

Projektový newsletter



Asociace
soukromého
zemědělství ČR

AGROTURISTIKA: CO UKAZUJÍ VÝZKUMY

Agroturistika může přinést další příjem, ale také změnit pracovní vytížení a život farmářské rodiny. Zahraniční studie zkoumají tyto změny i další souvislosti — například vliv návštěvy na pozdější nákupy potravin nebo ochotu hostů platit za programy na farmách.

Jejich výsledky představujeme v **nové sérii Co ukazují výzkumy** na webu ASZ ČR. Doplnuje praktický seriál Agroturistika na rodinné farmě o poznatky z výzkumů mezi zemědělci a návštěvníky.

V prvních čtyřech článcích se dočtete:

CO FARMĚ AGROTURISTIKA PŘINESE – A CO SI VEZME

Rychlejší růst příjmů, větší zapojení rodiny, ale také méně volného času. Dvě navazující studie alpských farem sledovaly, jak agroturistika ovlivňuje hospodaření a každodenní život rodiny. → [Přečíst článek](#)

KONČÍ HODNOTA NÁVŠTĚVY U BRÁNY FARMY?

Zkušenost z farmy může ovlivnit i to, jaké potraviny si člověk později koupí. Studie z USA a Jižní Koreje zkoumaly nákupní záměry i skutečné výdaje domácností. → [Přečíst článek](#)

KDO VYDĚLÁVÁ NA KRAJINĚ, KTEROU VYTVÁŘEJÍ ZEMĚDĚLCI?

Krajina utvářená zemědělstvím má hodnotu také pro cestovní ruch. Zahraniční studie ukazují, jak souvisí s cenami ubytování a ochotou hostů připlatit si za pobyt. Příjmy z její atraktivity však mohou získávat i jiní podnikatelé než zemědělci, kteří v ní hospodaří. → [Přečíst článek](#)

LÍBÍ SE JIM TO. ALE ZAPLATÍ ZA TO?

Nejžádanější program nemusí být tím, za který lidé zaplatí nejvíce. Andaluský výzkum porovnal zájem o osm aktivit spojených s chovem hospodářských zvířat s částkami, které by za ně respondenti byli ochotni vydat. → [Přečíst článek](#)

Projektový newsletter



JAKOU PODPORU MÁ AGROTURISTIKA V REGIONECH?

Rozvoj agroturistiky závisí také na podmínkách v regionu. Počítají s ní krajské strategie? Pomáhají regionální organizace s propagací farem? A jaké možnosti spolupráce zemědělci mají?

V rámci projektu mapujeme situaci napříč všemi kraji ve spolupráci se zástupci krajů a organizacemi destinačního managementu (DMO). Zjišťujeme, jak s agroturistikou pracují, jaké formy podpory nabízejí a kde vidí překážky jejího rozvoje.

Zjištění spolu se zkušenostmi farem poslouží ASZ ČR při plánování dalších aktivit a jednání s regionálními partnery. Ukážou možnosti spolupráce i oblasti, ve kterých farmám podpora chybí.

Hlavní zjištění představíme v příštím newsletteru.

KRUH AGROTURISTIKY SE SETKÁ V LISTOPADU

Dne 13. listopadu 2026 se na statku Dolní Dvorce setká pracovní skupina Kruh Agroturistiky.

Jedním z hlavních témat bude společná propagace agroturistických farem a možnosti jejího rozvoje ve spolupráci s organizacemi destinačního managementu (DMO).

O závěrech setkání vás budeme informovat.

Projektový newsletter

CESTOVATELSKÉ TRENDY 2026

Co přitahuje pozornost hostů

ODPOČINEK BEZ VELKÉHO PROGRAMU

Výhled Booking.com pro rok 2026 upozorňuje na zájem o klidné aktivity v přírodě, například pozorování ptáků nebo rybaření. Také globální report Hilton uvádí odpočinek a načerpání sil jako nejčastější motivaci k cestování.

POTRAVINY JAKO SUVENÝR

Booking.com mezi tématy pro rok 2026 vyzdvihuje místní potraviny jako suvenýry z cest. Vedle samotného výrobku hrají roli také jeho původ, tradiční zpracování a vztah k navštívenému místu.

ZÁJEM O RODINNÁ VINAŘSTVÍ

Podle italského šetření představeného v roce 2026 byla návštěva rodinného vinařství poprvé nejrozšířenějším vinařským zážitkem. Předstihla i nákup vína za výhodnou cenu. Vinařství se navíc častěji stává zastávkou při cestách, jejichž hlavním cílem není poznávání vína.

MÉNĚ ZNÁMÉ DESTINACE

V šetření European Travel Commission pro léto a podzim 2026 dává přibližně polovina respondentů přednost méně známým destinacím. V Česku na méně navštěvovaná místa upozorňuje například letošní výběr Neobjevené skvosty.

Zdroje: Booking.com; Hilton; Roberta Garibaldi / Ascovilo; European Travel Commission; CzechTourism.

