

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut sociologických studií

Světlana Zeipeltová

**Analýza venkovské turistiky ve vybraných
regionech ČR**

Bakalářská práce

Praha 2008

Autor práce: **Světlana Zeipeltová**

Vedoucí práce: **PhDr. Ing. Petr Soukup**

Oponent práce:

Datum obhajoby: **2008**

Hodnocení:

Bibliografický záznam

ZEIPELTOVÁ, Světlana. *Analýza venkovské turistiky ve vybraných regionech ČR* Praha: Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií, 2008. 58 s. Vedoucí diplomové práce PhDr. Ing. Petr Soukup.

Anotace

Bakalářská práce „Analýza venkovské turistiky ve vybraných regionech České republiky“ pojednává o venkovské turistice jako formě turismu, který se zejména v zahraničí v posledních letech silně rozvíjí. V České republice není ještě tato forma turistiky příliš rozšířená, ale má velký potenciál. Z toho také vychází tato práce, která se pomocí dotazníkového šetření ve vybraných regionech České republiky snaží odhalit možnosti, potenciál i nedostatky této formy turistiky. Dotazník je navržen pro majitele, respektive provozovatele, objektů venkovské turistiky. První část dotazníku zjišťuje informace týkající se vlastnictví objektu, podnikání v turistice, způsobů propagace, internetových služeb a poskytované podpory. Následující část dotazníku se zaměřuje na praktické informace o kapacitě, ceně a typu ubytování, stravování, vybavení a dále zkoumá okolí objektu z hlediska vybavenosti a různých přírodních či kulturních památek. Výsledky šetření přinesly především potvrzení dopředu vyslovených hypotéz. Dochází ke zlepšování úrovně venkovské turistiky, oblasti s vyšším výskytem přírodních a kulturních památek mají vyšší potenciál pro podnikání ve venkovské turistice, tato forma turistiky poskytuje pracovní příležitosti zejména pro ženy a úroveň objektů venkovské turistiky se zvyšuje spojením s aktivní zemědělskou výrobou. Provedené šetření přineslo zajímavé výsledky z hlediska úrovně venkovské turistiky ve vybraných regionech. K získání podrobnějších informací by bylo třeba provést rozsáhlejší šetření na území celé České republiky, které by zahrnovalo i dotazník pro hosty objektů venkovské turistiky.

Annotation

The bachelor thesis „Analysis of rural tourism of selected regions in the Czech Republic“ deals with rural tourism – a form of tourism, which has been developing recently, especially abroad. That form of tourism is not very widespread, although there is great potential in it. The aim of this thesis is to find out the possibilities as well as the insufficiencies by means of a questionnaire. The questionnaire is designed for the owners and/or the entrepreneurs of rural destinations. The first part of the questionnaire focuses on the matters of ownership, running the business, promotion, internet services etc. The subsequent part of the questionnaire gathers the information about the capacity of the places, the types and prices of accommodation and board, and the facilities. It also surveys the surroundings of the place – both natural and cultural sights. The survey resulted in confirmation of the antecedent hypotheses. The level of the rural tourism has been improving. The places in the areas with more sights have greater potential for rural tourism enterprises. The rural tourism provides jobs, especially for women. Better connections with the agricultural production are being achieved. The survey has brought interesting facts about the level of the rural tourism of selected regions, however, in purpose of getting more detailed information, the survey shall be made in all the regions of the Czech Republic, and the questionnaire for the customers shall be included.

Klíčová slova

Cestovní ruch, venkovská turistika, agroturistika, venkov, dotazníkové šetření.

Keywords

Travel movement, rural tourism, agricultural tourism, countryside, questionnaire.

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 16. května 2008

Světlana Zeipeltová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala svému konzultantovi panu PhDr. Ing. Petru Soukupovi za odborné vedení a pomoc při zpracování práce. Dále děkuji paní Ing. Ludmile Dömeové Csc. z České zemědělské univerzity v Praze za možnost spolupráce při řešení grantu a cenné rady a připomínky a panu Ing. Petru Novákovi ze Svazu venkovské turistiky za pomoc při realizaci dotazníkového šetření.

Projekt bakalářské práce

Název: Analýza venkovské turistiky ve vybraných regionech ČR

Námět práce

Venkovská turistika včetně agroturistiky představuje jednu ze zajímavých a přitažlivých forem cestovního ruchu. V mnoha evropských zemích je tato forma turistiky využívána mnohem více, i když potenciál pro tuto formu turistiky je v České republice vysoký. Za přednosti této formy turistiky lze považovat zejména decentralizované ubytování v prostředí venkova a různorodost rekreačních aktivit, které může tato forma turistiky poskytnout. V případě agroturistiky se jedná i o symbiózu se zemědělstvím jako takovým. Produkty venkovského cestovního ruchu patří mezi takzvané „udržitelné“ formy cestovního ruchu. Venkovská turistika má velký význam pro rozvoj venkova a jednotlivých regionů.

Přednosti venkovské turistiky spočívají zejména v tom, že

- umožňuje rozvoj malého a středního podnikání na venkově,
- vytváří nová pracovní místa,
- poskytuje příležitost pro uplatnění žen,
- stabilizuje venkovské obyvatelstvo,
- využívá přírodní, kulturní a historický potenciál obce a okolí,
- přináší do obce a malých měst potřebný kapitál,
- umožňuje vznik pozitivních partnerských vztahů mezi veřejným a soukromým sektorem,
- oživuje tradice jednotlivých regionů,

Předpokládané metody zpracování:

Nejprve bude proveden podrobný přehled na základě dostupné literatury. Na základě těchto informací budou formulovány základní pojmy venkovské turistiky a agroturistiky. Bude se také vycházet z dostupných zahraničních zkušeností o provozování venkovské turistiky a agroturistiky, se zaměřením na země, kde je tato forma turistiky rozšířena (Rakousko, Německo, Švýcarsko). K získání podrobnějších informací ve vybraných regionech bude provedeno dotazníkové šetření s cílem získat podrobné informace o současném stavu této formy turistiky. Předpokládá se, že bude navržen dotazník, který umožní získat podrobné informace a bude zároveň srozumitelný

pro respondenty. Zpracování dotazníku bude provedeno pomocí statistických metod, které umožní formulovat a zobecňovat výsledky šetření. Předpokládá se využití statistického software SPSS. Výsledky dotazníkového šetření by měly ukázat na nedostatky, problémy a potencionální možnosti této formy turistiky.

Předběžná struktura práce:

1. Úvod a cíl
2. Rozbor problému na základě literatury
3. Metodika práce
4. Analýza získaných výsledků
5. Úvahy o perspektivách dalšího rozvoje venkovské turistiky
6. Závěr

Přehled literatury:

- Hendl, J. (2006). *Přehled statistických metod zpracování dat*. Praha : Portál.
- Šimková, E. Venkovský cestovní ruch jako nástroj udržitelného rozvoje venkova. *Ekonomická revue cestovního ruchu*, 200, č.1
- Šimková, E. Nové trendy podnikání ve venkovské turistice v ČR. *E + M Ekonomie a Managment*, 2002, roč. V., č. 2
- Lomborg, B. (2006). *Skeptický ekolog*. Praha: Dokořán
- [Český venkov 2000 : základní údaje / řešitelka Věra Majerová ... \[et al.\]](#). Praha: Credit (2002)
- Stříbrná, M. (2005). *Venkovská turistika a agroturistika*. Praha: Profi Press
- [Venkovská turistika : teoretická východiska a možnosti / \[autoři Ivo Moravec ... et al.\]](#) Praha: Centrum pro komunitní práci (2006)
- Pourová, M. (2002). *Agroturistika*. Praha: Credit
- Majerová, V. (2000). *Sociologie venkova a zemědělství*. Praha: Credit

Obsah

OBSAH	8
ÚVOD	9
1. TEORETICKÁ KONCEPCE	11
1.1 VENKOV	11
1.2 VENKOVSKÁ TURISTIKA	16
1.3 POTENCIÁL, VÝHODY A ROZVOJ VENKOVSKÉ TURISTIKY V ČESKÉ REPUBLICE	19
1.4 ZKUŠENOSTI ZE ZAHRANIČÍ	21
1.5 HYPOTÉZY:	22
2. METODIKA	23
2.1 VÝZKUMNÝ SOUBOR.....	23
2.2 INSTRUMENT-DOTAZNÍK.....	24
2.3 METODY ANALÝZY DAT.....	25
3. ANALÝZA DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	26
3.1 VÝSLEDKY TŘÍDĚNÍ	26
3.1.1 Identifikační údaje.....	26
3.1.2 Vlastnictví objektu.....	26
3.1.3 Podnikání v turistice	26
3.1.4 Způsoby propagace	29
3.1.5 Internetové služby	29
3.1.6 Podpora od státu, kraje, obce	30
3.1.7 Veřejné údaje	30
3.2 MĚŘENÍ ZÁVISLOSTÍ	32
4. SHRNUTÍ A ZOBECNĚNÍ VÝSLEDKŮ ANALÝZY	35
5. MOŽNOSTI DALŠÍHO VÝZKUMU	40
ZÁVĚR	41
POUŽITÁ LITERATURA	43
SEZNAM PŘÍLOH	44
PŘÍLOHY	45

Úvod

Cestovní ruch patří k nejdynamičtěji se rozvíjejícím hospodářským odvětvím světa. Má vliv na zaměstnanost, tvorbu hrubého domácího produktu, vytváření devizových rezerv, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek, zvyšuje všeobecnou vzdělanost obyvatelstva. Ze zkušeností vyplývá, že umožňuje přenesení kapitálu a pracovních příležitostí z rozvinutých, povětšinou městských oblastí, do hospodářsky zaostalejších regionů. Podstatou cestovního ruchu je uspokojování specifických potřeb člověka, které jsou uspokojovány zbožím a službami různých odvětví činnosti. Tato odvětví na sebe navazují a často na sobě závisí a jsou tudíž vnímány jako komplex služeb. Poznání uvedených potřeb umožňuje co nejvíce přizpůsobit produkt potřebám a požadavkům cílové skupiny. Cestovní ruch, oproti jiným odvětvím, podléhá méně ekonomickým vlivům a proto je vhodné podporovat jeho rozvoj ve všech regionech, zvláště pak v místech, kde je zvýšená nezaměstnanost. Rozvinutý cestovní ruch přináší nepřímo příjmy celému regionu. Přispívá také k rozvoji infrastruktury, která pak slouží i místnímu obyvatelstvu. Lze využít sílu růstového potenciálu cestovního ruchu k ekonomickému oživení českého venkova, který se v současnosti potýká s hospodářskými problémy způsobenými zejména restrukturalizací ekonomiky? Může být cestovní ruch řešením pro hospodářské a sociální problémy, s kterými se potýká současný český venkov? Zajistí venkovská turistika dostatečný počet pracovních míst, příjmů a kapitálu? Může být nápomocná při odstraňování regionálních disparit? Na tyto a další otázky se pokusí předložená bakalářská práce alespoň částečně odpovědět.

Venkovská turistika není úplně nová záležitost. Zájem o tento typ rekreace se objevuje již v devatenáctém století a je spojen s obdobím romantismu. V moderní formě se ale venkovská turistika prosazuje teprve v sedmdesátých až devadesátých letech a je v mnoha ohledech odlišná. Venkovský cestovní ruch se rozvíjí ve venkovské krajině všeho druhu. Vymanil se z velkých specializovaných středisek a dostal se do malých měst a vesnic, čímž se stal skutečně venkovským v pravém slova smyslu. Rozvíjející se urbanizace, zrychlování životního tempa a jevy civilizace vedou řadu lidí ke snaze trávit volný čas na venkově, v přírodě. Při této formě turismu se jedná o jakýsi způsob návratu k přírodě, objevování venkova. Venkovská turistika představuje rekreační formu cestování spojenou s pobytem ve venkovském prostředí a pobyt účastníků ve volné přírodě.

Bakalářská práce

Cílem práce je zjistit stav venkovské turistiky ve vybraných regionech České republiky a následně pak ukázat na nedostatky, problémy a potencionální možnosti této formy turistiky. Prostředkem pro získání podrobných informací je v tomto případě dotazníkové šetření zaměřené na majitele či provozovatele objektů venkovské turistiky.

1. Teoretická koncepce

Existuje mnoho různých definic cestovního ruchu. Podle Světové organizace cestovního ruchu (WTO) zahrnuje cestovní ruch „aktivity osob, které cestují a pobývají v místech mimo obvyklé prostředí po dobu nepřesahující jeden rok za účelem vyplnění svého volného času, za obchodem nebo za jinými účely (ne však za účelem vykonávání výdělečné činnosti)“. [Indrová 2007: 18]

Pro srovnání je zde uvedena ještě jedna definice: „Za cestovní ruch (turism) se považuje činnost osob, cestujících na přechodnou dobu (u mezinárodního cestovního ruchu maximálně jeden rok, u domácího šest měsíců) do místa mimo své trvalé bydliště, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávat výdělečnou činnost v navštíveném místě (trvalý či přechodný pracovní poměr)“. [Foret 2001: 15].

Podmínky, které ovlivňují rozvoj cestovního ruchu, jsou ekonomické, politické, ekologické, demografické, personální zabezpečení, organizační, administrativní, zdravotní a bezpečnostní. Některé z nich můžeme určitým způsobem ovlivňovat, jiné nikoliv. Cestovní ruch je ukazatelem životní úrovně obyvatelstva. Přestože jsou některé regiony z hlediska cestovního ruchu zvýhodněny před jinými (především neovlivnitelnými hledisky jako jsou přírodní a kulturní zajímavosti), vždy existují možnosti, jak tuto situaci zlepšit a přilákat turisty i do na první pohled méně atraktivního regionu.

V dnešní době už lidé nevyhledávají pouze pasivní dovolenou, ale chtějí volný čas využívat aktivně, např. sportem či turistikou. To je dáno potřebou aktivního odpočinku jako kompenzace pasivního zaměstnání, které vykonává podstatná část populace.

1.1 Venkov

Vývoj českého venkova byl oproti jiným, západním zemím silně ovlivněn kolektivizací, která přešla až do snahy vyrovnat rozdíly mezi městem a venkovem. Tento proces by se dal nazvat snahou o likvidaci venkova. „Logika zodpovědného hospodaření na vlastní půdě tak musela ustoupit pravidlům tovární výroby, násilně aplikované na organický svět. Zmizeli sedláci a posléze i drobní rolníci a na jejich místo nastoupila zemědělská velkovýroba“ [Blažek 1998: 87]

Velkou změnou oproti venkovu, který existoval před několika desítkami let, je rapidní pokles zaměstnanosti v oblasti zemědělství. To je dáno prudkým rozvojem

mechanizace zemědělství a dále tím, že lidé z venkova hledají práci s lepšími podmínkami, protože práce v zemědělství je náročná a nepřináší dostatečné příjmy. Další změnou a zároveň problémem, se kterým se venkov potýká, je stárnutí a vylidňování venkova. I dříve docházelo k vylidňování, ale to bylo způsobeno živelnými katastrofami a mory. Dnes tuto úlohu převzal proces urbanizace. Mladí lidé často odcházejí do měst, protože život na venkově je nenaplňuje. V posledních letech se ale tento dlouhodobý trend zastavuje a dochází naopak k migraci městského obyvatelstva na venkov, což znamená zastavení procesu vylidňování venkova. Je ale nutno připustit, že velká část migrujícího městského obyvatelstva se pouze stěhuje na okraje měst a nelze tedy mluvit o typickém návratu na venkov. Neplatí to však pro všechny lokality, ale pouze pro republiku jako celek. Důvodem pro odchod městských obyvatel na venkov je u majetných vidina kvalitního rodinného bydlení a u méně majetných naopak cenová dostupnost bydlení na venkově. Motivací jsou i celkově nižší životní náklady na venkově. I přes zastavení vylidňování venkova je tu však stále nepříznivá věková struktura venkovského obyvatelstva.

Vylidněný venkov bylo třeba nějakým způsobem vzkřísit. Postupy, pomocí kterých k tomu docházelo, měly často charakter kolonizace. Tento pojem asociuje spíše negativní pocity, především při vybavení si kolonizace německé. „Nezapomeňme však, že kolonizace také znamenala proces šíření civilizace, alternativních půdorysných schémat obcí, nové systémové logiky autarkního hospodaření.“ [Blažek 1998: 91]

Relativně komplexním programem zaměřeným na obnovu vesnice a venkova vůbec je Program obnovy vesnice. Je to vládní program Ministerstva pro místní rozvoj, který vychází z rakouských a bavorských zkušeností. „Cílem je stabilizace venkovského osídlení, obyvatelstva a tím i zemědělství a zemědělské krajiny prostřednictvím podpory společenského a kulturního života, podpory nabídky pracovních příležitostí na venkově, podpory rozvoje veřejných služeb, ochrany kulturněhistorických památek, životního a přírodního prostředí a krajiny.“ [Majerová 2006: 189] O ozdravění a obnovu venkova se starají také nejrůznější spolky, které za tímto účelem vznikly. Jsou to například Spolek pro obnovu venkova, nebo Školy obnovy venkova. V rámci těchto spolků jsou vytvářeny různé programy či vypisovány soutěže, které podporují zdraví venkova.

Hlavními faktory stabilizace a rozvoje venkova jsou zajištění pracovních míst pro zde bydlící obyvatelstvo, zajištění technické infrastruktury, zajištění dopravní obslužnosti, podpora podnikání, podpora podnikání v oblasti cestovního ruchu, zajištění

služeb obyvatelům venkova, a to hlavně školství, lékařské péče, sociální péče, a podpora společenského a kulturního života na vesnici. Změnou k lepšímu jsou i možnosti podnikání ve venkovské turistice, zejména agroturistice. Jedním z důvodů, proč u nás není venkovská turistika rozšířena tak jako v jiných evropských zemích, je kolektivizace a tudíž skutečnost, že se tato forma turistiky mohla u nás začít rozvíjet až po roce 1989. To, že u nás není tato forma turistiky příliš rozšířená a využívaná, je tedy logické, protože v jiných státech Evropy docházelo k jejímu zásadnímu rozvoji již v 70. letech.

Podle Blažka vznikají v dnešní době rozsáhlé regiony, ve kterých nemůžeme odlišit venkovský prostor od městského. [Blažek 1998: 95] Nevím, jestli je situace až takto kritická, ale určitě svým tvrzením poukazuje na zajímavý jev. Blažek popisuje různé sociálně chorobné jevy napadající venkov, které ve městě nenajdeme, ale městská struktura je přesto v jejich pozadí. [Blažek 1998: 95]

Zájem o venkovskou turistiku stoupá především u lidí žijících ve městech či průmyslových oblastech. Tento jev by se dal popsat jako jakýsi útěk z města. Příroda městským lidem v průběhu roku chybí a oni touží po opravdovém a nefalšovaném venkovu. Touží po klidu, tichu a čistotě, tedy po přesně opačných věcech, než jim nabízí město, jako jejich trvalé bydliště. Librová popisuje tento jev na tzv. víkendových venkovanech. Tak označuje chataře a chalupáře, kteří tedy úplně nezapadají do mého konceptu, ale jejich pocity mohou být totožné s pocity jiných městských obyvatel. Librová popisuje potřebu lidí opustit stěny malého bytu a dýchat jiný vzduch. Zajímavé je zjištění sociologických výzkumů, že čím lepší je městské prostředí, ve kterém lidé žijí, tím mají větší touhu po krajině.

Podíváme se teď na fenomén chataření a chalupaření, který je v České republice poměrně rozšířený a vlastně se tak trochu překrývá s venkovskou turistikou a připravuje ji o klientelu. Těžko si představit, jak chatař či chalupář vyrazí na „dovolenou na farmě“, když má ve vedlejší vesnici vlastní rekreační objekt. A přitom je to právě skupina lidí, která by takovou formu rekreace mohla ocenit, což vyplývá právě z toho, že si pořídili vlastní chatu či chalupu. Jak Librová upozorňuje, přestože statistiky i lidé, kteří rekreační objekt nevládní, nerozlišují příliš mezi chatou a chalupou, vlastníci těchto jednotlivých objektů jsou na toto rozlišování poměrně citliví. [Librová 1988: 140]

Počátek chataření u nás můžeme zařadit do dvacátých let minulého století a bylo povětšinou výsadou nejvyšších společenských vrstev, pomineme-li obyvatele typických trampských osad. Po druhé světové válce se tento fenomén rozšířil jak sociálně tak

početně. Nejtypičtějším představitelem chatařů je manželský pár ve středních letech s dětmi. Chaty můžeme dnes najít převážně v chatových koloniích, protože jejich rozptýlená výstavba byla zastavena. Tímto umělým nakupením velkého množství objektů a lidí v poměrně malém prostoru vzniká zajímavý jev. „Navzdory fyzické blízkosti chatařů vzniká v rekreační kolonii podobná anonymita jako ve městě. Rekreatanti, kteří odjeli z města, aby si odpočinuli od velké koncentrace lidí, se v ní znovu ocitají.“ [Librová 1988: 141] Vzhledem k tomu, že velikost objektu i pozemku tohoto typu není obvykle příliš velká, mohou se chataři věnovat jiným, rekreačním, činnostem, než je práce na chatě. Dokáží prostě všeho nechat a vyrazit na procházku, koupat se, opalovat. Dovedou odpočívat, ať už pasivně nebo aktivně. A právě proto vidím v chatařích potencionální klienty venkovské turistiky. Zajímavý jev popsal také Blažek, který poukázal na trampské osady jako druh chatových kolonií. „Nejsou to jen tak obyčejné chatové kolonie, ale pokusy o materializaci literárních obrazů ze dvou okruhů lidové četby, jež pojednávaly o světech dvou smrtelných nepřátel: z indiánek a kovbojek.“ [Blažek 1998: 84]

Chalupaření v dnešním slova smyslu se rozšířilo v 60. letech minulého století. I přesto, že chalupa je šestkrát méně než chat (vlastní je 0,9 % domácností) [Librová 1988: 139], je chalupa typickým českým symbolem pro trávení volného času. „Chalupaření je tedy spíše než jevem početným jevem sociálně výrazným a charakteristickým. Právě normotvorná povaha si zaslouží pozornost sociologa (...).“ [Librová 1988: 140] Podobně, či možná ještě více než u chat, zde platí, že tuto formu rekreace vyhledávají spíše obyvatelé ekologicky kvalitnějších oblastí měst a také osoby, které vykonávají sedavé zaměstnání intelektuální povahy. Typický chalupář je starší než chatař. Chalupář se nejednoduše rekreovat, alespoň tedy ne pasivně, ale jezdí renovovat, upravovat a zvelebovat svojí milovanou chalupu. Je šťastný, když může o víkendu vystoupit ze své sociální role a změnit ji na zedníka, truhláře, souseda. Chalupářům nelze upřít přínos z hlediska udržování tradic. Na rozdíl od stálých obyvatelů vesnic zvelebují a udržují typická venkovská stavení. Právě městští lidé formulovali hodnoty krajiny, které si vesničtí lidé neuvědomovali. Chalupáři ale asi nepředstavují potencionální klienty vesnické turistiky, protože jim nejde o pobyt v přírodě a na venkově jako takový, ale spíše o jejich vlastní rekreační objekt a činnosti s ním spojené.

V jiné knize Librová rozlišuje tvrdý a měkký turismus. [Librová 1994: 65] Začíná se šířit zajímavý jev, a to že turisté, kteří zaplavují klasické rekreační oblasti, začínají

vnímat ekologické dopady masového turismu. Jsou čím dál náročnější ke stavu přírody, která je obklopuje během dovolené, a tak se šíří myšlenka měkkého turismu, který je šetrný k životnímu prostředí. Negativní faktor, který z tohoto jevu vyplývá, je to, že lidé se stále snaží „objevovat“ nová místa a nejezdit do oblastí masového turismu, což vede k devastaci dalších oblastí – ať už turisty jako takovými nebo přípravou oblastí pro turistický ruch. Librová ale vidí pozitivnější důsledky vnímavosti turistů k životnímu prostředí a to, že do módy přicházejí nové formy turistiky. Ty, vzhledem k tomu že mají spíše individuální a aktivní podobu, jsou k životnímu prostředí šetrnější. Měkký turismus jako takový „...se vědomě snaží o nový, sociálně a ekologicky zodpovědný přístup k hostitelským oblastem“ [Librová 1994: 72] Jeho typickými charakteristikami jsou podle futurologa Roberta Junga individuální, rodinné cesty, malá skupina přátel a dost času, přiměřené a pomalé dopravní prostředky, blízko, spontánní rozhodnutí podle situace, styl života blízký dané zemi, zážitky, úsilí a aktivita, příprava vztahující se k dané zemi, znalost domácího jazyka, vzpomínky, nové zážitky a kresby, atd. Jako příklady měkkého turismu uvádí Librová agroturismus a vesnický turismus. Dále také upozorňuje na organizované formy měkkého turismu, které jsou rychlou reakcí trhu na požadavky zákazníků a snahou neztratit klientelu.

Poslední dobou je český cestovní ruch z velké části orientován na zahraničí, což je pochopitelné vzhledem k historickému vývoji a otevření hranic po roce 1989. Je ale pravděpodobné, že touha po dalekých cestách alespoň částečně ustane. Tady je zajímavá otázka znovuoživení blízkého. [Librová 1994: 75] Moderní doba nám umožnila rychlé a jednoduché cestování a tak si ani neuvědomujeme, že pro samé daleké cesty zapomínáme na krásu našeho blízkého okolí. Nemůže nám výlet po Čechách někdy poskytnout víc než dovolená u moře?

Je tu také otázka genderu ve smyslu rovných pracovních příležitostí mužů a žen. Venkovská turistika přináší nové pracovní příležitosti, a to bez ohledu na pohlaví či dokonce více příležitostí pro ženy (práce v pohostinství, atd). V případě, že provozování venkovské turistiky je bráno pouze jako doplňková činnost k probíhající zemědělské výrobě, spadají tyto nové povinnosti na bedra ženy. Je to poměrně přirozené, jedná-li se o práce jako úklid a příprava pokojů, či případného stravování. To jsou činnosti, které i ve větších ubytovacích zařízeních obvykle vykonávají ženy.

S úplným, či alespoň částečným, přeorientováním zemědělské činnosti na turistickou (tzn. ubytovací, pohostinské a další služby spojené s turismem) může přijít vnitřní rozpolcení provozovatele. Jak se tedy tito lidé cítí? Považují se stále za zemědělce

nebo se ztotožnili s rolí „hoteliéra“? Dá se předpokládat, že lidé, kteří velkou část život věnovali zemědělské činnosti stejně jako předchozí generace jejich rodin, se jen těžko ztotožní s podnikáním ve službách.

Problémem, který se bezpochyby týká více venkovských než městských oblastí, je nezaměstnanost. Venkov poskytuje málo pracovních příležitostí, což je spojeno s restrukturalizací zemědělství a následným poklesem počtu pracovníků v tomto odvětví. Tím venkov poznamenala jednostranná orientace na zemědělství. Nyní většina obyvatel venkova v produktivním věku vyjíždí za prací do měst. Venkovská turistika tedy neznamená jen zvýšení příjmů pro samotného provozovatele, ale také doplňkové příjmy pro další obyvatele vesnice, ve smyslu poskytování služeb a případné vytvoření nových pracovních míst. Ve venkovské turistice také vidím možnost měnit tuto situaci k lepšímu, protože podmínky pro rekreaci a turistiku nejsou dosud obcemi naplno doceneňovány a využívány.

Venkovská turistika zapadá do tzv. udržitelného rozvoje cestovního ruchu. Trvale udržitelný rozvoj představuje stále aktuální problém. „Trvale udržitelný rozvoj je často charakterizován jako takový rozvoj, který zabezpečuje uspokojení současných potřeb, aniž by ohrozil možnosti uspokojení potřeb generací budoucích.“ [Kolektiv autorů 2007: 13] Pro cestovní ruch lze tedy trvale udržitelný rozvoj vymezit jako zajišťování potřeb klientů cestovního ruchu tak, aby zároveň docházelo k rozvoji území s přihlédnutím k šetrnému využívání přírodních a kulturních hodnot, což přispívá k prosperitě dané oblasti bez omezení potřeb budoucích generací.

1.2 Venkovská turistika

Nyní tedy k charakteristice venkovské turistiky. Právě rozvíjející se urbanizace, zrychlování životního tempa a další jevy moderní civilizace vedou řadu lidí k trávení volného času v přírodě, na venkově. Význam venkovské turistiky je proto v zachování, obnově a rozvoji venkovského prostoru.

Venkovská turistika je jednou z forem zeleného cestovního ruchu. Základními znaky této formy cestovního ruchu jsou „...šetrnost vůči cílovým místům cestovního ruchu, návrat k tradicím, ohleduplnost k přírodě, ke kulturnímu a historickému bohatství, jakož i ohleduplnost ve vztazích mezi lidmi.“ [Šimková 2007: 9] Zelený cestovní ruch se dále dělí především na ekoturistiku a venkovský cestovní ruch. Venkovský cestovní

ruch (jiným označením venkovská turistika) zahrnuje všechny činnosti účastníka cestovního ruchu v prostředí venkova. Provozovateli jsou podnikatelé, kteří poskytují ubytovací či hostinské služby na venkově, a dále také podnikatelé zabývající se doprovodnými programy (sportovní zařízení, jezdecká centra, skanzeny, atd.) Turisté jsou ubytováni v objektech, jejichž kapacita by neměla přesahovat 50 lůžek. Mohou to být rekreační objekty (chaty, chalupy), rodinné domy, penziony, hotýlky či historické objekty (rekonstruovaná selská stavení, mlýny, hostince...).

Venkovská turistika má celou řadu podob. Mezi nejtypičtější patří vesnická turistika, agroturistika, ekoagroturistika a chataření a chalupaření. Práce, respektive dotazníkové šetření, se zabývá všemi formami venkovské turistiky kromě chataření a chalupaření, protože v těchto případech jde o rekreaci vázanou na vlastní rekreační objekt. Bude tedy mapovat jednorázové turistické a rekreační krátkodobé pobyty ve venkovském prostředí.

„Vesnická turistika je forma venkovského cestovního ruchu bezprostředně spjatá s přírodou, krajinou venkova a konkrétním vesnickým osídlením“ [Šimková 2007: 10] Náplň vesnické turistiky je individuální s využitím konkrétních atraktivit a možností navštíveného místa. Můžeme sem v podstatě zahrnout veškerý cestovní ruch na vesnici kromě agroturistiky.

Agroturistika je typická vztahem k zemědělským pracím. „Jde o turistiku s pobytem na farmách, statcích nebo jiných zemědělských usedlostech a představuje symbiózu turistiky se zemědělstvím.“ [Šimková 2007: 10] Jejím cílem je právě poznání života zemědělců a venkova, blízký kontakt s přírodou, zvířaty, atd. Typická forma agroturistiky nabízí ubytování přímo v zemědělské usedlosti. Turisté se mohou volně pohybovat v provozním prostředí, případně se i zúčastnit jednoduchých hospodářských prací. Často si také na farmě mohou koupit produkty domácích zvířat, či ovoce a zeleninu zde vypěstovanou. Pro tuto formu individuální turistiky je ideální malý počet lůžek nepřesahující 10 – 12. Při takovém počtu cizích osob nedochází ještě k narušení běžného zemědělského provozu a vše je dobře zvládnutelné bez vytvoření dalšího pracovního místa.

Ekoagroturistika je specifickým druhem agroturistiky a představuje pobyt na ekofarmách, které jsou provozovány v souladu s ochranou přírody a životního prostředí. Pěstování plodin a chov zvířat je provozován výhradně bez přispění chemických látek (hnojiv, krmiv, atd.) a tyto farmy pak mohou pro své produkty používat ochranou známku BIO.

Venkovská turistika je šetrná k životnímu prostředí, a proto se řadí mezi tzv. šetrné, měkké či udržitelné formy cestovního ruchu. Její vymezení není jednoduché. Můžeme sem zařadit i různé aktivity a sportovní činnosti provozované v přírodě jako jsou cykloturistika, jízda na koni, horolezectví, pěší turistika, rybaření, myslivost, atd. Samozřejmostí je, že venkovská turistika souvisí s venkovským prostředím, což znamená, že se odehrává v oblastech s nízkou hustotou obyvatelstva, malými sídly a otevřeným prostorem.

Podíváme-li se do historie, můžeme najít jistou formu venkovské turistiky již v období první republiky a ještě několik let po 2. světové válce ve formě letních bytů. Rodina chtěla prožít nějaký čas v přírodě a hostitelům se tak dostalo vždy vítaného přilepšení. V době kolektivizace ale došlo k výrazným změnám. Zavedené farmy mizely a docházelo k přestavbám selských usedlostí na rodinné domy a bývalí letní hosté začali kupovat chalupy. Většina zavedených farem zmizela a docházelo i k omezení tradičních řemesel a stírání specifických znaků jednotlivých oblastí. V této době dochází k výraznému rozvoji chataření a chalupaření a venkovská turistika v našem vymezení zaniká.

K velkým změnám dochází po roce 1989. Vlivem restrukturalizace zemědělské výroby a transformací podniků se snížila zaměstnanost v zemědělství, což vedlo k hledání nových forem obživy vesnického obyvatelstva. A právě venkovská turistika novou formu obživy nabízí. Její rozvoj přináší nová pracovní místa, čímž dochází ke zlepšení stabilizace venkovského obyvatelstva. Rozvoj venkovské turistiky je také podmíněn celosvětovým trendem návratu k přírodě a ochraně životního prostředí.

Klienty, kteří využívají tuto formu turistiky, můžeme rozdělit do několika skupin. Je třeba si uvědomit, že každá skupina má jiné požadavky, které je třeba respektovat. [Stříbrná 2005: 22] Základní typy klientů jsou rodiny s dětmi, jednotlivci nebo páry středního věku, lidé nad 50 let a mladí lidé – páry nebo skupiny. Hosté se také liší podle oblastí zájmů, které se však mohou prolínat. Nejčastějšími oblastmi jsou přírodní bohatství, kultura, zemědělství spolu s ekologickým hospodařením, stravování, sportovní aktivity.

1.3 Potenciál, výhody a rozvoj venkovské turistiky v České republice

Cestovní ruch odráží životní úroveň obyvatel dané země a domácí cestovní ruch představuje jeho významnou součást. Česká republika představuje přitažlivou destinaci, ve kterém je Praha stále nejpřitažlivějším místem. Potenciál pro rozvoj venkovské turistiky v České republice je nesporný. Jednotlivé regiony se liší přírodním i kulturně-historickým vývojem, česká krajina má mnoho kulturních památek s vybudovanými přístupovými komunikacemi a v některých oblastech má poměrně zachovalou venkovskou architekturu.

Rozvoj venkovské turistiky má pozitivní dopad na rozvoj venkova a jednotlivých regionů. Přednosti venkovské turistiky spočívají zejména v umožnění rozvoje malého a středního podnikání na venkově, vytváření nových pracovních míst, poskytování příležitostí pro uplatnění žen, stabilizaci venkovského obyvatelstva, využívání přírodního, kulturního a historického potenciálu obce a okolí, přínos potřebného kapitálu do obcí a malých měst, umožnění vzniku pozitivních partnerských vztahů mezi veřejným a soukromým sektorem, oživování tradic jednotlivých regionů.

I přes tato pozitiva není zavádění venkovské turistiky jednoduchou záležitostí. Jak již bylo uvedeno výše, byla tato forma rekreace kolektivizací zemědělství naprosto přerušena. Proto je bezpochyby nutný určitý kapitál pro vybudování vyhovujícího ubytování a zároveň udržení lákavé formy zemědělské výroby. I přes vidinu budoucích finančních příjmů není začátek snadný.

Nejvýznamnější organizací působící u nás v oblasti venkovského cestovního ruchu je Svaz venkovské turistiky, který byl založen roku 1997 a úzce spolupracuje s ECEAT (Evropské centrum pro eko-agro turistiku). Hlavním posláním této organizace je prosazování a hájení zájmů venkovských podnikatelů. ECAT ČR působí v České republice od roku 1992. Je to nevládní organizace sdružující odborníky, kteří se specializují na šetrný cestovní ruch.

V rámci venkovského cestovního ruchu jsou v České republice také nabízeny různé produkty. Jsou to například „Prázdniny na venkově“, „Zelené prázdniny“ a mnoho dalších. „Prázdniny na venkově“ jsou podporovány Českou centrálou cestovního ruchu a podporují vznik a využití venkovských ubytovacích zařízení. Je to motivační a kvalifikační program pro podnikatele ve venkovské turistice. „Zelené prázdniny“ jsou produktem zaměřujícím se na „eko“ kvalitu.

Podnikat ve venkovském cestovním ruchu mohou zemědělci a farmáři, lidé žijící na venkově či vlastníci nějakého rekreačního objektu. Je třeba si ale uvědomit, že bude určitou dobu trvat, než se nám vrátí počáteční investice, kterou do podnikání vložíme.

S tím souvisí také Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013, což je střednědobý strategický dokument, který podněcuje další rozvoj cestovního ruchu na základě jeho rozvojových možností v České republice. „Základním atributem Koncepce je rozvoj odvětví cestovního ruchu, který vychází z mobilizace zejména privátních zdrojů zaměřených na cestovní ruch a dále také rozvoj systémového a koncepčního přístupu veřejné správy na všech úrovních jako zdroje konkurenceschopnosti, zaměstnanosti a hospodářského růstu zejména v územích s vhodným potenciálem pro efektivní rozvoj tohoto odvětví.“ [www.mmr.cz] Čtyři hlavní priority této koncepce jsou: 1. Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu, 2. Rozšiřování a zkvalitnění infrastruktury a služeb cestovního ruchu, 3. Marketing cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů, 4. Vytváření organizační struktury cestovního ruchu.

S venkovskou turistikou jsou spojena také mnohá rizika a negativní aspekty, na které je třeba brát zřetel. Nekontrolovaný rozvoj cestovního ruchu může být nebezpečný ve smyslu narušování trvale udržitelného rozvoje. U venkovského cestovního ruchu platí tato rizika ještě více a to hlavně z hlediska zachování kultury krajiny, přírodního a životního prostředí a zejména kulturního a historického dědictví. Tak dochází například k přecenění kapacity dané lokality, což má neblahý vliv na všechny výše uvedené aspekty.

Venkovský cestovní ruch je přímo závislý na kvalitě krajiny a přírody. Proto je tak důležité, aby nedocházelo k jejímu ohrožování či poškozování. Hlavní rizika spojená s rozvojem venkovského cestovního ruchu jsou následující: znečištění vody, znečištění vzduchu, zvýšená úroveň hluku, vytvářející se dopravní zácpy u vyhledávaných zajímavostí, ztráta atraktivity krajiny způsobená necitlivou výstavbou nezbytnou pro rozvinutí cestovního ruchu, znečištění krajiny a vandalismus, poškozování památek, narušení života volně žijících zvířat, ničení vegetace, neregulovaný lov zvěře a rybaření. S těmito riziky se dá bojovat přijetím příslušných opatření, která je však třeba pečlivě kontrolovat. Neméně důležitou roli hraje osvěta návštěvníků a turistů.

Dalším problematickým jevem, který se týká přímo agroturistiky a má spíše sociální povahu, je konkurenční vztah mezi zemědělskou výrobou a agroturistikou. Hlavní turistická sezóna se shoduje s obdobím žní a senoseče a vzniká tak problém s rozložením

pracovních sil. Často pak dochází k přetěžování žen, které mají kromě běžných zemědělských povinností na starosti i práce spojené s agroturistikou. Také v případě volného kapitálu se zemědělec musí rozhodnout, které oblasti svého podnikání dá přednost.

Venkovská turistika včetně agroturistiky představuje jednu ze zajímavých a přitažlivých forem cestovního ruchu. Přestože potenciál pro tuto formu turistiky je v České republice vysoký, v mnoha evropských zemích je venkovská turistika využívána mnohem více. Mezi přednostmi této formy turistiky lze zařadit zejména decentralizované ubytování v prostředí venkova a různorodost rekreačních aktivit, které může poskytnout. V případě agroturistiky se jedná i o symbiózu se zemědělstvím. Produkty venkovského cestovního ruchu patří mezi tzv. „udržitelné“ formy cestovního ruchu. Venkovská turistika představuje šanci pro rozvoj strukturálně postižených regionů v České republice.

1.4 Zkušenosti ze zahraničí

V různých oblastech se vyvinuly různé formy venkovské turistiky. V Rakousku a Německu je například velmi rozšířená dovolená na farmě. Následuje nastínění situace v několika evropských zemích, ve kterých je venkovská turistika poměrně rozšířeným jevem.

Bavorská vláda podporuje rozvoj venkovské turistiky a na realizaci nových projektů vyčleňuje značné finanční částky. O úspěšném fungování venkovské turistiky vypovídá fakt, že na venkovské ubytovací prostory připadá 90 % všech přenocování rekreatantů. Rozvoj venkova je zajištěn také soutěží obcí ve zlepšování životního prostředí, zkrášlování obcí, obnově fasád domů, květinové výzdobě, apod. Podnikatelé ve venkovské turistice jsou členy zájmových sdružení, což zajišťuje kontrolu kvality služeb.

Pro Rakousko, jako pátou turisticky nejvýznamnější zemi světa, je typický vysoký příjem z cestovního ruchu a také vysoký podíl pracovních sil v tomto odvětví. Převládá zde tzv. dovolená na selském dvoře.

Ve Švýcarsku se téměř polovina zemědělských podniků nachází v horských oblastech a převážná část obyvatel těchto regionů tak nemůže existovat bez příjmů z cestovního ruchu. Zemědělci v horských oblastech se věnují turistům především v zimních měsících. Pracují na lyžařských vlecích, lanovkách či lyžařských školách.

Velká část z nich se věnuje pronájmu ubytovacích prostor. Zemědělci provozující venkovskou turistiku jsou nyní sdruženi do zájmové organizace Dovolena na selském dvoře.

V Itálii se venkovská turistika rozvíjí nejvíce na severu. Cílem je zamezit odchodu obyvatel z venkovských a podhorských oblastí, chránit životní prostředí a lidovou architekturu, zhodnocovat zemědělské a řemeslné výrobky a podporovat levnou rodinnou a mládežnickou dovolenou. V jednotlivých krajích jsou zřízeny komise, které rozhodují o povolení živnosti a přidělování finančních prostředků.

Od roku 1989 dochází k obnovování venkovského cestovního ruchu také v Maďarsku, ve kterém jsou podobné podmínky jako v České republice. V roce 1989 bylo založeno Maďarské sdružení venkovských hostitelů, které se postupně úspěšně přičinilo o stoupající počet podnikatelů v tomto oboru, existenci finanční podpory, zapojení do mezinárodní informační sítě a další.

1.5 Hypotézy:

Následující hypotézy jsou formulovány na základě teoretické koncepce a budou následně testovány na dotazníkovém šetření.

Hypotéza č.1: Úroveň venkovské turistiky stoupá, což se projevuje mimo jiné vzrůstajícím zájmem a spokojeností hostů.

Hypotéza č.2: Venkovská turistika je rozvinutější v místech, které k tomu mají přirozené předpoklady, tj. např. velké množství přírodních a kulturních zajímavostí.

Hypotéza č.3: Činnosti spojené s turismem, jak hlavní, tak vedlejší, vykonávají spíše ženy.

Hypotéza č.4: Objekty venkovské turistiky, kde dochází k určitému propojení se zemědělskou výrobou, jsou pro turisty přitažlivější.

2. Metodika

Pro tuto bakalářskou práci využívám šetření v rámci projektu „Vymezení vhodných oblastí pro rozvoj agroturistiky s návazností na využití jejich objektů pro incentivní cestovní ruch“. Zadavatelem projektu je Ministerstvo pro místní rozvoj a řešitelem Česká zemědělská univerzita v Praze. Aby bylo možno pokrýt co největší počet respondentů, byla zvolena kvantitativní metoda dotazníkového šetření.

2.1 Výzkumný soubor

Výzkumným souborem jsou objekty venkovské turistiky ve vybraných regionech České republiky. Nejprve byly vytipovány regiony, ve kterých dotazníkové šetření proběhne, a poté byl proveden náhodný výběr jednotlivých objektů. Tato metoda umožní po zpracování sebraných dotazníků zobecnění výsledků.

Celkový počet respondentů a tedy i dotazníků je 64, respektive 62, protože dva dotazníky byly ze zpracování vyřazeny pro nedostatečné vyplnění. Následující tabulka zobrazuje seznam krajů, ve kterých šetření proběhlo, s příslušným počtem dotázaných respondentů.

Tabulka č.1: Kraj

Kraj	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Významná relativní četnost (%)	Kumulativní významná relativní četnost (%)
Jihočeský	21	33,9	33,9	33,9
Vysočina	13	21	21	54,8
Plzeňský	9	14,5	14,5	69,4
Královéhradecký	9	14,5	14,5	83,9
Karlovarský	5	8,1	8,1	91,9
Liberecký	2	3,2	3,2	95,2
Ústecký	2	3,2	3,2	98,4
Pardubický	1	1,6	1,6	100
Celkem	62	100	100	

V Příloze č. 2 je pak tabulka s rozložením jednotlivých okresů.

Poměrně důležitým identifikačním údajem je také počet stálých obyvatel v obci, kde se daný rekreační objekt nachází. Průměrný počet obyvatel v obcích se zkoumanými objekty je 1870. Tento údaj je ale poměrně vychýlený několika vyššími údaji. Po vytvoření nové proměnné, která zahrnuje čtyři kategorie, se ukázalo, že největší zastoupení (28 obcí), je v kategorii do 100 obyvatel a téměř stejný počet je rozložen do dalších dvou kategorií, tedy do 500 a do 1000 obyvatel. Do kategorie více než 1000 obyvatel, pak spadá pouze 6 obcí, viz. Příloha č. 3.

2.2 Instrument-dotazník

Dotazníkové šetření je velmi efektivní metoda, která umožňuje získat velké množství respondentů s poměrně malými náklady (nižší náklady než u jiných metod). Byla zvolena metoda standardizovaného rozhovoru s dotazníkovým archem. Ta zajišťuje, že od každého respondenta získáme stejné informace, respondenti dostávají stejně formulované otázky a otázky mají stejné pořadí.

Jako nástroj sběru dat byl vytvořen devítistránkový dotazník (viz. Příloha č.1), který obsahuje 68 otázek a je rozdělen na část neveřejnou a veřejnou. Neveřejné údaje slouží pouze pro účely šetření a veškeré výstupy či prezentované výsledky jsou anonymní. Veřejné údaje se mohou objevit na internetovém portálu nebo v tištěném katalogu.

Neveřejná část dotazníku obsahuje identifikační údaje, informace o vlastnictví objektu, podnikání v turistice (způsob podnikání, účetnictví, kapacita a obsazenost objektu, příjmy, typ turistiky a případný vztah k zemědělským činnostem, druh klientely, rozdělení činností z hlediska pohlaví), způsobech propagace, internetových službách a podporách od státu, krajů či obcí (přímá, nepřímá).

Veřejná část dotazníku obsahuje kontaktní informace a dále pak informace o kapacitě, ceně a typu ubytování, vybavení, stravování, zvláštních službách, dopravní dostupnosti, místní vybavenosti, možnostech rekreace v okolí objektu, kulturních a přírodních památkách a další.

Většina otázek je uzavřených, buď s výčtem možností nebo škálou, ale v dotazníku se vyskytuje i několik otevřených otázek.

Sběr dat byl zajištěn pomocí tazatelů, což znamená větší validitu dat a také zajišťuje lepší návratnost dotazníků.

2.3 Metody analýzy dat

Po shromáždění vyplněných dotazníků byly kódovány otevřené otázky a poté proběhlo zpracování získaných odpovědí. Na základě formální a věcné kontroly dat, při které byly dle možností některé údaje doplněny, byly nepoužitelné dotazníky z další analýzy vyřazeny. Tím byla data připravena k analýze.

Nejprve byla provedena explorační analýza dat. Ta umožňuje pečlivé prozkoumání struktury dat, které je nezbytné před konkrétní analýzou. Dále byly zpracovány četnosti odpovědí na jednotlivé otázky pro základní orientaci v získaném souboru. V další fázi byly vytipovány znaky, mezi kterými je možno hledat souvislosti. K tomu byla využita analýza kontingenčních tabulek. V těchto tabulkách bylo pomocí testu nejprve ověřováno, zda se jedná o znaky závislé a v případě kladného výsledku byla ověřena těsnost závislosti.

3. Analýza dotazníkového šetření

3.1 Výsledky třídění

Dotazníky, které byly zařazeny do zpracování, byly nejprve roztrženy do četnostních tabulek podle jednotlivých otázek a byly spočítány absolutní, relativní a kumulativní četnosti. Toto základní roztržení umožnilo získat přehled o struktuře odpovědí na jednotlivé otázky ve výzkumném souboru.

3.1.1 Identifikační údaje

První část dotazníku se týká identifikačních údajů a výsledky jejich zpracování jsou již shrnuty výše, v kapitole zabývající se metodikou. Do této části dotazníku byla zařazena také jedna otázka, která identifikačním údajem není. Ptali jsme se respondentů, zda je jejich místo bydliště (předpokládá se, že je to zároveň místo, kde se nachází provozovaný rekreační objekt) považováno za rekreační oblast. Celkem 68 % respondentů odpovědělo na tuto otázku kladně, záporně pak 25 %. U těchto záporných odpovědí se ale neprojevila žádná souvislost s určitou oblastí a vzhledem k tomu, že se jedná o subjektivní posouzení respondenta, nelze za tímto údajem hledat žádný zvláštní skrytý význam. Zbytek respondentů odpověděl „nevím“, nebo vůbec. Tato otázka ještě poslouží při hledání závislostí v další části analýzy.

3.1.2 Vlastnictví objektu

K vlastnictví objektu se váže pouze jedna otázka. Nejčastěji je objekt ve společném vlastnictví respondenta a někoho z rodiny (45 %) nebo výhradně v respondentově vlastnictví (44 %), viz. Příloha č.4.

3.1.3 Podnikání v turistice

Další blok obsahoval otázky o formě podnikání v turistice. Z odpovědí vyplývá, že převážná většina respondentů (90 %) má živnostenský list a podniká jako fyzická osoba, viz. Příloha č.5 a Příloha č.6. Další otázkou jsme se ptali na počet let podnikání v turistice. Odpovědi se pohybují v rozpětí 1 až 20 let. Průměrná doba podnikání

v turistice je 9 let. Po vytvoření intervalů se ukázalo, že 5 let a méně podniká v turistice 40 % respondentů, 6 až 10 let 15 % respondentů, 11 až 15 let 35 % respondentů a pouze 10 % respondentů podniká v turistice déle než 16 let. Přibližně polovina respondentů (51 %) jsou plátcí DPH, nadpoloviční většina (59 %) zjišťuje základ daně daňovou evidencí (dříve jednoduché účetnictví), 28 % účetnictvím (podvojným). Celkem 54 % respondentů má na vedení účetnictví nebo daňovou evidenci externí účetní. Většina podnikatelů (77 %), kteří si vedou účetnictví sami (popřípadě člen rodiny či zaměstnanec), používá speciální program na PC. Pouze 5 respondentů uvedlo, že si vede účetnictví ručně v peněžním deníku. Další otázka se zabývala vyřizováním objednávek pobytů. Ukázalo se, že převládá jednoduchý způsob. Polovina respondentů (53 %) uvedla, že jednoduše zapíše objednávku do kalendáře a hosté platí na místě hotově. Dalších 27 % má vypracováno svůj vlastní systém objednávek. Četnosti ostatních odpovědí jsou zanedbatelné.

Následující otázky se týkají hrubého příjmu z turistických služeb za uplynulý rok. Zde se projevila poměrně nízká návratnost. Jediné relevantní výsledky jsou za příjmy z ubytování, kde odpověděla polovina respondentů. U dalších otázek (příjmy za stravování, služby, atd.) je návratnost mizivá. Příjmy z ubytování se pohybují v rozmezí 2 000 – 2 600 000 Kč za rok. Po vytvoření intervalů se ukázalo, že příjem ve výši 50 tisíc a méně má 42 % respondentů, 51 až 100 tisíc 10 % respondentů, 101 až 500 tisíc 11 % respondentů a více než 500 tisíc 13 % respondentů. Následují otázky zjišťují, zda příjmy z turistiky představují pro respondenty hlavní zdroj příjmů a zda respondenti mají také příjmy ze zemědělské výroby. Pro 47 % respondentů příjem z turistiky pouze doplňuje příjmy z hlavního zaměstnání, či podnikání, a pouze pro 17 % jsou zdrojem příjmů po celý rok. Větší část respondentů (62 %) nemá příjmy ze zemědělské výroby a zemědělskou výrobu jako hlavní zdroj příjmů uvádí 23 % podnikatelů.

Následující série otázek se týká ubytovací kapacity a jejího využití. Celoročně je kapacita objektu využita pouze u 23 % objektů. Průměrná obsazenost v sezóně je 71 %, mimo sezónu pak 23 %. Téměř polovina dotazovaných (48 %) by pak ráda obsazenost celkově zvýšila. Další otázky zjišťují složení klientely a její zájem o venkovskou turistiku. Domácí turisté představují převážnou část klientely pro naprostou většinu provozovatelů – 94 %. Pozitivní je také účast zahraniční klientely, kterou uvádí 47 % podniků. Odpovědi na otázky týkající se zájmu turistů jsou shrnuty do následující tabulky. Výsledky jsou

poměrně pozitivní, protože téměř polovina respondentů hodnotí zájem o svoje zařízení jako velmi nebo spíše vzestupný.

Tabulka č.2: Zamyslíte-li se nad zájmem turistů o vaše zařízení v horizontu 10 let, zhodnotili byste ho jako

	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Významná relativní četnost (%)	Kumulativní významná relativní četnost (%)
Velmi vzestupný	6	9,7	10,5	10,5
Spíše vzestupný	28	45,2	49,1	59,6
Stagnující	18	29	31,6	91,2
Spíše sestupný	5	8,1	8,8	100
Celkem	57	91,9	100	
Chybějící hodnoty	5	8,1		
Celkem	62	100		

S tím souvisí i otázka, která zjišťovala, co považují provozovatelé venkovské turistiky za důležité mezníky, události a zlomy v zájmu o tuto formu turismu. Tato otázka je otevřená a nechává tak prostor pro fantazii respondentů. Často se vyskytovaly odpovědi, které vyzdvihovaly určitý návrat k přírodě a touhu po klidu, zlepšení propagace a rozvoj cykloturistiky. Dále například ekonomický vývoj, zlepšení životní úrovně, zkvalitnění služeb či podpora Evropské unie. Otázka na plánované změny, popřípadě nové zavedení služeb (ubytovací, stravovací, obchod, průvodcovské, řemeslné, jezdeckví, placené služby), vypovídá o poměrně velké spokojenosti se současným stavem. Kladné odpovědi se pohybují do 10 %, kromě stravovacích služeb, kde by si změnu přálo 20 % respondentů, a jezdeckví – 21 %. Pozitivní je fakt, že téměř polovina (48 %) respondentů by se ráda zúčastnila vzdělávacích aktivit v oblasti venkovské turistiky.

Podstatné jsou také otázky týkající se zaměření venkovské turistiky. Turistiku nějakým způsobem navázanou na zemědělskou výrobu provozuje 27 %, ale pouze 16 % prodává vlastní zemědělské výrobky. Ekoagroturistiku provozuje 27 % a incentivní turistiku 22 %.

Další otázka směřuje pouze respondentům, kteří zároveň podnikají v zemědělství. Týká se subjektivního pocitu, přesněji zda se cítí být spíše zemědělcem nebo hoteliérem. Na tuto otázku odpovědělo celkem 26 respondentů. Z nich 53 % odpovědělo, že se cítí být

zemědělcem. Zbytek je poměrně rovnoměrně rozprostřen, mezi další možnosti, viz. Příloha č.7. Následující dvě otázky se týkají rozložení činností spojených s turismem mezi muže a ženy. Hlavní činnosti spojené s turismem vykonává žena v 66 % případů, muž pak ve 26 %. Ve zbývajících případech se na této činnosti podílejí obě pohlaví. Vedlejší činnosti pak vykonává žena v 53 % případů a muž v 38 %. Potvrdila se tedy hypotéza, že činnosti spojené s turismem vykonávají více ženy.

3.1.4 Způsoby propagace

Tento soubor otázek se zabývá způsobem získávání hostů a propagace. U těchto otázek mohl respondent označit více odpovědí – využívá více způsobů propagace. Nejčastější způsob, kterým respondenti získávají své hosty, je přes internet, jak uvedlo 82,3 % respondentů. Druhým nejčtenějším způsobem je přes osobní kontakt, přátelé a opakované návštěvy (57 %), dále pak přes informační střediska (40 %), přes cestovní kancelář (21 %), vyvěšenou nabídku (15 %) a inzerát v novinách (13 %). Předchozím informacím odpovídají i výsledky následujících otázek, které zjišťují, jakým způsobem je objekt propagován. Celkem 79 % respondentů uvádí, že je jejich objekt veden na internetovém portálu pro cestování, v nabídce místního informačního centra 68 % respondentů a v katalogu cestovní kanceláře 32 % respondentů. Se stávající propagací je spokojeno 52 % respondentů, kteří si myslí, že je dostatečná. Jedná-li se o podporu propagace orgány evropskými, státními, regionálními, místními nebo profesními, objevuje se souhlas s podporou v méně než 50 % odpovědí, kromě regionálních orgánů kde souhlasí 73 % respondentů.

3.1.5 Internetové služby

Tento blok obsahuje otázky týkající se vybavenosti internetových služeb pro potřeby hostů. Vlastní e-mailovou schránku používanou pro komunikaci s klienty v současnosti vlastní 91 % provozovatelů, vlastní internetové stránky má 87 % provozovatelů a odkaz na nějakém cestovním portálu s propojením na vlastní stránky má 83 % dotazovaných. Poměrně nižší čísla se objevují v souvislosti s možností on-line rezervace (38 %) a placení on-line (17 %). O poslední dvě jmenované služby však ani nemají respondenti zájem.

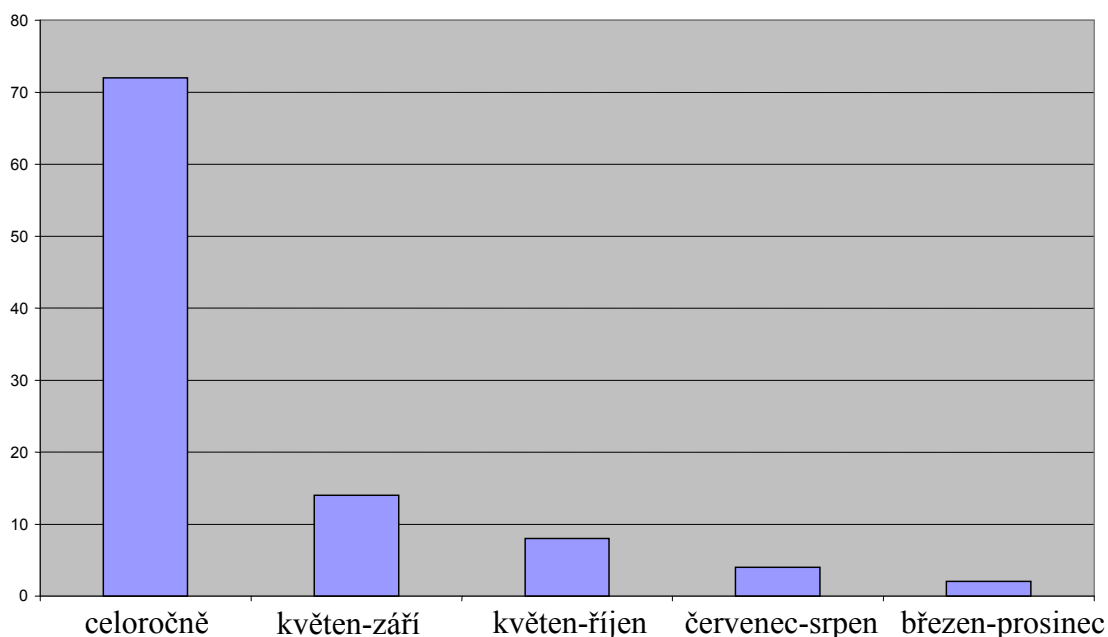
3.1.6 Podpora od státu, kraje, obce

V této části dotazníku jsou jak přímé otázky, ohledně získaných finančních podpor a míry nejrůznější spolupráce, tak otázky zjišťující ideální fungování podpor podle potřeb respondentů. Úkolem respondentů bylo zaškrtnout oblasti, ve kterých by měla probíhat nepřímá podpora. U této otázky bylo možno označit více odpovědí. Nejčastěji uváděné oblasti byly následující: propagace v zahraničí (61 %), reklama v České republice (52 %), budování informačních systémů v krajině (59 %) a zlepšování celkové infrastruktury s ohledem i na turistické využití (46 %). Na otázku ohledně obdržení přímé finanční podpory odpovědělo opravdu málo respondentů, z čehož vyplývá, že poskytování podpor není právě rozšířené. Úroveň spolupráce s obecními úřady a krajem, informačním centrem a ostatními podnikateli v okolí je hodnocena poměrně kladně, viz. Příloha č.7. Pouze třetina dotázaných respondentů (32 %) je členem nějakého profesního sdružení a zhruba čtvrtina respondentů (26 %) by se ráda členem stala.

3.1.7 Veřejné údaje

Veřejná část dotazníku zjišťovala nejprve různé kontaktní údaje, které ale nebyly předmětem zpracování. První relevantní otázka mapovala provozní dobu objektu. Z průzkumu vyplynulo, že nejvíce objektů je provozováno celoročně. Přehled udává následující graf.

Graf č.1: Provozní doba (měsíce v roce)



Další otázka zjišťovala počet ubytovacích míst a orientační ceny v jednotlivých typech ubytovacích zařízení. Návratnost u této otázky ale nebyla příliš velká, proto nemá přílišnou vypovídající hodnotu. Zajímavější jsou údaje o celkové ubytovací kapacitě. U ubytování se možný počet ubytovaných osob pohybuje v rozmezí 4 až 120 osob s průměrem 18. U dalších otázek (stravování osob, společenské akce, vzdělávací akce) opět počet respondentů, kteří odpověděli, poklesá. Je to pravděpodobně proto, že se v mnoha objektech tento typ služeb vůbec neprovozuje. Následují otázky se týkaly vybavenosti. Naprostá většina objektů (95 %) má možnost parkování u objektu. Domácí zvířata jsou povolena v 80 % objektů. Další vybavení objektů jako je příslušenství, kuchyňka, různé spotřebiče, internet, atd., zde nebude zmiňováno, protože to není předmětem této práce. Zajímavější je ale specifické vybavení objektů. Některé výsledky jsou pozitivní, např. lyžařna je součástí 34 % objektů, dětské hřiště 39 % objektů, stolní tenis 31 % objektů a venkovní bazén 24 % objektů. U ostatního vybavení, jako je sauna, sušárna či bazén vnitřní, je zastoupení zanedbatelné.

Následují otázky zabývající se stravováním. Vlastní stravování poskytuje téměř polovina objektů (44 %). Z toho 48 % poskytuje plnou penzi a 26 % pouze snídani. Kladné odpovědi na otázku ohledně zajišťování akcí jako jsou rodinné oslavy, svatby či firemní oslavy se pohybují okolo 40 % dotázaných. Firemní semináře a sportovní soustředění je možné pořádat ve čtvrtině objektů (25 %). Zajímavá je také otázka ohledně možnosti půjčení různého vybavení. Poměrně pozitivním výsledkem je 34 % kladných odpovědí v případě dotazu na zapůjčování jízdních kol, dále se také zapůjčují společenské hry (41 %), knihy (23 %) a jiné sportovní náčiní (28 %). Téměř polovina objektů (44 %) je přístupná pro invalidní osoby a osoby na invalidním vozíku.

Další série otázek se zaměřuje na okolí objektu. Zjišťuje dopravní dostupnost, místní vybavenost, možnosti rekreačního vyžití v okolí, přírodní a kulturní zajímavosti a kulturní a společenské akce. Dopravní dostupnost zkoumá vzdálenost objektu od stanice autobusu či vlaku. Tyto vzdálenosti se pohybují od 0,1 do 20 km. Průměrná vzdálenost stanice autobusu je 1 km, stanice vlaku 6 km. Po domluvě pro hosty přijede 68 % respondentů, a 48 % dováží zavazadla. Také místní vybavenost je na poměrně vysoké úrovni. Vzdálenost obchodu, pošty, lékaře, bufetu a restaurace je do 5 km. Průměrná vzdálenost supermarketu je 10 km a vzdálenost nemocnice je 19 km. I možnosti rekreačního vyžití v okolí vyšly poměrně pozitivně. Zjišťovala se dostupnost koupaliště, koupání v přírodě, vodních sportů, krytého bazénu, lázní, lyžařského vleku, běžeckých tratí, lyžařské školy, půjčovny lyží, cyklostezek, půjčovny kol, golfového hřiště, jízdy na koních a další. Vzhledem ke kritériu vzdálenosti do 20 km, je procentuální podíl kladných

odpovědi ve všech případech vyšší než 60 %. Stejný výsledek vyšel i v případě zkoumání dostupnosti přírodních a kulturních zajímavostí (přírodní rezervace, hrad, zámek, zřícenina, rozhledna a další). V případě dostupnosti kulturních a společenských akcí (kino, divadlo, letní kino, koncerty, festival, plesy a zábavy, diskotéky a další) se kladné odpovědi vyskytují u více než 50 % dotazovaných.

3.2 Měření závislosti

U vybraných otázek je zkoumána závislost mezi odpověďmi. Pro tyto otázky je vždy vytvořena kontingenční tabulka a v ní pomocí testu zjišťováno, zda se jedná o znaky závislé. V případě kladného výsledku, je též zjišťována těsnost závislosti vyjádřená kontingenčními koeficienty. Následují výsledky vztahů, kde byla závislost prokázána a kde bylo možno předpokládat i logickou souvislost. Podrobnější vysvětlení souvislostí a vztahů mezi jednotlivými znaky je v následující kapitole.

Názor na to, zda se objekt nachází v rekreační oblasti, souvisí s otázkou týkající se hlavního zdroje příjmů. Jedná se středně silnou závislost s hodnotou kontingenčního koeficientu 0,458. Dále byla prokázána závislost s otázkou mapující přírodní a kulturní zajímavosti. Opět se jedná o středně silnou závislost, s hodnotou kontingenčního koeficientu 0,447.

Vlastnický vztah k objektu souvisí s možnostmi parkování u objektu a s úrovní vybavení objektu. Opět se jedná o středně silnou závislost s hodnotami kontingenčního koeficientu 0,445 a 0,414.

Následující tabulka ukazuje závislost příjmů z turistiky na dalších faktorech.

Tabulka č.3: Závislost povahy příjmu z turistiky na vybraných otázkách

Otázka	Závislost existuje	Kontingenční koeficient	Cramerův koeficient
Provozují firemní turistiku	ano	0,487	0,558
Plánují změny v provozu	ano	0,383	0,415
Plánují další vybavení objektu	ano	0,384	0,415
Zajišťují akce (rodinné oslavy, sportovní soustředění)	ano	0,520	0,430
Půjčovna sportovního náčiní	ano	0,466	0,320

Tabulka shrnuje vztah příjmů z turistiky a vybraných ukazatelů. U všech byla prokázána závislost. Lze ji hodnotit jako střední až středně silnou.

Dalším zkoumaným vztahem byla závislost existence příjmů ze zemědělské výroby na vybraných otázkách. Ukázalo se, že existuje středně silná závislost na prodeji vlastních výrobků (kontingenční koeficient je 0,505). Středně silná závislost se projevila také ve vztahu k provozování ekoagroturistiky, kde je kontingenční koeficient 0,445. Středně silná závislost je ve vztahu k využívání objektu po celý rok (0,332) a na provozování firemní turistiky (0,323).

V následující tabulce je uveden vztah mezi provozováním turistiky napojené na zemědělskou výrobu a vybranými otázkami.

Tabulka č.4: Závislost provozování turistiky navázané na zemědělskou výrobu na vybraných otázkách

Otázka	Závislost existuje	Kontingenční koeficient	Cramerův koeficient
Kapacita je využita po celý rok	ano	0,260	0,269
Prodej výrobků z vlastní produkce	ano	0,305	0,320
Provozování ekoagroturistiky	ano	0,603	0,759
Zájem o vzdělávací aktivity	ano	0,398	0,430
Možnosti stravování	ano	0,408	0,447
Zajišťování firemních seminářů	ano	0,332	0,352
Půjčovna sportovního náčiní	ano	0,392	0,426

Výsledky v tabulce ukazují, že provozování turistiky navázané na zemědělskou výrobu souvisí s celou řadou otázek kolem provozování venkovské turistiky. Lze to hodnotit tak, že právě provozování turistiky navázané na zemědělskou výrobu značně rozšiřuje možnosti, které objekty nabízejí. Nejsilnější závislost je na provozování ekoagroturistiky. V ostatních případech se týká o závislosti střední a středně silné.

Při hledání vztahu mezi zájmem o vzdělávací aktivity a dalšími otázkami, se projevila závislost na provozování turistiky zaměřené na zemědělskou výrobu, provozování ekoagroturistiky a provozování firemní turistiky. Ve všech případech se jedná o středně silné závislosti.

Dále byla zkoumána vazba mezi využíváním možnosti získávání hostů přes cestovní kancelář a vybranými otázkami.

Tabulka č.5: Vztah existence propagace přes cestovní kancelář na vybraných otázkách

Otázka	Závislost existuje	Kontingenční koeficient	Cramerův koeficient
Příjem z turistiky je hlavní zdroj příjmů	ano	0,421	0,465
Provozování firemní turistiky	ano	0,352	0,376
Plánování změn v provozu	ano	0,334	0,354
Zájem o vzdělávací aktivity	ano	0,293	0,306
Možnost placení on-line	ano	0,392	0,426
Plánování dalšího vybavení	ano	0,410	0,449
Zajišťování sportovních akcí	ano	0,350	0,374

Výsledky ukazují, že přes cestovní kancelář nabízejí rekreaci a další aktivity ti provozovatelé, kteří jsou dobře vybaveni a mají zájem o zkvalitnění svého provozu. Nejsilnější závislost byla prokázána u plánování změn a návrhů na další vybavení.

Při hodnocení vztahu úrovně a způsobu propagace k jiným otázkám se projevil vztah k návaznosti turistiky na zemědělskou výrobu, provozování ekoagrotistiky, rozšiřování placených služeb a zájmu o vzdělávací aktivity. Jedná se o středně silné závislosti s hodnotami kontingenčních koeficientů 0,3 až 0,4.

4. Shrnutí a zobecnění výsledků analýzy

Použitý dotazník byl velmi rozsáhlý a obsahoval nejrůznější druhy otázek, které měly charakterizovat zkoumané objekty venkovské turistiky. Na základě třídění byly vypočítány četnosti odpovědí na jednotlivé varianty otázek, což umožnilo vymezit jednotlivé skupiny otázek a vytipovat i otázky, mezi kterými je možno očekávat logické souvislosti. Tyto vybrané vztahy byly sestaveny do kontingenčních tabulek a v nich byla zkoumána existence vztahů mezi jednotlivými ukazateli, případně síla závislosti.

Ukázalo se, že většina respondentů vlastní objekt, ve kterém provozuje venkovskou turistiku, popřípadě ho vlastní společně s někým s rodiny. Proto se nepotvrdil předpoklad o závislosti vlastnictví na dalších faktorech, jako jsou příjmy, plánované změny, způsoby propagace, provozní doba, či poskytované služby a vybavenost. Počet let podnikání v turistice dokazuje, že se jedná o poměrně nový fenomén. Jen minimální počet respondentů podnikal v turistice již před rokem 1989. Při vyřizování objednávek pobytů respondenti většinou nepoužívají zvláštní program ani PC. Dá se předpokládat, že to souvisí s nepříliš vysokými počty návštěvníků. Při narůstajícím zájmu o venkovskou turistiku by ale bylo vhodné zavést přehlednější systém v přijímání objednávek, nejlépe s využitím PC a s objednávkami přes internet. Poměrně veliké mezery ve využívání možností vyplývají z otázky týkající se celoročního využití kapacity. Průměrná obsazenost v sezóně je uspokojivá, zato mimo sezónu je kritická. To ukazuje, že existuje potenciál pro rozvoj incentivní turistiky, jako určité formy venkovské turistiky. Tento potenciál je podpořen i vůlí a chutí respondentů obsazenost zvýšit. Nedostatečné využití se projevuje i v příjmech. Jen pro málo respondentů představuje příjem z venkovské turistiky hlavní zdroj příjmů. Překvapivě se neukázalo přílišné propojení podnikání ve venkovské turistice s podnikáním v zemědělství. To potvrzuje i přímá otázka na návaznost turistiky na zemědělskou výrobu. Další otázky potvrzují opět určité mezery v možnostech incentivní turistiky a také ekoagroturistiky. Poměrně vysoká spokojenost se stávajícím stavem služeb (a případným zájmem o zavedení nových) je sice pozitivní, ale jen do jisté míry. Vzhledem k určitým objektivním nedostatkům v této oblasti by byl přínosnější spíše skeptický pohled provozovatelů, který by mohl vést ke snaze o celkové zlepšení. Překvapivá je poměrně vysoká chuť vzdělávat se v oblasti venkovské turistiky, což naopak dokazuje uvědomění si určitých nedostatků a potřeby rad v této turistice. Fakt, že téměř všechny objekty navštěvují většinou domácí turisté, se dal očekávat. Příjemným překvapením je ale zjištění, že téměř polovina objektů zaznamenává i účast

zahraničních turistů. Subjektivní hodnocení provozovatelů objektů venkovské turistiky také naznačuje vzrůstající zájem populace o tuto formu turistiky v horizontu 10 let. Přibližně polovina podnikatelů, kteří zároveň podnikají v zemědělství, se cítí být více zemědělcem než hoteliérem. Je otázkou, zda je to pozitivní informace (šetrný postoj k tradicím, přírodě, atd.) nebo negativní (nedostatečná péče a rozvíjení služeb venkovské turistiky). Výsledky průzkumu způsobu propagace lze hodnotit poměrně kladně. Používání internetu je na vysoké úrovni, ani propojení s informačními středisky není zanedbatelné, ale je zde ještě potenciál pro zlepšení. To potvrzují i údaje o vysokém využívání internetových portálů pro cestování a místních informačních center. V katalogu cestovních kanceláří je ale vedena pouze třetina objektů. Spokojenost poloviny respondentů s úrovní propagace je tedy oprávněná. Největší podporu v oblasti propagace očekávají respondenti od regionálních orgánů. Naprostá většina objektů má vlastní webové stránky a zároveň také odkaz na některém cestovním portálu. V možnosti on-line rezervace a placení jsou ještě velké mezery, což ale pravděpodobně není příliš podstatné pro úroveň turistiky. Za nejpotřebnější součásti nepřímé podpory považují respondenti propagaci a reklamu, budování informačních systémů v krajině a zlepšování celkové infrastruktury s ohledem i na turistické vyžití. Pozitivním zjištěním je dobrá úroveň spolupráce s obecními úřady a kraji, informačními centry, a ostatními podnikateli v okolí, i když i zde jsou samozřejmě ještě rezervy umožňující zlepšení, stejně jako v otázce členství v profesních sdruženích.

Dále je rozebrána veřejná část dotazníku. Zde je znovu (v obměněném znění) položena otázka týkající se provozní doby. I když výsledek působí pozitivně (více než 70 % respondentů uvádí celoroční provozní dobu) z předchozí části dotazníku již víme, že využití kapacity mimo sezonu je velmi nízké. Výsledky týkající se vybavení objektů a poskytovaných služeb vycházejí poměrně pozitivně, např. téměř za samozřejmost se dá považovat možnost parkování u objektu, příjemným překvapením je povolení domácích zvířat v objektu. Také zastoupení lyžařen, dětských hřišť či venkovního bazénu není na zanedbatelné. Nějakou formu stravování poskytuje téměř polovina objektů, ochota v možnosti zajištění různých akcí je poměrně vysoká, ovšem opět se zde projevuje potenciál v oblasti firemní turistiky, což potvrzuje poměrně nízká ochota provozovatelů objektů pro pořádání firemních seminářů. Vzrůstající zájem o cykloturistiku se projevuje v pozitivním zjištění. Že v mnoha objektech je nabízena možnost půjčování jízdních kol. Vysoký podíl objektů s bezbariérovým přístupem ukazuje otevřenost této formy turistiky i

pro osoby invalidní. Místní vybavenost je na velmi dobré úrovni. Všechny běžné služby, včetně lékařské péče, jsou dostupné, což zajišťuje pohodlné a bezproblémové trávení dovolené. V případě možností rekreačního vyžití v okolí a dostupnosti přírodních a kulturních zajímavostí se potvrdil vysoký potenciál venkovské turistiky, který je podložen právě malou vzdáleností těchto atraktivit.

Výsledky ukazují, že v dotazníku je celá řada otázek, které mají vazbu na další v dotazníku sledované. Souvislosti se prokazují zejména u povahy příjmů, u existence příjmů ze zemědělské výroby, u provozování objektů se zaměřením na zemědělskou výrobu, u vlastnictví a umístění objektů. U těchto otázek se projevila vazba zejména s otázkami, které se zabývají zlepšováním úrovně objektů, a to jak z hlediska jejich vybavení, tak i z hlediska jejich využití pro různé typy akcí. Dále se projevily vazby na otázky kolem provozování agroturistiky, provozování firemní turistiky a stravování. Ve většině případů se jednalo o závislosti středně silné. Vazby mezi těmito otázkami lze logicky vysvětlit tím, že u objektů, které mají za hlavní příjem příjem z provozování objektu a jejichž činnost je kombinována se zemědělskou činností, se projevuje přirozená snaha zvýšit úroveň objektu a vytvořit tak podmínky pro jeho lepší a trvalejší turistické využití a poskytnout hostům co nejširší možnosti vyžití. U tohoto typu objektů se projevila zájem i o další vzdělávací aktivity, které by měly přispět ke zvýšení rozsahu a úrovně poskytovaných služeb. Další zajímavé vztahy byly prokázány u otázek, které se zabývají propagací objektů venkovské turistiky. Byly prokázány souvislosti mezi úrovní propagace a úrovní objektů z hlediska vybavení i poskytování služeb. Tento vztah lze logicky vysvětlit tak, že se zvýšením úrovně objektu se zvyšuje i kvalita propagace. Ze zpracování též vyplynulo, že právě provozovatelé, kteří provozují objekty z hlediska vybavení, rozsahu i využívání na vyšší úrovni, více využívají propagaci přes cestovní kanceláře.

Získané výsledky potvrdily hypotézy, které byly stanoveny v druhé kapitole. **Ukázalo se, že dochází ke zlepšování úrovně objektů venkovské turistiky a z dotazníkového šetření též vyplynulo, že u většiny provozovatelů existuje snaha o zlepšování rozsahu i kvality služeb.** Provozovatelé objektů si uvědomují, že musí hostům nabídnout vedle kvalitního ubytování, případně stravování, i další aktivity nejen v objektu, ale nabídnout jim možnosti dalšího vyžití i v okolí objektu. Za nedostatek lze považovat, že provozovatelé, kteří se zabývají současně i zemědělskou výrobou, nenabízejí kromě aktivit s koňmi žádné další zemědělské aktivity. Tyto činnosti jsou

běžně využívány v objektech agroturistiky v zahraničí a lze očekávat, že pokud chceme naše objekty venkovské turistiky nabízet i zahraničním hostům, budou tyto aktivity vyžadovat. Tyto otázky je ovšem nutno řešit v souladu s nutnou právní úpravou, včetně otázek pojištění v případě úrazu. **Potvrdila se též hypotéza, že objekty venkovské turistiky existují převážně v oblastech vhodných z hlediska přírodních a kulturních památek.** Pro další rozšíření sítě objektů venkovské turistiky je třeba při jejich propagaci využívat i méně známých přírodních a kulturních památek a přispět tím i ke zvýšení jejich návštěvnosti, což by mělo vést ke zvýšení rozsahu cestovního ruchu i v méně známých oblastech. **Také hypotéza, že provoz v objektech venkovské turistiky zajišťují v převážné většině ženy, se potvrdila.** Tento fakt připívá ke zlepšení jejich zaměstnanosti i v oblastech, kde je málo pracovních příležitostí. Tato činnost vytváří podmínky pro zaměstnanost matek s malými dětmi, či žen v předdůchodovém věku. Některé pomocné práce mohou být i vítanou příležitostí pro zaměstnání důchodkyň. Ženy jsou schopné z hlediska své přirozenosti vytvořit v objektu venkovské turistiky opravdu přívětivé domácí prostředí. **Jednoznačně se též potvrdilo, že spojení s aktivní zemědělskou výrobou zvyšuje atraktivnost objektů venkovské turistiky, zvyšuje jejich konkurenceschopnost a vytváří možnosti netradičních aktivit.**

Analýza souboru dotazníků umožnila roztrždit objekty venkovské turistiky do čtyř základních skupin. Do první skupiny lze zařadit objekty, které jsou vlastně klasickými penziony se základním vybavením a jejich příslušnost k našemu souboru vychází pouze z umístění ve venkovské oblasti. Provozování ubytovacích, případně stravovacích služeb je jejich hlavní činností. Ve druhé skupině jsou objekty, ve kterých se vedle zemědělské činnosti provozuje jako druhá hlavní činnost turistika. Provozovatelé těchto objektů nabízejí většinou doplňkové služby, které nějakým způsobem souvisí se zemědělskou činností. Jedná se například o jezdeckví, jízdu v kočáře, pořádání zabijaček nebo prodej vlastních zemědělských produktů. Do třetí skupiny je možno zařadit objekty, ve kterých jsou vedle zemědělské činnosti nabízeny jako doplňková činnost většinou pouze ubytovací služby, přičemž nabídka dalších služeb je zde omezená. Činnost provozovatelů objektů v druhé a třetí skupině lze označit jako agroturistiku, přičemž asi 25 % z nich provozuje ekoagroturistiku. Čtvrtou skupinu tvoří objekty, ve kterých není provozována zemědělská činnost a příjem z turistiky je doplňkovým příjmem k hlavní činnosti provozovatele. Poskytují obvykle ubytovací služby, přičemž nabídka dalších služeb je velmi omezena. Provozování incentivní turistiky probíhá v prvních dvou skupinách, ale

podíl objektů, které se touto činností zabývají, je zatím poměrně nízký a lze očekávat, že do budoucna by se měl rozvíjet a vytvořit tak podmínky pro rovnoměrnější využívání objektů během roku. Rozdělení turisticky využívaných objektů do těchto čtyř skupin vychází z dosavadního zjišťování. Tuto typologii by bylo do budoucna nutno ještě zpřesnit na základě rozsáhlejšího souboru šetřených objektů. V případě souboru většího rozsahu by bylo možné využít i metod vícerozměrné analýzy dat jako např. faktorová nebo shluková analýza.

5. Možnosti dalšího výzkumu

Předložená bakalářská práce se zabývá problematikou venkovské turistiky. Jedná se o problematiku z hlediska podmínek České republiky poměrně novou, ale lze očekávat její rychlý růst v nejbližších letech. K odstranění nedostatků, které mohou bránit dalšímu rozvoji venkovské turistiky je třeba podrobně znát její současný stav. V práci byly stanoveny pracovní hypotézy pro řešení zkoumaného problému. K získání informací byl připraven a realizován rozsáhlý dotazník o venkovské turistice. Dotazník byl vyplněn v 64 objektech venkovské turistiky a podrobně zpracován. Pomocí dotazníku byly získány rozsáhlé informace a jeho zpracování umožnilo ověření pracovních hypotéz. Kvalitu vyplnění dotazníku lze považovat za velmi dobrou, pouze otázky o výši příjmů a také některé otevřené otázky nebyly vyplněny všemi dotazovanými. Výsledky umožňují určité zobecnění a formulaci obecně platných závěrů. K opravdu kvalitnímu zobecnění výsledků měření závislostí, by bylo třeba mít k dispozici rozsáhlejší soubor, který by zachycoval všechny regiony v České republice a přispěl ke zkvalitnění zobecňujících závěrů a definitivnímu potvrzení vyslovených hypotéz.

K podrobnějšímu hodnocení a ke zvýšení vypovídací schopnosti dotazníku, by také bylo třeba provést ještě další šetření, zaměřené na hosty objektů venkovské turistiky. Jednalo by se o pohled z druhé strany a tím o mnohem kvalitnější a sociologicky zajímavější posouzení úrovně objektů z hlediska kvality vybavení, úrovně služeb, možností aktivit v objektu i dalších možných aktivit v okolí. Takové šetření by mohlo poskytnout informace i o přístupu provozovatelů a zaměstnanců k hostům a pokusit se vytvořit „model“, jakým způsobem k hostům přistupovat, aby byli spokojeni a vraceli se zpět. Zjišťování by bylo možno provést tak, že při dalším výzkumu by v náhodně vybraných objektech venkovské turistiky proběhl též průzkum u náhodně vybraných hostů. Tato bezprostřední vazba obou šetření, by mohla přispět i ke zvýšení vypovídací schopnosti hlavního dotazníku. Při dotazování u hostů by se jednalo pouze o relativně malý dotazník, který by ovšem zahrnoval všechny oblasti z hlediska rekreačního pobytu. Okruhy, kterými by se mohl dotazník zabývat, jsou následující: způsob jakým se hosté o objektu venkovské turistiky dozvěděli, jak pobyt zarezervovali, popřípadě zaplatili, spokojenost s vybavením objektu, přístupem pracovníků, hodnocení okolí, spokojenost s možnostmi, které okolí nabízí, předchozí zkušenosti s venkovskou turistikou; nedostatky, které se při pobytu vyskytly, případně další.

Závěr

Cílem práce bylo získat podrobné informace o vybraných objektech venkovské turistiky a poukázat tak na možnosti, které tato forma turistiky nabízí. Nejprve byla stanovena teoretická koncepce, která vychází ze studia literatury i dalších pramenů. V této části jsou vymezeny základní pojmy a je definován pojem venkovské turistiky včetně navazujících oblastí. Na základě teoretické koncepce, byly stanoveny pracovní hypotézy.

Ke zjišťování informací byl navržen a připraven dotazník, který byl vyplněn ve vytypovaných objektech venkovské turistiky vybraných regionů České republiky. Dotazník byl zpracován pomocí softwaru SPSS. Získané výsledky byly podrobně komentovány a využity k ověření a potvrzení hypotéz. To umožnilo formulovat obecněji platné závěry. Z výsledků též vyplynulo, že by bylo třeba ve výzkumu pokračovat, aby byl k dispozici rozsáhlejší soubor dotazníků a ke zvýšení kvality výsledků byl zpracován návrh pro souběžné šetření, které by bylo prováděno u hostů objektů venkovské turistiky.

Venkovská turistika se v současné době jeví jako jedna z nejperspektivnějších forem cestovního ruchu. V České republice je zatím ve srovnání s jinými státy (např. Rakouskem, Německem, Švýcarskem i Maďarskem) málo využívána, i když předpoklady pro její rozvoj jsou v našich podmínkách neobyčejně příznivé. Jedná se o předpoklady z hlediska přírodního a kulturního dědictví, ale česká krajina poskytuje i pestré možnosti pro aktivní formy rekreace v objektech venkovské turistiky, jako je např. cykloturistika, jejíž popularita se stále zvyšuje. Máme ovšem ještě velké rezervy zejména v přístupu i ochotě lidí se této formě turistiky věnovat. V některých případech by bylo třeba změnit i legislativní podmínky a také zvýšit zájem a zlepšit přístup z hlediska zastupitelských orgánů na všech úrovních. Pouze tento komplexní přístup může vytvořit podmínky pro trvalý rozvoj venkovské turistiky, a to z hlediska její kvantity i kvality. Nesmíme zapomínat ani na to, že venkovská turistika může významným způsobem přispět k odstranění disparit mezi oblastmi, zejména pomocí zvýšení zaměstnanosti. Je možné říci, že rozvoj venkovské turistiky přispěje zejména ke zvýšení počtu pracovních příležitostí pro ženy a může se tedy stát významným faktorem pro vytvoření rovných příležitostí.

Samozřejmě existují i negativní faktory venkovské turistiky. Za ty je možno považovat především možný škodlivý dopad na životní prostředí se vzrůstajícím zájmem

o tuto formu turistiky. Zde je zapotřebí jistá forma osvěty a výchova turistů k ukázněnosti, aby byl tento negativní dopad co nejmenší.

Výsledky dotazníkového šetření a závěry této bakalářské práce budou využity při řešení projektu České zemědělské univerzity v Praze. Řešený projekt, jehož zadavatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj, bude pokračovat až do roku 2011.

Na základě dosavadního vývoje lze v nejbližších letech očekávat prudký rozvoj cestovního ruchu. Na tomto rozvoji se stále více budou podílet aktivní formy cestovního ruchu, mezi které určitě venkovská turistika patří. Umožňuje realizovat lidem takzvaný návrat k přírodě a umožnit jim, aby se po celoročním městském shonu alespoň na chvíli vrátili do klidného a tichého prostředí venkova.

Použitá literatura

BLAŽEK, B. *Venkov, města, média*. 1. vyd. Praha : Sociologické nakladatelství, 1998. ISBN 80-85850-59-1

FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2001. ISBN 80-247-0207-X

Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013 [online]. [cit. dne 29.3.2008]. Dostupné z: <<http://www.mmr.cz>>.

LIBROVÁ, H. *Pestří a zelení*. 1. vyd. Brno : Veronica, 1994. ISBN 80-238-4210-2

LIBROVÁ, H. *Láska ke krajině?*. 1. vyd. Brno : Blok, 1988.

MAJEROVÁ, V. *Sociologie venkova a zemědělství*. 4. vyd. Praha : Česká zemědělská univerzita v Praze, Provozně ekonomická fakulta ve vydavatelství Credit, 2000. ISBN 80-213-0651-3

MORAVEC, I. et al. *Venkovská turistika : teoretická východiska a možnosti*. 1. vyd. Praha : Centrum pro komunitní práci, 2006. ISBN 80-86902-31-5

POUROVÁ, M. *Agroturistika*. 1. vyd. Praha : Česká zemědělská univerzita v Praze, Provozně ekonomická fakulta ve vydavatelství Credit, 2002. ISBN 80-213-0965-2

STRÍBRNÁ, M. *Venkovská turistika a agroturistika*. 1. vyd. Praha : Profi Press, 2005. ISBN 80-86726-14-2

ŠIMKOVÁ, E. et al. *Organizace agroturistiky a incentivní turistiky v Pardubickém kraji*. 1. vyd. Hradec Králové : Gaudeamus, 2007. ISBN 978-80-7041-681-5

ŠIMKOVÁ, E. Venkovský cestovní ruch jako nástroj udržitelného rozvoje venkova. *Ekonomická revue cestovního ruchu*, 2006, č.1

ŠIMKOVÁ, E. Nové trendy podnikání ve venkovské turistice v ČR. *E + M Ekonomie a Managment*, 2002, roč. V., č. 2

Tourism Strategies and Rural Development [online]. [cit. dne 10.4.2008]. Dostupné z: <<http://www.oecd.cz>>.

Venkovský cestovní ruch, jeho specifika a podmínky pro rozvoj. Praha : Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1159-7

Seznam příloh

Příloha č.1 : Dotazník o venkovské turistice

Příloha č.2: Rozdělení respondentů podle okresů (tabulka)

Příloha č.3: Počet obyvatel v obci, ve které je provozován turistický objekt (graf)

Příloha č. 4: Vlastnický vztah k objektu nebo pozemku, který používám k poskytování turistických služeb je (tabulka)

Příloha č. 5: Způsob podnikání (tabulka)

Příloha č. 6: Právní forma podnikatele (tabulka)

Příloha č. 7: V případě, že současně podnikáte i v zemědělství, cítíte se být spíš zemědělcem nebo hoteliérem? (tabulka)

Příloha č. 8: Charakteristika úrovně spolupráce s obecními úřady, krajem (tabulka)

Příloha č. 9: Charakteristika úrovně spolupráce s informačním centrem (tabulka)

Příloha č. 10: Charakteristika úrovně spolupráce s ostatními podnikateli v okolí (tabulka)

3.2 Podnikám jako

1. fyzická osoba:
2. právnická osoba:

3.3 Kolik let podnikáte v turistice:

3.4 Jste plátcí DPH?

1. Ano
2. Ne

3.5 Jak zjišťujete základ daně pro podání daňového přiznání?

1. Evidence příjmů, náklady paušálním odpočtem
2. Daňová evidence (dříve jednoduché účetnictví)
3. Účetnictví (podvojně)

3.6 Vedení účetnictví nebo daňové evidence:

1. Vede externí účetní
2. Vedu sám, popř. člen rodiny nebo zaměstnanec
 - 2.1 Vedu ručně v peněžním deníku
 - 2.2 Vedu na PC v programu

3.7 Jakou formou vyřizujete objednávky pobytů:

1. Nic nevyřizuji, mám pouze hosty, kteří přijedou a přespí
2. Zapišu si objednávku do kalendáře, hosté platí na místě hotově
3. Pošlu hostům složenku na úhradu zálohy, ostatní sjednáme po telefonu
4. Mám vypracován svůj vlastní systém objednávek, výzev k platbě a potvrzení o platných platbách, včetně storno podmínek
5. Používám zakoupený rezervační systém (název):
6. Jinak:

3.8 Uved'te (pokud jste schopni alespoň odhadnout, možno vyplnit jen některé položky) hrubý příjem z turistických služeb za minulý rok:

1. Za ubytování:
2. Za stravování:
3. Prodej domácích výrobků potravinářských:
4. Prodej nepotravinářských výrobků:
5. Za služby :

3.9 Kapacita je využita:

1. Celý rok
2. Jen část roku. Kolik měsíců?

3.10 Průměrná obsazenost je %:

1. V sezóně:
2. Mimo sezónu:

3.11 Obsazenost chci:

1. Zachovat přibližně stejnou
2. Zvýšit celkově
3. Zvýšit hlavně v sezóně
4. Zvýšit hlavně mimo sezónu

3.12 Příjem z turistiky je můj hlavní zdroj příjmů:

1. Celý rok
2. Jen část roku – napište kolik asi měsíců:.....
3. Příjem z turistiky doplňuje moje příjmy z hlavního zaměstnání, podnikání
4. Příjmy z turistiky doplňují celkově příjmy rodiny, zvyšují životní úroveň
5. Příjmy z turistiky umožňují, že jeden nebo více členů rodiny nemá zaměstnání
6. Příjem z turistiky pro mě nemá finanční význam

3.13 Mám příjmy také ze zemědělské výroby:

1. Vůbec
2. Jako doplněk jiných činností
3. Jako hlavní příjem

3.14 Provozují turistikou nějakým způsobem navázanou na zemědělskou výrobu:

1. Ano
2. Ne

3.15 Prodávám výrobky z vlastní zemědělské produkce:

1. Ano
2. Ne

3.16 Provozují ekoagroturistiku

1. Ano
2. Ne

3.17 Provozují firemní (incentivní) turistikou

1. Ano
2. Ne

3.18 Plánuji následující změny a/nebo nové služby (možno zaškrtnout více opovědí):

1. Ubytovací
2. Stravovací
3. Obchod
4. Průvodcovské
5. Řemeslné
6. Jezdectví
7. Placené služby (kadeřnictví, kosmetika, masáže)

3.19 Máte zájem zúčastnit se vzdělávacích aktivit v oblasti venkovské turistiky?

1. Ano
2. Ne

3.20 Jaký je okruh vaší klientely? (Možno více možností)

1. Příbuzní, známí
2. Domácí turisté
3. Zahraniční turisté

3.21 Zamyslíte-li se nad zájmem turistů o vaše zařízení v horizontu 10 let (pokud podnikáte kratší dobu, nevádí), zhodnotili byste ho jako:

1. velmi vzestupný
2. spíše vzestupný
3. stagnující
4. spíše sestupný
5. velmi sestupný

3.22 Co považujete za důležité mezníky, události, zlomy v zájmu o venkovskou turistiku?

.....

3.23 V případě, že podnikáte v zemědělství, cítíte se být spíše zemědělcem nebo hoteliérem? (Ohodnoťte na škále 1 – 5, 1-zemědělec, 5-hoteliér)

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

3.24 Kdo u vás vykonává hlavní činnosti spojené s turismem?

1. Muž
2. Žena

3.25 Kdo u vás vykonává vedlejší činnosti spojené s turismem?

1. Muž
2. Žena

4. Způsoby propagace

4.1 Většinu hostů získávám – můžete zvolit i víc možností a uvést procentický podíl:

1. Osobně, přátelé, opakované návštěvy
2. Přes inzerát v novinách
3. Přes informační středisko
4. Přes cestovní kancelář
5. Přes vyvěšenou nabídku
6. Přes internet

4.2 Můj objekt je veden v (možno více možností):

1. Katalogu cestovní kanceláře
2. V nabídce místního informačního střediska
3. Na internetovém Portálu pro cestování

4.3 Domnívám se, že:

1. Dosavadní způsob propagace je dostatečný
2. Propagaci chci rozšířit

4.4 Propagace by měla být podpořena orgány (možno více možností):

1. Evropskými
2. Státními
3. Regionálními
4. Místními
5. Profesními

5. Internetové služby (označte křížkem)

	V současnosti používám	Mám v plánu	Měl/a bych zájem, ale potřebuji pomoc	Nemám zájem
Vlastní emailová schránka používaná pro kontakt s klienty				
Vlastní internetové stránky objektu				
Odkaz na nějakém cestovním Portálu, propojení na vlastní stránky				
Možnost rezervace on-line				
Možnost placení on-line				

6. Podpora od státu, kraje, obce:

6.1 Domnívám se, že pro svoje podnikání v turistice bych mohl (měl) dostat: (Očíslujte podle důležitosti 1 - 5, 1-nejdůležitější, 5-nejméně důležité)

1. Přímou finanční podporu: ...
2. Účelovou dotaci: ...
3. Zvýhodněný úvěr: ...
4. Dotaci úroků z úvěru: ...
5. Jiné..... : ...

6.2 Nepřímá podpora by měla být zejména v oblasti (možno více možností):

1. Propagace, reklama v České republice
2. Propagace a informace v zahraničí
3. budování informačních systémů v krajině (značené cesty, informační tabule, naučné stezky, cyklostezky)
4. Informace s širším záběrem i na přírodní a kulturní zvláštnosti a památky
5. Budování Internetových informačních Portálů
6. Zřízení dalších informačních míst pro turisty
7. Zprostředkování kontaktů mezi provozovateli turistických objektů a poskytovateli různých služeb
8. Vydávání tištěných katalogů
9. Zlepšování celkové infrastruktury s ohledem i na turistické využití
10. Zjednodušení legislativy

11. Zřízení poradenských míst pro podnikatele v turistice
12. Změny zákonů – zjednodušení a zmírnění podmínek pro malé podnikatele
13. Zlepšení komunikace mezi podnikateli a úřady
14. Jiné – navrhněte:

6.3 V oblasti nepřímé podpory jsem zaznamenal následující opatření (akce), která se mi zdála účinná:

.....

6.4 Dosud jsem obdržel následující přímé finanční podpory :

Druh podpory	Poskytovatel	Výše	Poskytnuto v roce	Čerpání možné v letech:	Zhodnoťte přínos pro Vaše podnikání

6.5 Charakterizujte úroveň spolupráce s: (ohodnoťte na škále 1-výborné až 5-nedostatečné)

- | | | | | | |
|----------------------------------|----|----|----|----|----|
| 1. Obecními úřady, krajem | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. |
| 2. Informačním centrem | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. |
| 3. Ostatními podnikateli v okolí | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. |

6.6. Jste členy nějakého profesního sdružení?

1. Ano, vypište kterého:
2. Ne, z jakého důvodu?
 - 2.1 Máme zájem stát se členem:
 - 2.1.1 Ano
 - 2.1.2 Ne

B. Veřejné údaje

Tyto údaje mohou být zveřejněny na internetovém portálu nebo v tištěném katalogu

1. Kontaktní adresa:

2. Telefon:

3. Mail:

4. Webové stránky:

5. Provozní doba napište měsíce v roce:

6. Počet ubytovacích míst a orientační ceny:

1. Místo pro stan:
2. Místo pro karavan:
3. Místo ve společné ubytovně:
4. Pokoj 1/1:
5. Pokoj 1/2:
6. Pokoj 1/3:
 1. Pokoj 1/4:
 2. Apartmán pro lidí:

7. Celková kapacita:

1. Ubytování osob
2. Stravování osob
3. Společenské akce
4. Vzdělávací akce
5. Jiné:

8. Je možnost parkování u objektu?

1. Ano
 - 1.1 V uzamčeném prostoru
 - 1.2 V zastřešeném prostoru
2. Ne

9. Jsou povolena domácí zvířata?

1. Ano
2. Ne

10. Vybavení: (označte křížkem)

	Společné	pokoj	Apartmán
WC			
Umyvadlo			
Sprcha			
Vana			
Kuchyňka			
lednička			
Sporák, vaříč			
Kuchyňské nádobí			
Televize			
Pračka			
Sušička			
žehlička			
Telefon			
Počítač			
Internet			
WiFi			

11. Další vybavení objektu (možno více možností):

1. Lyžárna
2. Sušárna
3. Sauna
4. Dětské hřiště
5. Bazén vnitřní
6. Bazén venkovní
7. Stolní tenis
8. Hřiště na

12. Stravování

1. Neposkytujeme
2. Zajišťujeme nákup a dovoz základních potravin
3. Poskytujeme:
 - 3.1 Polopenze
 - 3.2 Plná penze
 - 3.3 Snídaně:
 - 3.3.1 běžná
 - 3.3.2 rozšířená
 - 3.3.3 formou bufetu
 - 3.4 Oběd, večeře:
 - 3.4.1 jedna možnost
 - 3.4.2 více možností
 - 3.4.3 výběr z menu
 - 3.4.4 formou bufetu,

13. V rámci stravování nabízíme a připravuje vlastní výrobky (vyjmenujte):

.....

14. Doporučujeme naše speciality (vyjmenujte):

.....

15. Pořádáme zvláštní gastronomické akce (např. zabíjačka – stručně popište):

.....

16. Zajišťujeme akce (možno více možností):

1. Rodinné oslavy
2. Svatby
3. Firemní oslavy
4. Firemní semináře (popište vybavení – projektor, atd.)
.....
5. Sportovní soustředění (popište vybavení)
.....
6. Další:

17. Půjčujeme (možno více možností):

1. Jízdní kola,
2. Společenské hry
3. Knihy
4. Sportovní náčiní:

18. Prodáváme: (Vyjmenujte a stručně popište: např: Med – září-prosinec, 90 Kč/kg, balení: 1 kg, 5 kg, řepkový)

.....

19. Nabízíme služby (Vyjmenujte a stručně popište):

.....

20. Je vaše zařízení přístupné pro invalidní osoby a osoby na invalidním vozíku?

1. ano
2. ne

21. Dopravní dostupnost (možno více možností):

1. Stanice autobusu ... km
2. Stanice vlaku ... km
3. Po domluvě pro Vás na stanici přijedeme
4. Dovážíme zavazadla

22. Místní vybavenost (možno více možností):

1. Obchod ... km
2. Supermarket ... km
3. Pošta ... km
4. Lékař ... km
5. Nemocnice ... km
6. Kiosek, bufet ... km
7. Restaurace ... km

23. Možnosti rekreace v okolí - asi do 20 km (možno více možností):

1. Koupaliště
2. Možnost koupáním v přírodě, rybník, jezero
3. Možnost provozování vodních sportů
4. Krytý bazén
5. Lázně, lázeňské procedury
6. Lyžařský vlek
7. Tratě pro běžky
8. Lyžařská škola
9. Půjčovna lyží
10. Značené cyklostezky
11. Půjčovna kol
12. Golfové hřiště
13. Jízdy na koních
14. další
15. Doporučuji.....

24. Přírodní a kulturní zajímavosti – asi do 20 km (možno více možností):

1. Přírodní zajímavost
 - 1.1 Jaká?
2. Přírodní rezervace, chráněné území
3. Hrad
4. Zámek
5. Zřícenina
6. Rozhledna
7. Další:

25. Kulturní a společenské akce – asi do 20 km (možno více možností):

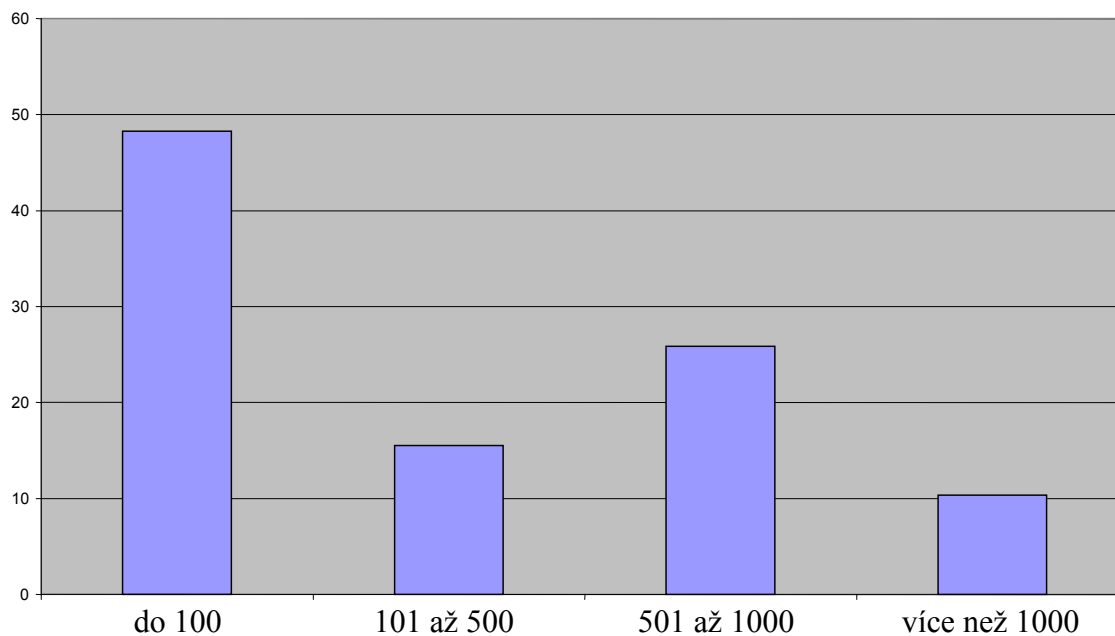
1. Kino
2. Divadlo
3. Letní kino
4. Koncerty
5. Festivaly
6. Plesy a zábavy
7. Diskotéky
8. Další

26. Proč byste měli navštívit právě nás? (do 5 řádek)

.....

Příloha č.2: Rozdělení respondentů podle okresů

Okres	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Kumulativní relativní četnost (%)
Jindřichův Hradec	19	30,6	30,6
Jihlava	14	22,6	53,2
Klatovy	8	12,9	66,1
Rychnov nad Kněžnou	4	6,5	72,6
Cheb	4	6,5	79
Trutnov	3	4,8	83,9
Semily	2	3,2	87,1
Český Krumlov	1	1,6	88,7
Prachatice	1	1,6	90,3
Domažlice	1	1,6	91,9
Sokolov	1	1,6	93,5
Litoměřice	1	1,6	95,2
Pardubice	1	1,6	96,8
Jičín	1	1,6	98,4
Náchod	1	1,6	100
Celkem	62	100	

Příloha č.3: Počet obyvatel v obci, ve které je provozován turistický objekt

Příloha č. 4: Vlastnický vztah k objektu nebo pozemku, který používám k poskytování turistických služeb je:

Druh vlastnictví	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Významná relativní četnost (%)	Kumulativní významná relativní četnost (%)
Ve společném vlastnictví: já a někoho z rodiny	28	45,2	45,2	45,2
Výhradně v mém vlastnictví	27	43,5	43,5	88,7
Objekt mám pronajatý	5	8,1	8,1	96,8
Ve společném vlastnictví: já a cizí osoba/y	2	3,2	3,2	100
Celkem	62	100	100	

Příloha č. 5: Způsob podnikání

Mám živnostenský list	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Významná relativní četnost (%)	Kumulativní významná relativní četnost (%)
Ano	55	88,7	90,2	90,2
Ne	6	9,7	9,8	100
Celkem	61	98,4	100	
Chybějící hodnoty	1	1,6		
Celkem	62	100		

Příloha č. 6: Právní forma podnikatele

	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Významná relativní četnost (%)	Kumulativní významná relativní četnost (%)
Fyzická osoba	48	77,4	82,8	82,8
Právnícká osoba	10	16,1	17,2	100
Total	58	93,5	100	
Chybějící hodnoty	4	6,5		
Celkem	62	100		

Příloha č. 7: V případě, že současně podnikáte i v zemědělství, cítíte se být spíš zemědělcem nebo hoteliérem?

Cítím se:	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Významná relativní četnost (%)	Kumulativní významná relativní četnost (%)
Zemědělcem	14	22,6	53,8	53,8
Spíše zemědělcem	3	4,8	11,5	65,4
Mezi	4	6,5	15,4	80,8
Spíše hoteliérem	2	3,2	7,7	88,5
Hoteliérem	3	4,8	11,5	100
Celkem	26	41,9	100	
Chybějící hodnoty	36	58,1		
Celkem	62	100		

Příloha č. 8: Charakteristika úrovně spolupráce s obecními úřady, krajem

Spolupráce	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Významná relativní četnost (%)	Kumulativní významná relativní četnost (%)
Výborná	13	21	25,5	25,5
Dobrá	10	16,1	19,6	45,1
Mezi	9	14,5	17,6	62,7
Špatná	10	16,1	19,6	82,4
Nedostatečná	9	14,5	17,6	100
Celkem	51	82,3	100	
Chybějící hodnoty	11	17,7		
Celkem	62	100		

Příloha č. 9: Charakteristika úrovně spolupráce s informačním centrem

Spolupráce	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Významná relativní četnost (%)	Kumulativní významná relativní četnost (%)
Výborná	16	25,8	34	34
Dobrá	11	17,7	23,4	57,4
Mezi	12	19,4	25,5	83
Špatná	1	1,6	2,1	85,1
Nedostatečná	7	11,3	14,9	100
Celkem	47	75,8	100	
Chybějící hodnoty	15	24,2		
Celkem	62	100		

Příloha č. 10: Charakteristika úrovně spolupráce s ostatními podnikateli v okolí

Spolupráce	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Významná relativní četnost (%)	Kumulativní významná relativní četnost (%)
Výborná	5	8,1	10	10
Dobrá	21	33,9	42	52
Mezi	9	14,5	18	70
Špatná	6	9,7	12	82
Nedostatečná	9	14,5	18	100
Celkem	50	80,6	100	
Chybějící hodnoty	12	19,4		
Celkem	62	100		

