



Agroturistika na venkovských oblastech

Přednášející: Václav Prášek



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Lipnice nad Sázavou, 5. 5. 2011

Osnova přednášky:

- 1) Analýza podmínek pro podnikání v oblasti české venkovské agroturistiky
- 2) Definice základních problémů rozvoje venkovské agroturistiky
- 3) Psychologické aspekty agroturistiky
- 4) Právní aspekty agroturistiky
- 5) Specifikace požadavků pro provoz venkovské agroturistiky
- 6) Nekonvenční produkty
- 7) Praktická část – projektový záměr a dotace
- 8) Praktická část - marketingová strategie podniku
- 9) Praktická část - Internet a média v agroturistice a venkovské turistice



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

1) Analýza podmínek pro podnikání v oblasti české venkovské agroturistiky

Možnosti aktivní a pasivní rekreace - formy sportovních aktivit, kulturní a společenské aktivity na farmě, popř. v obci, rozbor lokality.



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Co je to agroturistika?

• Forma podnikání na fungující zemědělské farmě či ranči, zaměřená na zabavení návštěvníků, s cílem přinášet zemědělcům, ale i jiným subjektům dodatečný příjem. Agroturistickým aktivitám provozovaným na ekologických farmách se říká eko-agro-turistika. Jde o moderní produkt cestovního ruchu, ohleduplný k přírodě a umožňující rozvoj podnikání na venkově.

• Agroturistika je součástí tak zvané venkovské turistiky, která využívá stoupajícího zájmu o trávení času v přírodě či přímo na zemědělských usedlostech. Může mimo jiné zahrnovat návštěvy významných kulturních či venkovských míst, tradičních tržnic či jarmarků, výjezdy za poznáním zemědělských zvyklostí a další volnočasové a pohostinské aktivity, které mají v návštěvnících vzbudit zájem o venkovskou krajinu.



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Co může být náplní?

- Venkovní vyžití (rybaření, lov, jízda na koni, poznávání přírody).
- Vzdělávací aktivity (naučné stezky na farmě a okolí, poznávací výjezdy, kurzy vaření, pěstování nebo ochutnávka vín).
- Zábava (dožínky, vinobraní, kulturní či kulinářské festivaly).
- Péče o hosty (ubytování hostů na farmě, výlety s průvodcem do okolí, nabídka tradičního oblečení).
- Přímý prodej (prodej faremních výrobků, prodej produktů, které si návštěvníci sami vyrobí nebo nasbírají).



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Aktivní činnosti

- Práce na farmě
- Nasbírejte si sám
- Myslivost
- Pěší turistika
- Rybolov
- Cyklistika
- Jízda na koni
- Jízda na lodích
- Jízda na duších a raftech
- Jízda na běžkách
- Jízda terénními auty, motorkami, na čtyřkolcích a horských kolech
- Plavání

- Lukostřelba
- Soutěžní střelba
- Placený lov
- Archeologické výpravy
- Rafting
- Lodní sporty
- Lyžování
- Horolezectví
- Balónové létání
- Pobyt v přírodě
- Poznávací turistika
- Lukostřelba



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

Pasivní činnosti

- Exkurze
- Cestování
- Návštěva festivalů
- Návštěvy zahrad (květinové záhony, skleníky, bylinné záhony, suché květiny)
- Exkurze v botanické zahradě
- Účast na výstavách
- Návštěvy divadel
- Účast na konferencích

- Nakupování
- Semináře
- Gurmánské akce
- Zájezdy
- Obstarávání jídelnek
- Zařizování dopravy
- Ubytování
- Stravování




Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

Kulturní a společenské aktivity na farmě

- Koncerty a jiné kulturní události
- Sochařské, malířské či hrnčířské dílny
- Festivaly a veletrhy (dožínky, festivaly jídla)
- Festival a výstava květin
- Společenské tance a zábavy
- Podnikové akce, oslavy
- Výcvik, zkoušky a soutěže honičích a služebních psů
- Dětská zoo (možnost dotyku a hlazení zvířat)
- Zemědělské trhy a jarmarky
- Rodinná setkání a oslavy
- Svatby




Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

<u>Typy služeb</u>	<u>Vazba na zákonné úpravy</u>
Ubytování	Živnostenský zákon (ŽZ) - živnost volná
Ubytování v soukromí do 10 osob	ŽZ - živnost volná, ovšem je nutné při podávání s podáváním snídaní dodržovat hygienické předpisy
Prodej vlastních přebytků	ŽZ - není živnost, ale při prodeji masa z domácí (brambory, zelenina, maso apod.) porážky nutné dodržovat veterinární předpisy
Polopenze nebo celodenní stravování	ŽZ - živnost řemeslná, jedná se o hostinskou činnost, a v tomto případě může podnikatel provozovat i ubytování na jedno živnostenské oprávnění




Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

<u>Typy služeb</u>	<u>Vazba na zákonné úpravy</u>
Projíždky na koních (pronájem koní)	ŽZ - živnost volná
Projíždky kočárem nebo bryčkou	ŽZ - živnost volná
Sauna	Může být součástí ubytovacího zařízení
Převoz mikrobusem a jakýmkoli ŽZ - koncesovaná živnost jiným dopravním prostředkem	
Zprostředkovatelské služby za úplaty	ŽZ - živnost volná pro jiného podnikatele (půjčovny kol, pronájem koní, projíždky kočárem apod.)
Cestovní agentura - zákon č.159/1999 Sb.; jednotlivých služeb ŽZ - živnost vázaná	




Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

2) Definice základních problémů rozvoje venkovské agroturistiky

- rozvoj podniku spojen s řadou problémů
- vysoké požadavky na schopnosti a znalosti v oboru

Základní body:

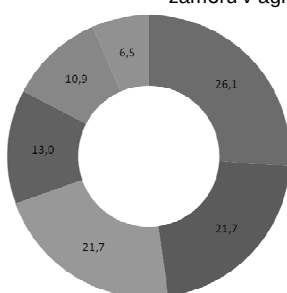
- rozhodnutí o založení podniku nebo zavedení agroturistiky,
- posouzení možností trhu,
- posouzení osobnosti podnikatele,
- finanční možnosti a rizikové faktory
- vazby na rozvoj venkovské aglomerace a regionu




Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

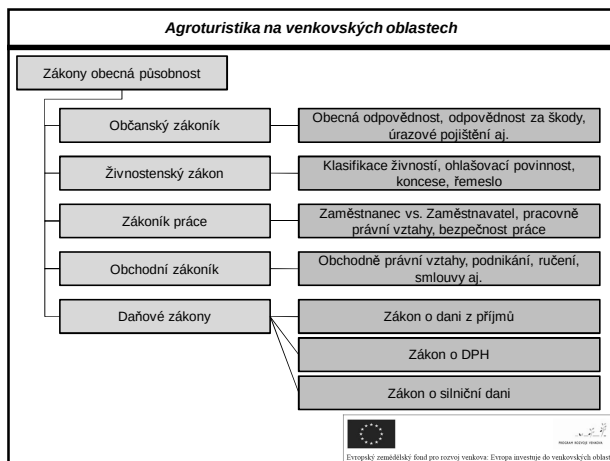
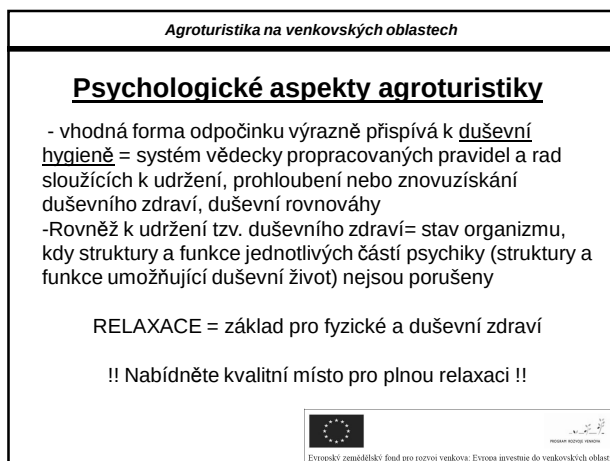
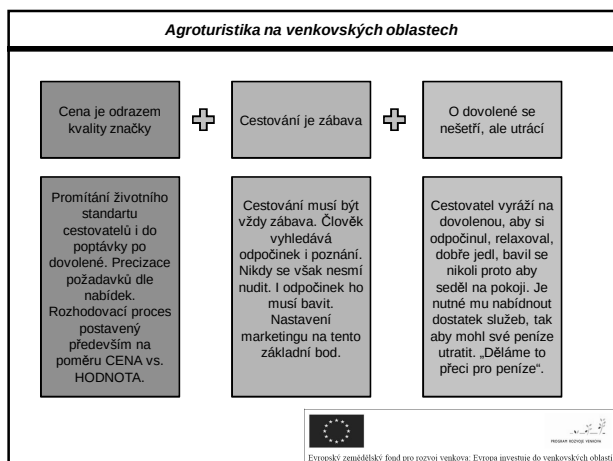
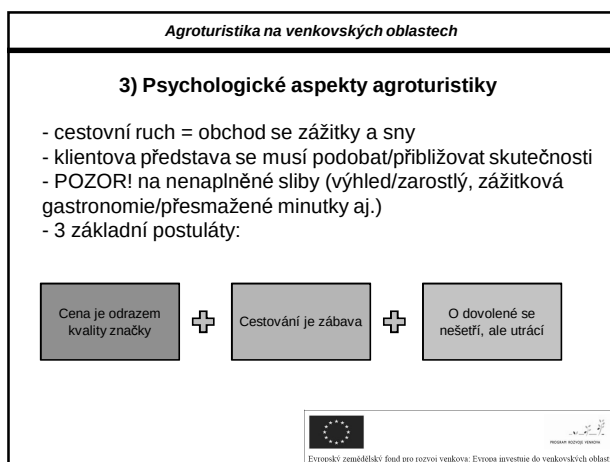
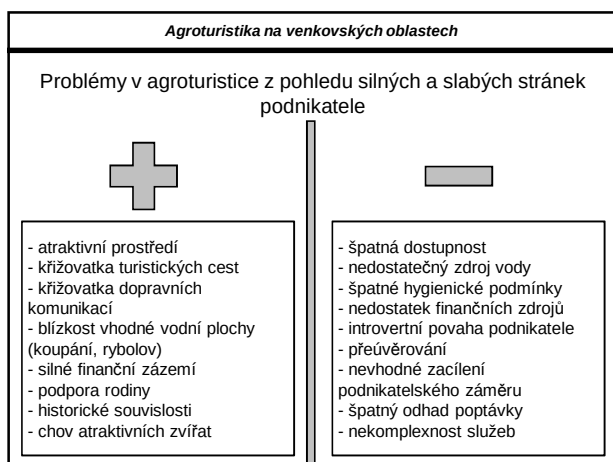
Hlavní důvody pro zavrnutí realizace podnikatelského záměru v agroturistice

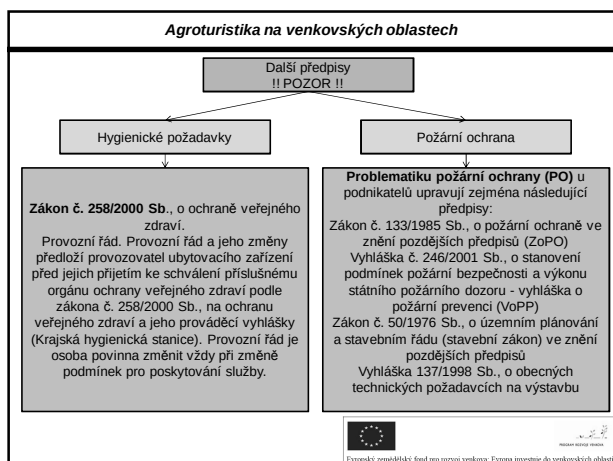
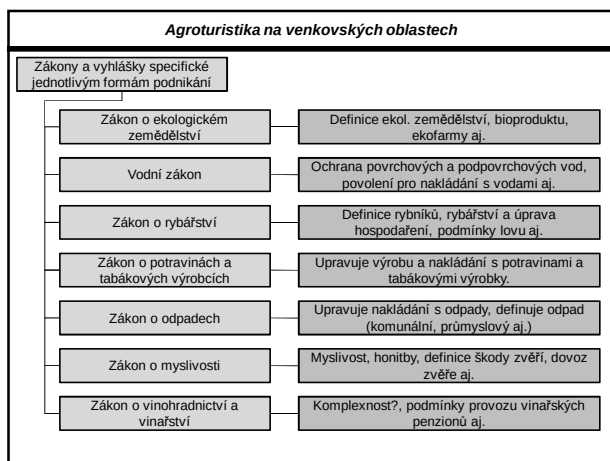
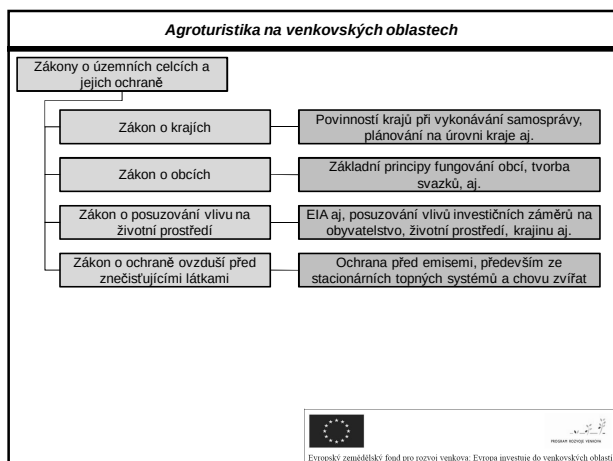
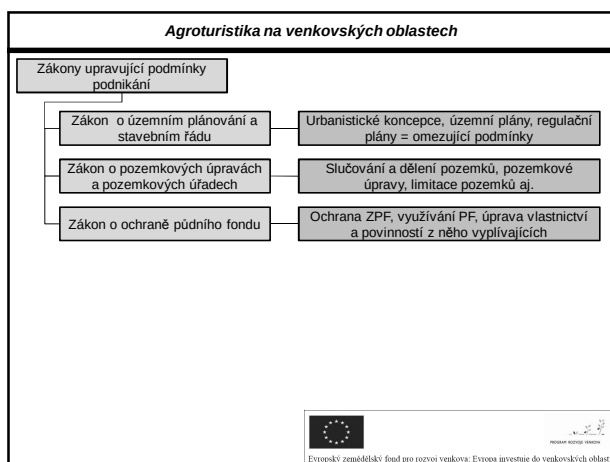


■	Schvalovací řízení stavebních projektů a rekonstrukcí
■	Ekologie – životní prostředí
■	Otázky místních poplatků a daní
■	Komunální odpady, likvidace
■	Hospodaření na půdě (přístup na pozemek, apod.)
■	Pronájem obecních objektů




Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí





Agroturistika na venkovských oblastech

Typy služeb	Vazba na zákonné úpravy
Ubytování	Živn. zákon (ZZ) - živnostenský zákon
Ubytování v soukromí do 10 osob s podáváním snídaní	ZZ - živnost volná, ovšem je nutné při podávání dodržovat hygienické předpisy
Prodej vlastních přebytků (brambory, zelenina, maso apod.)	ZZ - není živnost, ale při prodeji masa z domácího porážky nutné dodržovat hygienické předpisy
Prodej vlastních výrobků (sýry, klobásy, maso, mošty, víno, jiné alkoholické nápoje apod.)	ZZ - volná, ovšem je nutné dodržovat hygienické předpisy, veterinární a potravinářské předpisy
Polopenze nebo celodenní stravování	ZZ - živnost řemeslná, jedná se o hostinskou činnost, a v tomto případě může podnikatel provozovat i ubytování na jedno živnostenské oprávnění
Projíždky na koních (pronájem koní)	ZZ - živnost volná
Projíždky kočárem nebo bryčkou	ZZ - živnost volná
Sauna	Může být součástí ubytovacího zařízení
Převoz mikrobusem a jakýmkoli jiným dopravním prostředkem	ZZ - koncesovaná živnost
Zprostředkovatelské služby za úplatu pro jiného podnikatele (půjčovny kol, pronájem koní, projíždky kočárem apod.)	ZZ - živnost volná
Nabídka výše uvedených jednotlivých služeb	Cestovní agentura - zákon č.159/1999 Sb.; ZZ - živnost vázaná Zdroj: T. Václavík, Agroturistika na ekofarmách

Agroturistika na venkovských oblastech

5) Specifikace požadavků pro provoz venkovské agroturistiky

- cestovní ruch na venkově – výrazná specifika
- prolínání ekonomického, sociálního a ekologického rozměru = vše vede k trvale udrž. rozvoji

Ekonomický rozměr

Udržitelný hospodářský rozvoj spojený s rostoucími příjmy obyvatel

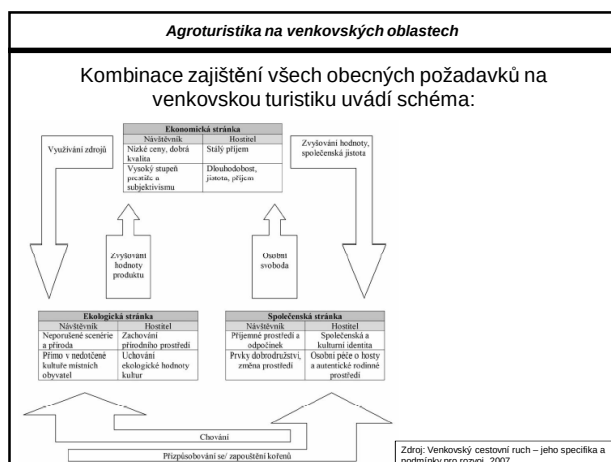
Sociální rozměr

Potřeba důstojného života a rozvoje lidské společnosti, zdraví, vzdělání, sociálního uznání, spravedlnosti, soudržnosti a rozvoje kultury.

Ekologický rozměr

Nutnost zachovat dlouhodobě na přijatelné úrovni statky a služby, které lidské společnosti poskytuje příroda.

Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí



Agroturistika na venkovských oblastech

Poskytované služby v agroturistice a požadavky na jejich kvalitu

- důležitý je důraz na kvalitu (!)
Proto platí pro poskytované služby:

- nesmí obsahovat žádná negativa pro klienta, resp. co bylo slíbeno, musí být splněno;
- dosažení určité kvality není spojeno s dalšími výdaji, což znamená, že stanovená úroveň ceny nemůže kalkulovat s jejím dalším neopodstatněným růstem;
- vysoká úroveň služeb je vítána, avšak služby nebo produkt, který je nabízen v určité ceně, nemůže značně převyšovat klientovo očekávání;
- kvality může být dosaženo u každého podnikatelského subjektu (tedy i ve venkovském cestovním ruchu);
- kvality v cestovním ruchu (zejména venkovském) nemůže být dosaženo izolovaně od lidského a přírodního prostředí;
- kvalita v cestovním ruchu (zejména venkovském) by měla opakovaně podněcovat návštěvníky k zajištění udržitelnosti produktů cestovního ruchu.

Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

Poskytované služby v agroturistice a požadavky na jejich kvalitu

- vzhledem k usnadnění orientace cílových zákazníků a klasifikaci jednotlivých zařízení cestovního ruchu slouží tzv. „certifikace“
- certifikace byla poměrně nepřehledná – zřehlednila až novela živnostenského zákona z roku 2000
- certifikace legislativně zaštiťuje především Česká centrála cestovního ruchu a MMR
- na dodržování certifikace dohlíží jednotlivé organizace dle příslušnosti

Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

Gesce profesních společenstev ve vztahu ke kvalitě odpovídající certifikaci:

Svaz podnikatelů ČR ve venkovské turistice a agroturistice – dohlíží na kvalitu ubytování v soukromí

Kempy a chatové osady ČR - živnostenské společenstvo – dohlíží na kvalitu ubytování v kempech a chatových osadách;

Klub českých turistů – dohlíží na kvalitu ubytování v turistických ubytovnách.

Asociace hotelů a restaurací ČR – dohlíží na kvalitu ubytování v hotelech a penzionech

Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

Typy certifikace pro agroturistiku:

- Certifikace dle „standardů komfortu“
řeší technické parametry ubytovacích zařízení v dělení na
 - 1) malé kempy
 - 2) ubytování s vlastním vařením (pronájem chalup nebo letních bytů, hosté si vaří sami
 - 3) ubytování se stravováním (hostům je podávána alespoň snídaně, nejčastěji se jedná o penziony).

Hodláte-li provozovat zařízení jiného typu (hotel, turistickou ubytovnu, běžný kemp atd., rovněž je připravena kategorie.

Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

Typy certifikace pro agroturistiku:

- **Prestižní ekologická certifikace ECEAT** (Evropského Centra pro Eko Agro Turistiku). Podniky jsou hodnoceny podle následujících kritérií:

- jak poskytují relevantní "eko" informace svým hostům
- jak podporují ekologické hospodaření
- jak nakládají s vodou a energiemi
- jak využívají "zelených stavebních technik"
- jak je nakládáno s odpady
- jak podporují šetrou dopravu
- jak přispívají k ochraně přírodního dědictví
- jak přispívají k ochraně kulturního dědictví
- jak podporují místní ekonomiku
- jak se zlepšují



European Centre for
Eco Agro Tourism

Agroturistika na venkovských oblastech

Základní pravidla pro certifikaci:

1. **Turistická ubytovací zařízení** jsou zařízení, která pravidelně (nebo nepravidelně) poskytují přechodné ubytování pro turisty.

2. **Ubytovací zařízení** se zařazují podle druhů **do kategorií** a podle převažujícího vybavení a úrovně poskytovaných služeb **do tříd**. Třídy se označují hvězdičkami.

3. Název, kategorie a třída ubytovacího zařízení jsou trvale a zvenčí viditelně označeny (zpravidla u vchodu do ubytovacího zařízení).



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropská investice do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

Základní pravidla pro certifikaci:

- Certifikaci provádí Svaz podnikatelů ČR ve venkovské turistice a agroturistice
- Ubytovací zařízení musí odpovídat požadavkům na kategorii, kapacitu a třídu včetně zvláštních požadavků dle jednotlivých druhů
- Každému jednotlivému požadavku s výjimkou závazného minima je přidělena určitá bodová hodnota
- Pro dosažení certifikátu je vyžadováno dosažení stanoveného % z maxima bodů
- Závazné minimum musí být splněno beze zbytku
- Splnění požadavků standardů se kontroluje při vstupní a následné kontrolní proceduře.



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropská investice do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

Kategorie:

malý kemp - **pronájem pozemku** pro **přechodné ubytování** hostů (stan, obytný přívěs), případně vybavené i samostatnými ubytovacími objekty či pokoji. Malý kemp má **samostatné hygienické zařízení**, případně další vybavení a technické zázemí.

ubytovací objekt / apartmán (letní byt) s vlastním vařením - **samostatná stavba** (chalupa) nebo **bytová jednotka** s jednou nebo více **obytnými místnostmi** (pokoj, ložnicemi), **hygienickým zařízením**, samoobslužnou **kuchyní** a dalším vybavením. Může být k dispozici i společenská místnost. Pronajímá jako celek.

ubytování se stravováním - **ubytovací zařízení**, jež poskytuje **kromě ubytování** (většinou v jednotlivých pokojích, maximálně 4) i **stravovací služby** (minimálně snídaně). Může být k dispozici i společenská místnost. Ubytovaní tohoto druhu zpravidla poskytují služby na libovolný počet nocí bez fixního nástupního dne.



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropská investice do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

Požadavky podle kategorií ubytovacího zařízení

MALÝ KEMP

Závazné minimum pro KAŽDÝ malý kemp:

- kempovací místo musí být vodorovné, bez hrbolů a dolůků, zatravněné, nezaplevelené, odvodněné, ne písčité ani se zpevněným povrchem a musí být dostupné v jakémkoli počasí po celou dobu provozu
- na kempovací místo nesmí mít přístup domácí a hospodářská zvířata
- minimální plocha pro rodinný stan či obytný přívěs a vozidlo nebo obytné motorové vozidlo je 50 m²
- hygienické zařízení pouze pro hosty s tekoucí vodou k dispozici po dobu 24 hodin denně
- hygienické zařízení musí být umístěno tak, aby hosté při jeho užívání nerušili jiné hosty
- místo pro vylévání odpadní vody je srozumitelně určeno
- prostor kempu je ohraničen
- je zřízeno ohniště (určeno místo k rozdělávání ohně)



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropská investice do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

POŽADAVKY NA MALÝ KEMP PRO TŘÍDU ☆☆☆ A VÝŠE

- **hygienické zařízení** pouze pro kemp s tekoucí teplou vodou k dispozici po dobu 24 hodin denně v množství min. 20 l na hosta
- je k dispozici **přípojka el. proudu** pro karavany a obytné přívěsy
- je vytvořen prostor pro posezení a odpočinek hostů; pokud je venkovní, je zastřešený
- samostatný prostor pro mytí nádobí
- je k dispozici místo pro sušení oděvů
- v objektu nebo v docházkové vzdálenosti **do 500 m** je zajištěna možnost nákupu občerstvení a základních potravin
- jsou vytvořeny podmínky pro provozování sportů, vč. půjčování sportovních potřeb



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropská investice do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

POŽADAVKY NA MALÝ KEMP PRO TŘÍDU ☆☆☆ A VÝŠE

- minimálně jedno **samostatné hygienické zařízení pro ženy** a jedno pro muže s tekoucí teplou vodou k dispozici po dobu 24 hodin denně v množství min. 30 l na hosta
- k dispozici samoobslužná kuchyňka vybavená dle závazného minima
- v objektu nebo v docházkové vzdálenosti do 500 m je zajištěna možnost celodenního stravování hostů, prodej občerstvení a základních potravin
- **cesta mezi místem pro stany a hyg. zařízením je v noci osvětlena**
- kempovací místo je **vhodně stíněné** a jednotlivá "stání" oddělená zelení
- vnitřní komunikace mají bezprašný zpevněný povrch
- je k dispozici vodovodní přípojka pro obytná auta a přívěsy
- **v objektu je k dispozici místnost s televizorem** a rozhlasovým přijímačem

PROGRAM ROZVOJE VENKOVA

Agroturistika na venkovských oblastech

Požadavky podle kategorií ubytovacího zařízení

UBYTOVACÍ OBJEKT(chata, chalupa) /APARTMÁN (letní byt) s vlastním vařením

Závazné minimum pro KAŽDÝ ubytovací objekt:

- min. 4 obytné místnosti (pokoje)
- samoobslužná kuchyňka, vybavená dle požadované třídy
- lůžkoviny poskytuje ubytovatel



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

POŽADAVKY NA CHATU PRO TŘÍDU ☆☆☆ A VÝŠE

- **hygienické zařízení pouze pro ubytovací jednotku** s tekoucí teplou vodou k dispozici po dobu 24 hodin denně v množství min. 20 l na hosta
- příprava teplé vody bez zásahu hostů
- **úklid a povlečení lůžek provádí ubytovatel** při střídání, nejméně po 7 dnech
- nábytek a postele musí být pevné a v dobrém stavu
- min. plocha pro **1 lůžko 6m2**, pro patrové 10 m2
- obytná místnost nesmí být průchozí
- vytápění nikoliv lokální tuhými palivy
- lůžkoviny povléká a mýdlo + jeden ručník na osobu poskytuje ubytovatel
- v oblastech zvýšeného výskytu hmyzu (na farmách) musí být okna vybavena sítěmi
- k dispozici je **místo pro sušení oděvů**
- dobrá úroveň výzdoby
- k dispozici je radiopřijímač
- k dispozici je **venkovní posezení**



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

POŽADAVKY NA CHATU PRO TŘÍDU ☆☆☆ A VÝŠE

- **hygienické zařízení pouze pro ubytovací jednotku** s tekoucí teplou vodou k dispozici po dobu 24 hodin denně v množství min. 40 l na hosta
- k dispozici je společenská místnost
- min. plocha pro **1 lůžko 7m2**, **patrové lůžko se nepřípouští**
- nábytek musí být ve výborném stavu, druhově, tvarově a barevně ladit
- všude je použita **kvalitní podlahová krytina** (koberec, dlažba, dřevo, korek ...), chodby musí být kryty koberci
- koupelny mají vhodné vyhřívání použitelné i mimo topnou sezónu
- k dispozici je **pračka** nebo služba praní prádla vč. sušení
- toaletní stůlek nebo jeho ekvivalent v každém pokoji
- jednu **osušku** na osobu poskytuje ubytovatel
- je zabezpečeno vnější osvětlení budov
- k dispozici **barevný televizor** odpovídající současným požadavkům



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

Požadavky podle kategorií ubytovacího zařízení

UBYTOVÁNÍ SE STRAVOVÁNÍM (PENZIONY)

Závazné minimum pro KAŽDÝ ubytovací objekt:

- **hygienické zařízení pouze pro hosty** s tekoucí teplou vodou k dispozici po dobu 24 hodin denně v množství min. 20 l na hosta
- neprůchozí obytné místnosti (pokoje)
- společenských místností - min. plocha místnosti pro **1 lůžko je 5m2**, pro patrové lůžko 9,5m2
- **společenská místnost nebo jídelna**, jejíž velikost je přiměřená počtu lůžek pro hosty a druhu provozu; pokud je k dispozici pouze jídelna, musí být přístupná hostům pro pobyt v době mezi jídly a musí být pro takovýto pobyt hostů vhodná (nejméně 14 m2 plochy, přičemž plocha na jedno místo u stolu musí být nejméně 1 m2).
- pokud neslouží společenská místnost jako jídelna a zařízení pro stolování je umístěno v pokojích, zvýší se podlahová plocha pokojů za každého ubytovaného o 1 m2
- stoly se pokrývají **čistými, nepoškozenými ubrusy**; lze použít i jiný druh prostírání (např. anglické prostírání)



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

POŽADAVKY NA UBYTOVÁNÍ SE STRAVOVÁNÍM PRO TŘÍDU ☆☆☆ A VÝŠE

- **na pokoji minimálně umyvadlo s tekoucí vodou**; společné hygienické zařízení s tekoucí teplou vodou k dispozici po 24 hodin denně v min. množství 20 l na hosta
- příprava teplé vody bez zásahu hostů
- lůžkoviny povléká a mýdlo a 1 ručník na osobu poskytuje ubytovatel
- nábytek a postele musí být pevné a v dobrém stavu
- minimální plocha na **1 lůžko 6 m2**, pro patrové 10m2
- je použita kvalitní podlahová krytina (koberec, dlažba, dřevo, korek)
- radiopřijímač na pokoji
- **telefon** k dispozici v objektu
- v oblastech zvýšeného výskytu hmyzu (na farmách) musí být okna vybavena sítěmi

POŽADAVKY NA UBYTOVÁNÍ SE STRAVOVÁNÍM PRO TŘÍDU ☆☆☆ A VÝŠE

- **velmi vysoká úroveň nábytku**, zařízení a výzdoby (nábytek stylový, starožitný, nový z masivního dřeva)
- okolí je upravené na vysoké úrovni, umožňující hostům maximální soukromí
- **velmi vysoký standard podávaných jídel** vč. nabídky původních krajových specialit
- individuálně nebo termostaticky ovladatelný systém vytápění
- **denní úklid pokojů**
- ručníky na pokoji volně k dispozici
- samovarná konvice, čaj, káva, cukr, nádobí na každém pokoji volně k dispozici
- vysoušeč vlasů, žehlička k dispozici
- toaletní stůl nebo jeho ekvivalent v každém pokoji
- telefon s možností meziměstských hovorů na pokoji
- **barevný televizor se satelitním příjmem na pokoji**
- čisticí prostředky na obuv a oděv na každém pokoji



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Třídy ubytovacích zařízení:

Závazné minimum pro všechny třídy ubyt. zařízení:

- **majitel/provozovatel** musí postupovat **podle** platných **zákonů** (Živnostenský zákon....)

- **ubyt. zařízení musí být mimo dosah zdrojů hluku a znečišťování** jako jsou dálnice, železniční tratě, letiště, tovární komplexy, soustavný provoz místních strojů vč. zemědělských, hnojiště, skládky odpadů, jímky, kouř lokálního topení, hlasitý poslech rádia či televize apod.

- **ubyt. zařízení musí umožňovat bezpečný a pohodlný přístup** příjezdějících a odjíždějících hostů a značení příjezdové cesty musí umožňovat hostům snadnou orientaci příjezdové komunikace musí mít zpevněný a bezprašný povrch a k dispozici musí být odstavná plocha pro parkování vozidel



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

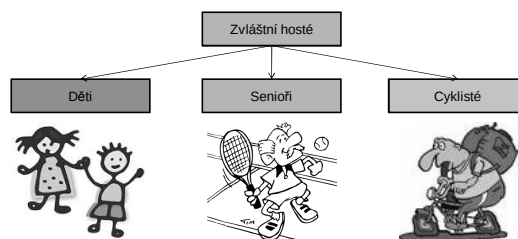
Požadavky na třídy ubytovacího zařízení

- ubyt. zařízení musí umožňovat vstup hostů po celých 24 hodin
- ubytovatel/provozovatel musí být tolerantní vůči náboženství, barvě pleti, sexuálnímu zaměření hostů a pohlaví
- ubytovatel/provozovatel musí být ochoten komunikovat s hosty a schopen vytvořit příjemnou atmosféru
- v ubyt. zařízení nebo v blízkém okolí musí být k dispozici telefon
- ubyt. zařízení je udržováno v čistotě a pořádku včetně okolí
- pokud je zásobování pitnou vodou zajišťováno z jiného zdroje než veřejného vodovodu, musí být zabezpečena její zdravotní nezávadnost (atest hygienické služby)



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

SPECIALIZACE Připravenost pro zvláštní hosty



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Děti



Pro všechny druhy a třídy:

- ubyt. zařízení poskytuje **bezpečné místo** pro hry dětí venku i v domě - zvláštní místnost
 - ubyt. zařízení je zabezpečeno před možnými úrazy – Úrazem el. proudem, zraněními hospodářskými stroji nebo velkými zvířaty
 - ubyt. zařízení poskytuje **službu hlídání dětí**
 - ubyt. zařízení nabízí zvláštní programy pro děti a jejich rodiče
 - ubyt. zařízení je vybaveno dětskou **polohovatelnou židli** ke stolu, dětskou postýlkou, vaničkou
 - koupelna je přizpůsobena na koupání a oblékání malých dětí (přebalovací stůl).
 - ubyt. zařízení je vybaveno **pastelkami, barvami, papíry**, plastelinou a dětskými hrami v dostatečném výběru
 - k dispozici jsou **malá zvířata** nebo mláďata domácích zvířat
 - k dispozici jsou venkovní prolézačky a houpačky
- Doporučení**
- nabízejí se dětské porce a pokrmy vhodné pro děti, jedná-li se o ubyt. zařízení se stravováním



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Senioři



Pro všechny druhy a třídy:

- možnost jednoduché chůze po domě **bez schodů a schodků**, široké a lehce otvíratelné dveře, snadný přístup do domu
- záchody jsou vybaveny **madly**
- sprcha je vybavená madly
- lůžka jsou v přízemí
- lehce **dosazitelná zdravotní péče**
- přeprava hostů dle potřeby



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

Cyklisté

Pro všechny druhy a třídy:

- možnost **libovolného počtu přenocování**
- možnost ubytování od jedné osoby
- k dispozici je **úschova kol**
- přímo v objektu nebo v blízkém okolí je možnost **oprav kol**
- možnost stravování v objektu nebo blízkém okolí
- možnost **půjčení kol** v objektu nebo blízkém okolí
- Specifická certifikace v ČR – „Cyklisté vítáni“




CYKLISTEVITANI.CZ

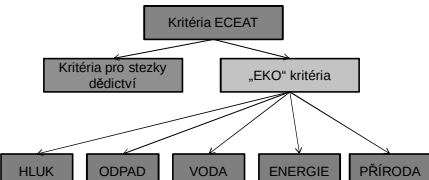


Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

KRITÉRIA ECEAT

-kritéria nadstavbová, **nenahrazují** základní certifikaci
 -pravidla, vycházející z **mezinárodních kritérií ECEAT International**
 -každému jednotlivému **kritériu** je přiřazena určitá **bodová hodnota**
 -pro dosažení certifikátu je vyžadováno **dosažení stanoveného % bodové hodnoty** z možného maxima
 -úroveň splnění kritérií se **kontroluje při vstupní a následné kontrolní proceduře**.





Agroturistika na venkovských oblastech

KRITÉRIA STEZKY DĚDICTVÍ

-- ubytovací nebo stravovací zařízení není **součástí mezinárodních řetězců**
 - veškeré stavby a vybavení ubytovacího nebo stravovacího zařízení jsou **udržované a v dobrém stavu**
 - rekonstrukce starých budov je provedena citlivě v duchu místní atmosféry; nové stavby používají tradičních materiálů a prvků založených na místní architektuře
 - stavby a zařízení působí **čistým, klidným a pořádaným dojmem**
 - ze zařízení jsou maximálně vyloučeny "moderní" materiály (zejména plastový nábytek, umělé květiny, přehozy, atd.)
 - hosté nejsou obtěžováni hlukovým a vizuálním znečištěním (nepřetržitý a hlasitý televizní a rozhlasový příjem zejména ve společných prostorách, všudypřítomné reklamní předměty nesouvisející s ubytováním nebo stravováním atd.)
 - podávají se **typická místní jídla** nebo se prodávají domácí produkty nebo certifikované bioprodukty
 - zařízení je provozováno alespoň s částečným nekuřáckým provozem
 - zařízení nabízí možnost práce v hospodářství, návštěvu místních řemeslníků apod.
 - provozovatel aktivně podporuje ochranu přírody, údržbu krajiny a podílí se na rozvoji šetrných turistických aktivit (např. vyvěšováním ptačích budek, přikrmováním zvířat, sečením mezí, výsadbou remízku, opravou malých památek jako např. boží muka, značení tras apod.)



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

„EKO“ KRITÉRIA – OCHRANA ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ

Hluk a vizuální znečištění:
 - **hosté nejsou obtěžováni** hlukovým a vizuálním znečištěním (nepřetržitý a hlasitý televizní a rozhlasový příjem zejména ve společných prostorách, všudypřítomné reklamní předměty nesouvisející s ubytováním nebo stravováním atd.)

Odpady:
 - zařízení a jeho okolí je vždy upravené a čisté
 - s odpadními vodami i pevnými odpady je nakládáno prokazatelně odpovídajícím způsobem (vody nejsou vypouštěny volně z ubytovacího zařízení, odpady nejsou páleny v okolí ubytovacího zařízení)
 - hostům je umožněno třídění odpadu již při jeho vzniku nebo jej třídí majitel/provozovatel; počet frakcí se řídí místními podmínkami, základní druhy jsou spalitelný odpad (papír, dřevo, nikoliv plasty), kompostovatelný odpad (kompost, hnojště) a ostatní odpad; pokud místní podmínky dovolí, také další frakce, např. sklo, plasty a kovy
 - zařízení je provozováno alespoň s částečným nekuřáckým provozem
 - v maximální míře jsou používány vratné obaly, velkospotřebitelská balení, výrobky z recyklovaného papíru



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

„EKO“ KRITÉRIA – OCHRANA ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ

Voda, energie:
 - žádné **kohouty a ventily nesmí kapat** nebo protékat
 - jsou přijata opatření ke snížení spotřeby vody (nejméně spofič vody na WC, aby bylo možné splachovat i menší dávku vody, úsporné **sprchy=nízkoprůtokové nástavce** a jednopákové vodovodní baterie)
 - jsou přijata opatření ke snížení spotřeby energií (nejméně instalace úsporných žárovek zářivek na místech s dlouhodobým osvětlením a účinná regulace teploty ve vytápěných místnostech)
 - je instalováno zařízení na využití obnovitelných zdrojů (např. solární ohřev vody nebo výroba elektrické energie, využití energie větru, tepelná čerpadla, využití pasivních zisků solární energie, energetické využití biomasy)
 - provozovatel hosty informuje o správném využití zdrojů (možnosti úspory vody a energie)



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

„EKO“ KRITÉRIA – OCHRANA ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ

Příroda, krajina:
 - žádná z aktivit nesmí vést k erozi půdy, likvidaci drobných přírodních elementů (rozorávání a vypalování mezí), omezování biodiverzity, k potlačování přirozených potřeb živočichů včetně chovaných zvířat
 - ubytovací zařízení provozuje certifikované ekologické zemědělství nebo používá v užitkové či okrasné zahradě a při údržbě okolí domu šetrné principy s minimem chemie (integrováný přístup)
 - provozovatel aktivně podporuje ochranu přírody, údržbu krajiny a podílí se na rozvoji šetrných turistických aktivit (např. vyvěšováním ptačích budek, přikrmováním zvířat, sečením mezí, výsadbou remízku, opravou malých památek jako např. boží muka, značení tras apod.)
 - provozovatel spolupracuje s organizacemi ochrany přírody (např. správou národního parku, nevládními organizacemi apod.)



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

STRAVOVACÍ SLUŽBY V AGROTURISTICE

Základní hygienické požadavky:

- A) Zdravotní nezávadnost používaných surovin
- B) Výživná hodnota a složení výrobků
- C) Zdravotní stav všech pracovníků, kteří se na přípravě jídel a nápojů podílejí
- D) Znalost předpisů na zabezpečení zdravotně nezávadných potravin
- E) Čistota a údržba všech prostor, nádobí, příborů
- F) Pravidelné odstraňování odpadů

Využití vlastních surovin:

potravin živočišného původu z vlastní produkce – podléhá veterinárnímu dozoru

Potravin rostlinného původu z vlastní produkce – čerstvé ovoce a zelenina, brambory, zeleninové produkty konzervované kvašením, ovocné kompoty a džemy – bez omezení za dodržení základních hygienických podmínek



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

STRAVOVACÍ SLUŽBY - ZÁSADY STOLOVÁNÍ

- Při prostírání klademe příbor vedle talíře podle pořadí jídel - nejbližší k talíři položíme příbor, se kterým se bude jíst až nakonec

- **Počet příborů je limitován číslem tří na jedné straně talíře**

- Potřebujeme-li při mimořádně slavnostní tabuli více příborů, přidáme je na stůl až ve chvíli, když už upotřebené příbory ze stolu zmizely. Pro tuto variantu máme dopředu připravený stůl přikrytý bílým ubrusem, umístěný za hlavním jídelním stolem, který nám slouží jako servisovací stolek (zde odkládáme příbory, nádoby na výměnu, studené pokrmy, zavařeniny, pečivo)

- **Způsob umístění příboru: vidlička vlevo od talíře - zuby nahoru, nůž vpravo od talíře - ostrím k talíři, lžice vpravo od talíře - dnem na stůl.** Dezertní příbory (moučnicková lžička, moučnicková vidlička, dezertní nůž a vidlička, kávová lžička) se umísťují nad talířem, rukojetí na tu stranu, kterou rukou budeme jíst.



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

6) Nekonenční produkty

CO NABÍDNEME ANEB. MÍSTNÍ A NEKONVENČNÍ PRODUKTY

- PŘIDANÁ HODNOTA
- PRODUKTY ZDRAVÉ VÝŽIVY
- ŘEMESLNÉ VÝROBKY
- LUXUSNÍ PRODUKTY
- ETNICKÉ/FOLKLORNÍ PRODUKTY
- PREZENTACE TRADIČNÍCH JÍDEL



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

PRODUKTY ZDRAVÉ VÝŽIVY A BIPRODUKTY

- Biopotraviny
- Rostlinné bílkoviny
- Jedlé houby
- Koření
- Léčivé rostliny
- Čaje
- Homeopatie



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

7) PROJEKTOVÝ ZÁMĚR A DOTACE

Otázky:

- 1) V jaké oblasti ČR chci podnikat?
- 2) Kdo bude využívat nabízených služeb?
- 3) Mám myšlenku, nebo mám již projekt v určitém stupni připravenosti?
- 4) Splňuji základní kritéria pro nabízení služeb ČR ve venkovských oblastech dle Programu rozvoje venkova?
- 5) Bodovací kritéria – spojenec nebo nepřítel?
- 6) Financování?
- 7) Limity dotačního titulu?
- 8) ANO nebo NE, popř. KDY?



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

8) Marketingová strategie podniku

Propagace, prezentace v agroturistice, využití dostupných forem reklamy.

Podpora forem šetrné turistiky – dotační politika státu, EU pro oblast agroturistiky, netradiční formy propagace, spolupráce s organizacemi v oblasti cestovního ruchu - zemědělská komora pro rozvoj agroturistiky.



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Marketingové strategie podniku je ucelený způsob jednání organizace vůči zákazníkům (v rozšířeném pojetí i vůči zaměstnancům firmy a jejím dodavatelům), zahrnující orientaci na určité segmenty zákazníků, výběr marketingových nástrojů, marketingového mixu, způsobu marketingové komunikace (včetně distribučních kanálů, způsobu propagace, reklamy, cenové politiky atd.).



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Marketingová strategie

je ucelený způsob jednání organizace vůči zákazníkům.

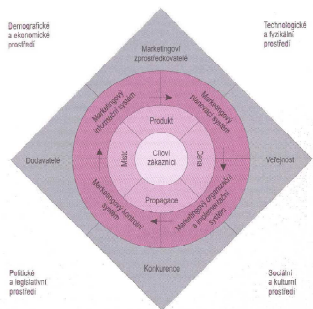
Organizace se nacházejí v různých pozicích ve vztahu k určitému trhu, mohou využít obecných cest, které jí mohou pomoci získat konkurenční výhodu.

- **NÍZKÉ NÁKLADY** – Díky nízkým nákladům dosahuje organizace vysokých zisků dokonce i v prostředí tvrdé konkurence. (rodinný podnik, majitelé současně průvodci, administrátoři, atd.)
- **ODLIŠENÍ** – Organizace vyvinula produkt, který je z pohledu zákazníků zcela jasně originálnější, lepší, než produkty konkurentů. (K této strategii často patří využití obchodních značek, u CK např. odlišný druh nabídky, dárky, poukazy.)
- **SPECIALIZACE** – Soustředění se na určitý segment trhu, produkty jsou obvykle specializované a oslovují úzkou skupinu zákazníků. (Např. zaměření na vegetariánskou stravu, využití produktů ekologického zemědělství, atd.)



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Faktory ovlivňující marketingovou strategii firmy. Převzato z Kotler 2000:103



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

PRODUKTY	MÍSTO	PROPAGACE	CENA
Hlavní rysy	Poloha	Publicita	Katalogová cena
Nabízené služby	Pokrytí službami	Akce na podporu prodeje	Slevy
Kvalita produktů a služeb	Dobrava k vám	Osobní prodej	Obchodní podmínky
Kvalita personálu	Prodejci vašich služeb	Inzerce	Služby zahrnuté v ceně
Obchodní značka		Seznam adres pro zaslání novinek	
Váš osobní styl			
Parkování			
Záruky			
Scénérie okolí			



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Propagace

- Při stanovování způsobu propagace podnikání je třeba definovat cílovou skupinu, na kterou chceme podnikání zaměřit (rodiny s dětmi, mladí lidé, senioři, apod.).
- Propagace aktivit a subjektů cestovního ruchu v rámci všech informačních kanálů obce (internet, tiskoviny, výstavy, veletrhy, meziobecní spolupráce, mediální aktivity, apod.)
- Propagace subjektů cestovního ruchu ze strany územní samosprávy je účinnější, pokud i samotná územní samospráva se propaguje (v případě krajů je to samozřejmé, u obcí to může být zejména u některých velikostních kategorií značný problém).
- Jedná se o problém malých obcí, který je klíčový, protože malé obce pokrývají většinu venkovského prostoru, na němž by se měl venkovský CR rozvíjet. V oblasti propagace je nezastupitelná úloha krajských samospráv, jejichž informační dosah je značný a jako zdroj doporučení jsou považovány za důvěryhodné.



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Další možnosti a způsoby propagace

- reklamní tabule, inzeráty v denících a časopisech
- slevové kupony v tisku
- vlastní internetové stránky
- reklamní poutače u silnice
- internetové stránky jiných subjektů s prolinkem na vlastní stránky
- letáky s vlastní službou či zařízením včetně doprovodných atrakcí území, pohlednice, mapy
- spolupráce s organizacemi v oblasti CR – Informační centra, Vysočina Tourism, obce, regionální rozvojové agentury, agrární komora apod.



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Rady k propagaci agroturistiky

- 1) Klíčem k úspěchu jsou spokojení zákazníci.
- 2) Vytvořte seznam adres stávajících i potencionálních zákazníků (oslovovat vhodné alespoň dvakrát ročně).
- 3) Získávejte zpětnou vazbu od zákazníků.
- 4) Snažte se získat co nejlukrativnější zákazníky, nabízejte co nejvyšší služby.
- 5) Všimněte si detailů – profesionální vystupování, komunikace.
- 6) Dejte o sobě vědět sousedům.
- 7) Pošlete do novin a časopisů informace o vás
- 8) Získávejte letáčky a propagační materiály od lidí, kteří podnikají v podobných oblastech jako vy
- 9) Inzerujte ve Zlatých stránkách.
- 10) Poskytujte kvalitní informační materiály.



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

9) Internet a média v agroturistice a venkovské turistice

(Zásady tvorby webových stránek, způsoby a zásady komunikace. Služby pro podnikatele v oblasti venkovské turistiky)



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Internet a média v agroturistice a venkovské turistice

Internet – už není jenom konkurenční výhodou

– běžná součást firemní strategie

Návštěvníci – potencionální zákazníci – klienti, které je důležité oslovit.

Existence **tematicky orientovaných portálů** pomáhá odhalit klientelu – cílené oslovení, větší intenzita.



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Cíle

- komunikace s cílovými skupinami
- komunikace s okolím
- odlišení od konkurence
- podpora image podnikatelského subjektu
- prodej služeb atd.

Důležitá

- vhodné zvolená adresa
- dobře strukturované stránky nabízí zákazníkům nejaktuálnější a nekomplexnější informace
- **viditelnost** (Pro větší viditelnost internetových stránek je třeba realizovat tzv. SEO optimalizaci, která řešené webové stránky posouvá do předních pozic vyhledávačů (pozn. webové stavebnice základní SEO optimalizaci obsahují).



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Význam internetu pro podnikatele ve venkovské turistice

- **Internet**
- důležitý komunikační prostředek i v oblasti cestovního ruchu
- nahrazuje knižní vydání cestovních a hotelových průvodců
- online rezervace nahrazuje faxy, telefonování
- na internetu existuje mnoho tematicky zaměřených databází, stránek měst, pravidelné publikace periodik
- je flexibilní a kreativní, marketingově vhodný pro oslovení poměrně přesně zvolené cílové skupiny návštěvníků
- skrz webové stránky kontakt s potencionálními zákazníky či obchodními partnery (dopravci, maloobchodní prodejci, ...)
- širší oslovení potencionálních spolupracovníků (nejen lokální firmy, možná mezinárodní spolupráce)



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Internet a marketingový mix venkovské turistiky

- internet je důležitý marketingový nástroj
- správná prezentace a realizace webových stránek vyžaduje důslednou přípravu uvědomění **KOHO** chce podnikatelský subjekt oslovit (cílová skupina) a **JAK** bude firma vizuálně komunikovat, **CO** bude nabízet (výrobky, služby)
- důležitý – **výběr domény**
- **obsah** webových stránek
- jejich průběžná aktualizace
- nepodceňovat profesionálně zpracované stránky, pokud jsou špatně fungující mohou potencionální zákazníci/spolupracovníky odradit
- **spolupráce s webdesignery** – důležitá atraktivita (viz. Příloha, důležité rady)



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Specifické vlastnosti internetu

- komoditou jsou **informace** (důvodem, proč lidé „surfuji“ po síti)
- **flexibilita** (aktuálnost, komplexnost informací)
- **globální dosah internetu** a vytváření komunit se společnými zájmy i je médiem poskytujícím permanentní služby



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Marketingový mix

je soubor taktických marketingových nástrojů – výrobové, cenové, distribuční a komunikační politiky, které firmě umožňují upravit nabídku podle přání zákazníků na cílovém trhu.

Charakterizovaný čtyřmi složkami, tzv. 4P

- Produkt (**Product**)
- Cena (**Price**)
- Místo (**Place**)
- Propagace (**Promotion**)

- Rozšíření tohoto základu o páté P – přítomnost na internetu (**Presence on Internet**)



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Jakou podobu mají nástroje marketingového mixu venkovského cestovního ruchu?

Jak jsou ovlivněny internetem?



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

PRODUCT (produkt)

Pojem shrnující nabídku na trhu služeb cestovního ruchu v jeden celek. Při plánování je nutné uvažovat o pěti úrovních produktu:

základní produkt (tj. základní služba nebo užitek motivující zákazníka k nákupu, jedná se např. o pobyt na venkově – kontakt s přírodou, příjemné a zdravé prostředí, pobyt na farmě – kontakt se zemědělstvím, konzumace domácí stravy a zemědělských produktů, péče o zvířata, relaxace v klidném prostředí, sport, zábava),

• **použitelný produkt** (tj. základní verze produktu – vlastní farma či venkovské stavení, dětské hřiště, bazén, sauna a jiné sportovní a zábavní zařízení),

• **očekávaný produkt** (tj. soubor vlastností, které zákazník očekává při koupi produktu, zahrnuje kvalitu, rysy a stylovost nabídky – z pohledu venkovské turistiky jde o čistotu, klid a prostotu prostředí, stylové vybavení, získávání zkušeností a rad),



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

PRODUCT (produkt)

• **rozšířený produkt** (zahrnuje dodatečné služby a užítky jako programy pro děti, lov zvěře, rybaření, kurzy, ukázky tradičních řemesel atd.),

• **potenciální produkt** (představuje směr budoucího vývoje v podnikání, ve venkovském turismu jde o ochranu venkovského životního prostředí, environmentální chování, produkci bioproduktů atd.).

→ interaktivita internetu spol., lze jej využít jako přímý komunikační kanál mezi zákazníkem cestovního ruchu a rozhraním informačního systému podnikatelského subjektu

→ redukce nákladů na běžné obchodní aktivity (např. identifikace potřeb klientů, zpracování a zaslání nabídky služeb cestovního ruchu, příjem a zpracování objednávek, vystavení faktury, rezervace atd.).



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

PRICE (cena)

Zákazník ve venkovské turistice očekává přirozenou **kvalitu služeb**, výhody a výjimečnost dané služby.

Lze uplatnit – **cenové slevy** (děti, studenti, starší osoby atd.)
cenové zvýhodnění podle sezónnosti, umístění subjektu, pokoje (např. s výhledem) nebo podle formy poskytované služby (individuální produkty, komplexní balíky)

Slevové kupóny a výhodné nabídky – velmi oblíbené



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

PLACE (místo)

- Složka marketingového mixu internetem ovlivněna nejvíce.
- Možná komunikace v globálním měřítku, LZE komunikovat levně z jakéhokoliv místa na světě.
- Internetmarketing je ve srovnání s telemarketingem nesrovnatelně **EFEKTIVNĚJŠÍ**.

PROMOTION (propagace, komunikace)

- Internet má charakter – **multimediální, interaktivní, intuitivní** → obsahuje výhody typické pro tradiční komunikační technologie.
- Jedná se – adresnost nástrojů přímého marketingu flexibilitu osobního prodeje
- **snadnější aktualizace** díky digitalizaci informací



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

PRESENCE ON INTERNET (přítomnost na internetu)

Pro podnikatele ve venkovské turistice jsou nejpoužívanější formou marketingové komunikace na internetu dvě služby:

- **elektronická pošta (e-mail)**
- **webové stránky (World Wide Web)**
- **popř. internetová reklama**

Závěr

Internet je důležitý pro získávání nových zákazníků na nových elektronických trzích, ale i pro udržení si tradiční klientely.



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

PRODUKTY	MÍSTO	PROPAGACE	CENA
Hlavní rysy	Poloha	Publicita	Katalogová cena
Nabízené služby	Pokrytí službami	Akce na podporu prodeje	Slevy
Kvalita produktů a služeb	Dobrava k vám	Osobní prodej	Obchodní podmínky
Kvalita personálu	Prodejci vašich služeb	Inzerce	Služby zahrnuté v ceně
Obchodní značka		Seznam adres pro zaslání noviniek	
Váš osobní styl			
Parkování			
Záruky			
Scénérie okolí			



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

MÉDIA

Médium je prostředek, kterým seznamujete potenciální zákazníky se svým sdělením.

Marketingová komunikace obsahuje velké množství různých nástrojů, od práce s veřejností a inzerce po propagační akce nebo prodejní výstavy.

Nejdražší ze všech – placená inzerce

Výběr média by měl pasovat do vašeho rozpočtu a měl mít potenciál oslovit vybranou cílovou skupinu.



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

MÉDIA

- Billboardy nebo informativní tabule na frekventovaném místě.
- Inzerce (katalog cestovní kanceláře, časopisy, deníky, informační bulletiny, rádio, žluté stránky, televize, plakáty, letáky v turistickém centru, ve spřátelených podnicích, u sousedů).
- Členství v různých svazech, agrární komora, místní spolky a sdružení, poštovní zásilky vybrané skupině potenciálních zákazníků.
 - Účast na veletrzích
- Vytvoření videonahrávek



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

Cílová skupina zákazníků

Komunikace služeb založená na různých charakteristikách zákazníků:

- 1) výše příjmu
- 2) poloha (místní – z jiného kraje či města, městský-vesnický typ, mezinárodní)
- 3) věk
- 4) přání zákazníků (typ ubytování, kvalita a rozsah služeb, zkušenosti s venkovskou turistikou,...)

Cíl – zjištění, co je objektem zákaznickova zájmu a za co by byl ochoten platit.



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

Agroturistika na venkovských oblastech

Náklady na propagaci

- Úměrné vašim záměrům
- Záleží na rozsahu a typu služeb, druhu médií a četnosti inzerování.
- Výdaje na reklamu tvoří u začínajících projektů v průběhu prvních let cca od **10 do 25%** z celkových nákladů.
- Důležitý – **monitoring efektivity** (každého zákazníka se zeptejte, jak se o vás dozvěděl).
- Časem se **náklady na propagaci snižují**.



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

regionální rozvoj

Agroturistika na venkovských oblastech

Důležitost publicity

Cílem – vytvářet a udržovat příznivé povědomí o podniku (spokojení zákazníci, přátelský vztah se sousedy, místním zastupitelstvem a veřejností v obci či regionu)

Nejedná se jen o inzerci – důležité vědět, jak působíte na okolí.



Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova: Evropa investuje do venkovských oblastí

regionální rozvoj