

Mertová, Petra

Ziskový sektor - venkovská turistika

In: Mertová, Petra. *Mezioborová praktická studia*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2014, pp. 114-115

ISBN 978-80-210-6986-2; ISBN 978-80-210-6989-3 (online : Mobipocket)

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/131180>

Access Date: 03. 12. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

7. ZISKOVÝ SEKTOR – VENKOVSKÁ TURISTIKA²⁵

Venkov se stává v posledních desetiletích žádanou turistickou destinací, místem trávení volného času. Postupně se tak vyvinul nový směr turistického ruchu, tzv. venkovská turistika. Pro etnografy se tak otvírá další pole působnosti, místo, kde mohou pomoci budovat vize, cíle i konkrétní programy firem. Statistická data uvádí, že venkovská turistika pokrývá přibližně 10 až 20 % veškerých turistických aktivit. Obvykle se tímto sektorem zabývají malé (rodinné) firmy. V našem prostředí je venkovská turistika snadnou činností. Není zde komplikovaný přístup do přírody, který by omezovali soukromí majitelé pozemků. Tuto výhodu si zdejší občané neuvědomují a berou ji jako samozřejmou, protože se s jinou právní úpravou stavu dosud nesetkali.

Venkovská turistika je spojena s venkovem, který je charakterizován jako místo, kde jsou ve zvýšené míře využívány půda a lesy. Venkov je v představách návštěvníků spojen s tradičními sociálními strukturami a hodnotami, jež v moderním městském prostředí absentují. Hledají zde pocit pospolitosti, pomalejší způsob života, existenci místní kultury atd. Tyto romantické představy však ne vždy odpovídají současné realitě. I venkovské společenství prochází vývojem a mění se.

Mezi formy venkovské turistiky patří agroturistika, zelená turistika a ekoturistika. Venkovská turistika je často uváděna jako příklad trvale udržitelné ekonomické aktivity na venkově. Ovšem dnes se objevuje změna v poptávce zákazníků, kdy se provozuje turistika spíše ve formě turistiky na venkově než tzv. venkovská turistika. Volnočasové aktivity nabízené návštěvníkům jsou spíše moderní a význam krajiny a přírody se zmenšuje.

Tradiční aktivity:

Projíždky
Procházky
Návštěvy historických památek
Pikniky
Pozorování přírody
Výlety
Návštěvy statků

Moderní aktivity:

Sjezdové lyžování
Jízda na horských kolech
Jízda terénními auty
Trénink přežití
Windsurfing
Vytrvalostní formy
Jízda na sněžném skútru

Venkovskou turistiku preferují různí zákazníci. Významnou skupinou jsou rodiny s dětmi ale stále více také senioři, kteří tvoří významnou skupinu v evropské populaci. Jsou v dobré fyzické kondici a většinou mají dobré finanční zázemí. Chtějí cestovat a poznávat.

²⁵ Kapitola zpracována za použití materiálů z knihy Venkovská turistika (příručka pro provozovatele objektů venkovské turistiky). Praha 2010. 138 s.

Zákazníci preferující venkovskou turistiku by se dali rozdělit do čtyř skupin:

- *chci všechno*

Zajímá se o všechny druhy volnočasových aktivit a všechny příležitosti, které nabízí venkovské prostředí. Obvykle cestuje ve skupinách, často tvořené mladými lidmi.

- *nezávislý cestovatel*

Hledá možnost cestování v klidné a čisté krajině. Cestuje často pěšky, jí venku, objevuje zajímavosti.

- *venkovský romantik*

Oceňuje kulturu, tradici a krajinu více než nabízené aktivity. Zajímá se o ochranu přírody a přirozené fungování venkovské společnosti.

- *příznivec outdoorových aktivit*

Preferuje outdoorové aktivity více než o jízdu na koni nebo cyklistiku.

Pro podnikatele ve venkovské turistice je nezbytná důkladná znalost požadavků cílové skupiny. Venkovští návštěvníci se dají rozdělit do několika cílových skupin klientů:

1. rodiny s dětmi
2. děti s pedagogickým dozorem
3. milovníci přírody
4. sportovně založení lidé
5. starší lidé
6. důchodci
7. tělesně postižení
8. absolventi kurzů
9. kluby a spolky.

Podnikatel v turistice, také v tzv. venkovské turistice, je podnikatel, který má ovládat alespoň základy managementu a green marketingu. O základních principech managementu a marketingu v další kapitole.

Úkoly pro posluchače:

Najděte ve vašem regionu příklad nabídky tzv. venkovské turistiky. Jaké zde vidíte klady a jaké rezervy? Navrhněte novou nabídku pro turisty, pro jednu konkrétní cílovou skupinu.

Kontrolní otázky:

Jaký je rozdíl mezi venkovskou turistikou a turistikou na venkově?

Jaké cílové skupiny využívají venkovskou turistiku?