

OBSAH

1.	Úvod do problematiky	5
2.	K čemu slouží cestovní ruch na venkově ... ?	7
2.1	Co je vlastně venkovská turistika?	7
2.2	Tradiční sociální struktury	8
2.3	Venkovská turistika - typická venkovská dovolená	9
2.4	Venkovská turistika v českých podmínkách	11
3.	Podnikání ve venkovské turistice	13
3.1	První krok – rozhodnutí o podnikání	13
3.2	Druhý krok – dobrý nápad = úspěch	13
3.3	Třetí krok – znalosti a informace	13
3.4	Čtvrtý krok – založení živnosti	14
3.5	Založení a provozování firmy	14
3.6	Výběr pracovníků	14
3.7	Jak si počínat při případné koupi pozemku nebo nemovitosti	15
3.8	Územně plánovací dokumentace	15
3.9	Podnikání a životní prostředí	16
4.	Podnikatelské minimum	17
4.1	Právní minimum	17
4.2	Standard ubytovacích služeb	19
4.2.1	Praktický příklad ubytování v soukromí	20
4.3	Hygienické a požární předpisy	21
4.4	Pojištění produktu cestovního ruchu	21
4.5	Reklama	22
4.6	Systém služeb pro podnikatele	22
5.	Produkty venkovské turistiky	23
5.1	Ekonomické přínosy podnikání ve venkovské turistice	23
5.2	Rizika podnikání ve venkovské turistice	23
5.3	Formy doprovodných programů	25
5.3.1	Agroturistika	25
5.3.2	Ekoagroturistika	26
5.3.3	Pobyt v přírodě (pozorování přírody – fauna, flora)	26
5.3.4	Lesní turistika	26
5.3.5	Hipoturistika	27
5.3.6	Cykloturistika	27
5.3.7	Zážitková turistika	27
5.3.8	Ostatní možné ekologické formy produktů cestovního ruchu	29
5.4	Typy služeb venkovské turistiky	31
6.	Podnikatelský plán a jeho zpracování	33
6.1	Osnova podnikatelského plánu	33
6.2	Praktické zpracování podnikatelského plánu	35
6.3	Praktické problémy při tvorbě podnikatelského plánu	36
6.4	Doplňující informace ke zpracování podnikatelského plánu	37
7.	Marketing a jeho specifika ve venkovském cestovním ruchu a agroturistice	40
7.1	Marketing produktů cestovního ruchu	40
7.2	Rozbor zákazníků jako součást marketingového plánu	43
7.3	Příklady produktů venkovské turistiky	44
8.	Propagace agroturistických aktivit a práce s médii	46
8.1	Propagace agroturistických aktivit	46
8.2	Komunikace s médii	49
9.	Etika podnikání	51
9.1	Psychologie zákazníka	51
9.2	Ženy a venkovská turistika	56

10.	Možnosti získání dotací a podpor pro venkovský cestovní ruch.....	57
10.1	Program rozvoje venkova ČR pro období 2007 – 2013.....	57
10.2	Regionální operační program NUTS II Jihozápad	61
10.3	Program podpory rozvoje venkovského cestovního ruchu v Plzeňském kraji	62
11.	Obce a podpora venkovského cestovního ruchu.....	64
11.1	Obecné předpoklady	64
11.2	Přímá podpora venkovského cestovního ruchu obcemi	67
11.3	Nepřímá podpora venkovského cestovního ruchu obcemi	69
12.	Využití informačních a komunikačních technologií, e-learning	70
12.1	Informační a komunikační technologie.....	70
12.2	E-Learning.....	73
	Příloha	76
	Doporučený standard služeb ubytování v soukromí	76
	Použité zdroje	83