

OBSAH

ÚVOD	5
1. Cestovní ruch	6
1.1. Charakteristika cestovního ruchu	6
1.1.1. Specifické rysy cestovního ruchu	6
1.1.2. Typy účastníků cestovního ruchu	7
1.1.3. Význam cestovního ruchu	8
1.1.4. Druhy cestovního ruchu	11
1.1.5. Formy cestovního ruchu	12
1.2. Předpoklady cestovního ruchu	14
1.2.1. Lokalizační předpoklady	14
1.2.2. Selektivní předpoklady	15
1.2.3. Realizační předpoklady	15
1.3. Oblasti a střediska cestovního ruchu	16
1.3.1. Oblasti cestovního ruchu	16
1.3.2. Střediska cestovního ruchu	16
1.4. Faktory ovlivňující cestovní ruch	17
1.5. Cestovní ruch v ČR	18
1.6. Nové produkty a trendy cestovního ruchu	19
2. Venkovský cestovní ruch.....	21
2.1. Charakteristika a formy VCR	21
2.1.1. Vesnická turistika	22
2.1.2. Agroturistika	24
2.1.3. Ekoagroturistika	25
2.1.4. Chataření a chalupaření	26
2.2. Příčiny rozvoje venkovského CR v České republice.....	27
2.3. Venkovská turistika v zahraničí	27
3. Agroturistika jako podnikatelská činnost	32
3.1. Charakteristika agroturistiky jako podnikatelské činnosti	32
3.2. Subjekty provozování agroturistiky	33
3.2.1. Agroturistika na rodinné farmě	33
3.2.2. Agroturistika provozována jinými zemědělskými subjekty	34
3.3. Doprovodné programy agroturistiky	35
3.4. Význam agroturistiky	36
3.4.1. Význam agroturistiky pro zemědělské podnikatelské subjekty	36
3.4.2. Význam agroturistiky pro obce	37
3.4.3. Význam agroturistiky pro regiony a stát	37

3.5. Negativní aspekty agroturistiky	37
3.5.1. Problémy z pohledu podnikatelů	38
3.5.2. Problémy z pohledu místní samosprávy a státní správy	39
4. Základy podnikání ve venkovské turistice.....	42
4.1. Podstata podnikání	42
4.2. Postup při zahájení podnikání	43
4.2.1. Předsevzetí podnikat	44
4.2.2. Faktor trhu	44
4.2.3. Faktor osobnosti podnikatele	45
4.2.4. Faktor finančních prostředků	45
4.3. Podnikatelský projekt	47
4.4. Podnikatelské právní minimum	50
4.4.1. Důležité zákony pro podnikání ve venkovské turistice	50
4.4.2. Pojištění produktu cestovního ruchu	52
4.4.3. Systém služeb pro podnikatele	52
5. Využití marketingu ve venkovském cestovním ruchu.....	56
5.1. Charakteristika marketingu	56
5.1.1. Pojetí marketingu	56
5.1.2. Koncepce řízení podniku	59
5.1.3. Marketing v cestovním ruchu	61
5.2. Marketingové nástroje v cestovním ruchu a v agroturistice	64
5.2.1. Produkt	65
5.2.2. Cena	67
5.2.3. Místo	68
5.2.4. Propagace	70
5.2.5. Lidé	72
5.2.6. „Balík“ služeb	72
5.2.7. Programová specifikace nabídky	74
5.2.8. Spolupráce	74
5.3. Segmentace trhu	75
5.3.1. Výhody segmentace	75
5.3.2. Segmentace agroturistického trhu	76
5.4. Marketingová strategie	80
6. Podmínky a perspektiva venkovské turistiky v ČR	84
6.1. Podmínky pro venkovskou turistiku.....	84
6.2. Věřejné podpory a dotace na rozvoj venkovské turistiky	86
ZÁVĚR.....	89
Seznam použité literatury	90