 6., je ubytování levnější. Cena zahrnuje taktéž snídaní a volný vstup do bazénu. Apartmá je pro 2 osoby.

Tabulka 3: Cena za ubytování – Borovanský Mlýn

Období	Cena za ubytování
Hlavní sezóna	750 Kč/osoba/den
	480 Kč/dítě/den
	2 200 Kč/apartmá
Mimo sezóna	650 Kč/osoba/den
	420 Kč/dítě/den
	2 000 Kč/den

Zdroj: www.borovanskymlyn.cz

Stravování

V místě farmy se nachází restaurace s denní nabídkou. Je zde místo rozdělené na vnitřní restauraci a venkovní zahrádku, kde je možné v letních měsících posedět. Farma poskytuje i nově vybudovaný vinný sklípek, kam se pohodlně posadí 15 osob. Je zde možná i degustace vín. Dále je zde i salónek pro uzavřenou společnost.

Tabulka 4: Cena za ostatní služby – Borovanský Mlýn

Služba	Cena za ostatní služby
Polopenze	95 Kč/osoba/den
	50 Kč/dítě/den
Domácí mazlíček	100 Kč/den
Neobsazené lůžko	150 Kč/den
Pokoj s balkonem, pavlačí	100 Kč/den
Rybolov	80 Kč/den
	420 Kč/týden
Zapůjčení jízdního kola	100 Kč/den
Sauna	350 Kč/10 osob
Masáže	dle domluvy

Zdroj: www.borovanskymlyn.cz

Agroturistika

Na farmě je k dispozici hřiště pro míčové hry a dětské hřiště. V místě se nachází rybník, který je vhodný pro rybaření anebo pro sportovní využití. Je zde velká terasa, která se využívá k pořádání společenských akcí, např. grilování. Návštěvníci mohou využít cykloturistiky a pěší turistiky. Stezky jsou značeny již od penzionu. Je zde také výběh a pastviny pro kozy a ovce, kde mohou návštěvníci, především děti, pozorovat chov zvířat na farmě. Děti si mohou zahrát na malého farmáře a mohou si vyzkoušet obstarat za pomoci dozoru zvířectvo. Od června 2012 je zde i možnost vyjížděk na koni pod vedením zkušeného instruktora s licenci. Je zde i možnost ustájení koní, ukázky stříhání ovcí a ukázky dojení ovcí i koz. Návštěvníci farmy si mohou koupit i produkty ze dvora jako jsou domácí vejíčka či sýr. Několikrát do roka se zde konají farmářské slavnosti s ukázkou běžných hospodářských činností.

Následuje shrnutí, v čem jednotlivé farmy vynikají. Nutno říci, že každé z vybraných agroturistických zařízení je umístěno v krásné přírodě jižních Čech a to v původním stavení, které bylo zrekonstruováno. Zvláštností této oblasti je jeho typická vesnická lidová architektura.

Rodinná Ekofarma Křížové pole má strategicky významnou polohu. Nachází se blízko rakouských hranic a Lipenské přehrady, která láká návštěvníky, tudíž i z této návštěvnosti může ekofarma čerpat. Nabízí i různorodější možnosti ubytování, takže si každý návštěvník může vybrat dle vlastního uvážení ubytování v apartmá či v chatce. Z agroturistických služeb vyniká převážně v možnosti rybaření, nabízí také prohlídky farmy nebo zakoupení či ochutnávku kozího mléka. Zato Angus farma Rančice je spíše vhodná pro menší skupiny do 10 lidí. Je spíše komornějšího zázemí, které ocení převážně rodiny s dětmi. Děti zde mohou vidět více zvířat a návštěvníci si mohou zapůjčit i sportovní náčiní. Farma je strategicky umístěna v blízkosti Českých Budějovic, tudíž ji není těžké nalézt. Je zaměřena především na chov masného skotu Angus a agroturistika je spíše doplňkovou záležitostí. Poslední zařízení v této oblasti je Borovanský Mlýn. Ten je jako jediný z vybraných zařízení složen z penzionu a restaurace. Do budoucna by se z něj mohlo stát agroturistické centrum s veškerými službami dle přání návštěvníků. Má pro to všechny předpoklady. Toto zařízení vyniká ve velikosti ubytovací kapacity. V nabídce agroturistických služeb vyniká tím, že lze děti zanechat v péči hostitele. Ty se mohou stát malými farmáři a vyzkoušet si tak, co tato činnost obnáší. K dispozici je větší množství druhů zvířat. Borovanský Mlýn nabízí i větší komplexnost nabízených služeb, než ostatní vybraná zařízení. Toto zařízení poskytuje zázemí pro náročnější hosty, jako jsou právě rodiny s dětmi. Co se týká ubytování, nejlevnější je nabídka rodinné Ekofarmy Křížové pole, o něco málo dražší je ubytování v agroturistickém zařízení Angus farma Rančice a nejdražší je Borovanský Mlýn.

Z důvodu zřejmých rozlišností byla vybrána právě tato zařízení. Vyplývá z toho, že mohou být rozlišné i požadavky jednotlivých návštěvníků z těchto vybraných zařízení na poskytované služby. Je důležité zachovat jakousi objektivitu a nevybírat zařízení se stejnými službami. Mohla by být tak popřena rozmanitost nabízených služeb v dané oblasti.

4.2 Popis potenciálu zájmové oblasti západní Čechy

Plzeňský kraj

Plzeňský kraj se nachází na jihozápadě České republiky a je jejím třetím největším krajem. Kraj má společné hranice na západě s Německem. Na území České republiky sousedí se třemi kraji. Severozápadně s Karlovarským krajem, severovýchodně se Středočeským krajem a na jihovýchodě s Jihočeským krajem. Reliéf kraje je bohatě členěný. Nachází se zde Plzeňská pahorkatina, Brdská vrchovina, Český les a Šumava. Klimatické a geografické podmínky jsou v jednotlivých částech kraje rozličné. Zemědělská půda pokrývá zhruba 50 % celkové rozlohy kraje. Území je pokryto velkým množstvím lesů, jejichž plocha tvoří zhruba 40 % území. Plzeňský kraj zaujímá tak třetí místo z celkového objemu těžby dřeva v České republice.

Životní prostředí může být hodnoceno velmi kladně. Nachází se zde dvě chráněné krajinné oblasti a to Šumava, která je i národním parkem a CHKO Český les. Je zde vyhlášeno mnoho přírodních parků. Výjimku tvoří město Plzeň a jeho okolí, kde je životní prostředí velmi narušeno díky průmyslové a automobilové aktivitě. V oblasti se nachází několik významných vodních toků, jako je Berounka, která vzniká soutokem řeky Radbuzy a Mže. Na území kraje jsou další významné vodní plochy Černé jezero, Čertovo jezero a Prášilské jezero. Vyskytují se zde i vodní nádrže Nýrsko a Lučina. Jednou ze zajímavostí tohoto kraje je i Bolevecká rybníční soustava. Nachází se tu i přehradní nádrž Hracholusky.

Cestovní ruch má v tomto kraji velmi příznivé podmínky. Návštěvníci mohou využít k návštěvě mnoho kulturních a přírodních památek. Vhodné podmínky jsou také pro rekreaci v letních i zimních měsících na Šumavě. Nachází se zde mnoho turistických pěších i cyklistických tras, které jsou výborně značeny. V zimním období mohou návštěvníci využít běžecké trasy a sjezdové lyžování. Agroturistika je zde také velmi pěstovanou činností, takže se návštěvníci tohoto kraje mohou ubytovat i na farmách.

Mapa 3: Geografická mapa Plzeňského kraje



Zdroj: www.cbudejovice.czso.cz

Mapa zobrazuje Plzeňský kraj, jednu z částí západních Čech. Jsou na ní vyznačena dvě agroturistická zařízení, ve kterých bylo provedeno dotazníkové šetření. V dalším pokračování diplomové práce jsou tato dvě místa popsána. Informace se týkají samotných zařízení a agroturistických služeb, které jsou v nich nabízeny. Nechybí ani údaje o cenách za ubytovací a stravovací služby, popřípadě ostatní služby.

Karlovarský kraj

Karlovarský kraj se nachází na západě České republiky. Často je nazýván krajem lázeňství a porcelánu. Vznikl z původního Západočeského kraje, který byl rozdělen na Plzeňský a Karlovarský kraj. Podobně jako kraj Plzeňský hraničí s Německem. Na území České republiky sousedí na východě s Ústeckým krajem a na jihu s krajem Plzeňským. V karlovarské oblasti se nachází pohoří Krušných hor. Nejvýznamnějším vodním tokem je řeka Ohře. Dalšími řekami je Teplá, Rolava, Bystřice a Svatava. Krajina je zde spíše kopcovitá, tudíž je vhodnější pro náročnější pěší turistiku nebo pro náročnější cykloturistiku. Nachází se zde přírodní rezervace SOOS, která leží nedaleko Františkových Lázní. Tento kraj vyniká v zemědělství především v pěstování brambor, řepky olejky a obilnin, pšenice a ječmene, lnu a kukuřice. V živočišné výrobě je zaměřen na chov mléčného i masného skotu, drůbeže a prasat.

Jedním z nejvýznamnějších odvětví je v Karlovarském kraji právě cestovní ruch. Jedná se ale především o lázeňství. Na cestovním ruchu mají velký podíl především cizinci. V Karlovarském kraji je také velký počet kulturních a památkových zón. Agroturistika má v této oblasti ale také své místo. Možná je ale zastíněna právě lázeňstvím, které má v této oblasti velký potenciál.

Mapa zobrazuje Karlovarský kraj, druhou část západních Čech. Je na ní zakresleno jedno agroturistické zařízení, ve kterém bylo provedeno dotazníkové šetření zjišťující nabídku agroturistických služeb. V dalším pokračování je uvedeno a popsáno také toto agroturistické zařízení. Informace se týkají taktéž samotného zařízení, služeb, které nabízí a cen za ubytovací, stravovací služby a služby ostatní.

Mapa 4: Geografická mapa Karlovarského kraje



Zdroj: www.kvary.czso.cz

4.2.1 Vybraná agroturistická zařízení v zájmové oblasti západní Čechy

4.2.1.1 Eko Farma Rybník

Eko Farma Rybník se nachází v Plzeňském kraji na pomezí Šumavy a Českého lesa. Tato farma disponuje s ekologickými loukami a pastvinami, což umožňuje chov masného skotu, ovcí a koní. Ale chovají se zde nutrie, pštrosi a divoká prasata. Takřka nedotčená příroda je vhodná pro provozování agroturistiky, která je zde hojně využívána. Vhodné období pro návštěvu jsou jak letní tak i zimní měsíce. Během této doby lze provozovat mnoho sportů.

Ubytování

Farma nabízí ubytovací zařízení pro 22 osob ve dvoulůžkových, třílůžkových a čtyřlůžkových pokojích, kemp pro 5 karavanů nebo stanů a 2 chatky pro 4 osoby. Ubytovací zařízení je vhodné pro celoroční pobyty, je zde i možnost využití kuchyňky.

Tabulka 5: Cena za ubytování – Eko Farma Rybník

Místo ubytování	Cena za ubytování
Hlavní budova	
Lůžko	300 Kč/osoba/noc
Přistýlka	180 Kč/osoba/noc
Stan	
Malý stan	90 Kč/den
Velký stan	120 Kč/den
Karavan	150 Kč/den
Chata pro 4 osoby	400 Kč/den

Zdroj: www.farmarybnik.cz

Tabulka 6: Cena za ostatní služby – Eko Farma Rybník

Ostatní služby	Cena za ostatní služby
Domácí mazlíček	20 Kč/den
Elektřina - karavan	50 Kč
Automatická pračka	80 Kč
Zapůjčení horského kola	100 Kč
Jízda na koni	150 Kč

Zdroj: www.farmarybnik.cz

Stravování

Farma nabízí i stravovací služby. V případě, že je host ubytovaný v hlavní budově, stravu má započítanou v ceně.

Tabulka 7: Cena za stravování – Eko farma Rybník

Forma stravování	Cena za stravování
Snídaně dospělá osoba	60 Kč/osoba
Snídaně poloviční	45 Kč/osoba
Večeře dospělá osoba	100 Kč/osoba
Večeře poloviční	70 Kč/osoba

Zdroj: www.farmarybnik.cz

Agroturistika

Farma nabízí také agroturistiku. Návštěvníci mohou vidět chov koní, masného skotu a ovcí. Je zde také možnost využití cykloturistiky a pěší turistiky a to i do sousedního Německa, které je vzdálené pouhé 3 km. Možná je i jízda na koni či zapůjčení horských kol anebo provozování míčových her. V zimních měsících mohou vyrazit především na běžky či sjezdovky.

4.2.1.2 Farma Moulisových

Rodinná farma Moulisových se nachází v obci Milínov v Plzeňském kraji. Farma provozuje ekologické zemědělství a její historie sahá do roku 1902. Chová se zde masný skot, koně, ovce a kozy. Farma je zaměřena také na agroturistiku. Kromě ubytování a stravování nabízí farma k prodeji také maso, které si mohou zájemci zakoupit a rovnou zpracovat v kurzech vaření pod vedením profesionálního kuchaře. Mezi hlavní produkty patří telecí a jehněčí bio maso. Farma se zabývá hipoterapií.

Ubytování

Ubytování na ekologické farmě je provozováno v nově zrekonstruovaném penzionu, který je zařízen rustikálním nábytkem s kachlovými kamny a pecí. K dispozici jsou 3 apartmány, které mají své jméno Josef, František a Jaroslav, s ubytovací kapacitou 20 lůžek. Apartmány jsou velmi pěkně zařízeny. Každý z nich má

svou kuchyň s jídelnou a obývací pokoj. Nechybí zde vybavení pro děti, jelikož je farma na ně přímo zaměřena. V celém objektu je možnost připojení k internetu.

Mimo sezona je v obdobích 2. 01. 2011 – 31. 05. 2011 a 1. 10. 2011 – 22. 12. 2011, hlavní sezona je v obdobích 1. 06. 2011 – 30. 09. 2011, pak zde mají zvláštní termín na Vánoce 23. 12. 2011 – 2. 01. 2012.

Tabulka 8: Cena za ubytování – Farma Moulisových

Apartmán	Mimo sezonu	Sezona	Vánoce
Jaroslav	900 Kč	1 100 Kč	1 100 Kč
František	900 Kč	1 100 Kč	1 100 Kč
Josef	1 800 Kč	2 200 Kč	2 200 Kč

Zdroj: www.farmamoulisovych.cz

Farma Moulisových nabízí i věrnostní program pro své návštěvníky. Například, když návštěvníci stráví alespoň 3 víkendové (nebo týdenní) pobyty, minimálně však 2 noci, dostanou slevu 5 % na ubytování po celý rok.

Tabulka 9: Ceník za ostatní služby – Farma Moulisových

Ostatní služba		Cena za ostatní služby
Půjčení kola	dětské	100 Kč/den
	pro dospělé	180 Kč/den
Půjčení vozíku za kolo – pro malé děti od narození		100 Kč/den
Ubytování pouze na 1 noc		100 Kč/noc/lůžko
Poplatek za psa		75 Kč/noc/

Zdroj: www.farmamoulisovych.cz

Stravování

K dispozici je zde i malá restaurace o 24 místech k sezení, která je vybavena i velkým plátnem se zpětným projektorem. V sezoně je možné si objednat snídaní za 80 Kč/osoba.

Agroturistika

Návštěvníci se mohou aktivně účastnit práce na farmě. Farma se zaměřuje především na malé děti, kterým zprostředkovává aktivní pohled na život na venkově. Pořádá také víkendy pro mladé farmáře, kteří si mohou vyzkoušet spaní na seně a s pomocí také přípravu vlastního jídla, stloukání másla, dojení mléka, cepování obilí, mletí mouky či pečení vlastního chleba. Během celého pobytu mohou návštěvníci využít jízdy na koni, cykloturistiky či pěší turistiky. Hosté mohou si zapůjčit gril, venkovní dřevěný nábytek, kuželky, basketbalový koš, trampolínu anebo si mohou s sebou vzít i in-line brusle.

4.2.1.3 Biofarma Belina

Biofarma Belina se nachází v Karlovarském kraji v osadě Nežichov patřící k městečku Toužim. Farma se nachází na okraji Slavkovského lesa na úpatí Třebouňského vrchu. Je v provozu od roku 2003 a poskytuje ubytovací a stravovací služby. Farma má k dispozici louky a pastviny, kde chová ovce, kozy a krávy. Chová ale i menší zvířectvo jako jsou králíci, drůbež či kočky. Od roku 2009 zde byla otevřena i vlastní firemní mlékárna, ve které se denně vyprodukuje 150 litrů mléka. Návštěvníci si mohou každou sobotu zakoupit výrobky z farmy, jako jsou čerstvé sýry, smetanové sýry, tvaroh, pomazánky, zrající sýry, sýry s plísní ale i mléko. Tato farma je zaměřena také na hipoterapii.

Ubytování

Na farmě je možné se ubytovat. Jsou zde k dispozici nově vybudované podkrovní pokoje, jejichž kapacita je 10 osob ve dvoulůžkových a třílůžkových pokojích s vlastním sociální zařízením. Pro všechny pokoje je zde společná kuchyňka, ve které se nachází vlastní lednice, mikrovlnná trouba, elektrický vařič a varná konvice.

Tabulka 10: Cena za ubytování – Biofarma Belina

Osoba	Cena za ubytování
Dospělá osoba	300 Kč/ osobu/noc
Dítě do 12 let	150 Kč/dítě/noc
Dítě do 2 let	zdarma

Zdroj: www.biofarmabelina.cz

Vybavení: dětská postýlka zdarma a hrací koutek s hračkami.

Stravování

Farma poskytuje snídaně. Cena je 50 Kč/osoba/snídaně.

Agroturistika

Farma nabízí i zážitkové programy. Zabíjačkové hody, které jsou vhodné pro skupinu známých. Program začíná již od pátečního dne, kde se hosté seznámí s farmou a přímo se účastní zabíjačkových příprav a příprav zabíjačkového jídla. Poté následuje občerstvení, které si hosté připravili s pomocí kvalifikovaného řezníka. Nechybí zde ani muzika a tzv. nedělní dělení masa, při kterém si maso ze zabíjačky hosté odvezou domů. Každý si odveze minimálně 5 kg balíček masa. Každý si musí ale přivést své nádoby. Cena je 1 900 Kč/osoba, děti do 12 let mají 50 % slevu.

Další nabídkou jsou pobyty přímo pro rodiny s dětmi. Děti se zde mohou dozvědět, jak chodí život na venkově či přímo na farmě. Přímo mohou vidět, jak se dojí mléko, jak se zpracovává ostříhaná vlna z ovcí nebo si vyzkoušet předení vlny. Děti mohou využít také sportovní náčiní, které je zde k dispozici – skluzavka, houpačky, dřevěné kostky, pískoviště. Mohou se zabydlet i v týpí na zahradě, kde si mohou vyzkoušet malé horolezectví na natažených provazech mezi stromy.

Návštěvníci si mohou vyzkoušet agroturistiku přímo na tělo. Mohou se účastnit pomocné práce na farmě, pletí záhonů, obracení sena, dojení koz, řeže a štípání dřeva anebo pečení chleba v peci. Nachází se zde i možnost houbaření, sbírání lesních plodů jako jsou maliny, borůvky a brusinky. V neposlední řadě mohou návštěvníci poznávat okolí, a to pěšky či na kole anebo si mohou vyzkoušet i pletení košíku z pedigu.

Následuje opět shrnutí za oblast západních Čech, v čem vybraná agroturistická zařízení vynikají. Nutno říci, že zvláštností této oblasti je trochu odlišné a zajímavé nářečí, kterým se zde hovoří a také to, že dva kraje, z nichž se oblast skládá, mají společnou hranici s Německem. Nyní k jednotlivým zařízením.

Ekofarma Rybník je strategicky umístěna přímo u německých hranic. Vyniká svými ekologickými pastvinami a nedotčenou divokou přírodou Šumavy. Ubytovací kapacita je velká s možností pestřejšího výběru typu ubytování. Toto zařízení poskytuje i stravovací služby. Agroturistické služby jsou zde průměrné. Farma Moulisových je více zaměřena na pobyt rodin s dětmi a postižené osoby. Poloha tohoto zařízení je také velmi strategická, nachází se u města Plzně. Toto zařízení patří mezi ta moderně zařízená se zachováním původní atmosféry místa. Ubytování je uzpůsobeno do původního stylu. V agroturistice se zaměřuje především na děti, kterým zprostředkovává přímý pohled na venkov. Agroturistické služby jsou vcelku nadprůměrné. Zařízení poskytuje nejvíce komplexní služby ze všech třech sledovaných. Posledním zařízením je Biofarma Belina, která je zasazená do Karlovarského kraje. Vyniká především ve výrobě mléka a mléčných výrobků, které si mohou návštěvníci zakoupit. Toto zařízení poskytuje agroturistické služby, které má uzpůsobené pro své návštěvníky již do připravených balíčků služeb. Nejčastěji se zde konají zabijačky. Vyniká také v přístupu k rodinám s dětmi, na které zde čeká velmi zajímavý program s poznáváním života na venkově.

Tato tři zařízení byla vybrána právě pro svou odlišnost, tím pádem i odlišnost nároků návštěvníků na poskytované služby. Kritéria výběru jsou podobná, jako tomu bylo u oblasti jižních Čech, tzn. dát prostor rozmanitosti nabízených služeb jednotlivých zařízení.

4.3 Popis potenciálu zájmové oblasti Vysočina

Kraj, který zaujímá centrální polohu území České republiky, je kraj Vysočina. Jihozápadně sousedí s krajem Jihočeským, severozápadně s krajem Středočeským, severovýchodně s krajem Pardubickým a jihovýchodně s krajem Jihomoravským. Kraj je charakteristický tím, že je jeho území dosti členité. Velkou část území zaujímají pahorkatiny Českomoravské vrchoviny. Kraj je řidčeji osídlen a má vyšší nadmořskou výšku. Je čtvrtým největším krajem v České republice. Tato oblast je, podobně jako předcházející oblasti, málo znečištěná, tudíž se zde vytváří vhodný prostor pro rekreaci. Plochu zaujímají lesy i vodní plochy. Na území oblasti se nachází dvě chráněné krajinné oblasti, kterými jsou Žďárské vrchy a Železné hory, které poskytují možnost turistiky pro jejich návštěvníky. Nejvyšším bodem je vrcholek Javořice v Javořické vrchovině. I přes to, že přírodní podmínky, vzhledem ke špatnému terénu, nejsou na Vysočině pro zemědělství moc vhodné, jsou zde pěstovány některé zemědělské plodiny, jako jsou brambory a olejniny, ze zvířat pak chov skotu. Většina podniků se zaměřuje na kombinaci živočišné a rostlinné výroby. Specializace se projevuje především u malých farmářů. Kraj vysočina vyniká intenzitou chovu skotu. Je největší ze všech krajů České republiky.

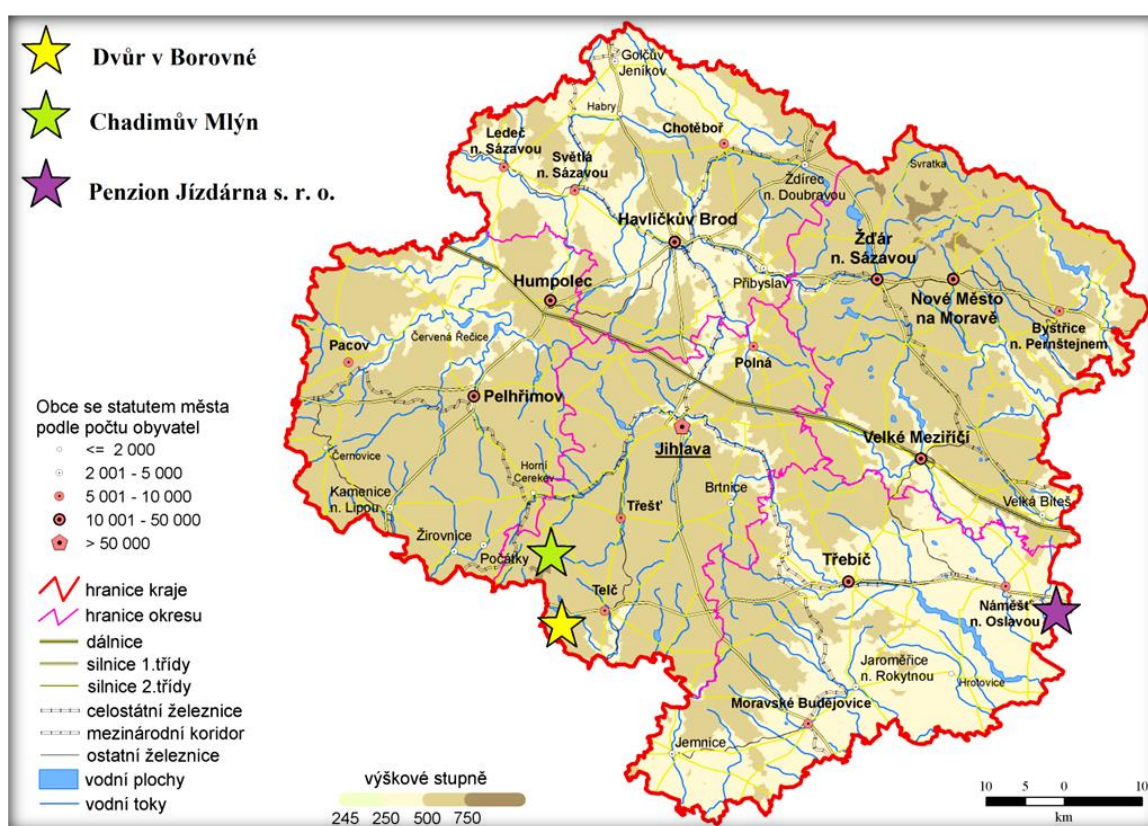
V kraji se konají i významné kulturní akce celostátního i mezinárodního charakteru. Nachází se zde i tři památky zapsané na seznamu světového dědictví UNESCO. Jsou jimi městská památková rezervace Telč, poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře u Žďáru nad Sázavou a židovská čtvrť se hřbitovem a bazilika sv. Prokopa v Třebíči. Kraj Vysočina je vhodný pro využití letních i zimních sportů. Návštěvníci, kteří tuto oblast navštíví, mohou pěstovat turistiku jakéhokoli druhu. V létě mohou k rekreaci využít vodní plochy jako je Velké Dářko, největší rybník na Vysočině, anebo nejvýše položený rybník Sykovec či vodní nádrž Dalešice na řece Jihlavě, která je nejvýznamnějším tokem této oblasti.

Cestovní ruch je na Vysočině bezpochyby rozvinut a jeho budoucnost je slibná. Návštěvníci si mohou vybrat z různých možností trávení své dovolené. Místo nabízí městskou turistiku i určité formy klidné a ekologické čisté pobytové turistiky.

Návštěvníci kraje mohou využívat velké množství cyklotras, jelikož je zde hustá síť turisticky značených cest, agroturistiky na farmách a přírodní ekologické turistiky.

Na následující mapě jsou zanesena tři sledovaná agroturistická zařízení. V těchto zařízeních bylo také provedeno dotazníkové šetření. Následně jsou tato místa popsána. U jednotlivých zařízení jsou uvedeny informace o nich samotných a o ubytovacích, stravovacích a ostatních službách.

Mapa 5: Geografická mapa kraje Vysočina



Zdroj: www.czso.cz

4.3.1 Vybraná agroturistická zařízení v zájmové oblasti Vysočina

4.3.1.1 Dvůr v Borovné

Dvůr leží v obci Borovná nedaleko města Telč. Má dlouhou historii, která sahá až do 17. století. Od roku 1996 byl starý dvůr přestavěn a rekonstruován. Tento statek se specializuje na živočišnou výrobu, konkrétně chov vepřů. Je zde chována i drůbež.

Ubytování

Ubytování je poskytováno ve třech apartmánech s ubytovací kapacitou až 11 míst. Dva apartmány mají kapacitu po 4 místech a jeden po 3 místech. Pro děti jsou k dispozici dětské postýlky. Každý apartmán má své sociální zařízení, kuchyňku, lednici a v každém pokoji je TV. Je zde možnost parkování přímo uvnitř areálu.

Tabulka 11: Cena za ubytování – Dvůr v Borovné

Osoba	Cena za ubytování
Dospělí	350 Kč/noc
Dospělí (2 noci a více)	250 Kč/noc
Děti od 1 roku do 10 let (2 noci a více)	150 Kč/noc
Děti od 1 roku	zdarma

Zdroj: www.dvurvborovne.cz

Stravování

Návštěvníci mohou využít i stravování, ale vzhledem k tomu, že je každý pokoj zařízen kuchyňkou, jsou zde poskytovány pouze snídaně v ceně 40 Kč/osoba.

Agroturistika

Návštěvníci si mohou zakoupit zemědělské produkty jako čerstvá domácí vejce. Mohou si také koupit přímo sele či vepře na rožnění. Ti, co navštíví statek, mohou využít i sportovních aktivit a sledování života na statku. Na farmě je k dispozici

kriketové hřiště, stolní fotbálek, pingpongový stůl či pétanque. Místo je vhodné pro cykloturistiku a pěší turistiku s možností výletů do okolí.

4.3.1.2 Biofarma Chadimův Mlýn

Biofarma Chadimův Mlýn se nachází na Vysočině nedaleko města Hodní Dubenky směrem na město Počátky. Má dlouhou tradici přes 300 let. Biofarma nevyužívá ke své činnosti žádných chemických prostředků, takže je zde možné chovat masný skot Aberdeen-Angus. Plocha luk a pastvin je 50 hektarů. Návštěvníci mohou využít různých agroturistických služeb.

Ubytování

V části zrekonstruovaného mlýna je byt, který poskytuje 3 pokoje k přenocování. Ubytovat se lze v pokoji pana Stárka, pana Otce či pana Práška. Ubytovací kapacita je 11 míst s jednou dětskou postýlkou. Je zde společná kuchyň, jídelna a společenská místnost. Kuchyň je vybavena dřezem, lednicí, sporákem, rychlovarnou konvicí, lávovým grilem, mikrovlnnou troubou a kávovarem. Je zde k dispozici i nádobí pro 12 osob. Místnosti jsou dekorovány dobovými dokumenty jako jsou plány mlýna nebo reklamy na mlynářské stroje ze 30. let 20. století. Návštěvníci mohou parkovat přímo ve dvoře. Mohou využít i dalších služeb jako je prádelna nebo možnost úschovy kol či lyží. Ve společné místnosti je možné využít i televize se satelitem či rádio s CD přehrávačem. Ubytování je certifikováno centrem pro ekoagroturistiku společností ECEAT a Svazem venkovské turistiky. Každý pokoj je pojmenovaný.

Od května až do září je zde k dispozici také plocha pro stanování nebo karavany. Kapacita je 8 míst. Je zde také přípojka k elektřině, sociální zařízení se sprchou, kuchyňka a pračka. Ubytování je možné v tzv. šalandě, což je dvoulůžkový pokoj s kamny na tuhá paliva.

Tabulka 12: Ceny ubytování – Chadimův Mlýn

Služba	Cena za ubytování
1 osoba za 1 noc	290 Kč/osoba
1 osoba za více nocí	250 Kč/osoba
Pronájem bytu na celý týden (cca 220,- Kč)	15 000 Kč/týden
Pes nebo jiné zvíře na jednu noc	40 Kč/osoba
Sleva pro dítě od 2 do 15 let	-50%
Sleva pro členy KČT na den	50 Kč/osoba

Zdroj: www.chadimmlyn.cz

Tabulka 13: Cena za ubytování v kempu – Chadimův Mlýn

Služba	Cena za ubytování
Osoba	60 Kč
Dítě (do 2let)	0 Kč
Dítě (do 12let)	30 Kč
Auto	40 Kč
Malý stan	60 Kč
Velký stan	90 Kč
Karavan	90 Kč
Camper	120 Kč
Pes	30 Kč
Elektrická přípojka	40 Kč

Zdroj: www.chadimmlyn.cz

Stravování

Stravování je ve vlastní režii každého návštěvníka.

Agroturistika

Farma je zaměřená na chov skotu. Každý návštěvník se může účastnit života na farmě, krmení krav, může vidět i značkování telat či přehánění dobytka nebo stroje při práci. Dále mohou využít i cykloturistiky pěší turistiky a houbaření. V zimě mohou

návštěvníci vyrazit na běžky. Každoročně je zde konán Festival řemesel. Pro návštěvníky jsou k dispozici rozlehlé travnaté plochy a zahradní nábytek, je to místo, kde si mohou hrát i děti. Je zde také několik ohnišť, gril s příslušenstvím či připojení na internet. Návštěvníci si mohou zakoupit také mapy, pohledy a suvenýry. Mlýn poskytuje i možnost podívat se na to, jaké se dříve používaly nástroje, jako jsou mlecí kameny, anebo kašna s turbínou a náhonem. Poskytují tu i průvodcovské služby o mletí obilí, mlynářství a historii Chadimova mlýna.

Tabulka 14: Prodej produktů z farmy – Chadimův Mlýn

Prodej z farmy	Cena
Seno balíkové (300/500kg)	300/500 Kč
Tele (cca 300kg)	10 000/12 000 Kč
Palivové dřevo (m ³)	600 Kč
biomaso svíčková panenka	800 Kč/kg
biomaso roštěná (balíčky po cca 0,5-1kg)	340 Kč/kg
biomaso zadní (balíčky po cca 0,5-1kg)	290 Kč/kg
biomaso přední (balíčky po cca 0,5-1kg)	200 Kč/kg
biomaso kosti s masem (balíčky po cca 0,5 - 1kg)	100 Kč/kg

Zdroj: www.chadimmlyn.cz

4.3.1.3 Penzion Jízdárna, s. r. o.

Penzion Jízdárna se nachází v Otradicích mezi obcemi Jinošov, Náměšť nad Oslavou a Kralice nad Oslavou. Historie penzionu sahá až do druhé poloviny 14. století. Poskytuje ubytovací a stravovací služby a také služby agroturistiky. Tento penzion je vhodný pro rodinnou rekreaci anebo pro aktivní odpočinek se skupinou známých.

Ubytování

K ubytování zde nabízí dvoulůžkové, třílůžkové, čtyřlůžkové pokoje. K dispozici je i bezbariérový dvoulůžkový pokoj. Celková kapacita penzionu je 20 lůžek. Ceny jsou odstupňované dle velikosti pokojů a počtu osob.

Pro hosty jsou připraveny i balíčky služeb – například víkendový pobyt s polopenzí a saunou a jízdami na koni, anebo týdenní pobyt s plnou penzí s pronájmem boxu, krmením a nájmem haly k ježdění.

Tabulka 15: Ceny za ubytování – Penzion Jízdárna s. r. o.

Služba	Cena ubytování
Dvoulůžkový pokoj	1/2 osoby/600 Kč/900 Kč/noc
Trojlůžkový pokoj	1 200 Kč/noc
Čtyřlůžkový pokoj	1 500 Kč/noc
Bezbariérový dvoulůžkový pokoj	900 Kč/noc

Zdroj: www.penzion-jizdarna.cz

Tabulka 16: Cena za ostatní služby – Penzion Jízdárna s. r. o.

Ostatní služba	Cena za ostatní služby
Výuka jízdy na koni s učitelem	300 Kč/osoba/hodina
Výuka jízdy na koni s učitelem	2 700 Kč/osoba/10 hodin
Pronájem haly pro potřeby individuálního tréninku	200 Kč/hodina
Pronájem haly pro uspořádání soustředění	500 Kč/víkend
Krátkodobý pronájem boxu –	300 Kč/den
Ustájení koní, pronájem boxu	4 500 Kč/měsíc
Internet WIFI	zdarma
Masáže	od 90 Kč do 600 Kč

Zdroj: www.penzion-jizdarna.cz

Stravování

Stravování je možné v místní restauraci, která nabízí stravování svým hostům od snídani přes oběd až po večeře.

Agroturistika

Penzion Jízdárna je zaměřen především na chov koní. Návštěvníci si zde mohou domluvit jízdy na koni či ustájení vlastního koně, kterého si s sebou mohou přivést. Je zde 26 moderně vybavených prostorných boxů a dokonalé zázemí pro jezdce. K dispozici je sociální zařízení, sprchy, šatny a sedlovna. K dispozici je i skokový materiál. Návštěvníci se mohou o svého koně postarat přímo na místě, kde je zabezpečeno i mytí koní. V místě je i velká krytá jezdecká hala s pískovým povrchem, kde může probíhat i trénink koní a pořádání soustředění či jezdeckých závodů. K dispozici je i venkovní jízdárna taktéž s pískovým povrchem. Pod dohledem zkušeného trenéra je možné, aby si návštěvníci domluvili kurzy ježdění. Myslí tu i na děti, které mohou jezdit na poníkovi. V blízkosti je daňčí obora. Návštěvníci mohou využít cykloturistiky, pro kterou jsou k dispozici značené cyklotrasy. V místě jsou také rehabilitačně jezdecké trasy. Do svého rozvrhu mohou návštěvníci zahrnout dále kulturně historické památky v Náměšti nad Oslavou. V zimním období jsou k dispozici běžecké trasy. Suvenýry si mohou návštěvníci zakoupit v informačním centru.

Následuje shrnutí za oblast Vysočina. Oblast Vysočina sousedí pouze s přilehlými kraji a nemá společné hranice s žádným sousedním státem České republiky.

Prvním sledovaným zařízením je Dvůr v Borovné. Ten má významnou polohu nedaleko města Telč, které navštěvuje velké množství návštěvníků, tudíž i Dvůr v Borovné může čerpat z této návštěvnosti. Toto zařízení vyniká v chovu vepřů. Zařízení má i bezbariérový přístup. Místo je vhodné pro komornější ubytování menších skupin návštěvníků. Jsou zde připraveni i na rodiny s dětmi. Poskytují zde i stravovací služby formou snídaně. Agroturistické služby jsou zde spíše průměrné. Dalším zařízením je Chadimův Mlýn se zaměřením na chov skotu. Ubytování je velmi pěkně situováno v nově zrekonstruovaném mlýně. Biofarma Chadimův Mlýn je opět jedním ze zařízení, které z hlediska agroturistických služeb patří mezi ta s nadprůměrnými službami. Toto zařízení zapadá do přírody a nenarušuje tak její ráz. Je zde zachována historická linie Mlýna ve všech ohledech. Biofarma je zaměřena spíše na rodiny s dětmi, ale zázemí si zde najde každý návštěvník. Posledním zařízením je Penzion

Jízdárna. Toto zařízení se skládá z ubytovací a stravovací části. Jsou zde zaměřeni především na chov koní a veškerých služeb jich se týkajících. Pro milovníky koní je Penzion Jízdárna velmi vhodný. Co se týká cenové náročnosti, nejlevnější je Biofarma Chadimův Mlýn, následuje Dvůr v Borovné a nejdražším ze třech sledovaných zařízení je Penzion Jízdárna.

Agroturistická zařízení byla vybrána opět dle rozmanitosti poskytovaných služeb a dle odlišnosti zaměření jejich činnosti tak, aby nebyla potřena právě tato rozmanitost v dané oblasti.

4.4 Význam hipoturistiky jako fenoménu české agroturistiky

Důležitou součástí agroturistiky jsou také hipostezky, protože jízdy na koni jsou hojně využívány během pobytů na farmách. Hipostezky vedou přírodou, krajinou, na kterou jsou koně zvyklí, a člověk si tak odpočine přímo v sedle. Ve všech třech sledovaných oblastech jsou hipostezky vybudovány. Mají až několik set kilometrů. Díky projektům, které pomáhají řešit problematiku hipostezek, je v jižních Čechách, západních Čechách i na Vysočině mnoho kilometrů těchto stezek.

V Jihočeském kraji je na tři sta kilometrů nových značených hipostezek, které jsou k dispozici jezdcům na koni od konce června 2012. Celkem je po celém Jihočeském kraji již na osm set kilometrů hipostezek, na kterých jsou rozmístěny hipozastávky, které se skládají z přístřešku pro koně, kruhové ohrady, úvaziště a posezení pro jezdce. S veškerou aktivitou týkající se hipostezek započal Klub českých turistů, který také započal styl určité metodiky značení.

V rámci Karlovarského a Středočeského kraje a Bavorska již tyto stezky plně fungují. Ve stavu rozpracovanosti je hipostezka v rámci domažlického a tachovského okresu, která má propojit páteřní hipostezku západních Čech, která má být zprovozněna na podzim 2012. Každá stezka bude procházet alespoň jednou farmou, na které bude možné ustájit svého koně a přenocovat. Tento způsob cestování je ekologickou formou cestování. Stezka bude lemována odpočívadly a informativními tabulemi s popisem vyhlídek a kulturně-historických míst. Jednotlivé hipostanice v oblasti západních Čech

na páteřní trase a okruzích mají v budoucnu tvořit ucelenou síť. Výsledkem projektu má být ucelená mapa hipotras.

Ani kraj Vysočina není ovšem pozadu. I v tomto kraji je síť značených hiposteze. Trasy vedou přes celý kraj. Navazují na východočeské a jihočeské trasy, které směřují až do Rakouska a Polska. V nejbližších letech by v kraji mělo vzniknout přes 1000 km značených stezek.

Ve všech třech oblastech, ať jsou to jižní Čechy, západní Čechy nebo Vysočina, je využívána i tzv. hipoterapie. Je také součástí agroturistiky. Některé farmy jsou přímo vybaveny a specializovány na hipoterapii se zdravotně postiženými. Soulad člověka a koně je jedinečnou záležitostí, která pomáhá v rozvoji a motorice postižených osob.

5 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření bylo provedeno ve třech zájmových oblastech. Byly jimi jižní Čechy, západní Čechy a Vysočina. Cílem bylo zjistit spokojenost návštěvníků s nabízenými agroturistickými službami ve vybraných zařízeních. Dotazník se skládal celkem z 21 otázek (viz příloha 1). Prvních 13 otázek zkoumalo spokojenost návštěvníků s nabízenými službami ve vybraných agroturistických zařízeních a dalších 9 otázek zjišťovalo údaje pro statistické zpracování respondentů.

V každé oblasti byla navázána spolupráce se třemi agroturistickými zařízeními, farmami. Celkem bylo rozesláno 300 dotazníků, přičemž 100 dotazníků bylo rozesláno v každé z jednotlivých oblastí. Rozesílání probíhalo prostřednictvím pošty či osobního doručení. Návratnost dotazníků z jednotlivých oblastí se liší.

V jižních Čechách bylo ze 100 rozeslaných dotazníků 82 navraceno (82 %). V západních Čechách, zahrnující Plzeňský a Karlovarský kraj, bylo ze 100 rozeslaných dotazníků přijato 80 (80 %). Z Vysočiny bylo získáno nejméně dotazníků, a to ze 100 rozeslaných 73 dotazníků (73 %).

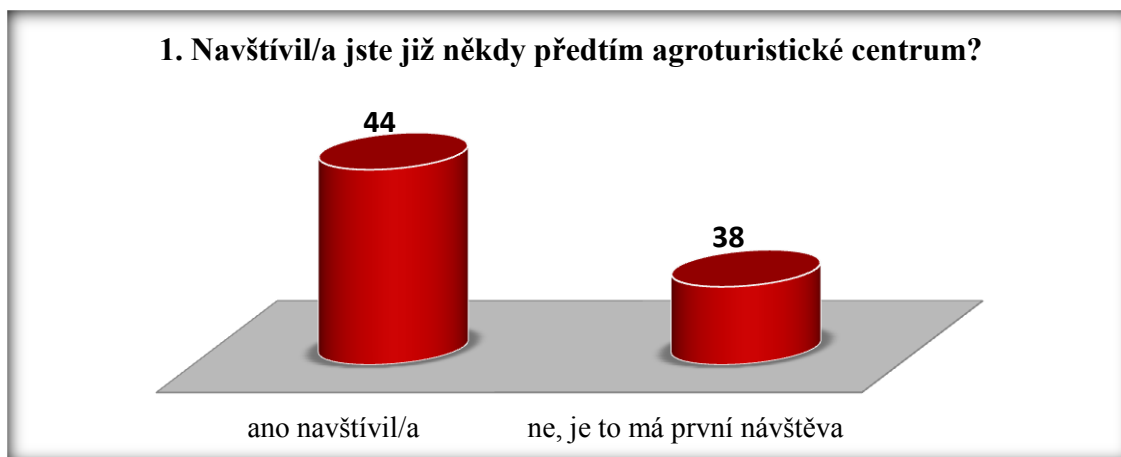
Počet dotazníků pro jednotlivé farmy, potažmo jejich návštěvníky, byl uzpůsoben předchozí domluvě s jednotlivými farmami, přičemž s každou farmou bylo jednáno individuálně, dle jejich možností, velikosti ubytovacích kapacit a sezónní obsazenosti.

V další části této práce byl vypracován přehled, který se zabývá vyhodnocením provedeného dotazníkového šetření dle jednotlivých otázek, které byly položeny celkem 235 respondentům z jižních a západních Čech a Vysočiny. Přehled je uzpůsoben přehledným způsobem do grafů a tabulek s následným popisem vysvětlující vyobrazená data. Přičemž je zde použita barevná propojenost s předcházející kapitolou. Pro jižní Čechy byla zvolena červená barva, pro západní Čechy zelená barva a pro Vysočinu barva modrá.

5.1 Oblast jižní Čechy

5.1.1 Vyhodnocení spokojenosti s nabízenými službami

Graf 1: Otázka 1 – Navštívil/a jste již někdy předtím agroturistické centrum?

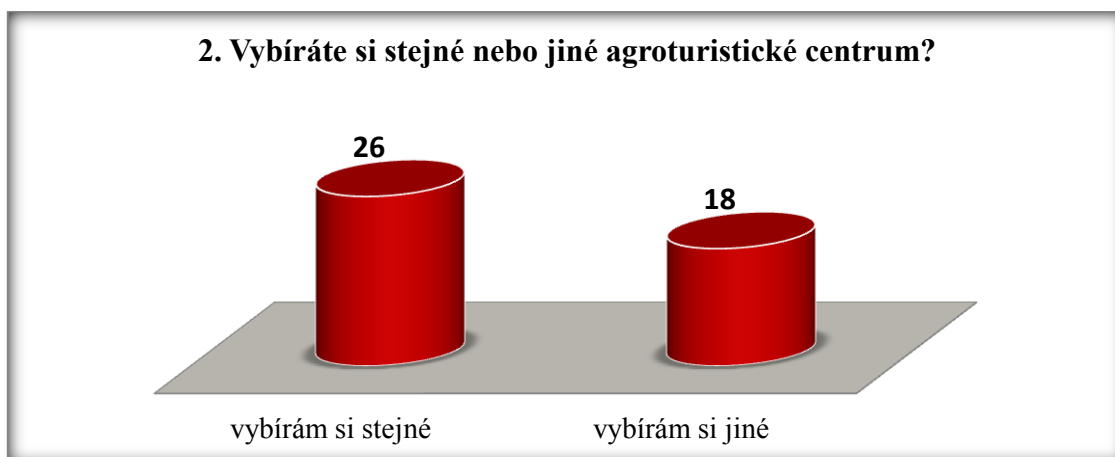


Zdroj: vlastní zpracování

První otázka v dotazníkovém šetření zobrazená v grafu 1 zjišťovala, zda byl návštěvník již někdy v agroturistickém centru nebo je to jeho první návštěva. Na tuto otázku položenou v oblasti jižních Čech, odpovědělo z 82 respondentů 44 ano, navštívil/a jsem již někdy agroturistické centrum (53,66 %) a 38 respondentů odpovědělo ne, je to má první návštěva (46,34 %). Je patrné, že se návštěvníci více jak z poloviny již někdy účastnili návštěvy na farmě. Buď se tedy vracejí do stejného agroturistického centra, anebo navštěvují agroturistická zařízení jiná.

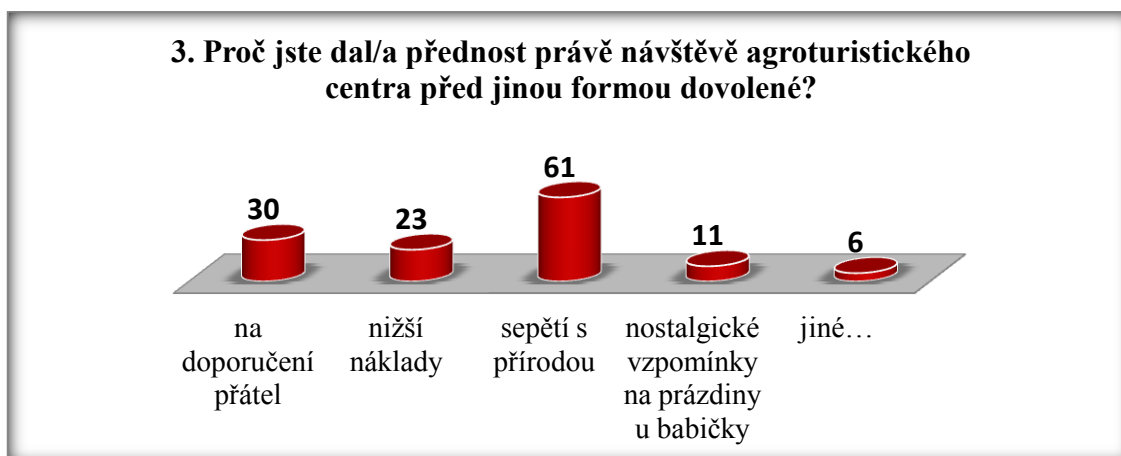
Další graf 2 navazuje na první otázku. Je zde rozděleno 44 respondentů, kteří odpověděli, že agroturistické centrum již někdy navštívili. Více jak polovina odpověděla, že si vybírají stejné agroturistické centrum, uvedlo tak 26 ze 44 respondentů. Těch, co si vybrali jiné agroturistické centrum, bylo 18. Z grafu vyplývá, že 59,09 % respondentů, kteří již někdy navštívili agroturistické centrum, se opakovaně vrací.

Graf 2: Otázka 2 – Vybíráte si stejné nebo jiné agroturistické centrum?



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 3: Otázka 3 – Proč jste dal/a přednost právě návštěvě agroturistického centra před jinou formou dovolené?

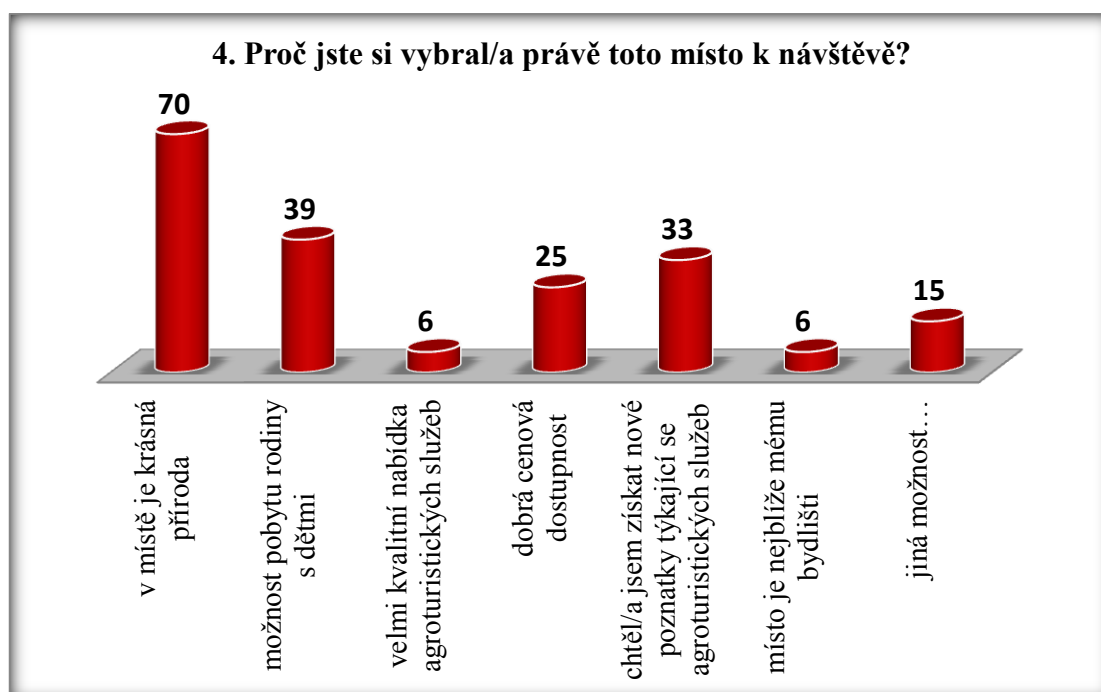


Zdroj: vlastní zpracování

Další graf 3 odpovídá na otázku 3, proč dal návštěvník přednost právě návštěvě agroturistického centra před jinou formou dovolené. Návštěvník mohl zaškrtnout u této otázky i více odpovědí. Proto je zde uváděná pouze četnost odpovědí. Nejvíce respondentů navštívilo místo pro sepětí s přírodou, kterou zvolilo 61 respondentů. Je vidět, že si návštěvník vybírá svou dovolenou nejčastěji podle prostředí, ve kterém svůj volný čas bude trávit. Poté si návštěvníci nejčastěji volili dovolenou na doporučení přátel. Tuto odpověď zaznamenalo 30 respondentů. Je tedy patrné, že druhým

nejčastějším aspektem volby dovolené, byl názor známých či přátel. Návštěvníci volí svou dovolenou ale také dle výše finančních nákladů, které jsou ochotni vynaložit. Možnost nižších nákladů zvolilo 23 respondentů, což tvoří třetí pozici. Čtvrtou a méně častou zvolenou možností, byla odpověď nostalgické vzpomínky na prázdniny u babičky, která byla zaznamenána u 11 respondentů. Nejméně byla volena jiná odpověď se 6 respondenty. V rámci jiné odpovědi respondenti odpovídali – touha poznat život na farmě, chci si také pořídit farmu, izolovanost od městského prostředí, pěkná medová prezentace a možnost rybolovu.

Graf 4: Otázka 4 – Proč jste si vybral/a právě toto místo k návštěvě?

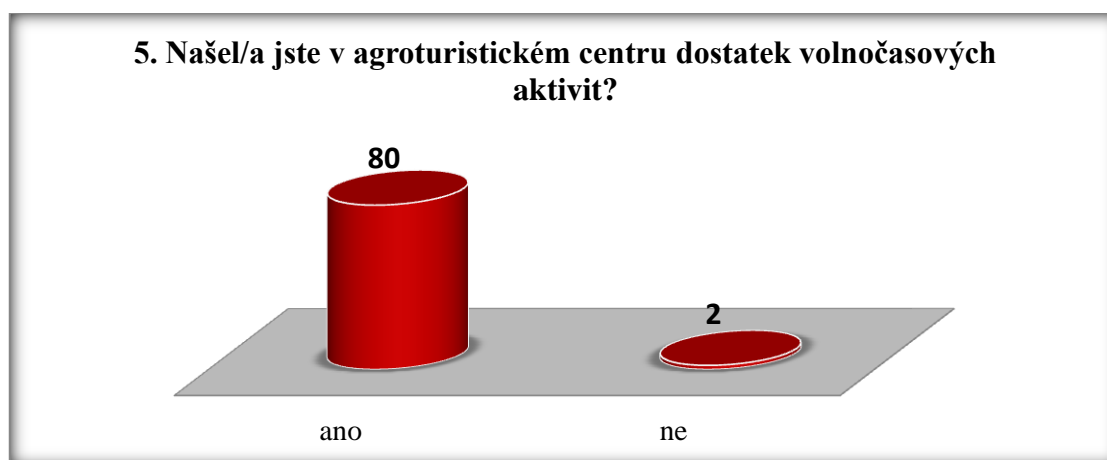


Zdroj: vlastní zpracování

Další graf 4 odpovídá na otázku 4, proč si host vybral k návštěvě právě toto místo (jednu ze tří sledovaných farem). U této otázky mohli návštěvníci zaškrtnout opět více odpovědí. Nejvíce bylo místo navštěvované z důvodu krásné přírody. Učinilo tak 70 dotazovaných. Je patrné, že tato odpověď koresponduje s otázkou předcházející, v níž návštěvníci nejčastěji zvolili místo návštěvy z důvodu sepětí s přírodou. Poté bylo nejvíce místo navštíveno z důvodu možnosti pobytu rodin s dětmi, kterou zvolilo

39 respondentů. V pořadí třetí nejčtenější možností výběru dovolené byla zvolena možnost, že chtěl návštěvník získat nové zkušenosti týkající se agroturistických služeb. Z grafu je patrné, že tak učinilo 33 dotazovaných. Je vidět, že se návštěvníci chtějí na své dovolené na farmě dozvědět i nové zajímavé poznatky. Návštěvníci si pak méně volí k dovolené v jižních Čechách centra s dobrou cenovou dostupností. Tuto možnost si zvolilo jen 25 respondentů. Jinou možnost si vybralo 15 respondentů. Odpovědi návštěvníků byly – v místě je velká oplocená zahrada, samota a klid, je zde blízké místo lovu ryb, zdravé prostředí, možnost vodních sportů anebo možnost sběru bylin. Další odpovědi respondentů bylo, že se jim v místě líbí, jsou tu poněkolkáté, nebo že vyrazili s přáteli na vodu. Jako nejméně četné odpovědi pak byly, že v místě jsou poskytovány velmi kvalitní agroturistické služby a že je místo nejblíže návštěvníkovo bydliště. Což vypovídá o tom, že návštěvníci nenavštěvují agroturistické centrum pro kvalitní služby, ale pro to, aby byli v přírodě a načerpali nové síly a jsou přitom ochotni navštívit vzdálenější místo pobytu.

Graf 5: Otázka 5 – Našel/a jste v agroturistickém centru dostatek volnočasových aktivit?



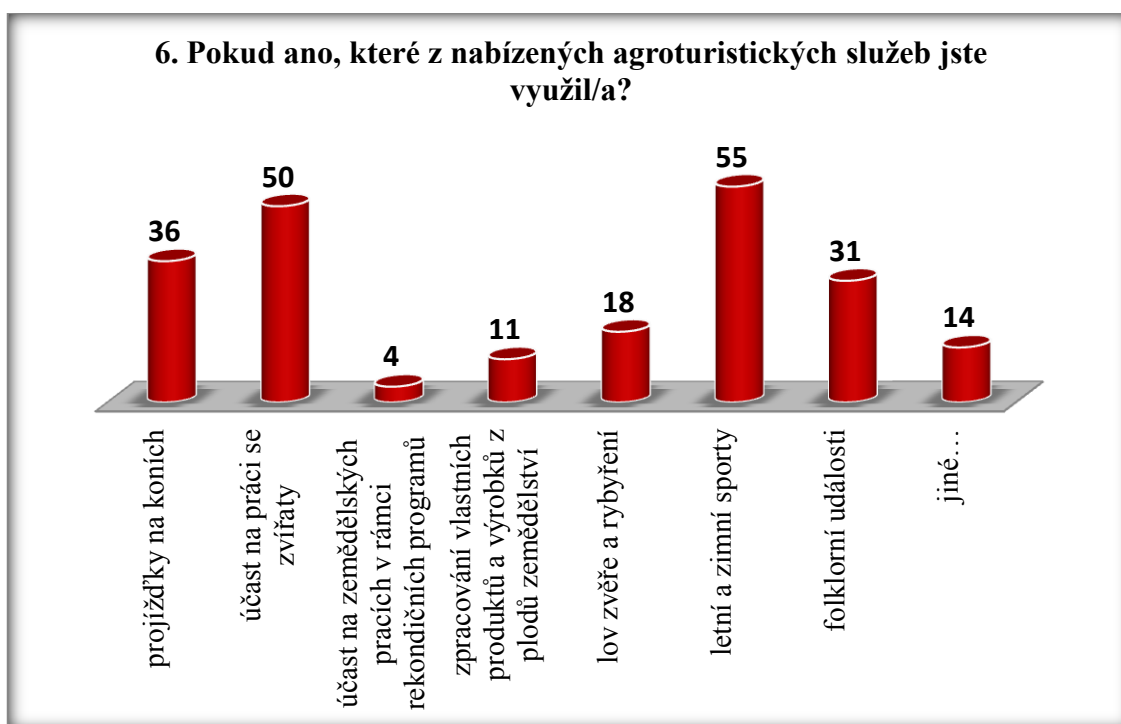
Zdroj: vlastní zpracování

Dále měli respondenti popřemýšlet nad otázkou 5, graf 5, zda našli v místě dostatek volnočasových aktivit. Drtivou většinu, celých 80 respondentů z 82 dotazovaných odpovědělo, že v místě pobytu našli dostatek volnočasových aktivit (97,56 %). Pouze 2 respondenti odpověděli, že v místě dostatek volnočasových aktivit

venašli. Je tedy patrné, že většina dotazovaných z jižních Čech, je spokojena s nabízenými volnočasovými aktivitami v místě návštěvy.

Následuje graf 6. Pokud respondenti odpověděli, že našli v místě dostatek volnočasových aktivit (otázka 5), měli poté odpovědět na otázku 6, které z nabízených volnočasových aktivit v daném agroturistickém centru využili. U této otázky mohli návštěvníci zvolit i více odpovědí. Nejvíce návštěvníci agroturistických center využívali letních a zimních sportů. Tato odpověď byla zvolena 55 respondenty. Je vidět, že pro návštěvníky je nutné sportovní vyžití. Poté dalo 50 návštěvníků přednost účasti na práci se zvířaty. Tato odpověď je nejméně zvolená hned po sportovním vyžití. Jako třetí nejpreferovanější volnočasovou aktivitou se staly projížďky na koních, které zaškrtnulo 36 respondentů. Lov a rybaření zaznamenalo pouze 18 respondentů a jinou odpověď zvolilo 14 respondentů. Mezi tyto odpovědi dotazovaní uvedli – kulturně historické památky, dětský koutek, hřiště pro děti, dětské hry, nebo odpověděli, že nedělali nic, že chtěli jen relaxovat.

Graf 6: Otázka 6 – Pokud ano, které z nabízených agroturistických služeb jste využil/a?



Zdroj: vlastní zpracování

Následující tabulka 17 zaznamenává odpovědi na otázku 7. Pokud nebyli návštěvníci spokojeni s nabízenými službami, jaké jiné služby by uvítali v místě pobytu. Z grafu viz výše je patrné, že dva návštěvníci byli nespokojeni.

Nutno podotknout, že 3 respondenti odpověděli na tuto otázku, ač u otázky 5 zaškrtnli ANO, byl jsem spokojen s nabízenými službami. Je ale dobré dát prostor i těmto respondentům, jelikož chtějí i přesto vyjádřit svou nespokojenost. Návštěvníkům chyběla možnost rybaření, možnost využití strojů, se kterými by mohli jezdit po poli, možnost folklorních událostí, jelikož nebyly v čase jejich pobytu, bazén či stravování u jednoho z center.

Tabulka 17: Otázka 7 – Pokud ne, jaké agroturistické služby byste uvítal/a, ty které nebyly v místě pobytu?

Odpověď	Počet respondentů
lov zvěře a rybaření	1
stroje a jízda traktorem	1
folklorní události - nebyly v čase pobytu	1
bazén	1
stravování	1

Zdroj: vlastní zpracování

Následující graf 7 odpovídá na otázku 8, které agroturistické služby návštěvníci nevyužili, popřípadě měli zdůvodnit proč. Návštěvníci mohli zvolit i více odpovědí. Celkem na tuto otázku neodpovědělo 43 respondentů z 82 dotazovaných. Buď nevěděli, co do této otázky napsat, nebo ji jednoduše přeskočili a zapomněli se k ní vrátit.

Respondenti si u této otázky spíše vybírali možnost jiné odpovědi, kterou zvolilo 24 respondentů. Nejčastěji uváděli, že nevyužili účasti na zemědělských pracích, zpracování vlastních produktů a výrobků z plodů zemědělství, jízdy na koni kvůli tomu, že neumí jezdit anebo, že se bojí. Dále to byla práce se zvířaty, rybaření, jízdy traktorem, anebo zdůvodnění - nic jiného, přijeli jsme rybařit. Pak to byly folklorní událost s odůvodněním, že v čase pobytu nebyly žádné, anebo jeden návštěvník uvedl, že přijel pouze pracovat. Pak to byly dlouhé procházky s poznáváním stromů a dřevin,

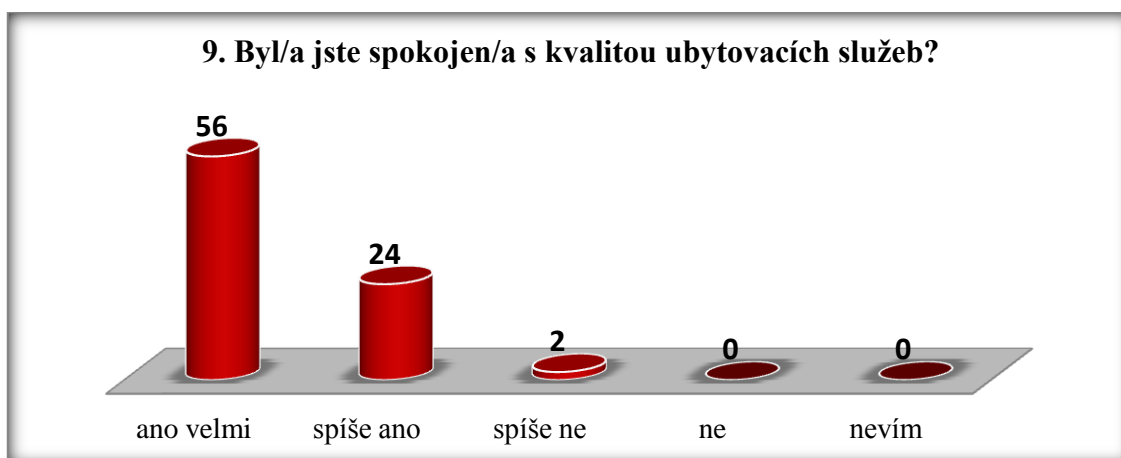
anebo zdůvodnění, že návštěvník přijel jen odpočívat. Druhou nejčetnější odpovědí respondentů bylo, že nevyužili jízdy na koni, jelikož mají malé děti, které se neudrží v sedle.

Graf 7: Otázka 8 – Které agroturistické služby jste z nabízených služeb nevyužil/a a proč?



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 8: Otázka 9 – Byl/a jste spokojen/a s kvalitou ubytovacích služeb?



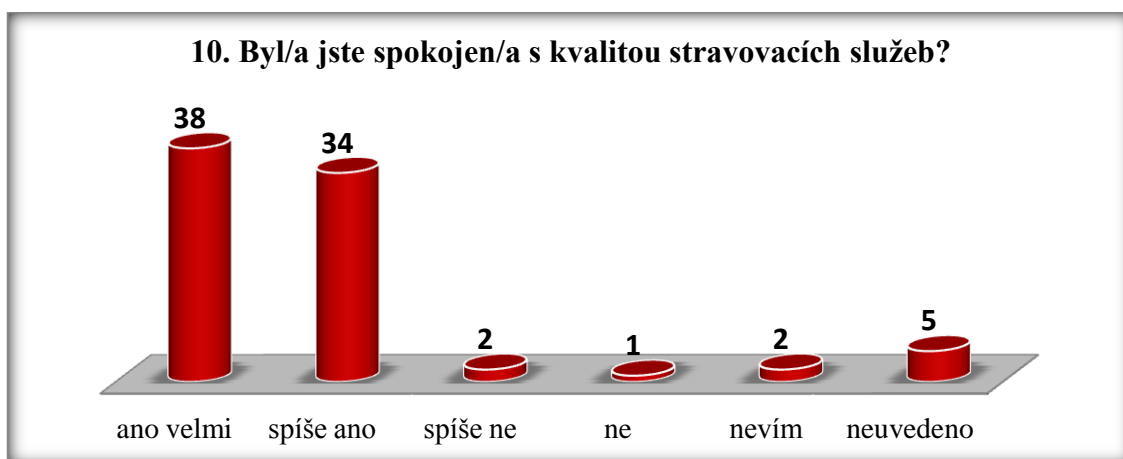
Zdroj: vlastní zpracování

Další graf 8 zobrazuje výsledky otázky 9, zda byl návštěvník agroturistického centra spokojen s kvalitou ubytovacích služeb. Z grafu je patrné, že 56 respondentů z 82 dotazovaných odpovědělo, že bylo velmi spokojeno s ubytovacími službami (68,29 %). Na druhém místě byla pak volena možnost, že návštěvník byl spíše

spokojen, kterou zaznamenalo 24 dotazovaných (29,26 %). Spíše nespokojeni byli pouze 2 respondenti.

Následující graf 9 odpovídá na otázku 10, zda byl návštěvník spokojen s kvalitou stravovacích služeb. Z 82 respondentů odpovědělo 38 (46,34 %), že bylo velmi spokojeno s kvalitou stravovacích služeb. Hned poté, 34 respondentů z 82 dotazovaných odpovědělo, že bylo spíše spokojeno se stravovacími službami (41,46 %). Spíše nespokojeni byli pouze 2 respondenti a nespokojen byl pouze 1 respondent. Dva respondenti nevědí, zda byli spokojeni a 5 respondentů svou spokojenost nevedlo. Těchto 5 respondentů uvedlo, že v místě pobytu stravovacích služeb nevyužili. Porovnáním výsledků ubytovacích a stravovacích služeb bylo zjištěno, že ubytovací služby si stojí mezi hosty daleko lépe, než služby stravovací.

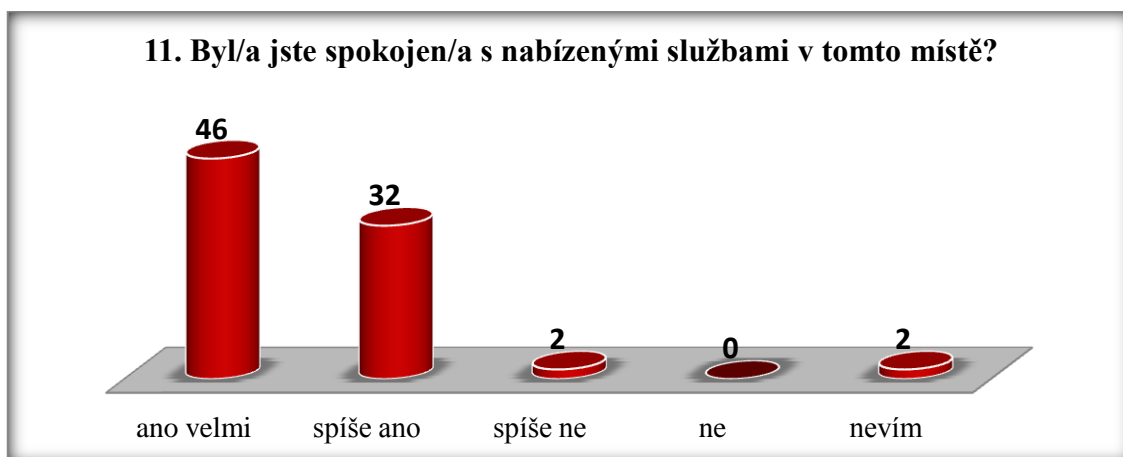
Graf 9: Otázka 10 – Byl/a jste spokojen/a s kvalitou stravovacích služeb?



Zdroj: vlastní zpracování

Další graf 10 zobrazuje odpovědi na otázku 11, zda byli návštěvníci celkově spokojeni se službami v místě pobytu. Z 82 dotazovaných 46 uvedlo, že byli velmi spokojeni s nabízenými službami (56,09 %), 32 pak uvedlo, že byli spíše spokojeni s nabízenými službami (39,02 %). Spíše nespokojeni byli pouze 2 respondenti, přímo nespokojen nebyl žádný. Dva návštěvníci nevědí, zda byli spokojeni.

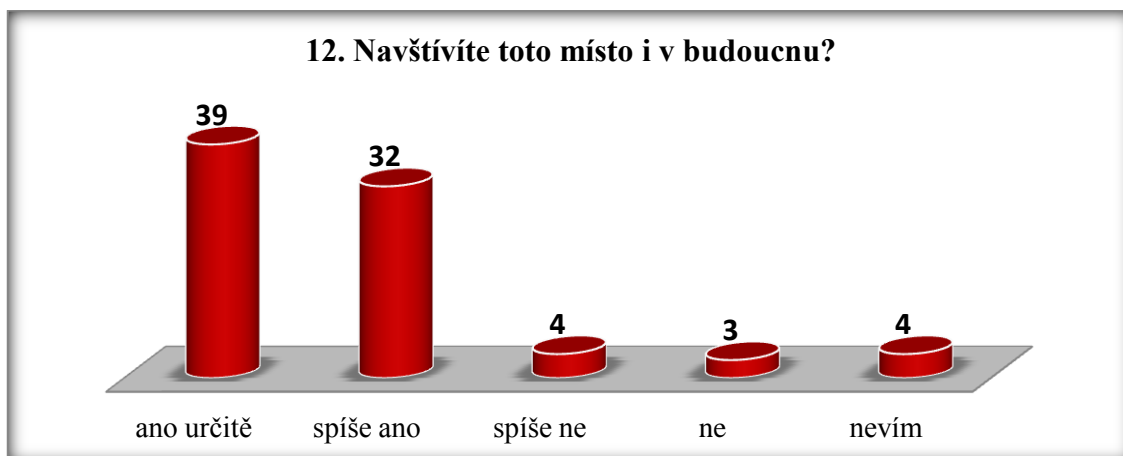
Graf 10: Otázka 11 – Byl/a jste spokojen/a s nabízenými službami v tomto místě?



Zdroj: vlastní zpracování

Následující graf 11 uvádí, zda návštěvníci v budoucnu znovu místo navštíví. Z 82 dotazovaných 39 odpovědělo, že toto místo určitě navštíví znovu (47,56 %). Je patrné, že téměř polovině návštěvníků se v agroturistickém centru velmi líbilo. Je velká pravděpodobnost, že do něj zavítají opětovně. Spíše ano odpovědělo 32 respondentů z 82 dotazovaných (39,02 %), což není málo. Spíše ne pak odpověděli 4 respondenti, ne odpověděli 3 respondenti a 4 neví, zda místo opětovně navštíví.

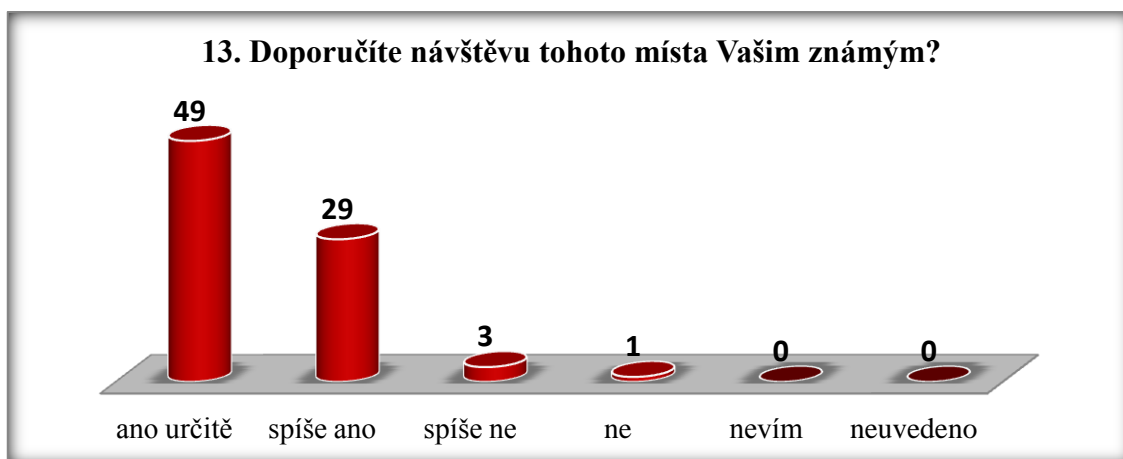
Graf 11: Otázka 12 – Navštívíte toto místo i v budoucnu?



Zdroj: vlastní zpracování

Následující graf 12 odpovídá na otázku 13, zda respondent doporučí návštěvu tohoto místa i jeho známým. Z 82 dotazovaných 49 respondentů odpovědělo, že určité místo doporučí svým známým k návštěvě (59,75 %). Téměř šedesát procent návštěvníků usoudilo, že jsou ochotni sdělit svým známým, že je místo vhodné i pro jejich návštěvu. Spíše ano odpovědělo 29 respondentů (35,36 %) a pouze 3 odpověděli, že spíše nedoporučí místo k návštěvě. Striktní ne odpověděl pouze 1 návštěvník.

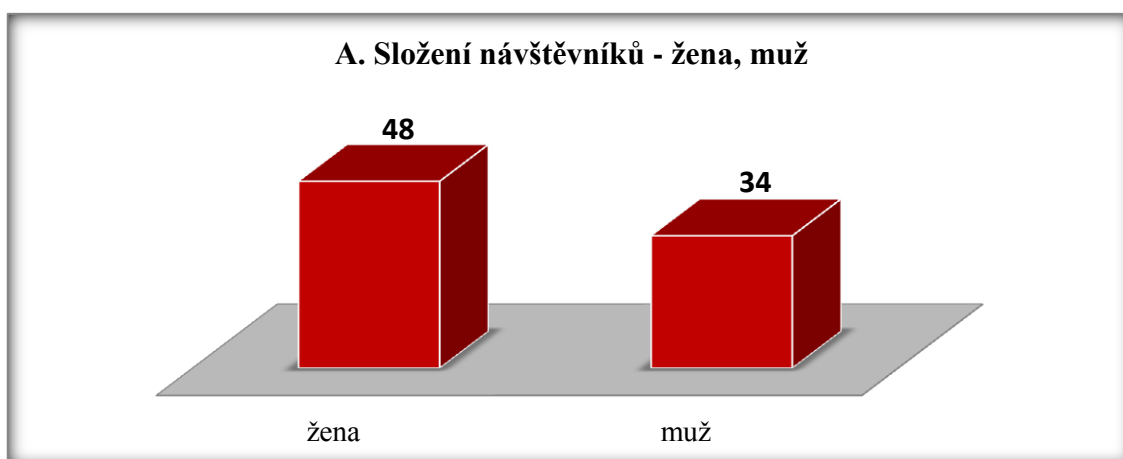
Graf 12: Otázka 13 – Doporučíte návštěvu tohoto místa Vaším známým?



Zdroj: vlastní zpracování

5.1.2 Vyhodnocení statistických dat

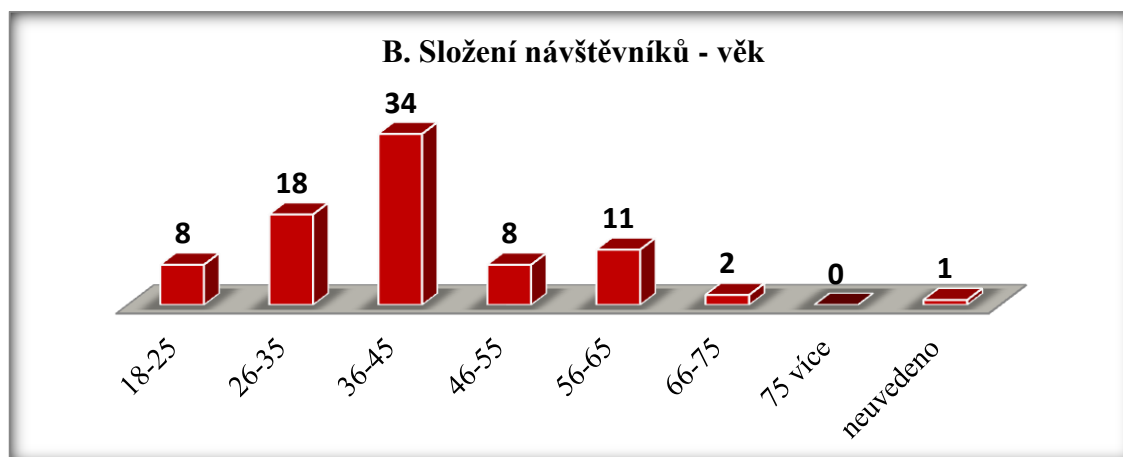
Graf 13: A – Složení návštěvníků – žena, muž



Zdroj: vlastní zpracování

Co se týká složení návštěvníků, více na dotazníkové šetření odpovídaly ženy. Z 82 dotazovaných tvořily 48 ženy (58,54 %). Mužů bylo z 82 dotazovaných 34 (41,46 %).

Graf 14: B – Složení návštěvníků – věk



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 14 uvádí věkové složení respondentů. Nejvíce jich bylo zaznamenáno ve věkovém rozpětí 36 – 46 let (41,46 %). Odpovědělo tak 34 z 82 dotazovaných. Další nejčetnější věkovou skupinu tvořili návštěvníci v rozmezí 26 – 35 let (21,95 %). Uvedlo tak 18 respondentů. Menší četnost byla zaznamenána u návštěvníků ve věkové skupině 46 – 56 let a 18 – 25 let, každá po 8 respondentech (shodně po 9,75 %). Nejmenší zastoupení pak měla skupina ve věku 66 – 75 let. Ve věkové kategorii 75 a více let nebyl zaznamenán žádný návštěvník. Jeden návštěvník nevedl svůj věk.

Následující graf 15 uvádí nejvyšší dokončené vzdělání návštěvníků. Nejvíce respondentů, kteří zavítali do jižních Čech, odpovědělo, že mají vysokoškolské vzdělání, a to 34 respondentů z 82 dotazovaných (41,46 %). Druhou největší skupinou byli návštěvníci se středním vzděláním s maturitou. Uvedlo tak 33 dotazovaných (40,24 %). Méně četnou skupinu tvořilo 12 návštěvníků s vyšším odborným vzděláním (15 %). Se základním a středním vzděláním bez maturity nebyli zaznamenáni žádní návštěvníci. Tři návštěvníci pak nevedli své vzdělání. Je patrné, že o prvenství se dělí

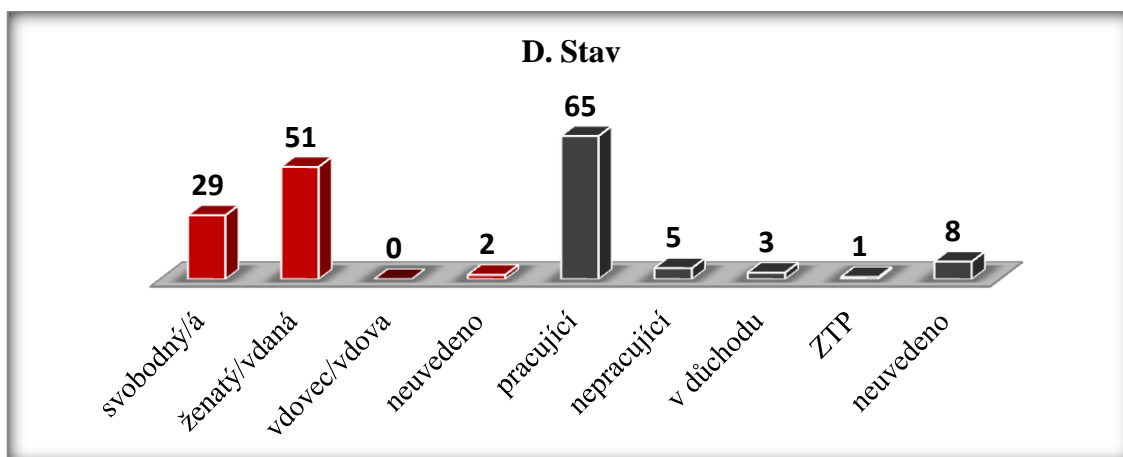
téměř rovným dílem skupiny návštěvníků s vysokoškolským vzděláním a se středoškolským vzděláním s maturitou.

Graf 15: C – Nejvyšší dokončené vzdělání



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 16: D – Stav



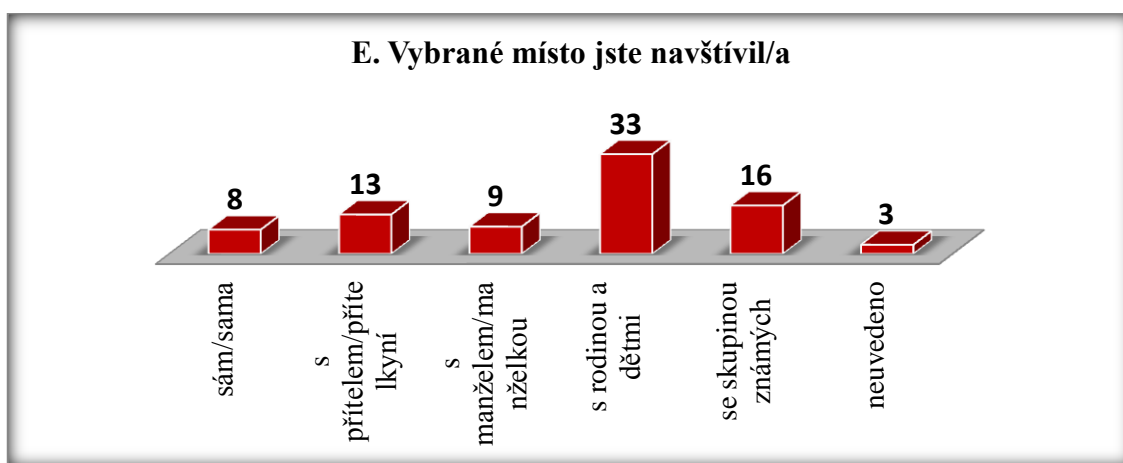
Zdroj: vlastní zpracování

Další graf 16 se zabývá stavem respondentů. Nejvíce respondentů bylo zaznamenáno ve skupině ženatý/vdaná, a to 51 respondentů (62,19 %). Druhou nejčetnější skupinou pak byli svobodní s 29 respondenty. Dva respondenti neuvedli svůj stav.

Dále bylo zkoumáno (znázorněno šedivými sloupci), zda respondenti pracují či nepracují, jsou v důchodu anebo jsou zdravotně postižení. Největší četnost byla zaznamenána u skupiny pracujících, kterou tvoří 65 respondentů (79,26 %), 8 nevedlo svůj stav, 5 respondentů bylo zaznamenáno jako nepracující, 3 v důchodu a 1 zdravotně postižený. Z grafu je zřejmé, že nejvyšší podíl mají ženatí či vdané, kteří jsou pracující.

Graf 17 znázorňuje, s kým daný respondent vyplňující dotazník navštívil vybrané místo. Bylo zjištěno, že nejpočetnější skupinou návštěvníků v jižních Čechách tvořily rodiny s dětmi, což odpovídá 33 respondentům z 82 dotazovaných (40,24 %). Další nejpočetnější skupinou pak byly skupiny známých s 16 respondenty z 82 dotazovaných (19,51 %). Třetí nejpočetnější skupina pak navštívila místo s přítelem či přítelkyní. Tomu odpovídá 9 respondentů z 82 dotazovaných (10,97 %). Nejméně početnou skupinou jsou ti, co navštívili místo sami. Tři respondenti nevedli, s kým dané místo navštívili.

Graf 17: E – S kým jste navštívil/a vybrané místo?



Zdroj: vlastní zpracování

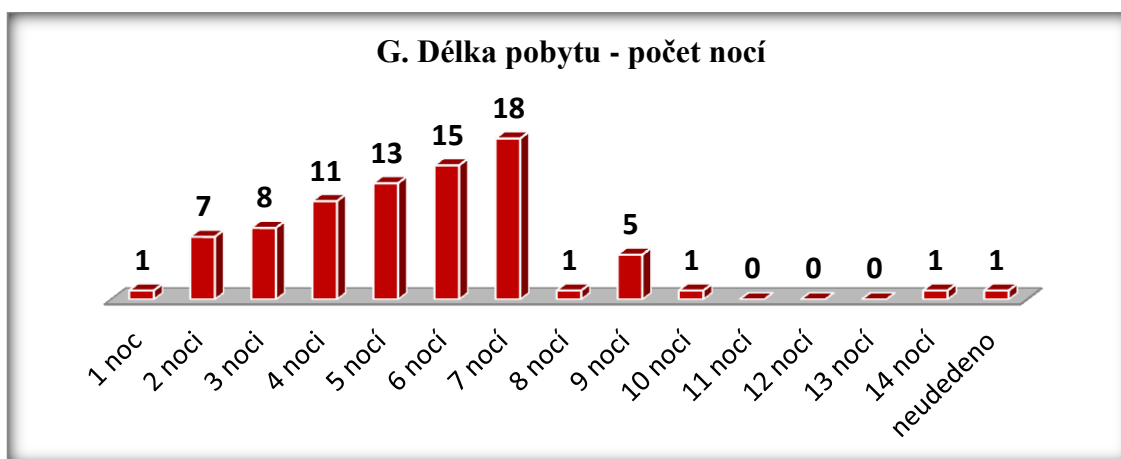
Následující tabulka 18 uvádí, z jakého města návštěvníci přijeli. Nejčetnější skupinu tvoří návštěvníci z Prahy, Plzně, Českých Budějovic a Brna.

Tabulka 18: F – Četnost návštěv z jednotlivých měst

Četnost návštěvy	Město
1x	Litoměřice, Soběslav, Klatovy, Strakonice, Slovensko Španělsko
2x	Děčín, Tábor, Liberec, Zlín, Olomouc, Český Krumlov, Cheb, Česká Lípa, neuvedeno
3x	Benešov u Prahy, Mělník, Písek
4x	Most
5x	Brno
6x	České Budějovice
7x	Plzeň
27x	Praha

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 18: G – Délka pobytu – počet nocí



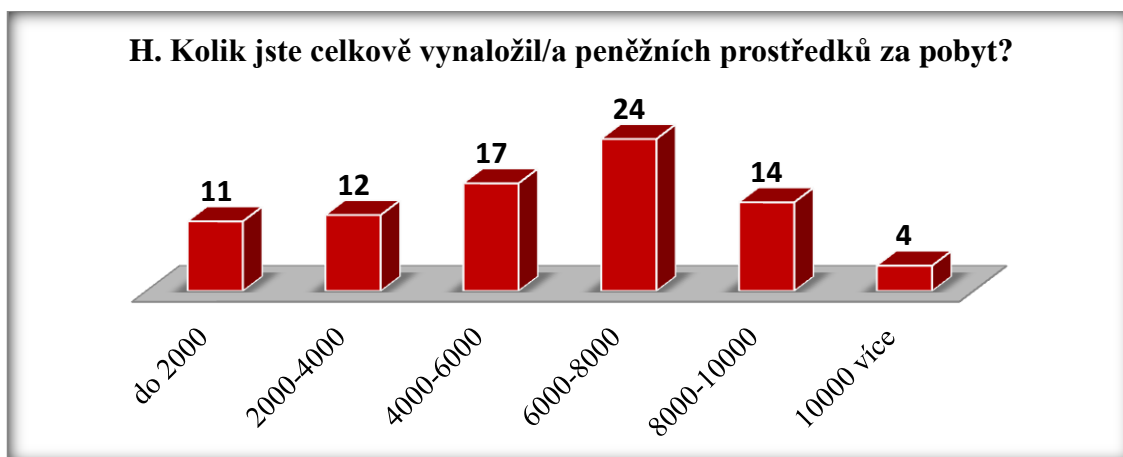
Zdroj: vlastní zpracování

Graf 18 se zabývá tím, kolik nocí daní návštěvníci strávili v místě pobytu. Nejčtenější výskyt tvořil pobyt se sedmi nocemi, což odpovídělo 18 respondentů z 82 dotazovaných (21,95 %). Dále se hojněji vyskytovaly i pobyty na 6 nocí s 15 respondenty (18,29 %) a 5 nocí se 13 respondenty (15,85 %). Dalšími nejčtenějšími výskyty byly pobyt se 4 nocemi, následně pak se 3 nocemi a 2 nocemi. Nejdelší pobyt, a to na 14 nocí, byl zaznamenán jen u jednoho návštěvníka. Na 1, 8 a 10 nocí také přijel

vždy jeden návštěvník. Jeden návštěvník neuvedl délku pobytu. Ostatní délky pobytu byly na 9 nocí.

Graf 19 zaznamenává přehled celkově vynaložených prostředků za pobyt. V jižních Čechách utratili návštěvníci nejvíce finančních prostředků v rozmezí 6000 – 8000 Kč. Tato skupina tvoří 24 respondentů (29,26 %). Další nejčetnější výskyt pak byl zaznamenán u skupiny, která vynaložila množství peněžních prostředků mezi 4000 – 6000 Kč. Což je 17 respondentů (20,73 %). Třetí nejčetnější skupina vynaložila peněžní prostředky v rozmezí 8000 – 10 000 Kč, což uvedlo 14 respondentů (17,07 %). Jedenáct respondentů uvedlo, že vynaložené finanční prostředky nepřesáhly 2000 Kč. Pouze 4 návštěvníci uvedli, že finanční výdaje přesáhly 10 000 Kč.

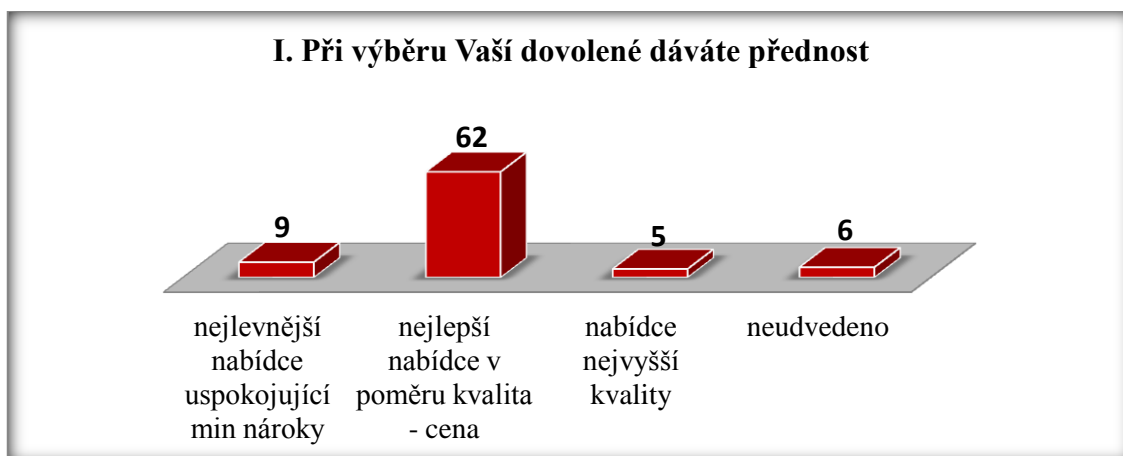
Graf 19: H – Množství vynaložených peněžních prostředků



Zdroj: vlastní zpracování

Poslední graf 20 z oblasti jižních Čech uvádí preference při výběru dovolené. Nejvíce odpovědí bylo zaznamenáno u možnosti nejlepší nabídka v poměru kvalita a cena. Tuto možnost zvolilo 62 respondentů z 82 dotazovaných (75,61 %). Druhou nejčetnější odpovědí pak byla možnost nejlevnější nabídka uspokojující minimální nároky, což uvedlo 9 respondentů (10,97 %). Nabídce nejvyšší kvality pak dává přednost 5 respondentů (6,09 %). Zbytek respondentů své preference nezveřejnil.

Graf 20: I – Preference při výběru dovolené

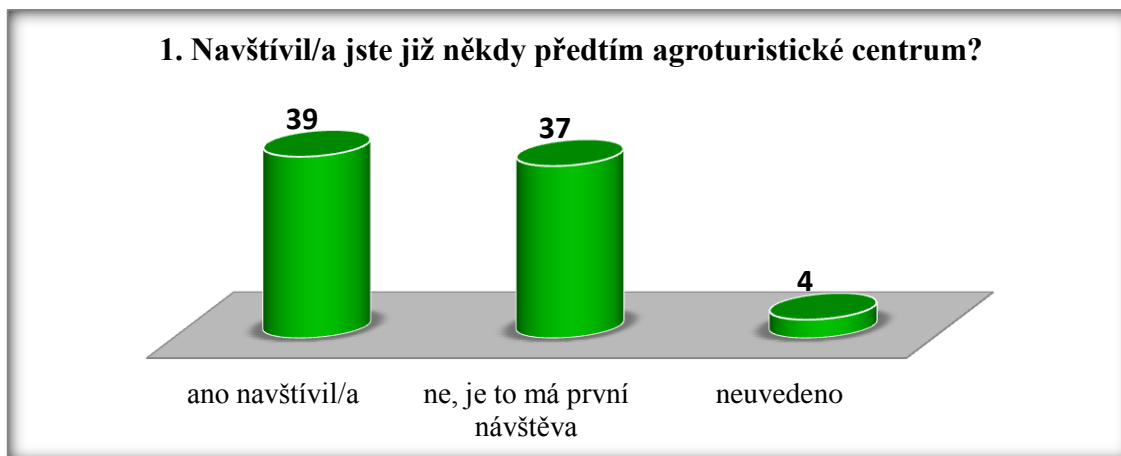


Zdroj: vlastní zpracování

5.2 Oblast západní Čechy

5.2.1 Vyhodnocení spokojenosti s nabízenými službami

Graf 21: Otázka 1 – Navštívil/a jste již někdy předtím agroturistické centrum?

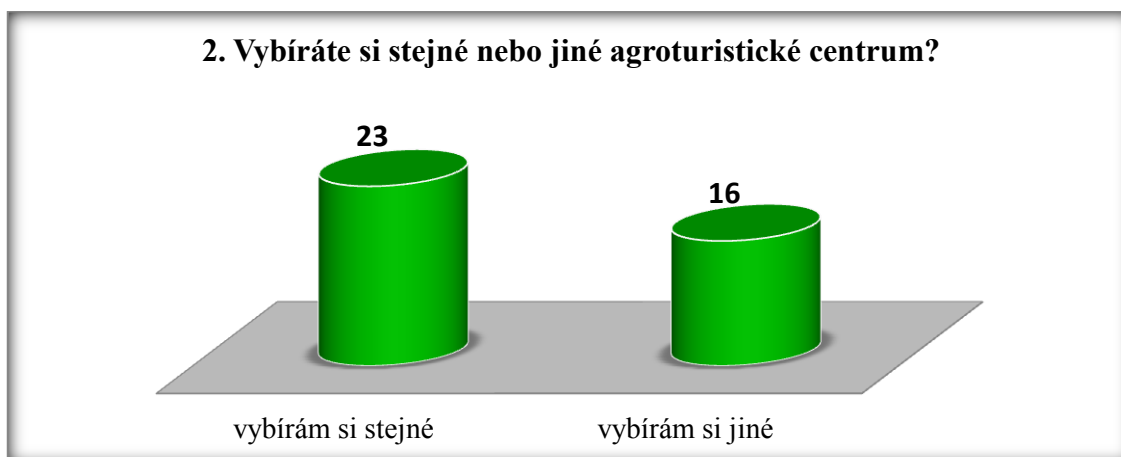


Zdroj: vlastní zpracování

První graf pro oblast západní Čechy zobrazuje odpověď na otázku, zda daný návštěvník již někdy navštívil agroturistické centrum. Je patrné, že poměr mezi těmi, co agroturistické centrum někdy navštívilo a těmi, co jej ještě nikdy předtím nenavštívilo je vyrovnaný. Z 80 dotazovaných 39 uvedlo, že již agroturistické centrum někdy navštívilo (48,75 %). Ne, je to má první návštěva odpovědělo 37 respondentů z 80 dotazovaných (46,25 %). Čtyři neuvedli, zda někdy předtím navštívili či nenavštívili nějaké agroturistické centrum.

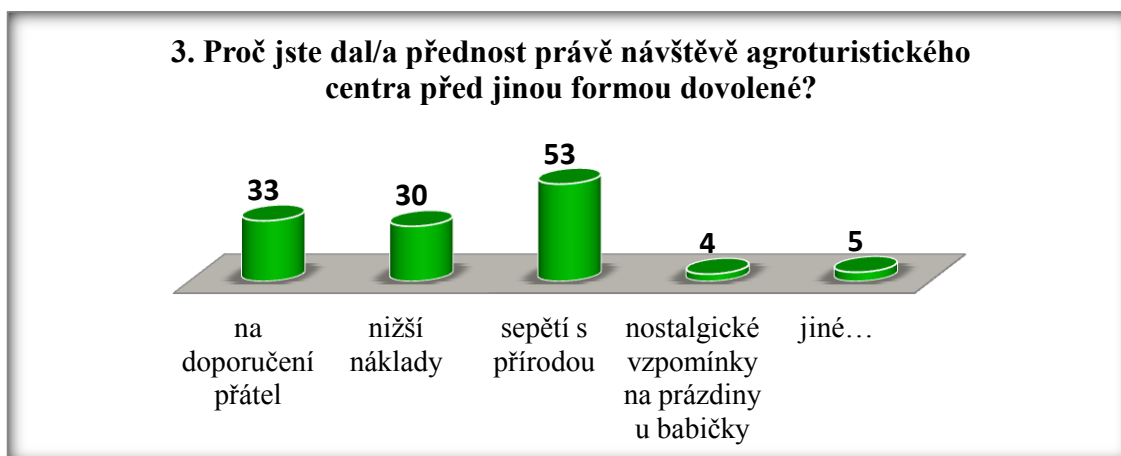
Další graf navazuje na graf první. Zabývá se otázkou, zda respondenti, kteří již navštívili agroturistické centrum navštěvují stejné centrum, anebo si vybírají k návštěvě jiné. Z grafu je vidět, že více jak polovina dotazovaných, konkrétně 23 dotazovaných z 39 (58,97 %), navštěvuje opakovaně to samé agroturistické centrum, 16 respondentů (41,02 %) si vybírá k návštěvě jiné agroturistické centrum. Je vidět, že téměř šedesát procent z těch návštěvníků, co již někdy předtím byli v agroturistické centrum, se do voleného centra neustále vrací. Z celkového počtu respondentů je podíl těch, co se vrací do agroturistického centra 28,75 %, což není zanedbatelné číslo.

Graf 22: Otázka 2 – Vybíráte si stejné nebo jiné agroturistické centrum?



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 23: Otázka 3 – Proč jste dal/a přednost právě návštěvě agroturistického centra před jinou formou dovolené?

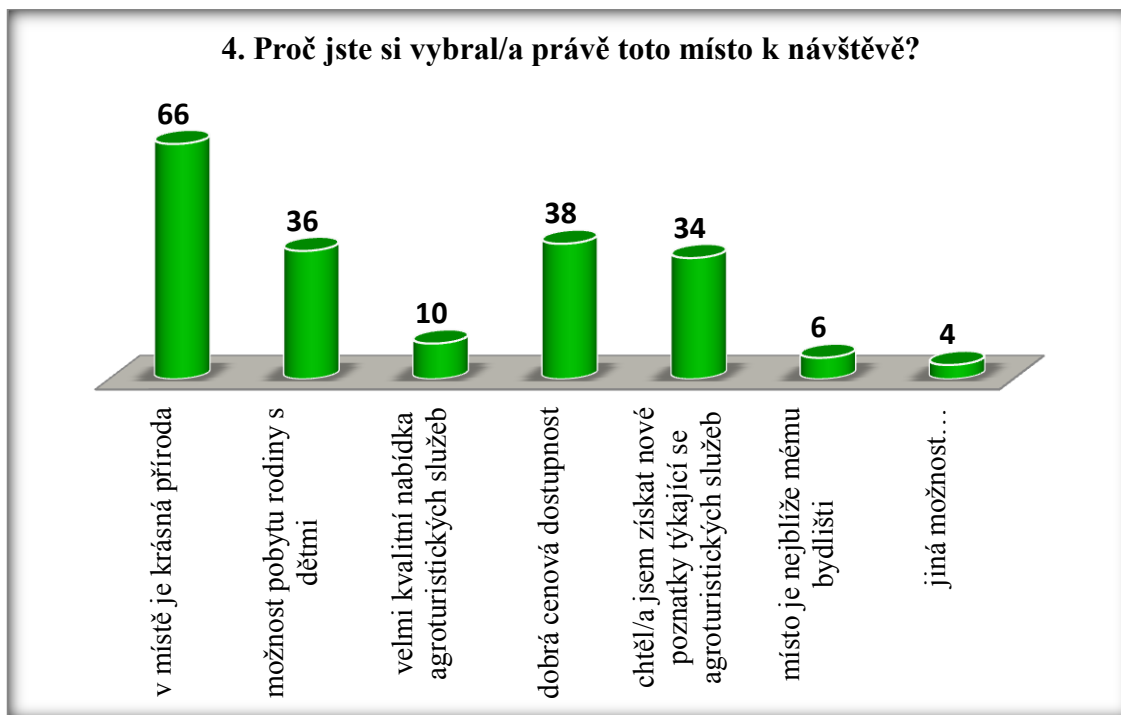


Zdroj: vlastní zpracování

Další graf 23 odpovídá na otázku 3, proč dali návštěvníci přednost pobytu v agroturistickém centru před jinou formou dovolené. U této otázky mohli zvolit respondenti i více odpovědí. Sepětí s přírodou, kterou zvolilo 53 respondentů, bylo nejdůležitějším důvodem, proč si host vybral právě dovolenou v navštíveném agroturistickém centru. Na doporučení přátel si zvolilo dovolenou 33 respondentů a díky nižším nákladům si tuto formu dovolené vybralo 30 respondentů. Z grafu je patrné, že tyto dvě odpovědi jsou velmi vyrovnané. Nostalgické vzpomínky

na prázdniny u babičky zvolili 4 respondenti a 5 respondentů odpovědělo i na jinou možnost, do které zahrnuli - turistika a sport, relaxace, nedostatek peněz na zahraniční dovolenou.

Graf 24: Otázka 4 – Proč jste si vybral/a právě toto místo k návštěvě?



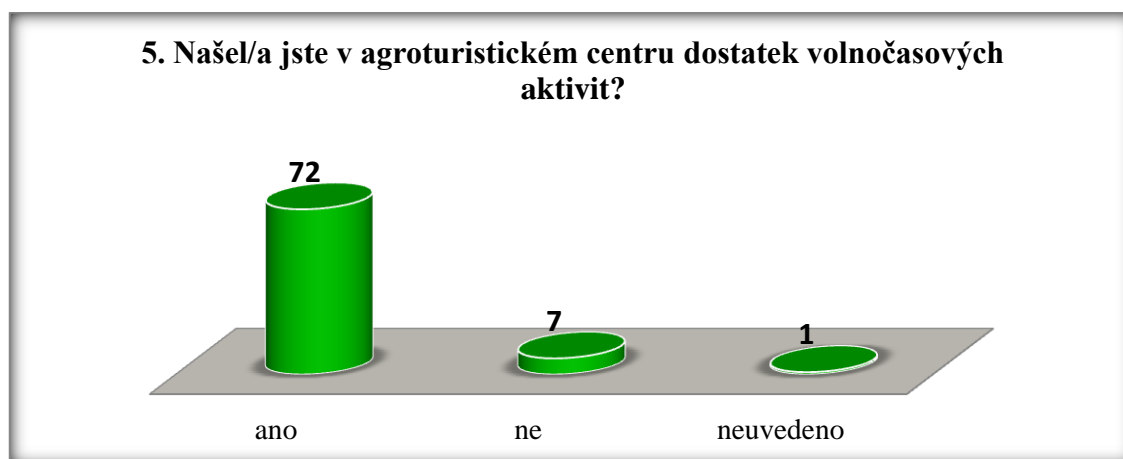
Zdroj: vlastní zpracování

Další graf 24 odpovídá na otázku 4, proč si návštěvníci zvolili právě toto místo k návštěvě (rozuměno jedno ze třech zkoumaných míst). U této otázky mohli respondenti zaškrtnout i více odpovědí. Při výběru dovolené návštěvníci nejvíce preferovali krásnou přírodu v místě návštěvy. Tu zvolilo 66 respondentů. Celkem vyrovnaně si stojí druhá, třetí a čtvrtá odpověď. Druhou nejčastější odpovědí u 38 respondentů byla zvolena dobrá cenová dostupnost. Třetí nejčastější odpověď, možnost pobytu rodin s dětmi, byla zachycena u 36 respondentů. To, že chce získat návštěvník nové zkušenosti a poznatky s agroturistickými službami, byla zvolena 34 krát, což ji řadí na čtvrtou pozici. Poslední 3 možnosti zaznamenaly opět vyrovnanější výsledky, ale s menším podílem. U 10 respondentů byla zvolena možnost, že agroturistické centrum navštívili díky velmi kvalitním agroturistickým službám,

6 respondentů navštívilo centrum díky tomu, že bydlí v jeho blízkosti a 4 respondenti zvolili i jinou odpověď. Do té zahrnuli odpovědi typu - nepoznaná krajina, návštěva památek, poznání ČR anebo volno s kamarády.

Následující graf 25 je zobrazením odpovědí na otázku 5, zda našel návštěvník agroturistického centra dostatek volnočasových aktivit. Z 80 dotazovaných odpovědělo 72 respondentů, že v agroturistickém centru našlo dostatek volnočasových aktivit (90 %). Spokojenost je tedy velmi vysoká. Sedm pak uvedlo, že s množstvím volnočasových aktivit nebylo spokojeno. Jeden se pak k této otázce nevyjádřil.

Graf 25: Otázka 5 – Našel/a jste v agroturistickém centru dostatek volnočasových aktivit?

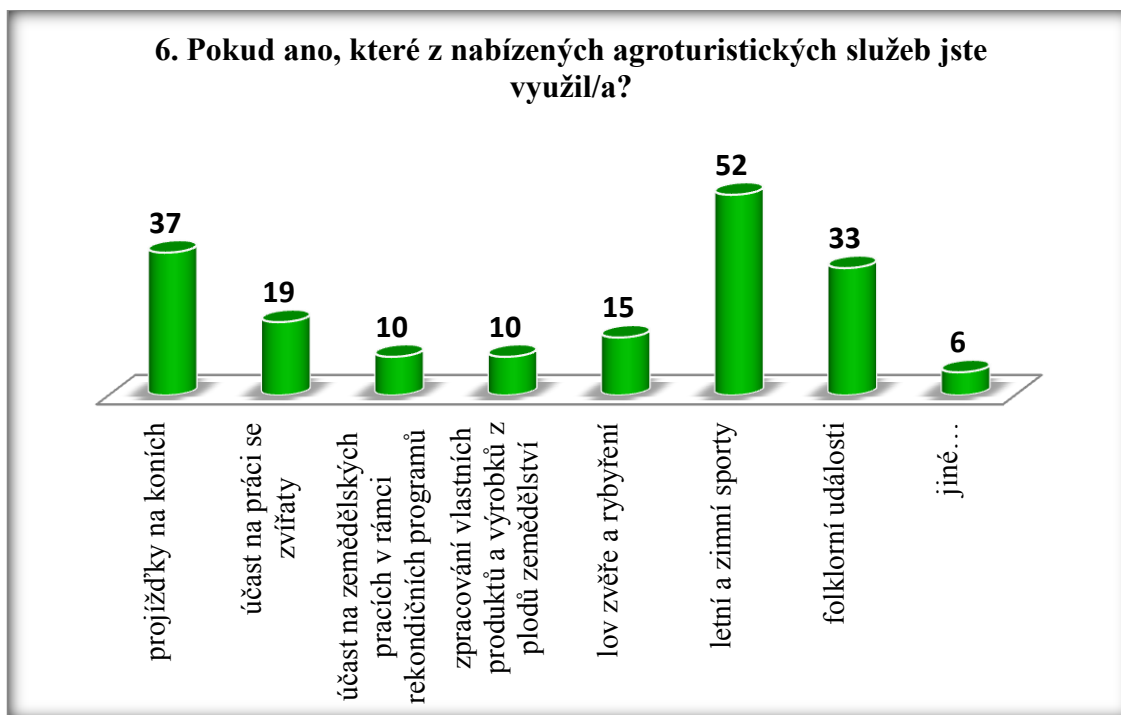


Zdroj: vlastní zpracování

Na předcházející otázku navazuje otázka 6, která je znázorněná na dalším grafu 26. Tento graf zobrazuje, jaké agroturistické služby návštěvníci využili, pokud odpověděli, že byli spokojeni s nabídkou volnočasových aktivit. U této otázky mohli zaškrtnout i více odpovědí. Nejvíce návštěvníci využívali možnosti zimních a letních sportů, kterou zvolilo 52 respondentů. Jako druhá nejčtenější odpověď pak byla respondenty zvolena možnost projížděk na koních, a to 37 krát. Folklorní události byly preferovány 33 respondenty, tudíž se řadí na třetí pozici. Méně se návštěvníci účastnili na pracích se zvířaty, které zvolilo jen 19 respondentů a lovu zvěře a rybaření, které zaznamenalo 15 respondentů. Vyrovnaný je počet u prací v rámci rekondičních programů a zpracování vlastních produktů a výrobků z plodů zemědělství. Tady bylo

zaznamenáno shodně 10 respondentů. Pouhých 6 respondentů zaznamenalo i jinou možnost, kam uvedli – navštívení pamětihodností, turistiku, nordic walking a wellness.

Graf 26: Otázka 6 – Pokud ano, které z nabízených agroturistických služeb jste využil/a?



Zdroj: vlastní zpracování

V následující tabulce 19 jsou zaneseny odpovědi respondentů, kteří uvedli, že nebyli spokojeni s nabízenými službami v daném agroturistickém centru. Mohli zaznamenat i více odpovědí. V otázce 5 uvedlo 7 respondentů, že nebylo spokojeno s nabízenými službami. Šest respondentů odpovědělo i na tuto otázku, i když uvedli, že spokojeni byli nebo spokojenost neuvedli.

Nejčtenější byla odpověď, že návštěvníci nenalezli v nabízených službách dostatečné množství aktivit pro své děti. Jako další byly uvedeny zemědělské práce a výroba a řemeslná činnost. Návštěvníkům také chyběla možnost zpracování vlastních produktů či vlastní výroba sýra. Je vidět, že návštěvníci touží po tom, aby si mohli zpracovat a vyrobit své produkty sami. Další výsledky jsou uvedeny v tabulce.

Tabulka 19: Otázka 7 – Pokud ne, jaké agroturistické služby byste uvítal/a, ty které nebyly v místě pobytu?

Odpověď	Počet respondentů
rybaření - nemám rád ryby	1 x
pěší turistika	1 x
stříhání ovcí	1 x
sběr lesních plodů	1 x
relaxační činnost	1 x
folklorní události, protože mám malé děti	1 x
vlastní výroba sýra	2 x
zpracování vlastních produktů	2 x
výroba a řemeslná činnost	3 x
zemědělské práce	3 x
málo aktivit pro děti	5 x

Zdroj: vlastní zpracování

Následující graf 27 odpovídá na otázku 8, které z nabízených agroturistických služeb návštěvníci nevyužili a popřípadě proč. Tuto otázku vynechalo celkem 34 respondentů z 80 dotazovaných. U jiné odpovědi respondenti mohli volit i více možností nevyužitých agroturistických služeb. Šetřením bylo zjištěno, že lidé nevyužili tyto služby – jízda na koni - nemám zkušenosti, jízda na koni - bojím se, jízda na koni - mám problémy s kyčelním kloubem, práce na farmě - chtěl jsem odpočívat, myslivost, cykloturistika - nerada šlapu do kopce, lov zvěře, letní a zimní sporty, účast na zemědělských pracích, masáže.

Jízdu na koni, protože mám malé děti a neudrží se v sedle, zvolilo 14 respondentů. Tentýž počet zaznamenala i odpověď, nevyužití dlouhých procházek s poznáváním stromů.

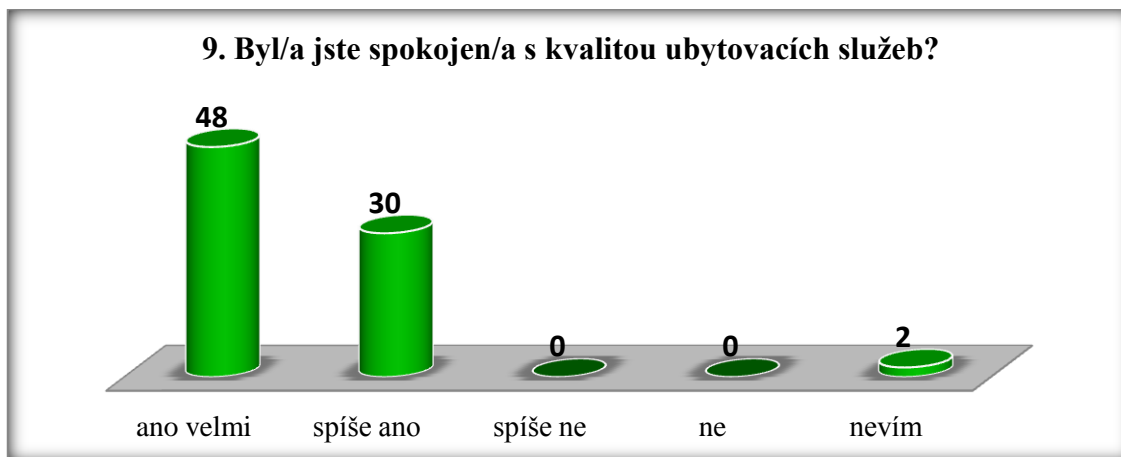
Graf 27: Otázka 8 – Které agroturistické služby jste z nabízených služeb nevyužil/a a proč?



Zdroj: vlastní zpracování

Otázka 9 zjišťuje spokojenost návštěvníků s kvalitou ubytovacích služeb. Z grafu je vidět, že velmi spokojeno bylo 48 respondentů z 80 dotazovaných (60 %). Spíše spokojeno bylo 30 respondentů (37,5 %) a 2 respondenti nevědí, zda byli spokojeni. Z průzkumu vyplývá, že návštěvníci v západních Čechách jsou z 60 % velmi spokojeni s nabídkou ubytovacích služeb, což je slušný výsledek.

Graf 28: Otázka 9 – Byl/a jste spokojen/a s kvalitou ubytovacích služeb?

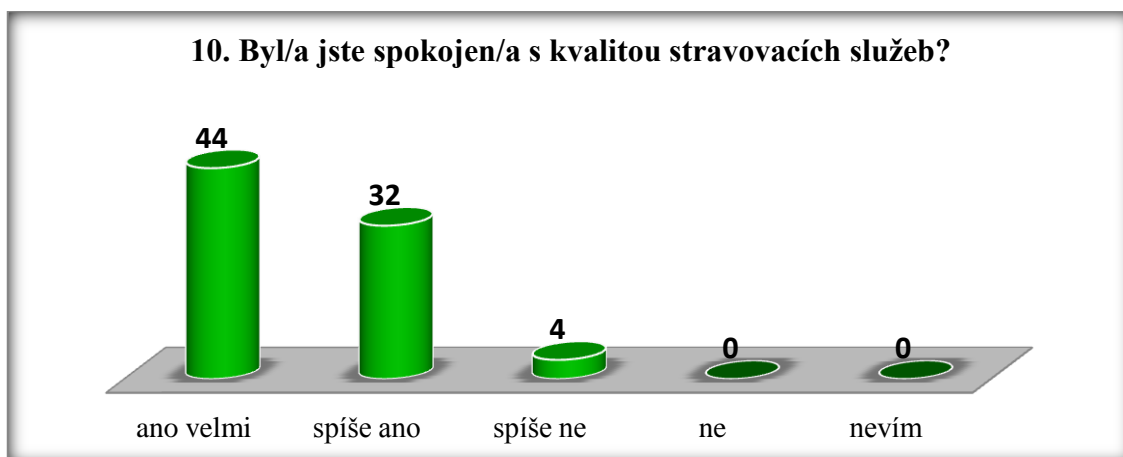


Zdroj: vlastní zpracování

Otázka 10 zjišťuje, jak byli návštěvníci spokojeni s kvalitou stravovacích služeb. Z grafu je patrné, že z 80 dotazovaných bylo 44 respondentů spokojeno velmi, 32 pak

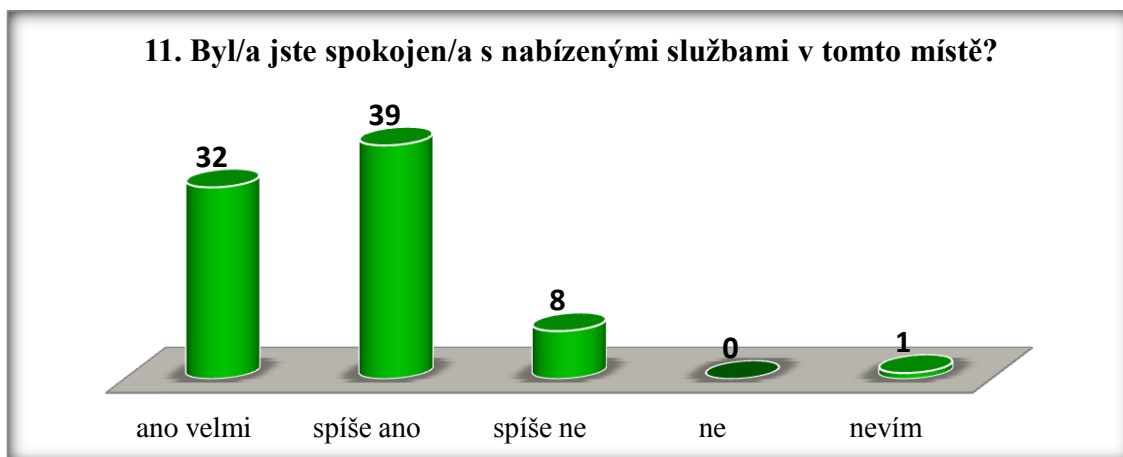
uvedlo, že je spíše spokojeno. Spíše nespokojeni byli 4 návštěvníci. Celkový výsledek je tedy takový, že 55 % návštěvníků je velmi spokojeno s nabídkou stravovacích služeb a 40 % návštěvníků je spokojeno spíše. Kvalita ubytovacích a stravovacích služeb je návštěvníky v západních Čechách vnímána téměř shodně, s menší převahou služeb ubytovacích.

Graf 29: Otázka 10 – Byl/a jste spokojen/a s kvalitou stravovacích služeb?



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 30: Otázka 11 – Byl/a jste spokojen/a s nabízenými službami v tomto místě?



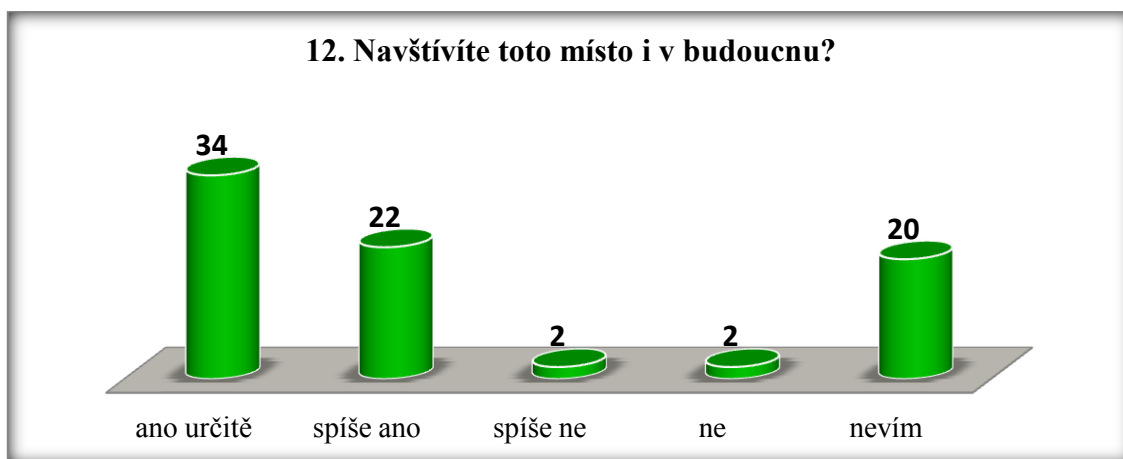
Zdroj: vlastní zpracování

Další graf 30 odpovídá na otázku 11, zda byl návštěvník spokojen s nabízenými službami v tomto místě. V západních Čechách bylo spíše spokojeno nejvíce

návštěvníků a to 39 z 80 dotazovaných. Velmi spokojeno pak bylo 32 návštěvníků. Spíše nespokojeno bylo 8 návštěvníků a jeden svou spokojenost nevěděl.

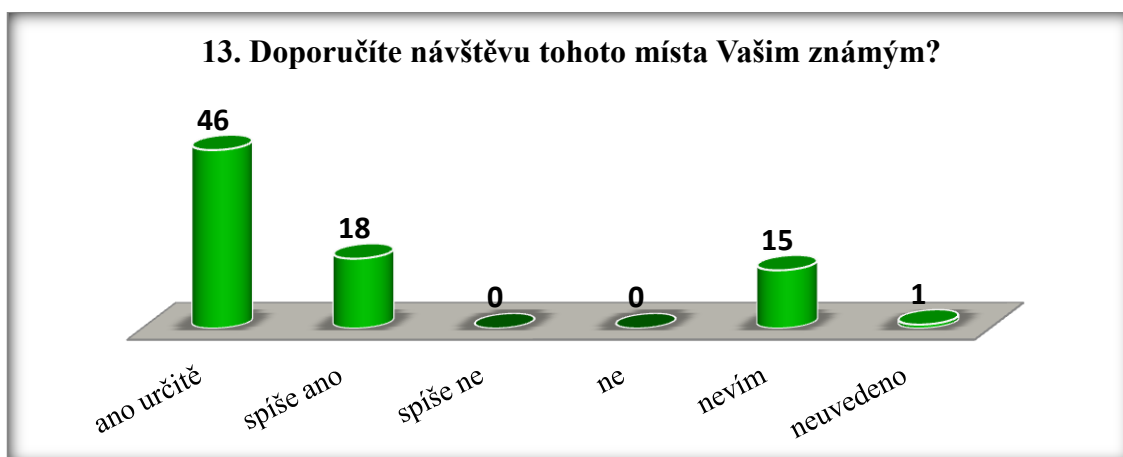
Další graf odpovídá na otázku 12, zda navštíví host místo i v budoucnu. Z 80 dotazovaných 34 uvedlo, že místo navštíví zcela určitě (42,5 %). Návštěvu uskuteční spíše 22 dotazovaných (27,5 %). Dva spíše místo nenavštíví a 2 se rozhodli, že místo nenavštíví vůbec. Překvapivě 20 respondentů neví (25 %), zda místo v budoucnu chce ještě navštívit.

Graf 31: Otázka 12 – Navštívíte toto místo i v budoucnu?



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 32: Otázka 13 – Doporučíte návštěvu tohoto místa Vaším známým?



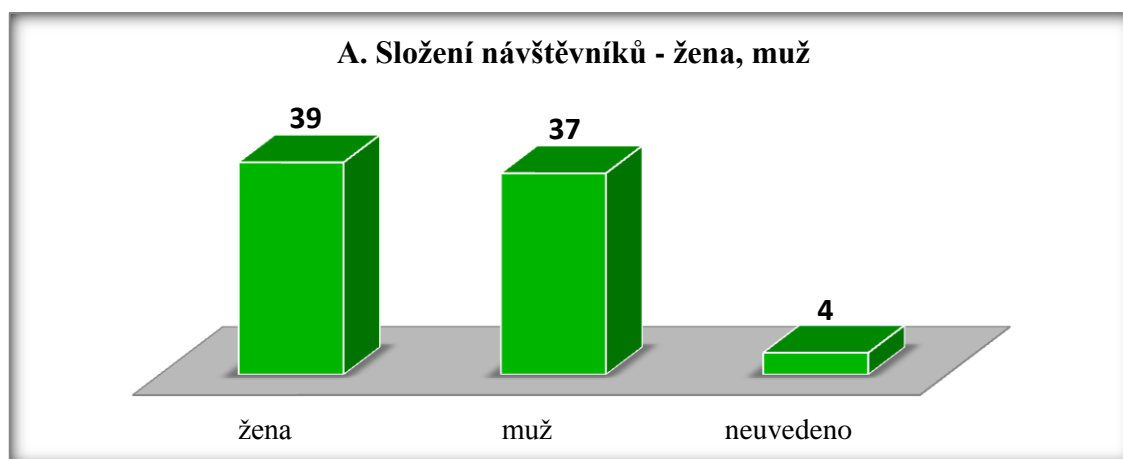
Zdroj: vlastní zpracování

Poslední graf z této části zobrazuje odpovědi na otázku 13, zda doporučí návštěvu tohoto místa i svým známým. Z 80 dotazovaných 46 uvedlo, že místo svým známým doporučí zcela určitě (57,5 %). Spíše doporučí návštěvu 18 respondentů (22,5 %) a 15 respondentů uvedlo, že neví, zda místo k návštěvě doporučí (18,75 %). Jeden neuvedl své rozhodnutí. Průzkum ukázal, že téměř šedesát procent respondentů doporučí svým známým totéž místo k pobytu.

5.2.2 Vyhodnocení statistických dat

Z následujícího grafu je patrné, že z celkového počtu 80 dotazovaných tvoří 39 ženy (48,75 %) a 37 muži (46,25 %). Svoje pohlaví neuvedli 4 návštěvníci. Poměr mezi ženami a muži je tedy vcelku vyrovnaný s menší převahou žen.

Graf 33: A – Složení návštěvníků – žena, muž

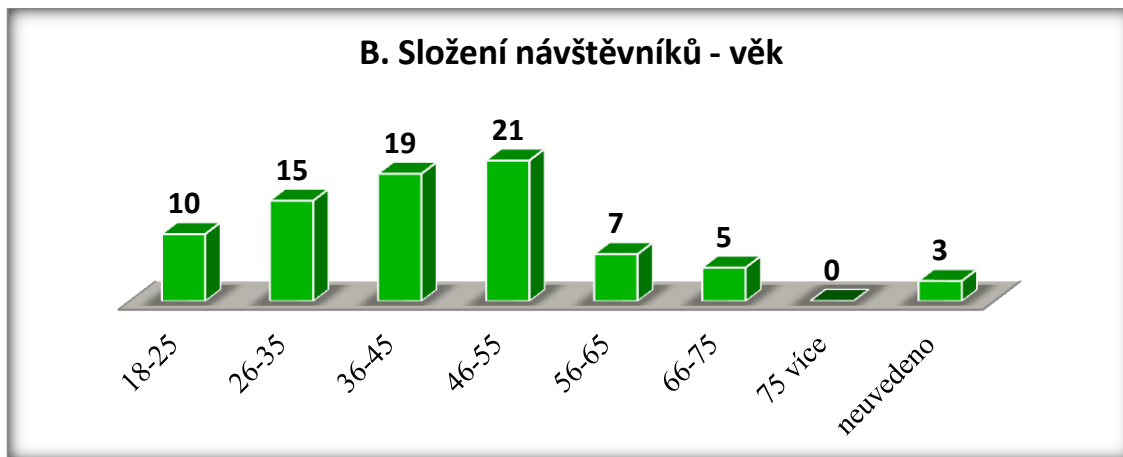


Zdroj: vlastní zpracování

Na dalším grafu 34 je zachyceno složení návštěvníků z hlediska věku. Nejvíce návštěvníků bylo zachyceno ve věkové kategorii 46 – 56 let s 21 respondenty z 80 dotazovaných (26,25 %), ale převaha ve srovnání s druhou nejčetnější věkovou skupinou není velká. Druhou nejčetnější věkovou skupinou bylo pak věkové rozpětí 36 – 46 let s 19 respondenty (23,75 %). Věková skupina 26 – 35 let s 15 respondenty (18,75 %) byla pak třetí nejčetnější. Následuje věková kategorie 18 – 25 let, kam spadá 10 respondentů (12,5 %). Vyrovnanějšími věkovými kategoriemi jsou pak 56 – 65 let,

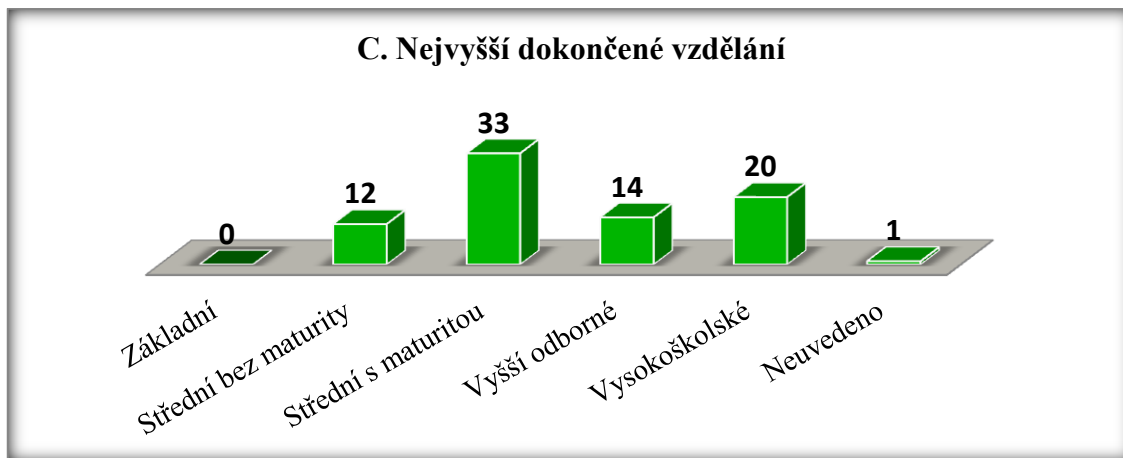
což zaznamenalo 7 respondentů a 66 – 75 let s 5 respondenty. Svůj věk nevedli 3 respondenti. Ve věkové kategorii 75 a více let nebyl zaznamenán žádný návštěvník.

Graf 34: B – Složení návštěvníků - věk



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 35: C – Nejvyšší dokončené vzdělání



Zdroj: vlastní zpracování

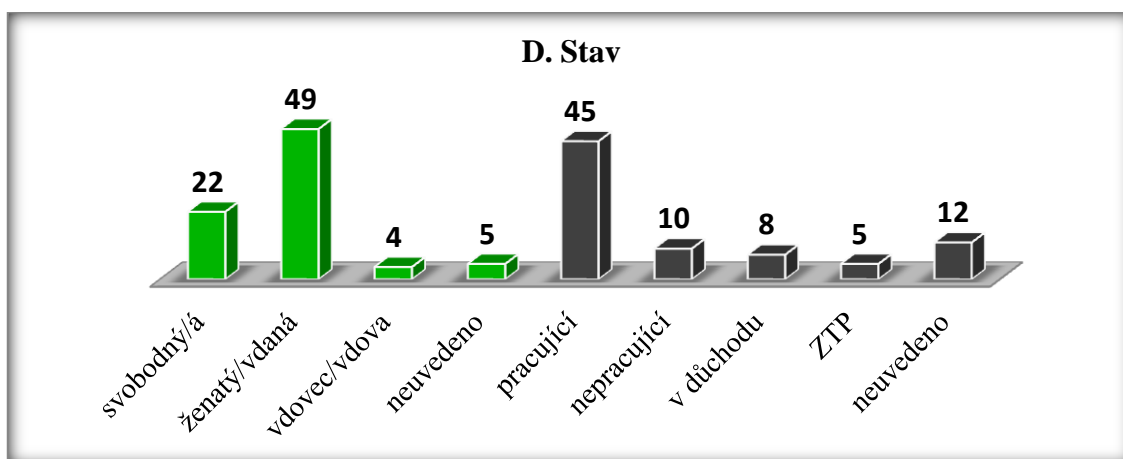
Graf 35 popisuje rozložení vzdělanosti návštěvníků. Respondenti ve 33 případech z 80 uvedli, že jejich nejvyšší dokončené vzdělání je střední s maturitou (41,25 %). Druhou nejčetnější skupinou s 20 respondenty jsou vysokoškolsky vzdělání (25 %). Na třetím místě je pak skupina s vyšším odborným vzděláním se 14 respondenty (17,5 %). Hned poté jsou středoškolsky vzdělání bez maturity

se 12 respondenty (15 %). Návštěvník se základním vzděláním nebyl žádný a jeden své vzdělání nevedl.

Následující graf 36 zobrazuje stav všech návštěvníků. Nejvíce bylo zaznamenáno návštěvníků v kategorii ženatý/vdaná se 49 respondenty z 80 dotazovaných (61,25 %). Druhou nejčetnější skupinou byli svobodní s 22 respondenty (27,5 %). Ve skupině vdovec/vdova pak byli zaznamenáni 4 respondenti a 5 respondentů nevedlo svůj stav.

Pracujících bylo zaznamenáno z 80 respondentů 45 (56,25 %), 12 respondentů nevedlo, zda pracuje či nepracuje (15 %). Nepracujících bylo zaznamenáno 10 (12,5 %) a v důchodu 8 respondentů (10 %). Zdravotně postižených bylo 5 (6,25 %). Z grafu je patrné, že nejčastější návštěvník byl ženatý/vdaná a zároveň pracující.

Graf 36: D – Stav

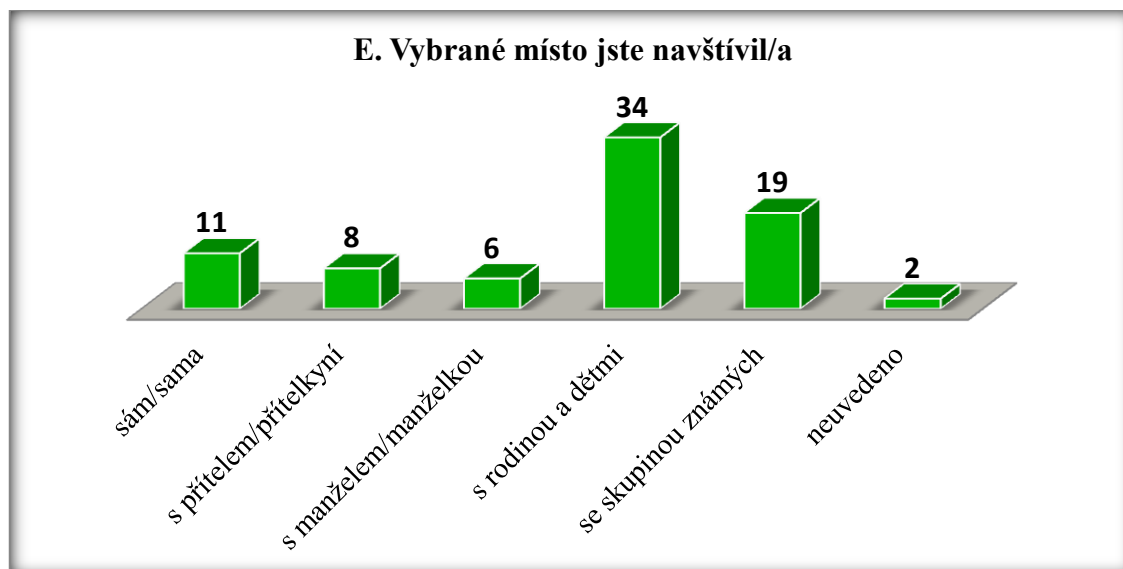


Zdroj: vlastní zpracování

Další graf E odpovídá na otázku, s kým návštěvník na vybrané místo zavítal. Nejčetnější skupinou respondentů byli ti, co navštívili místo se svou rodinou a dětmi. Takových bylo 34 z 80 dotazovaných (42,5 %). Druhou nejčetnější skupinu tvořili návštěvníci, kteří zavítali na místo se skupinou známých. Bylo jich 19 z 80 dotazovaných (23,75 %). Třetí nejpočetnější skupinou byli ti, co navštívili místo sami. A to 11 respondentů z 80 dotazovaných (13,75 %). Další skupiny byly tvořeny

respondenty, kteří navštívili místo s přítelem nebo přítelkyní (8 respondentů) a s manželem či manželkou (6 respondentů). Dva nevedli, s kým místo navštívili.

Graf 37: E – S kým jste navštívil/a vybrané místo?



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 20: F – Četnost návštěv z jednotlivých měst

Četnost návštěvy	Město
1x	Pust', Pardubice, Hradec Králové, Kadaň, Teplice, Jirkov, Ústí nad Labem, Tachov, Jindřichův Hradec, Horažďovice, Klatovy, Rokycany
2x	Ostrov, Hluboká nad Vltavou, České Budějovice, Chodová Planá, Horní Planá, Domažlice, Aš, Nýřany, Most, Sokolov, Kynšperk nad Ohří
3x	Chomutov
4x	Toužim, Plzeň
7x	Cheb
9x	Karlovy Vary
19x	Praha

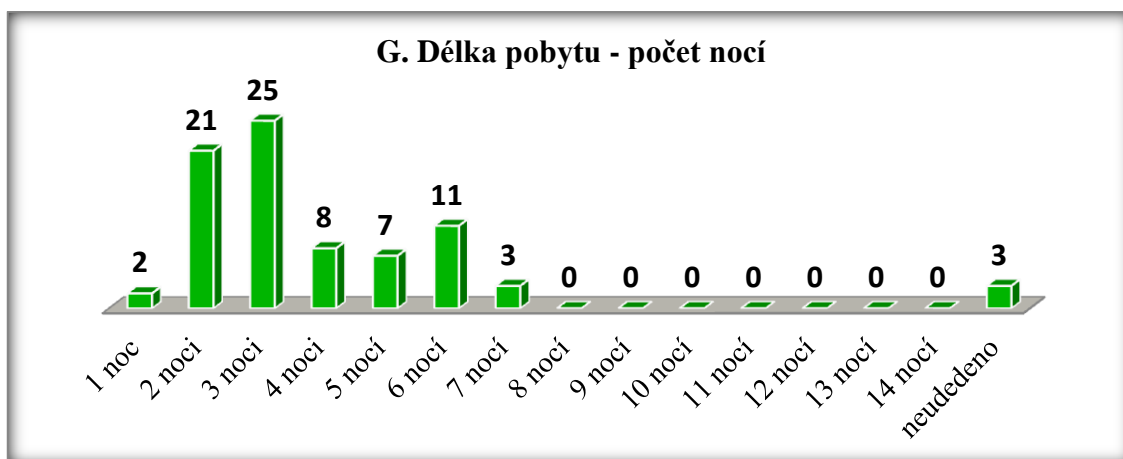
Zdroj: vlastní zpracování

V tabulce 20 je uvedena četnost návštěv z jednotlivých měst, ze kterých respondenti do západních Čech přijeli. Nejčetnější návštěvy byly zaznamenány z Prahy

(19 x). Na druhém místě se pak umístily Karlovy Vary (9x). Třetím nejčetnějším městem byl Cheb (7 x). Další města jsou uvedena v tabulce.

Další graf znázorňuje počet nocí, které návštěvníci strávili při pobytu v agroturistickém centru. Jak je vidět, nejčetnějším přenocováním byl pobyt na 3 noci, což uvedlo 25 respondentů (31,25 %). Druhou nejčastější odpovědí byly 2 noci se 21 respondenty (26,25 %). Pak následují již odpovědi s nižší četností. Šest nocí strávilo v agroturistickém centru 11 respondentů, 4 noci 8 respondentů, 5 nocí 7 respondentů. Nejméně pak bylo návštěvníků, jejichž délka pobytu nepřesáhla 7 nocí a 1 noc. Tři návštěvníci pak údaje o přenocování neuvodli.

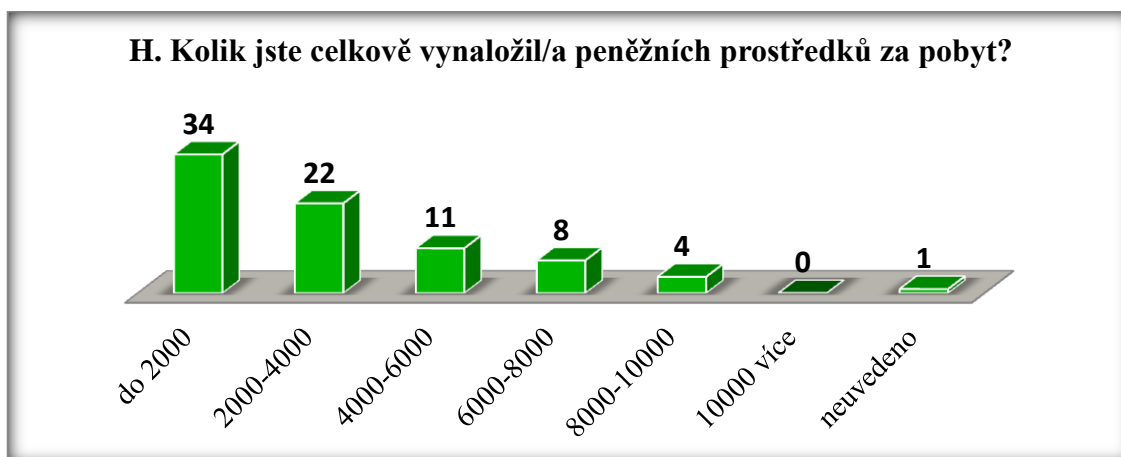
Graf 38: G – Délka pobytu – počet nocí



Zdroj: vlastní zpracování

Následující graf 39 znázorňuje, kolik finančních prostředků návštěvníci vynaložili během celého pobytu. Z 80 dotazovaných 34 uvedlo, že jim stačily peníze prostředky do 2 000 Kč (42,5 %). Druhou nejčetnější skupinou byli návštěvníci, kteří vynaložili na pobyt 2 000 – 4 000 Kč. Těch bylo celkem 22 (27,5 %). Třetí nejčetnější kategorií byli návštěvníci, kteří vynaložili finanční prostředky ve výši 4000 – 6000 Kč, což odpovídalo 11 respondentů (13,75 %). Nejmenší počet respondentů byl zaznamenán v kategorii 6000 – 8000 Kč s 8 respondenty (10 %) a 8000 – 10000 Kč se 4 respondenty (5 %). Pouze jeden návštěvník neuvodl, kolik finančních prostředků za pobyt vynaložil.

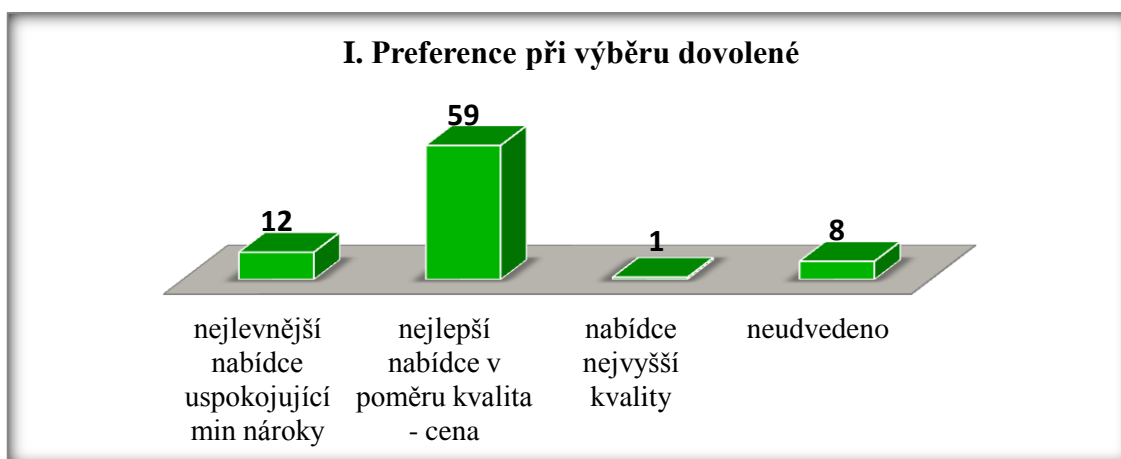
Graf 39: H – Množství vynaložených peněžních prostředků



Zdroj: vlastní zpracování

Poslední graf z oblasti západních Čech znázorňuje preference návštěvníků při výběru své dovolené. Nejpočetnější kategorií byla skupina návštěvníků, která dala přednost nejlepší nabídce v poměru kvalita – cena s 59 respondenty z 80 dotazovaných (73,75 %). Nižší počet byl pak zaznamenán u možnosti nejlevnější nabídka uspokojující minimální nároky s 12 respondenty (15 %). Osm neuvedlo své preference a jeden respondent uvedl, že dává přednost nabídce nejvyšší kvality.

Graf 40: I – Preference při výběru dovolené



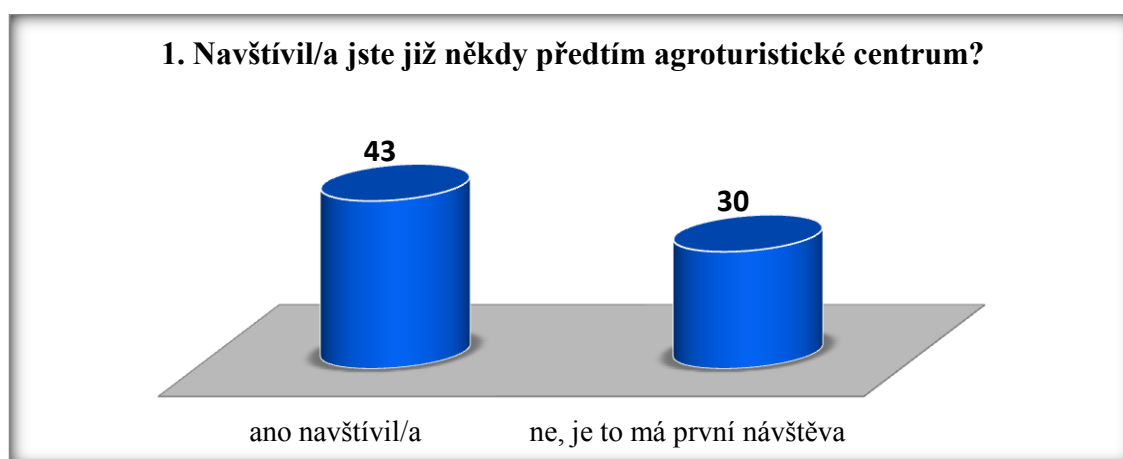
Zdroj: vlastní zpracování

5.3 Oblast Vysočina

5.3.1 Vyhodnocení spokojenosti s nabízenými službami

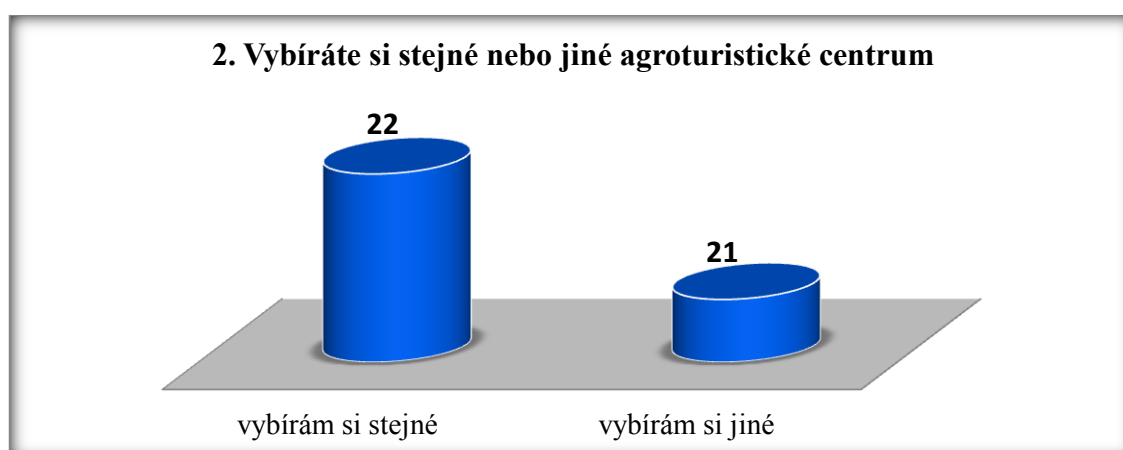
První graf pro oblast Vysočiny odpovídá na otázku 1, zda byl návštěvník již někdy v agroturistickém centru nebo to byla jeho první návštěva. Na tuto otázku položenou na Vysočině, odpovědělo ze 73 dotazovaných 43 ano, již někdy předtím jsem navštívil/a agroturistické centrum (58,90 %). Nikdy předtím nenavštívilo agroturistické centrum 30 dotazovaných (41,10 %). Je patrné, že z většiny hosté navštěvují agroturistická centra opakovaně.

Graf 41: Otázka 1 – Navštívil/a jste již někdy předtím agroturistické centrum?



Zdroj: vlastní zpracování

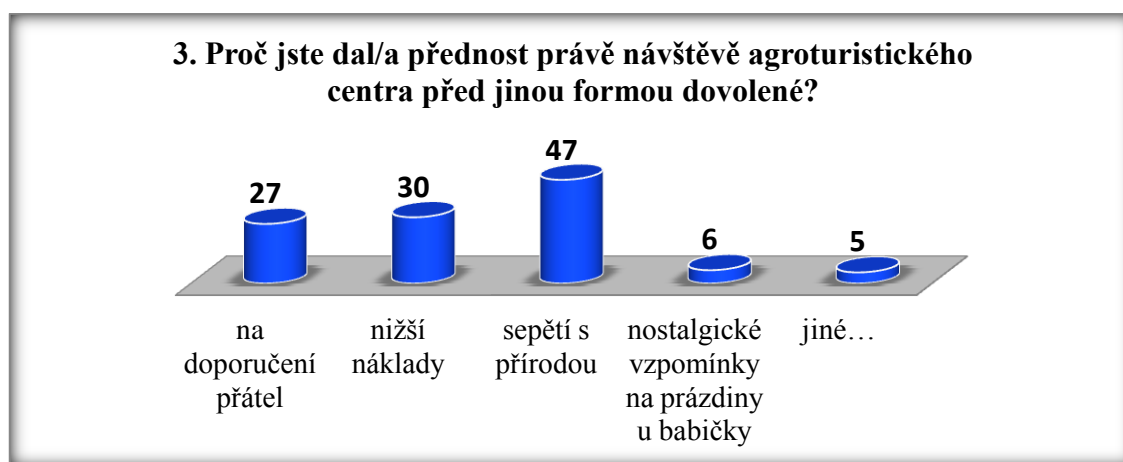
Graf 42: Otázka 2 – Vybíráte si stejné nebo jiné agroturistické centrum?



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 42 na předcházející straně navazuje na první otázku položenou na Vysočině. Rozděluje totiž 43 respondentů, kteří již navštívili agroturistické centrum na ty, kteří se vrací opakovaně a ty, kteří navštívili konkrétně vybrané agroturistické centrum poprvé. Graf konstatuje, že 22 respondentů si vybírá stejné a 21 si vybírá jiné agroturistické centrum. Jak je vidět z grafu, výsledky jsou téměř vyrovnané. Liší se o pouhého 1 respondenta. Lze říci, že 51,16 % se opakovaně vrací do svého oblíbeného agroturistického centra.

Graf 43: Otázka 3 – Proč jste dal/a přednost právě návštěvě agroturistického centra před jinou formou dovolené?

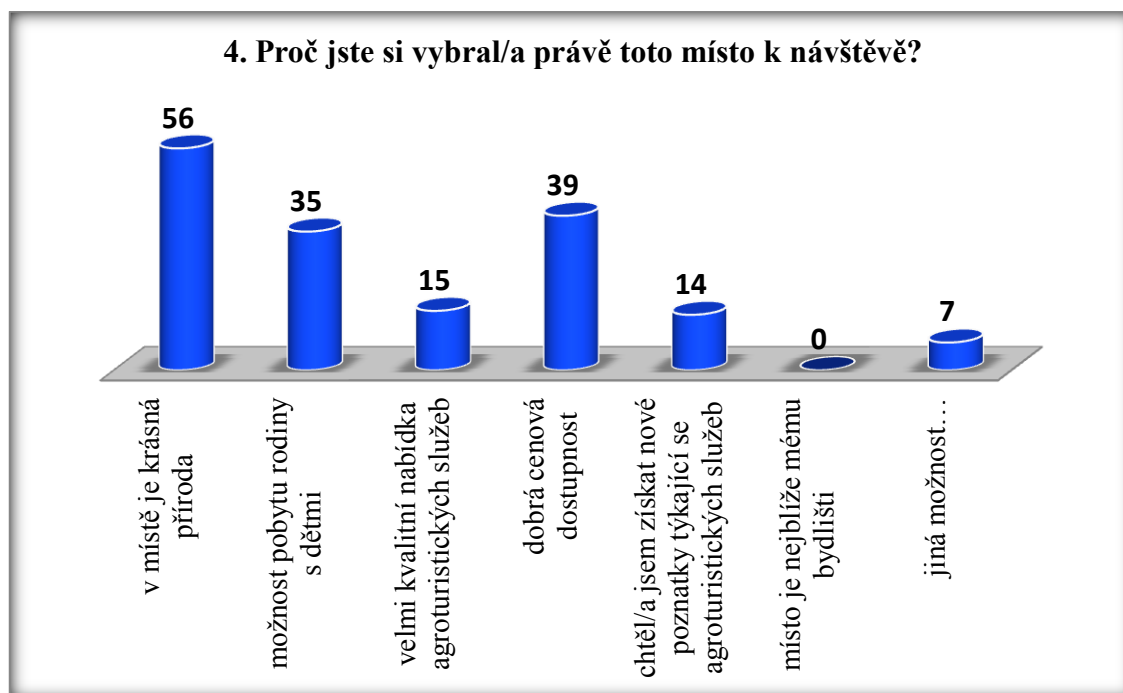


Zdroj: vlastní zpracování

Další graf 43 odpovídá na otázku 3, proč dal návštěvník přednost právě návštěvě agroturistického centra před jinou formou dovolené. Návštěvník mohl zaškrtnout u této otázky i více odpovědí. Pro sepětí s přírodou si vybralo dovolenou v agroturistickém centru 47 dotazovaných. Je vidět, že si návštěvník opět, jako u předcházejících, vybírá svou dovolenou nejčastěji dle prostředí, ve kterém svou dovolenou bude trávit. Poté si návštěvníci nejčastěji volili pobyt na farmě z důvodu nižších nákladů. Volilo tak 30 návštěvníků. Je patrné, že hosté z Vysočiny dávají větší důraz na cenu, než hosté v předešlých oblastech. Návštěvníci si volí dovolenou ale také dle doporučení přátel. Tuto odpověď zvolilo totiž 27 dotazovaných. Druhá a třetí možnost, byly zvoleny celkem vyrovnaně, liší se o pouhé 3 respondenty. Nejméně si pak volili návštěvníci pobyt v agroturistickém centru díky nostalgickým vzpomínkám na prázdniny u babičky

s pouhými 6 respondenty a jinou možnost, kterou zvolilo 5 respondentů. Návštěvníci řadili mezi jiná odůvodnění - je tu klid, možnost jízdy na koni, návštěva kvůli dětem, seznámení se s provozem farmy.

Graf 44: Otázka 4 – Proč jste si vybral/a právě toto místo k návštěvě?



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 44 odpovídá na otázku 4, proč si host vybral k návštěvě právě toto místo (jednu ze tří sledovaných farem). U této otázky mohli návštěvníci volit i více odpovědí. Opět, jako u ostatních oblastí, návštěvníci nejčastěji volí svou dovolenou z důvodu krásné přírody. Učinilo tak 56 dotazovaných. Díky dobré cenové dostupnosti navštívilo místo 39 respondentů. Návštěvu z důvodu možnosti pobytu rodin s dětmi zvolilo 35 respondentů. Tyto dvě odpovědi jsou opět celkem vyrovnané, liší se o 4 respondenty. Méně si návštěvníci volili místo pro velmi kvalitní agroturistické služby a možnosti získat nové zkušenosti s agroturistickými službami. Možnost nejbližší mému bydlišti kupodivu nezvolil žádný z dotazovaných. Za zmínku stojí ještě jiná odpověď, kterou zvolilo 7 respondentů. Ti uvedli, že si místo návštěvy vybrali z těchto důvodů – v místě

jsou krásné památky, pěkné prostředí, ustájení koní, mám ráda koně, pobyt s koňmi, líbily se mi internetové stránky, je zde více možností vyžití.

Graf 45: Otázka 5 – Našel/a jste v agroturistickém centru dostatek volnočasových aktivit?



Zdroj: vlastní zpracování

Další otázka 5 pro oblast Vysočina zněla, zda návštěvníci našli v agroturistickém centru dostatek volnočasových aktivit. Odpověď ano získala velikou převahu. Volilo tak 65 ze 73 dotazovaných (89,04 %). Ne zaznamenalo pak 6 respondentů a 2 neuvedli svou spokojenost. Valná většina hostů, kteří navštívili vybraná agroturistická centra v oblasti Vysočina, je spokojena s nabízenými volnočasovými aktivitami.

V případě, že hosté našli v místě jejich návštěvy dostatek volnočasových aktivit, měli poté odpovědět na následující otázku, které z nabízených volnočasových aktivit v místě využili. Opět mohli respondenti zaznamenat více odpovědí. Nejvíce odpovědí bylo zapsáno opět u letních a zimních sportů, stejně jako v ostatních oblastech. Tuto odpověď zvolilo 54 respondentů. Nelze jinak, než konstatovat, že sportovní vyžití je pro hosty při návštěvě agroturistického centra velmi důležité. Možnosti účast na práci se zvířaty, volená 31 respondenty a projížďky na koních, volené 28 respondenty, byly návštěvníky voleny téměř shodně. Rozdíl je o pouhé 3 respondenty. Dále byly voleny 19 respondenty i folklorní události. Sice tento počet není velký, ale musí být bráno v úvahu to, že folklorní události jsou časově omezené a nejsou tudíž k dispozici neustále. Zpracování produktů a výrobků z plodu zemědělství pak využilo menší množství respondentů, jen 11. Mezi jiné aktivity návštěvníci řadili – výuku jízdy

na koni s licencovaným učitelem, ustájení koní, jízdu na poníkovi, jízdu traktorem, nordic walking, výklad historie o mlýně, sběr hub nebo návštěvu historických památek. Účast na zemědělských pracích a lov zvěře a rybaření pak využilo nejméně hostů.

Graf 46: Otázka 6 – Pokud ano, které z nabízených agroturistických služeb jste využil/a?



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 21: Otázka 7 – Pokud ne, jaké agroturistické služby byste uvítal/a, ty které nebyly v místě pobytu?

Odpověď	Počet respondentů
Uvítal bych projíždky na koních	2
Chyběli mi zde koně	1

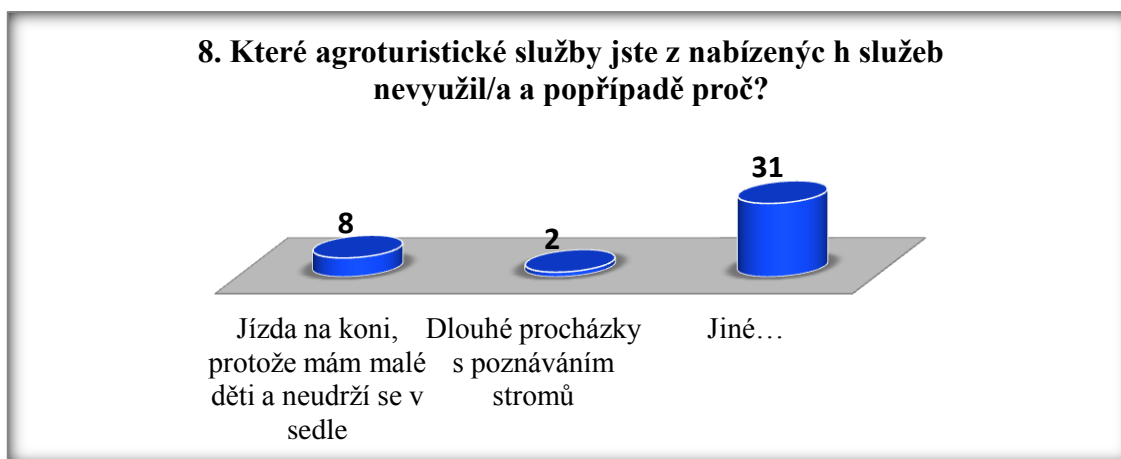
Zdroj: vlastní zpracování

Následuje shrnutí otázky 7 v tabulce 21, pokud nebyli hosté spokojeni s nabídkou agroturistických služeb, jaké jiné by v místě pobytu uvítali. Na tuto otázku neodpovědělo 70 ze 73 dotazovaných, přičemž 6 jich uvedlo, že nebyli spokojeni. Vyplývá z toho, že jen 3 respondenti doopravdy uvedli možnosti vyžití, které jim zde

chyběly. Tři pak zaškrtnli ne, ale už neuvedli důvod. V případě, že návštěvníci nebyli spokojeni se službami, a to pouze ve 3 případech, uvítali by projížďky na koních. V některém z agroturistických center koně vůbec nemají.

Následující graf 47 odpovídá na otázku 8, které agroturistické služby návštěvník nevyužil a popřípadě proč. Jízdu na koni, protože mám malé děti, nevyužilo 8 návštěvníků ze 73 dotazovaných a 2 nevyužili dlouhé procházky. Nejvíce odpovědí bylo zaznamenáno u jiné odpovědi, kterou zvolilo 31 respondentů. Návštěvníci nevyužili - sběr lesních plodů, zpracování vlastních produktů, honbu dobytka, jízdu traktorem, výcvik s koněm, účast na práci se zvířaty, folklorní události, jízdu na koni, jízdu na koni - mám strach, jízdu na koni - neumím jezdit, ustájení koní, rybaření, sběr lesních plodů, krmení vepřů, výrobu sýra, sběr hub – nerostly, sauna, masáže. Zbývající návštěvníci na tuto otázku neodpověděli

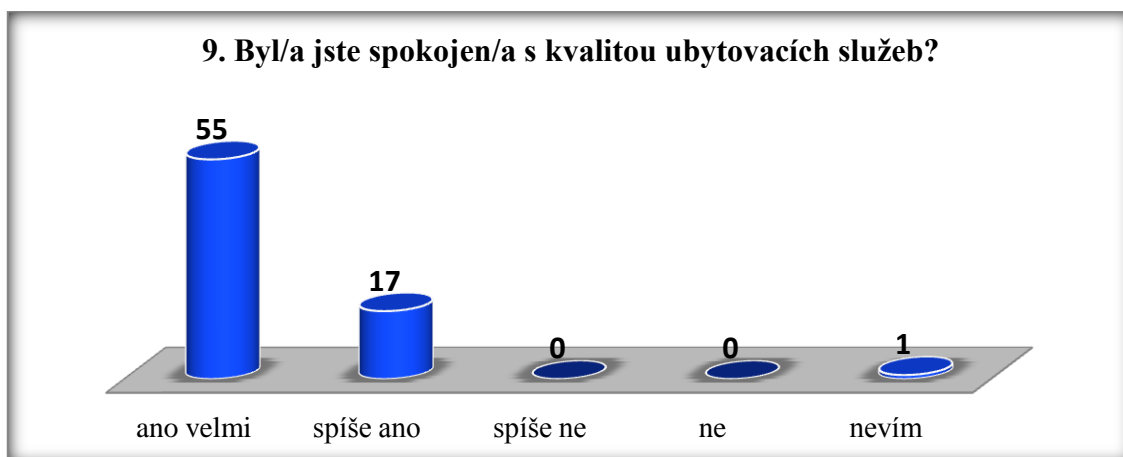
Graf 47: Otázka 8 – Které agroturistické služby jste z nabízených služeb nevyužil/a a proč?



Zdroj: vlastní zpracování

Na otázku 9 zobrazenou v následujícím grafu 48, zda byl návštěvník spokojen s kvalitou ubytovacích služeb, odpovědělo 55 ze 73 dotazovaných, že bylo velmi spokojeno (73,34 %). Spíše spokojeno bylo pak 17 návštěvníků a 1 návštěvník nevěděl, zda byl spokojený. Je patrné, že valná většina návštěvníků byla velmi spokojena s ubytovacími službami.

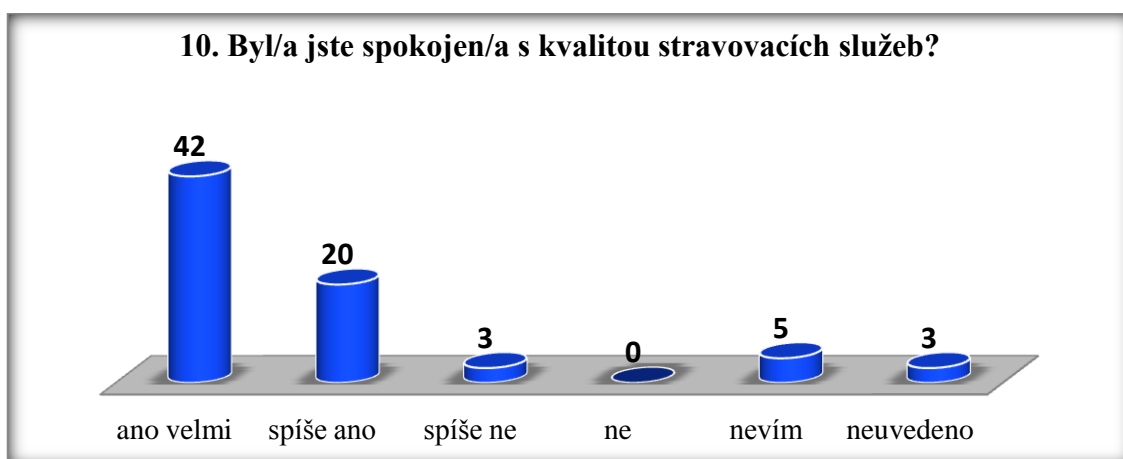
Graf 48: Otázka 9 – Byl/a jste spokojen/a s kvalitou ubytovacích služeb?



Zdroj: vlastní zpracování

Na otázku 10 zobrazenou v grafu 49, zda byl návštěvník spokojen s kvalitou stravovacích služeb, odpovědělo ze 73 dotazovaných 42 návštěvníků ano velmi (57,53 %). Spíše bylo spokojeno 20 dotazovaných a 5 dotazovaných nevědělo, zda bylo spokojeno s těmito službami. Spíše nespokojeni byli 3 respondenti a 3 svou spokojenost neuvěřili. V porovnání s ubytovacími službami byli návštěvníci spokojeni se službami stravovacími méně.

Graf 49: Otázka 10 – Byl/a jste spokojen/a s kvalitou stravovacích služeb?



Zdroj: vlastní zpracování

Další graf 50 zobrazuje odpovědi na otázku 11, jak byl návštěvník celkově spokojen s nabízenými službami v místě pobytu. Velmi spokojeno bylo 43 návštěvníků ze 73 dotazovaných. Méně pak bylo spíše spokojeno, odpovědělo tak 24 respondentů. Čtyři návštěvníci svou spokojenost neuvěděli a spíše nespokojeni byli jen 2 respondenti.

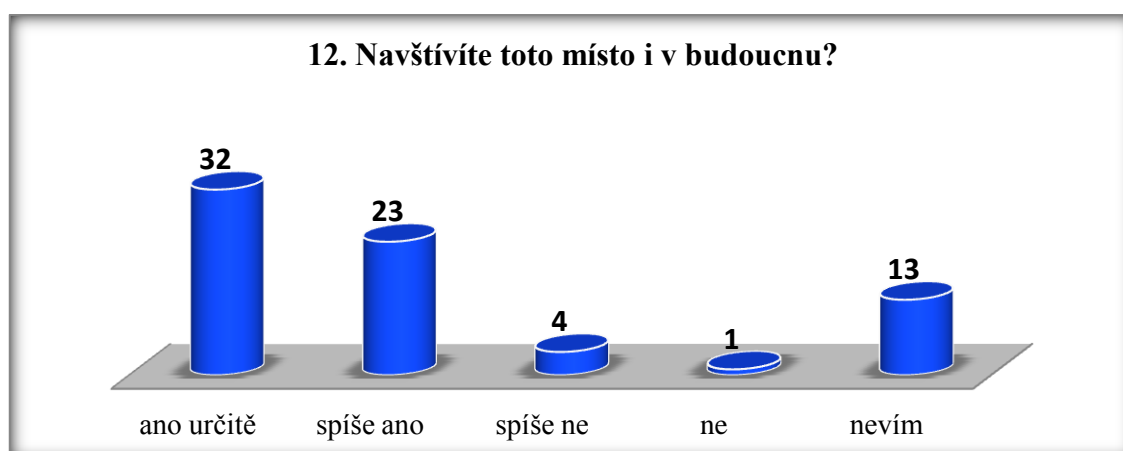
Graf 50: Otázka 11 – Byl/a jste spokojen/a s nabízenými službami v tomto místě?



Zdroj: vlastní zpracování

Následující graf 51 uvádí, kolik respondentů se chce opět vrátit do toho samého agroturistického centra. Ze 73 dotazovaných chce 32 centrum určitě navštívit (43,83 %). Spíše místo navštíví 23 respondentů (31,05 %). Třináct pak neví, zda ještě někdy místo navštíví a 4 osoby místo spíše nenavštíví. Jeden místo nenavštíví určitě.

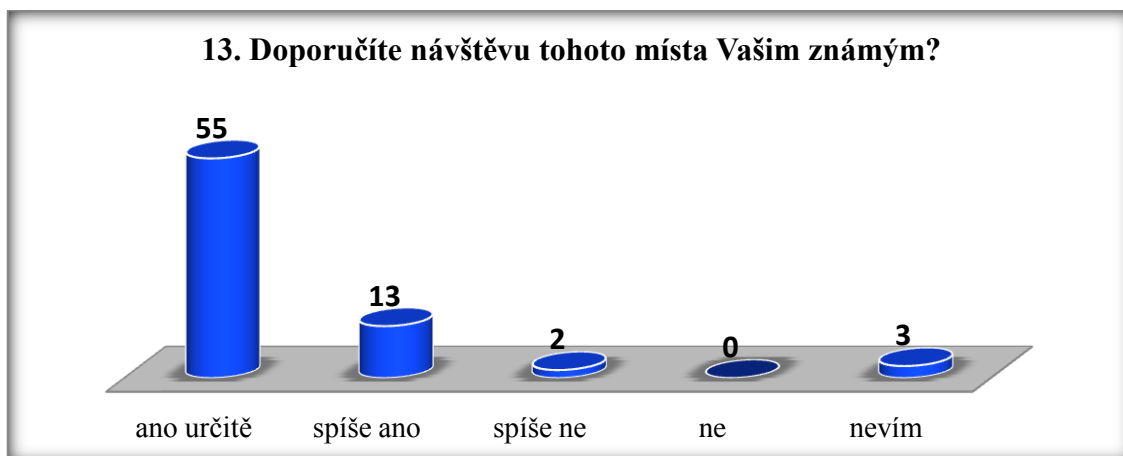
Graf 51: Otázka 12 – Navštívíte toto místo i v budoucnu?



Zdroj: vlastní zpracování

Následující graf 52 je výsledkem odpovědí na otázku 13, zda respondent doporučí návštěvu místa i svým známým. Určitě tak učiní 55 respondentů ze 73 dotazovaných (73,34 %). Spíše místo pak doporučí 13 respondentů (17,81 %) a 3 neví, zda tak učiní. Dva návštěvníci místo spíše nedoporučí.

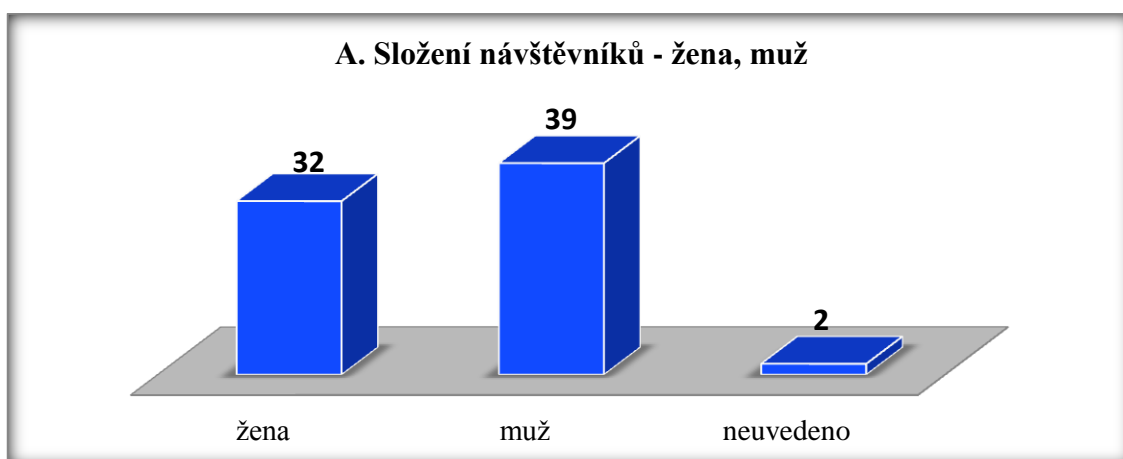
Graf 52: Otázka 13 – Doporučíte návštěvu tohoto místa Vaším známým?



Zdroj: vlastní zpracování

5.3.1 Vyhodnocení statistických dat

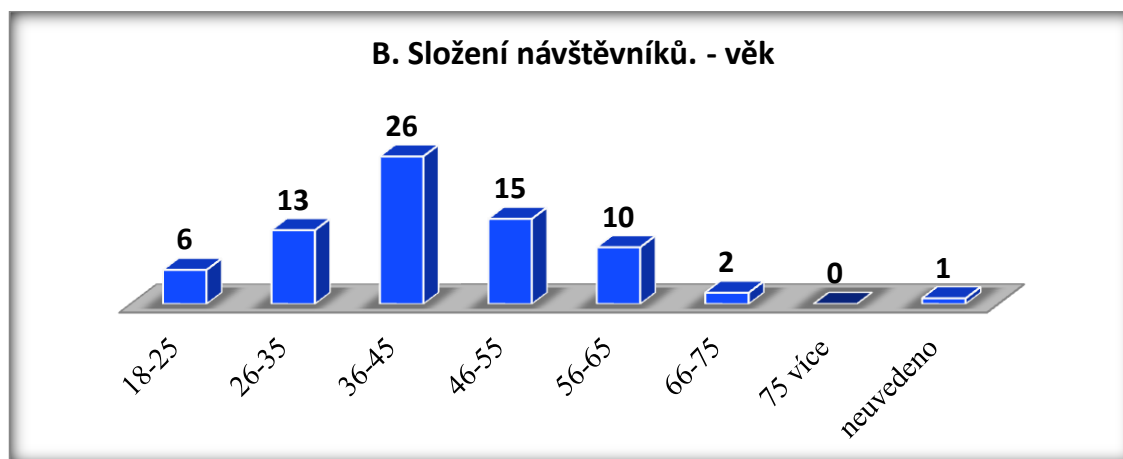
Graf 53: A – Složení návštěvníků – žena, muž



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 53 řeší složení návštěvníků, kteří zavítali do jednoho ze třech uvedených agroturistických center na Vysočině. Více na dotazníkové šetření odpovídali muži. Ze 73 dotazovaných jich bylo 39 (53,42 %). Žen bylo zaznamenáno 32 (43,83 %).

Graf 54: B – Složení návštěvníků – věk



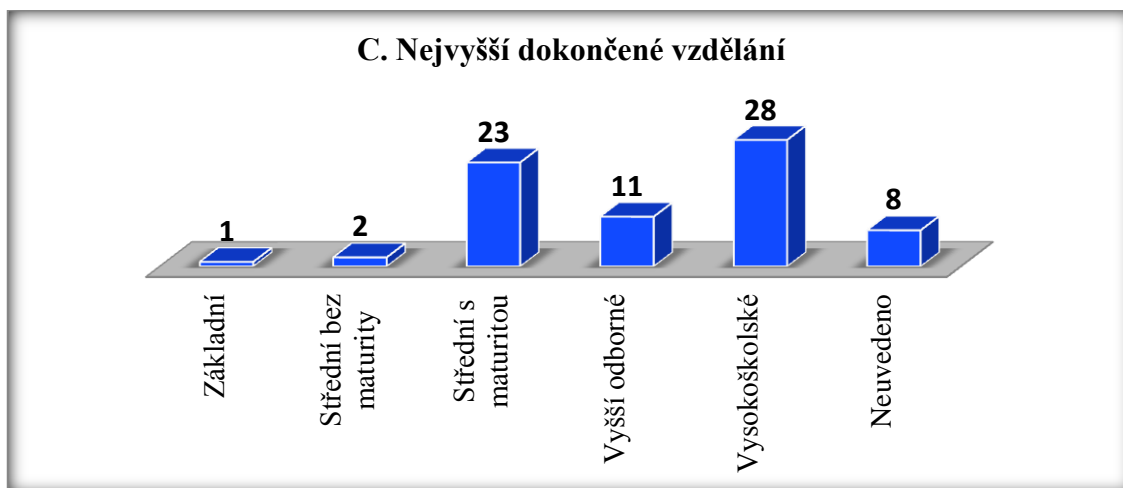
Zdroj: vlastní zpracování

Graf 54 zobrazuje věkové složení respondentů. Nejvíce návštěvníků bylo zaznamenáno ve věkovém rozpětí 36 – 46 let. Odpovědělo tak 26 respondentů ze 73 dotazovaných (35,62 %). Další nejčetnější skupinou byli návštěvníci ve věkovém rozhraní 46 – 56 let s 15 respondenty (20,55 %). Skupina ve věku 26 – 35 let byla zastoupena 13 respondenty (17,81 %). O tři respondenty méně měla věková skupina 56 – 65 let. Menší četnost byla zaznamenána pak u návštěvníků ve věkovém rozmezí 18 – 25 let se 6 respondenty. Ve skupině 66 – 75 let byli zaznamenáni 2 respondenti. Jeden respondent svůj věk neuvědl a ve věku 75 let a více nebyl zaznamenán žádný návštěvník.

Další graf 55 na následující stránce uvádí nejvyšší dokončené vzdělání návštěvníků. Nejčetnější skupinou byli návštěvníci s vysokoškolským vzděláním. Zaznamenalo tak 28 respondentů ze 73 dotazovaných (38,36 %). Jako druhým nejčetnějším vzděláním byli středoškolsky vzdělaní s maturitou. Uvedlo tak 23 respondentů (31,51 %). Na další příčce se umístila skupina s vyšším odborným vzděláním s 11 respondenty (15,01 %). Nejméně bylo respondentů se středním

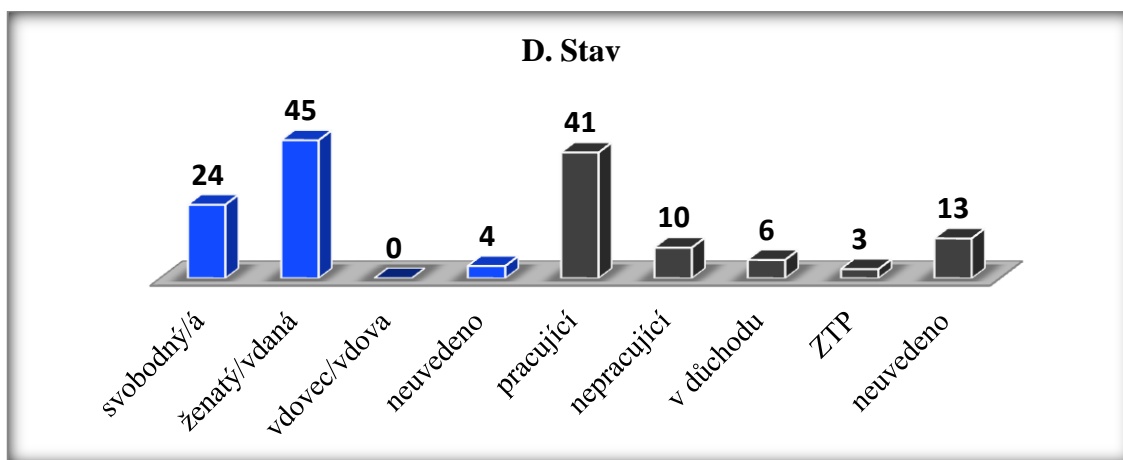
vzděláním bez maturity (2 respondenti) a se základním vzděláním (1 respondent). Osm respondentů své vzdělání neuvedlo.

Graf 55: C – Nejvyšší dokončené vzdělání



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 56: D – Stav

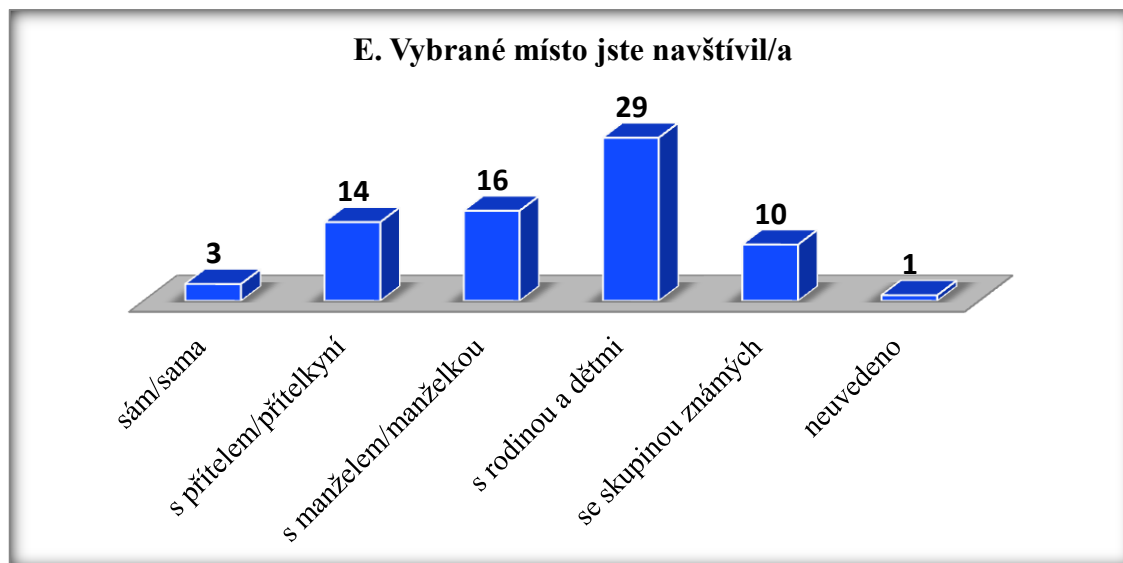


Zdroj: vlastní zpracování

Graf 56 zaznamenává stav návštěvníků. Nejvíce bylo zaznamenáno ženatých a vdaných. Uvedlo tak 45 respondentů ze 73 dotazovaných (61,64 %). Méně bylo svobodných, což zaznamenalo 24 respondentů (32,88 %) a 4 respondenti neuvedli svůj stav. Ve skupině vdovec/vdova pak nebyli zaznamenáni žádní návštěvníci.

Pracujících bylo 41 ze 73 dotazovaných (56,16 %), 13 respondentů nevedlo, zda pracuje či nepracuje. Nepracujících bylo uvedeno 10 (13,69 %). V důchodu bylo zaznamenáno 6 respondentů (8,21 %) a 3 respondenti pak uvedli, že jsou zdravotně postižení. Z grafu je patrné, že nejvíce bylo ženatých/vdaných a pracujících, stejně tak jako v předcházejících sledovaných oblastech.

Graf 57: E – S kým jste navštívil/a vybrané místo?



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 57 řeší otázku E, s kým návštěvník na vybrané místo zavítal. Nejvíce bylo respondentů, kteří navštívili místo s rodinou s dětmi. Uvedlo tak 29 respondentů ze 73 dotazovaných (39,73 %). Další skupinou byli návštěvníci, kteří zavítali na místo s manželem či manželkou, těch bylo 16 (21,91 %). Hned poté respondenti uvedli, že místo navštívili s přítelem či přítečkyní. Uvedlo tak 14 respondentů (19,18 %). Deset bylo návštěvníků, kteří zavítali na místo se skupinou známých. Tři pak uvedli, že místo navštívili sami a 1 nevedl, s kým místo navštívil. Z grafu je patrné, že nejpočetnější skupinou byly rodiny s dětmi.

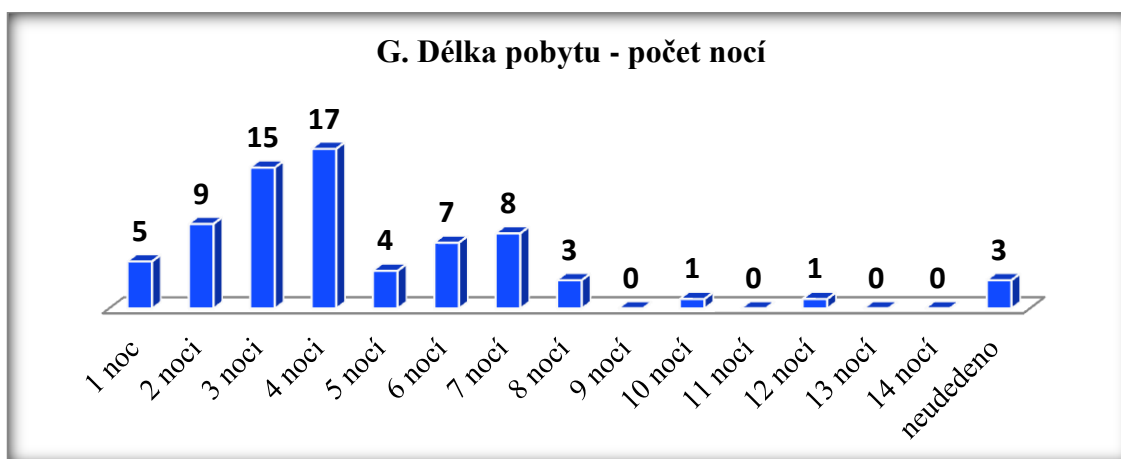
Následující tabulka 22 uvádí četnost návštěv z jednotlivých měst, ze kterých hosté na Vysočinu přijeli. Návštěvníci přijížděli převážně z Prahy, několikrát z Brna, Jihlavy a Blanska nebo Třebíče a Teplic. Ostatní města jsou uvedena v tabulce.

Tabulka 22: F – Četnost návštěv z jednotlivých měst

Četnost návštěvy	Město
1x	Bratislava, Liberec, Ústí n/Labem, Chomutov, Olomouc, Moravské Budějovice, Frýdek Místek, Dačice, Písek, Humpolec, Pelhřimov, Opava, Karviná, Kopřivnice, Benešov, Hodonín, Strakonice, Žirovnice, Žďár n/Sázavou, Rosice, Nové Město, Bystřice, Česká Třebová, Hradec Králové, Šumperk
2x	Pardubice, Znojmo, Ostrava, Slavonice, Mělník, Tišnov, Kolín, Vyškov, Telč, neuvedeno
3x	Třebíč, Teplice
4x	Brno, Jihlava, Blansko
10x	Praha

Zdroj: vlastní zpracování

Graf 58: G – Délka pobytu – počet nocí

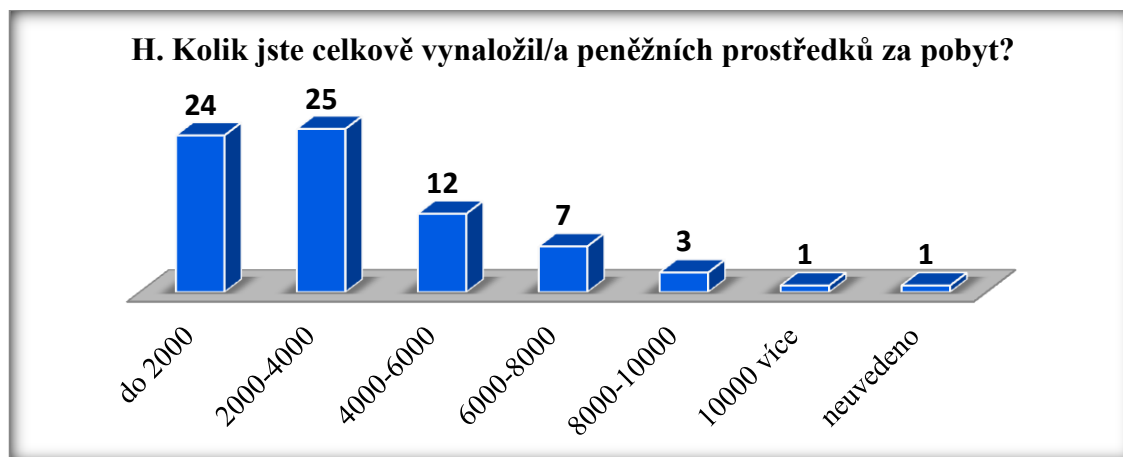


Zdroj: vlastní zpracování

V grafu 58 je uveden počet nocí, které návštěvníci strávili při pobytu v agroturistickém zařízení. Jak je vidět, nejčastějším přenocováním byl pobyt na 4 noci. Uvedlo tak 17 respondentů ze 73 dotazovaných (23,29 %). Druhou nejčastější odpovědí byly 3 noci s 15 respondenty (20,55 %). Pak následují již odpovědi s vyrovnanější četností. Na 2 noci přijelo 9 návštěvníků, na 7 nocí přijelo 8 respondentů a na 6 nocí přijelo 7 respondentů. Jednu noc strávilo v místě pak 5 respondentů a 5 nocí

4 respondenti. Na 10 a 12 nocí přijel jen jeden respondent. Tři pak neuvěděli, kolik nocí v místě strávili. Z grafu je patrné, že spíše převládají kratší pobyty na 3 – 4 noci.

Graf 59: H – Množství vynaložených peněžních prostředků



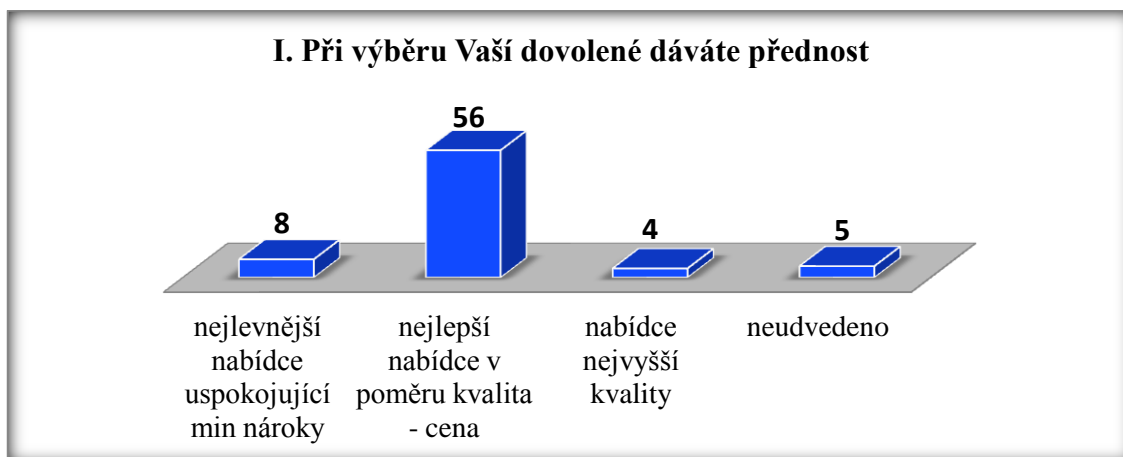
Zdroj: vlastní zpracování

Graf 59 znázorňuje, kolik finančních prostředků návštěvníci vynaložili během svého pobytu. Ze 73 dotazovaných 25 uvedlo, že vynaložili peněží prostředky ve výši 2 000 – 4 000 Kč (34,25 %). Druhou nejčetnější skupinu tvořili návštěvníci, kterým stačily finanční prostředky do 2 000 Kč. Uvedlo tak 24 respondentů ze 73 dotazovaných (32,89 %). Je vidět, že tyto dvě skupiny návštěvníků jsou velmi vyrovnané. Třetí nejčetnější skupinou byli pak návštěvníci, kteří vynaložili finanční prostředky ve výši 4000 – 6000 Kč. Zaznamenalo tak 12 respondentů (16,44 %). Ještě menší počet respondentů byl zachycen v kategorii 6000 – 8000 Kč. Zapsalo tak 7 respondentů (9,59 %). Tři respondenti potřebovali finanční prostředky v rozmezí 8 000 – 10 000 Kč a 1 dokonce více jak 10 000 Kč. Jeden návštěvník pak svou výši vynaložených finančních prostředků neuvědl.

Poslední graf 60 z oblasti Vysočina uvádí preference návštěvníků při výběru své dovolené. Nejpočetnější skupinou byli návštěvníci, kteří dali přednost nejlepší nabídce v poměru kvalita a cena. Uvedlo tak 56 respondentů ze 73 dotazovaných (76,71 %). Nižší počet byl pak zaznamenán u možnosti nejlevnější nabídka uspokojující minimální

nároky s 8 respondenty (10,96 %). Pět neuvedlo své preference a 4 respondenti uvedli, že dávají přednost nabídce nejvyšší kvality.

Graf 60: I – Preference při výběru dovolené



Zdroj: vlastní zpracování

6 Komparace zájmových oblastí

V této kapitole následuje porovnání výsledků mezi jednotlivými sledovanými oblastmi. Jižními Čechami, západními Čechami a Vysočinou. Pro porovnání jsou výchozí ty informace, které byly získány z dotazníkového šetření, které bylo provedeno celkem v devíti agroturistických zařízeních. To znamená ve třech zařízeních z každé oblasti, které byly ochotné spolupracovat a poskytnout informace.

Vzhledem k tomu, že se počet respondentů v jednotlivých krajích neshoduje, bude bráno v úvahu alespoň souhrnné procentní vyjádření odpovědí respondentů k jednotlivým otázkám vždy za celou jednu oblast. Tak dojde k porovnání jednotlivých oblastí mezi sebou. Pokud nebude vhodné porovnání pomocí procentního vyjádření, bude použito přímé vyhodnocení dle jednotlivých získaných číselných údajů.

Nejprve je vždy umístěna tabulka s výsledky jednotlivých oblastí a následně jsou výsledky popsány. Je zachována barevná propojenost. V tabulkách jsou extrémní hodnoty zvýrazněny tučně.

Nutno shrnout:

Tabulka 23: Shrnutí – rozeslané a navracené dotazníky

Oblast	Počet rozeslaných dotazníků	Počet navracených dotazníků
<i>Jižní Čechy</i>	100	82
<i>Západní Čechy</i>	100	80
<i>Vysočina</i>	100	73
Celkem	300	235

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 24: Otázka 1 – Navštívil/a jste již někdy předtím agroturistické centrum?

Oblast / Možnost	Ano navštívil/a	Ne, je to má první návštěva	Neuvedeno
Jižní Čechy	44 (53,66 %)	38 (46,34 %)	0 (0 %)
Západní Čechy	39 (48,75 %)	37 (46,25 %)	4 (5 %)
Vysočina	43 (58,90 %)	30 (41,10 %)	0 (0 %)

Zdroj: vlastní zpracování

Důležité je rozdělit návštěvníky na ty, kteří již někdy předtím navštívili agroturistické zařízení a na ty, kteří ho navštívili poprvé. Nejvíce návštěvníků, kteří již někdy předtím navštívili agroturistické zařízení, bylo zaznamenáno na Vysočině (viz tabulka), tj. 43 ze 73 respondentů, což je 58,90 %. Jižní Čechy zaznamenaly taktéž spíše tyto návštěvníky. Nejméně návštěvníků, kteří již navštívili nějaké agroturistické zařízení bylo zaznamenáno v západních Čechách. Svou první návštěvu zaznamenalo nejvíce návštěvníků v jižních Čechách. Téměř shodně jako v západních Čechách, ale musí se brát v úvahu fakt, že tam se 5 % respondentů vůbec nevyslovalo.

Tabulka 25: Otázka 2 – Vybíráte si stejné nebo jiné agroturistické centrum?

Oblast / Možnost	Vybírám si stejné	Vybírám si jiné
Jižní Čechy	(26 ze 44) 59,09 % (26 z 82) 31,70 %	(18 ze 44) 40,91 % (18 z 82) 21,95 %
Západní Čechy	(23 z 39) 58,97 % (23 z 80) 28,75 %	(16 ze 44) 41,03 % (16 z 80) 20,00 %
Vysočina	(22 ze 43) 51,16 % (22 ze 73) 30,14 %	(21 ze 43) 48,84 % (21 ze 73) 28,77 %

Zdroj: vlastní zpracování

Jižní Čechy zároveň vedou v opakované návštěvnosti svých hostů. Z těch, co již předtím někdy navštívili agroturistické zařízení (viz výše 44 resp.) jich 59,09 % odpovědělo, že si vybírají totéž místo k návštěvě (26 ze 44 resp.). Druhý údaj uvádí

hodnotu z celkového počtu respondentů (26 z 82 resp. – 31,70 %). Západní Čechy se v návratnosti svých návštěvníků zařadily na druhé místo. Na Vysočině se návštěvníci vrací nejméně. Z těch, co již někdy předtím navštívili agroturistické zařízení se opakovaně vrací 51,16 % (22 ze 43 resp.), tj. 30,14 % z celkového počtu respondentů (22 ze 73 resp.). Zároveň se zde vyskytují návštěvníci, kteří spíše objevují nová místa k seznámení s agroturistikou. Uvedlo tak 48,84 % (21 ze 43 resp.). Z celkového počtu respondentů je to pak 28,77 % (21 ze 73 resp.)

Tabulka 26: Otázka 3 – Proč jste dal/a přednost právě návštěvě agroturistického centra před jinou formou dovolené?

Oblast / Možnost	Na doporučení přátel	Nižší náklady	Sepětí s přírodou	Nostalgické vzpomínky	Jiné...
Jižní Čechy	30	23	61	11	6
Západní Čechy	33	30	53	4	5
Vysočina	27	30	47	6	5

Zdroj: vlastní zpracování

Následují důvody, proč si vybrali návštěvníci právě dovolenou v agroturistickém zařízení. Vzhledem k tomu, že návštěvníci mohli zaznamenat i více odpovědí, je v tabulce uveden u každé možnosti za každou oblast počet těchto odpovědí. Součet odpovědí u jednotlivých možností tedy nesmí přesáhnout celkový počet respondentů za každou oblast. U jižních Čech 82, u západních Čech 80 a u Vysočiny 73.

Na doporučení přátel si zvolilo svůj pobyt v agroturistickém zařízení nejvíce návštěvníků ze západních Čech. Kvůli nižším nákladům si zvolilo dovolenou nejvíce návštěvníků zároveň v západních Čechách i na Vysočině. Je patrné, že návštěvníci z jižních Čech vnímali dovolenou v agroturistickém zařízení jako více drahou a luxusnější než v ostatních oblastech. Když bychom se podívali na klientelu, která do jižních Čech jezdí, zjistili bychom, že se jedná spíše o návštěvníky z Prahy, ale tato otázka bude analyzována později. Pro sepětí s přírodou přijelo nejvíce návštěvníků opět

do jižních Čech, poté až do západních Čech a nakonec na Vysočinu. Díky nostalgickým vzpomínkám navštívilo nejvíce návštěvníků opět jižní Čechy. V jiných důvodech, proč si zvolili návštěvníci dovolenou v agroturistickém zařízení, jsou uvedeny za jižní Čechy – touha poznat život na farmě (2), chci si také pořídit farmu (1), izolovanost od městského prostředí (1), pěkná medová prezentace a možnost rybolovu (1). Za západní Čechy – turistika a sport (2), relaxace, nedostatek peněz na zahraniční dovolenou (2). Za Vysočinu – klidné prostředí (2), možnost jízdy na koni (1), návštěva kvůli dětem (1), seznámení se s provozem farmy (1).

Tabulka 27: Otázka 4 – Proč jste si vybral/a právě toto místo k návštěvě?

Oblast / Možnost	V místě je krásná příroda	Možnost pobytu rodin s dětmi	Velmi kvalitní nabídka agr. služeb	Dobrá cenová dostupnost	Získat nové poznatky o agr. službách	Místo je nejbližší mému bydlišti	Jiné...
Jižní Čechy	70	39	6	25	33	6	15
Západní Čechy	66	36	10	38	34	6	4
Vysočina	56	35	15	39	14	0	7

Zdroj: vlastní zpracování

Neméně důležitou otázkou je, proč si návštěvník vybral právě toto místo k návštěvě. Rozuměno jedno z uvedených agroturistických zařízení. Návštěvníci mohli opět uvádět i více důvodů, proč tak udělali. Nejvíce návštěvníků přijelo do jižních Čech z důvodů krásné přírody. Uvedlo tak 70 respondentů z 82 dotazovaných. Zároveň uvedlo 39 respondentů, že místo navštívili, protože je zde možný pobyt s rodinou a dětmi. Návštěvníci jezdí do jižních Čech také z toho důvodu, aby získali nové poznatky o agroturistických službách. Dalším důvodem, proč přijeli návštěvníci do oblasti jižních Čech, je i z jiných důvodů. Ty souvisí právě s krásnou přírodou, možností kulturního a sportovního vyžití, historickými památkami a klidným a čistým prostředím. Návštěvníci také uváděli, že do jižních Čech se velmi rádi vrací, protože

zde mají svá oblíbená místa. Na druhou stranu návštěvníci této oblasti uvedli, že zde není dobrá cenová dostupnost. Je nejmenší ze všech oblastí.

Západní Čechy byly navštěvovány taktéž pro krásnou přírodu a možnost pobytu rodin s dětmi, ale již s nižšími hodnotami než u jižních Čech. S nejvyšším počtem jsou uvedeni respondenti, kteří chtěli získat nové poznatky o agroturistických službách. Tento výsledek je ale srovnatelný s jižními Čechami. Západní Čechy tvoří jakýsi průměr všech sledovaných důvodů, proč návštěvníci dali přednost dovolené v agroturistickém zařízení. Z důvodu dobré cenové dostupnosti byly západní Čechy navštíveny menším počtem respondentů a jsou tedy uvedeny jako druhé.

Překvapivě Vysočina zaznamenala největší počet osob, které tuto oblast navštívili pro kvalitní agroturistické služby a dobrou cenovou dostupnost.

Tabulka 28: Otázka 5 – Našel/a jste v agroturistickém centru dostatek volnočasových aktivit?

Oblast / Možnost	Ano	Ne	Neuvedeno
Jižní Čechy	80 (97,56 %)	2 (2,44 %)	0 (0,00 %)
Západní Čechy	72 (90,00 %)	7 (8,75 %)	1 (2,25 %)
Vysočina	65 (89,04 %)	6 (8,22 %)	2 (2,74 %)

Zdroj: vlastní zpracování

Největší spokojenost s nabídkou volnočasových aktivit byla projevena v jižních Čechách. Tam bylo spokojeno 97,56 % návštěvníků. Méně byli spokojeni návštěvníci v západních Čechách a na Vysočině. Nejvíce nespokojených návštěvníků s nabídkou volnočasových aktivit bylo zaznamenáno v západních Čechách, a to 8,75 %.

Tabulka 29: Otázka 6 – Pokud ano, které z nabízených agroturistických služeb jste využil/a

Oblast / Možnost	Projížd'ky na koních	Účast na práci se zvířaty	Účast na zemědělských pracích	Zpracování vl. produktů a výrobků	Lov zvěře a rybaření	Letní a zimní sporty	Folklorní události	Jiné...
Jižní Čechy	36	50	4	11	18	55	31	14
Západní Čechy	37	19	10	10	15	52	33	6
Vysočina	28	31	5	11	4	54	19	9

Zdroj: vlastní zpracování

Návštěvníci byli spokojeni s nabídkou volnočasových aktivit nejvíce v jižních Čechách. Je to vidět i na odpovědích, jaké agroturistické služby nejvíce návštěvníci využili. Všeobecně nejvíce preferované v jednotlivých oblastech byly letní a zimní sporty s převahou jižních Čech. V jižních Čechách taktéž dominovala účast návštěvníků práce se zvířaty a lov zvěře a rybaření. Častější byly také jiné odpovědi. Nejvíce se v jižních Čechách jednalo o návštěvy kulturně historických památek, využívání služby dětského koutku, hřiště pro děti nebo dětských her, anebo sem lidé přijeli jen relaxovat a odpočinout si. Nejméně návštěvníci v jižních Čechách využívali zemědělských prací. Je také velmi pravděpodobné, že agroturistická zařízení tyto služby nabízí nejméně.

Západní Čechy vynikají kromě letních a zimních sportů také projížd'kami na koni. Ty byly využívány téměř podobně jako v jižních Čechách. Další největší aktivitou byly folklorní události. Ve srovnání s jižními Čechami je ale výsledek také vyrovnaný. Západní Čechy vynikají také ve využívání účasti na zemědělských pracích, a to nejvíce ze třech sledovaných oblastí.

Vysočina kromě letních a zimních sportů vyniká využitím možnosti zpracování vlastních produktů a možnosti účasti práce se zvířaty. Jinak se tato oblast drží, co se týká využívání volnočasových aktivit, spíše ve stínu ostatních oblastí.

Tabulka 30: Otázka 7 – Pokud ne, jaké agroturistické služby byste uvítal/a, ty které nebyly v místě pobytu?

Oblast	Služby, které by návštěvníci uvítali
Jižní Čechy	lov zvěře a rybaření, stroje a jízda traktorem, folklorní události - nebyly v čase pobytu, bazén, stravování
Západní Čechy	rybaření - nemám rád ryby, pěší turistika, málo aktivit pro děti, vlastní výroba sýra, střihání ovcí, sběr lesních plodů, výroba a řemeslná činnost, relaxační činnost, folklorní události, protože mám malé děti, zemědělské práce, zpracování vlastních produktů
Vysočina	projížďky na koních, koně

Zdroj: vlastní zpracování

V tabulce 30 je za všechny oblasti proveden souhrn služeb, které nebyly v místě pobytu, a návštěvníci by je uvítali. Nejvíce výtek, měli návštěvníci ze západních Čech.

Tabulka 31: Otázka 8 – Které agroturistické služby jste z nabízených služeb nevyužil/a a proč?

Oblast / Možnost	Jízda na koni, protože mám malé děti a neudrží se v sedle	Dlouhé procházky s poznáváním stromů	Jiné...
Jižní Čechy	17	4	24
Západní Čechy	14	14	18
Vysočina	8	2	31

Zdroj: vlastní zpracování

Nejvíce nebyly využity služby jízdy na koni, protože měli návštěvníci v místě pobytu s sebou malé děti, které se neudržely v sedle v jižních Čechách. V západních Čechách tento počet návštěvníků byl menší a nejmenší byl na Vysočině. Dlouhé procházky s poznáváním stromů nebyly využity nejvíce v západních Čechách. Je ale možné, že tato služba nebyla ve většině případů k dispozici. Vysočina vyniká v počtu respondentů, kteří nevyužili jiný typ služeb. Mezi nevyužité služby patřil sběr lesních plodů, zpracování vlastních produktů, honba dobytka, jízda traktorem, výcvik s koněm,

účast na práci se zvířaty, folklorní události, jízda na koni z důvodů, že návštěvník neumí jezdit anebo se bojí, ustájení koní, rybaření, krmení vepřů, výroba sýra, sběr hub, sauna a masáže. Ostatní nevyužité služby v dalších oblastech jsou k dohledání u vyhodnocení dotazníkového šetření, viz kapitoly 5.1.1 a 5.2.1.

Tabulka 32: Otázka 9 – Byl/a jste spokojen/a s kvalitou ubytovacích služeb?

Oblast / Možnost	Ano velmi	Spíše ano	Spíše ne	Ne	Nevím
Jižní Čechy	56 (68,29 %)	24 (29,27 %)	2 (2,44 %)	0 (0,00 %)	0 (0,00 %)
Západní Čechy	48 (60,00 %)	30 (37,50 %)	0 (0,00 %)	0 (0,00 %)	2 (2,50 %)
Vysočina	55 (75,34 %)	17 (23,29 %)	0 (0,00 %)	0 (0,00 %)	1 (1,37 %)

Zdroj: vlastní zpracování

S ubytovacími službami byli nejvíce návštěvníci spokojeni v jižních Čechách a na Vysočině. Co se týká procentního vyjádření, Vysočina vede se 75,34 %. V jižních Čechách odpovědělo ano velmi 68,29 % respondentů. V západních Čechách byla spokojenost s ubytovacími službami nižší (viz tabulka). Spíše nespokojeni byli pouze 2 návštěvníci z jižních Čech. Tyto námitky by neměly být ale zásadní, tvoří pouhé 2,44 %. Zajímavé je, že nikdo u ubytovacích služeb neuvedl striktní nespokojenost. Nejvíce nerozhodní návštěvníci byli zaznamenáni v západních Čechách. Tam 2,50 % návštěvníků nevědělo, zda byli s ubytovacími službami spokojeni či nespokojeni.

Tabulka 33: Otázka 10 – Byl/a jste spokojen/a s kvalitou stravovacích služeb?

Oblast / Možnost	Ano velmi	Spíše ano	Spíše ne	Ne	Nevím	Neuvedeno
Jižní Čechy	38 46,34 %	34 41,46 %	2 2,44 %	1 1,22 %	2 2,44 %	5 6,10 %
Západní Čechy	44 55,00 %	32 40,00 %	4 5,00 %	0 0,00 %	0 0,00 %	0 0,00 %
Vysočina	42 57,53 %	20 27,40 %	3 4,11 %	0 0,00 %	5 6,85 %	3 4,11 %

Zdroj: vlastní zpracování

S kvalitou stravovacích služeb byli návštěvníci nejvíce spokojeni na Vysočině (57,53 %) a v západních Čechách (55,00 %). Spíše spokojeni se stravovacími službami byli návštěvníci nejvíce v jižních Čechách. Tam spíše ano odpovědělo 41,46 %. Spíše nespokojeni byli nejvíce návštěvníci západních Čech. Celkově si ale západní Čechy nestojí vůbec špatně. Přímo nespokojen byl jeden návštěvník v jižních Čechách. Odpověď ne tvoří u této oblasti 1,22 %. Svou spokojenost či nespokojenost neuvedlo nejvíce respondentů v jižních Čechách.

Tabulka 34: Otázka 11 – Byl/a jste spokojen/a s nabízenými službami v tomto místě?

Oblast	Ano velmi	Spíše ano	Spíše ne	Ne	Nevím
Jižní Čechy	46 56,10 %	32 39,02 %	2 2,44 %	0 0,00 %	2 2,44 %
Západní Čechy	32 40,00 %	39 48,75 %	8 10,00 %	0 0,00 %	1 1,25 %
Vysočina	43 58,90 %	24 32,88 %	2 2,74 %	0 0,00 %	4 5,48 %

Zdroj: vlastní zpracování

Důležité je vyhodnocení toho, jak návštěvníci vnímali kvalitu služeb celkově. Vždy se může stát, že s nějakou službou nebude zákazník spokojen. V kvalitním zařízení, by se tak stávat ale nemělo. Podstatné je, zda dojde ze strany provozovatele

agroturistického zařízení k nápravě nebo nedojde. Pohled návštěvníka se tím pádem může v tomto ohledu měnit. Pokud nedojde k nápravě, host se stává rozladěným a nespokojeným hostem. V opačném případě si host může poupravit svůj náhled a stává se hostem příjemným. V každém případě stačí jen jeden karambol v oblasti nabízených služeb k tomu, aby začal host vnímat služby agroturistického zařízení negativně a již se do tohoto místa nevrátil. Především musí být host spokojen s ubytovacími a stravovacími službami, které tvoří základ nabízených služeb. Ostatní služby bývají vnímány vcelku pozitivně. Každý návštěvník si může v dnešní době již předem zjistit, jaké služby dané agroturistické zařízení nabízí. Ovšem co už nezjistí, je kvalita těchto služeb. Tu může rozpoznat až při pobytu ve vybraném místě, nebo například dle doporučení přátel, atp.

Nejlépe obstála, co se týká celkové spokojenosti s nabízenými službami, Vysočina (58,90 %, 43 resp.). Dále ale také jižní Čechy (56,10 %, 46 resp.). Se službami bylo spíše spokojeno nejvíce návštěvníků v západních Čechách (48,75 %, 39 resp.). Je vidět, že návštěvníci celkově služby hodnotili buď velmi kladně, nebo spíše kladně. V západních Čechách se vyskytlo několik návštěvníků, kteří nebyli spíše spokojeni (10,00 %). U Vysočiny je třeba podotknout, že 5,48 % resp. se k celkové spokojenosti nevyslovilo.

Tabulka 35: Otázka 12 – Navštívíte toto místo i v budoucnu?

Oblast	Ano určitě	Spíše ano	Spíše ne	Ne	Nevím
Jižní Čechy	39 47,56 %	32 39,02 %	4 4,88 %	3 3,66 %	4 4,88 %
Západní Čechy	34 42,5 %	22 27,5 %	2 2,50 %	2 2,50 %	20 27,40 %
Vysočina	32 43,84 %	23 31,51 %	4 5,48 %	1 1,37 %	13 17,81 %

Zdroj: vlastní zpracování

V budoucí návratnosti návštěvníků převažují jižní Čechy. Ostatní oblasti si ale také nestojí špatně. Je patrné, že se lidé do svých oblíbených destinací vrací rádi. Spíše dané místo opět navštíví hosté z jižních Čech, následně pak z Vysočiny. Spíše místo

nenavštíví 4 respondenti z jižních Čech a taktéž z Vysočiny. Tři návštěvníci z jižních Čech se rozhodli, že dané místo již nenavštíví, což je v porovnání s ostatními oblastmi nejvíce. Překvapivě 27,40 % návštěvníků ze západních Čech neví, zda místo v budoucnu ještě navštíví.

Tabulka 36: Otázka 13 – Doporučíte návštěvu tohoto místa Vaším známým?

Oblast	Ano určitě	Spíše ano	Spíše ne	Ne	Nevím	Neuvedeno
Jižní Čechy	49 59,76 %	29 35,37 %	3 3,66 %	1 1,22 %	0 0,00 %	0 0,00 %
Západní Čechy	46 57,50 %	18 22,5 %	0 0,00 %	0 0,00 %	15 18,75 %	1 1,25 %
Vysočina	55 75,34 %	13 17,81 %	2 2,74 %	0 0,00 %	3 4,11 %	0 0,00 %

Zdroj: vlastní zpracování

Zajímavé jsou i výsledky týkající se doporučení návštěvy svým přátelům a známým. Návštěvu vybraného agroturistického zařízení doporučí nejvíce návštěvníků z Vysočiny. Je tedy možné, že do budoucna se návštěvnost těchto míst zvýší. Následují jižní Čechy, kde je taktéž velký podíl těch, kteří zcela určitě místo návštěvy doporučí svým známým. Méně jich je pak v západních Čechách, ale tento rozdíl není zásadní. Spíše návštěvu doporučí hosté z jižních Čech. I v této oblasti je tedy velmi pravděpodobné, že se v budoucích letech návštěvnost daných míst zvýší. V jižních Čechách se pak 3 respondenti rozhodli spíše nedoporučit vybrané místo. Jen jeden návštěvník z této oblasti se rozhodl, že místo nedoporučí. Největší podíl návštěvníků, kteří nejsou rozhodnutí, zda svým známým místo doporučí či nedoporučí, byl v západních Čechách. Uvedlo tak 15 respondentů.

Tabulka 37: A – Složení návštěvníků – žena, muž

Oblast	Žena	Muž	Neuvedeno
Jižní Čechy	48 (58,54 %)	34 (41,46 %)	0 (0,00 %)
Západní Čechy	39 (48,75 %)	37 (46,25 %)	4 (5,00 %)
Vysočina	32 (43,84 %)	39 (53,42 %)	2 (2,74 %)

Zdroj: vlastní zpracování

Výzkum se dále zabýval složením návštěvníků. U počtu dotazníků vyplněných v jižních Čechách byla zaznamenána převaha žen. Na Vysočině tomu bylo naopak. Zde převažovali muži nad ženami. V západních Čechách byl tento poměr vyrovnaný.

Tabulka 38: B – Složení návštěvníků – věk

Oblast / Věková skup.	18 - 25	26 - 35	36 - 45	46 - 55	56 - 65	66 - 75	nad 75	Neuvedeno
Jižní Čechy	8 9,76 %	18 21,95 %	34 41,46 %	8 9,76 %	11 13,41 %	2 (2,44 %)	0 0,00 %	1 1,22 %
Západní Čechy	10 12,5 %	15 18,75 %	19 23,75 %	21 26,25 %	7 8,75 %	5 6,25 %	0 0,00 %	3 3,75 %
Vysočina	6 8,22 %	13 17,81 %	26 35,61 %	15 20,55 %	10 13,70 %	2 2,74 %	0 0,00 %	1 1,37 %

Zdroj: vlastní zpracování

Pro přehled:

jižní Čechy:	1. 36 – 45 let	2. 26 – 35 let	3. 56 – 65 let
západní Čechy:	1. 46 – 55 let	2. 36 – 45 let	3. 26 – 35 let
Vysočina:	1. 36 – 45 let	2. 46 – 55 let	3. 26 – 35 let

Zastoupení jednotlivých věkových skupin se ve sledovaných oblastech nepatrně liší. V jižních Čechách bylo zaznamenáno nejvíce návštěvníků ve věkovém rozhraní 36 – 45 let. Uvedlo tak 41,46 % respondentů. Poté následuje věková skupina 26 – 35

let. V západních Čechách byla nejvíce zastoupena věková skupina v rozmezí 46 – 55 let, což uvedlo 26,25 % respondentů. Druhou nejčetnější byla skupina 36 – 45 let. Na Vysočině byla zastoupena převážně ta samá věková skupina jako v jižních Čechách s o něco nižším procentním podílem 35,61 %. Na druhém místě byla zaznamenaná významná četnost i u věkové skupiny 46 – 55 let.

Zjištěné údaje vykazují zajímavé informace o typu návštěvníků. Je patrné, že právě návštěvníci ve věkovém rozpětí 36 – 45 let se nejvíce podílí na návštěvě agroturistických zařízení. Proč ale právě tato věková skupina? Vysvětlení by mohlo být jednoduché. V dnešní době je zcela normální, že lidé zakládají rodiny o něco později, než tomu bylo dříve, zhruba kolem 30 let. Sledovaná věková skupina je tvořena především nejvíce rodinami s dětmi. Vyplývá tak i z tabulky 41 (viz níže), ve které jsou zaznamenány odpovědi na otázku, s kým dané agroturistické centrum respondent navštívil. Je patrné, že se jedná právě o rodiny s dětmi, které jsou tím nejčetnějším výskytem. Děti, které má tato věková skupina návštěvníků, jsou již odrostlejší a chápou, co se kolem nich děje a mohou si odnést přínosné informace o dění na farmě. Může se jednat například i o ozdravný pobyt pro děti. Dnešní děti a potažmo mládež vyrůstá ve většině případů v znečištěném městském prostředí, tudíž je na místě, aby touto formou dovolené došlo k určité rekonvalescenci jedince.

Dalšími nejčetnějšími návštěvníky byli ti, co se nacházeli ve věkovém rozhraní 46 – 55 let, převážně tedy v západních Čechách a na Vysočině. V jižních Čechách se tato skupina umístila až na čtvrtém místě, o které se dělí ještě s věkovou skupinou 18 – 25 let.

Důležitá je ještě zmínka o věkové skupině 26 – 35 let. Tato věková skupina je také hojně zastoupena, a to ve všech třech sledovaných oblastech. V jižních Čechách se umístila na druhé pozici a v západních Čechách a na Vysočině na pozici třetí.

Zbýlé věkové skupiny netvoří tak velký podíl na návštěvnosti agroturistických zařízení. Bylo tak zjištěno u věkové skupiny 66 – 75 let a více jako 75 let.

Tabulka 39: C – Nejvyšší dokončené vzdělání

Oblast / Vzdělání	Základní	Střední bez maturity	Střední s maturitou	Vyšší odborné	Vysokoškolské	Neuvečeno
Jižní Čechy	0 0,00 %	0 0,00 %	33 40,24 %	12 14,63 %	34 41,47 %	3 3,66 %
Západní Čechy	0 0,00 %	12 15,00 %	33 41,25 %	14 17,5 %	20 25,00 %	1 1,25 %
Vysočina	1 1,37 %	2 2,74 %	23 31,51 %	11 15,07 %	28 38,35 %	8 10,96 %

Zdroj: vlastní zpracování

Co se týká nejvyššího dokončeného vzdělání, vynikají jižní Čechy. Tam byl zaznamenán největší podíl vysokoškolsky vzdělaných návštěvníků. Téměř se stejným podílem se umístili návštěvníci se středním vzděláním s maturitou. Údaje o vzdělání jsou propojeny ale i s dalšími zjištěnými hodnotami. U vysokoškolsky vzdělaných se předpokládá, že jejich výše finančních prostředků je daleko větší než u osob s nižším vzděláním. Logicky by měli mít tito návštěvníci i lépe hodnocenou práci a tudíž by si mohli dovolit i dražší dovolenou. Tato úvaha odpovídá jižním Čechám. Do jižních Čech zavítalo nejvíce návštěvníků z Prahy, Brna a Plzně (viz tabulka 42).

V západních Čechách byla zaznamenána největší převaha u návštěvníků středoškolsky vzdělaných s maturitou a s vyšším odborným vzděláním. Vysokoškolsky vzdělaní měli nejmenší podíl ze všech třech oblastí.

Na Vysočině podobně jako v jižních Čechách byla zaznamenána převaha vysokoškolsky vzdělaných a poté středoškolsky vzdělaných s maturitou. Významnější skupinu tvoří i návštěvníci s vyšším odborným vzděláním.

Nejmenší podíl byl zaznamenán u návštěvníků se základním vzděláním a se vzděláním středoškolským bez maturity a to u všech oblastí.

Tabulka 40: D – Stav

Oblast / Stav	Svobodný/á	Ženatý/vdaná	Vdovec/vdova	Neuvedeno	Pracující	Nepracující	V důchodu	ZTP	Neuvedeno
Jižní Čechy	29 35,37 %	51 62,19 %	0 0,00 %	2 2,44 %	65 79,27 %	5 6,10 %	3 3,65 %	1 1,22 %	8 9,76 %
Západní Čechy	22 27,50 %	49 61,25 %	4 5,00 %	5 6,25 %	45 56,25 %	10 12,5 %	8 10,00 %	5 6,25 %	12 15,00 %
Vysočina	24 32,88 %	45 61,64 %	0 0,00 %	4 5,48 %	41 56,16 %	10 13,70 %	6 8,22 %	3 4,11 %	13 17,81 %

Zdroj: vlastní zpracování

Ve všech oblastech byla zaznamenána převaha mužů a žen, kteří byli ženatí či vdané a zároveň pracující. Nejvíce návštěvníků tak uvedlo v jižních Čechách. V jižních Čechách bylo zaznamenáno také nejvíce svobodných, poté až na Vysočině. V západních Čechách bylo zaznamenáno vzhledem k ostatním oblastem 5 % vdovců/vdov. Nejvíce návštěvníků, kteří byli nezaměstnaní, bylo v západních Čechách a na Vysočině. Jižní Čechy navštěvují spíše ti, co práci mají. V důchodu bylo zaznamenáno nejvíce návštěvníků v západních Čechách. Bylo tomu tak i v případě zdravotně postižených, kteří taktéž navštěvovali převážně tuto oblast. V ostatních dvou oblastech byl počet zdravotně postižených nižší, nejnižší byl v jižních Čechách. Velké množství návštěvníků neuvedlo, zda byli pracující, nepracující, v důchodu či ZTP. Nejvíce tomu tak bylo na Vysočině a poté v západních Čechách.

Tabulka 41: E – S kým jste navštívil/a vybrané místo?

Oblast / S kým	Sám/sama	S přítelem/ přítečkyní	S manželem/ manželkou	S rodinou a dětmi	Se skupinou známých	neuveďeno
Jižní Čechy	8 9,76 %	13 15,85 %	9 10,98 %	33 40,24 %	16 19,51 %	3 3,66 %
Západní Čechy	11 13,75 %	8 10,00 %	6 7,50 %	34 42,50 %	19 23,75 %	2 2,50 %
Vysočina	3 4,11 %	14 19,18 %	16 21,92 %	29 39,73 %	10 13,69 %	1 1,37 %

Zdroj: vlastní zpracování

Sledováno bylo i to, s kým návštěvník zavítal do agroturistického zařízení. Jak je vidět z tabulky, největší počet respondentů v každé ze sledovaných oblastí tvořily rodiny s dětmi. Tento počet byl ale největší v západních Čechách, následně v jižních Čechách a poté až na Vysočině. Počet respondentů, kteří přijeli do agroturistického centra sami, byl zaznamenán nejvíce v západních a jižních Čechách. S přítelem či přítelkyní navštívilo agroturistické zařízení nejvíce respondentů na Vysočině, poté v jižních Čechách. S manželem či manželkou přijelo nejvíce respondentů taktéž na Vysočinu a do jižních Čech. Skupiny známých byly zaznamenány nejvíce v západních a v jižních Čechách.

Na další straně je zobrazena tabulka s přehledem četností návštěv a měst, ze kterých návštěvníci do jednotlivých agroturistických center v daných oblastech přijeli. Z tabulky je vidět, že nejčetnější návštěvy byly podnikány z Prahy. V jižních Čechách tak uvedlo 27 respondentů, v západních Čechách 17 respondentů a na Vysočině 10 respondentů. Dalšími městy s největší četností byly Karlovy Vary, Plzeň, Cheb, Brno. Ostatní města jsou uvedena v tabulce.

Tabulka 42: F: Četnost návštěv z jednotlivých měst

Oblast / Četnost návštěv	1x	2x	3x	4x	5x	7x
Jižní Čechy	Litoměřice, Soběslav, Klatovy, Strakonice, Slovensko, Španělsko	Děčín, Tábor, Liberec, Zlín, Olomouc, Český Krumlov, Cheb, Česká Lípa	Benešov u Prahy, Mělník, Písek České Budějovice	Most	Brno	Plzeň
Západní Čechy	Pust', Pardubice, Hradec Králové, Kadaň, Teplice, Jirkov, Ústí nad Labem, Tachov, Jindřichův Hradec, Horažďovice, Klatovy, Rokycany	Ostrov, Hluboká nad Vltavou, České Budějovice, Chodová Planá, Horní Planá, Domažlice, Aš, Nýřany, Most, Sokolov, Kynšperk nad Ohří	Chomutov	Toužim, Plzeň	Cheb	x
Vysočina	Bratislava, Liberec, Ústí nad Labem, Chomutov, Olomouc, Moravské Budějovice, Frýdek Místek, Dačice, Písek, Humpolec, Pelhřimov, Opava, Karviná, Kopřivnice, Benešov, Hodonín, Strakonice, Žirovnice, Žďár nad Sázavou, Rosice, Nové Město, Bystřice, Česká Třebová, Hradec Králové Šumperk	Pardubice, Znojmo, Ostrava, Slavonice, Mělník, Tišnov, Kolín, Vyškov, Telč, Blansko	Třebíč, Teplice, Brno	Jihlava	x	x
Oblast / Četnost návštěv	9x	10x	17x	27x	Neuve deno	∑ resp.
Jižní Čechy	x	x	x	Praha	3x	82
Západní Čechy	Karlovy Vary	x	Praha	x	4x	80
Vysočina	x	Praha	x	x	5x	73

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 43: G – Délka pobytu – počet nocí

Oblast / Počet nocí	1 noc	2 noci	3 noci	4 noci	5 nocí	6 nocí	7 nocí	8 nocí	9 nocí	10 nocí
Jižní Čechy	1	7	8	11	13	15	18	1	5	1
Západní Čechy	2	21	25	8	7	11	3	0	0	0
Vysočina	5	9	15	17	4	7	8	3	0	1
Oblast / Počet nocí	11 nocí	12 nocí	13 nocí	14 nocí	Neuvedeno	Celkový počet respondentů				
Jižní Čechy	0	0	0	1	1	82				
Západní Čechy	0	0	0	0	3	80				
Vysočina	0	1	0	0	3	73				

Zdroj: vlastní zpracování

V délce přenocování vedou jednoznačně jižní Čechy. Byly zde zaznamenány převážně přenocování s délkou 5, 6 a 7 nocí. Jeden návštěvník zde strávil pobyt dokonce na 10 a jeden na 14 nocí. V západních Čechách se návštěvníci ubytovali převážně na kratší dobu. Převažuje zde přenocování na 2 a 3 noci. Větší výskyt byl zaznamenán také u přenocování na 6 nocí, ale počet respondentů, kteří tak uvedli, byl daleko nižší než v jižních Čechách. Na Vysočině převažuje spíše doba přenocování na 3 a 4 noci. Tato doba je tedy delší než v západních Čechách, ale kratší jak v jižních Čechách. Návštěvníci jsou ochotni jezdit spíše na kratší pobyty.

Tabulka 44: H – Množství vynaložených peněžních prostředků

Oblast / Peněžní prostředky	Do 2 000 Kč	2 000 – 4 000 Kč	4 000 – 6 000 Kč	6 000 – 8 000 Kč	8 000 – 10 000 Kč	10 000 více	Neuvedeno
Jižní Čechy	11 13,42 %	12 14,63 %	17 20,73 %	24 29,27 %	14 17,07 %	4 4,88 %	0 0,00 %
Západní Čechy	34 42,50 %	22 27,50 %	11 13,75 %	8 10,00 %	4 5,00 %	0 0,00 %	1 1,25 %
Vysočina	24 32,88 %	25 34,24 %	12 16,44 %	7 9,59 %	3 4,11 %	1 1,37 %	1 1,37 %

Zdroj: vlastní zpracování

V návaznosti na počet nocí je významné zhodnotit i množství finančních prostředků, které návštěvníci za svůj pobyt vynaložili. Dle tabulky je rozpoznatelné, že v jižních Čechách návštěvníci nejvíce vynaložili finanční prostředky v rozmezí 6 000 – 8 000 Kč. Neméně významnými byly i finanční výdaje v rozmezí 4 000 – 6 000 Kč a 8 000 – 10 000 Kč. Tyto tři finanční rozpětí v jižních Čechách převládaly. V porovnání se západními Čechami byli návštěvníci ochotni vynaložit daleko více finančních prostředků právě v této oblasti. Odůvodněním může být, jak již bylo řečeno výše, že návštěvníci jezdí do jižních Čech na delší pobyty a jsou jimi převážně klienti z Prahy. Více jak 10 000 Kč vynaložilo téměř 5 % návštěvníků.

V západních Čechách je tomu zcela naopak. Návštěvníci vynaložili peněžní prostředky nejčastěji do 2 000 Kč, poté v rozmezí 2 000 – 4 000 Kč. Jak již bylo řečeno výše, je to tím, že návštěvníci jezdí do této oblasti spíše na kratší pobyty, tudíž nepotřebují velký finanční obnos. Klientelu tvoří více návštěvníci z bližších měst, ale také z Prahy jako tomu bylo u jižních Čech. Těchto návštěvníků bylo ale zaznamenáno méně v porovnání s jižními Čechami. Samozřejmě, že se zde vyskytovali i návštěvníci s vyššími finančními náklady, ale tento počet nebyl až tak velký (viz tabulka).

Finanční výdaje návštěvníků na Vysočině se pohybovaly nejčastěji mezi 2 000 – 4 000 Kč, v druhém případě do 2 000 Kč. Opět je to dáno nižším počtem přenocování. Klientela je tvořena převážně hosty z Vysočiny nebo blízko přilehlých měst k této oblasti. I v této oblasti se našli návštěvníci, kteří vynaložili více finančních prostředků na pobyt, ale tyto výdaje nebyly až tak velké, nejčastěji v rozmezí 4 000 – 6 000 Kč.

Tabulka 45: I – Preference při výběru dovolené

Oblast / Preference	Nejlevnější nabídka uspokojující min. nároky	Nejlépeší nabídka v poměru kvalita-cena	Nabídka nejvyšší kvality	Neuveдено
Jižní Čechy	9 (10,98 %)	62 (75,61 %)	5 (6,09 %)	6 (7,32 %)
Západní Čechy	12 (15,00 %)	59 (73,75 %)	1 (1,25 %)	8 (10,00 %)
Vysočina	8 (10,96 %)	56 (76,71 %)	4 (5,48 %)	5 (6,85 %)

Zdroj: vlastní zpracování

Poslední tabulka se zabývá preferencemi při výběru dovolené. Návštěvníci se měli rozhodnout, co je pro ně důležitější. Nejdůležitější pro klienty agroturistických zařízení je, aby kvalita nabízených služeb byla v nejlepším poměru k ceně. Na Vysočině tak uvedlo 76,71 % návštěvníků, v jižních Čechách 75,61 % a v západních Čechách 73,75 %.

Byl zaznamenán i výskyt dvou extrémnějších možností. Nejlevnější nabídce uspokojující minimální nároky dalo přednost 15 % návštěvníků ze západních Čech, a poté shodně téměř 11 % ze zbývajících dvou oblastí. Nabídka nejvyšší kvality je důležitá pro 6,09 % návštěvníků z jižních Čech, což je nejvíce z daných oblastí. Může být tak proto, že s delším pobytem rostou i nároky na služby, a to především, když tuto klientelu tvoří převážně návštěvníci se svou rodinou a dětmi. Své preference nevyjádřilo nejvíce návštěvníků ze západních Čech 10,00 %, poté z jižních Čech 7,32 % a z Vysočiny 6,85 %.

7 Zhodnocení výsledků

Diplomová práce se zabývala zhodnocením nabídky agroturistických služeb v západních a jižních Čechách a na Vysočině. Na základě dotazníkového šetření, které bylo provedeno v těchto třech oblastech a v devíti agroturistických zařízeních, budou následně zhodnoceny 3 pracovní hypotézy, které byly předem stanoveny.

Při dotazníkovém šetření bylo položeno návštěvníkům dvacet jedna otázek. Otázky měly především kromě jiného zjistit, jak byli návštěvníci agroturistických zařízení spokojeni s nabízenými službami, zda se hodlají v budoucnu vrátit do vybraného agroturistického zařízení, či s kým do agroturistického zařízení přijeli.

První ze třech pracovních hypotéz zní: **Agroturistické služby jsou využívány především rodinami s dětmi.** Vzhledem ke zjištěným výsledkům nelze jinak, než tuto hypotézu potvrdit a to z následujících důvodů. V dotazníkovém šetření byla položena otázka 4 – Proč jste si vybral/a právě toto místo k návštěvě? (viz tabulka 27, kapitola 6) a otázka E – S kým jste navštívil/a vybrané místo? (viz tabulka 41, kapitola 6).

Otázka 4 nabízela respondentům i více možností k zaškrtnutí. Návštěvníci si mohli vybrat, zda místo navštívili díky krásné přírodě, nebo zároveň díky možnosti pobytu rodin s dětmi, dobré cenové dostupnosti, velmi kvalitní nabídce agroturistických služeb, získání nových poznatků o agroturistických službách či díky blízkosti místa k návštěvníkovu bydlišti, anebo jiné odpovědi. V jednotlivých oblastech se nepatrně odpovědi na tuto otázku lišily. Do jižních Čech zavítalo, díky možnému pobytu rodin s dětmi 39 respondentů z 82 dotazovaných, a to hned po nejčtenější odpovědi „návštěva díky krásné přírodě“. Do západních Čech zavítalo díky možnému pobytu rodin s dětmi 36 respondentů z 80 dotazovaných a na Vysočinu 35 ze 73 dotazovaných. Odpověď „díky možnosti pobytu rodin s dětmi“ následovala jako třetí nejčtenější v každé ze dvou oblastí, vždy po odpovědích „díky krásné přírodě“ a „díky dobré cenové dostupnosti“. Otázka E je daleko jednoznačnější. U ní bylo totiž zjištěno, že návštěvníci ve všech sledovaných oblastech navštívili vybrané místo právě s rodinou a dětmi. To byla nejčtenější odpověď. V jižních Čechách z celkového počtu respondentů odpovědělo 40,24 % (33 respondentů z 82 dotazovaných), v západních Čechách tak odpovědělo 42,50 % (34 respondentů z 80 dotazovaných) a na Vysočině tyto hodnoty dosahovaly

39,73 % (29 respondentů ze 73 dotazovaných). Zbylí respondenti navštívili vybrané místo buď se skupinou známých, s manželem či manželkou, s příletem či přítelkyní anebo sami. To jsou pádné argumenty, proč lze první hypotézu potvrdit, a to ve všech sledovaných oblastech.

Druhá ze třech pracovních hypotéz zní: **Návštěvníci agroturistických zařízení jsou spokojeni s nabízenými službami.** V dotazníkovém šetření bylo položeno několik otázek zjišťujících spokojenost s nabízenými službami. Byly jimi otázky 5, 9, 10 a 11.

Otázkou 5 byla zjištěna spokojenost návštěvníka s volnočasovými aktivitami (viz tabulka 28, kapitola 6). Ve všech sledovaných oblastech bylo potvrzeno, že valná většina návštěvníků agroturistických zařízení byla s nabídkou volnočasových aktivit nadměru spokojena. Tato spokojenost byla nejnižší na Vysočině, ale přesto byla většinová. V jižních Čechách bylo spokojeno s nabídkou volnočasových aktivit 97,56 %, v západních Čechách 90,00 % a na Vysočině 89,04 %.

Otázka 9 zjistila, zda byli návštěvníci spokojeni s ubytovacími službami (viz tabulka 32, kapitola 6). Z výsledků dle komparace jednotlivých oblastí vyplynulo, že návštěvníci byli spokojeni s ubytovacími službami opět ve velké míře. V jižních Čechách bylo velmi spokojeno s kvalitou ubytovacích služeb 68,29 % (spíše spokojeno 29,27 %), v západních Čechách bylo velmi spokojeno 60,00 % (spíše spokojeno 37,50 %) a na Vysočině 75,34 % (spíše spokojeno 20,39 %).

Otázka 10 zjistila spokojenost návštěvníků se stravovacími službami v jednotlivých agroturistických zařízeních (viz tabulka 33, kapitola 6). V jižních Čechách bylo velmi spokojeno 46,34 % (spíše spokojeno 41,46 %), v západních Čechách 55,00 % (spíše spokojeno 40,00 %) a na Vysočině 57,53 % (spíše spokojeno 27,40 %). Lze tedy říci, že se stravovacími službami byli návštěvníci taktéž spokojeni, jako s předešlými službami. Sice v porovnání s ubytovacími službami méně, ale stále uspokojivě.

Otázka 11 zjistila celkovou spokojenost návštěvníků s poskytovanými službami. V jižních Čechách bylo velmi spokojeno 56,10 % návštěvníků (spíše spokojeno 39,02 %), v západních Čechách bylo velmi spokojeno 40,00 % návštěvníků (spíše spokojeno 48,75 %) a na Vysočině 58,90 % návštěvníků (spíše spokojeno 32,88 %). V západních Čechách byla spokojenost částečně na nižší úrovni, než v ostatních dvou oblastech, ale nejednalo se o přímou nespokojenost se službami.

Vzhledem k výsledkům z jednotlivých otázek týkajících se této hypotézy lze usoudit, že jsou návštěvníci agroturistických zařízení s nabízenými službami spokojeni. Žádné významné výhrady u návštěvníků nebyly zaznamenány. Nejvíce nespokojených návštěvníků bylo zaznamenáno v západních Čechách, ale tyto výtky nebyly až tak zásadní. Na základě těchto odpovědí, lze hypotézu 2 potvrdit.

Poslední ze třech pracovních hypotéz zní: **Návštěvníci se opětovně vracejí do stejného agroturistického zařízení.** Tato hypotéza lze potvrdit nebo vyvrátit prostřednictvím rozboru otázek 2 a 12 (viz tabulka 25, tabulka 35, kapitola 6).

Provedením analýzy otázky 2 bylo zjištěno, zda si hosté agroturistických zařízení vybírají stejné nebo jiné místo k návštěvě. Výsledky z této analýzy vypovídají o tom, že návštěvníci, kteří již někdy předtím navštívili agroturistické zařízení, se vracejí ve všech sledovaných oblastech více jak z poloviny. V jižních Čechách tomu tak bylo u 59,09 % návštěvníků (40,91 % uvedlo „vybírám si jiné“), v západních Čechách se opětovně vrací do stejného agroturistického zařízení 58,97 % (41,03 % uvedlo „vybírám si jiné“), na Vysočině tomu bylo u 51,16 % (48,84 % uvedlo „vybírám si jiné“).

Otázka 12 zjistila budoucí návratnost návštěvníků do vybraného agroturistického zařízení. V jižních Čechách uvedlo 47,56 %, že místo určitě znovu navštíví, 39,02 % uvedlo, že místo navštíví spíše. V západních Čechách určitě ano uvedlo 42,50 % a spíše ano 27,50 %. A na Vysočině návštěvníci uvedli, že 43,84 % z nich místo v budoucnu určitě navštíví, 31,51 % pak místo navštíví spíše.

Na základě výsledků z dotazníkového šetření bylo prokázáno, že se návštěvníci chtějí opětovně vracet do stejného agroturistického zařízení i v budoucnu. Znamená to tedy, že hypotézu 3 lze na základě získaných výsledků potvrdit.

8 Směr dalšího rozvoje agroturistických služeb

Otázkou by mohlo být, jak vyplynulo z dotazníkového šetření, proč návštěvníci agroturistických zařízení považují poskytované služby ve zkoumaných oblastech za kvalitní? Možná je to proto, že většina návštěvníků nemůže agroturistické služby porovnat se službami, které jsou poskytovány v zahraničí. Pravděpodobné je, že ta menšina návštěvníků, co v dotazníkovém šetření projevila svůj nesouhlas s kvalitou poskytovaných služeb, navštívila nějaké ze zahraničních agroturistických center. Jaká je vlastně definice agroturistického centra? Podle mého názoru se jedná o zemědělské stavení, ve kterém může návštěvník dostat veškeré služby od ubytovacích a stravovacích až po agroturistické, ale hlavně každý návštěvník by si měl s sebou zpět do svého domova odvézt jakousi přidanou hodnotu, která mu byla nepřímo poskytnuta v daném zařízení. Takové komplexní služby jsou typické spíše pro zahraniční státy, které jsou v agroturistice vyspělé. Pokud budeme hovořit o tom samém, ale v podmínkách České republiky, ve většině případů se o agroturistickém centru hovořit nedá. Spíše je vhodné použít termínu farma či usedlost. U nás se jedná spíše o zemědělské stavení, pro které je typické v první řadě zemědělská činnost, přičemž agroturistika je spíše doplňkovou činností. Jedná se nejčastěji o pronájem ubytovacího zařízení se zařízenou kuchyní, ve většině případů jsou stravovací služby ve vlastní režii návštěvníka a v blízkosti farmy se nachází zemědělské zázemí nejčastěji s chovaným dobytkem, který je hlavní náplní činnosti farmáře a ze kterého má největší finanční příjem. V posledních letech se stala agroturistika velmi moderní a tak se někteří farmáři rozhodli, že přestaví jednu část zemědělské usedlosti na ubytovací zařízení a tím pádem budou provozovat agroturistiku, která jim přinese potřebné finanční prostředky. Představa o takovéto agroturistice je ale trochu mylná.

Jak říká jeden ze zkušených odborníků na tuto problematiku Ing. Michal Burian, PhD., který je zakladatelem a předsedou české nevládní organizace ECEAT a který byl jedním z iniciátorů vzniku agroturistiky v České republice, popularita agroturistiky v ČR nezadržitelně roste, přičemž zahraniční turisté ubývají. Podle něj mají zájem o agroturistiku hlavně domácí turisté. Je zastáncem toho, že ekologická turistika přitahuje všechny segmenty, pokud v tom vidí smysl. Často jde o rodiny s dětmi. Tento

muž se v problematice agroturistiky pohybuje již přes 20 let. Vlastní cestovní kancelář, která vozí zahraniční turisty do Čech, převážně z Holandska a Belgie, ale i naopak české turisty do zahraničí a to převážně do Toskánska, Provence, Rakouska a pak teprve do všech ostatních, tudíž lze soudit, že má v této oblasti jistě velké znalosti.

Osobně si myslím, že je velmi důležité přizpůsobit nabídku služeb očekávání návštěvníků, ale současně za předpokladu kvalitnější nabídky služeb. Česká republika má sice výborné předpoklady pro rozvoj venkovského cestovního ruchu a agroturistiky, ale jednou z jeho největších bariér oproti zahraničí je poskytování nekomplexních služeb. S tímto tvrzením Burian z části nesouhlasí. Respektive k tomu dodává: „*Opírám se o své skoro dvacetileté zkušenosti v oboru. Nepochybuji o tom, že kvalita je nezbytná podmínka, otázkou je, co za kvalitu považujeme. Rozhodně to není nedostatek standardů, ale atmosféra, nabídka autentických aktivit, služeb a produktů při přiměřeném vybavení ubytovacího zařízení. V Česku navíc často chybí cit pro venkovský design – mistři v tomto jsou například Italové*“.

Podmínky pro agroturistiku jsou u nás velmi obстойné. Bereme-li v úvahu půvab krajiny a perfektní značení cyklistických a pěších cest. Co nám zde ale chybí a tím pádem nás odlišuje od opravdu úspěšných agroturistických zemí jako je Rakousko, Itálie, Švýcarsko, Slovinsko či dokonce Polsko a Rumunsko je **AUTENTICITA**. Dále Burian říká: „*Chybí nám model - v zimě obsluhuji vlek a turisty, v létě pasu krávy a obsluhuji turisty, mám v těchto oborech vzdělání a řemeslo u nás přechází z otce na syna*“. Autenticita by mohla být považována za hlavní klíč k celému úspěchu. Ztráta autenticity je jedním z negativních dopadů masové turistiky. Ztráta se týká místní kultury, architektury, všedního života místní komunity, upomínkových předmětů, atd. Burian také dále tvrdí a já s ním souhlasím, že k tomu, abychom byli více autentičtí v agroturistice, vede cesta pouze přes individuální aktivitu podnikatelů v této oblasti, skutečné vzdělávání, ne uměle vytvářené zdání vzdělávání za podpory EU, jehož se zúčastňují všichni jiní než ti, kteří je potřebují a zřejmě i mezigenerační kontinuita. „*Obávám se, že opravdu úspěšní v agroturistice nebudeme*“, říká Burian. Zda je toto tvrzení pravdivé či ne ukáže až čas, ale je patrné, že vnímání agroturistiky v České republice, potažmo ve sledovaných oblastech, které byly zadány pro tuto diplomovou

práci, se samo nezlepší. Situace se může zlepšit za přispění samotných provozovatelů farem ve spolupráci se státem, obcemi a evropskou unií. [60]

Pro porovnání kvality nabízených agroturistických služeb v ČR je k dispozici článek o italské agroturistice na www.czechtourism.cz. V Miláně právě tato organizace monitoruje současný stav agroturistiky v Itálii. Stejně jako u nás bylo zvýšení zájmu o agroturistiku reakcí na životní styl ve městech. Děje se tak díky vzdalujícímu se vztahu mezi člověkem a přírodou. Zahraniční i domácí segment cestovního ruchu tak znovuobjevuje venkovské tradice, zemědělskou a řemeslnou výrobu, která se váže na daný kraj. V Itálii dnes funguje zhruba 20 000 farem a zemědělských podniků. Za poslední desetiletí se jedná o téměř 50 % nárůst. Nejčastěji tento segment tvoří rodiny s dětmi anebo skupiny známých. Více jak polovina hostů je ve věkovém rozpětí 35 – 49 let. Tyto naměřené hodnoty jsou velmi podobné s výsledky provedeného dotazníkového šetření v této diplomové práci. Jaký je ale rozdíl mezi italskou a českou klientelou? Italská klientela upřednostňuje ubytování v rodinném prostředí především s nabídkou domácí kuchyně při využití lokálních produktů a sezónního jídelníčku. Na základě výzkumu, který byl proveden prostřednictvím portálu Agriturismo.it se zjistilo, že tradiční gastronomie je nepostradatelným prvkem při výběru dovolené na venkově.

Italskou klientelu dokáže odradit především pobyt na tzv. „**falešné farmě**“. To je pobyt spojený se všedními jednotvárnými stravovacími službami, které nepřihlíží k dané lokalitě a místním tradicím. Mimo jiné je to také nepřehledné uvedení služeb a cen. V Itálii jsou také velmi oblíbené například pobyty na farmě spojené s kurzy vaření nebo s degustací vín a projížděkami na koni. Luboš Rosenberg, zahraniční zástupce CzechTourism v Miláně, říká: „*Česká republika skrývá potenciál, který objevují především turisté ze sousedních zemí*“. Za minulý rok 2011 uskutečnilo na italských farmách minimálně jedno přenocování 1 200 000 Italů. Nejnavštěvovanějšími italskými kraji jsou Toskánsko, Trentino a Umbrie. Hlavními Zdrojovými oblastmi jsou pak Lombardie, Lazio a kraj Benátsko. [61]

Pokud bychom porovnali nabídku našich agroturistických služeb s italskými zjistili bychom, že ty italské jsou založeny více na tradici, hodnotách a využití

přírodního i kulturního potenciálu místa dané farmy. Neměli bychom se snažit za každou cenu tento rozdíl dohnat. Měli bychom si uvědomit, že není ostudou, že jsme s vývojem agroturistiky pozadu. Respektive k danému historickému vývoji tomu být ani jinak nemůže. Mohli bychom se více soustředit na lepší využití potenciálu místa farmy, poskytování kvalitnějších služeb a to především stravovacích s nabídkou domácí kuchyně při využití lokálních produktů a sezónního menu. Mnohé farmy se zabírají především živočišnou výrobou a nedávají váhu poskytování komplexních agroturistických služeb v pravém slova smyslu jako v Itálii. Měli bychom tak udělat, aby naše farmy nemusely být nazývány falešnými farmami. Důležité je podotknout, že nezasvěcený český turista na rozdíl od toho italského, má nižší nároky na pobyt v agroturistickém centru, protože přesně stále neví, co od takové dovolené čekat. Je mu jasné, že stráví pobyt v přírodě za přítomnosti zvířat a poznávání venkovského prostředí, ale vzhledem k tomu, že je neznalý, nemá větší nároky na poskytované služby. Nebude-li český turista zvyšovat tyto nároky, kvalita služeb neporoste. Druhou otázkou je, zda český turista vůbec chce tyto nároky zvyšovat. Pro inspiraci bylo čerpáno z internetového článku, který se týkal příručky pro tzv. „pomalé cestující“ do Itálie - A slow travellers' guide to Italy a to konkrétně o zkušenostech italských provozovatelů agroturistických center v Itálii. [62]

8.1 Analýza problémů nabízených služeb v české agroturistice a vlastní návrhy na jejich zlepšení

Analýza těchto problémů je vytvořena nejen pro sledované oblasti, ale i pro ostatní agroturistická zařízení, která mají zájem provozovat agroturistiku v tom pravém slova smyslu. Důležité je pochopit, že pro agroturistiku musí být vytvořeny zvláštní podmínky, které jí budou utvářet a posouvat tím správným směrem. Odstraněním těchto problémů, by se mohla agroturistika v České republice posunout na lepší úroveň, než je nyní.

Důležité problémové body: autenticita, agroturistika jako hlavní činnost podnikání, komplexnost služeb, webový portál, projekty na podporu rozvoje agroturistiky.

1. AUTENTICITA

Reálnost, pravdivost, skutečnost, pravost, původnost, hodnověrnost či ryzost. To jsou synonyma slova autentický. Autenticita by se měla týkat především místa, ve kterém je agroturistika provozovaná. Důležité je, aby bylo dbáno na stylovost. Trendem dnešní doby je navracení se k původním tradicím. Je tomu tak proto, že se začínají tyto tradice pomalu a jistě vytrácet z našich životů a my si uvědomujeme, že tomu nebude trvat dlouho a můžeme je ztratit navždy. Je důležité pozastavit se nad tím, jak by mělo agroturistické centrum vypadat, jak by mělo být vybaveno, jaké použít materiály k jeho vybavení, jak by mělo být stavebně řešeno či do jakého prostředí by mělo být koncipováno. Měl by být zachován původní duch v moderním stylu, ale ne za každou cenu. To vše je ale v rukou samotných provozovatelů. Jen oni mohou ovlivnit pravou autenticitu – tzv. genius loci.

2. AGROTURISTIKA JAKO HLAVNÍ ČINNOST

Většina agroturistických zařízení nemůže být u nás nazváno agroturistickým centrem. Velké množství provozovatelů těchto zařízení neprovozuje totiž agroturistiku jako svou hlavní činnost podnikání. Agroturistické centrum je místo, ve kterém dostane návštěvník komplexní služby. U nás přetrvává dojem, že agroturistické zařízení je každé takové zařízení, které má ubytovací část a v místě je několik kusů zvířectva, které si mohou návštěvníci prohlédnout. To ale agroturistika doopravdy není. Důležité je podpořit malé a střední podniky, které se chtějí tímto směrem ubírat a pomoci jim a podpořit je v jejich činnosti při kooperaci se státními a krajskými dotacemi a granty z evropské unie.

3. POSKYTOVÁNÍ KOMPLEXNÍCH SLUŽEB

Dalším problémem u některých provozovatelů agroturistických zařízení je ve většině případů poskytování nekomplexních služeb jejich návštěvníkům. Poskytované služby by měly být zprostředkovány jako balíček služeb skládající se ze služeb ubytovacích, stravovacích a agroturistických. Jak již bylo zmíněno v prvním bodě, tyto služby by měly být autenticky provázány. Co se týká služeb

u bytovacích, ty si nestojí v našich podmínkách vůbec špatně. Respektive ti, co nabízí agroturistiku, mají k dispozici ve většině případů ubytování zřízeno. Nemusí se jednat vůbec o ubytování pro náročné klienty. Ubytovací zařízení by mělo být ale správně klasifikováno, což v současnosti není. Klasifikace by dala ubytovacím službám jakýsi rámeček, díky němuž by se potenciální návštěvník mohl lépe orientovat v nabídce a mohl by si tak snadněji volit místo, kde stráví svůj volný čas. Mohli bychom se učit opět od Italů, kteří klasifikaci ubytovacích služeb již zavedli a to od jedné do pěti hvězd.

[63] Důležitou součástí nabízených služeb jsou také služby stravovací. Jak bylo zjištěno v dotazníkovém šetření ve sledovaných oblastech, návštěvníci byli sice spokojeni se stravovacími službami, ale tato spokojenost byla nižší než například u služeb ubytovacích. V některých sledovaných místech stravovací služby ani poskytovány nejsou, proto si myslím, že tato služba by se mohla stát určitým lákadlem ke zvýšení návštěvnosti daného místa. Je všeobecně známo, že lidé mají jídlo rádi a rádi ochutnávají nové věci. Bylo by vhodné, aby agroturistická zařízení zprostředkovala svým návštěvníkům lokální produkty v nabízeném jídelníčku. Každé místo je něčím specifické a v pokrmech rozmanité. Byl by tak hostům poskytnut určitý gastronomický zážitek. Důležité také je, aby návštěvníci mohli v místě svého pobytu využít agroturistických aktivit. Nejedná se ale pouze o přítomnost zvířat. Častěji by mohly být realizovány například tematicky zaměřené folklorní události vázající se k časovému období, místním tradicím a lokálním výročím. Je zřejmé, že množství takovýchto akcí není dostačující. V dotazníkovém šetření častěji respondenti uváděli, že jim chyběly například folklorní události, protože nebyly v čase jejich pobytu. Právě prostřednictvím těchto specifických událostí je možné lidem autenticky zprostředkovat ukázkou činností, které jsou pro danou oblast typické. V neposlední řadě je důležité vytvoření atmosféry v místě pobytu. Atmosféra je něco, co na Vás dýchne už při příjezdu do agroturistického centra. Je to něco, co můžeme vnímat všemi smysly. Vše co může vidět, slyšet, cítit, osahat si a ochutnat, vytváří atmosféru místa. To utváří takzvanou přidanou hodnotu, kterou si musí odvézt každý návštěvník z místa domů, pokud provozovatel agroturistického centra chce, aby se návštěvník v budoucnu ještě vrátil.

4. WEBOVÝ PORTÁL

V současné době nejsou k dispozici žádné webové stránky, které by byly přehledné a byla by zde uvedena všechna klasifikovaná agroturistická centra, ze kterých by si mohl potenciální návštěvník vybrat své místo k dovolené. Pro návštěvníka je v dnešní době trendem vybírat si dovolenou přes internet. Vhodně vytvořené internetové stránky by tak ulehčily výběr návštěvníkovi.

5. VÍCE PROJEKTŮ NA PODPORU ROZVOJE AGROTURISTIKY

Vytvoření dalších projektů na podporu rozvoje agroturistiky a venkovského cestovního ruchu by mělo velký přínos.

Projekty se mohou týkat zejména těchto směrů:

- vytvoření autentického venkova a tematicky laděné agroturistiky,
- vytvoření webového portálu společného pro všechna agroturistická centra,
- vytvoření jednotné klasifikace ubytovacích zařízení v agroturistice,
- vytvoření dostatečného množství volnočasových aktivit v každém centru,
- vytvoření Organizace pro pomoc začínajícím agroturistickým centrům,
- vytvoření konkrétního projektu „*Ochutnej agroturistiku všemi smysly*“.

Cílem projektu by bylo zapojení všech agroturistických zařízení, které by se chtěli tohoto projektu zúčastnit a využít tak jeho podpory a stát se agroturistickým centrem poskytující komplexní služby svým návštěvníkům. Myslím si, že by se agroturistická zařízení, buď současná anebo nově vznikající centra, ráda zapojila do takového projektu, jelikož by jim dával určité možnosti a mohl by být pro ně jakousi zárukou úspěchu. Projekt by se zaměřil na vylepšení všech problematik, které jsou výše popsány. Šlo by o pomoc ve směru navození správné autenticity prostředí a provázanosti agroturistických služeb, pomoc při vytváření regionálních akcí a produktů spojených s tradicemi, vytváření lokálních specialit jako gastronomického zážitku a podpory stravovacích služeb a prodeje farmářských produktů, vytvoření webového portálu s přehledem nabídky služeb agroturistických center či poskytnutí rad

v oblasti financování. Mohlo by dojít i k navázání zahraniční spolupráce za účasti států agroturisticky vyspělých.

LOGO

Slogan je zvolen dle názvu projektu „*Ochutnej agroturistiku všemi smysly*“. Je znázorněn zelenou barvou – barvou typickou pro přírodu. Duha je zvolena jako „*symbol pestrosti*“ nabízených služeb, „*symbol rozličnosti*“ návštěvníků a „*symbol integrace*“ agroturistických center.

Obrázek 1: Logo projektu Ochutnej agroturistiku všemi smysly



Zdroj: vlastní zpracování

9 Možnosti čerpání fondových prostředků na rozvoj agroturistiky a venkovského cestovního ruchu

Existuje několik možností jak přistupovat k čerpání fondových prostředků na rozvoj venkovského cestovního ruchu a agroturistiky. Jsou jimi Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova, který zahrnuje Program rozvoje venkova pro období 2007 – 2013, ROP – regionální operační programy NUTS II pro zvolenou oblast, Tematické operační programy a granty a dotace.

EVROPSKÝ ZEMĚDĚLSKÝ FOND PRO ROZVOJ VENKOVA

(EAFRD - European Agricultural Fund for Rural Development)

Tento fond je finančním nástrojem na podporu rozvoje venkova. Nepatří mezi strukturální fondy Evropské unie, nespadá tedy do politiky hospodářské a sociální soudržnosti. Patří do společné zemědělské politiky EU. Finanční prostředky z tohoto fondu slouží ke zvýšení konkurenceschopnosti zemědělství, potravinářství, lesnictví a rozvoji venkovských oblastí, restrukturalizace, vývoje, inovací a podpory diverzifikace hospodářské činnosti. Projekty, které jsou z něj v České republice hrazené, spadají do Programu rozvoje venkova ČR. Hlavním orgánem programu je Ministerstvo zemědělství. [46]

Program rozvoje venkova 2007 – 2013

Tento program má čtyři hlavní osy. *První osa* tohoto programu se zaměřuje na podporu konkurenceschopnosti zemědělství a lesnictví, posílení podnikání v zemědělské výrobě a potravinářství. Věnuje se především modernizaci zemědělských podniků, pozemkovým úpravám a přidané hodnotě zemědělských produktů. *Druhá osa* se zaměřuje na zlepšení podpory životního prostředí a krajiny. Týká se hlavně biologické rozmanitosti, zachování a rozvoje zemědělských a lesnických systémů a tradičních zemědělských krajín. *Třetí osa* se zaměřuje na vytváření pracovních příležitostí a podporu využívání obnovitelných zdrojů energie při zlepšení podmínek kvality života ve venkovských oblastech. *Čtvrtá osa LEADER* je tzv. metodickou osou. Je uskutečňována zprostředkovaně dle realizovaných cílů jednotlivých opatření os I –

III. Hlavním přínosem čtvrté osy je způsob, jakým jsou akce rozvoje venkova realizovány a vzájemně propojeny. Tato osa slouží především pro zlepšení kvality života ve venkovských oblastech, posílení ekonomického potenciálu a zhodnocení přírodního a kulturního dědictví venkova, taktéž s posílením řídicích a administrativních schopností na venkově.

V Programu rozvoje venkova je cestovní ruch chápán jako možnost pro diverzifikaci ekonomických aktivit na venkově. Tím výrazně přispívá k rozvoji nezemědělské produkce. Podpoře rozvoje cestovního ruchu se věnuje opatření 1.3 Podpora cestovního ruchu včetně veřejných a soukromých zdrojů. Z těchto zdrojů jsou podporovány projekty se zaměřením na budování rekreační infrastruktury či zajištění služeb pěší a vodní turistiky, lyžování, tvorby vinařských stezek nebo hipposteze. [47]

ROP NUTS II

Specifické cíle ROP v oblasti rozvoje cestovního ruchu jsou zvýšení podílu cestovního ruchu na hospodářské prosperitě regionu, zvýšení podílu vytváření pracovních příležitostí a modernizace a zlepšení podmínek pro obyvatele ve městech a na venkově.

▪ *ROP NUTS II Jihozápad*

Specifickým cílem pro podporu cestovního ruchu ROP NUTS II Jihozápad je využití přírodního a kulturního potenciálu pro udržitelný rozvoj CR v Plzeňském a Jihočeském kraji. V tomto programu se nachází několik priorit, přičemž cestovnímu ruchu se věnuje PRIORITY 4 – Udržitelný rozvoj cestovního ruchu. Hlavním cílem priority je využít přírodního a kulturního potenciálu pro udržitelný rozvoj CR v regionu. Mezi specifické cíle priority patří rozvoj a modernizace infrastruktury CR a rozvoj služeb a spolupráce, která vede k vyššímu využití místního potenciálu cestovního ruchu. [49]

▪ *ROP NUTS II Severozápad*

Specifickým cílem pro podporu cestovního ruchu ROP NUTS II Severozápad je zlepšení využití primárního potenciálu území a posílení ekonomického významu cestovního ruchu v Karlovarském a Ústeckém kraji. V tomto programu se nachází

několik priorit, přičemž cestovnímu ruchu se věnuje PRIORITY 3 – Rozvoj cestovního ruchu. Mezi opatření patří:

- 3.1 Rozvoj infrastruktury cestovního ruchu.
- 3.2 Revitalizace památek a využití kulturního dědictví v rozvoji cestovního ruchu. [50]

- *ROP NUTS II Jihovýchod*

Specifickým cílem pro podporu cestovního ruchu ROP NUTS II Jihovýchod je zvýšit účast cestovního ruchu na hospodářské prosperitě Jihomoravského kraje a kraje Vysočina. V tomto programu se nachází několik priorit, přičemž cestovnímu ruchu se věnuje PRIORITY 2 – Rozvoj cestovního ruchu. Mezi opatření této priority patří:

- 2.1 Rozvoj infrastruktury pro cestovní ruch.
- 2.2 Rozvoj služeb v cestovním ruchu. [51]

TEMATICKÉ OPERAČNÍ PROGRAMY

Finanční prostředky lze čerpat i z těchto zdrojů při vhodně zvoleném operačním programu.

GRANTY A DOTACE

Granty a dotace mohou být poskytovány prostřednictvím Jihočeského kraje, Plzeňského kraje, Karlovarského kraje a kraje Vysočina. V rámci *Jihočeského kraje* bylo provedeno několik grantových programů týkajících se oblasti cestovního ruchu např. – GP Rozvoj infrastruktury podporující zážitkovou turistiku, GP Produkty a služby v cestovním ruchu „Žijeme v památkách“, GP Obnova drobné sakrální architektury v krajině, GP Movité kulturní dědictví, anebo Program obnovy venkova Jihočeského kraje v roce 2012. V rámci tohoto kraje jsou k dispozici ještě Finanční mechanismy EHP a Norska. [56]

V rámci *Karlovarského kraje* byly použity dotační programy jako Program obnovy venkova, Podpora rozvoje cyklistické infrastruktury, Podpora budování a údržby lyžařských tras a další dotační tituly pod oddělením regionálního rozvoje. [57]

V rámci *Plzeňského kraje* je řešeno v sekci cestovního ruchu několik programů týkajících se například rozvoje cykloturistiky, podpory rozvoje venkovského cestovního ruchu. [58]

V rámci *kraje Vysočina* byly zaznamenány v odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu tyto dotace, např. Dotace na program doprovodné infrastruktury cestovního ruchu 2012, regionální kultury či na Program obnovy venkova Vysočiny. [59]

10 Závěr

S touhou lidí po návratu k přírodě se agroturistika začíná v současné době plně rozvíjet. Agroturistika je součástí cestovního ruchu, který je nejdynamičtější se rozvíjejícím odvětvím ekonomiky. Na základě toho dostala agroturistika i nový moderní rozměr a stala se tak preferovanou součástí cestovního ruchu. Nutno ale podotknout, že v současné době není agroturistika tak vyspělou jako je v zahraničí. Díky současnému trendu potlačení masového turismu, je dán prostor právě rozvoji individuálnější formě cestovního ruchu jako je venkovský turismus, ekoturismus, ekoagroturismus či samotná agroturistika. Přičemž agroturistika je produktem venkovské turistiky. Agroturistika nabízí služby, které jsou poskytované mimo velká turistická centra. Právě to ubírá na masovosti a přidává na individualismu.

Tématem diplomové práce je „Analýza nabídky agroturistických služeb v západních a jižních Čechách a na Vysočině“. V literárním přehledu jsou zpracovány poznatky, které byly získány studiem odborné literatury, jež se stala studijním podkladem pro zpracování výchozí části této práce. Syntetická část je rozdělena do několika dílčích částí. Je zde zpracován popis potenciálu zájmových oblastí, tj. jižních Čech, západních Čechy a Vysočiny, s následným popisem vybraných spolupracujících agroturistických zařízení. V každé zájmové oblasti byla navázána spolupráce se třemi agroturistickými zařízeními, které byly ochotné spolupracovat a poskytnout informace k zpracování této diplomové práce.

V návaznosti na popis potenciálu jednotlivých zájmových oblastí je analytická část, což je vyhodnocení dotazníkového šetření. Vyhodnocení bylo provedeno zvlášť pro každou sledovanou oblast. Vyhodnocení se nejprve týkalo zájmové oblasti jižní Čechy, pak následovaly západní Čechy a konečně Vysočina. Každá z těchto oblastí je zvýrazněna zvolenou barvou právě pro jednotlivou oblast. Jižní Čechy jsou vyznačeny barvou červenou, západní Čechy barvou zelenou a Vysočina modrou barvou.

Možným problémem, který se při sběru dat a vyhodnocení vyskytl, byl počet jednotlivých respondentů z jednotlivých oblastí. V každé ze sledovaných oblastí se totiž podařilo získat jiný počet respondentů, což je ale velmi pravděpodobné, vzhledem k formě provádění dotazníkového šetření prostřednictvím rozesílání dotazníků poštou

či osobním doručením. Výsledky jsou upraveny do tabulek tak, aby mohly být mezi sebou porovnány. Vzhledem k velikostem zájmových oblastí, počtu rozeslaných dotazníků a sezónnosti v cestovním ruchu je zřejmé, že dotazníkové šetření nebylo možné provést jinak.

Dále následuje komparace jednotlivých oblastí. V té jsou porovnány a zhodnoceny výsledky jednotlivých zájmových oblastí. Vyhodnocení je zprostředkováno také přehlednými grafy a tabulkami, které mají větší vypovídací schopnost. Následně jsou doplněny o popis získaných dat. Po této části následují odpovědi na hypotézy, které byly předem stanoveny. Všechny zadané hypotézy byly potvrzeny. První hypotéza se zabývala tvrzením, že agroturistické služby jsou využívány především rodinami s dětmi. Druhá hypotéza tvrdila, že návštěvníci agroturistických center jsou spokojeni s nabízenými službami. A třetí hypotéza tvrdila, že se návštěvníci opětovně vrací do stejného agroturistického centra.

Na základě provedené analýzy bylo zjištěno, že návštěvníci v západních a jižních Čechách a na Vysočině byli s nabízenými službami ve vybraných agroturistických centrech spokojeni. Následně bylo i prokázáno, že návštěvníci se rádi do již navštívených center opětovně vrací a že jsou tito návštěvníci tvořeni především rodinami s dětmi. Vyhodnocením bylo zjištěno, že agroturistika má v těchto sledovaných oblastech veliký potenciál a je na místě, aby se nadále rozvíjela za pomoci státu, krajů, spoluobčanů a dotací z evropské unie.

Další část diplomové práce se věnuje náhledu a porovnání agroturistických služeb v České republice a v Itálii. Je zde zpracován pohled na to, jakým směrem by se měly agroturistické služby vyvíjet ve sledovaných zájmových oblastech, potažmo v celé České republice. V této části bylo odhaleno, že naše agroturistická zařízení neposkytují autentické agroturistické služby, čímž se odlišují od zahraničních agroturistických center. Je zde řešena problematika týkající se nabídky agroturistických služeb a jsou zde navrženy určité nápady, které by mohly přispět k posílení agroturistiky. Poslední část práce nahlíží i na možné financování a využití zdrojů z fondových prostředků na rozvoj venkovské turistiky a agroturistiky v rámci sledovaných oblastí.

11 Summary

The theme of the Thesis is Analysis of agro tourist offer services in the western and southern Bohemia and Vysočina region. From each region was chosen three agro tourist device. Base on questionnaire survey was carrying out analysis of how visitors perceive the devices of agro-tourist offer of accommodation, eating services and agro tourism services. In this Thesis is described for each area of its potential, followed by a description of each agro tourist devices. Each area is identified with a color that is linked throughout the thesis. South Bohemia has a red color, western Bohemia has green color and Vysočina region has blue color. The following are also intelligible graphs and tables that help to describe and show collected data from questionnaires. In the theme is following comparison between observed areas. Analyzed data in the previous section are given in tables for easy reference, followed by a description.

Based on the analysis it was found that visitors to the Western and Southern Bohemia and in Vysočina region were satisfied with the services offered in selected agro tourist devices. Subsequently, it was also shown that visitors want to return again to visit devices. These visitors are mainly made up of families with children. In conclusion, the thesis found that agritourism has a great potential of the monitored areas. It is therefore in place to continue to develop agritourism through the state, municipalities, citizens, and grants from the European Union.

Another part of the thesis is comparing the agro tourist services in the Czech Republic and Italy. There is processed, what direction should develop agro-tourist services in selected areas of interest respectively in the Czech Republic. It was found that our agro-tourist devices do not provide authentic agro-tourist services, which are different from foreign agro-tourist centers. Solves the problem here with agro-tourist services. There are some proposed ideas that could help to the strengthening of agro-tourism. The last part looks for possible financing sources and uses of funds funded the development of rural tourism and agrotourism in the monitored areas.

Keywords: tourism, agricultural tourism, rural tourism, farm tourism services, agro-tourist facilities, analysis of services, comparison, fund resources.

12 Použitá literatura

12.1 Literární zdroje

1. **HESKOVÁ, M.** a kol. *Cestovní ruch*. Jindřichův Hradec: Fakulta managementu Jihočeské univerzity v Jindřichově Hradci, 1997. 84 s. ISBN 80-7040-233-4.
2. **HESKOVÁ, M.** a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Nakladatelství Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3.
3. **HORNER, S., SWARBROOKE, J.** *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
4. **JANEČKOVÁ, L.** *Marketing služeb*. Slezská univerzita, Karviná: KarTis – Karvinská tiskárna, 1996. 157 s. ISBN 80-85879-34-4.
5. **MORAVEC, I.** a kolektiv. *Venkovská turistika: Teoretická východiska a možnosti*. České Budějovice: Centrum pro komunitní práci, 2006. 92 s. ISBN 80-86902-31-5.
6. **NĚMČANSKÝ, M.** *Agroturistika*. Karviná: Slezská univerzita Opava, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 1996. 158 s. ISBN 80-85879-36-0.
7. **NĚMČANSKÝ, M.** *Management cestovního ruchu 1,2*. Karviná: Slezská univerzita, Obchodně podnikatelská fakulta Karviná, 1995. 226 s. ISBN 80-85879-18-2.
8. **ORIEŠKA, J.** *Služby v cestovním ruchu*. Praha: IDEA SERVIS, 2010. 397 s. ISBN 978-80-85970-68-5.
9. **ORIEŠKA, J.** *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS, 1999. 235 s. ISBN 80-85970-27-9.
10. **ŠKODOVÁ PARMOVÁ, D.** *Agroturistika*. Ekonomická fakulta, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. České Budějovice: Typodesign, s. r. o., 2007. 92 s. ISBN 978-80-7394-009-6.
11. **PARMOVÁ, D., PARMOVÁ, D.** *Provoz služeb v cestovním ruchu*, 1. vydání. České Budějovice: Jihočeská univerzita Zemědělská fakulta, 2003. 84 s. ISBN 80-7040-611-9.

12. **PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.** *Cestovní ruch: výkladový slovník*. Česká republika: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 433 s.
13. **STŘÍBRNÁ, M.** a kol. *Ubytování ve vesnické turistice*. Institut výchovy a vzdělávání Ministerstva zemědělství ČR v Praze. 1996. 46 s. ISBN 80-7105-128-4.
14. **STŘÍBRNÁ, M.** *Venkovská turistika a agroturistika*. Praha: Profi Press, 2005. 65 s. ISBN 80-86726-14-2.
15. **TICHÁ, I., HRON, J.** *Strategické řízení*. Česká zemědělská univerzita v Praze. Prvotně ekonomická fakulta ve vydavatelství CREDIT Praha, 2003. 240 s. ISBN 80-213-0922-9.
16. **VANĚČEK, D.** *Agroturistika*, 1. vydání. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zemědělská fakulta, 1997. 168 s. ISBN 80-7040-222-9.
17. **VAŠTÍKOVÁ, M.** *Marketing služeb – efektivně a moderně*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.
18. **ZBOŘIL, K.** *Marketingový výzkum. Metodologie a aplikace*. Praha: Ediční oddělení VŠE Praha, 1998. 171 s. ISBN 80-7079-394-5.

Cizojazyčné literární zdroje

19. **GÚČIK, M., NOVACKÁ, L., ORIEŠKA, J.** *VIII medzinárodná konferencia o cestovnom ruchu na tému Stratégie rozvoja cestovného ruchu v krajinách strednej Európy – zborník prednášok z konferencie*. Bynská Bystrica: FaxCOPY a. s., pobočka Banská Bystrica. 226 s. ISBN 80-230-0162-0.
20. **PAGE, S. J., GETZ, D.** *The business of Rural Tourism: International Perspectives*. Oxford: International Thomson Business Press, 1997. 213 s. ISBN 0-415-13511-7.
21. **MIDDLETON, V. T. C., FYALL, A., MORGAN, M.** *Marketing in travel and tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2009. 502 s. ISBN 978-0-7506-8693-8.

12.2 Elektronické zdroje

22. Citáty [online]. [cit. 2012-05-06]. Citáty slavných. Dostupné na WWW: <<http://www.citaty-slavnych.cz/kategorie/o-prirode/6>>.
23. Ekofarma Křížové pole [online]. [cit. 2012-05-06]. Informace o farmě. Dostupné na WWW: <<http://www.farmadolezal.cz/ubytovani/>>.
24. Angus farma Rančice [online]. [cit. 2012-05-06]. Informace o farmě. Dostupné na WWW: <<http://www.angus.unas.cz/>>.
25. Borovanský Mlýn [online]. [cit. 2012-05-06]. Informace o farmě. Dostupné na WWW: <<http://www.borovanskymlyn.cz/>>.
26. Dvůr v Borovné [online]. [cit. 2012-05-07]. Informace o farmě. Dostupné na WWW: <<http://www.volny.cz/dvurvborovne/kontakt.htm>>.
27. Chadimův Mlýn [online]. [cit. 2012-05-07]. Informace o farmě. Dostupné na WWW: <<http://www.chadimlyn.cz/cs/biofarma/>>.
28. Penzion Jízdárna [online]. [cit. 2012-05-08]. Informace o farmě. Dostupné na WWW: <<http://www.penzion-jizdarna.cz/jizdarna.php>>.
29. Ekofarma Rybník [online]. [cit. 2012-05-09]. Informace o farmě. Dostupné na WWW: <<http://ekofarma.unas.cz/>>.
30. Farma Moulisových [online]. [cit. 2012-05-09]. Informace o farmě. Dostupné na WWW: <<http://www.farmamoulisovych.cz/>>.
31. Biofarma Belina [online]. [cit. 2012-05-10]. Informace o farmě. Dostupné na WWW: <http://www.biofarmabelina.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=60&Itemid=66>.
32. Jihočeský kraj [online]. [cit. 2012-05-12]. Charakteristika Jihočeského kraje. Dostupné na WWW: <http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika_kraje>.
33. Jihočeský kraj [online]. [cit. 2012-05-12]. Geografická mapa Jihočeského kraje. Dostupné na WWW: <[http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/geograficka_mapa_kraje/\\$File/31131210m1.jpg](http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/geograficka_mapa_kraje/$File/31131210m1.jpg)>.

34. Plzeňský kraj [online]. [cit. 2012-05-14]. Charakteristika Plzeňského kraje. Dostupné na WWW: <<http://www.kr-plzensky.cz/cs/kategorie/cestovni-ruch?sekce=all>>.
35. Plzeňský kraj [online]. [cit. 2012-05-14]. Geografická mapa Plzeňského kraje. Dostupné na WWW: <[http://www.czso.cz/xp/redakce.nsf/i/geograficka_mapa_plzenskeho_kraje/\\$File/geogr_mapa.jpg](http://www.czso.cz/xp/redakce.nsf/i/geograficka_mapa_plzenskeho_kraje/$File/geogr_mapa.jpg)>.
36. Karlovarský kraj [online]. [cit. 2012-05-14]. Charakteristika Karlovarského kraje. Dostupné na WWW: <<http://cestovani.kr-karlovarsky.cz/cz/Stranky/default.aspx>>.
37. Karlovarský kraj [online]. [cit. 2012-05-14]. Geografická mapa Karlovarského kraje. Dostupné na WWW: <[http://www.czso.cz/xk/redakce.nsf/i/geograficka_mapa_karlovarskeho_kraje/\\$File/41101110m21.jpg](http://www.czso.cz/xk/redakce.nsf/i/geograficka_mapa_karlovarskeho_kraje/$File/41101110m21.jpg)>.
38. Kraj Vysočina [online]. [cit. 2012-05-14]. Charakteristika kraje Vysočina. Dostupné na WWW: <http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/charakteristika_kraje>.
39. Kraj Vysočina [online]. [cit. 2012-05-14]. Geografická mapa kraje Vysočina. Dostupné na WWW: <[http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/geograficka_mapa_kraje/\\$File/g_vysocina.jpg](http://www.czso.cz/xj/redakce.nsf/i/geograficka_mapa_kraje/$File/g_vysocina.jpg)>.
40. Hipoturistika [online]. [cit. 2012-06-08]. Informace o hipostezkách v jižních Čechách. Dostupné na WWW: <http://strakonicky.denik.cz/zpravy_region/st-20111016-hipostezky.html>.
41. Hipoturistika [online]. [cit. 2012-06-08]. Informace o hipostezkách v západních Čechách. Dostupné na WWW: <http://domazlicky.denik.cz/zpravy_region/v-zapadnich-cechach-budou-hipostezky20120215.html>.
42. Hipoturistika [online]. [cit. 2012-06-15]. Informace o hipostezkách na Vysočině. Dostupné na WWW: <<http://life.ihned.cz/cestovani/c1-31688580-na-vysocine-vznikne-filmova-stezka-i-hipostezky>>.

43. Hipoturistika [online]. [cit. 2012-06-16]. Informace o hipostezkách na Vysočině. Dostupné na WWW: <<http://www.equichannel.cz/vysocina-nabizi-860-km-jezdeckych-stezek>>.
44. Hipostezky v Jihočeském kraji. [cit. 2012-06-16]. Marketingová studie. Dostupné na WWW: <<http://www.smojk.cz/hipostezky/d-2736/p1=2704>>.
45. Hipoterapie [online]. [cit. 2012-06-17]. Databáze jízdáren, hipoterapie, agroturistika. Dostupné na WWW: <http://www.konikki.cz/kone/jizdarny-hipoterapie-agroturistika/?catalogueSearch%5BregionId%5D=10&catalogueSearch%5BdistrictId%5D=null&catalogueSearch%5B_references%5D%5B_UKM-WhereAreHorses_-_UKM-WhereAreHorsesSpecializations%5D=null&catalogueSearch%5B*%5D=&catalogueSearchSubmit=Hledat>.
46. Agroturistika a agrofarmy v ČR [online]. [cit. 2012-06-18]. Informace o agroturistice. Dostupné na WWW: <<http://www.agroturistika.thoendel.cz/o-agroturistice.html>>.
47. Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova [online]. [cit. 2012-06-30]. Informace o zemědělském fondu. Dostupné na WWW: <<http://www.dotacni.info/evropsky-zemedelsky-fond-pro-rozvoj-venkova/>>.
48. Program rozvoje venkova 2007 – 2013 [online]. Informace o Programu rozvoje venkova 2007 – 2013. Dostupné na WWW: <<http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/program-rozvoje-venkova-na-obdobi-2007/>>.
49. Strukturální fondy [online]. [cit. 2012-06-30]. Tematické operační programy. Dostupné na WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/getdoc/cbbd7af9-afef-448c-8030-1da7e87b4aa7/Tematicke-operacni-programy>>.
50. ROP NUTS II JZ [online]. [cit. 2012-06-30]. Informace o ROP NUTS II Jihozápad. Dostupné na WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2007-2013/Regionalni-operacni-programy/ROP-NUTS-II-Jihozapad>>.
51. ROP NUTS II SZ [online]. [cit. 2012-06-30]. Informace o ROP NUTS II Severozápad. Dostupné na WWW: <<http://www.strukturalni->

- fondy.cz/Programy-2007-2013/Regionalni-operacni-programy/ROP-NUTS-II-Severozapad>.
52. ROP NUTS II JV [online]. [cit. 2012-06-30]. Informace o ROP NUTS II Jihovýchod. Dostupné na WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/getdoc/5cda7326-fe7e-4661-98d5-6570f27a0f55/ROP-NUTS-II-Jihovýchod>>.
53. Strukturální fondy [online]. [cit. 2012-06-30]. Informace o strukturálních fondech. Dostupné na WWW: <[http://www.strukturalni-fondy.cz/Glosar/E/Evropsky-zemedelsky-fond-pro-rozvoj-venkova-\(EAFRD\)](http://www.strukturalni-fondy.cz/Glosar/E/Evropsky-zemedelsky-fond-pro-rozvoj-venkova-(EAFRD))>.
54. Granty a dotace [online]. [cit. 2012-06-30]. Co je to grant. Dostupné na WWW: <http://www.grantovy-poradce.cz/pokr/page.aspx?sp=Co_jsou_to_granty>.
55. Dotace [online]. [cit. 2012-06-30]. Co je to dotace. Dostupné na WWW: <<http://www.dotaceonline.cz/Page.aspx?SP=1181>>.
56. Agrocentra v jihočeském kraji [online]. [cit. 2012-07-01]. Databáze agrocenter v jihočeském kraji. Dostupné na WWW: <<http://www.smojk.cz/hippostezky/d-2736/p1=2704>>.
57. Granty a dotace [online]. [cit. 2012-07-01]. Granty a dotace Jihočeského kraje. Dostupné na WWW: <[http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par\[id_v\]=1154&par\[lang\]=CS](http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par[id_v]=1154&par[lang]=CS)>.
58. Granty a dotace [online]. [cit. 2012-07-01]. Granty a dotace Karlovarského kraje. Dostupné na WWW: <http://www.kr-karlovarsky.cz/kraj_cz/Dotace_all/dotaceKK/schvalene/schv_region/>.
59. Granty a dotace [online]. [cit. 2012-07-01]. Granty a dotace Plzeňského kraje. Dostupné na WWW: <<http://www.kr-plzensky.cz/cs/kategorie/dotace-a-granty>>.
60. Granty a dotace [online]. [cit. 2012-07-01]. Granty a dotace kraje Vysočina. Dostupné na WWW: <<http://extranet.kr-vysocina.cz/edotace/>>.
61. Popularita agroturistiky ČR a zahraničí [online]. [cit. 2012-07-02]. Popularita agroturistiky nezadržitelně roste, ubývají ale zahraniční turisté. Dostupné na WWW: <<http://mistojakoznacka.cz/temata/popularita-agroturistiky-nezadrzitelne-roste-ubyvaji-ji-ale-zahranicni-turiste/>>.

62. Agroturistika v Itálii [online]. [cit. 2012-07-02]. Itálie a venkovská turistika. Dostupné na WWW: <<http://www.czechtourism.cz/zahranicni-zastoupeni-v-italii/italie-a-venkovska-turistika.html>>.

Cizojazyčné internetové zdroje

63. Ubytovací služby v Itálii – Italy Introduces Stars to Distinguish its Agriturismo [online]. [cit. 2012-07-25]. Informace o klasifikaci italských ubytovacích služeb v agroturistice. Dostupné na WWW: <<http://www.bed-and-breakfast-in-italy.com/news2.cfm?id=778>>.

64. Zkušenosti provozovatelů agroturistických center v Itálii - A slow travellers' guide to Italy [online]. [cit. 2012-07-25]. Informace o zkušenostech s provozem italských farem. Dostupné na WWW: <<http://www.guardian.co.uk/travel/2009/mar/29/alastair-sawday-italy-go-slow>>.

Seznam map, tabulek, grafů a obrázků

Seznam map

Mapa 1: Kraje České republiky – zájmové oblasti	str. 37
Mapa 2: Geografická mapa Jihočeského kraje	str. 39
Mapa 3: Geografická mapa Plzeňského kraje	str. 47
Mapa 4: Geografická mapa Karlovarského kraje	str. 49
Mapa 5: Geografická mapa kraje Vysočina	str. 57

Seznam tabulek

Tabulka 1: Cena za ubytování – Ekofarma Křížové pole	str. 40
Tabulka 2: Cena za ubytování – Angus farma Rančice	str. 42
Tabulka 3: Cena za ubytování – Borovanský Mlýn	str. 43
Tabulka 4: Cena za ostatní služby – Borovanský Mlýn	str. 44
Tabulka 5: Cena za ubytování – Eko Farma Rybník	str. 50
Tabulka 6: Cena za ostatní služby – Eko Farma Rybník	str. 50
Tabulka 7: Cena za stravování – Eko farma Rybník	str. 51
Tabulka 8: Cena za ubytování – Farma Moulisových	str. 52
Tabulka 9: Ceník za ostatní služby – Farma Moulisových	str. 52
Tabulka 10: Cena za ubytování – Biofarma Belina	str. 54
Tabulka 11: Cena za ubytování – Dvůr v Borovně	str. 58
Tabulka 12: Ceny ubytování – Chadimův Mlýn	str. 60
Tabulka 13: Cena za ubytování v kempu – Chadimův Mlýn	str. 60
Tabulka 14: Prodej produktů z farmy – Chadimův Mlýn	str. 61
Tabulka 15: Ceny za ubytování – Penzion Jízdárna s. r. o.	str. 62
Tabulka 16: Cena za ostatní služby – Penzion Jízdárna s. r. o.	str. 62
Tabulka 17: Otázka 7 – Pokud ne, jaké agroturistické služby byste uvítal/a, ty které nebyly v místě pobytu? (JČ)	str. 72
Tabulka 18: F – Četnost návštěv z jednotlivých měst (JČ)	str. 80
Tabulka 19: Otázka 7 – Pokud ne, jaké agroturistické služby byste uvítal/a, ty které nebyly v místě pobytu? (ZČ)	str. 88
Tabulka 20: F – Četnost návštěv z jednotlivých měst (ZČ)	str. 95

Tabulka 21: Otázka 7 – Pokud ne, jaké agroturistické služby byste uvítal/a, ty které nebyly v místě pobytu? (V)	str. 103
Tabulka 22: F – Četnost návštěv z jednotlivých měst (V)	str. 110
Komparace zájmových oblastí	
Tabulka 23: Shrnutí – rozeslané a přijaté dotazníky	str. 113
Tabulka 24: Otázka 1 – Navštívil/a jste již někdy předtím agroturistické centrum?	str. 114
Tabulka 25: Otázka 2 – Vybíráte si stejné nebo jiné agroturistické centrum?	str. 114
Tabulka 26: Otázka 3 – Proč jste dal/a přednost právě návštěvě agroturistického centra před jinou formou dovolené?	str. 115
Tabulka 27: Otázka 4 – Proč jste si vybral/a právě toto místo k návštěvě?	str. 116
Tabulka 28: Otázka 5 – Našel/a jste v agroturistickém centru dostatek volnočasových aktivit?	str. 117
Tabulka 29: Otázka 6 – Pokud ano, které z nabízených agroturistických služeb jste využil/a?	str. 118
Tabulka 30: Otázka 7 – Pokud ne, jaké agroturistické služby byste uvítal/a, ty které nebyly v místě pobytu?	str. 119
Tabulka 31: Otázka 8 – Které agroturistické služby jste z nabízených služeb nevyužil/a a proč?	str. 119
Tabulka 32: Otázka 9 – Byl/a jste spokojen/a s kvalitou ubytovacích služeb?	str. 120
Tabulka 33: Otázka 10 – Byl/a jste spokojen/a s kvalitou stravovacích služeb?	str. 121
Tabulka 34: Otázka 11 – Byl/a jste spokojen/a s nabízenými službami v tomto místě?	str. 121
Tabulka 35: Otázka 12 – Navštívíte toto místo i v budoucnu?	str. 122
Tabulka 36: Otázka 13 – Doporučíte návštěvu tohoto místa Vaším známým?	str. 123
Tabulka 37: A – Složení návštěvníků – žena, muž	str. 124
Tabulka 38: B – Složení návštěvníků – věk	str. 124
Tabulka 39: C – Nejvyšší dokončené vzdělání	str. 126
Tabulka 40: D – Stav	str. 127
Tabulka 41: E – S kým jste navštívil/a vybrané místo?	str. 128
Tabulka 42: F: Četnost návštěv z jednotlivých měst	str. 129
Tabulka 43: G – Délka pobytu – počet nocí	str. 130

Tabulka 44: H – Množství vynaložených peněžních prostředků	str. 131
Tabulka 45: I – Preference při výběru dovolené	str. 132

Seznam grafů

Jižní Čechy

Graf 1: Otázka 1 – Navštívil/a jste již někdy předtím agroturistické centrum?	str. 67
Graf 2: Otázka 2 – Vybíráte si stejné nebo jiné agroturistické centrum?	str. 68
Graf 3: Otázka 3 – Proč jste dal/a přednost právě návštěvě agroturistického centra před jinou formou dovolené?	str. 68
Graf 4: Otázka 4 – Proč jste si vybral/a právě toto místo k návštěvě?	str. 69
Graf 5: Otázka 5 – Našel/a jste v agroturistickém centru dostatek volnočasových aktivit?	str. 70
Graf 6: Otázka 6 – Pokud ano, které z nabízených agroturistických služeb jste využil/a?	str. 71
Graf 7: Otázka 8 – Které agroturistické služby jste z nabízených služeb nevyužil/a a proč?	str. 73
Graf 8: Otázka 9 – Byl/a jste spokojen/a s kvalitou ubytovacích služeb?	str. 73
Graf 9: Otázka 10 – Byl/a jste spokojen/a s kvalitou stravovacích služeb?	str. 74
Graf 10: Otázka 11 – Byl/a jste spokojen/a s nabízenými službami v tomto místě?	str. 75
Graf 11: Otázka 12 – Navštívíte toto místo i v budoucnu?	str. 75
Graf 12: Otázka 13 – Doporučíte návštěvu tohoto místa Vaším známým?	str. 76
Graf 13: A – Složení návštěvníků – žena, muž	str. 76
Graf 14: B – Složení návštěvníků - věk	str. 77
Graf 15: C – Nejvyšší dokončené vzdělání	str. 78
Graf 16: D - Stav	str. 78
Graf 17: E – S kým jste navštívil/a vybrané místo?	str. 79
Graf 18: G – Délka pobytu – počet nocí	str. 80
Graf 19: H – Množství vynaložených peněžních prostředků	str. 81
Graf 20: I – Preference při výběru dovolené	str. 82

Západní Čechy

Graf 21: Otázka 1 – Navštívil/a jste již někdy předtím agroturistické centrum?	str. 83
Graf 22: Otázka 2 – Vybíráte si stejné nebo jiné agroturistické centrum?	str. 84
Graf 23: Otázka 3 – Proč jste dal/a přednost právě návštěvě agroturistického centra před jinou formou dovolené?	str. 84
Graf 24: Otázka 4 – Proč jste si vybral/a právě toto místo k návštěvě?	str. 85
Graf 25: Otázka 5 – Našel/a jste v agroturistickém centru dostatek volnočasových aktivit?	str. 86
Graf 26: Otázka 6 – Pokud ano, které z nabízených agroturistických služeb jste využil/a?	str. 87
Graf 27: Otázka 8 – Které agroturistické služby jste z nabízených služeb nevyužil/a a proč?	str. 89
Graf 28: Otázka 9 – Byl/a jste spokojen/a s kvalitou ubytovacích služeb?	str. 89
Graf 29: Otázka 10 – Byl/a jste spokojen/a s kvalitou stravovacích služeb?	str. 90
Graf 30: Otázka 11 – Byl/a jste spokojen/a s nabízenými službami v tomto místě?	str. 90
Graf 31: Otázka 12 – Navštívíte toto místo i v budoucnu?	str. 91
Graf 32: Otázka 13 – Doporučíte návštěvu tohoto místa Vaším známým?	str. 91
Graf 33: A – Složení návštěvníků – žena, muž	str. 92
Graf 34: B – Složení návštěvníků - věk	str. 93
Graf 35: C – Nejvyšší dokončené vzdělání	str. 93
Graf 36: D - Stav	str. 94
Graf 37: E – S kým jste navštívil/a vybrané místo?	str. 95
Graf 38: G – Délka pobytu – počet nocí	str. 96
Graf 39: H – Množství vynaložených peněžních prostředků	str. 97
Graf 40: I – Preference při výběru dovolené	str. 97

Vysočina

Graf 41: Otázka 1 – Navštívil/a jste již někdy předtím agroturistické centrum?	str. 98
Graf 42: Otázka 2 – Vybíráte si stejné nebo jiné agroturistické centrum?	str. 98
Graf 43: Otázka 3 – Proč jste dal/a přednost právě návštěvě agroturistického centra před jinou formou dovolené?	str. 99
Graf 44: Otázka 4 – Proč jste si vybral/a právě toto místo k návštěvě?	str. 100

Graf 45: Otázka 5 – Našel/a jste v agroturistickém centru dostatek volnočasových aktivit?	str. 101
Graf 46: Otázka 6 – Pokud ano, které z nabízených agroturistických služeb jste využil/a?	str. 102
Graf 47: Otázka 8 – Které agroturistické služby jste z nabízených služeb nevyužil/a a proč?	str. 103
Graf 48: Otázka 9 – Byl/a jste spokojen/a s kvalitou ubytovacích služeb?	str. 104
Graf 49: Otázka 10 – Byl/a jste spokojen/a s kvalitou stravovacích služeb?	str. 104
Graf 50: Otázka 11 – Byl/a jste spokojen/a s nabízenými službami v tomto místě?	str. 105
Graf 51: Otázka 12 – Navštívíte toto místo i v budoucnu?	str. 105
Graf 52: Otázka 13 – Doporučíte návštěvu tohoto místa Vaším známým?	str. 106
Graf 53: A – Složení návštěvníků – žena, muž	str. 106
Graf 54: B – Složení návštěvníků – věk	str. 107
Graf 55: C – Nejvyšší dokončené vzdělání	str. 108
Graf 56: D – Stav	str. 108
Graf 57: E – S kým jste navštívil/a vybrané místo?	str. 109
Graf 58: G – Délka pobytu – počet nocí	str. 110
Graf 59: H – Množství vynaložených peněžních prostředků	str. 111
Graf 60: I – Preference při výběru dovolené	str. 112

Seznam obrázků

Obrázek 1: Logo projektu „Ochutnej agroturistiku všemi smysly“	str. 143
--	----------

Seznam příloh

Příloha 1 - Dotazník

Dobrý den,

jmenuji se Jana ŘEHOŠKOVÁ a jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Ve své diplomové práci se zabývám problematikou analýzy agroturistických služeb v Jihočeském kraji, Západočeském kraji a kraji Vysočina. Budu velmi ráda, když mi budete nápomocni v dotazníkovém šetření, které musím provést, abych mohla úroveň těchto služeb zanalyzovat. Výsledky práce budou využity pro podporu rozvoje a zlepšení agroturistických služeb a rozvoje cestovního ruchu v České republice.

Chtěla bych Vás nyní požádat o zodpovězení několika následujících otázek. Vaše anonymní odpovědi budou zpracovány minimálně z 300 dotazníků z 9 agroturistických center (farem) z uvedených krajů. Délka dotazníku je 10 minut. Dotazníkové šetření provádím z vlastních finančních prostředků.

1. Navštívil/a jste již někdy předtím agroturistické centrum? (pokud ne, pokračujte otázkou č. 3)

ano navštívil/a ne, je to má první návštěva

2. Jestliže jste již agroturistické centrum někdy navštívil/a, jde o totéž centrum nebo jste si vybral/a nějaké jiné?

vybírám si stejné vybírám si jiné

3. Proč jste dal/a přednost právě návštěvě agroturistického centra před jinou formou dovolené? (i více odpovědí)

na doporučení přátel

nižší náklady

sepětí s přírodou

nostalgické vzpomínky na prázdniny u babičky

jiné.....

4. Proč jste si vybral/a právě toto místo k návštěvě? (i více odpovědí)

v místě je krásná příroda

možnost pobytu rodiny s dětmi

velmi kvalitní nabídka agroturistických služeb

- dobrá cenová dostupnost
- chtěl/a jsem získat nové poznatky týkající se agroturistických služeb
- místo je nejbližší mému bydlišti
- jiná možnost.....

5. Našel/a jste v agroturistickém centru dostatek volno časových aktivit?

- Ano Ne

6. Pokud ano, které z nabízených agroturistických služeb jste využil/a?

(i více odpovědí)

- projížďky na koních
- účast na práci se zvířaty
- účast na zemědělských pracích v rámci rekondičních programů
- zpracování vlastních produktů a výrobků z plodů zemědělství
- lov zvěře a rybaření
- letní a zimní sporty
- folklorní události
- jiné.....

7. Pokud ne, jaké agroturistické služby byste uvítal/a, ty které nebyly v místě pobytu?

-
-
-

8. Které agroturistické služby jste z nabízených služeb nevyužil/a a popřípadě proč?

- jízdy na koni, protože mám malé děti a neudrží se v sedle
- dlouhé procházky s poznáváním stromů
- jiné, uveďte prosím jaké
-
-
-

9. Byl/a jste spokojena s kvalitou ubytovacích služeb?

ano velmi spíše ano spíše ne ne nevím

10. Byl/a jste spokojena s kvalitou stravovacích služeb?

ano velmi spíše ano spíše ne ne nevím

11. Byl/a jste spokojen/a s nabízenými službami v tomto místě?

ano velmi spíše ano spíše ne ne nevím

12. Navštívíte toto místo i v budoucnu?

ano určitě spíše ano spíše ne ne nevím

13. Doporučíte návštěvu tohoto místa Vaším známým?

ano určitě spíše ano spíše ne ne nevím

Na závěr bych Vás požádala o zodpovězení několika otázek pro statistické zpracování Vašich odpovědí.

A. Pohlaví:

ŽENA MUŽ

B. Věk:

18 – 25 26 – 35 36 – 45 46 – 55

56 – 65 66 – 75 nad 75

C. Nejvyšší dokončené vzdělání:

Základní Střední bez maturity Střední s maturitou

Vyšší odborné Vysokoškolské

D. Jste:

svobodný/á ženatý/vdaná vdovec, vdova

pracující nepracující v důchodu ZTP

E. Vybrané místo jste navštívil/a:

- sám/sama s přítelem/přítelkyní s manželem/manželkou
 s rodinou a dětmi se skupinou známých

F. Odkud jste přijel/a (obec, město)

.....

G. Jak dlouhý byl Váš pobyt? (počet nocí)

..... nocí

H. Kolik jste celkově vynaložil/a peněžních prostředků za pobyt?

- do 2 000 Kč 2 000 Kč - 4 000 Kč 4 000 Kč - 6000 Kč
 6 000 Kč - 8 000 Kč 8 000 Kč - 10 000 Kč 10 000 a více

I. Při výběru Vaší dovolené dáváte přednost:

- nejlevnější nabídce uspokojující min nároky
 nejlepší nabídce v poměru kvalita – cena
 nabídce nejvyšší kvality

Datum vyplnění dotazníku:..... Kraj.....

**Velmi Vám děkuji, že jste se zúčastnili dotazníkového šetření. Velice si
vážím Vaší spolupráce a přeji Vám pěkný zbytek dne.**