

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Fakulta provozně ekonomická

Katedra řízení



Bakalářská práce

PODNIKÁNÍ V AGROTURISTICE SE ZAMĚŘENÍM NA JEZDECKÉ ŠKOLY

Autorka bakalářské práce: Veronika Doleželová
Vedoucí bakalářské práce: Ing. Hana Brabencová, CSc.

Čestné prohlášení

Čestně prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci na téma „**Podnikání v agroturistice se zaměřením na jezdecké školy**“ vypracovala samostatně, v příloženém seznamu uvedla všechny zdroje, z nichž jsem čerpala.

V Praze dne

Veronika Doleželová

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji tímto paní Ing. Haně Brabencové, CSc., za vedení a odborné rady a připomínky při zpracování bakalářské práce. Dále bych také ráda poděkovala svým rodičům za poskytnuté informace nezbytné pro zpracování praktické části práce.

Podnikání v agroturistice se zaměřením
na jezdecké školy

Business in agricultural tourism with
view to riding schools

SOUHRN:

Cílem bakalářské práce je navrhnout agroturistický areál, který plánuje podnikání spojené s chovem koní. Hlavním účelem je nabídka jízdy na koni společně s možností ubytování a stravování. Služby jsou plánovány pro volný čas jako komplexní, tzn. včetně rozmanité nabídky kulturních a sportovních akcí.

Jedním z přínosů pro klienta je možnost poznat Chlumecko a jeho široké okolí, které disponuje množstvím přírodních a kulturních památek. Služby budou nabízeny jak pro tuzemské turisty, tak i klientelu ze zahraničí a rovněž občany postižené.

Agroturistika je forma turistiky, která se v České republice začíná postupně rozvíjet, vyžaduje si ale i změnu postojů obyvatel venkova.

Výsledky dotazníku potvrdily zájem o jízdu na koni hlavně u mladých lidí, což je příslib do budoucna, že zájem o tento druh služeb bude i v budoucnu.

Klíčová slova: Cestovní ruch, venkovská turistika, agroturistika, podnikatelský plán, jezdeckví, doprovodné programy.

SUMMARY:

The traget of this Bachelor work is to design the agrotourism area, which aims to business with horse breeding. The main services offered are horse riding, as well as accomodation with boarding. The services are planned as a complex free time package, involving various culture and sport events.

One of contributions for clients is a possibility to get to know Chlumec area, which is blessed with various natural and cultural monuments. Services will be offered for citizens, foreign visitors and disabled people as well.

Agricultural tourism is a form of tourism, which has begun to develop in the Czech Republic over the recent years, yet, it requires changes in an attitude of villagers toward agrotourism. The results of questionnaire confirmed interest in horse riding, mostly in young people, which is promise to growing interest in such kind of services.

Key – words: Turist trade, rural tourism, agricultural tourism, business plan, equitation, supporting programmes.

OBSAH:

1. ÚVOD.....	6
2. CÍL PRÁCE A METODIKA.....	7
2.1 STANOVENÍ CÍLŮ.....	7
2.2 METODIKA ZPRACOVÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE.....	7
2.3 POUŽITÉ METODY SBĚRU A ZPRACOVÁNÍ DAT.....	7
3. LITERÁRNÍ REŠERŠE.....	10
3.1 CESTOVNÍ RUCH.....	10
3.1.1 <i>Předpoklady cestovního ruchu.....</i>	<i>11</i>
3.2 VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH.....	12
3.2.1 <i>Agroturistika.....</i>	<i>12</i>
3.2.2 <i>Doprovodné programy agroturistiky.....</i>	<i>13</i>
3.2.3 <i>Význam agroturistiky.....</i>	<i>14</i>
3.2.4 <i>Hosté a jejich segmentace.....</i>	<i>15</i>
3.3 ZÁSADY PODNIKÁNÍ V ŠETRNÉ TURISTICE.....	19
3.4 VÝZNAM JEZDECTVÍ PRO ROZVOJ AGROTURISTIKY.....	19
3.5 MARKETINGOVÉ NÁSTROJE.....	19
3.6 VÝZKUM TRHU.....	21
3.7 PODNIKATELSKÝ PROJEKT.....	22
4. VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.....	24
4.1 CHARAKTERISTIKA SLEDOVANÉHO REGIONU.....	24
4.1.1 <i>Přírodní podmínky.....</i>	<i>24</i>
4.1.2 <i>Kulturně- historické podmínky.....</i>	<i>24</i>
4.1.3 <i>Rekreační možnosti území.....</i>	<i>25</i>
4.1.4 <i>Vybrané turistické cíle.....</i>	<i>25</i>
4.2 CHARAKTERISTIKA MODELOVÉ FARMY S AT.....	26
4.3 NÁVRH PODNIKATELSKÉHO PROJEKTU VYUŽITÍ JEZDECKÝCH KONÍ PRO ROZVOJ FARMY.....	29
4.4 VYUŽÍVÁNÍ MARKETINGU.....	33
4.5 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	34
5. NÁVRH NA ZLEPŠENÍ.....	38
5.1 VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	38

<u>5.2 POSOUZENÍ PROPAGACE DOPROVODNÝCH PROGRAMŮ.....</u>	<u>39</u>
<u>5.3 CHARAKTERISTIKA NEGATIVNÍCH ASPEKTŮ PODNIKÁNÍ.....</u>	<u>39</u>
<u>6. ZÁVĚR.....</u>	<u>41</u>
<u>7. SEZNAM LITERATURY.....</u>	<u>42</u>
<u>7.1 SEZNAM ODBORNÉ LITERATURY.....</u>	<u>42</u>
<u>7.2 INTERNETOVÉ STRÁNKY.....</u>	<u>43</u>
<u>8. PŘÍLOHY.....</u>	<u>44</u>

1. ÚVOD

Cestovní ruch je mnohostranným odvětvím, které zahrnuje zejména dopravu, turistická zařízení, poskytující ubytování a stravování, služby cestovních kancelářů, průvodcovské služby, turistický informační systém a další. Rozvoj cestovního ruchu a jeho řízení znamená nejen hospodářský přínos, ale má i pozitivní vliv na zachování původních tradic a kultur, na ochranu životního prostředí a je důležitým faktorem mírového soužití (prolínání kultur a tradic).

Odvětví cestovního ruchu patří mezi nejvýznamnější součásti národního i světového trhu. Uvádí se, že v roce 1997 zaujímal cestovní ruch svým obratem třetí místo v přínosu pro světovou ekonomiku, hned po obchodu s ropou a ropnými produkty a automobilovém průmyslu.

Významnost cestovního ruchu dokazuje i jeho pozitivní vliv na další odvětví, zejména dopravu, obchod, stavebnictví, bankovníctví, telekomunikace, kulturu, sport. Celkem je takto druhotně ovlivněných odvětví více než dvacet.

V neposlední řadě hraje cestovní ruch pozitivní roli v rozvíjení a zlepšování podmínek v hospodářsky slabých oblastech. Vytváří totiž nové pracovní příležitosti a finanční zdroje pro rozvoj takových území.

Stále více lidí se snaží uniknout z města, před stresem, vybočit z normálního chodu městské rodiny. Čím dál více touží po kontrastu města a venkova, po neopakovatelných zážitcích z přírody, po klidu a tichu venkova. Příznivci sportu prostřednictvím pěších túr, jízdy na kole nebo na koni, v zimě na běžkách poznávají nevyčerpatelné krásy venkovské přírody. I děti si mohou přijít na své. Mohou mít přímý kontakt s domácími a hospodářskými zvířaty, pomáhat s drobnými pracemi, jako je například krmení a ošetřování zvířat. Neopakovatelným zážitkem mohou být tradiční vesnické zvyklosti a jiné místní tradice.

Tato bakalářská práce se zabývá návrhem agroturistického areálu s využitím jezdeckých koní a doprovodných programů, které areál a jeho okolí může nabídnout. Z důvodu nejširšího využití areálu, v souladu s nejnovějšími trendy, bude snaha plánované stavby realizovat jako bezbariérové, přátelské k rodině tak, aby celý areál mohl sloužit k odpočinku a vyplnění volného času široké veřejnosti.

2. CÍL PRÁCE A METODIKA

2.1 STANOVENÍ CÍLŮ

Hlavním cílem této bakalářské práce je navržení provozuschopného agroturistického areálu s využitím jezdeckých koní pro podnikatelskou činnost s cílem naplnit volný čas různých zájmových skupin a přispět tak k rozvoji obce.

Prvním dílčím cílem práce je charakterizovat území vybrané pro výstavbu agroturistického areálu. Charakteristika se bude týkat přírodních, kulturně – historických a sportovních podmínek.

Dále je představen samotný areál a navrhnout podnikatelský projekt využití jezdeckých koní v agroturistice.

V neposlední řadě je jedním z nejdůležitějších dílčích cílů zjištění zájmu obyvatelstva o agroturistiku a její doplňkové programy s následným návrhem na zlepšení zatím modelového areálu.

2.2 METODIKA ZPRACOVÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Metodika zpracování bakalářská práce je rozdělena na tři části. V první teoretické části je uveden literární přehled, který je východiskem pro řešení problému. Je zde zpracována literární rešerše, tj. přehled informací z odborné literatury a rozčleněna do tématických kapitol obsahujících popis a vysvětlení důležitých pojmů.

Druhá část je věnována vlastnímu zpracování, kde je charakterizováno sledované území včetně modelového areálu. Součástí této části je zjednodušený návrh podnikatelského projektu, využití marketingu a zpracování dotazníkového šetření.

V poslední části jsou vyhodnoceny informace získané z dotazníkového šetření, na jejichž základě je proveden návrh na zlepšení areálu a jeho nabízených služeb.

2.3 POUŽITÉ METODY SBĚRU A ZPRACOVÁNÍ DAT

1. Údaje byly získány na základě prostudování odborné literatury, informačních letáků z informačních centrech a zpracováním informací nalezených na internetových stránkách. Z použitých materiálů bylo třeba získat nejvhodnější údaje k problematice této bakalářské práce.

2. Dotazníkové šetření - dotazník je nejpoužívanějším nástrojem při sběru primárních údajů. Představuje formulář s otázkami, na něž respondenti odpovídají, případně také obsahují varianty jejich odpovědí. Dotazník je potřeba důkladně připravit, vyzkoušet a zbavit chyb před vlastním použitím, to znamená provést pilotáž (předvýzkum).

Dotazník musí být správně sestaven, a proto se jeho tvorba řídí určitými pravidly:

- dotazník musí být srozumitelný,
- v jedné otázce by měl být pouze jeden dotaz,
- nabídnout vyčerpávající výčet odpovědí,
- nabídnout vylučující se odpovědi,
- nabídnout vyrovnaný počet kladných i záporných odpovědí,
- na začátek zařadit otázky zajímavé, snadné, neosobní, uprostřed ty, které vyžadují soustředění a na konec zařadit otázky citlivé, osobní.

V dotazníku jsou použity dva druhy otázek, a to otázky *uzavřené* a otázky *s otevřeným koncem*. *Uzavřené* předem nabízejí několik možných variant odpovědí, ze kterých je dotazovaný nucen si vybrat. Výhodou je rychlé a snadné vyplnění otázek a nasměrování respondenta na to, co nás zajímá. Otázky *s otevřeným koncem* nabízejí na konci uvedených odpovědí variantu „jiné“, „další“ a respondent má kromě výběru z nadefinovaných variant možnost uvést variantu vlastní.

Zakázané otázky:

- sugestivní a zakázané otázky,
- motivační - otázky typu „Proč“,
- provokující otázky,
- nereliabilní, to jsou takové otázky, které každý z nás může pochopit jinak.

3. Zpracování výsledků dotazníkového šetření a jejich vyhodnocení

Klíčovým krokem při zpracování je třídění podle kritérií, která jsou pro poznání jevu důležitá. Vlastní vyhodnocení se zaměřuje na zdůraznění klíčových zjištění a na odvozené přepočty, které prohlubují poznání.

3. LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 CESTOVNÍ RUCH

Začátek rozvoje moderního cestovního ruchu se obvykle datuje do období přelomu 19. a 20. století, kdy se cestovní ruch začal formovat ve vyspělých krajinách jako odvětví společenské činnosti. Mnozí odborníci však jeho prvopočátky spojují s obdobím průmyslové revoluce jako důsledku tehdejších technických, ekonomických a sociálních podmínek (Hesková, 2006).

Cestovní ruch se stal již neodmyslitelnou součástí dnešní moderní společnosti. V rámci cestovního ruchu se každoročně dává do pohybu obrovské množství lidí, kteří zpravidla ve svém volném čase opouštějí dočasně místa svého stálého bydliště za účelem rekreace, poznání, styku s lidmi a z celé řady dalších důvodů (Indrová 2007).

Vůdčím motivem tohoto pohybu a pobytu je **záměrná změna prostředí**, jež umožňuje člověku uspokojit některé z jeho potřeb, například potřeby odpočinku, klidu, pohybu, poznání, kulturních a estetických zážitků, změny místa, seberealizace a další, pro jejichž uspokojení neposkytuje místo běžného životního prostředí (místo jejich bydliště) dostatek možností a příležitostí nebo neumožňuje dostatečnou kvalitu jejich uspokojení (Indrová 2007).

Podle definice Světové organizace cestovního ruchu (WTO) je cestovní ruch činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (mimo místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovena (u mezinárodního cestovního ruchu tato doba činí 1 rok, u domácího cestovního ruchu 6 měsíců), přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě (Indrová 2007).

Cestovní ruch je však nejen stále výraznější složkou potřeby obyvatelstva, ale stále více se stává i **výrazným ekonomickým fenoménem**. Aby účast na cestovním ruchu mohla být vůbec realizována, je jí třeba zabezpečit širokou škálu ekonomických činností (služeb a zboží). Do míst cestovního ruchu se lidé musí přepravit, musí jim být vytvořeny podmínky pro jejich pobyt, i pro samotné využití volného času, které je vlastním motivem účasti na cestovním ruchu. Tím se cestovní ruch stává i důležitou

oblastí podnikatelských příležitostí v mnoha oborech a zároveň i faktorem rozvoje regionálních celků, národních ekonomik i ekonomiky světové (Indrová 2007).

3.1.1 Předpoklady cestovního ruchu

K hlavním předpokladům a podmínkám úspěšného cestovního ruchu patří (Hladká, 1997):

- a) přírodní předpoklady – nejzákladnější:
 - terén a jeho tvárnost – roviny, pahorkatiny atd.,
 - nadmořská výška a klimatické podmínky,
 - vegetační kryt,
 - vodní toky, vodní plochy, moře,
 - rybnatost, a stav lovné zvěře,
 - přírodní léčivé zdroje,
 - přírodní zvláštnosti,
- b) kulturně-historické předpoklady – jsou nezbytné především pro uspokojování duševních potřeb:
 - architektonické památky,
 - lidové umění,
 - tradiční akce,
 - významná místa,
- c) materiálně-technické předpoklady
 - dopravní zařízení,
 - ubytovací zařízení,
 - stravovací zařízení,
 - zřízení sportovně rekreační,
 - maloobchodní zařízení,
 - kulturní zařízení,
 - zařízení pro služby,
 - zařízení pro veřejné služby,

d) ekonomické a organizační předpoklady

- Cestovní ruch vyžaduje součinnost mnoha odvětví. Tato skutečnost klade značné nároky na věcnou, časovou a místní koordinaci.
- To znamená řešit také problémy sezónního charakteru cestovního ruchu.

e) personální předpoklady

- okruh lidí kolem cestovního ruchu.

3.2 VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH

Venkovský cestovní ruch zahrnuje soubor činností spojených s cestováním a pobytem lidí ve venkovském prostředí. Obvykle jde o činnost spojenou s návratem k přírodě, s možností ubytování ve vesnických domech a různých ubytovacích zařízeních na venkově, kde je součástí nabídky i možnost stravování nebo vlastní přípravy stravy a možnost se zapojit do různých činností spojených s pobytem na venkově. Cílem rozvoje cestovního ruchu na venkově je zapojit do poskytování služeb místní obyvatelstvo. Důležitá je proto odborná připravenost poskytování služeb, ochota podílet se na uspokojování potřeb hostů, otevřenost a vstřícnost venkovské rodiny a schopnost komunikace s hostem. Významným motivem pobytu na venkově je kvalitnější životní prostředí venkova (čistší ovzduší, méně hluku) ve srovnání s městy a průmyslovými aglomeracemi (Hesková a kol., 2006).

3.2.1 Agroturistika

Agroturistika je specifickou formou venkovského cestovního ruchu (Pourová, 2002). Má své zázemí v zemědělském hospodářství, zejména pak na rodinných farmách. Představuje jedinečnou symbiózu zemědělství a turistiky (Pourová, Stříbrná, 2003). Jsou s ní spojené netradiční zážitky s poznáváním života a práce na zemědělských hospodářstvích (Hesková a kol., 2006). Zároveň přináší farmě dodatečný, často nezanedbatelný příjem. Umožňuje zemědělskému podnikateli realizovat část vlastní zemědělské produkce (rostlinné i živočišné) bez zbytečných mezičlánků přímo

na farmě, např. při stravování a prodeji potravinových surovin hostům farmy (Pourová, Stříbrná, 2003).

3.2.2 *Doprovodné programy agroturistiky*

Doprovodný program zvýrazňuje atraktivnost nabízených služeb, resp. kompletuje celý produkt cestovního ruchu, dává mu určitý image, jakousi reklamní známku. Přitom *nemusí jít jen o programy organizované přímo ubytovatelem, ale zejména zprostředkované aktivity ve vazbě na okolí* (pamětihodnosti, přírodní zvláštnosti, místní atrakce apod.) (Pourová, 2002).

- **Zemědělské činnosti** – rekondiční akce spojené s pomocí turistů při senoseči, žních, pasení hospodářských zvířat, úklidu stájí a chlévů aj.
- **Pojížděky na koních a jezdecké školy** – nabídka těchto služeb spočívá v možnostech farmáře nebo zemědělského podniku mít koně nebo je chovat. Jde o důležitou atraktivitu. Lze ji doplnit i projížděkami bryčkou nebo kočárem. Tyto služby je možné zprostředkovat i jiným podnikatelským subjektem, pokud se nachází v blízkém okolí.
- **Lov zvěře a rybaření** – nabídka těchto služeb opět závisí na celkovém zázemí farmy nebo zemědělského podniku, tj. na rozsahu vlastnictví lesů a rybníků. Lze ji samozřejmě rovněž zprostředkovat jiným podnikatelským subjektem.
- **Letní a zimní sporty** – jde o celou skupinu doprovodných programů, ve kterých hraje důležitou roli charakter okolní krajiny. Nabídku mohou tvořit *pěší turistika, cyklistika, koupání, v zimě pak bruslení, lyžování, sáňkování* apod.
- **Řemesla** – ukázky tradičních řemesel (mlýny, kovárny, sklářské hutě, krajkářství), prohlídky zprovozněných historických objektů (železnice, lihovary, větrné a vodní mlýny aj.), včetně výroby suvenýrů
- **Ostatní doprovodné programy** – místní pamětihodnosti tvoří důležitou součást produktu cestovního ruchu. Zajímavé informace o těchto atraktivitách a jejich zpřístupnění jsou určitým logickým obalem, ve kterém je celková nabídka prezentována.

Důležité je, *aby doprovodné programy vytvářely komplexní nabídku a ucelený program pobytu*. Jejich konkrétní podoba bude vždy do značné míry závislá na samotném charakteru obce a její vybavenosti i na charakteru širšího okolí a zázemí regionu (Pourová, 2002).

3.2.3 Význam agroturistiky

Ze širšího pohledu má agroturistika následující pozitiva (Brabencová, 2002):

- představuje ideální spojení služeb cestovního ruchu se zemědělským prostředím,
- respektuje přirozené přírodní a životní prostředí,
- přispívá ke krajnotvorbě,
- umožňuje obnovovat místní krásy a tradice a popularizovat je navenek,
- sleduje návrat člověka k přírodě,
- stimuluje rozvoj dalších podnikatelských aktivit.

- pro obce:

- finanční přínos
- stabilizace obyvatel, zvláště mladých a rodin
- zlepšení ekonomické a sociální situace v obci
- rozvoj nebo zlepšení kulturních a společenských aktivit
- zvýšení pracovních míst (počet)
- rozvoj služeb
- podnícení zájmů o rozvoj infrastruktury i mikrostruktury
- obec se dostane do povědomí turistů, za příznivých okolností se stane známou a stoupá její návštěvnost.

- pro farmáře:

- doplňkové zdroje příjmu
- využití volné kapacity pracovní síly v rodině

- zatraktivnění činností na farmě
- společenská presentace
- motivační aspekt pro rodinného nástupce na farmě
- omezení odchodu mladých rodinných příslušníků mimo obec
- využití a finanční zhodnocení volných ubytovacích kapacit nebo prostorů
- využití půdy, vody, lesů, přírodních útvarů na vlastních pozemcích nebo pozemcích obce dalším způsobem, k rekreaci a odpočinku hostů (turistů).

- pro turistu:

- hledají klid, pohodu, návrat k přírodě
- zajímá je životní styl a filosofie rolníka
- poznávají své „kořeny“
- mohou si sami opatřit lesní plody, zakoupit čerstvé ovoce, zeleninu, domácí výrobky...
- vyzkoušet si dovednost při zemědělských pracích
- posouzení finanční náročnosti agroturistické dovolené.

3.2.4 Hosté a jejich segmentace

Důkladná znalost požadavků cílové klientely (segmentu) je pro agroturistické podnikání velmi důležitá. Tato znalost může usnadnit komunikaci s hosty, především s hosty zahraničními (Pourová, 2002).

Pro provozovatele agroturistiky (hostitele) je vhodné mít určitý přehled o představách a požadavcích různých zájmových skupin (segmentů) o pobytu na vesnici a na agroturistické farmě. (Pourová, 2002)

Zájmové skupiny (Mikula, 1995):

- **Rodiny s dětmi** očekávají: rozmanitá zvířata, se kterými je možný kontakt, pestrou nabídku her a prostor pro hry, knihovnička by měla obsahovat pestrý výběr knih pro děti, několik typů stolních her, zpestření dovolené, jako večery u

táboráku s opékáním mas nebo buřtů, dětské zábavy, karnevaly, soutěže nebo pikniky v okolí. Také se může vyskytovat situace odchodu dospělých za zábavou a hostitel musí počítat s pohlídáním dětí večer a někdy také ve dne, jdou-li dospělí na výlet. Tato nabídka pro rodiny s dětmi by měla obsahovat i venkovní možnosti ke hraní: pískoviště, houpačky, jednoduchý kolotoč.

- **Starší lidé** (dosud v pracovním poměru) požadují pokoje se sociálním zařízením, pohodlné sedací soupravy a lůžka, bezpečné schodiště s dobrým zábradlím, slušně vytápěné prostory, nouzové osvětlení schodů a chodeb, odpočinkové prostory vhodné ke čtení knížky, noviny, časopisy a možnost sledování televizních programů, klidný dům a přívětivou zahradu s případným altánkem, možnost vzít s sebou oblíbenou kočku, psa. Dále si senioři většinou představují pohodlné turistické cesty s odpočívadly a chtějí mít možnost účasti v programech pro volný čas. Ukázalo se, že dům a zahrada jsou kladeny na první místo v jejich hodnocení. **Není vítána kombinace starších manželů a rodin s dětmi, protože hluk dětí zvyšuje nervozitu starších lidí.**

- **Děti v doprovodu dospělých** (škola v přírodě aj.): Pro děti se dají využít programy obvyklé pro dospělé, jako jsou návštěvy hradů a zámků, jeskyní, her atd. Rekreační děti (školních kolektivů) podléhá dalším předpisům, zejména hygienickým a stravovacím. Někdy se kombinuje výuka např. angličtiny a němčiny s jízdou na koni, která se používá jako stimulační záležitost. Výhoda: Nedisponují-li pro začátek byty pro hosty, stačí pro tuto skupinu sada stanů s podsadou, kdesi v zahradě nebo sadu.

- **Sportovně založení lidé** předpokládají: že jim bude umožněno plnění jejich zvláštních přání týkajících se trénování, běhu, jezdeckví, závodit, pěších túr různé náročnosti, turistiky na kolech, plavání, rybaření, tenisu, atd., což by se podle vaší specializace provozovalo na statku, jeho okolí, v blízkém sportovním klubu, nebo v sousedním městečku. Zřízení prostor pro jízdy na koních, plavecké bazény nebo tenisové kurty vážou vysoké finanční prostředky na investice a údržbu, které se musí navrátit prostřednictvím cen. Proto je bezpodmínečně nutná předchozí velmi přesná kalkulace, která by měla počítat se společným využitím s obcí, základními školami, sportovními kluby a sousedy zapojenými v agroturistice. **Výhoda slabá:** Ceny pro tyto skupiny jsou pochopitelně větší než pro jiné skupiny. **Nevýhoda silná:** Rozsah kooperací s jinými subjekty včetně sportovních klubů je obrovský, takže míra zisku není

zas až tak veliká. Odcházejí-li sportující pravidelně k jiným subjektům, tak zase nelze účtovat o moc vyšší ceny.

- **Milovníci přírody** očekávají: Přípravné, převážně pěší túry za zajímavostmi kraje, pozorování zvěře, sbírání lesních plodů. Výhoda: Milovníci přírody jsou vhodnou skupinou pro specializaci, většinou nejsou příliš nároční na komfort, jsou celé dny mimo statek

- **Hosté s dietou** očekávají: Taktní respektování jejich chorob žlučník, hypertenze, srdečních potíží, cukrovky atd. Přizpůsobení jídelníčku jejich stavu je žádoucí. I pohodlné cesty k vycházkám. Většinou nesportují. Spíše mají zájem o historii a předpokládají u zemědělce znalost okolních kulturních památek. Je skvělé, mohou-li být kontaktováni s podobně zaujatým učitelem, místním písmákem nebo kronikářem. Práce na statku příliš nevyhledávají. Ideální pro tuto skupinu je, je-li váš statek v blízkosti lázní, kam mohou hosté pořádat výlety spojené s užíváním minerálních vod. Typ diety je nutno zjistit předem a podle toho uzpůsobit jídelníček. Výhoda: Lze ubytovávat s tělesně postiženými, popřípadě důchodci. Nevýhoda: Tuto skupinu nelze kombinovat s rodinami s dětmi nebo sportovně založenými hosty. Většinou se tito hosté zaměřují na opatrování svého zdraví, některé potíže, např. žlučník a jiné poruchy trávení způsobují popudlivost, někdy až neurvalost v jednání, s tím by měl hostitel počítat.

- **Tělesně postižení** potřebují: Speciální stavební úpravy, zejména pro pojízdná křesla. Tady jde o bezbariérové přístupy do pokojů, nájezdy u vstupu do obytných prostor statku. Šíře dveří má být nejméně 80cm, musí být upraveny vjezdy na toaletu, přístup do sprchy, vyřešené chodby a cesty bez schodů. Vzhledem k okolnosti, že tato skupina hostů se zajímá o hospodářská zvířata, je nutno upravit i přístupy ke zvířatům, vjezdy na zahrádku, do altánu, ke grilu v přírodě atd. Popřípadě jde uzpůsobit jízdu na koních pro ZZP (hipoterapie je léčivá disciplína), užívá se dále plavání i některé jiné sporty. Nejde však jen o tělesně postižené, může se jednat o postižení duševní. Zde platí, že s těmito hosty je třeba mít již nějaké zkušenosti, neboť někdy se velmi těžko navozuje pohostinná atmosféra. Smíchávat skupinu ZZP a retardované děti s ostatními skupinami hostů se nedoporučuje. Výhoda: Organizace postižených nebo sociální úřady vám samy dodají klienty. Informují vás o státních podporách a

případných úlevách na daních a poplatcích. Nevýhoda: Tato skupina nepatří zhusta k ekonomicky silné vrstvě obyvatelstva, přes silnou státní podporu.

- **Důchodci** hledají: Pokoje se sociálním zařízením, pohodlné sedací soupravy a lůžka, bezpečné schodiště s dobrým zábradlím, nouzové osvětlení schodů, důkladné vytápění. Poklidnou dovolenou v příjemném prostředí nerušeném hlukem velkoměsta. Proto si raději vyžádáme jejich souhlas, chceme-li současně ubytovat rodiny s dětmi nebo sportovce. Dobře značené turistické cesty, odpočinková místa, altán atd. jsou vítány. Předpokládá se čítárna, čtecí kout nebo zajištěný přístup do místní knihovny, stejně jako sledování televize. Osobní péče o tuto skupinu mění tyto hosty ve stálé hosty. Nabídka odpolední kávy nebo čaje s domácím zákuskem potěší každého staršího člověka.

- **Absolventi kurzů mohou mít zájem:** Na vhodném prostředí k výuce, zajímavé okolí pro večerní vycházky, na nabídce atraktivních večerních programů. Výuku lze spojit s jinou činností, např. s jízdou na koni, pomocí s prací na statku, sportovním vyžitím. Nevýhodou: hlučnost a prudkost zábav intenzivních jazykových kurzů je známá.

- **Klubům a spolkům lze nabídnout :** Víkendové pobyty, pobyty před sezónou a po ní. Nabídka pro ně je pestrá, od místních tanečních skupin, přes jazzové večery v městečku až po promenádní koncerty v blízkém lázeňském městě. Také cyklistické výlety na vlastních či půjčených kolech nebo jízda na koni jsou atraktivní. Tyto skupiny hostů se rády účastní vesnických zábav. Pro ubytování klubové skupiny však musíme počítat průměrně s dvanácti místy. Ostatní skupiny hostů s nimi nemají být spojovány, protože mají své hlučné zábavy nebo oslavování. Výhoda: Tito hosté si většinou nestěžují na vybavení statku, chtějí se bavit a jsou štedří. Nevýhoda: Již zmíněná hlučnost, někdy podnapilost.

Hostitelé by měli využívat místopisné znalosti, vědět vše o každé nově zavedené místní dílně či výrobě koberečků aj. Proto se farmář provozující agroturistiku snaží domluvit exkurze na zajímavá místa, čímž se pro budoucnost rozšiřuje klientela hostů (Pourová, 2002).

Existují však i hosté, kteří si nepřejí být vtahováni do činnosti farmy nebo nechtějí, aby jim někdo organizoval jejich čas. To je třeba včas vystihnout a nevnucovat se. (Pourová 2002)

3.3 ZÁSADY PODNIKÁNÍ V ŠETRNÉ TURISTICE

Mezi zásady šetrné turistiky patří například ubytování ve venkovských chalupách, které nijak nezatěžuje přírodu a na rozdíl od rekreačních středisek nemění atmosféru okolí. Lidé, kteří se do přírody vypraví, by si vždy měli po sobě odnést odpadky, využívat prostředků hromadné dopravy a nakupovat by měli nikoli ve velkých supermarketech, ale využívat nabídku u malých obchodníků (Internet, 1.).

3.4 VÝZNAM JEZDECTVÍ PRO ROZVOJ AGROTURISTIKY

Jedno arabské přísloví říká, že nejkrásnější pohled na svět je ze hřbetu koně. Rančů a jízdáren, kde se lze na vlastní kůži přesvědčit, zda je toto rčení pravdivé, přibývá. Trávení prázdnin a dovolených v sedle je stále populárnější, přináší relaxaci a odreagování od každodenního shonu. Kontakt se zvířaty má i další pozitivní účinky. Koně se využívají při léčebné rehabilitaci – takzvané hipoterapii, kdy se jezdí většinou bez sedla, jen s madly a dekou. Procvičuje se přitom svalová koordinace a rovnováha klienta. Turisté však míří do jízdáren hlavně za možností vyjížděk po okolí, případně za výukou jízdy na koni (Internet, 2.).

3.5 MARKETINGOVÉ NÁSTROJE

Definice marketingu

Marketing bývá v literatuře vymezen mnoha způsoby. Moderní a uznávanou je definice přijatá Americkou marketingovou společností (AMA) v roce 1995 (Horáková, 1992):

Marketing je procesem plánování a naplňování koncepce, oceňování, propagace a distribuce myšlenek, výrobků a služeb, který směřuje k uskutečnění vzájemné výměny,

uspokojující potřeby jedinců na organizaci. Je prostředkem ke zvýšení účinnosti vazby mezi firmou a trhem.

Při volné interpretaci lze říci, že marketing má pomoci tomu, aby bylo požadované zboží nabídnuto správným skupinám zákazníků. A to v pravý čas a na pravém místě, za správné ceny a s přispěním přiměřené propagace (Horáková, 1992).

Marketingová strategie

Marketingovou strategií se rozumí dlouhodobá koncepce činnosti podniku v oblasti marketingu a jejím smyslem je promyšleně a účelně rozvrhnout zdroje v podniku tak, aby mohly být co nejlépe splněny dva základní cíle: spokojenost zákazníka a dosažení výhody v konkurenčním boji (Horáková, 1992).

Marketingové nástroje

Provádění strategie firmy se opírá o čtyři základní nástroje marketingu, které jsou marketingové terminologii označovány jako tzv. čtyři „P“ (podle anglického Product, Place, Price, Promotion) (Horáková, 1992).

Těmito čtyřmi nástroji marketingu jsou (Horáková, 1992):

- Produkt
- Distribuce
- Cena
- Propagace

V cestovním ruchu je nutno přihlížet ke specifčnosti poskytovaného produktu, kterým jsou převážně služby a charakteristické rysy, kterými se odlišují od výrobních a distribučních odvětví. Jsou to zejména vlivy psychiky a emocí při nákupu. Význam má i vnější stránka poskytovaných služeb, kde je kladen důraz na image, kvalitu a propagaci služeb i mimo sezónu. Odlišnost pro marketing cestovního ruchu vychází i z obecných specifík služeb. Jde o nehmotný charakter a pomíjivost služeb, místo spotřeby a výroby je ve většině případů totožné, distribuční systém fyzicky neexistuje, jsou obtížně předvídatelné náklady na výrobu služeb aj (Pourová, 2002).

Vzhledem k výše uvedeným skutečnostem, základní čtyři marketingové nástroje (4P) nejsou v cestovním ruchu dostačující a proto se rozšiřují na osm nástrojů, na tzv. „8P“ – doplněno o nástroje(Pourová, 2002):

- lidé (People),
- „balík“ služeb (Packaging),
- program (Programming),
- spolupráce (Partnership).

3.6 VÝZKUM TRHU

Jedním ze směrů, kterým je směřován marketingový výzkum je výzkum trhu. Náplní marketingového výzkumu je získávání, analýza a hodnocení informací o trhu a jeho okolí, zahrnující především takové faktory, jako je poptávka a konkurence, potřeby a chování zákazníků, konkurenční produkty a marketingové nástroje. (Fotr, Souček, 2005). Důležitou funkcí výzkumu je pomoci managementu firmy, předpovědět chování a jednání zákazníků a snížit podnikatelské riziko. Rozhodnutí zda firma bude provádět marketingový výzkum ovlivňují zejména tři kritéria (Internet, 3.):

1. firma si není jista některým podnikatelským rozhodnutím a potřebuje k němu získat další informace
2. firma chce změnit podle informací z marketingového výzkumu dosavadní marketingovou strategii či taktiku, nebo změnit nějaké rozhodnutí a potřebuje si ještě ověřit správnost svého řešení
3. náklady na výzkum musí být přiměřené a efektivnost výzkumu vyjádřena tím, že rozhodnutí učiněná na základě výzkumu zvýší zisk.

Druhy marketingových výzkumů (Internet, 3.)

1. výzkum v terénu
 - zjišťují se primární informace (pohovory se zákazníky, dotazníky, ankety, soutěže)
2. výzkum „od stolu“
 - využívají se sekundární informace, pořizované původně za jiným účelem (statistické ročenky, odborné časopisy a publikace, materiály Hospodářské komory...)

Etapy marketingového výzkumu (Internet, 3.)

1. definování problému
2. plán výzkumu
3. sběr informací
4. analýza údajů
5. závěry a doporučení

Výzkum trhu sleduje tendence vývoje trhu z hlediska nabídky a poptávky zboží (služby, peníze, výrobky). Může se jednat o výzkum, jehož předmětem zkoumání je studium chování *tržních subjektů*, tj. prodávajících a kupujících (výzkum demoskopický) nebo o výzkum, jehož předmětem zkoumání je studium *objektů trhu*, tj. zboží - výrobků, služeb, peněz (výzkum ekoskopický) (Internet, 4.).

Při výzkumu poptávky je sledován výzkum potřeb, vývoje a struktury výdajů obyvatelstva, jeho spotřeby a vybavenosti a vývoj cen. **Při výzkumu nabídky** je sledován vývoj zboží (výrobků, služeb, peněz), jeho sortimentu a zásob, odbytových cest, forem stimulace prodeje, včetně propagace a dalších činitelů (Internet, 4.).

3.7 PODNIKATELSKÝ PROJEKT

Nadšení a elán patří k podnikání. Jsou nejen přínosem, ale určitou zárukou, že budete vydělávat. Počáteční úspěch však přesto může končit fiaskem, jestliže veškerou pozornost zaměříte na svůj výrobek nebo službu a jen málo se budete věnovat situaci na trhu. Proto se musíte úplně na samém začátku podnikání položit minimálně dvě otázky (Pourová, Stříbrná, 2003):

- Existuje pro můj výrobek nebo službu odbyt na trhu?
- Budu skutečně s to dosáhnout zisku?

Odpovědi vám poskytne podnikatelský projekt. Efektivnost podnikání je třeba spočítat (Pourová, Stříbrná, 2003). Podnikatelský projekt je dokument, který definuje podnikání slovy a čísly (Pourová, 2002).

Obsahuje dvě základní části: - *obchodní plán*

- finanční plán

Dokument je potřeba sestavovat především proto, že pomůže ujasnit počáteční myšlenky ze kterých vzešla podnikatelská aktivita, dává určitou *konceptnost* a umožní pozdější *sledování* původního záměru.

Kromě toho je dokument *důležitý pro získání finančních prostředků* potřebných k podnikání. Požaduje ho banka v případě žádosti o úvěr. Proto je nutné dát mu takovou podobu, aby by *reálný, srozumitelný a přesvědčivý*. Musí přesvědčit bankovní úředníky o správnosti jejich investice v tomto projektu.

Obchodní plán definuje celou oblast podnikatelské aktivity slovy, tj. předmět podnikání, firmu, podnikatelský cíl, personální zajištění, údaje o farmě, provozovně, informace o trhu, službách, časovém rozvržení jednotlivých aktivit atd.

Finanční plán shrnuje finanční požadavky projektu. Při sestavování podnikatelského projektu se používá celá řada *ekonomických ukazatelů*, které slouží k podrobnějšímu popisu uváděné podnikatelské aktivity. Mezi tyto ukazatele v agroturistickém podnikání patří:

- *kapacitní ukazatelé* (počet a struktura pokojů, počet lůžek, počet zaměstnanců aj.),
- *ukazatelé vyjadřující míru využití kapacity* (využití lůžkové kapacity, průměrná délka pobytu hosta aj.),
- *ukazatelé výkonu* (obrat na zaměstnance, průměrná tržba na jednoho hosta, průměrná cena za službu, počet přenocování aj.)

Z výše uvedeného přehledu je patrné, že počet ukazatelů je značný a bude záležet na rozhodnutí podnikatele, které ukazatele si vybere a kterým bude věnovat pozornost. Důležité však je, aby podnikatel vždy věděl, z jakého důvodu zvolené ukazatele sleduje a co je jejich podstatou a o čem vypovídají (Pourová, 2002).

4. VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ

4.1 CHARAKTERISTIKA SLEDOVANÉHO REGIONU

Charakteristika se týká okolí obce Klamoš, kde je situována modelová farma. Obec Klamoš se nachází 5 km jižně od Chlumce nad Cidlinou. Jedná se o jihozápadní část Královehradeckého kraje sousedící na západě s krajem Středočeským a na jihu s krajem Pardubickým. Z hlediska zeměpisné polohy se jedná o severní část středního Polabí.

4.1.1 Přírodní podmínky

Krajina je charakteristická svým mírným zvlněním, kde se střídající lány obilí s rozsáhlými lesy a okázalými rybníky. Územím protékají řeky Labe a Cidlina. Prostředí nabízí několik přírodních památek. Jednou z nich je i **Pamětník**, což je pestrý komplex mokřadních, lučních a pískomilných společenstev v nivě Mlýnské Cidliny. V okruhu zájmové lokality se nacházejí jednotlivé přírodní zajímavosti - Na Hradech (přírodní rezervy vzácné květeny), Bludy (významná lokalita suchomilné květeny), ornitologická rezervace Žehuňský rybník. Území patří k nejbohatším botanickým lokalitám okresu.

Z klimatického hlediska pak spadá do teplé oblasti, která se vyznačuje příznivým teplým podnebím.

4.1.2 Kulturně- historické podmínky

Území díky bohaté historii nabízí nespočet kulturních skvostů a památek. Pamětihodnosti se váží na jednotlivá města v okolí. Jedním z nejvýznamnějších a největších v ČR je Hradec Králové, město na soutoku Labe a Orlice. Kromě jedinečných architektonických památek je zde nabízena řada kulturních programů. Mezi atraktivní nabídky patří návštěva **Obřího akvária** s podmořským tunelem nebo letecké muzeum s replikami letounů z dob počátků aviatiky.

Poblíž dopravní tepny Praha- Hradec Králové leží město Chlumec nad Cidlinou, město baroka a rodiště Václava Klimenta Klicpery, zakladatele českého dramatu.

Třicet kilometrů jihovýchodně od Chlumce nad Cidlinou se nachází všem známé město perníku - Pardubice. Toto průmyslové centrum ležící v Polabské nížině, je dnes

důležitým dopravním uzlem. Nabízí rovněž možnost bohatého kulturního, společenského a sportovního vyžití (stálou divadelní scénu, Komorní filharmonii, galerie a muzeum. Z nejvýznamnějších sportovních akcí je třeba jmenovat alespoň dostihové závody Velká pardubická steeplechase.

4.1.3 Rekreační možnosti území

Zájmová oblast nabízí řadu příležitostí pro koupání, provozování vodních sportů, pěší turistiku či cykloturistiku. Krajina s minimálním převýšením je ideální především pro objevné cykloturistické a pěší výpravy. V Polabí najdete řadu značených cyklistických stezek, které díky nenáročnému terénu mohou využít i minimálně fyzicky zdatní cyklisté. Za zmínku stojí cyklostezka č. 24, na které je jedinečná možnost seznámit se s rovinatou krajinou okolo středního toku Labe – naší nejvýznamnější „evropskou řekou“ s řadou zajímavých míst.

Pro vodáky se nabízí řeka Cidlina. Za běžného stavu vody bývá sjízdná od Nového Bydžova. Spád řeky je malý, a proto je její sjíždění snadné, pouze za zvýšeného stavu vody se lehké turistické tempo mění v náročnější plavbu. V Přelouči je možné využít jízdy na skútru po hladině řeky Labe.

Koupání je možné na městském koupališti v Chlumci nad Cidlinou (největší koupaliště v ČR). Pro děti je k dispozici brouzdaliště. Areál dále umožňuje využití místní restaurace a sportovišť jako je hřiště na volejbal, nohejbal, stolní tenis, kuželky.

Milovníky vody potěší aquapark s tobogany a vířivkami v Hradci Králové. Alternativně lze využít místní písničky. I příznivce rybaření tato oblast uspokojí.

4.1.4 Vybrané turistické cíle

Zámek Karlova Koruna (příloha č. 2)

Barokní šlechtické sídlo Chlumci nad Cidlinou, které dal vystavět v letech 1721-1723 tehdejší majitel panství František Ferdinand Kinský. Na počest Karla VI., který sem zavítal po své korunovaci, dostal jméno Karlova Koruna. Stavba má ojedinělý půdorys připomínající tvar královské koruny. Během okupace v roce 1943 zámek vyhořel a jeho rekonstrukce pak probíhala dlouhých 23 let (1946-1969). Po válce byl zámek i celý majetek Kinských zestátněn. Po roce 1989 pak došlo v restituci k jeho navrácení. V současné době je na zámku expozice, seznamující

návštěvníky s dějinami rodu Kinských v portrétech a jejich chovem koní. Zámek je obklopen anglickým parkem o rozloze 20 hektarů s ukázkou francouzské barokní zahrady (Internet, 5)

Městské muzeum Loreta (příloha č. 3)

Bývalý klášter v Chlumci nad Cidlinou, vystavěný v letech 1717-1719 podle plánů F. M. Kaňky, nyní městské muzeum. Městské muzeum LORETA sídlí v krásné barokní budově postavené podle plánů Františka Maxmiliána Kaňky v první polovině 18. století. Při prohlídce se návštěvníci seznámí s historií budovy chlumeckého muzea i města. Nachází se zde unikátní sbírka zemědělských strojů, expozice věnovaná selským bouřím, cechům a řemeslům, chlumeckým rodákům, ostrostřelcům, sportu a školství (Internet, 6).

Zámek a hřebčín Kladruby nad Labem (příloha č. 4)

Nejstarší hřebčín na světě, založený roku 1552, povýšen na dvorní hřebčín roku 1579 císařem Rudolfem II. Starokladrubský kůň - jediná rasa koní vzniklá pro ceremoniální účely, panovnických dvorů, splňující nejvyšší nároky pro kočárové koně. Hřebčín včetně rasy starokladrubských koní je od roku 1995 vyhlášen státní kulturní památkou. Od roku 2002 národní kulturní památkou (Internet, 7).

4.2 CHARAKTERISTIKA MODELOVÉ FARMY S AT

Plánovaná farma je situována do jihovýchodní okrajové části obce Klamoš. Obec Klamoš spadá do okresu Hradec Králové a jejím pověřeným úřadem je město Chlumeck nad Cidlinou. V obci je aktuálně evidováno 395 obyvatel. Současná katastrální výměra 1384 ha přiřazuje Klamoš k plošně velkým obcím. Administrativně je dnes složena ze dvou místních částí - Klamoš a Štít. Hlavní spojnici s 25 km vzdáleným okresním centrem Hradec Králové je dálnice D11(Praha-Hradec Králové), která vede zhruba 2km severně od obce. Nejbližší železniční spojení je v Chlumci nad Cidlinou, autobusové spojení se nachází přímo v obci. Průměrná nadmořská výška obce činí 232 metrů nad mořem.

Výběr pozemku

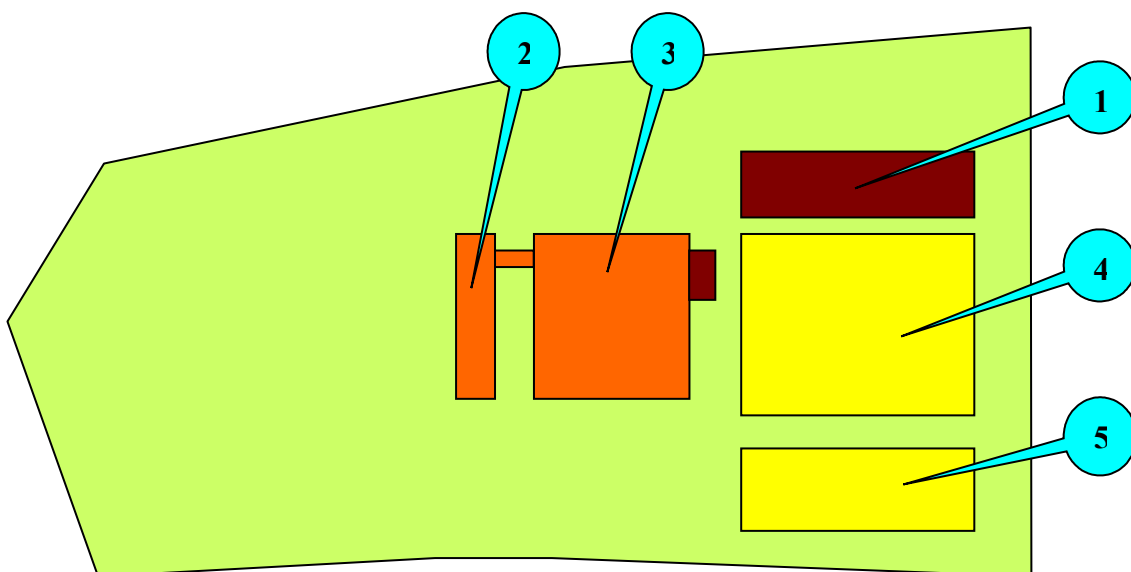
Mezi hlavní kritéria pozemku patřilo jeho umístění, rozloha, cena a dopravní obslužnost, nejlépe v blízkosti současné dopravní tepny - dálnice D11. S výhodou by se měl pozemek nacházet na okraji zastavěné části obce tak, aby v minimální míře narušoval její chod. Rozhodujícím aspektem pro získání pozemku je ale jednání s majitelem (obecním úřadem) a platný územní plán obce, který přesně specifikuje jednotlivé lokality pro jejich možné budoucí využití. Jestliže se nacházíme v situaci, že zastupitelstvo již odsouhlasilo prodej pozemku, je nutné se podrobně seznámit s jejich územním plánem. Pokud investiční záměr není v souladu se schváleným územním plánem, je nutné požádat o jeho změnu. Žádost se předkládá přímo na úřad obce, který ji zpracuje a předloží odboru územního plánování příslušného magistrátu. Ten zajistí veškeré náležitosti dle platných vyhlášek a zákonů. Obecní úřad pak po konečném schválení ÚP podá zájemci základní informace o uložení inženýrských sítí.

Inženýrské sítě

Pro provoz agroturistického areálu je třeba uvažovat s napojením na stávající inženýrské sítě. V případě elektrické energie je to trafostanice, která se nachází v blízkosti zájmového pozemku. Voda bude čerpána z uvažované studny. Pro odpadní vody bude dočasně používána nově vybudovaná žumpa, v pozdějším období se uvažuje o napojení na obecní tlakovou kanalizaci. V oblasti se nachází vedení plynu situované podél stávající komunikace, v případě potřeby je možné jeho napojení. Přístup na pozemek z upravené obecní cesty.

Zemědělské stavby budou přízemní z materiálu kombinace beton x dřevo. Tvar střechy sedlový u všech staveb.

Obr. č. 1: Plánek areálu



Zdroj: vlastní zpracování

LEGENDA K PLÁNKU AREÁLU

1. Sklady

Hala o rozměrech 15 x 60 bude sloužit k uskladnění objemového krmiva a steliva. Zároveň poskytne parkovací prostory pro zemědělské stroje. V krajní části bude umístěna údržbářská dílna.

2. Stáj

Stáje jsou určeny pro ustájení 30 koní, včetně zázemí pro jejich obsluhu, tj. sedlovna, šatna, přípravná krmiva a příruční sklad jadrného krmiva. Pro koně zde bude mycí box včetně solária. Parametry stáje vyhovují pravidlům daným zákonem, která definují minimální nároky, jež je nutno splňovat.

3. Jezdecká hala

Hala o velikosti 45 x 66m je navržena pro trénink a agroturistické aktivity v době nepříznivých klimatických podmínek. Obě boční stěny haly budou využity následovně:

- a) 17 boxů sloužících ke krátkodobému ustájení koní návštěvníků,
- b) malokapacitní ubytovací prostory pro hosty včetně restauračního zařízení. Je počítáno s osmi třílůžkovými pokoji vybavenými sociálním zařízením.

4. Jízdárna č. 1

Rozměr 70 x 70m, povrch pískový.

5. Jízdárna č. 2

Rozměry 70x30m, povrch pískový.

Doplnění doprovodných programů

Areál plánuje nabídku atraktivních doplňkových programů - vyjížďky na koních, výcvik jezdců a koní, možnost si osvojit základy péče o koně, zimní soustředění pro přípravu koní a jezdců na závodní sezónu, půjčování kol. Do budoucna se počítá s nabídkou letních táborů pro děti. Návštěvníci dále mohou využít krásnou krajinu k procházkám po okolí, koupání a rybolovu v blízkém písku Pamětník.

4.3 NÁVRH PODNIKATELSKÉHO PROJEKTU VYUŽITÍ JEZDECKÝCH KONÍ PRO ROZVOJ FARMY

Podnikatelský cíl

Hlavním cílem podnikatelského projektu je zajistit veškerý servis služeb pro milovníky koní a přírody včetně zázemí pro jejich rodiny. Do nabízených služeb patří také ubytovací a stravovací kapacity a nabídka základního sportovního a kulturního využití. Podnikatelským záměrem je vybudovat krytou sportovní halu pro výcvik koně a jezdce. V oddělených prostorech haly je ubytovací zařízení pro 24 osob s hygienickým zázemím a také boxy (17) pro koně, aby klient mohl sportovní činnost realizovat v jednom místě, pod jednou střechou. Stejně pravidlo platí i pro restauraci s průhledem do výcvikového prostoru haly. Kapacita restaurace je stanovena pro minimálně 20 hostů (z počátku rychlé občerstvení). Další částí záměru je vybudovat skladovou halu a další stáj, která bude navržena cca pro 30 koní. Venkovní kolbiště a pracoviště pro intenzivní výcvik sportovních dvojic je nezbytností navrženého areálu.

Konkurenční výhoda

Pokud jde o podobná zařízení v okolí, nachází se zde jeden jezdecký areál ve vzdálenosti do 10 km. Nabízí služby na velmi dobré úrovni, ovšem ve „velkém“, kde se již vytrácí osobní přístup ke klientovi. Z uvedeného vyplývá, že navrhovaný areál bude koncipován jako rodinný, kde bude kladen důraz na osobní kontakt s klientem. Velkým lákadlem v nabídce budou doprovodné programy pro rodinné příslušníky. Zázemí, které naprostá většina jezdeckých areálů nenabízí je dětské hřiště, půjčovna kol a sportovních

potřeb, hlídání dětí a přebalovací kout a pro seniory pak bezbariérový přístup. Doplnkovým programem budou různé víkendové akce se zábavným kulturním programem.

Výhoda a nezbytnost spolupráce

V tomto konkrétním případě je využito i zkušeností ze zahraničí, kde kvalita nabízených služeb je pro potenciálního zákazníka prioritní. Je počítáno s tím, že dojde k oslovení známých trenérů a instruktorů parkurového skákání, kteří jistě rádi využijí příležitost prezentovat své služby v areálu s halou dostatečných parametrů a kolbištěm špičkových kvalit. Dále se plánuje úzká spolupráce s obecním úřadem, který nabízené služby zahrne do svého režimu nabídky, jako jeden ze svých produktů.

Časový harmonogram

Předpoklad zahájení výstavby areálu je 9/2009 (s preferencí stavby stáje s 30 boxy) – celkové dokončení 9/2011. Služby spojené s ustájením koní a zajištěním vyjížděk na koni budou zahájeny okamžitě po kolaudaci stavby stáje (2/2010).

Cílová klientela

Cílovou klientelou jsou zákazníci všech zájmových skupin s důrazem na rodiny s dětmi. V případě zájmu se do nabízených služeb zahrne hipoterapie pro skupinu spoluobčanů s různým druhem postižení.

Pracovní síly

Jádrem personálního zajištění budou rodinní příslušníci s doplněním dalšími dvěma zaměstnanci na trvalý pracovní poměr.

Cenová politika

Z výsledků průzkumu trhu a porovnání cen služeb, které nabízí konkurence, byly ceny stanoveny takto:

Tab. č. 1: Stanovení cen služeb

Krátkodobé ustájení koně	200,- Kč/den
Dlouhodobé ustájení koně	6 000,- Kč/měsíc
Zapůjčení jezdeckého koně	300,- Kč/hod.
Ubytování za osobu se snídaní	250,- Kč/noc
Poplatek za soustředění/3 dny	1 000,- Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Na základě zkušeností, zjištěných a spočítaných hodnot jsou stanoveny následující údaje:

Tab. č. 2: Předběžné kalkulace

Sezóna	140 dní
Počet lůžek	24
Počet noclehů	3 360
Počet noclehů při 60% využití	2016
Měsíční náklad na koně	1800,- Kč/kůň
Spotřeba el. energie	21900,- Kč/stáj/rok
Náklady na ubytování	45,- Kč/os/noc
Náklady na snídaně	15,- Kč/os

Zdroj: vlastní zpracování

Před zahájením poskytování služeb bude třeba zajistit tyto investiční akce – předběžná kalkulace (většina prací vykonána vlastními silami):

- stavba stáje 1 500 000,- Kč
- stavba haly s ubytováním a restaurací 10 000 000,- Kč
- stavba skladovací haly 950 000,- Kč
- vybudování jízďáren 800 000,- Kč
- celkem náklady **13 250 000,- Kč**

Financování

Z vlastního kapitálu bude zapláceno 6 500 000,- Kč. Spoléhá se na přidělení dotace z Evropského zemědělského fondu z Programu rozvoje venkova, 1 100 000,-Kč v rámci opatření I.3.2. Zahájení činnosti mladých zemědělců a 4 000 000,- Kč na výstavbu jezdecké haly z opatření III.1.3 Podpora cestovního ruchu. O zbývající část finančních prostředků je potřeba požádat banku, tj. o úvěr ve výši **1 620 000,- Kč**.

Tržby

Tab. č. 3: Tržby za ustájení

Počet koní	20
Cena za koně/rok	72 000
Tržby celkem za rok	1 440 000

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. č. 4: Soustředění – tržby za ustájení, poplatek za soustředění

Počet koní	17
Počet dní soustředění	24
Cena ustájení (Kč)	200
Tržby z ustájení za rok (Kč)	81 600
Soustředění 8x po 20 účastnících	160
Tržby za soustředění (Kč)	160 000

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. č. 5: Tržby z ubytování se snídaní

Počet noclehů	2 016
Cena za noc(Kč)	250
Tržby celkem (Kč)	504 000

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. č. 6: Tržby – jízda na koni

Počet hod.	200
Cena (Kč/h)	300
Tržby celkem	60 000

Zdroj: vlastní zpracování

Náklady

Tab. č. 7: Náklady na ustájení

Počet koní	30
Náklad na koně za měsíc (Kč)	1 800
Náklady celkem	648 000

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. č. 8: Náklady na ubytování se snídaní

Počet noclehů	2 016
Náklad Kč/os/noc	60
Náklady celkem	120 960

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. č. 9: Mzdové náklady

Počet zaměstnanců	5
Hrubá mzda (Kč)	30 000
HM celkem (Kč)	150 000
Náklady na mzdy (včetně SZP) (Kč)	201 000

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. č. 10: Ostatní náklady

Odpisy	270 000
Opravy a údržba	50 000
Propagace	10 000
Spotřeba el. energie ve stáji (Kč)	21 900
Náklady celkem (Kč)	351 900

Celkové tržby celkem za rok.....	2 245 600,- Kč
Celkové náklady za rok.....	1 321 860,- Kč
Hrubý roční zisk.....	923 740,- Kč
Čistý zisk	729 755,- Kč

Při výši úvěru 1 620 000,- Kč s dobou splácení 5 let a úrokovou sazbou 6,5% p.a., bude výše měsíční splátky 31 697,- Kč, kterou bude možno splácet.

4.4 VYUŽÍVÁNÍ MARKETINGU

Americká marketingová asociace uvádí mimořádně výstižnou definici

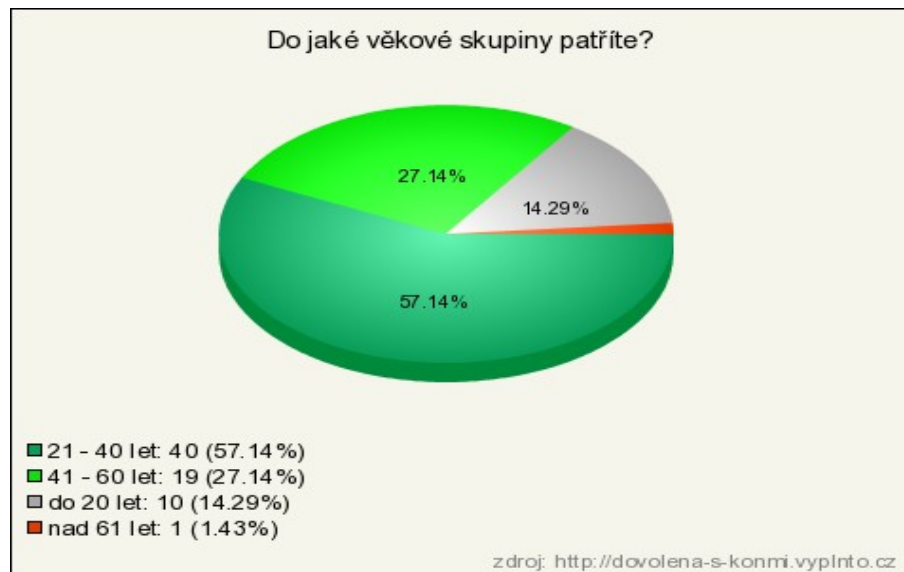
„Marketing je *podnikatelskou filozofií*, jejímž cílem je dostat správný výrobek za správnou cenu, ve správném čase na správné místo, díky správné podpoře prodeje s cílem co nejvyššího uspokojení potřeb zákazníka“

Marketing je potřeba využívat již před samotným zahájením podnikání. Hlavním cílem je získání nových zákazníků a jejich následné udržení. Spokojený zákazník se stává zákazníkem stálým, a proto je nejdůležitější orientace na zákazníka a uspokojení jeho potřeb. K tomu je realizován průzkum trhu, který poskytne co nejvíce informací týkajících se jak zákazníka, tak konkurence. Na základě získaných údajů a v závislosti na možnostech farmy, ale i obce a regionu, upravíme nabízený produkt. Před začátkem samotného podnikání je účelné propagovat nový podnik s dostatečným předstihem, a tím si získat první klientelu. Komplexní informace o nabízených službách budou zveřejněny na vlastních webových stránkách. Dále je uvažováno nabízet služby přes server Turistik.cz. V rámci propagace bude důležité inzerovat služby v časopisech a na serverech s koňskou tematikou. S dostatečným množstvím letáků se počítá i do informačních center.

4.5 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Ke zjištění zájmu veřejnosti o agroturistiku spojenou s jízdou na koni bylo použito dotazníkové šetření. Dotazník byl umístěn na internetové adrese www.vyplnto.cz. Šetření prostřednictvím internetového dotazníku probíhalo v týdnu od 7.4.2009 do 14.4.2009 a zúčastnilo se jej 70 respondentů různých věkových skupin. Všech 15 otázek bylo z okruhu využití volného času, resp. dovolených, finančních možnostech a požadavcích na ubytování a služby. Zodpovědělo 60 % žen a 40 % mužů. Děti mělo 41 % dotázaných. Nejvíce respondentů, jak je patrné z grafu č. 1, bylo věkové skupiny od 21 do 40 let, což bylo 57 % všech dotázaných, dále 27 % patřilo do skupiny od 41 do 60 let.

Graf č. 1: Do jaké věkové skupiny patříte?

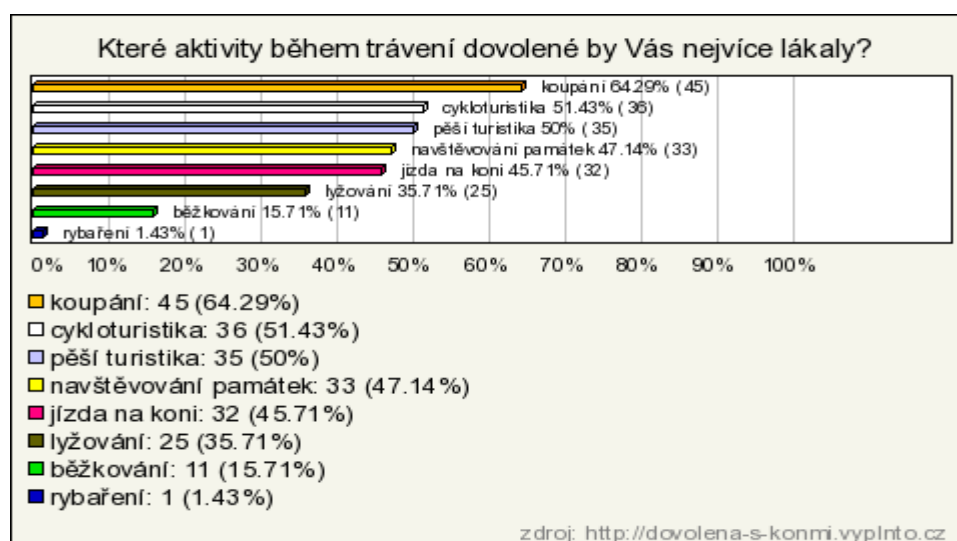


Zjišťovalo se roční období oblíbené pro trávení dovolené. Nejvíce respondentů preferuje léto.

Další otázka zjišťovala délku pobytu dovolené. Nejvíce respondentů jezdí na 7 dní a déle, 40 % preferuje 5 až 7 dní strávit na dovolené.

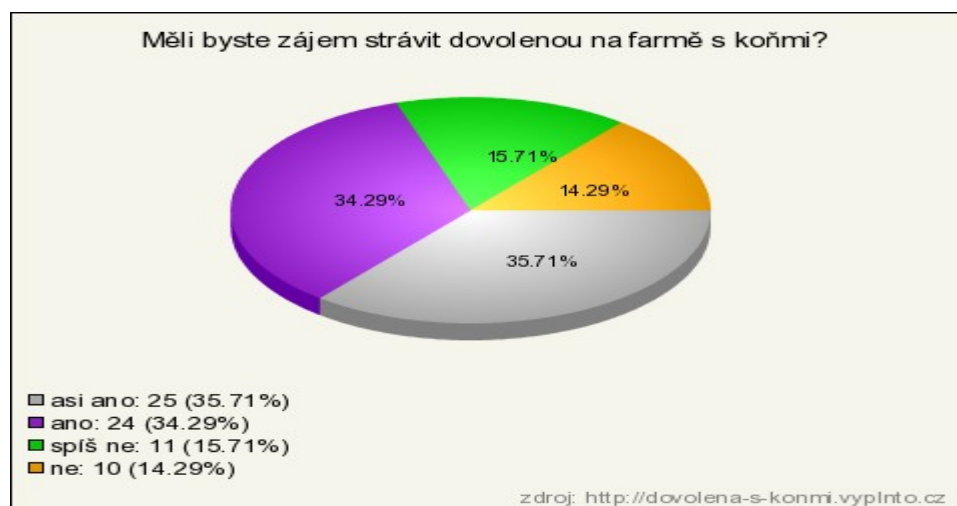
Dalším důležitým zjištěním jsou oblíbené aktivity provozované na dovolené. Graf č. 2 ukazuje největší zájem o koupání, cykloturistiku, pěší turistiku a 46 % dotázaných by lákala jízda na koni. Dotázaní měli možnost zvolit více odpovědí.

Graf č. 2: Které aktivity během trávení dovolené by Vás nejvíce lákaly?



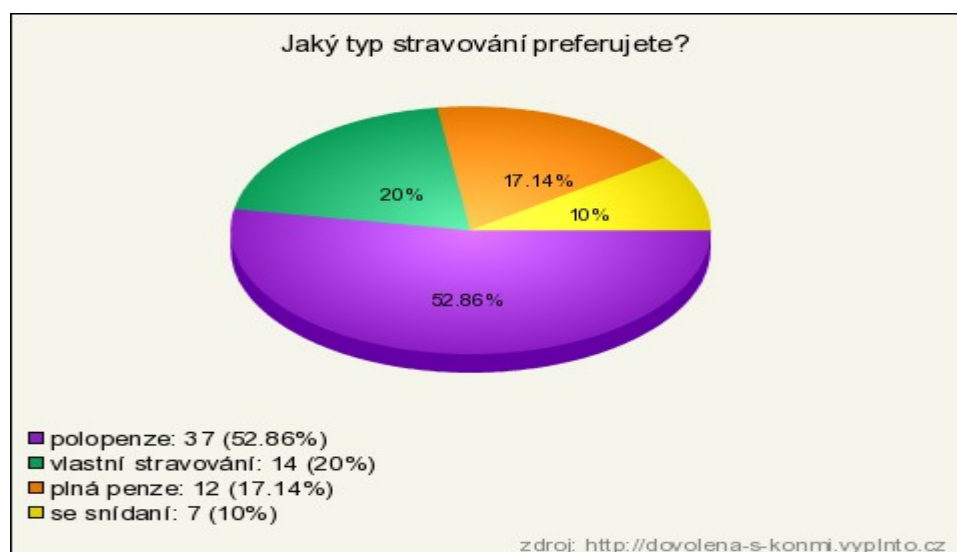
Jedním z úkolů dotazníku bylo zjistit, zda lidé mají zájem strávit dovolenou na farmě s koňmi. Na grafu č. 3 je vidět zájem 70 % dotázaných. Výuku jízdy na koni uvítá 71 %.

Graf č. 3: Měli byste zájem strávit dovolenou na farmě s koňmi?



Následující otázky se týkaly ubytování a stravování. Zjišťoval se zájem o vybavení pokoje. Striktně je požadováno sociální zařízení u 80 % lidí. Respondenti dále rádi uvítají připojení na internet a pokoj vybavený televizním přijímačem. Za noc se snídání je 58 % respondentů ochotno zaplatit 200 až 500 Kč, 26 % více. Graf č. 4 informuje o preferovaném typu stravování. Polopenze je nejžádanější formou stravování. Nejmenší zájem je o stravování pouze se snídání.

Graf č. 4: Jaký typ stravování preferujete?



Graf č. 5: Berete své domácí miláčky na dovolenou?



Z výše uvedeného grafu je patrné, že většina lidí své mazlíčky na dovolenou nebere. Odpovědi na tuto otázku však mohou být částečně zavádějící, protože lidé nevlastnící psa nebo kočku, nemuseli této otázce věnovat náležitou pozornost a jednoduše zaškrtnli NE.

Dále bylo důležité v zájmu projektu zjistit, zda lidé preferují připravený program před programem vlastním. Pouhých 10 % respondentů preferuje program připravený, kombinaci obou zde uvítá až 56 % dotázaných. V poslední otázce, která zněla, „Kde se nejčastěji vyhledávají informace o dovolené“, bylo nejčastější odpovědí – internet.

5. NÁVRH NA ZLEPŠENÍ

5.1 VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

Z odpovědí respondentů vyplývá příznivé zjištění, že drtivá většina z nich by svoji dovolenou spojila s jízdou na koni, ovšem téměř polovina by tuto aktivitu směřovala pouze do letních měsíců. Pro další, tedy chladné měsíce, je třeba případnému zájemci nabídnout takový doprovodný program, který by jej přesvědčil o možnosti věnovat se jezdeckému sportu i v zimních měsících.

U třetí otázky můžeme vidět určité zaváhání respondentů, zda-li by akceptovali prožít **celou** svoji dovolenou na farmě s koňmi. Tyto obavy jsou logické a je to otázka dalších aktivit nesouvisejících s koňmi, které by umožnily klientům provozovat i alternativní sportovní a také kulturní využití. Pokud bude nabídka dostatečně bohatá a zajímavá, respondenti určitě kladně zareagují. U otázky č. 4 pozorujeme, že v každém případě je třeba zvýhodňovat pobyty týdenní a delší.

Odpovědi v páté otázce jsou v přímé souvislosti s otázkou č. 2, a to znamená, že dovolená preferovaná v letních měsících je spojena především s koupáním. Pokud není tento požadavek splněn možnostmi v blízkém okolí, je nezbytné uvažovat o vybudování potřebného zařízení ve vlastním areálu. Cykloturistika, turistika a navštěvování památek je v tomto případě logickým výstupem. Pokud respondenti preferují turistiku ve všech jejích podobách, pak nepřekvapuje požadavek na stravování formou polopenze. Naopak vlastní stravování, plná penze a ubytování se snídaní jsou sice v rovnováze, ale pro potřebu záměru nevýznamné. Na sociální zařízení jsou obyvatelé naší kulturní úrovně zvyklí a tudíž nekompromisní. Sociální zařízení je standardem, který je třeba respektovat. Internet a TV se stalo nedílnou součástí našeho života, takže ani nepřekvapily odpovědi na otázku č.8. I na venkově chce mít respondent spojení „se světem“.

Odpovědi desáté otázky vypovídají o tom, že lidé si do programu o dovolené nechají mluvit. V tomto ohledu je patrná určitá přizpůsobivost. Zřejmě jde o situaci, kdy člověk zatížený stresem z náročného povolání, nechává starost o relaxaci na vybraném subjektu.

V dnešní době není překvapením, že většina oslovených zadržela na otázku „Kolik jste ochotni zaplatit na osobu/noc se snídaní“, odpověď 200 – 500 Kč. Odpověď je nutné připomenout jako momentální fakt a může se měnit v čase. Ani skutečnost, že většina respondentů vyhledává informace na internetu, není překvapivá.

Z odpovědí na poslední tři otázky je patrné, že respondenty byly převážně mladé bezdětné ženy, pro které je představa získat základy jezdeckého umění velmi lákavá. Další skupinou jsou respondenti s dřívějším datem narození, kteří snad s myšlenkou spatřit svět ze hřbetu koně vždycky koketovali, ale chyběla jim odvaha, potřebné zázemí a dostupnost. Obě skupiny jsou pro tento záměr velmi zajímavé.

5.2 POSOUZENÍ PROPAGACE DOPROVODNÝCH PROGRAMŮ

Výše uvedený přehled propagace programů formou webových stránek, různých turistických serverů je velice správná, ale hlavně v počátcích bude nezbytné i využití médií všeho druhu. Vysoce efektivní může být inzerce v oblastních novinách nebo vhodná zmínka v regionálním vysílání rozhlasu. Vložená investice se jistě vrátí, zejména pokud jde o vhodně zvolený termín před prodlouženým víkendem nebo svátkem. Rovněž tzv. zaváděcí sleva pro prvních x zákazníků by mohla získat první, tolik důležité klienty.

5.3 CHARAKTERISTIKA NEGATIVNÍCH ASPEKTŮ PODNIKÁNÍ

V rodinné farmě, kde má každý své nezastupitelné místo, je těžké nahradit jednoho z nich. Externí pracovník nemusí být dostatečně loajální k požadavkům majitele a plnit i činnosti nad rámec svých pracovních povinností.

Je zde také přímá souvislost s ekonomickým růstem, ale i propadem v rámci prosperity celého státu. Dojde-li k náhlému poklesu hospodářského výsledku (viz současná hospodářská krize), může dojít k poklesu zájmu (byť dočasnému) o náročnější volnočasové aktivity, kterými koňská turistika a sport určitě je.

Z dnešní praxe známe i případy, kdy „vlivem“ jednotlivce na příslušné úřady došlo k takové změně územního plánu, že bylo umožněno vybudovat provoz s negativními důsledky pro okolí, který může odradit mnoho klientů. Jako příklad se uvádí vystavění motokrosově dráhy, dílny nebo velkokapacitních garáží.

V delším časovém horizontu může rovněž dojít až k přesycení trhu v nabízených službách. Vliv tržního hospodářství může mít negativní dopad i v tomto oboru podnikání.

Dalším příkladem negativního aspektu může být i zákonná politika naší země. V současné době podporovaný rozvoj venkova a s tím spojené dotace do budování hipostezek, hipoterapie, může být v budoucnu částečně omezována. Již dnes známe případy, kdy velká koncentrace zvířat v jedné lokalitě nutí úřady omezovat pohyb koní ve volné přírodě.

6. ZÁVĚR

Hlavním cílem bakalářské práce bylo navržení provozuschopného agroturistického areálu s využitím jezdeckých koní pro podnikatelskou činnost. Také cíl vytvořit plán pro vhodné místo pro odpočinek, sport a zábavu, sloužící jak obyvatelům vesnice, tak i rekreantům byl splněn.

Celé území bylo detailně zmapováno s příznivým výsledkem vhodnosti pro provozování agroturistiky a jezdecký sport. Hlavní nabízený produkt je vhodně doplněn řadou kulturně – historických památek, okolí také umožňuje sportovní vyžití. Dále byla charakterizována modelová farma, popsány jednotlivé stavby plánované pro zajištění podnikání v agroturistice s koňmi. Místo zajišťuje vhodné podmínky pro stavbu rozsáhlého areálu.

Navržený areál splňuje všechny podmínky nejen pro pokrytí nákladů, ale i vytvoření zisku, který zajistí další rozvoj farmy.

Pokud má areál prosperovat, snaha o neustálé zlepšování služeb musí být kontinuální. Je třeba stále nabízet nové produkty s cílem udržet si klientelu. Nezbytností v tomto případě je sledovat tuzemské, ale i evropské trendy za účelem transformace do vlastní podnikatelské činnosti.

Pro konečnou podobu nabídky je nejdůležitější mít kvalitní webové stránky s maximálním množstvím informací, samozřejmě vždy aktualizované.

Stěžejním poznatkem z průzkumného dotazníku je informace o nutnosti zajistit pestrý a bohatý program, kde může klient provozovat své oblíbené činnosti, ale rád okusí i něco nového.

7. SEZNAM LITERATURY

7.1 SEZNAM ODBORNÉ LITERATURY

1. Bártová, H., Bárta, V., Koudelka, J. Chování spotřebitele a výzkum trhu. 1. vyd. Praha: VŠE, 2004. ISBN 80-245-0778-1
2. Brabencová, H. Poznatky z podnikání v agroturistice. Praha: AGROmagazín č.10,2002, s.23-25
3. Foret, M. Marketingová komunikace. Brno: Computer Press, a.s., 2003. ISBN 80-7226-811-2
4. Fotr, J., Souček I. Podnikatelský záměr investiční rozhodování. Praha: Grada Publishing, a.s., 2005. ISBN 80-247-0939-2
5. Hesková, M. a kol. Cestovní ruch. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3
6. Hladká, J. Technika cestovního ruchu. Praha: Grada Publishing, 1997. ISBN 80-7169-476-2
7. Indrová, J. a kol. Cestovní ruch (základy). Praha: VŠE, 2007. ISBN 978-80-245-1252-5
8. Horáková, I. Marketing v současné světové praxi. Praha: Grada a.s., 1992. ISBN 80-85424-83-5
9. Horner, S., Swarbrooke, S. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada Publishing, a.s., 2003. ISBN 80-247-0202-9
10. Mikula, P., Agroturistika v nápadech. Praha: Institut výchovy a vzdělání Ministerstva zemědělství v ČR v Praze, 1995. ISBN 80-7105-099-7
11. Pourová, M. Agroturistika. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, PEF, 2002. ISBN 80-213-0965-2
12. Pourová, M., Stříbrná, M. Venkovská turistika- Zlepšení marketingových a odborných znalostí provozovatelů agroturistických farem. Klatovy: AgAkcent, s.r.o., 2003. ISBN 80-903093-5-6

7.2 INTERNETOVÉ STRÁNKY

1. www.ekolist.cz, článek Šetrná turistika je na vzestupu, Češi o ní příliš nevědí, 15. 1. 2009
2. www.cot, článek Šetrná turistika na Královehradecku, autor: Eva Šimková, 20. 2. 2009
3. www.studenti-studentum.blogspot.com, 20. 2. 2009
4. www.etext.czu.cz, skripta Obchodní nauka, autor: Aleš Hes 20. 2. 2009
5. www.kinskycastles.com, 5. 4. 2009, 8:30
6. www.chlumecnc.cz, 5. 4. 2009, 8:30
7. www.nhkladruby.cz, 5. 4. 2009, 8:30

8. PŘÍLOHY

Seznam příloh:

Příloha č. 1: Klamoš – letecký pohled

Příloha č. 2: Zámek Karlova Koruna

Příloha č. 3: Městského muzea Loreta

Příloha č. 4: NH Kladruby nad Labem

Příloha č. 5: Dotazník – dovolená s koňmi

Příloha č. 1: Klamoš – letecký pohled

Umístění plánované farmy



Zdroj: wikipedie

Příloha č. 2: Zámek Karlova Koruna



Zdroj: Chlumeck nad Cidlinou

Kontakty:

Zámek Karlova Koruna

Pražská č.p.1/IV

503 51 Chlumeck nad Cidlinou

Tel.: 495 484 519

Email: karlovakoruna@kinsky-dal-borgo.cz

Nabízíme:

- prohlídku zámku
- pronájem zámeckých prostor
- svatby.

Návštěvní doba:

duben: sobota, neděle, svátky: 9:00-12:00, 13:00-16:00

květen, červen: denně kromě pondělí: 9:00-12:00, 13:00- 16:00

červenec, srpen: denně kromě pondělí 9:00-12:00, 13:00-17:00

září: denně kromě pondělí: 9:00-12:00, 13:00-16:00

říjen: sobota, neděle, svátky: 9:00-12:00, 13:00-16:00

Příloha č. 3: Městského muzea Loreta



Zdroj: Chlumeck nad Cidlinou

Kontakty:

Městské muzeum LORETA

Kozelkova 25

50351 Chlumeck nad Cidlinou

E-mail: loreta@chlumecnc.cz

OTVÍRACÍ DOBA A VSTUPNÉ V MUZEU LORETA

duben: sobota, neděle a svátky 9-12, 13-16 hod.

květen - září: denně kromě pondělí 9-12, 13-16 hod.

říjen: sobota, neděle a svátky 9-12, 13-16 hod.

Pro předem ohlášené návštěvy lze otevřít i mimo otvírací dobu.

Vstupné: základní 30,- Kč slevy 10,- Kč děti do 6 let a členové AMG zdarma
skupiny 10 % sleva

Příloha č. 4: NH Kladruby nad Labem



Zdroj: NH Kladruby nad Labem

Kontakty:

NH Kladruby nad Labem

533 14 Kladruby nad Labem

Tel.: +420 466 933 832-7

E-mail: kladruby@nhkladruby.cz

Nabídka:

- prohlídka stájí hřebčína,
- prohlídka zámku,
- předvedení koně,
- jízda v kočáře,
- výuka jízdy na koni,
- ubytování, stravování.

Příloha č. 5: Dotazník

Dovolená s koňmi

Jsem studentkou třetího ročníku České zemědělské univerzity v Praze a prosím Vás o vyplnění tohoto krátkého dotazníku, který je součástí mé bakalářské práce. Otázky zjišťují zájem o agroturistiku, jaké volnočasové aktivity jsou vyhledávány a z jakých zdrojů jsou získávány informace o dovolené.

1. Měli byste zájem o výuku jízdy na koni během dovolené?
a) ano b) ne c) asi ano d) spíše ne
2. Ve kterém ročním období trávíte dovolenou nejraději?
a) na jaře b) v létě c) na podzim d) v zimě
5. Měli byste zájem o výuku jízdy na koni během dovolené?
a) ano b) ne
3. Měli byste zájem strávit dovolenou na farmě s koňmi?
a) ano b) ne c) asi ano d) spíše ne
4. Na jak dlouho jezdíte nejraději na dovolenou?
a) 2-4 dny c) 5-7 dní d) 7 dní a déle
5. Které aktivity během trávení dovolené by Vás nejvíce lákaly? (i více možností)
a) koupání b) pěší turistika c) cykloturistika d) jízda na koni
e) navštěvování památek f) lyžování g) běžkování f) rybaření
6. Jaký typ stravování preferujete?
a) se snídaní b) polopenze c) plná penze d) vlastní stravování
7. Jaké vybavení pokoje striktně požadujete? (i více možností)
a) sociální zařízení b) TV c) připojení na internet
d) minibar e) nevyžadují speciální vybavení f) jiná možnost
8. Vybavení pokoje, které rádi uvítáte? (i více možností)
a) TV b) připojení na internet c) minibar
d) nepotřebuji speciální vybavení e) jiná možnost
9. Berete své domácí miláčky na dovolenou?
a) ano b) ne
10. Preferujete připravený program před programem vlastním?

a) ano b) ne c) kombinaci obou

11. Za ubytování za jednu noc se snídaní za osobu jste ochotni zaplatit?

a) do 200Kč c) 200-500Kč d) 500-800Kč e) 800-1000Kč
d) 1000 a více

12. Kde nejčastěji vyhledáváte informace o dovolené?

a) internet b) katalogy c) veletrhy d) inzeráty a nabídky v tiskovinách
e) doporučení od známých f) nabídkami přímo v cestovních kancelářích
g) jiné.....

13. Máte děti?

a) ano b) ne

14. Do jaké věkové skupiny patříte?

a) do 20 b) 21 – 40 c) 41- 60 d) 61 a víc

15. jakého jste pohlaví?

a) žena b) muž