

---

**Univerzita Pardubice**  
**Fakulta ekonomicko - správní**

**Odvětvová analýza - aktivní a domácí cestovní ruch České republiky**

**Bc. Hana Gabrielová**

**Diplomová práce**

**2011**

---

Univerzita Pardubice  
Fakulta ekonomicko-správní  
Akademický rok: 2010/2011

**ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**  
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Hana GABRIELOVÁ**  
Osobní číslo: **E09580**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Ekonomika a management podniku**  
Název tématu: **Odvětvová analýza - aktivní a domácí cestovní ruch ČR**  
Zadávací katedra: **Ústav ekonomiky a managementu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Rešerže odborné literatury a dalších pramenů.
2. Stanovení cílů práce a hypotézy, volba metod.
3. Sociálně-ekonomický význam odvětví cestovního ruchu.
4. Analýza odvětví cestovního ruchu ČR (Porterův model, ukazatelé výkonnosti).
5. Trendy aktivního a domácího cestovního ruchu ČR v regionálním kontextu.
6. Formulace závěrů.

Rozsah grafických prací: -  
Rozsah pracovní zprávy: cca 50 stran  
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická


Seznam odborné literatury:

1. MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Nová regionální politika : vstupujeme do Evropy, regionální politika, územní plánování, bytová politika, cestovní ruch. Praha : DaDa a.s., 2002. 430 s. ISBN 80-903064-1-1.
2. MOLDAN, Bedřich; HÁK, Tomáš; KOLÁŘOVÁ, Hana. Hospodářské sektory a environmentální integrace : ( K udržitelnému rozvoji ČR: vytváření podmínek ). Praha, Univerzita Karlova v Praze : Centrum UK pro otázky ŽP, 2002. Svazek 3, 520 s. ISBN 80-238-8378-X.
3. PALATKOVÁ, Monika. Marketingová strategie destinace cestovního ruchu : Jak získat více příjmů z cestovního ruchu. Praha : Grada a.s. Publishing, 2006. 380 s. ISBN 80-247-1014-5.
4. PORTER, Michael E. Konkurenční strategie : Metody pro analýzu odvětví a konkurentů. Praha : Victoria Publishing, 1994. 403 s. ISBN 80-85605-11-2.
5. EVANS, Nigel; CAMPBELL, David; STONEHOUSE, George. Strategic Management for Travel and Tourism. Oxford : Elsevier-Butterworth-Heinemann, 2005. 412 s. ISBN 0-7506-4854-6.
6. PAGE, Stephen J. Tourism Management : Managing for change. Oxford : Elsevier-Butterworth-Heinemann, 2005. 381 s. ISBN 0-7506-5752-9.
7. VANHOVE, Norbert. The economics of tourism destinations. Oxford : Elsevier-Butterworth-Heinemann, 2005. 251 s. ISBN 0-7506-66374.


Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Ivana Kraftová, CSc.**  
Ústav ekonomiky a managementu

Datum zadání diplomové práce: **23. června 2010**

Termín odevzdání diplomové práce: **30. dubna 2011**

  
doc. Ing. Renáta Myšková, Ph.D.  
děkanka

L.S.

  
doc. Ing. Marcela Kožená, Ph.D.  
vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 25. června 2010

---

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 30. 4. 2011

Bc. Hana Gabrielová

---

## **Poděkování**

Na tomto místě bych velice ráda poděkovala paní doc. Ing. Ivaně Kraftové, CSc., za velice přátelské a odborné vedení, cenné rady a pomoc při zpracování této diplomové práce.

---

## **Anotace**

Práce je věnována analýze a popisu odvětví cestovního ruchu v ČR a zkoumání odlišností jednotlivých regionů ČR podle zvolených ukazatelů.

V práci je charakterizován význam odvětví cestovního ruchu a je vymezena typologie cestovního ruchu. Pozornost je věnována sociálně - ekonomickým dopadům cestovního ruchu v ČR a působení multiplikačního efektu a senzitivity spojené s odvětvím cestovního ruchu.

Zvláštní pozornost je věnována analýze odvětví cestovního ruchu pomocí Porterova modelu pěti sil, současně jsou analyzovány jednotlivé kraje ČR na základě vybraných ukazatelů cestovního ruchu. Za účelem zjištění regionálního rozložení cestovního ruchu v ČR byla provedena komparace těchto ukazatelů.

Práce zachycuje vývoj cestovního ruchu v ČR, popisuje nástroje podpory v oblasti cestovního ruchu a snaží se zachytit trendy aktivního a domácího cestovního ruchu v ČR.

Hlavním cílem této práce je analýza a popis odvětví cestovního ruchu v ČR po roce 2003, zkoumání odlišností jednotlivých regionů ČR podle zvolených ukazatelů.

## **Klíčová slova**

Typologie cestovního ruchu

Odvětvová analýza

Socio - ekonomické faktory

Regionální ukazatele výkonnosti

Porterův model pěti sil

Partnerství veřejného a soukromého sektoru

Podpora a trendy cestovního ruchu

---

## **Title**

Industry analysis - active and domestic tourism in the Czech Republic

## **Annotation**

This thesis focuses on description and analysis of the tourism industry in the Czech Republic and examination differences individual regions according to selected indicators.

This thesis presents the importance of the tourism industry and describes a typology of tourism. Attention is devoted socio - economic impacts of tourism in the Czech Republic and multiplier effect and sensitivity associated with the tourism industry.

Special attention is devoted analysis of the tourism using Porter's five forces model. At the same time are analyzed individual regions in the Czech Republic on the basis of selected indicators. In order to determine the regional distribution of tourism in the Czech Republic was the comparison of these indicators.

This thesis describes tourism development, support tools in tourism and describes trends aktive and domestic tourism in the Czech Republic.

Main target of this thesis is analysis and description of the tourism industry in the Czech Republic after 2003, examination differences individual regions according to selected indicators.

## **Keywords**

Typology of tourism

Industry analysis

Socio - economic factors

Regional performance indicators

Porter's five forces model

The partnership of public and private sector

Support and trends in tourism

---

# OBSAH

ÚVOD .....	10
<b>1 CHARAKTERISTIKA ODVĚTVÍ CESTOVNÍHO RUCHU .....</b>	<b>12</b>
1.1 ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA CESTOVNÍHO RUCHU .....	12
1.2 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU .....	18
1.2.1 <i>Druhy cestovního ruchu</i> .....	18
1.2.2 <i>Formy cestovního ruchu</i> .....	20
1.3 ODVĚTVÍ CESTOVNÍHO RUCHU Z CELOSVĚTOVÉHO HLEDISKA .....	23
1.4 ODVĚTVOVÁ ANALÝZA .....	31
1.5 PORTERŮV MODEL PĚTI SIL .....	31
1.5.1 <i>Hrozba nově vstupujících firem</i> .....	32
1.5.2 <i>Soupeření mezi existujícími konkurenty</i> .....	34
1.5.3 <i>Hrozba substitučních výrobků nebo služeb</i> .....	35
1.5.4 <i>Vyjednávací vliv odběratelů</i> .....	36
1.5.5 <i>Vyjednávací vliv dodavatelů</i> .....	36
<b>2 SOCIÁLNĚ – EKONOMICKÝ VÝZNAM ODVĚTVÍ CESTOVNÍHO RUCHU V ČR.....</b>	<b>37</b>
2.1 EKONOMICKÝ VÝZNAM CESTOVNÍHO RUCHU .....	37
2.1.1 <i>Dopad cestovního ruchu na platební bilanci státu</i> .....	38
2.1.2 <i>Podíl cestovního ruchu na HDP</i> .....	39
2.1.3 <i>Spotřeba domácího a aktivního cestovního ruchu</i> .....	41
2.1.4 <i>Cestovní ruch jako významný faktor zaměstnanosti</i> .....	43
2.2 SOCIO - KULTURNÍ FAKTORY CESTOVNÍHO RUCHU .....	46
2.2.1 <i>Sociálně odpovědný cestovní ruch – „Cestovní ruch pro všechny“</i> .....	48
2.2.2 <i>Trvale udržitelný cestovní ruch</i> .....	49
2.2.3 <i>Vliv cestovního ruchu na životní prostředí</i> .....	50
2.3 MULTIPLIKAČNÍ EFEKT A SENZITIVITA SPOJENÁ S ODVĚTVÍM CESTOVNÍHO RUCHU .....	53
<b>3 ANALÝZA ODVĚTVÍ CESTOVNÍHO RUCHU ČR.....</b>	<b>60</b>
3.1 APLIKACE PORTEROVA MODELU PĚTI SIL V ODVĚTVÍ CESTOVNÍHO RUCHU .....	60
3.1.1 <i>Hrozba nově vstupujících firem</i> .....	60
3.1.2 <i>Soupeření mezi existujícími konkurenty</i> .....	63
3.1.3 <i>Hrozba substitučních služeb</i> .....	69
3.1.4 <i>Vyjednávací vliv odběratelů</i> .....	69
3.1.5 <i>Vyjednávací vliv dodavatelů</i> .....	70
3.2 VYBRANÉ UKAZATELE V CESTOVNÍM RUCHU V REGIONÁLNÍM KONTEXTU .....	72
3.3 PARTNERSTVÍ PRO CESTOVNÍ RUCH V REGIONU .....	79
3.3.1 <i>Současný systém organizace cestovního ruchu v Jihomoravském kraji</i> .....	81
3.3.2 <i>Současný systém organizace cestovního ruchu v Pardubickém kraji</i> .....	83
3.4 VZTAH MEZI REGIONÁLNÍ TVORBOU BOHATSTVÍ A VÝKONNOSTÍ CESTOVNÍHO RUCHU .....	87



---

<b>4</b>	<b>TRENDY AKTIVNÍHO A DOMÁCÍHO CESTOVNÍHO RUCHU V ČR V REGIONÁLNÍM KONTEXTU.....</b>	<b>91</b>
4.1	VÝVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V ČR PO ROCE 1989 DO SOUČASNOSTI.....	93
4.1.1	<i>Výhody členství v EU z hlediska cestovního ruchu .....</i>	<i>96</i>
4.1.2	<i>Bariéry možného rozvoje potenciálu cestovního ruchu v ČR.....</i>	<i>98</i>
4.2	PROGRAMY A KONCEPČNÍ DOKUMENTY V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU .....	100
4.2.1	<i>Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013.....</i>	<i>101</i>
4.2.2	<i>Konsolidovaný plán podpory cestovního ruchu 2010 / 2011.....</i>	<i>103</i>
4.2.3	<i>Regionální operační programy.....</i>	<i>105</i>
4.3	VNITŘNÍ CESTOVNÍ RUCH V ČR.....	107
4.4	TRENDY CESTOVNÍHO RUCHU V ČR.....	116
<b>5</b>	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>120</b>
<b>6</b>	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>125</b>
<b>7</b>	<b>SEZNAM GRAFŮ.....</b>	<b>133</b>
<b>8</b>	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>134</b>
<b>9</b>	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ.....</b>	<b>134</b>
<b>10</b>	<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK .....</b>	<b>135</b>
<b>11</b>	<b>SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>136</b>

---

# Úvod

Odvětví cestovního ruchu tvoří významnou složku světové ekonomiky i hospodářství jednotlivých států. V některých oblastech tvoří hlavní zdroj příjmů obyvatel. Ve 20. století se cestovní ruch stal běžnou součástí životního stylu mnoha lidí. Na jedné straně je zdrojem přínosů (jak ve sféře ekonomické, tak i sociální), ale na straně druhé, jako s každým druhem podnikání, tak i s cestovním ruchem jsou spojena určitá rizika a negativní vlivy, zejména v podobě škod na životním prostředí.

Dopady cestovního ruchu na území, místní obyvatele i návštěvníky mohou být pozitivní i negativní. Mezi pozitivní dopady, které cestovní ruch přináší, patří zejména nová pracovní místa, zvýšení finančních příjmů regionů, obcí i obyvatel. Negativní dopady spočívají především v ohrožení přírodního bohatství či specifické lokální kultury. Proto veškeré aktivity spojené s cestovním ruchem by měly být realizovány tak, aby se minimalizovala případná negativa, tzn. je důležitá snaha o dlouhodobou udržitelnost těchto aktivit.

Diplomová práce je rozdělena do čtyř kapitol. První kapitola je věnována charakteristice odvětví cestovního ruchu, zachycuje význam cestovního ruchu z celosvětového hlediska. Je zde popsána analýza odvětví pomocí Porterova modelu pěti sil v teoretické rovině. Druhá kapitola popisuje sociálně - ekonomický význam odvětví cestovního ruchu v ČR. Ve třetí kapitole je využit Porterův model pěti sil k analýze odvětví cestovního ruchu v ČR. V práci je hodnocena hrozba vstupu nových konkurentů do odvětví, rivalita mezi existujícími subjekty, hrozba substitutů, vyjednávací síla odběratelů a dodavatelů. Dále jsou v práci analyzovány vybrané ukazatele cestovního ruchu z regionálního hlediska, pozornost je věnována i spolupráci veřejného a soukromého sektoru. Čtvrtá kapitola zachycuje postavení cestovního ruchu v jednotlivých regionech ČR a popisuje programy a koncepční dokumenty v oblasti cestovního ruchu.

Hypotéza práce, která je v ní verifikována, je tvrzení:

- a) V jednotlivých regionech ČR (vyjma Prahy) je cestovní ruch diverzifikované odvětví z hlediska vybraných ukazatelů cestovního ruchu (kapacitní, výkonnostní a ukazatele prostředí), měřeno odchylkou od průměrných hodnot.
- b) V odvětví cestovního ruchu ČR existuje souvislost mezi regionální tvorbou bohatství a výkonností cestovního ruchu zkoumána prostřednictvím regionálního HDP na 1 obyvatele a hrubou přidanou hodnotou odvětví pohostinství a ubytování.

---

**Hlavním cílem této práce je analýza a popis odvětví cestovního ruchu v ČR po roce 2003, zkoumání odlišností jednotlivých regionů ČR podle zvolených ukazatelů.**

Dílčí cíle jsou rozpracovány do čtyř oblastí.

- Charakterizovat odvětví cestovního ruchu a vymezit typologii v cestovním ruchu.
- Zachytit ekonomické dopady a socio - kulturní význam cestovního ruchu a popsat multiplikační efekt a senzitivitu spojenou s odvětvím cestovního ruchu.
- Provést analýzu odvětví cestovního ruchu pomocí Porterova modelu pěti sil, analýzu jednotlivých regionů ČR na základě vybraných ukazatelů za účelem zjištění odlišností regionů ČR.
- Zachytit vývoj cestovního ruchu v ČR od roku 1989 do současnosti, popsat nástroje podpory v oblasti cestovního ruchu a zachytit trendy aktivního a domácího cestovního ruchu.

K dosažení těchto cílů jsou použity komparační metody, metody popisu, analýza struktury, matematicko - statistické metody a syntéza dosažených výsledků.

Pro zpracování práce jsou využity literární prameny českých autorů, ale i zahraničních zdrojů. Dále je využíváno mnoho aktuálních elektronických zdrojů, zejména databáze statistických dat, kde nejvýznamnější pro cestovní ruch je World Travel and Tourism Council (WTTC, Světová rada cestování a turismu), Český statistický úřad (ČSÚ) a Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR).

---

# 1 Charakteristika odvětví cestovního ruchu

## 1.1 Základní charakteristika cestovního ruchu

Odvětví cestovního ruchu patří mezi nejvýznamnější součásti národní i světové ekonomiky. Cestovní ruch (dále jen CR) je v současnosti označován přímo za turistický průmysl, tvoří velmi široký komplex činností a podílí se na něm celá řada subjektů.

Odvětví CR lze definovat jako „*souhrn veřejných a soukromých subjektů a organizací, které se podílejí na vývoji, produkci, distribuci, poskytování a marketingu produktů a služeb sloužících potřebám cestujících*“.<sup>1</sup> Pro takové vymezení odvětví CR se užívá označení „turismus“. Cílem tohoto odvětví je umožnit, organizovat a zpříjemnit zákazníkům cestování (rekreační nebo poznávací). K uspokojení přání a potřeb zákazníka je potřeba široká škála profesí a podnikatelských subjektů. Jedná se zejména o cestovní kanceláře a cestovní agentury, informační kanceláře a střediska, různá ubytovací zařízení (hotely, motely, horské chaty, kempy, ubytování v soukromí apod.), různá stravovací zařízení, zábavní zařízení. Neméně potřebná je síť letecké, železniční i autobusové dopravy, dále sportovně-rekreační zařízení, producenti potravin, peněžní ústavy, vydavatele publikací atd., tedy vše, co tvoří tzv. infrastrukturu CR.

Existuje několik přístupů, jak definovat pojem CR. Podle United Nations World Tourism Organization<sup>2</sup> (Světové organizace cestovního ruchu, dále jen UNWTO) je definován CR následujícím způsobem: „*Tourism is a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes.*“<sup>3</sup>

„*Cestovní ruch je mezinárodně definován jako činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahující se k činnosti, za kterou jsou z navštěvovaného místa odměňováni.*“<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. Praha :, 2008 [cit. 2010-12-15]. Průmysl cestovního ruchu. Dostupné z WWW: <<http://www.garep.cz/publikace/prumysl-cestovniho-ruchu.pdf>>.

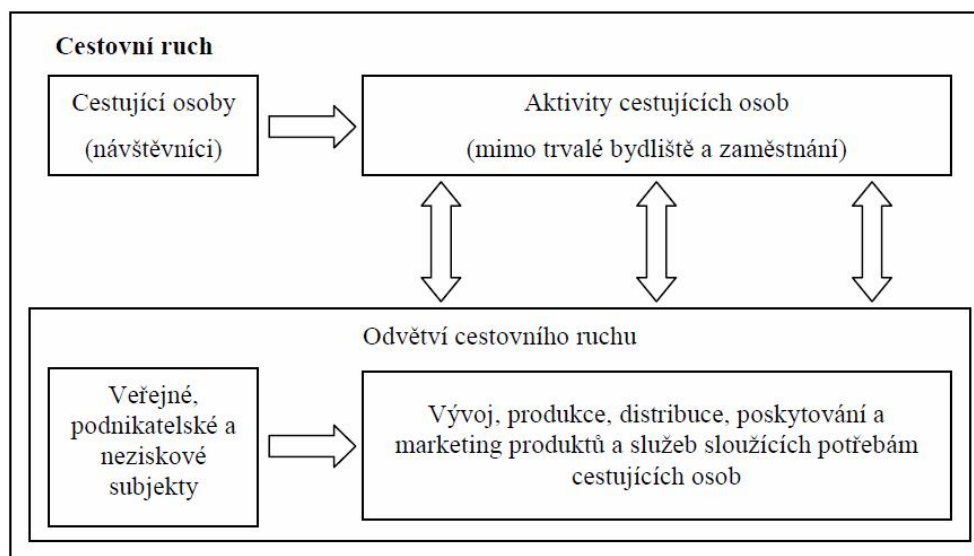
<sup>2</sup> UNWTO je jedinou mezinárodní organizací, která slouží jako globální fórum pro politiku a problémy cestovního ruchu. Jejími členy je 144 zemí a území, zároveň má 350 přidružených členů pocházejících z veřejného i soukromého sektoru. Cílem UNWTO je podporovat a rozvíjet cestovní ruch jako významný prostředek podpory mezinárodního míru a porozumění, ekonomického rozvoje a mezinárodního obchodu.

<sup>3</sup> World Tourism Organization UNWTO [online]. 2000 [cit. 2011-02-24]. Understanding Tourism. Dostupné z WWW: <[http://www.unwto.org/pdf/Understanding\\_Tourism-BasicGlossary\\_EN.pdf](http://www.unwto.org/pdf/Understanding_Tourism-BasicGlossary_EN.pdf)>.

<sup>4</sup> CzechTourism [online]. 2005, 2010 [cit. 2010-12-15]. Charakteristika a význam cestovního ruchu. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>>.

„Cestovní ruch je mnohostranným odvětvím, které zahrnuje dopravu, turistická zařízení, poskytující ubytování a stravování, služby cestovních kanceláří a agentur, průvodcovské služby, turistické informační systémy a další infrastrukturu či další služby cestovního ruchu.“<sup>5</sup>

Podle AIEST<sup>6</sup> je CR definován „jako souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání.“



**Obrázek č. 1: Struktura vztahů v cestovním ruchu**

Zdroj: [43]

Odvětví CR, jak bylo představeno výše, slouží k naplnění aktivit CR. Je v úzké vazbě s odvětvím pohostinských služeb. Ubytovací a stravovací služby představují z hlediska ekonomického klíčovou součást.

Odvětví CR je spojeno s řadou specifik, z nichž jako nejvýznamnější lze uvést:

- Rozvoj CR je podmíněn politicko-správními podmínkami.
- Produkty CR nelze vyrábět na sklad.
- Uplatňuje se silná místní vázanost, bezprostřední spojitost s územím (místem), ve kterém se realizuje, a zejména s jeho kvalitou životního prostředí.
- Obvyklá je výrazná sezónnost.
- Trh je silně determinován přírodními faktory a dalšími nepředvídatelnými jevy.
- Je založeno na vysokém podílu lidské práce.

<sup>5</sup> CzechTourism [online]. 2005, 2010 [cit. 2010-12-15]. Charakteristika a význam cestovního ruchu. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>>.

<sup>6</sup> AIEST –International association of scientific experts in tourism ( Mezinárodní sdružení expertů cestovního ruchu)

- 
- Existuje těsný vztah nabídky a poptávky (změny v cenách a příjmech se obvykle bezprostředně projeví na trhu). V ekonomickém smyslu jde o vysokou elasticitu poptávky.
  - Poptávka je výrazně ovlivňována důchody obyvatelstva, fondem volného času, cenovou hladinou nabízených služeb, spotřebitelskými preferencemi, motivací, módou a prestiží, celkovým způsobem života.
  - Nabídku silně ovlivňuje také rozvoj infrastruktury a využívání techniky a technologií.<sup>7</sup>

### **Faktory ovlivňující cestovní ruch**

Činitelé ovlivňující rozvoj CR je možné rozdělit na selektivní (stimulační) faktory, lokalizační a realizační faktory.

- Mezi selektivní (stimulační) faktory lze zařadit:
  - Politické faktory: Zde hraje velký význam mírové uspořádání světa, válečné konflikty, charakter politického systému (střídání vlád, teror a násilí, kriminalita).
  - Ekonomické předpoklady: CR ovlivňuje např. směnitelnost měny, výše reálné mzdy, kupní síla obyvatelstva, podpora podnikání v CR.
  - Demografické skutečnosti: Počet obyvatel, ekonomická aktivita, mobilita, zvyšující se urbanizace.
  - Ekologické podmínky: Rozvoj CR může ohrozit kvalitu přírody. Zde je významný uplatňování zásad trvale udržitelného rozvoje ekonomiky a rozvoje a obnovy kvality venkovského prostředí, péče státu o životní prostředí.
  - Administrativní podmínky: Představují soubor právních předpisů, zákonů a vyhlášek o CR např. celní a devizové předpisy, pasové a vízové podmínky, daňová legislativa apod.
  - Sociální vlivy: Do této skupiny lze zahrnout životní úroveň, životní styl, fond volného času.
  - Materiálně-technické vlivy: Rozvoj informačních technologií, úroveň dopravy, ubytování, stravování, obchod.

Do této kategorie patří také řada psychologických faktorů, které souvisí se spotřebitelským chováním, které je ovlivňováno motivací, vnímáním, učením se a postoji.

- Lokalizační podmínky

Lokalizační podmínky CR rozhodují o funkčním využití konkrétních oblastí pro CR z hlediska jejich přírodních možností, mezi které patří klimatické a hydrologické poměry,

---

<sup>7</sup> Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. Praha :, 2008 [cit. 2010-12-15]. Průmysl cestovního ruchu. Dostupné z WWW: <<http://www.garep.cz/publikace/prumysl-cestovniho-ruchu.pdf>>.

---

reliéf, fauna a flóra. Podmínky společenského charakteru jsou např. kulturně historické památky, kulturní zařízení, sportovní aktivity a různá sportovní utkání, mistrovství, karnevaly apod.

- Realizační podmínky

Realizační podmínky mají dominující postavení pro různé formy CR. Umožňují prostřednictvím dopravy využívání materiálně technické základny, tj. ubytovací zařízení, stravování, sportovně rekreační zařízení, účelová zařízení, cestovní kanceláře.<sup>8</sup>

### **Internet a nové informační technologie**

Zvláštní pozornost v oblasti CR je nutné věnovat rozvoji informačních technologií (dále jen ICT). V běžném životě hrají informace klíčovou roli, jelikož na jejich základě provádíme řadu rozhodnutí. O to závažnější je význam informací pro CR. Při současném stupni vývoje společnosti jsou tyto informace skladovány a tříděny při využití moderních ICT, které se neustále zdokonalují.

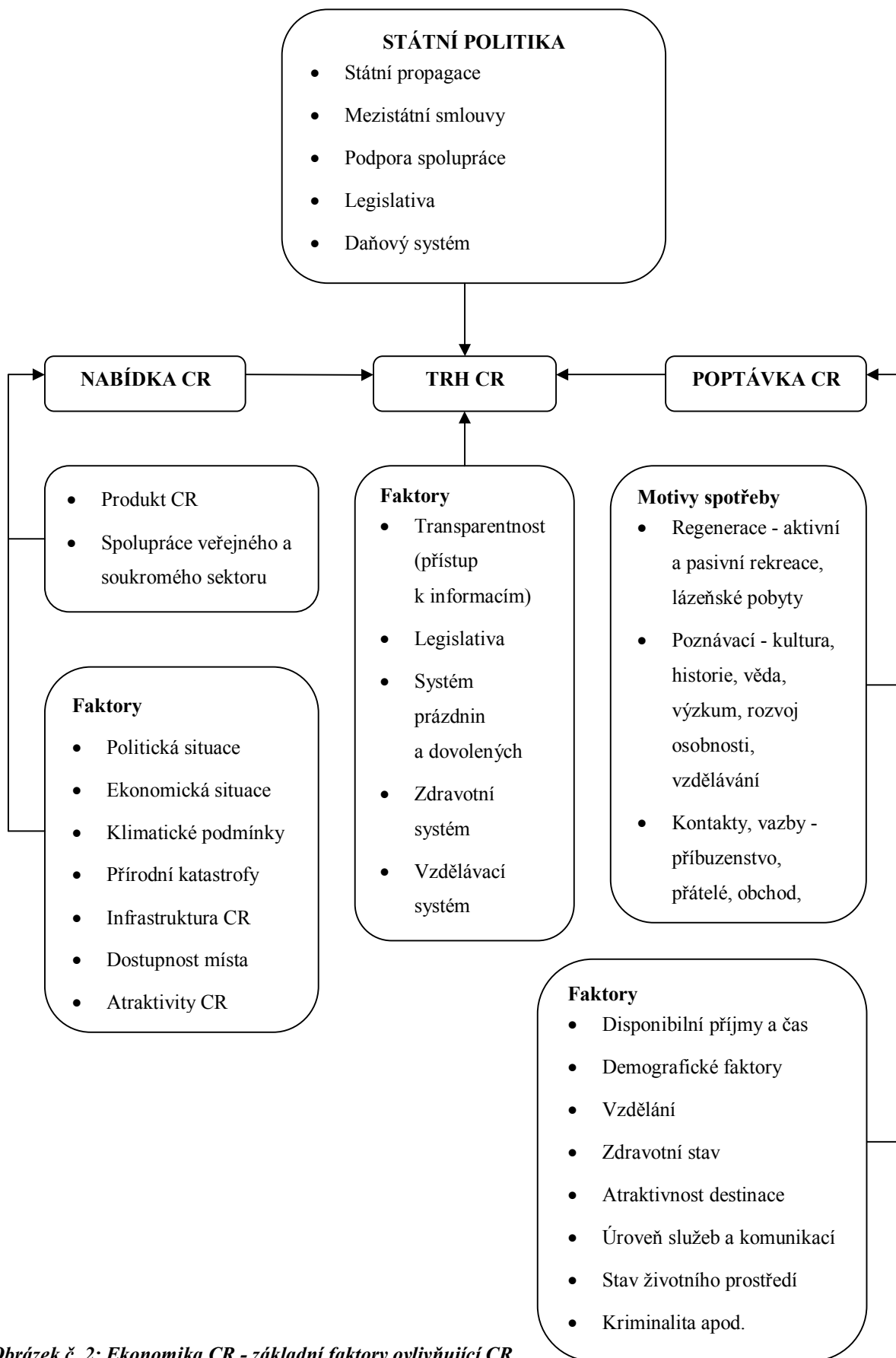
Internet je dnes všudypřítomným informačním médiem, které zasahuje do všech oblastí společnosti. Jedná se o nejpoužívanější počítačovou síť dneška. Stejně jako pro jiné ekonomické aktivity je i pro CR významným nástrojem poskytujícím subjektům CR (na straně poptávky i nabídky) cenné informace včetně jejich výměny. Pro soukromý sektor je důležitým pracovním nástrojem, stejně tak i pro ostatní nekomerční subjekty působící na trhu CR. Předností internetu je především rychlá, efektivní a levná prezentace subjektů, poskytovaných služeb a dalších informací (včetně statistik nebo dokumentů důležitých pro CR). Prezentačních stránek je v oblasti CR velké množství. Jednou z hlavních domén internetu je, že webové stránky jsou marketingovým nástrojem CR, na druhé straně jejich vzhled i obsah je nutné pravidelně aktualizovat a vyhodnocovat.

Na internetu je možné získat nejdůležitější informace a služby zaměřené na CR jako je např.:

- Prezentace destinace CR.
- Prezentace nabídky služeb subjektů CR (cestovní kanceláře, hotely a restaurace).
- On-line rezervace služeb CR.
- Další informace z oblasti CR (statistické přehledy, počasí, politická doporučení i zpravodajství pro různé oblasti světa atd.).

---

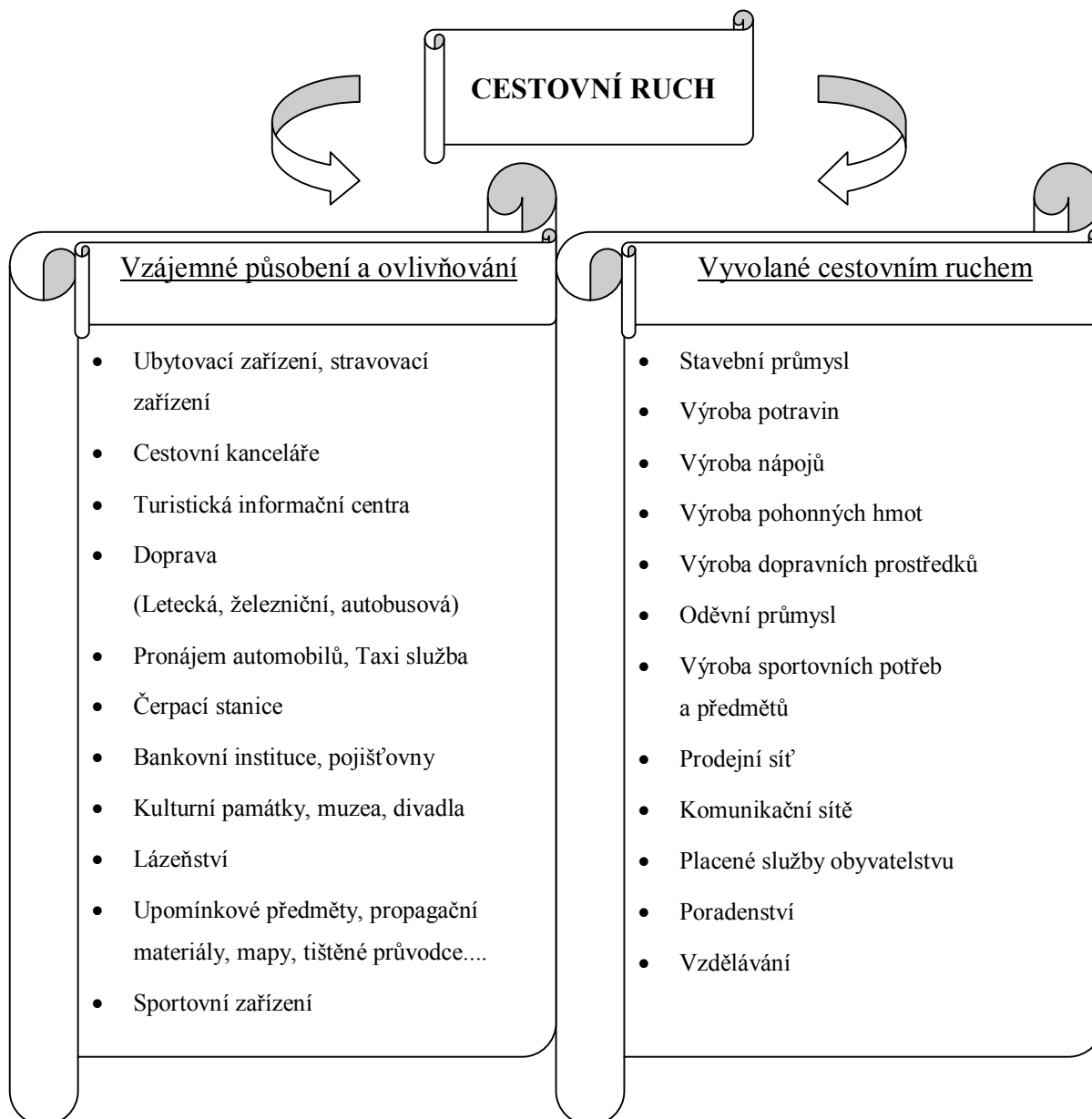
<sup>8</sup> RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch*. Ostrava : KEY Publishing, 2009. 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.



**Obrázek č. 2: Ekonomika CR - základní faktory ovlivňující CR**  
 Zdroj: Vlastní zpracování



CR je odvětvím, které zahrnuje nejrůznější služby a je napojeno na mnoho dalších hospodářských činností. V tomto odvětví převažují malé a střední podniky. Obrázek č. 3 znázorňuje vzájemné působení CR na jiná odvětví a také jaký nepřímý vliv má CR na odvětví ekonomické činnosti.



**Obrázek č. 3: Cestovní ruch a jeho vazby na odvětví ekonomické činnosti**  
Zdroj: Vlastní zpracování

CR zasahuje svým rozvojem do dalších odvětví ekonomické činnosti, která se vzájemně ovlivňují. Jedná se zejména na ubytovací a stravovací zařízení, cestovní kanceláře, dopravu, bankovní instituce, muzea, divadla nebo sportovní zařízení. CR nepřímo ovlivňuje např. výrobu potravin a nápojů, oděvní průmysl, komunikační sítě, kulturu a působí na mnohá další odvětví, která vytváří produkty související s poskytováním služeb týkajících se volného

---

času. Šíře oboru CR tak ve svých ekonomických souvislostech přináší značný multiplikační efekt.

## 1.2 Typologie cestovního ruchu

Typologií CR rozumíme soubor různých účelových členění vztahů a jevů vyplývajících z cestování a pobytu osob. CR se projevuje v různých druzích a formách, které se neustále vyvíjejí a obohacují v závislosti na poptávce účastníků CR a možnostech nabídky. Odborná literatura vyčleňuje v rámci CR formy a druhy. V odborné literatuře se nachází množství odchylek a lze narazit i na překrývání jednotlivých kategorií. Je to dáno obrovským rozsahem CR a jeho neustálým vývojem.

- Druhy cestovního ruchu – jsou stanoveny na základě způsobu realizace.
- Formy cestovního ruchu – určují se na základě motivace účasti na CR.

### 1.2.1 Druhy cestovního ruchu

Druhy CR zohledňují převážně jevový průběh CR a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských či jiných podmínkách. Jde o členění založené na vnějších faktorech.<sup>9</sup>

→ Podle místa realizace ve vztahu k danému státu můžeme členit CR na:

a) Domácí CR představuje aktivity spojené s účastí občanů dané země na CR v rámci jejího území. Domácího CR lze definovat následujícím způsobem:

*Domácí cestovní ruch je cestovní ruch rezidentů na území České republiky. Spotřeba v domácím cestovním ruchu je spotřeba rezidentů v České republice, a to i ta část spotřeby spojená s návštěvou (konečným cílem cesty) jiné země, pokud byla realizována v České republice).<sup>10</sup>*

b) Zahraniční CR je možné členit na aktivní (příjezdový, incoming) CR, pasivní CR (výjezdový, outcoming) a tranzitní CR.

---

<sup>9</sup> World Tourism Organization UNWTO [online]. 2000 [cit. 2011-02-24]. Understanding Tourism. Dostupné z WWW: <[http://www.unwto.org/pdf/Understanding\\_Tourism-BasicGlossary\\_EN.pdf](http://www.unwto.org/pdf/Understanding_Tourism-BasicGlossary_EN.pdf)>.

<sup>10</sup> Český statistický úřad [online]. 20.11.2010 [cit. 2010-12-15]. Cestovní ruch. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/22003A4870/\\$File/921108m.pdf](http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/22003A4870/$File/921108m.pdf)>.

---

Aktivní CR zahrnuje veškeré aktivity spojené s příjezdem občanů ze zahraničí do dané země. Jedna z uváděných definic tohoto CR je následující:

***Aktivní cestovní ruch** (také příjezdový) zahrnuje návštěvu a pobyt nerezidentů na území České republiky. Spotřeba v příjezdovém cestovním ruchu je chápána jako celkový objem prostředků vydaných na cestovní ruch nerezidenty plynoucích do navštívené země. To znamená, že započítávána je i ta část výdajů, které jsou zaplacený mimo území České republiky (v zemi nerezidenta), ale formou různých plateb do České republiky směřují (např. platby za ubytování v rámci zájezdu).*<sup>11</sup>

Pasivní CR představuje souhrn aktivit spojených s výjezdem občanů dané země do zahraničí. Definice pasivního CR podle ČSÚ je následující:

***Pasivní cestovní ruch** (také výjezdový) zahrnuje návštěvu a pobyt rezidentů mimo území České republiky. Spotřeba ve výjezdovém cestovním ruchu je chápána jako spotřeba rezidentských návštěvníků mimo ekonomické území vlastní země (tj. všechny výdaje rezidentů za cestovní ruch realizované v zahraničí). Nezahrnuje výrobky zakoupené na cestu nebo po cestě v České republice (ty patří do spotřeby domácího cestovního ruchu).*<sup>12</sup>

Dále existuje tranzitní CR – jedná se o průjezd cestujícího přes území projížděného státu do jiného cílového státu, zpravidla bez přenocování. Tranzitní CR zahrnuje veškeré aktivity spojené s občany ze zahraničí danou zemí projíždějících.

c) Vnitrostátní (vnitřní) CR představuje aktivity spojené s domácím a aktivním CR.

***Vnitřní cestovní ruch** (domácí a aktivní) je cestovní ruch rezidentů i nerezidentů na území České republiky. Spotřeba ve vnitřním cestovním ruchu vyjadřuje celkový objem financí utracených za cestovní ruch v národním hospodářství (tj. všechny výdaje za cestovní ruch realizované v České republice).*<sup>13</sup>

d) Národní CR zahrnuje domácí CR a pasivní CR, tj. aktivity rezidentů na území státu a výjezdové cesty obyvatel dané země do cizích destinací.

→ Dále je možno CR členit podle vztahu k platební bilanci daného státu.

a) Dovoz deviz – tzn. příjmy z CR plynoucí z příjezdu občanů ze zahraničí do dané země.

b) Vývoz platebních prostředků – zahrnuje výdaje rezidentů dané země v zahraničí.

→ CR členíme podle délky trvání na:

---

<sup>11</sup> Český statistický úřad [online]. 20.11.2010 [cit. 2010-12-15]. Cestovní ruch. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/22003A4870/\\$File/921108m.pdf](http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/22003A4870/$File/921108m.pdf)>.

<sup>12</sup> Český statistický úřad [online]. 20.11.2010 [cit. 2010-12-15]. Cestovní ruch. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/22003A4870/\\$File/921108m.pdf](http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/22003A4870/$File/921108m.pdf)>.

<sup>13</sup> RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch*. Ostrava : KEY Publishing, 2009. 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.

- 
- a) Krátkodobý CR, který obsahuje cesty zahrnující maximálně 3 přenocování.
  - b) Dlouhodobý CR, kam řadíme cesty se 4 a více přenocováními a kratší než 1 rok.

→ Podle způsobu zabezpečení průběhu rozlišujeme:

- a) Organizovaný CR, u nějž je účast zajišťována prostřednictvím cestovní kanceláře nebo jiného zprostředkovatele.
- b) Neorganizovaný CR, kdy si účast zajišťuje účastník sám.

→ Podle způsobu účasti a formy úhrady nákladů na účast členíme CR na:

- a) Volný (komerční) CR, kde si účastník hradí veškeré náklady sám, jeho účast není ničím podmíněna.
- b) Vázaný (nekomerční) CR, zde účastník hradí pouze část nákladů, ostatní hradí zaměstnavatel, pojišťovna. Účast je podmíněna splněním určité podmínky (zdravotní pojištění, členství v odborech).

→ Dále rozlišujeme CR podle počtu účastníků na:

- a) Skupinový (hromadný) CR, který představuje turistiku větších skupin osob.
- b) Individuální CR představující cesty jednotlivců nebo malých skupin uskutečněné samostatně.

→ CR rozložený během roku lze rozčlenit na:

- a) Sezónní (letní, zimní)
- b) Celoroční

## **1.2.2 Formy cestovního ruchu**

Formy CR jsou odvozeny zejména od motivace návštěvníků a vystihují charakter trávení času ze strany účastníka. Mezi primární motivy realizace CR patří motivy rekreační, kulturní, společenské, sportovní, ekonomické a specifické.<sup>14</sup>

### **Rekreační cestovní ruch**

Rekreační CR je primární forma CR. Cíl tohoto CR lze charakterizovat jako uskutečňování odpočinkových aktivit ve volném čase. Kromě pasivního odpočinku a obnovování fyzických a duševních sil člověka bývají jeho aktivity spojeny s aktivním pobytem v přírodě, sportem a s pěstováním individuálních zálib. Jeho specifická forma bývá označována za „druhé

---

<sup>14</sup> *CzechTourism* [online]. 2005, 2010 [cit. 2010-12-15]. Charakteristika a význam cestovního ruchu. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>>.

---

bydlení“. Pod tímto pojmem rozumíme nejen víkendové pobyty, ale i trávení dovolené na chatách.

### **Kulturně – poznávací cestovní ruch**

Tato forma je nejen u nás, ale i v dalších evropských státech nabývá na popularitě. Účastníci této stále se rozšiřující formy jsou motivováni možnostmi poznávat kulturní dědictví, zvyky a tradice jimi navštěvovaných zemí a jejich regionů. Její podstatou je seznamování se se stavebními památkami, uměleckými díly, přírodními zajímavostmi (jeskyně, vodopády apod.) a se společenskými událostmi (festivaly, slavnosti). Kulturně poznávací CR plní významnou výchovně vzdělávací funkci a přispívá k rozšiřování rozhledu obyvatelstva.

### **Kongresový cestovní ruch**

Kongresová turistika představuje specializovanou formu CR. Hlavním motivem účastníků kongresů je vzájemné předávání nových poznatků, navazování obchodních kontaktů a hledání řešení různých problémů. Jedná se o činnosti zaměřené hlavně na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností. Klasickými produkty kongresové turistiky jsou kongres, konference, sympozium, seminář apod.

### **Incentivní cestovní ruch**

Tuto formu CR využívají především manažeři velkých podniků, aby motivovali své zaměstnanci a k jejich stimulaci k podávání vyššího pracovního výkonu nebo se jedná např. o pobyty delegátů hrazené cestovní kanceláří v místě, kde budou později provádět turisty.

Aktivity pořádané v rámci incentivní turistiky mají vždy jasně stanovený obchodní, motivační cíl.

### **Zdravotně orientovaný cestovní ruch**

Zdravotně orientovaný CR má v ČR dlouholetou tradici. Je zaměřen na zdravotní péči a na rekonvalescenci. Velmi často bývá spojen s pobytem v lázních nebo v jiných léčebných zařízeních. V ČR má tato forma poměrně bohaté materiální zázemí, tj. v ČR se nachází 36 lázeňských míst s cennými přírodními zdroji, kvalifikovanými pracovníky a ubytovací kapacitou zhruba 23 000 lůžek. ČR je vyhledávanou destinací také pro zdravotní zákroky (plastická a estetická chirurgie, stomatologie, reprodukční turistika).

---

### **Sportovně zaměřený cestovní ruch**

Sportovně zaměřený CR nezahrnuje pouze cesty se sportovní náplní, jako jsou horská turistika, cykloturistika, vodní sporty, lyžování, pěší turistika. Do této skupiny řadíme i pasivní účast diváků na sportovních akcích.

### **Náboženský cestovní ruch**

Cílem tohoto specifického CR je návštěva poutních a posvátných míst, i dalších církevních památek a různých náboženských událostí.

### **Alternativní cestovní ruch**

V posledních letech se intenzivně rozvíjí **venkovský CR**, který se stává významnou alternativou vůči tradičnímu pojetí turistických aktivit. Atraktivitou tohoto CR je pobyt ve zdravém přírodním prostředí založený na zásadách udržitelného rozvoje. Venkovský CR umožňuje využít a zhodnotit jedinečnost venkovského prostředí, napomáhá obnově obce formou získávání finančních prostředků z příjmů za služby CR, umožňuje připravovat stravu pro návštěvníky z místně vypěstovaných zemědělských produktů a má pozitivní vliv na regionální rozvoj. Mezi nejvýznamnější formy tohoto alternativního CR lze řadit agroturistiku, ekoturistiku, ekoagroturistiku, lovecký CR apod.

**Agroturistika** zahrnuje rekreační nebo turistické pobyty ve venkovském prostředí, obvykle na rodinných farmách, na nichž turisté poznávají způsob venkovského života v těsném kontaktu s přírodou. **Ekoturistika** umožňuje seznamovat se s tradičním způsobem života a s kulturou dané oblasti. Často je zaměřena na putování přírodou a na její pozorování. **Ekoagroturistika** je značně vyhledávaná především zahraniční klientelou. Využívá výhod ekologicky hospodařících farem, kdy takováto farma nepoužívá při pěstování rostlin žádné syntetické přípravky ani hnojiva a zvířata jsou zde chována přirozeným způsobem. Vzhledem k tomu, že je v současnosti kladen důraz na ekologickou výrobu potravin, je uvedená forma turistiky velmi lákavá.

### **Specifické formy cestovního ruchu v ČR:**

Existuje mnoho dalších forem CR, jako je např. **seniorská forma cestovního ruchu**, která je velmi důležitá pro ČR, ve světě má tento typ turistiky značnou dynamiku, senioři jsou vyhledávaná turistická klientela. Dále je to **mládežnická forma cestovního ruchu** (tj. klientela s perspektivou pozdějších opakovaných cest).

---

Dále je možné rozlišovat **CR mimo veřejné formy**, tzn. chataři, chalupáři nebo bezplatné ubytování u příbuzných a známých.

**Kulinářská turistika** se snaží obnovit původní českou gastronomii. Restaurace označené logem Czech Specials nabízejí pravé české a moravské speciality.

**Dark tourism** umožňuje cestování na místa spojená s tragédií nebo neštěstím (např. Terezín, věznice národů na Špilberku v Brně, bojiště bitvy u Slavkova apod.).

**Filmový cestovní ruch** se zabývá cestováním na místa, kde se odehrávaly americké velkofilmové (např. zámek Kroměříž – Amadeus, Tiské skály – Letopisy Narnie, Karlovy Vary – James Bond), ale i české pohádky (Telč – Pyšná princezna, Z pekla štěstí, Švihov – Popelka).

**Voluntary tourism** (cestování dobrovolníků) kombinuje poznání a dobrovolnickou práci, přitahuje především mladé lidi. V ČR je spojeno hlavně s výpomocí v zemědělských usedlostech.<sup>15</sup>

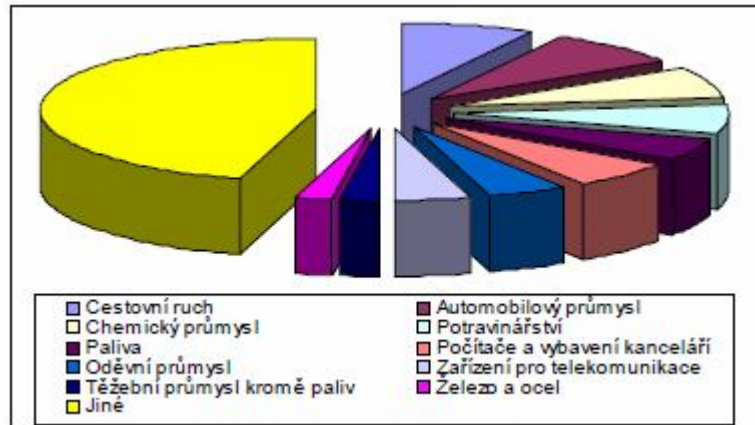
### 1.3 Odvětví cestovního ruchu z celosvětového hlediska

CR je jedno z nejvýznamnějších odvětví světového hospodářství a představuje jedno z nejprogresivnějších odvětví světové ekonomiky. Jeho příjmy jsou srovnatelné s příjmy z naftového a automobilového průmyslu. CR je významným faktorem ekonomického růstu, který svými multiplikačními efekty umožňuje přenést kapitál, příjmy i pracovní příležitosti z městských a rozvinutých oblastí do hospodářsky zaostalých regionů.

Zároveň jde o křehký obor, který podléhá vnějším vlivům a tak ztrácí na síle a stabilitě (globální ekonomická krize, živelné katastrofy, epidemie, teroristické útoky apod.).

---

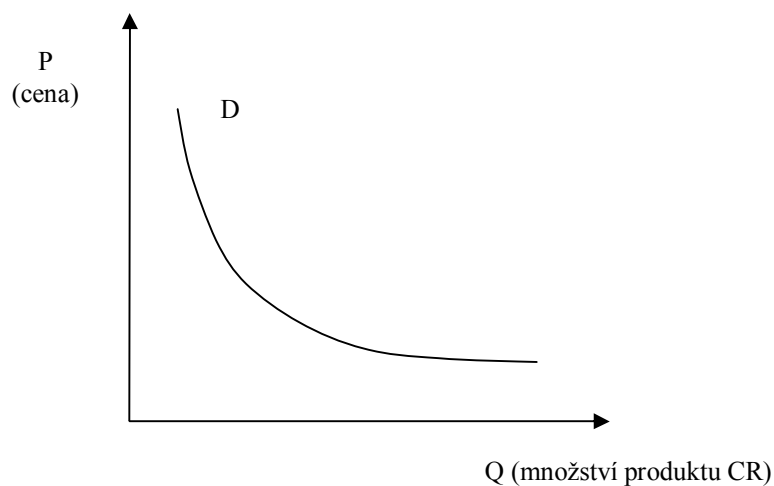
<sup>15</sup> *CzechTourism* [online]. 2005, 2010 [cit. 2010-12-15]. Charakteristika a význam cestovního ruchu. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>>.



**Graf č. 1: Pozice cestovního ruchu mezi ostatními odvětvími**  
Zdroj: [42]

Graf č. 1 znázorňuje jednotlivá odvětví světového hospodářství. Příjmy, které plynou z CR, patří v celosvětovém měřítku za jedny z nejvyšších příjmů. Jsou srovnatelné s příjmy z automobilového průmyslu, dále je pak chemický průmysl, potravinářství a paliva.

Pro CR je charakteristický obecně výrazný převis nabídky nad poptávkou, což lze sledovat např. v obsazenosti ubytovacích zařízení, míře využití zájezdů a šíří nabídky zájezdů v poslední moment. Obecně je závislost ceny na množství poptávaného zboží vystižena na následujícím obr.



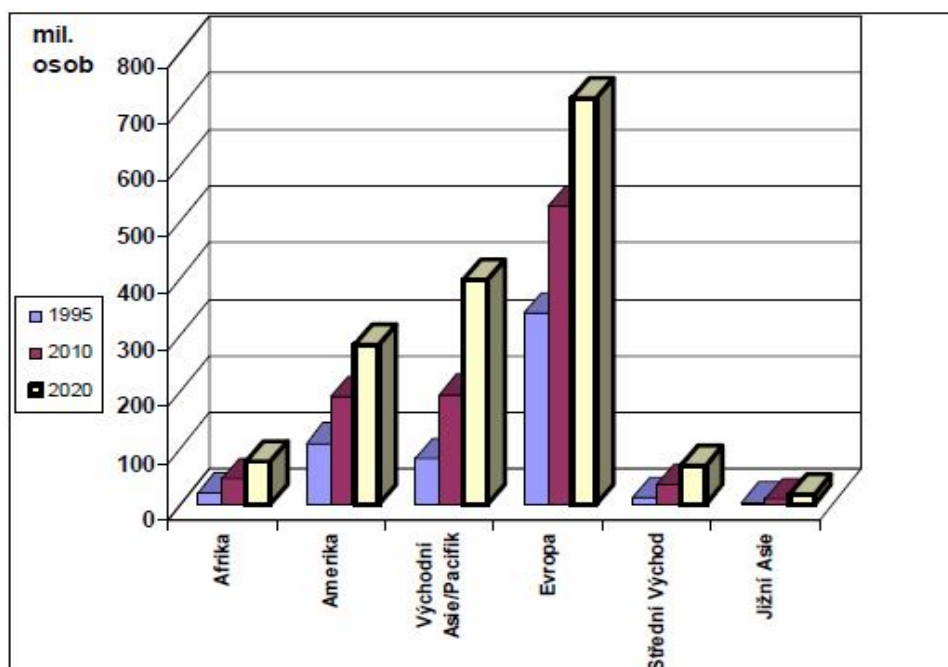
**Graf č. 2: Závislost ceny na množství poptávaného zboží**  
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 2 vystihuje obecně závislost ceny na množství poptávaného zboží. Cena zboží (služeb) klesá s jeho nabízeným množstvím.



Jedním z nejvýznamnějších parametrů, který doznává největších změn na straně poptávky po CR, je měnící se demografická struktura obyvatelstva. Věkové složení obyvatelstva ovlivňuje dynamiku rozvoje jednotlivých forem CR. V Evropě, Americe i Japonsku je typickým jevem stárnoucí obyvatelstvo. Tato skutečnost ovlivňuje zejména rozvoj zařízení v lázeňském a rekreačním CR.

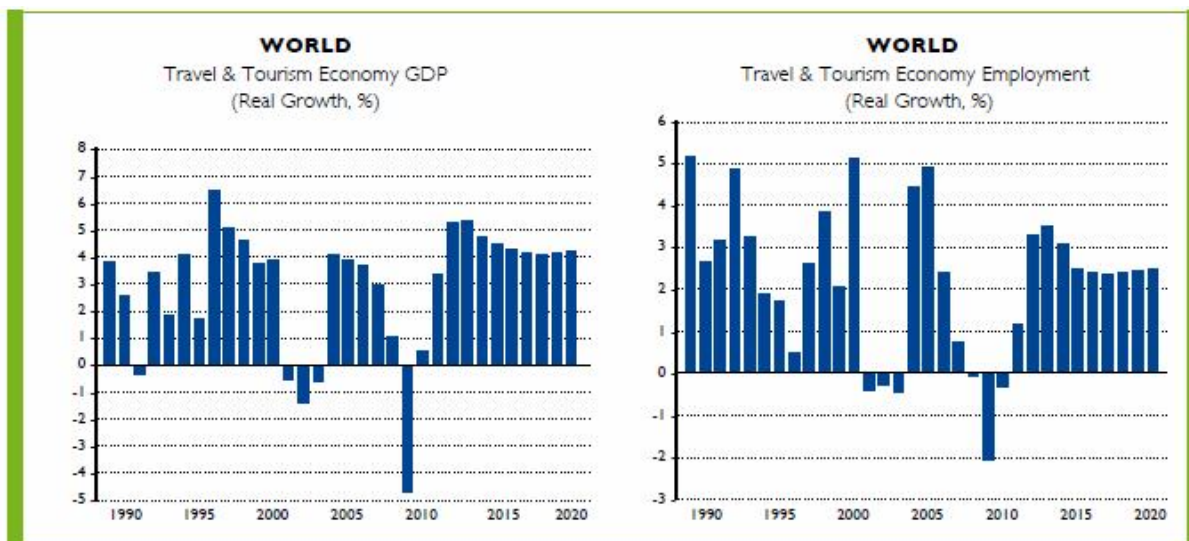
Celosvětové odvětví CR v současné době vznikl na základě převahy Evropy a USA, související nabídky a poptávky služeb CR a husté sítě dobře dostupných aktivit. Cílové destinace jsou ve světě nerovnoměrně rozloženy. Tento fakt souvisí s faktory, jako je zastoupení přírodních a antropogenních atraktivit pro CR, rozvinutostí infrastruktury služeb, dopravní dostupností, politickými podmínkami, tradicí apod.



**Graf č. 3: Návštěvnost ve světě podle makroregionů**  
Zdroj: [42]

Graf č. 3 zobrazuje počet příjezdů do makroregionů ve světě. Od roku 1995 má vývoj zahraničních turistů v celém světě rostoucí trend. Nejvýznamnější cílovou destinací zahraničního CR je Evropa, kde prognózy ukazují, že v roce 2020 navštíví Evropu téměř 800 mil. lidí. Druhou nejnavštěvovanější destinací je Východní Asie, poté Amerika. Již několik let za sebou nejvíce roste oblast Asie a Pacifiku a také Afrika.

Celkový objem mezinárodního CR činil v roce 2000 podle WTO 697 mil. účastí, v roce 2007 to bylo již 898 mil., v roce 2010 okolo 1 miliardy a v roce 2020 se předpokládá dokonce 1,6 miliardy účastí. Mezinárodní CR má ze všech sektorů hospodářství nejvyšší dynamiku růstu.

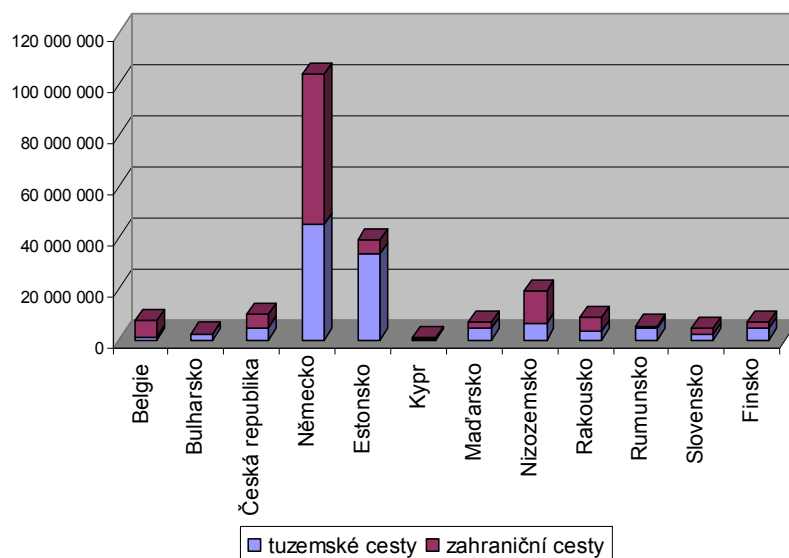


Graf č. 4: Vývoj reálného růstu HDP a reálného růstu zaměstnanosti v odvětví cestovního ruchu ve světě  
Zdroj: [57]

Graf č. 4 znázorňuje vývoj podílu CR na HDP a vývoj zaměstnanosti v CR od roku 1990 z celosvětového pohledu. Největší podíl CR na HDP byl v roce 1998, kdy tvořil 6,5 %. Větší záporný růst HDP byl zaznamenán kolem roku 2002 (-1,5 %) a výrazný pokles nastal v roce 2009 až na -4,8 %. V roce 2010 již je reálný růst kladný (2 %), a prognózy předpovídají růst i nadále v průběhu dalších deseti let a to v průměru 4,3 % ročně.

Příspěvek CR na celkové zaměstnanosti se očekává nárůst z 8,1 % (235 785 000 pracovních míst) v roce 2010, na 9,2% celkové zaměstnanosti (303 019 000 pracovních míst). Od roku 2011 se tedy má pohybovat reálný růst zaměstnanosti v CR v kladných hodnotách. Vývoj cyklu HDP a zaměstnanosti je odlišný, v roce 2009 byl větší pokles HDP než pokles zaměstnanosti téměř o polovinu. Cílem je snaha zaměstnat lidé než tvorba bohatství.<sup>16</sup>

<sup>16</sup> World Travel and Tourism Council [online]. 2002 [cit. 2011-02-24]. Economic impact data and forecasts. Dostupné z WWW: <[http://www.wttc.org/eng/Tourism\\_Research/Economic\\_Research/](http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Research/)>.



**Graf č. 5: Mezinárodní srovnání domácího a výjezdového cestovního ruchu ve vybraných zemích za rok 2009**  
 Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [44]

Výše uvedený graf č. 5 porovnává tuzemské a zahraniční cesty vybraných zemí. Největší CR je zaznamenám v Německu (přes 100 mil. cest za rok, z toho více jak polovina tvoří zahraniční cesty). Dále Estonsko se svými 30 mil. podniknutých cest se řadí na druhé místo, zde vysoce převažují cesty po domácí zemi. Na třetím místě je Nizozemsko, kde naopak výrazně převažuje výjezdový CR. ČR je srovnatelná s Rakouskem, co se týče podniknutých cest za rok. O něco větší procento tvoří zahraniční cesty oproti domácímu CR.

**Tabulka č. 1: Souhrnná tabulka vývoje podílu cestovního ruchu na tvorbě HDP ve vybraných zemích od roku 2000 do roku 2010**

Travel & Tourism Economy GDP % share	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Austria	14,5	14,6	14,3	13,4	14,5	13,9	13,4	12,8	12,5	13,2	12,5
France	12,5	12,4	11,8	11,2	11,3	10,9	10,8	10,3	10	9,9	9,7
Germany	9,6	9,6	9	8,1	8	8,1	8,2	8	8	7,7	7,5
Greece	15,9	16,1	15,8	15,6	16,1	16,9	17	16,8	16,2	15,2	15,5
Italy	11,8	11,4	10,8	10,3	10,2	9,9	10,1	10,1	9,6	9,5	9,3
Spain	19,1	18,8	18,4	17,7	17,7	17,5	16,8	16,3	16,3	15,6	15,3
Croatia	19,8	20,7	19,9	26,8	24,6	24,9	25	24,8	25,7	24,7	24,7
Czech Republic	12,7	12,7	11,7	11,2	11,4	11,7	11,7	11,5	11	10,8	10,4
Hungary	11,6	11,5	9,2	8,3	7,2	7,6	7,3	6,4	6,9	7,3	7,3
Poland	8,7	7,7	7,4	7	7,8	7,8	7,9	8,1	7,7	7,4	7,2
Slovakia	11	11,7	11,4	12,5	10,4	10	11	12	11,7	10,6	9,9

*Zdroj: [56]*

Tabulka č. 1 ukazuje, že největší podíl CR na HDP s 24,7 % vykazuje Chorvatsko. Kolem 15 % se HDP pohybuje v Řecku a Španělsku. Dále je to Rakousko (12,5 %) a ČR (10,4 %). V roce 2000 vykazovalo 9 z vybraných zemí podíl HDP na CR přes 10 %, v roce 2010 podíl 10 % HDP CR vytváří pouze 5 z těchto zemí (výrazný pokles zaznamenala Francie, Itálie, Maďarsko a Slovensko). V roce 2006 nastává kulminace v CR těchto zemí s výjimkou Polska a Slovenské republiky.

**Tabulka č. 2: Souhrnná tabulka vývoje podílu cestovního ruchu na zaměstnanosti ve vybraných zemích od roku 2000 do roku 2010**

Travel & Tourism Economy Employment % share	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Austria	15,3	15,3	15,2	14,3	15,3	15,1	14,3	13,5	13,3	14,2	13,3
France	14,1	13,9	13,3	12,6	12,8	12,3	12,4	11,9	11,6	11,6	11,2
Germany	10,1	10	9,6	8,8	8,6	8,8	8,8	8,4	8,3	8,1	7,9
Greece	19,8	19,8	20	19,9	19,5	20,5	20,7	20,4	19,6	18,5	18,8
Italy	12,4	12,2	11,8	11,3	11,3	11,1	11,4	11,4	11	11	10,9
Spain	20,2	19,9	19,6	19	19,2	19,3	18,5	17,8	17,9	18	17
Croatia	27,4	27,2	25,1	32,8	29,3	29,1	28,7	28,1	28,9	27,5	27,2
Czech Republic	12,1	12	11,1	10,5	10,7	10,9	10,8	10,6	10,2	10,1	9,7
Hungary	11,5	11,4	8,8	7,9	6,7	7,2	6,8	5,9	6,4	6,9	6,9
Poland	8,2	7,2	6,9	6,5	7,2	7,3	7,4	7,5	7,2	6,9	6,7
Slovakia	9,7	10,4	10,2	11	9,2	8,9	9,7	10,6	10,3	9,4	8,8

Zdroj: [56]

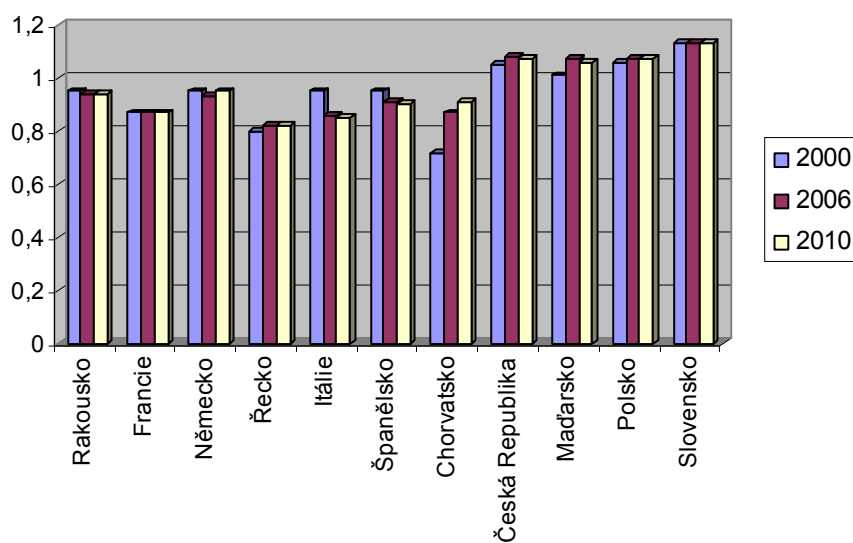
Tabulka č. 2 znázorňuje, jak se podílí CR na zaměstnanosti. Jak je zřejmé z předchozí tabulky č. 1, tak největší zaměstnanost tvoří CR v Chorvatsku, a to až 27,2 %. Dále je to Řecko (18,8 %) a velký význam v zaměstnanosti má CR v Rakousku (13,3 %). V ČR má rovněž nemalý význam, neboť obory a odvětví související s CR zaměstnávají 9,7 % obyvatelstva.

**Tabulka č. 3: Relace podílu HDP ČR a zaměstnanosti za rok 2000 a rok 2010 ve vybraných zemích**

Relace podílu CR na HDP a zaměstnanosti	Rakousko	Francie	Německo	Řecko	Itálie	Španělsko	Chorvatsko	Česká Republika	Maďarsko	Polsko	Slovensko
2000	0,95	0,87	0,95	0,80	0,95	0,95	0,72	1,05	1,01	1,06	1,13
2006	0,94	0,87	0,93	0,82	0,86	0,91	0,87	1,08	1,07	1,07	1,13
2010	0,94	0,87	0,95	0,82	0,85	0,90	0,91	1,07	1,06	1,07	1,13

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [56]

Tabulka č. 3 zobrazuje podíl CR na HDP/ podíl CR na zaměstnanosti. Hodnota relace větší než 1 znamená, že každý díl na zaměstnanosti přináší více než díl na HDP, toto je zaznamenáno v ČR, Maďarsku, Polsku a Slovensku. Hodnota relace menší než 1 znamená „nízkou produktivitu“ (každý díl na zaměstnanosti přináší méně než 1 díl na HDP). Nejmenší hodnotu v roce 2000 vykazuje Chorvatsko (přitom vykazuje největší podíl na HDP). V roce 2006 a 2010 je nejnižší hodnota zaznamenána v Řecku.



**Graf č. 6: Porovnání relace podílu CR na HDP/ podíl CR na zaměstnanosti za rok 2000, 2006, 2010**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [56]

Graf č. 6 porovnává relaci podílu CR na HDP/ podíl CR na zaměstnanosti za rok 2000, 2006 a 2010. Lze říci, že tato relace plně stagnuje ve Francii a na Slovensku. Téměř stagnuje v Rakousku, Německu, Řecku, Polsku i v ČR. Naopak Itálie vykazuje výrazný pokles relace v roce 2010 oproti roku 2000. Pokles relace zaznamenalo i Španělsko. Výrazný nárůst byl zaznamenán v Chorvatsku, střední nárůst v Maďarsku.

---

## 1.4 Odvětvová analýza

Každá firma, která v daném odvětví vstupuje do soutěže, má svou ať už jasně formulovanou nebo skrytou, konkurenční strategii. Konkurenční strategie zkoumá možnosti, které firmě pomohou efektivněji konkurovat, a tím upevnit její postavení na trhu. Existuje nespočetně metod, které pomohou firmě analyzovat její odvětví jako celek a předpovídat jeho budoucí vývoj, porozumět konkurentům, pochopit vlastní pozici a tuto analýzu převést do konkurenční strategie konkrétního podnikání.<sup>17</sup>

Strategie stanovuje cesty, jak dosáhnout naplnění poslání, vize a cílů. Představuje koncept celkového chování podniku, určuje činnosti a alokaci zdrojů potřebných pro dosažení zamýšlených záměrů. Strategie je nezbytným nástrojem přežití podniku, jeho prosperity. Zásadním úkolem strategie je připravit podnik na všechny situace, které mohou v budoucnosti vzniknout. Vychází se z odhadu budoucích trendů, významnou úlohu zde hraje schopnost předvídatosti. Strategie je neustále se vyvíjející proces vedoucí k dosažení strategických cílů podniku. Cíle podniku jsou často reprezentovány ekonomickými charakteristikami (tržby, zisky, návratnost apod.), ale také mohou být zaměřeny na budování image podniku, růst tržního podílu atd. Vytyčené cíle by měly splňovat určitá kritéria, která se nazývají jako model „SMART“<sup>18, 19</sup>.

## 1.5 Porterův model pěti sil

Podstatou formulování konkurenční strategie je uvedení podniku do vztahu k jeho prostředí. Struktura odvětví má velký vliv na určování konkurenčních pravidel hry a potenciálu firmy. Vnější vlivy působící mimo odvětví ovlivňují všechny konkurenty v daném odvětví. Úroveň konkurence v odvětví závisí na pěti konkurenčních silách. Nově vstupující firmy, nebezpečí substitučních výrobků, vyjednávací vliv odběratelů, vyjednávací vliv dodavatelů a soupeření stávajících konkurentů. Souhrnné působení těchto sil určuje potenciál konečného zisku v odvětví, kde se potenciál zisku měří z hlediska dlouhodobé návratnosti investovaného kapitálu. Všechna odvětví nemají stejný potenciál konečného zisku. Ten se různí, stejně jako se různí působení konkurenčních sil. Cíle konkurenční strategie v odvětví je najít pozici, ve které společnost dokáže nejlépe odolávat konkurenčním

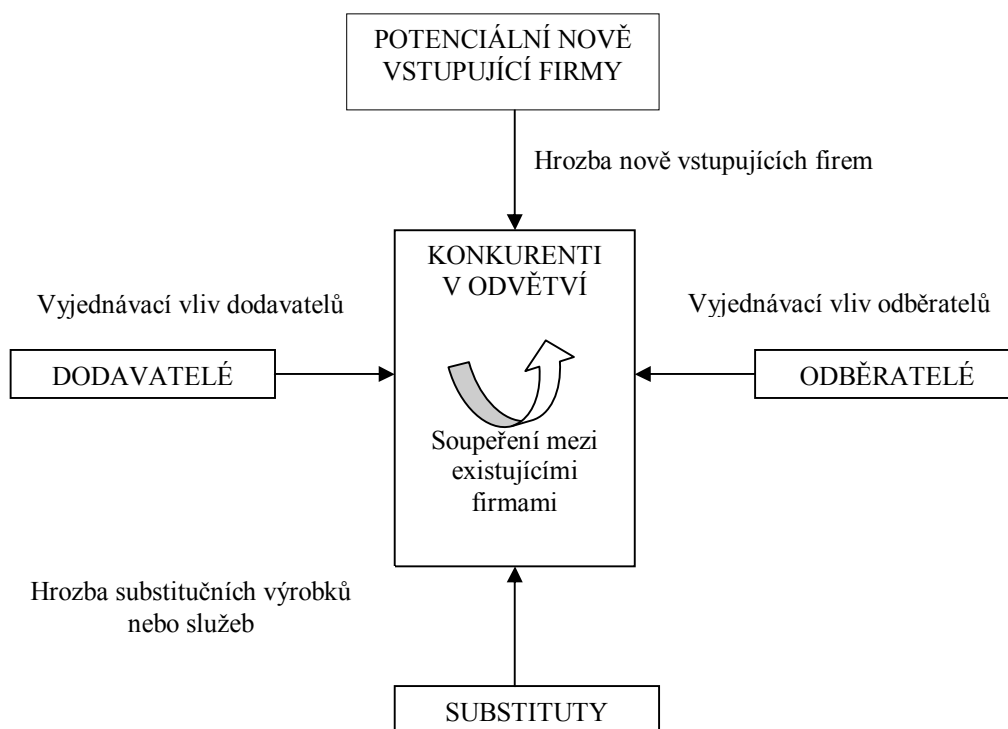
---

<sup>17</sup> PORTER, Michael E. *Competitive strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press, 1980. 396 s. ISBN 0-02-925360-8, str. 13

<sup>18</sup> S – stimulating, M – measurable, A – acceptable, R – realistic, T – timed.

<sup>19</sup> SEDLÁČKOVÁ, Helena; BUCHTA, Karel. *Strategická analýza*. Praha: C.H.Beck, 2006. 121 s. ISBN 80-7179-367-1.,s.47

silám nebo je dokáže ovlivňovat ve svůj prospěch. Důležité je analyzovat příčiny jednotlivých sil. Znalost zdrojů konkurenčního tlaku napomáhá odhalit přednosti či slabiny podniku, určuje místa, kde by strategické změny přinesly největší efekt a upozorňuje na největší příležitosti nebo hrozby.<sup>20</sup>



**Obrázek č. 4: Porterův model pěti sil**  
Zdroj: Převezato a upraveno z [17]

### 1.5.1 Hrozba nově vstupujících firem

Nově vstupující firmy přinášejí do odvětví novou kapacitu a snahu získat podíl na trhu. Tím může docházet ke snižování cen nebo k růstu nákladů, což vede ke snižování ziskovosti. Vstup nových firem do odvětví závisí na existujících překážkách vstupu do odvětví. Čím větší jsou bariéry vstupu, tím se snižuje vstup nových firem do daného odvětví.

<sup>20</sup> PORTER, Michael E. Konkurenční strategie. Praha : Victoria publishing, a.s., 1994. 403 s. ISBN 80-85605-11-2.,str.5.



---

Existuje několik překážek vstupu do odvětví, mezi které lze zařadit např.:

- Úspory z rozsahu.

Jde o snížení jednotkové ceny produktu při celkovém zvyšování výroby za určité období. Tyto úspory z rozsahu odrazují nové firmy a to tím, že jsou nuceny vstoupit na trh s velkým rozsahem produkce anebo s malým rozsahem produkce a to s nákladovou nevýhodou. Perspektivní vstupující firma je nucena diverzifikovat svoji produkci, anebo čelit vyšším nákladům.

- Diferenciace produktu.

Diferenciace produktu vytváří překážku vstupu nových firem z důvodu překonání existující loajality zákazníků stávajících firem. Firmy v odvětví mají své zavedené značky a věrnost zákazníků na základě propagace, reklam a služeb zákazníkům. Tento problém je obvykle spjat s vysokými výdaji potenciálních firem, počáteční ztrátou a vyžaduje delší časové období.

- Kapitálová náročnost.

Kapitálová náročnost představuje vstupní překážku z důvodu potřeby investovat velké finanční prostředky zejména do počátečního vybavení fixními aktivy, dále do počáteční propagace nebo do výzkumu a vývoje. Kapital je nutný pro nákup výrobních zařízení, k pokrytí počátečních ztrát a také na získání důvěry zákazníka.

- Přechodové náklady.

Představují jednorázové náklady, které vznikají kupujícímu, který přechází od jednoho dodavatele k jinému dodavateli. Mezi tyto náklady se zahrnují výdaje na přeškolení zaměstnanců, na nákup dalšího zařízení, náklady potřebné k testování a zhodnocení nového zdroje, na technickou pomoc apod.

- Přístup k distribučním kanálům.

Nově vstupující firma potřebuje zajistit odbyt své produkce. Distribuční kanály již jsou zásobovány zavedenými firmami, proto je pro novou firmu nelehké přimět tyto kanály, aby akceptovaly její produkty.

- Nákladové znevýhodnění nezávislé na rozsahu produkce.

Zavedené firmy mohou mít takovou nákladovou výhodu, kterou potenciální firmy nemohou dosáhnout. Rozhodující výhody jsou např. vlastnictví dokonalejší výrobní technologie, patenty, výhodná poloha, výhodný přístup k surovinám.

- 
- Vládní politika.

Legislativa a politika může limitovat nebo i zabránit vstupu do odvětví pomocí nástrojů jako je např. udělování licencí, omezení přístupu k surovinám, závazné normy maximálně přípustného znečištění ovzduší, bezpečností a technické předpisy.

## 1.5.2 Soupeření mezi existujícími konkurenty

K soupeření dochází z důvodu, že jeden nebo více konkurentů pocítují tlak, nebo vidí příležitost k vylepšení své pozice. Používají se metody jako je cenová konkurence, propagace, zlepšování a rozšiřování nabízených služeb zákazníkům, zlepšení servisu, záruky apod. Existuje několik faktorů, které ovlivňují intenzitu soupeření mezi konkurenty:

- Počet a velikost konkurentů.

Čím více konkurentů, tím spíše nikdo nezvítězí v konkurenční bitvě, dochází tak k nepřetržité posloupnosti konkurenčních akcí. Naopak stabilnější jsou obvykle trhy, kde operuje jeden dominantní podnik a kde ostatní podniky nemají sílu toto postavení změnit.

- Míra růstu trhu.

Rychle rostoucí trhy jsou většinou provázány menší rivalitou, než trhy pomalu rostoucí a to vzhledem k tomu, že soupeřící podniky mohou dosáhnout svých cílů týkajících se růstu prostřednictvím růstu poptávky.

- Vysoké fixní nebo skladovací náklady.

Vysoké fixní náklady vedou firmu využít plně svou kapacitu, což vede ke snižování cen v případě přebytečných kapacit. Snižování cen se dotýká i produktů, které je těžké nebo cenově náročné skladovat. Příčinou tohoto snižování cen může být nízká ziskovost odvětví.

- Nedostatečná diferenciacce.

U produktu nebo služby, které jsou málo diferenciovány, se při výběru zákazník řídí především cenou a úrovní poskytovaných služeb a o nejvýhodnější podmínky. Diferenciacce produktu vytváří tzv. izolační vrstvy proti konkurenci, tzn. zákazník preferuje určitého prodejce a zůstává mu věrný.

- Různorodost konkurentů.

Konkurenti se liší svojí strategií, původem, silou, mají rozdílné cíle a metody přístupu ke konkurenci. Může pro ně být těžké odhadnout navzájem své záměry v odvětví. Strategická volba vhodná pro jednoho, může být nepřijatelná pro ostatní.

- 
- Vysoké překážky výstupu.

Výstupní bariéry nutí podniky zůstat v odvětví, i když mají krátkodobé ztráty. Mezi hlavní příčiny těchto překážek lze uvést vysoké fixní náklady výstupu např. odstupné pro zaměstnance, náklady na přemístění, dále to mohou být emocionální překážky (neochota vedení přijmout rozhodnutí o odchodu z odvětví). Bariéry mohou být i vládní a sociální, které zahrnují vládní opatření zaměřená na znemožnění nebo ztížení odchodu z obavy, že zaniknou pracovní příležitosti a nastanou negativní ekonomické důsledky.<sup>21</sup>

### **1.5.3 Hrozba substitučních výrobků nebo služeb**

Substituční produkty jsou takové, které mohou splnit stejnou funkci produktu v daném odvětví. Podniky by měli věnovat velkou pozornost substitutům, které by se mohli stát pro zákazníky přitažlivější např. díky své ceně, výkonu nebo vyšší kvalitě. Podniky v jednom odvětví se často dostávají do konkurenčního vztahu s podniky v jiném odvětví, protože jejich výrobky jsou dobrými substituty. Konkurenční síla vyplývající z hrozby substitučních výrobků je determinována následujícími faktory:

- Relativní výše cen substitutů.

Existující cenově konkurenční substituty limituje ceny, které mohou podniky v odvětví stanovit. Tyto ceny mohou omezovat zisky podniků v odvětví, které jsou pod tlakem a musí hledat nákladové úspory.

- Diferenciace substitutů.

Existence substitutů umožňuje zákazníkům srovnávat kvalitu, cenu, výkon. Výrobci se musí snažit přesvědčit zákazníky, že jejich výrobky jsou výhodnější.

- Náklady na změnu.

Dalším důležitým faktorem jsou náklady, které musí subjekt vynaložit na přechod k substitučním výrobkům. Mohou sem patřit např. náklady na školení zaměstnanců, čas a náklady na testování kvality, na seřízení, na technickou pomoc apod.

Konkurenční síla, která plyne z hrozby substitutů je tím významnější, čím nižší je jejich cena, čím vyšší je jejich kvalita a čím nižší jsou náklady přechodu zákazníků.

---

<sup>21</sup> SEDLÁČKOVÁ, Helena; BUCHTA, Karel. *Strategická analýza*. Praha : C.H.Beck, 2006. 121 s. ISBN 80-7179-367-1, str. 50

---

## 1.5.4 Vyjednávací vliv odběratelů

Odběratelé soutěží s odvětvím tak, že tlačí na nižší ceny, vyšší kvalitu, lepší služby. Silní kupující mohou využít svoji sílu k tomu, aby si vymohli další výhody, např. výhodnější úvěrové, garanční či platební podmínky. Vyjednávací síla odběratelů se stává významnou konkurenční silou v následujících situacích:

- Je-li málo zákazníků a nakupují velká množství. Tato situace umožňuje kupujícím vyjednat množstevní slevy, zlepšení vlastností výrobku, zlepšení doprovodné služby.
- Je-li odvětví zastoupeno velkým počtem malých podniků s malou vyjednávací silou.
- Je-li produkt značně standardizován, pak kupující mohou snadno nalézt jiného dodavatele a přejít k němu s prakticky nulovými dodatečnými náklady přechodu.
- Nakupovaný produkt nepředstavuje důležitý vstup nebo nezbytný výrobek.

Pro kupujícího je ekonomicky výhodnější nakupovat vstupy od několika dodavatelů než od jednoho. Podnik může zvýšit svou ziskovost a upevnit své tržní postavení hledáním zákazníků, kteří jsou v relativně slabé pozici, místo aby vyvinul výraznější konkurenční tlaky.

## 1.5.5 Vyjednávací vliv dodavatelů

Silní dodavatelé mohou mít vyšší vyjednávací sílu a díky ní mohou zvyšovat ceny nebo snižovat kvalitu nakupovaného zboží a služeb. Vyjednávací síla dodavatelů je vysoká za těchto předpokladů:

- Je-li vstup do odvětví odběratelů velmi důležitý, kdy rozhodujícím způsobem ovlivňuje kvalitu výstupu nebo tvoří významnou část celkových nákladů.
- Je-li odvětví dodavatelů ovládáno několika velkými podniky, které využívají svoji tržní pozici, a které svým odběratelům dodávají velké objemy vstupů.
- Jsou-li vstupy natolik jedinečné, diferencované, že pro kupujícího je neskutečné nebo nákladné přejít od jednoho dodavatele k jinému.
- Nejsou-li odběratelé důležitými zákazníky pro dodavatele, pak dodavatele nemají žádný motiv podporovat odvětví odběratelů nižšími cenami, lepší kvalitou apod.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> PORTER, Michael E. *Konkurenční strategie*. Praha : Victoria publishing, a.s., 1994. 403 s. ISBN 80-85605-11-2, str. 8

---

## 2 Sociálně – ekonomický význam odvětví cestovního ruchu v ČR

Ekonomický přínos CR, při zohlednění efektů ve prospěch dalších odvětví, zachycuje tzv. satelitní účet cestovního ruchu<sup>23</sup> (dále jen TSA), který vytvořila World Travel and Tourism Council<sup>24</sup> (Světová rada cestování a turismu, dále jen WTTC). Je ovšem nutné uvést, že v mnoha případech jde pouze o hrubé odhady. Podle statistik WTTC tvořil CR v ČR v roce 2000 až 12,1 % HDP. Ve státech EU činil tento podíl 13,5 %. Ve většině zemí světa se odvětví CR řadí mezi pět odvětví s největším podílem na vývozu služeb a pro dvě pětiny zemí světa pak představuje odvětví CR největší zdroj devizových příjmů.<sup>25</sup>

### 2.1 Ekonomický význam cestovního ruchu

CR patří mezi nejvíce zasažená odvětví ekonomické krize národního hospodářství ČR. Dopady krize se odrazily zejména ve změně nabídky jednotlivých subjektů CR vyvolané změnou poptávky ze strany účastníků CR. Z ekonomického pohledu je jedním z hlavních cílů firmy dosažení zisku. U firem v oblasti CR je dosažení zisku realizováno především snahou prodat služby a zboží, které jsou konečným produktem CR.

Ekonomické přínosy CR lze shrnout do těchto oblastí:

- Zlepšení platební bilance státu prostřednictvím aktivního CR (tzv. neviditelný export).
- Daně a poplatky, které zvyšují příjmy do místních i státního rozpočtu.
- Oblast podpory rozvoje malého a středního podnikání.
- Zvyšování zaměstnanosti.
- Oblast stimulování investic do místní infrastruktury (vodovody, kanalizace, elektrifikace, telekomunikace, silniční a železniční síť, letiště) apod.
- Oblast rozvoje služeb, které může využívat i místní obyvatelstvo.

---

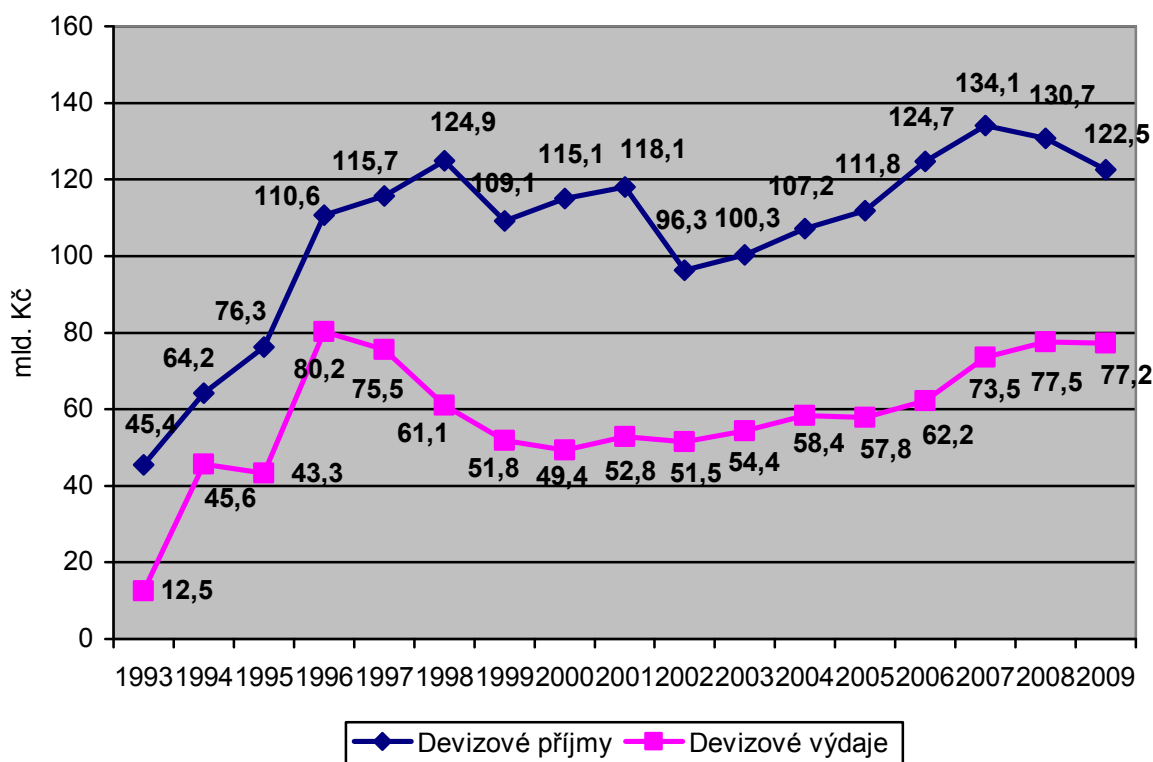
<sup>23</sup> Definice podle UNWTO: „TSA je způsob statistického výkaznictví, který umožňuje získat celkový přehled o vlivu CR na ekonomiku státu v rovnováze s jinými odvětvími národního hospodářství.“ Účel a smysl TSA je poskytovat údaje o CR podle systému satelitního účetnictví, umožňuje analyzovat CR z ekonomického i sociálně-ekonomického aspektu, a poskytuje soustavu porovnatelných mezinárodních účtů.

<sup>24</sup> WTTC je organizace pro přední světové společnosti podnikající v CR. Jedná se o jediný orgán na světě zastupující soukromý sektor v CR. Rada sídlí v Londýně, byla založena v roce 1990. Zaměřuje se na zvýšení povědomí o důležitosti průmyslu CR v různých částech světa, povzbuzuje vlády jednotlivých zemí rozvinout plný potenciál tohoto odvětví, které je největším tvůrcem bohatství a zároveň největším zaměstnavatelem na světě a propaguje rámec pro rozvoj udržitelného CR.

<sup>25</sup> Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. 1999, 2010 [cit. 2010-12-15]. Regionální rozvoj a cestovní ruch. Dostupné z WWW: < <http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na-> >.

## 2.1.1 Dopad cestovního ruchu na platební bilanci státu

CR má pro ekonomiku velmi značný vliv, ať jde o devizové příjmy vyplývající z příjezdů návštěvníků do ČR, anebo o vytváření devizových předpokladů pro výjezdy občanů ČR a zvláště pak celkový dopad rozdílu obou mezinárodních pohybů CR pro platební bilanci státu.



Graf č. 7: Devizové příjmy a výdaje zahraničního cestovního ruchu v ČR v roce 1993 – 2009

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [45]

Graf č. 7 znázorňuje, že v ČR je devizová bilance zahraničního CR již po řadu let vysoce aktivní, devizové výdaje na zahraniční CR se pohybují zhruba ve výši poloviny devizových příjmů, CR tak vytváří aktivní devizové saldo. Od roku 1998 byl zaznamenán pokles devizových příjmů z CR, ale od roku 2002 mají opět rostoucí trend. Vývoj devizového salda tak zařazuje CR mezi několik málo komodit, které svým aktivním saldem vyrovnávají naši celkovou platební bilanci.

Podle prognózy UNWTO je odhadováno zvýšení počtu turistů ve světovém CR v roce 2020 na 1,6 mld. osob. Prognóza vypracovaná agenturou Czech Tourism uvádí, že by se ČR

měla stát do roku 2020 jednou z nejvýznamnějších světových destinací s příjezdy 44 milionů turistů ročně.<sup>26</sup>

**Tabulka č. 4: Vývoj platební bilance služeb v roce 2003 – 2009 v ČR v mil. Kč**

V mil. Kč	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>Bilance služeb</b>	13236,7	16564,4	36937,1	45088,4	49707,1	65858,7	26986,3
<b>Příjmy</b>	219151,1	247084,8	282411,4	314032,3	341534,3	370308,5	385296,4
Doprava	60556,3	69859	76701,5	85700,7	101840,5	105987,3	103359,4
Cestovní ruch	100310,1	107231,8	112234,4	124744,2	129009,3	122032,3	122469,9
Ostatní služby	58284,7	69994	103587,4	110684,5	110684,5	142288,9	159467,1
<b>Výdaje</b>	205914,4	230520,4	245474,3	268943,9	291827,2	304449,8	358310,1
Doprava	33725,7	47571,4	56254,1	62140,7	73128,4	75663,1	75961,6
Cestovní ruch	54419,2	58398	57777,6	62174,3	73486,3	77487,1	77160,1
Ostatní služby	117769,5	124551	131442,6	144628,9	145212,5	151299,6	205188,4

Zdroj: [27]

Česká republika se řadí mezi země s aktivním saldem platební bilance zahraničního CR. Příjmy v roce 2009 přesáhly hodnotu 122,4 mld. Kč, výdaje 77,1 mld Kč. Výdaje na zahraniční CR měly v posledních letech stejně jako příjmy rostoucí tendenci. Je však pozorovatelný pokles příjmů z CR v roce 2007 a v roce 2008, a dále pak příjmy v roce 2009 se udržely přibližně na stejné úrovni jako v předešlém roce.

## 2.1.2 Podíl cestovního ruchu na HDP

Mezi evropské státy s vyšším podílem CR na HDP patří turisticky atraktivní země Rakousko, Švýcarsko, dále pak státy při Středozemním moři jako je Španělsko, Chorvatsko, Řecko. Nejvyšší závislost národních ekonomik na CR vykazují malé ostrovní státy Malta a Kypr. V ČR vytváří odvětví cestovního ruchu cca 3 % HDP a podíl na zaměstnanosti je obdobný. V hlavních odvětvích CR v ČR pracuje více než 100 tis. osob (Oproti roku 1993 se hodnota produktu CR v ČR zvýšila 2,5násobně).

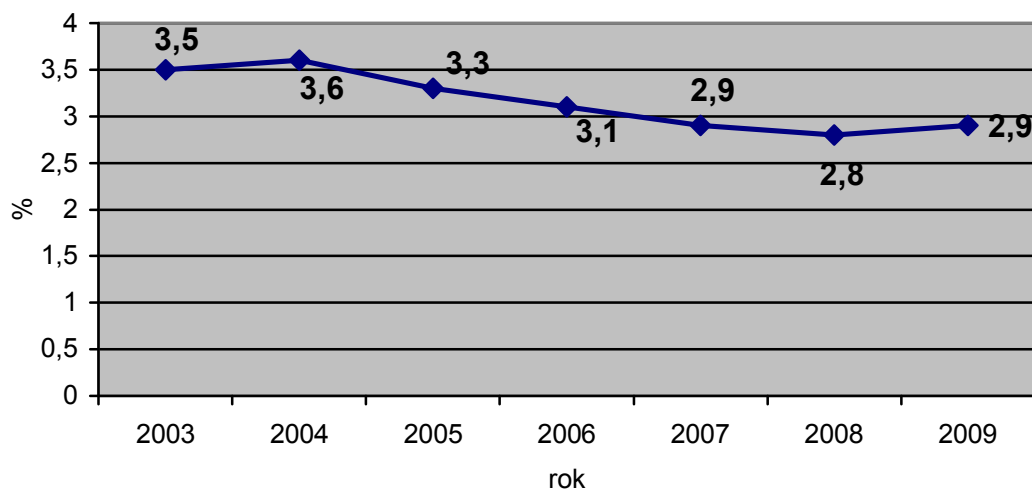
<sup>26</sup> Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. 1999, 2010 [cit. 2010-12-15]. Regionální rozvoj a cestovní ruch. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Statistiky-Analyzy/Analyzy-cestovniho-ruchu-ve-svete-a-CR/Analyza-cestovniho-ruchu-CR--podle--OKEC-a-CZ-NACE>>.

**Tabulka č. 5: Celková produkce národního hospodářství a produkce cestovního ruchu ČR**

Ukazatel	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Produkce celkem (v mil. Kč)	6 392 815	7 052 693	7 441 528	8 323 461	9 239 575	9 677 773	8 786 554
Produkce CR (v mil. Kč)	216 773	232 994	226 932	241 595	250 407	251 543	238 257
Podíl cestovního ruchu na hrubé přidané hodnotě (v %)	3,4	3,3	3,0	2,9	2,7	2,6	2,7

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [30]

Tabulka č. 5 udává vývoj podílu produkce CR k celkové produkci národního hospodářství. V roce 2003 byl podíl CR na hrubé přidané hodnotě (dále jen HPH) 3,4 %, od tohoto roku však vývoj podílu CR na HDP klesá, průměrně se v posledních letech pohybuje se kolem 2,9 %.



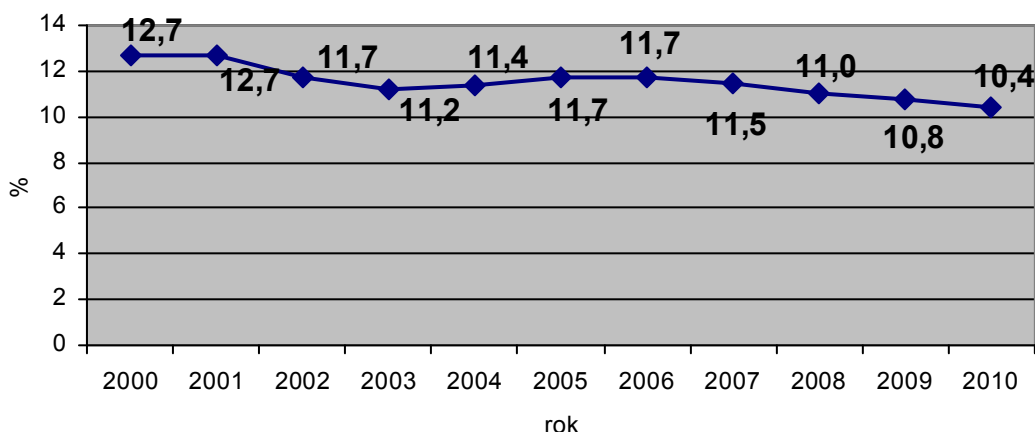
**Graf č. 8: Vývoj podílu cestovního ruchu na tvorbě HDP ČR v roce 2003 – 2009**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [30]

Z dat, která poskytuje TSA lze zjistit podíl CR na tvorbě HDP ČR. Ten se pohybuje v průměru kolem 3,16 %, i když v posledních letech význam CR pro tvorbu HDP klesá.

Graf č. 8 dokládá fakt, že vývoj podílu CR na HDP ČR má klesající tendenci. Podíl produktu vytvořeného v CR na HDP klesá od roku 2004. Podle odhadů WTTC se odvětví CR celosvětově v roce 2009 podílelo na tvorbě HDP 3,2 %. Údaj objemu produktu souvisejícího s CR činil v ČR v roce 2009 2,7 %.





**Graf č. 9: Vývoj celkového podílu odvětví CR na HDP ČR za rok 2000-2010**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [56]

CR se často přisuzuje mnohem větší význam, a to díky jeho nepřímým vlivům na další ekonomická odvětví. Pokud se tato vlastnost číselně promítne, podíl CR na celosvětovém HDP dosahuje 9,4 %. V ČR se tento podíl pohybuje kolem 11 %. Graf č. 9 promítá vývoj ukazatele HDP v ČR od roku 2000 do roku 2010. Poslední čtyři roky klesá podíl CR, je to dáno také poklesem celkového HDP v ČR díky vlivům finanční krize.

### 2.1.3 Spotřeba domácího a aktivního cestovního ruchu

CR svými dopady také výrazně ovlivňuje ekonomické výsledky mnoha odvětví, které prodávají služby a zboží turistům, včetně zahraničních návštěvníků. CR zasahuje do řady ekonomických odvětví, do kulturního a společenského života země a jejích návštěvníků. Jedním z nejdůležitějších odvětví, které CR výrazně ovlivňuje je pohostinství a ubytování.

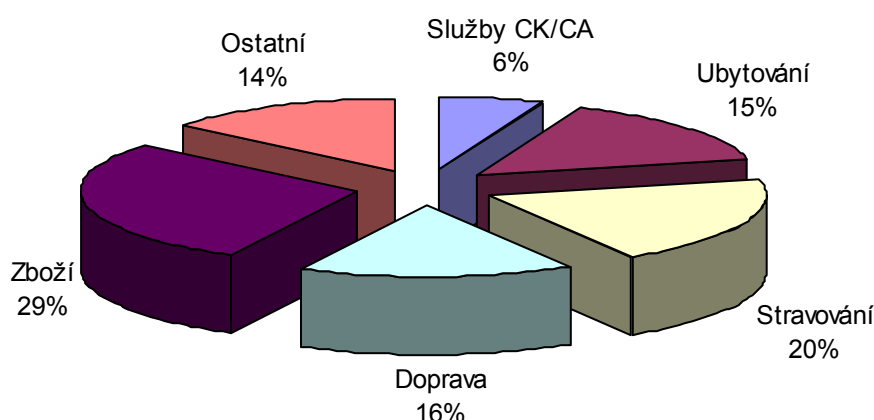
**Tabulka č. 6: Spotřeba domácího cestovního ruchu v ČR v roce 2003 - 2009 v mil. Kč**

Ukazatel (v mil. Kč)	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Návštěvníci celkem	87 433	93 667	97 406	98 884	104 821	107 825	104 116
v tom podle produktu:							
Služby CK/CA *	5 361	5 571	5 592	5 716	6 704	7 354	6 396
Ubytování	12 780	13 703	14 520	15 146	15 658	15 595	16 013
Stravování	17 562	18 710	19 459	19 868	20 754	20 987	20 805
Doprava	14 196	15 003	15 635	15 964	17 344	18 084	16 768
Zboží	25 218	27 396	28 482	28 428	30 056	31 043	29 716
Ostatní	12 316	13 284	13 718	13 761	14 305	14 762	14 419

\* cestovní kanceláře, cestovní agentury

Zdroj: [31]

Tabulka č. 6 ukazuje vývoj spotřeby domácího CR v roce 2003 - 2009 členěnou na služby cestovních kanceláří a agentur, ubytování, stravování, doprava, zboží a ostatní. Menší pokles spotřeby byl viděn v roce 2009, ale jinak lze pozorovat rostoucí trend. Největší spotřebu vykazuje zboží, dále pak výdaje za dopravu, stravovací a ubytovací zařízení, jak je názorně zobrazeno v následujícím grafu.



**Graf č. 10: Spotřeba domácího cestovního ruchu v ČR v roce 2009**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [31]

Jak je patrné z předchozích dat a grafu č. 10, tak největší spotřeba je vykazována za zboží (29 %), dále s 20-ti % je zastoupena spotřeba v sektoru stravování, na dopravu je to 16 %. Pouze 15 % je přiřazováno spotřebě na ubytování a nejmenší výdaje jsou realizovány za služby cestovních kanceláří a cestovních agentur.

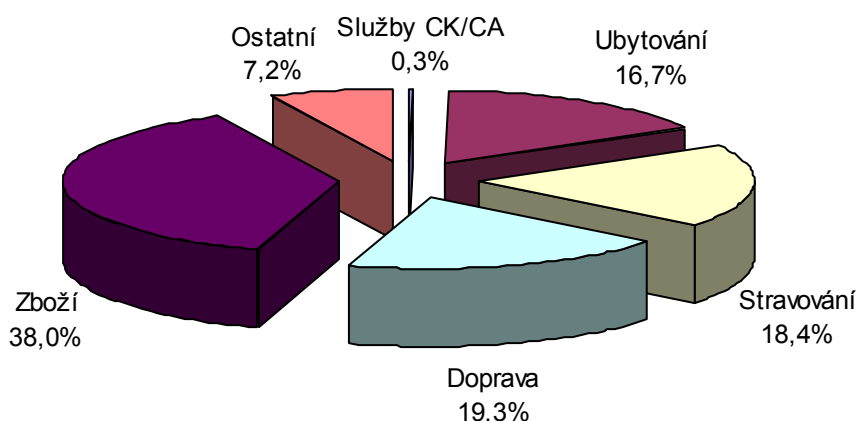
**Tabulka č. 7: Spotřeba aktivního cestovního ruchu v ČR v roce 2003 - 2009 v mil. Kč**

Ukazatel (v mil. Kč)	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Návštěvníci celkem	112 434	133 020	138 043	141 500	146 120	136 524	125 051
v tom podle produktu:							
Služby CK/CA *	303	352	363	370	415	396	400
Ubytování	20 926	24 314	25 086	25 603	26 622	23 874	20 908
Stravování	21 638	25 197	26 008	26 548	26 707	24 351	23 020
Doprava	17 698	22 472	23 854	25 032	26 870	25 377	24 192
Zboží	43 391	50 817	52 548	53 551	55 073	53 036	47 545
Ostatní	8 478	9 868	10 184	10 397	10 435	9 491	8 986

\* cestovní kanceláře, cestovní agentury

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [32]

Tabulka č. 7 ukazuje vývoj spotřeby aktivního CR v roce 2003 – 2009. Spotřeba aktivního CR roste do roku 2007 a to u všech činností jako jsou služby cestovních kanceláří a agentur, ubytování, stravování, roste i spotřeba v dopravě. Od roku 2008 zobrazuje spotřeba klesající trend. Největší spotřebu vykazuje zboží, stravovací a ubytovací zařízení.



**Graf č. 11: Spotřeba aktivního cestovního ruchu v ČR v roce 2009**  
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [32]

U aktivního CR jsou největší výdaje zaznamenány za zboží (téměř 40 %), poté jsou zaznamenány největší výdaje v dopravě (19,3 %), dále v sektoru ubytování a stravování. Téměř nulový význam aktivního CR mají výdaje za služby cestovních kanceláří a agentur.

## 2.1.4 Cestovní ruch jako významný faktor zaměstnanosti

Z mnohostranného vztahu CR k odvětvové struktuře národního hospodářství je možné odvodit i úlohu CR při vytváření podmínek pro zvyšování zaměstnanosti, ale i podmínek pro vytváření podnikatelských příležitostí. Je nutno zejména podtrhnout, že CR vytváří nová pracovní místa i v ekonomicky méně rozvinutých oblastech a často i v místech, která lze jinak ekonomicky obtížně využít (např. horské oblasti). Přínosem je také to, že vytváří pracovní místa v široké škále profesí a různorodé náročnosti. Pro celkové zhodnocení významu CR pro zaměstnanost obyvatelstva je tedy nutné brát v úvahu nejen přímou zaměstnanost v podnicích, které poskytují služby výhradně nebo převážně účastníkům CR (ubytování, doprava, stravovací zařízení, cestovní kanceláře a cestovní agentury, turistická informační střediska, apod.), ale i zaměstnanost v podnicích doplňkových služeb, u nichž účastníci CR tvoří jen určitou část klientely (pojišťovny, obchodní síť, servisní a opravárenské služby, apod.).

Při hodnocení celkového vlivu CR by měla být brána v úvahu i tzv. vyvolaná (sekundární) zaměstnanost, tj. zaměstnanost v odvětvích, která zajišťují chod podniků s přímou zaměstnaností (dodavatelé hotelů a restaurací, stavební firmy apod.).

**Tabulka č. 8: Vývoj počtu zaměstnaných osob v národním hospodářství a v odvětví cestovního ruchu za rok 2003-2009**

Ukazatel	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Počet zaměstnaných osob v národním hospodářství	4 965 559	4 940 371	4 991 618	5 088 340	5 223 840	5 288 361	5 231 822
Počet zaměstnaných osob v CR	237 753	236 649	236 682	235 935	236 024	241 236	239 499
Podíl CR na celkové zaměstnanosti Pracovní místa (v %)	4,74	4,75	4,71	4,58	4,50	4,48	4,56

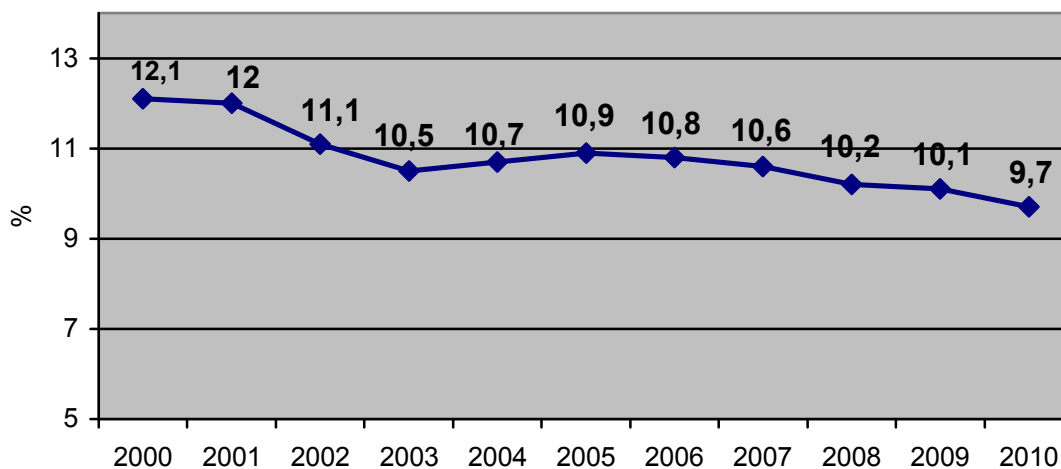
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [33]

Tabulka č. 8 popisuje vývoj podílu CR na celkové zaměstnanosti roku 2003 – 2009. Z roku 2003 na rok 2004 se nepatrně zvýšil podíl CR na zaměstnanosti, avšak od tohoto roku stále klesá podíl počet zaměstnaných osob v CR.

**Tabulka č. 9: Zaměstnanost v odvětvích cestovního ruchu v ČR podle WTTC**

Ukazatel		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>Zaměstnanost vyvolaná nepřímo</b>	v %	10,5	10,7	10,9	10,8	10,6	10,2	10,1
	v tisících	500,7	504,7	521,9	526,1	524,2	512,7	500,2
<b>Zaměstnanost vyvolaná přímo</b>	v %	2,1	2,1	2	2	1,8	1,9	2
	v tisících	102,3	100,5	99,2	99,2	93,4	95,6	98,9

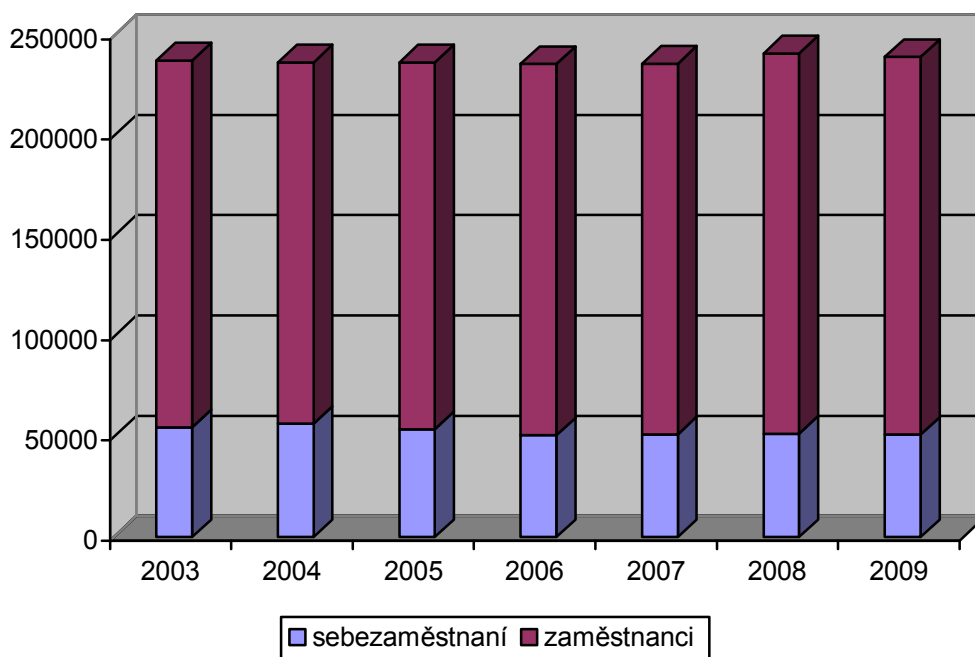
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [58]



**Graf č. 12: Vývoj zaměstnanosti v odvětví cestovního ruchu od roku 2000-2010**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [58]

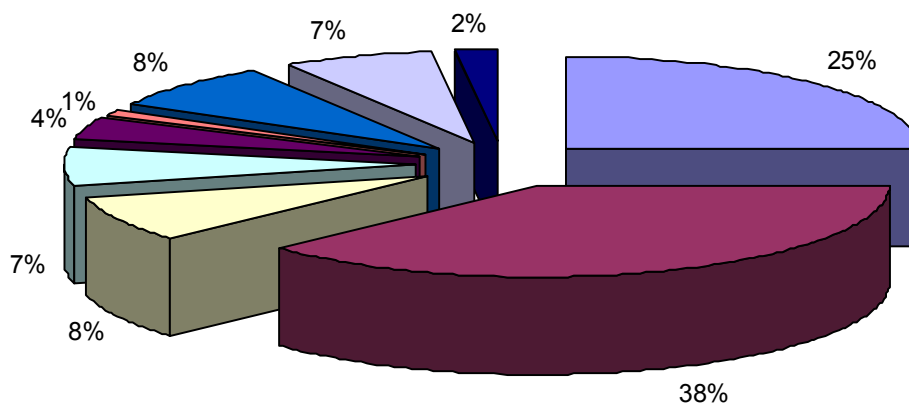
Statistiky z TSA vypracované ČSÚ jsou již poněkud zastaralé. Proto je pro aktuálnost a také pro srovnání uvedena tabulka č. 9 s údaji WTTC, která však používá jinou metodologii a rozlišuje mezi zaměstnaností vyvolanou přímými a nepřímými vlivy. Z tabulky je zřejmé, že zaměstnanost vyvolaná přímo osciluje kolem 2 % z celkové zaměstnanosti v ČR, nepřímá pak kolem 10,5 %. Vývoj nepřímé zaměstnanosti pak znázorňuje graf č. 12. Od roku 2000 do roku 2004 klesala zaměstnanost až na 10,5 %. V následujících letech se pohybovala kolem 10 %, výraznější pokles je v roce 2010 na 9,7 %.



**Graf č. 13: Počet zaměstnaných osob podílející se přímo na odvětví cestovního ruchu**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [33]

Graf č. 13 znázorňuje vývoj počtu zaměstnaných osob podílející se přímo na odvětví CR. Zaměstnané osoby v odvětví CR jsou členěny na zaměstnance a sebezaměstnané. Z grafu je patrné, že tento vývoj je stabilní, bez větších odchylek či výkyvů. Podíl živnostníků a zaměstnanců přímo v CR je v průměru 22 % sebezaměstnaných a 78 % zaměstnanců v nejrůznějších podnicích.



Hotely a podobná zařízení	Restaurace a podobná zařízení	Osobní železniční doprava
Osobní silniční doprava	Osobní letecká doprava	Doplňkové služby osobní dopravy
Cestovní agentury a podobná zařízení	Kulturní služby	Sportovní a ostatní rekreační služby

**Graf č. 14: Zaměstnanost v cestovním ruchu podle oborů za rok 2009**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [33]

Graf č. 14 člení obory CR a znázorňuje podíl zaměstnanosti v tomto odvětví. Nejvíce osob pracuje v restauracích a podobných zařízeních (téměř 40 %), 25 % osob je zaměstnaných v hotelech, a dále ve stejné míře jsou zastoupeny silniční a letecká doprava, cestovní agentury a kulturní služby. Menší míru zaměstnanosti vykazují sportovní rekreační služby a doplňkové služby osobní dopravy.

## 2.2 Socio - kulturní faktory cestovního ruchu

Rozvoj CR a jeho subjektů znamená nejen hospodářský přínos, ale má pozitivní vliv na zachování původních tradic a kultur, na ochranu životního prostředí a je důležitým faktorem pro soužití různých kultur a poznávání tradic. Odvětví CR patří mezi nejvýznamnější součásti národního i světového trhu.

CR je také ukazatel životní úrovně obyvatelstva.

- Podílí se na všestranném rozvoji osobnosti.
- Umožňuje obnovu duševních a fyzických sil – odpočinek.
- Je nástrojem preventivně léčebného působení.
- Slouží k účelnému využití volného času.

- 
- Pomáhá vytvářet nový životní styl – přenosem zvyků a návyků z jiných zemí nebo oblastí.
  - Slouží jako nástroj vzdělávání a kulturní výchovy člověka.
  - Motivuje k získávání jazykových znalostí.
  - Vědecko – informační funkce – výměna informací, vědeckých poznatků (kongresová turistika).

Socioekonomickými faktory a předpoklady CR jsou takové zdroje, předpoklady a impulsy, které uvádějí v činnost rekreační a turistické procesy. Jedná se o veškeré socioekonomické zdroje, předpoklady a možnosti ovlivňující zejména rozdílnou intenzitu účasti obyvatelstva na CR a rekreaci.

– *Demografické faktory* – Mají rozhodující vliv jednak na intenzitu účasti obyvatelstva na CR a rekreaci, jednak na rozmístění jednotlivých druhů aktivit. Jinak tráví volný čas mladí, svobodní, jinak rodiny s dětmi, starší lidé apod.

– *Urbanizační faktory* – Základním diferenciacním faktorem v rekreativě obyvatelstva je urbanizace. Na základě toho jiné rekreační nároky má městské, a jiné venkovské obyvatelstvo. Podobnou úroveň diferenciacce představuje velikost města a jeho funkce.

– *Sociálně-kulturní a sociálně-politické podmínky* – Sociální a kulturní politika jednotlivých států vytváří rozdílné podmínky pro účast obyvatelstva na CR. Existuje přímá úměrnost mezi životní úrovní obyvatelstva určitého státu a jeho podílem na CR.

Rozvoj CR je podporován řadou faktorů, které souvisejí s růstem počtu obyvatelstva naší planety, se zlepšováním jejich zdravotního stavu a se zvyšováním vzdělanosti, díky níž lidé postupně překonávají jazykové bariéry a jsou podněcováni k poznání nových míst, kultur a k prožití neobvyklých zážitků. Podnětem pro rozvoj CR je i postupující globalizace, spojená se soustředováním lidí do velkých aglomerací, s rozšiřováním ICT, které umožňují bezproblémovou komunikaci a rychlé překonání vzdáleností. V hierarchii potřeb člověka se CR postupně přesunuje z potřeb luxusních a zbytných do potřeb běžných, které jsou nedílnou součástí spokojeného života. Vezme-li se v úvahu, že CR má multiplikační efekt na rozvoj národního hospodářství, zvyšuje zaměstnanost v regionech a stává se důležitým faktorem rozvoje oblastí, lze pochopit mnohonásobné zvýšení významu CR.<sup>27</sup>

Vedle prostředí přírodního působí CR neméně intenzivně i na prostředí společenské, na místní obyvatele a jejich způsob života. Jeho vlivem dochází ke změnám v systému hodnot

---

<sup>27</sup> *Ochrana přírody The nature conservation journal* [online]. 2008, 2010 [cit. 2010-12-15]. Cestovní ruch. Dostupné z WWW: <<http://www.casopis.ochranaprirody.cz/zvlastni-cislo/cestovni-ruch.html>>.

---

a chování místních obyvatel. Změny často nastávají i ve struktuře komunity, v rodinných vztazích, v tradičním životním stylu a morálce. CR může způsobit změny v místní komunitě a hodnotách prostřednictvím přímého a nepřímého kontaktu návštěvníků s obyvateli regionu. V porovnání s vlivy CR na přírodní složky krajinného prostředí se společensko-kulturní dopady neprojevují zpravidla tak zřetelně a bezprostředně, jsou hůře identifikovatelné a měřitelné, méně medializované a zatím ne důsledně zkoumané.

V rámci socio-kulturních aspektů jsou v poslední době nejvíce protěžovány, preferovány a akcentovány tři momenty - „Cestovní ruch pro všechny“, trvale udržitelný CR a vliv CR na životní prostředí.

### **2.2.1 Sociálně odpovědný cestovní ruch – „Cestovní ruch pro všechny“**

Koncepce CR pro všechny splňuje podmínky kvalitního CR, kde kvalita znamená, že destinace vzala v úvahu všechny očekávání účastníků CR se speciálními potřebami a nabízí jim komfort, atraktivitu a bezpečnost v souladu s právem na účast CR, které je obecným právem každého člověka. Toto právo je zakotveno v Globálním kodexu cestovního ruchu<sup>28</sup> vydaném UVWTO. Tento dokument uvádí, že *„možnost přímého osobního přístupu k objevování a udržování zdrojů planety představuje právo, jež je v rovné míře dostupné všem obyvatelům světa.“*<sup>29</sup>

Cílem sociálního CR je zvýšení dostupnosti cestování pro ty, pro které byla účast v CR obtížná. Jedná se o významné skupiny občanů (děti, junioři, rodiny s dětmi, senioři, handicapovaní...). Na začátku roku 2010 byla připravena výzva k předkládání žádostí o dotaci v rámci Národního programu podpory CR, podprogram Cestovní ruch pro všechny financovaného ze státního rozpočtu.

Podprogram se zaměří na tvorbu nových produktů domácího CR. Důraz bude kladený na vytvoření podmínek pro realizaci nových turistických produktů pro domácí CR, např. bezbariérové přístupy, dětské herny, dětské koutky, mobilní bazény, vybavení třídy pro školy v přírodě apod. a marketingovou podporu. Na Podprogramu je ze státního rozpočtu vyčleněno 100 milionů Kč. Hranice celkových způsobilých výdajů jednoho projektu je stanovena ve výši 1 – 5 milionů Kč. Dotace kryje 50 % podíl financování projektu, zbylých 50 % budou tvořit

---

<sup>28</sup> *World Tourism Organization* [online]. 2000, 2010 [cit. 2010-12-13]. Global Code of Ethics for Tourism. Dostupné z WWW: <<http://www.unwto.org/ethics/index.php>>.

<sup>29</sup> *European Destination of Excellence 2011* [online]. 2008, 2010 [cit. 2010-12-12]. Cestovní ruch a obnova hmotného dědictví. Dostupné z WWW: <[http://www.eden-czechtourism.cz/files/czech\\_code\\_of\\_ethics.pdf](http://www.eden-czechtourism.cz/files/czech_code_of_ethics.pdf)>.



---

vlastní zdroje žadatele. Účelem Podprogramu je podpořit podnikatelské subjekty provozující podnikatelskou činnost.<sup>30</sup>

*Z globálního etického kodexu lze dále uvést fakt, že „základem odpovědného CR jsou porozumění a podpora etických hodnot společných všemu lidu, vycházející z tolerance a respektování různosti náboženských, filosofických a morálních přesvědčení. Turisté by měli vzít na vědomí sociální a kulturní tradice a zvyklosti všech národů, včetně národů menšin a uznat jejich hodnotu. Aktivita CR by měly být prováděny v souladu s atributy a tradicemi hostitelských regionů a zemí a při respektování jejich zákonů a zvyklostí. Aktivita CR představují nenahraditelný faktor sebevzdělávání, vzájemné tolerance a dozvídání se o legitimních rozdílech mezi národy a kulturami a jejich rozdílnosti. Aktivita CR by měly být plánovány takovým způsobem, aby umožňovaly zachování a rozvoj tradičních kulturních produktů, řemesel a folklóru, namísto toho, aby způsobovaly jejich úpadek. Politika CR by měly napomáhat zvýšení životní úrovně obyvatelstva navštívených regionů a uspokojování jejich potřeb.“<sup>31</sup>*

## **2.2.2 Trvale udržitelný cestovní ruch**

Dopady CR na území, místní obyvatelé mohou být pozitivní i negativní. Mezi pozitivní dopady, které CR přináší, patří například:

- Nová pracovní místa.
- Zvýšení finančních příjmů obce i obyvatel.
- Rekonstrukce kulturních památek.
- Zlepšení infrastruktury (doprava, parkoviště).

Negativní dopady spočívají především v:

- Ohrožení přírodního bohatství.
- Ztráta jedinečnosti specifické lokální kultury, památky.
- Negativnímu vnímání návštěvníků místními obyvateli.
- Ztráta soukromí místních obyvatel.

Proto veškeré aktivity, spojené s CR, by měly být realizovány tak, aby se minimalizovala případná negativa, tzn. je důležitá snaha o dlouhodobou udržitelnost těchto aktivit.

---

<sup>30</sup> *Celostátní kolegium cestovního ruchu ČR* [online]. 2009, 2010 [cit. 2010-12-11]. Podpora cestovního ruchu v ROP 2007-2009. Dostupné z WWW: <[http://www.kolegiumcr.cz/index.php?option=com\\_content&view=article&id=84%3Aaktualni-zprava&catid=36&Itemid=61](http://www.kolegiumcr.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=84%3Aaktualni-zprava&catid=36&Itemid=61)>.

<sup>31</sup> *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. 1999, 2010 [cit. 2010-12-15]. Regionální rozvoj a cestovní ruch. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-cestovniho-ruchu>>.

---

ČR má mimořádné předpoklady pro rozvoj CR vzhledem ke svému kulturnímu a přírodnímu bohatství. Z hlediska mezinárodního CR hraje důležitou úlohu i její poloha ve středu Evropy a sousedství se zeměmi EU.

V publikaci vydané Ministerstvem pro místní rozvoj ČR (dále jen MMR) se uvádí následující vymezení pojmu udržitelného rozvoje ve vztahu k CR: „*Udržitelný rozvoj cestovního ruchu – uspokojuje potřeby současných turistů (pozn. lépe účastníků cestovního ruchu) a hostitelských regionů s ohledem na ochranu a zhodnocení zdrojů pro budoucnost.*“<sup>32</sup>

Trvale udržitelný rozvoj CR lze definovat jako takový, který zabezpečuje zajištění současných potřeb účastníků CR a přitom pomáhá rozvoji území. S přihlédnutím k šetrnému využívání přírodních a kulturních hodnot vede k dlouhodobé prosperitě dané oblasti. Udržitelný rozvoj zachovává současným a budoucím generacím možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby, zlepšuje kvalitu lidského života, ale zároveň nesnižuje biodiverzitu, zachovává přirozené funkce skosystémů.

V neposlední řadě přispívá CR k poznávání nových míst, přírodního a kulturního dědictví jiných národů, pomáhá lépe pochopit jejich mentalitu, obyčeje a zvyklosti, a tím rozvíjí myšlenku mírového soužití. Naproti tomu vlivem mohutného nekoordinovaného rozvoje CR v určitých lokalitách může docházet k poškozování životního prostředí, nadměrnému využívání přírodních zdrojů, zejména neobnovitelných, hrozí i vznik konfliktních situací mezi domácím obyvatelstvem a návštěvníky, například z důvodu odlišných zvyklostí a způsobu chování.<sup>33</sup>

### **2.2.3 Vliv cestovního ruchu na životní prostředí**

Jako každá hospodářská činnost i CR znečišťuje životní prostředí. CR a rekreace se mohou v krajíně projevat řadou negativních vlivů, které je třeba eliminovat. K poškození přírodního prostředí dochází zejména v oblastech se zvýšenou koncentrací těchto rekreačních aktivit. Bohužel se jedná většinou o místa chráněných oblastí, přírodních rezervací, místa výskytu vzácných rostlin a živočichů. Pro odstranění negativních vlivů je třeba tyto vlivy znát a informovat o nich i návštěvníky v těchto oblastech. V případě, kdy počet návštěvníků regionu překročí míru únosnosti a životní prostředí ztratí schopnost vypořádat se

---

<sup>32</sup> SDRUŽENÍ PRO ROZVOJ OBCÍ A REGIONŮ, O.S., Kolektiv Konsorcia SPROR Plus. *Cestovní ruch a udržitelný rozvoj* [online]. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007 [cit. 2010-12-15]. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=a02c8161-7b22-419d-a7f3-fec53291f68f>>.

<sup>33</sup> *European Destination of Excellence 2011* [online]. 2008, 2010 [cit. 2010-12-12]. Cestovní ruch a obnova hmotného dědictví. Dostupné z WWW: <<http://www.eden-czechtourism.cz/udrzitelny-cestovni-ruch/>>.

---

s nadměrným využíváním, může to vést nejen k jeho oslabení, ale i k jeho zničení. Nejmarkantněji se v této souvislosti projevuje neúměrné využívání přírodních zdrojů, znečišťování přírodního prostředí či fyzické znečišťování. Z hlediska způsobu působení na životní prostředí lze uvést zejména emise, erozi a narušení přírodních procesů v území, jež vedou k degradaci ekologických procesů, jejich neudržitelnosti a ztrátě jejich schopnosti obnovy.

Významným problémem rozvoje turismu je produkce odpadu, jeho netřídění, minimální recyklace, nelegální skládky. Proto by měly být všechny turistické aktivity navázány na odpadové hospodářství.

Mezi negativní vlivy CR na životní prostředí lze uvést:

1. Zábor zemědělské a lesní půdy – spojené s výstavbou objektů a zařízení CR a sportu a příjezdových komunikací. To vede k otevírání lesních porostů, které jsou pak vystaveny účinkům větru a mrazu, což vede k jejich vysychání, vývrátům a velkoplošným polomům.
2. Ohrožení zdrojů pitné vody – nedostatek hygienických zařízení, zejména v chatových oblastech.
3. Poškození vzhledu krajiny a znečišťování krajiny skládkami pevných odpadů a vytváření černých skládek (chataři).
4. Zvýšené nebezpečí požárů – nedostatečná protipožární zařízení chat a chalup vystavených v blízkosti lesů.
5. Poškození půd a rostlinstva sešlapáváním – snižuje se pórovitost půdy, její schopnost vsakovat, což vede k poškození bylinných porostů a kořenů stromů. Turisté rozšiřují horské chodníky, uvolňují a strhávají drny a tím otevírají prostor ničivé erozi. V posledních letech se rozšiřují škody způsobené zejména jízdou na horských kolech mimo cesty.
6. Poškození krajiny a přírody provozem motorových vozidel – exhalace, ropné látky, saponáty, nadměrný hluk.
7. Nadměrná koncentrace CR v některých oblastech – životní prostředí se tak začíná podobat prostředí městských aglomerací, před kterým člověk ujíždí z města.
8. Poškození estetického vzhledu krajiny – zahrádkářské a chatové osady plné architektonicky nevhodných a často provizorních stavem hyzdících krajinu. Živelné stavění chat bez odpovídajícího technického zázemí a s neestetickým vzhledem. Tato živelná zástavba je ve velké míře pozůstatkem minulých let.

---

9. Rušení zvěře přítomností a nevhodným chováním návštěvníků. Zvěř nemá klid ke své reprodukci a k příjmu potravy, což má za následek oslabení až úhyn jedinců.

Existují samozřejmě i pozitivní vlivy CR na životní prostředí, mezi které patří např.:

1. Zabránění průmyslového využití území atraktivního pro CR.
2. Zakládání zvláště chráněných maloplošných území (lze to považovat i ze vliv negativní, záleží na subjektivním pohledu).

Maloplošnými zvláště chráněnými územími jsou podle zákona č.114/1992 Sb., o ochraně přírody a krajiny Národní přírodní rezervace (NPR), Přírodní rezervace (PR), Národní přírodní památka (NPP) a Přírodní památka (PP).

3. Zachování a rekonstrukce archeologických a architektonických památek, které zvyšují atraktivitu území z hlediska návštěvnosti.
4. Rekreační - zvláště CR vytváří tlak na zlepšení životního prostředí a stavu krajiny (zlepšení infrastruktury, asanace krajiny).
5. Zvýšený příliv finančních prostředků do regionu, což napomáhá jeho rozvoji.
6. Vytváření nových pracovních příležitostí v oblasti CR a služeb. To může kladně ovlivnit sociální stabilitu regionu a zlepšit životní úroveň jeho obyvatel.

---

## 2.3 Multiplikační efekt a senzitivita spojená s odvětvím cestovního ruchu

Multiplikátor má významnou úlohu v procesu určení rovnovážné produkce. Z rovnice (2.1) plyne, že úroveň rovnovážného důchodu závisí na úrovni autonomních výdajů ( $\bar{A}$ ) a mezním sklonu ke spotřebě ( $c$ ).<sup>34</sup>

$$Y_0 = \frac{1}{1-c} * \bar{A} \quad (2.1)$$

Předpokládá se, že odvětví vyrábějící kapitálové statky mají přebytek kapacity a mohou nabízet a dodávat kapitálové statky v období, ve kterém jsou objednány, takže důchody (odměny výrobních faktorů) se zvýší ve stejném období. Dalším předpokladem je, že neexistuje časové zpoždění v reakci spotřebních výdajů na změnu důchodu, takže spotřeba přítomného období je funkcí důchodu přítomného období. Dále předpokládáme, že ekonomika operuje pod potenciálem, předpokládáme fixní ceny a neměnnou úrokovou sazbu. Rovnici (2.1) lze přepsat do tvaru:

$$Y = C + \bar{I} \quad (2.2)$$

Platí-li tato rovnovážná podmínka pro výchozí rovnovážnou úroveň, musí platit i pro další rovnovážnou úroveň, že:

$$Y + \Delta Y = C + \Delta C + \bar{I} + \Delta \bar{I} \quad (2.3)$$

Odečteme-li od rovnice (2.3) výchozí rovnovážnou úroveň, dostaneme:

$$\Delta Y = \Delta C + \Delta \bar{I} \quad (2.4)$$

Spotřební funkci předpokládáme ve tvaru  $C = \bar{ca} + cY$ , dále předpokládáme, že se autonomní spotřeba nezměnila ( $\Delta \bar{ca} = 0$ ). Potom změna ve spotřebě je indukovaná změnou v úrovni rovnovážné produkce, tedy platí:

$$\Delta C = c\Delta Y \quad (2.5)$$

---

<sup>34</sup> MACH, Miloš. *Makroekonomie II. : Pro magisterské (inženýrské) studium 1. a 2. část.* Slaný : MELANDRIUM, 2001. 367 s. ISBN 80-86175-18-9.

Substitucí rovnice (2.5) do rovnice (2.4) dostaneme:

$$\frac{\Delta Y}{\Delta \bar{I}} = \frac{1}{1 - c} \quad (2.6)$$

Výraz  $\frac{1}{1 - c}$  se nazývá jednoduchý výdajový multiplikátor (multiplikátor autonomních výdajů). Jednoduchý multiplikátor proto, že předpokládáme, že se zvýšením autonomních výdajů se nemění ceny a úroková sazba. Stejně tak, jestliže se změní autonomní spotřeba o  $\Delta \bar{c}$ , změna této autonomní komponenty agregátní poptávky vyvolá obdobný multiplikační efekt jako změna autonomních investic.

Pro jednoduchý výdajový multiplikátor (značíme  $\alpha$ ) lze psát:

$$\alpha = \frac{\Delta Y}{\Delta \bar{A}} = \frac{1}{1 - c} = \frac{1}{s} \quad (2.7)$$

Výdajový multiplikátor (násobitel) obecně vyjadřuje n-násobný účinek výdajů na tvorbu důchodu. Multiplikátor způsobí, že produkt se změní ve větší míře než autonomní výdaje.

V třísektorové ekonomice (firmy, domácnosti, vláda) lze vymezit další multiplikátory, a to multiplikátor vládních výdajů, multiplikátor transferových plateb a daňový multiplikátor.<sup>35</sup>

V otevřené ekonomice je uvažován dále multiplikátor zahraničního obchodu<sup>36</sup>, přičemž platí, že změna jakéhokoliv z autonomních výdajů v otevřené ekonomice má slabší účinek na růst (pokles) produktu než v ekonomice uzavřené.

$${}^{35} \bar{\alpha} = \frac{1}{1 - c(1 - t)} \quad \alpha_{TR} = \frac{c}{1 - c(1 - t)} \quad \alpha_{TA} = \frac{-c}{1 - c(1 - t)}$$

$\bar{\alpha}$  .....Multiplikátor vládních výdajů.  
 $\alpha_{TR}$  .....Multiplikátor transferových plateb.  
 $\alpha_{TA}$  .....Daňový multiplikátor (autonomních daní)

$${}^{36} \bar{\bar{\alpha}} = \frac{1}{1 - c(1 - t) + m}$$

$\bar{\bar{\alpha}}$  .....Multiplikátor otevřené ekonomiky.  
 $m$  .....Mezní sklon k dovozu.

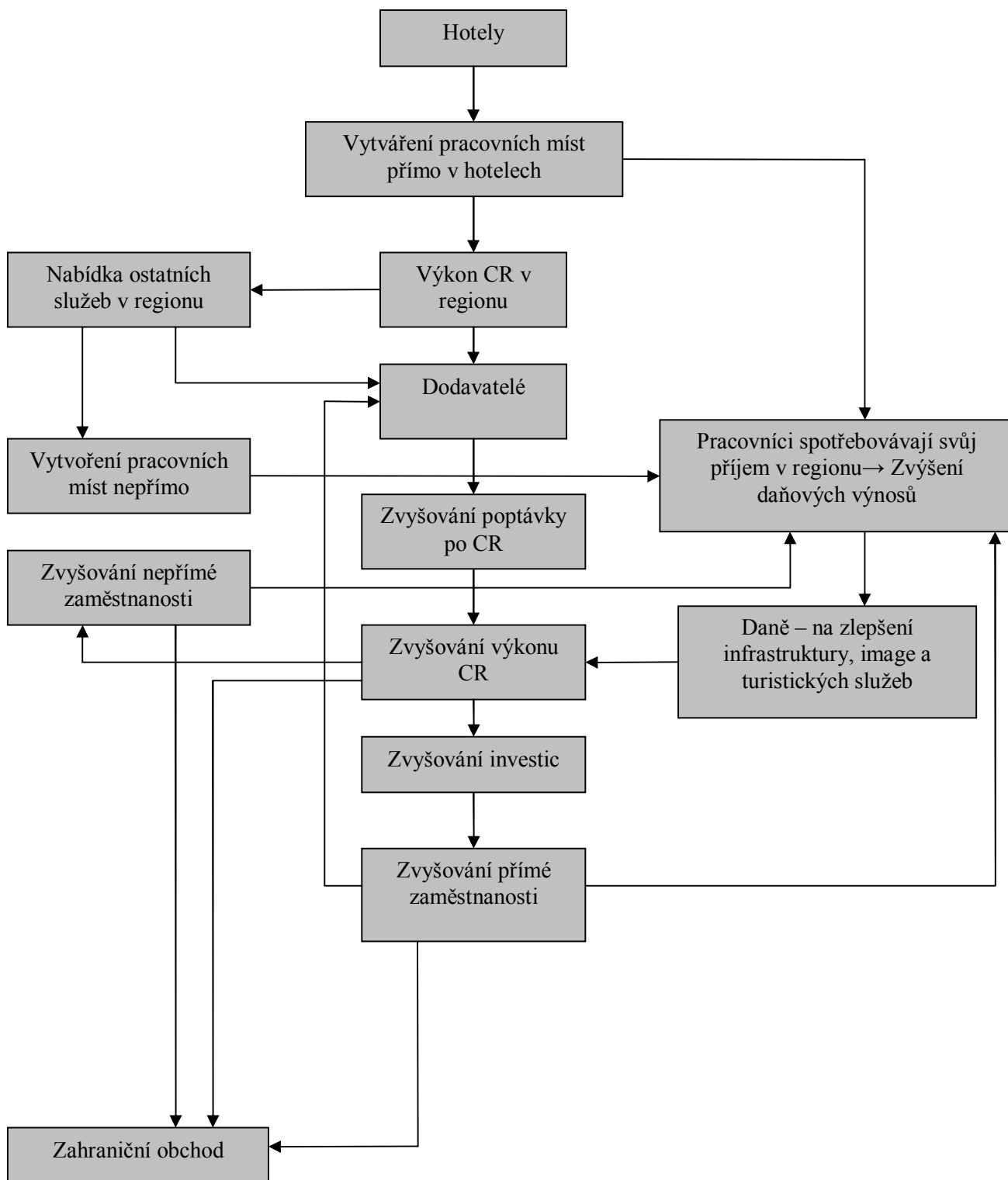
---

Multiplikační efekt lze spojovat i s odvětvím CR, neboť výdaje v něm uskutečněné vyvolávají řetězovou reakci souvisejících subjektů, a tak se znásobuje jeho dopad na růst důchodu. Konkrétněji lze danou situaci popsat takto:

Ubytovací zařízení vytvářejí přímo pracovní místa v těchto zařízení. Existence ubytovacích zařízení přitahují dodavatele do regionu a podporují další nabídku služeb a tím i tzv. nepřímou zaměstnanost. Zaměstnanci v této oblasti spotřebovávají část svých příjmů a tím zvyšují daňové příjmy v regionu. Příjmy mohou vést ke zlepšení infrastruktury CR, ke zvyšování kvality poskytovaných služeb a vytváření atraktivnějších nabídek pro návštěvníky. Za těchto předpokladů se oblast stává atraktivnější pro turisty, přiláká více turistů a tak se vytváří vyšší příjem z poskytovaných služeb ubytovacích zařízení k možné investici jejich rozvoje.

Jako příklad formy CR, kde se příznivě projevuje multiplikační efekt na úrovni regionu, je ekoturistika. V daném regionu provozují tyto služby místní podnikatelé, což znamená, že zisky a daně zůstávají v místě, na rozdíl od velkých středisek se sídlem mimo region, jejichž zisky daný region opouštějí.

Následující schéma zobrazuje prorůstový model úspěšného subjektu v odvětví CR. Jedná se o hotelové zařízení, které vytváří v regionu multiplikační efekt.



**Obrázek č. 5: Znárodnění multiplikačního efektu v CR**  
 Zdroj: Vlastní zpracování



---

### Senzitivita (citlivost)

Obecně citlivost veličiny X na veličinu Y udává, jak se změní X při změně Y a při současném zachování stability ostatních veličin. Nejčastěji se sledují relativní změny, tj. o kolik % se změní veličina X při změně veličiny Y o 1 %.<sup>37</sup>

$$U_1 = \frac{\Delta X}{X_t} = \frac{X_{t+1} - X_t}{X_t} \quad (2.8)$$

$$U_2 = \frac{\Delta Y}{Y_t} = \frac{Y_{t+1} - Y_t}{Y_t} \quad (2.9)$$

$$U_3 = \frac{\frac{\Delta X}{X_t}}{\frac{\Delta Y}{Y_t}} \quad (2.10)$$

U<sub>1</sub>, U<sub>2</sub>.....dílní relativní ukazatel marginální

U<sub>3</sub>.....dílní ukazatel senzitivity

X, Y .....absolutní ukazatele

t.....výchozí období

t + 1.....následující období

Pro zkoumání senzitivity (citlivosti) celkové produkce národního hospodářství na produkci odvětví CR lze aplikovat výše uvedené úvahy. Východiskem jsou statistická data – viz tabulka č. 10. Výsledky (vypočtená tempa růstu i ukazatele senzitivity) jsou uvedeny v tabulkách č. 11 a č. 12.

**Tabulka č. 10: Vstupní data pro výpočet senzitivity celkové produkce na produkci CR**

Ukazatel v mil. Kč	2 003	2 004	2 005	2 006	2 007	2 008	2 009
<b>Produkce celkem</b>	6 392 815	7 052 693	7 441 528	8 323 461	9 238 420	9 677 283	8 786 554
<b>Produkce CR</b>	216 773	232 994	226 932	241 595	250 407	251 543	238 257
<b>Produkce ostatní</b>	6 176 042	6 819 699	7 214 596	8 081 866	8 988 013	9 425 740	8 548 297

Zdroj: [30]

---

<sup>37</sup> KRAFTOVÁ, Ivana. *Finanční analýza municipální firmy*. Praha : C.H.Beck, 2002. 206 s. ISBN 80-7179-778-2.

$$r = \frac{Y_{t+1} - Y_t}{Y_t} * 100 \quad (2.11)$$

r.....tempo růstu produkce

$Y_t$ .....produkce v čase t

$Y_{t+1}$ .....produkce v čase t +1

**Tabulka č. 11: Tempo růstu celkové produkce, produkce CR a ostatní produkce**

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
$r_C$	10,32	5,51	11,85	10,99	4,75	-9,20
$r_{CR}$	7,48	-2,60	6,46	3,65	0,45	-5,28
$r_O$	10,42	5,79	12,02	11,21	4,87	-9,31

Zdroj: Vlastní zpracování

$r_C$ .....tempo růstu celkové produkce

$r_{CR}$ .....tempo růstu produkce CR

$r_O$ .....tempo růstu ostatní produkce

$$r_C = r_{CR} + r_O$$

$$\text{Citlivost 1} = r_C / r_{CR} \quad (2.12)$$

$$\text{Citlivost 2} = r_C / r_O \quad (2.13)$$

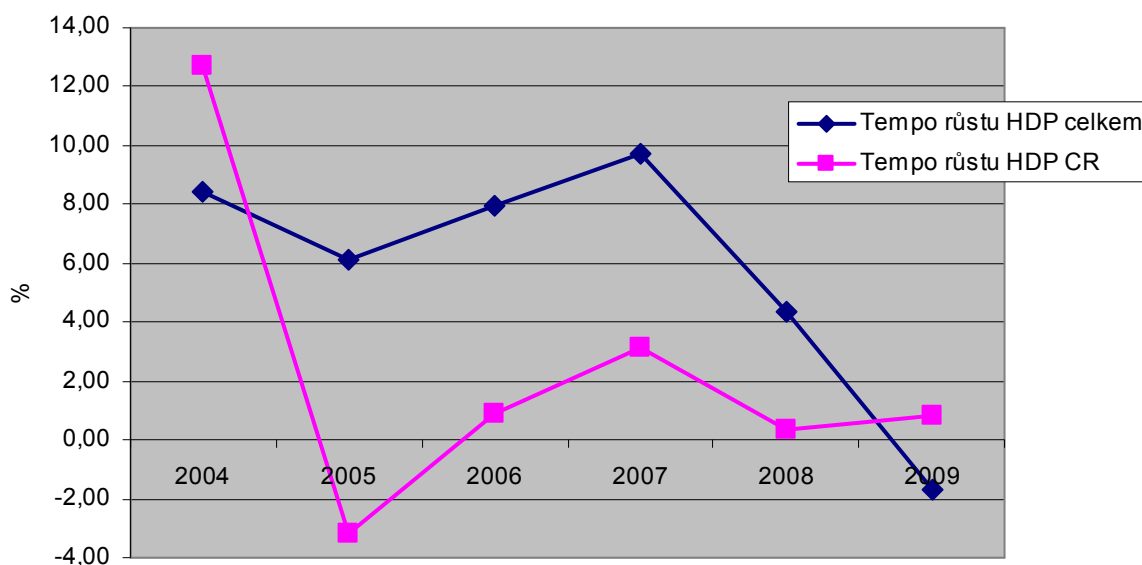
**Tabulka č. 12: Citlivost celkové produkce na produkci CR a na ostatní produkci**

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Citlivost 1	1,38	-2,12	1,83	3,01	10,48	1,74
Citlivost 2	0,99	0,95	0,99	0,98	0,98	0,99

Zdroj: Vlastní zpracování

Z vypočtených dat lze dedukovat, že celková produkce národního hospodářství je citlivá na změnu CR. Dokonce lze usoudit v porovnání hodnot „citlivosti 1“ a „citlivosti 2“, že celková produkce je citlivější na změnu produkce CR, než na změnu ostatní produkce. Nárůst CR přináší vyšší nárůst produkce celkem a naopak pokles CR přináší větší pokles celkové produkce. Avšak problém je v období krize, kdy pokles CR je nižší než pokles ostatní produkce. Toto však nedokáže zvrátit situaci, i když pokles celkové produkce je nižší než pokles ostatní produkce, neboť CR má relativně malý podíl na celkové produkci.

S uvedenými úvahami souvisí graf č. 15, který zobrazuje vývoj tempa růstu HDP celkem a tempa růstu HDP CR.



**Graf č. 15: Vývoj tempa růstu HDP celkem a tempa růstu HDP CR**  
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [30]

Jak je patrné z grafu č. 15, tak tempo růstu HDP celkem a tempo růstu HDP CR mají obdobný vývoj. V roce 2005 u obou temp nastává pokles, u HDP CR je zaznamenán výrazný pokles (z tempa růstu 12,7 % na - 3,16 %). Od roku 2005 do roku 2007 roste tempo růstu HDP celkem i tempo růstu HDP CR. V roce 2007 opět nastává pokles obou ukazatelů. Tempo růstu HDP CR již vzrostlo v roce 2009 oproti HDP celkem.

---

## 3 Analýza odvětví cestovního ruchu ČR

Odvětví CR je velmi specifické v nabízených produktech. Zahrnuje v sobě širokou škálu oborů jako je ubytování, stravování, doprava, cestovní kanceláře, bankovníctví, pojišťovnictví, služby sportovních zařízení apod. Regionální rozložení CR ČR a s ním spojené služby lze analyzovat pomocí nejrůznějších modelů a ukazatelů. Pro zkoumání konkurenceschopnosti lze využít Porterův model pěti sil, pro zkoumání regionální diverzifikace je vybráno několik výkonnostních ukazatelů. Odvětví CR je také velmi závislé na spolupráci veřejného a soukromého sektoru.

### 3.1 Aplikace Porterova modelu pěti sil v odvětví cestovního ruchu

Při analýze odvětví se často používá Porterův model pěti sil, který vyjadřuje konkurenční prostředí pomocí vyjednávací síly odběratelů, vyjednávací síly dodavatelů, hrozby vstupu nových konkurentů, hrozby substitučních výrobků a stupně konkurence mezi firmami působícími na trhu.

#### 3.1.1 Hrozba nově vstupujících firem

Odvětví CR je vysoce atraktivní odvětví pro potenciální konkurenty. Je charakteristické vysokou diferenciací produktů, vlivem značky na poptávku a loajalitou zákazníků.

Odvětví CR lze zařadit mezi odvětví, ve kterém se snadno začíná podnikat. V současnosti je relativně snadné otevřít si novou restauraci nebo penzion. Každý konkurent však musí počítat s velkou vstupní investicí a s počáteční ztrátou, než se mu podaří získat dostatečně velkou část trhu a dlouhodobě prosperovat. V tomto odvětví je kladen velký důraz na propagaci, reklamu a spolupráci veřejného sektoru. Vzdělání a poptávka zákazníků snadno uspokojí i nově vzniklá firma například diferenciací od konkurence. Toto je dobrá ochranná bariéra tehdy, stane-li se nabízená služba v očích zákazníků něčím mimořádná (kvalitou, netradičním zážitkem, zapojení zákazníka apod.). Nově vstupující firma potřebuje zajistit poptávku po nabízených službách. Tuto překážku lze řešit pomocí slev, výhodných balíčků (například velikonoční pobyty, vánoční nabídky apod.) a přilákat tím nové zákazníky. Svoji roli zde hraje i výhodná poloha a dostupnost ubytovacího zařízení.

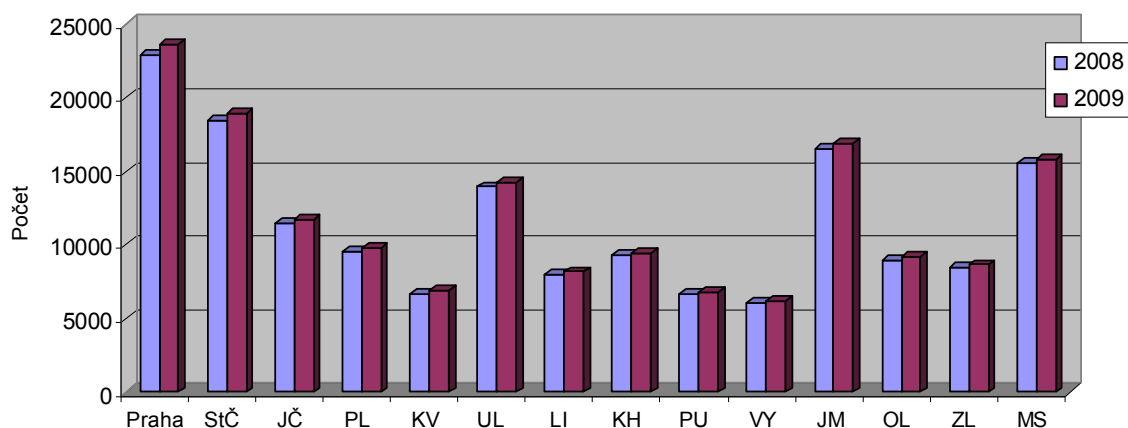
V roce 2008 proběhla novela Živnostenského zákona (ŽZ), kde došlo k některým legislativním změnám a došlo tak k významné liberalizaci podmínek vstupu do podnikání a jeho průběžné zjednodušení, které působilo na zvýšený podnikatelský zájem.

**Tabulka č. 13: Porovnání počtu hostinské živnosti a koncesované živnosti v roce 2008 a 2009 v krajích ČR**

	Řemeslná živnost (Hostinská)			Koncesovaná živnost (Cestovní kanceláře)		
	2008	2009	Změna	2008	2009	Změna
Praha	22861	23 582	721	421	440	19
StČ	18 490	18 924	434	87	93	6
JČ	11 433	11 714	281	64	62	-2
PL	9 524	9 759	235	36	36	0
KV	6 714	6 898	184	33	33	0
UL	13 945	14 211	266	64	66	2
LI	7 962	8 174	212	44	46	2
KH	9 286	9 467	181	55	54	-1
PU	6 709	6 810	101	46	48	2
VY	6 106	6 230	124	53	54	1
JM	16 560	16 916	356	165	174	9
OL	8 979	9 192	213	52	58	6
ZL	8 472	8 661	189	54	53	-1
MS	15 524	15 792	268	117	122	5
<b>Celkem</b>	<b>162 565</b>	<b>166 330</b>	<b>3 765</b>	<b>1 291</b>	<b>1 339</b>	<b>48</b>

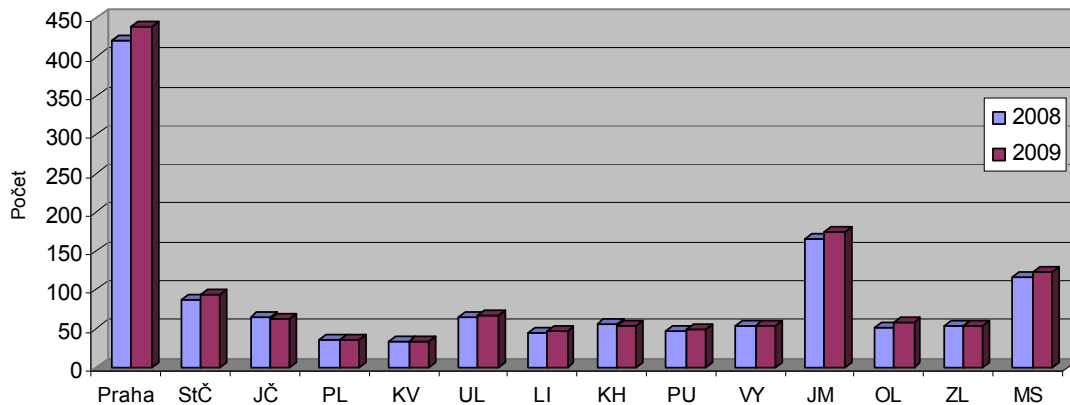
Zdroj: [45]

Tabulka č. 13 udává změnu hostinských a koncesovaných živností v roce 2009 oproti roku 2008 podle jednotlivých krajů ČR. Nejvíce hostinských živností vzrostlo v Praze, ve Středočeském a Jihomoravském kraji. Nárůst koncesovaných živností byl v roce 2009 zaznamenán opět v Praze, na druhém místě v počtu změny se řadí Jihomoravský kraj, dále se počet zvětšil ve Středočeském a Olomouckém kraji. Naopak v Jihočeském kraji byly zrušeny 2 cestovní kanceláře. Celkový počet nárůstu živností v ČR v roce 2009 oproti roku 2008 byl 3 813 živností (z toho 48 koncesovaných živností).



**Graf č. 16: Počet živnostenských oprávnění k živnosti hostinské v roce 2008 a 2009 podle krajů ČR**  
 Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [45]

Graf č. 16 porovnává hostinské živnosti v roce 2008 a 2009 v jednotlivých krajích ČR. Je vidět, že ve všech krajích ČR počet živností stoupl díky zjednodušení podmínek vstupu do podnikání. Nejméně živností se nachází v Pardubickém, Karlovarském kraji a v kraji Vysočina.



**Graf č. 17: Počet živnostenských oprávnění k provozování cestovní kanceláře v roce 2008 a 2009 podle krajů ČR**  
 Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [45]

Graf č. 17 porovnává kraje ČR v počtu oprávnění provozovat cestovní kanceláře v roce 2008 a 2009. Cestovní kanceláře převažují v Praze, Jihomoravském a Moravskoslezském kraji, v ostatních regionech ČR jsou rozloženy rovnoměrně.

---

Na trhu s 10 miliony potenciálních spotřebitelů působí téměř 1 400 cestovních kanceláří a několik stovek cestovních agentur a takové množství subjektů na relativně malém trhu způsobuje jeho nepřehlednost. Na druhé straně, pokud by stát trh CR začal nějak regulovat, např. vysokou cenou za koncesi nebo omezeným počtem licencí k provozování cestovní kanceláře, vedlo by to pouze k nárůstu cen, které by v důsledku musel zaplatit spotřebitel.

### **3.1.2 Soupeření mezi existujícími konkurenty**

Pro konkurenceschopnost stávajících podniků působících v odvětví CR je důležité neustálé zlepšování a hledání příležitostí jak vylepšit a rozšířit nabídku poskytovaných služeb. Používají se metody cenové konkurence, rozšiřování služeb zákazníkům, zlepšení kvality, komplexnost nabízených služeb, přinést zákazníkovi „něco navíc“.

V odvětví CR existuje mnoho konkurentů, tím spíše nikdo nezvítězí v tomto boji udržet si stávající zákazníky a přilákat nové zákazníky. Jedná se o dynamický trh, není zde silná rivalita, soupeřící podniky mohou dosáhnout svých cílů prostřednictvím růstu poptávky.

Velmi důležitá je diferenciací nabízených služeb (cenou, úrovní služeb), odlišit se od konkurence svou nabídkou. Každou novinku lze v tomto odvětví rychle napodobit, a dohnat tak současné trendy v CR a požadavky zákazníků. Již existující firmy mění svojí podnikatelskou strategii a ve své nabídce se zaměřují na nové a netradiční formy CR, např. agroturistika, zážitkový a venkovský CR (příprava tradičních potravin, vyjížďky na koni, dojení krav apod.).

Toto odvětví je velmi specifické, je závislé na přírodních podmínkách, geografické poloze, potenciálu rozvoje CR apod. Proto je velmi nerovnoměrné rozložení nabídky CR v rámci regionů ČR a nejen z národního hlediska, ale i celosvětově. Velice podrobné a přehledné mapy ČR jsou uvedeny v příloze C, kde první mapa ukazuje rajonizaci CR, mapuje krajinu s příznivým, popřípadě nízkým předpokladem pro CR. Druhá mapa ukazuje hlavní oblasti a centra rekreace a CR. Znárodnuje střediska letní a zimní rekreace, historická města, přírodní atraktivita apod. Existují subjekty, které jsou bezkonkurenční např. svojí výhodnou polohou, přírodních podmínek, potenciálem památek, potenciálem vodních ploch, léčebně minerální prameny. Jen těžko budou konkurovat subjekty např. ubytovací zařízení na Vysočině se subjekty v Krkonoších svými nabídkami lyžařských areálů a sjezdovek.

---

Mnoho produktů vzniká a zaniká současně s aktuální módou. Produkt může ztratit svoji přitažlivost. Restaurace jsou náchylné na změnu trendů a chuti. Turistický produkt je nikdy nedokončeným produktem. Neustále může být zdokonalován a přizpůsobován.

Subjekty působící v odvětví CR obvykle nestanoví jedinou cenu, ale spíše cenovou strukturu, která odráží variace v geografické poptávce a nákladech, v požadavcích tržních segmentů, v načasování nákupů, v úrovních objednávek apod. Ke strategiím přizpůsobování cen se řadí: geografická tvorba cen (stanovení ceny pro různé zákazníky v odlišných lokalitách) cenové slevy, propagační tvorba cen (tvorba cen, kterou firmy používají ke stimulaci včasných nákupů) a diferencovaná tvorba cen. Znamená, že firmy často přizpůsobují základní cenu produktu tak, aby odrážela rozdíly mezi zákazníky - nižší ceny pro děti, důchodce, členy klubů, službami, lokalitami.

Hlavní formy cenových strategií, které se používají v oblasti CR jsou:<sup>38</sup>

- Diferenciace cen podle segmentu klientely (podle místa, podle času).
- Průnikové ceny (počáteční nízká cena s úmyslem získat větší tržní podíl).
- „Šlehačkové ceny“ - „ceny sbírání smetany“ - (tj. počáteční vysoká cena s úmyslem vytvořit maximální zisk).
- Linkované ceny (ceny mají minimální odchylku od ceny akceptované trhem ve velkém rozsahu a jsou určeny nabídkou prvního podniku CR, který daný produkt uvedl na trh nebo jej prodává v maximálním rozsahu, tuto strategii obvykle používají malé podniky CR).
- Psychologické ceny apod.

Oblasti, kde se nejvíce koncentruje CR, tzn. velký počet návštěvníků lze předpokládat větší konkurenční boj. Nejnavštěvovanější místa a cíle zahraničních i domácích turistů v ČR za rok 2010 v rámci jednotlivých regionů popisuje následující přehled.(v závorce je uveden počet návštěvníků v roce 2010).<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha : Grada Publishing, 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.

<sup>39</sup> *CzechTourism* [online]. 2005, 2010 [cit. 2010-12-15]. Servis pro novináře. Dostupné z WWW:

<[http://www.czechtourism.cz/files/servis\\_pro\\_novinare/navstevnost\\_tur\\_cilu/25\\_08\\_10\\_navstevnost\\_turisticky\\_cilu\\_2009.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/servis_pro_novinare/navstevnost_tur_cilu/25_08_10_navstevnost_turisticky_cilu_2009.pdf)>.



---

## **Praha**

1. Zoo Praha (1,3 mil.)
2. Pražský hrad (1,21 mil.)
3. Národní muzeum, Praha (573 tis.)
4. Židovské muzeum v Praze (572 tis.)
5. Národní galerie, Praha (337 tis.)

## **Středočeský kraj**

1. Aquapalace Praha (760 tis.)
2. Zámek a arboretum Průhonice (250 tis.)
3. Státní hrad Karlštejn (234 tis.)
4. Kostnice v Kutné Hoře – Sedlci (228 tis.)
5. Státní zámek Konopiště (143 tis.)

## **Jihočeský kraj**

1. Státní hrad a zámek Český Krumlov (311 tis.)
2. Státní zámek Hluboká nad Vltavou (240 tis.)
3. Zoo Ohrada, Hluboká nad Vltavou (222 tis.)
4. Státní zámek Červená Lhota (90 tis.)
5. Husitské muzeum Tábor (88 tis.)

## **Plzeňský kraj**

1. Zoo a botanická zahrada Plzeň (458 tis.)
2. Plzeňský Prazdroj (217 tis.)
3. DinoPark Plzeň (215 tis.)
4. Státní zámek Kozel (119 tis.)
5. Muzeum dr. Hostaše v Klatovech (75 tis.)

## **Karlovarský kraj**

1. Krajské muzeum, Karlovy Vary (94 tis.)
2. Hrad Loket (94 tis.)
3. Městské muzeum, Františkovy Lázně (79 tis.)
4. Zámek Bečov nad Teplou (50 tis.)

---

5. Státní zámek Kynžvart (34 tis.)

### **Ústecký kraj**

1. Památník Terezín (417 tis.)
2. Zoopark Chomutov (239 tis.)
3. Zoo Ústí nad Labem (168 tis.)
4. Pravčická brána (115 tis.)
5. Zoo Děčín (82 tis.)

### **Liberecký kraj**

1. Centrum Babylon (650 tis.)
2. Zoo Liberec (377 tis.)
3. Státní zámek Sychrov (121 tis.)
4. Státní hrad Trosky (107 tis.)
5. Botanická zahrada Liberec (82 tis.)

### **Královéhradecký kraj**

1. Zoo Dvůr Králové (530 tis.)
2. Adršpašské skály (250 tis.)
3. Zámek Dětenice (147 tis.)
- 4.-5. Prachovské skály (130 tis.)
- 4.-5. Galerie Zdeňka Buriana, Hradec Králové (130 tis.)

### **Pardubický kraj**

1. Skanzen Veselý kopec (73 tis.)
2. Východočeské muzeum, Pardubice (50 tis.)
3. Hrad Svojanov (47 tis.)
4. Státní zámek Litomyšl (35 tis.)
5. Hrad Kunětická Hora (32 tis.)

### **Vysočina**

1. Zoo Jihlava (267 tis.)
2. Šikland-Westernové městečko Šiklův mlýn, strašidelný zámek, muzeum veteránů (198 tis.)
3. Muzeum Vysočiny, Jihlava (153 tis.)

---

4. Státní hrad Pernštejn (134 tis.)

5. Státní zámek Telč (62 tis.)

### **Jihomoravský kraj**

1. Státní zámek Lednice (341 tis.)

2. jeskyně Moravského krasu (336 tis.)

3. Zoo Brno (250 tis.)

4. DinoPark Vyškov (204 tis.)

5. Zoo Vyškov (199 tis.)

### **Zlínský kraj**

1. Zoo Lešná (507 tis.)

2. Valašské muzeum v přírodě (253 tis.)

3. Arcibiskupský palác a zahrady v Kroměříži (143 tis.)

4. Slovácké muzeum, Uherské Hradiště (106 tis.)

5. Bařův kanál (70 tis.)

### **Olomoucký kraj**

1. Zoo Olomouc (376 tis.)

2. Muzeum umění Olomouc (216 tis.)

3. Hrad Bouzov (107 tis.)

4. Vlastivědné muzeum v Šumperku (84 tis.)

5. Papírna Velké Losiny (49 tis.)

### **Moravskoslezský kraj**

1. Minium, Slezskoostravský hrad, Sklep strašidel, Ostrava (379 tis.)

2. Zoo Ostrava (359 tis.)

3. Hornické muzeum OKD Ostrava (99 tis.)

4. Regionální muzeum Kopřivnice (90 tis.)

5. Slezské muzeum Opava (89 tis.)

Následující tabulka zobrazuje největší firmy, které působí v odvětví CR v ČR, které nabízejí služby ubytování, stravování a pohostinství.

**Tabulka č. 14: Největší firmy ubytování, stravování a pohostinství v ČR v roce 2010 podle CZ-NACE**

Pořadí	Velikost (Počet zaměstnanců)	Vlastnictví	Firma	Sídlo
1	3000 - 3999	Zahraniční	EUREST, spol. s.r.o.	Praha 7
2	3000 - 3999	Zahraniční	McDonalds ČR spol. s.r.o.	Praha Zličín
3	2000 - 2499	Zahraniční	AmRest s.r.o.	Praha 6
4	2000 - 2499	Zahraniční	Sodexo s.r.o.	Praha 4
5	1000 - 1499	Zahraniční	OREA HOTELS s.r.o.	Praha 4
6	1000 - 1499	Státní	Vojenská lázeňská a rekreační zařízení	Praha 10
7	1000 - 1499	Zahraniční	ARAMARK, s.r.o.	Praha 8
8	500 - 999	Mezinárodní	CPI Hotels, a.s.	Praha 10
9	500 - 999	Zahraniční	Quit Hotels Praha, a.s.	Praha 8
10	500 - 999	Smišené (soukromé a veřejné)	JLV, a.s.	Praha 4
11	500 - 999	Mezinárodní	DORA Gastro a.s.	Most

Zdroj: [22]

Tabulka č. 14 udává největší firmy, které působí v odvětví CR v ČR. Převážně se jedná o firmy v zahraničním vlastnictví a naprostá většina sídlí v Praze. Největší firma v odvětví CR je EUREST, spol. s.r.o., která nabízí stravovací služby.

---

### 3.1.3 Hrozba substitučních služeb

Jak již bylo naznačeno výše, tak existuje nerovnoměrné rozložení v regionech ČR v poskytování služeb CR. Je to způsobeno přírodními podmínkami, geografii apod. Vyskytují se zdroje, které již existují. Přírodní zdroje, jezera, hory, údolí, nemohou být napodobeny, jsou to originály. Klimatické podmínky nemohou být změněny. Destinace má buď příjemné klima a krásné přírodní zdroje, nebo je nemá. Ani kulturní a historické prvky nemohou být napodobeny ani přemístěny. V tomto smyslu neexistují substituty těchto prvků CR, které by je nahradily.

V rámci celého odvětví lze říci, že zákazník může substituovat určitou formu CR jinou formou, která je pro něj atraktivnější a může se rozhodovat na základě kvality, ceny apod. Například aktivní dovolenou (cyklistika, golf, pěší turistika, agroturistika, rybolov, adrenalinové sporty) se zákazník rozhodne změnit za zážitkovou dovolenou (gastronomie, víno, pivo, destiláty, opera, divadlo, výstavy).

Zájem zákazníků o nabízené služby může kolísat nebo i mizet, jsou-li na trhu snadno dostupné náhražky a zákazník není zvyklý kupovat pouze „svou značku“ nebo může bez velkých problémů změnit dodavatele. Dostupnost náhražek (tj. různé formy CR) navíc limituje cenu, za kterou lze ještě služby nabízet, protože zákazník může na každý pohyb ceny reagovat snadným přechodem k substituční službě.

Podniky by měli věnovat pozornost subjektům, které nabízejí podobné služby za nižší cenu, nebo lepší kvalitu a neustále zlepšovat a rozšiřovat své nabídky a vždy zákazníkovi nabídnou „něco víc“ než konkurenční subjekt. V rámci diferencovaných cen je běžnou praxí poskytování slev mimo sezónu, o víkendech. Naopak v době vrcholu sezóny a konání nejrůznějších akcí (sportovních, kulturních) dochází ke zvyšování základní ceny.

### 3.1.4 Vyjednávací vliv odběratelů

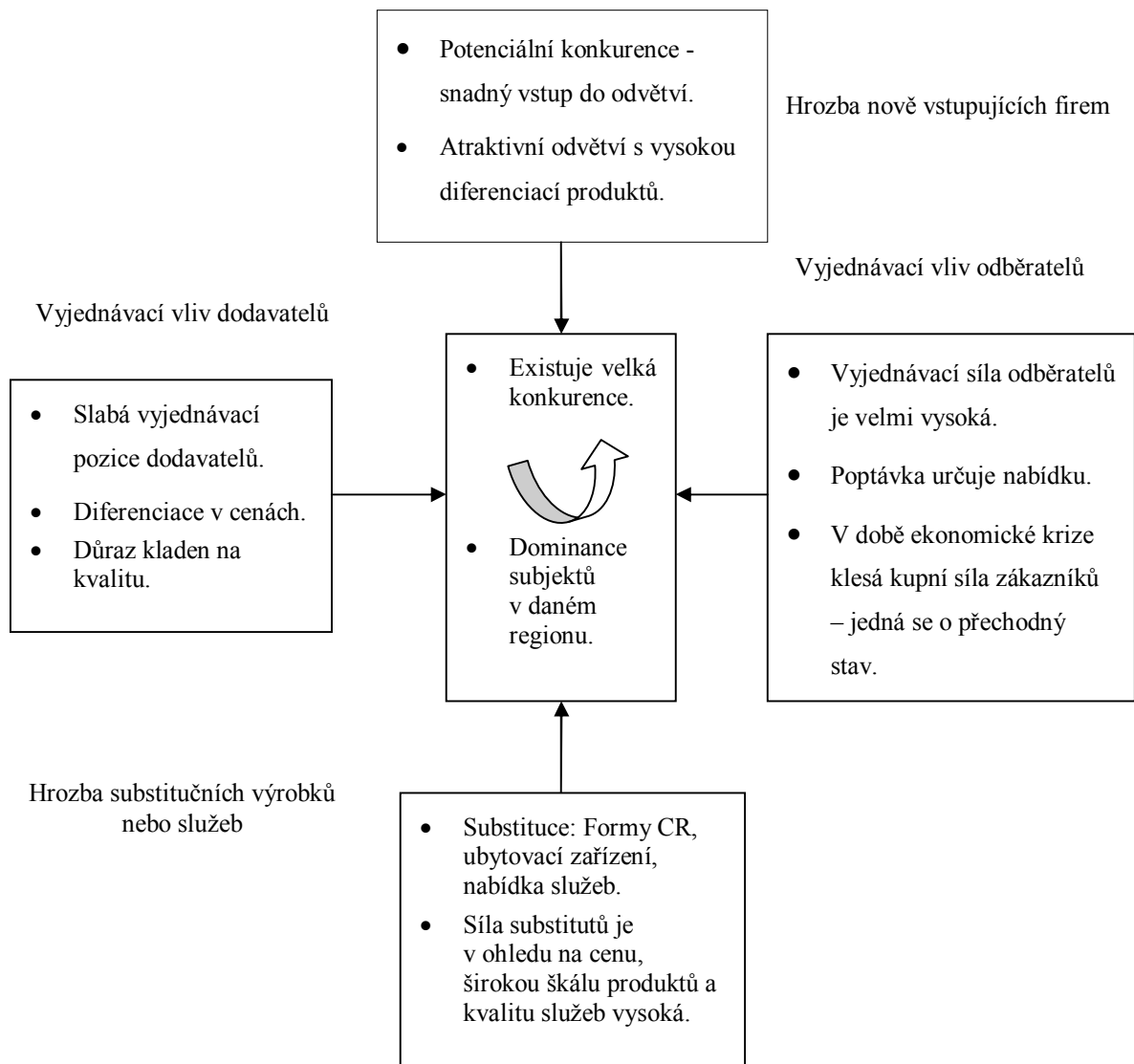
V odvětví CR existuje velký počet malých podniků. Vyjednávací síla odběratelů je významnou konkurenční silou. Jestliže zákazníci nejsou spokojeni se službami jednoho subjektu, snadno a s prakticky nulovými náklady přejdou na konkurenční subjekt, který je bude uspokojovat. Alternativ, které má zákazník k dispozici je mnoho.

---

Vzhledem k tomu, že nabízený produkt (služba) není standardizovaný, ale diferencovaný svým zaměřením, odběratel se rozhoduje na základě svých potřeb a zájmů a odlišností požadavků, tím nezvyšuje přímou konkurenci mezi podniky v odvětví. Služba CR je produktem zbytným, či luxusním, čímž se zvyšuje cenová elasticita poptávky. Výzkumy ale také dokládají, že zákazníci obvykle spojují vyšší ceny s vyšší kvalitou poskytovaných služeb.

### **3.1.5 Vyjednávací vliv dodavatelů**

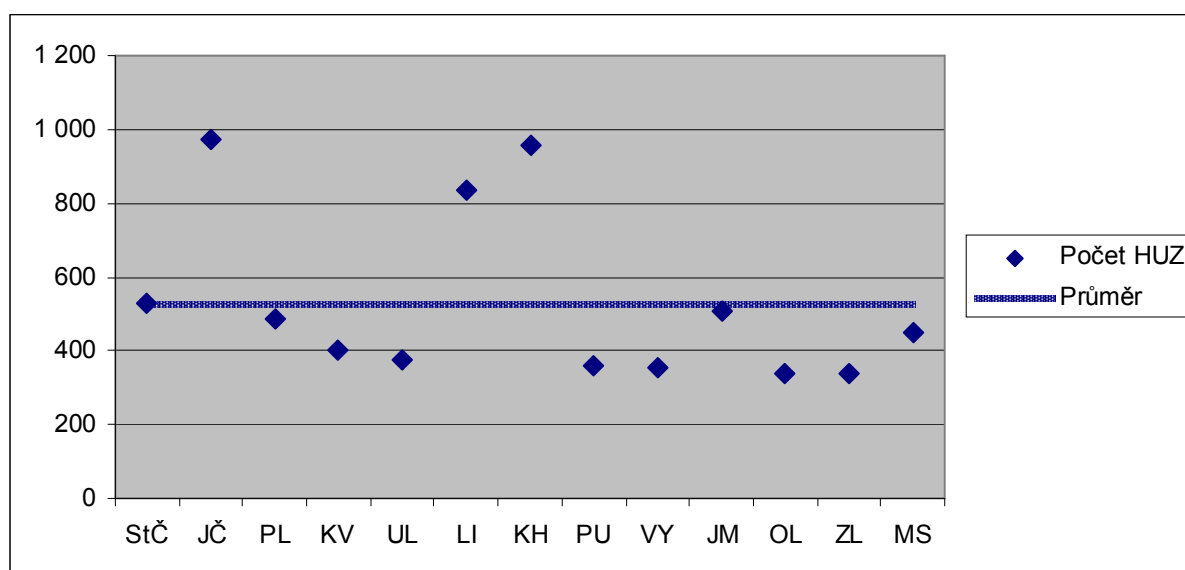
Produktem cestovní kanceláře je zájezd nebo pobyt, jedná se o kombinaci služeb. Z tohoto důvodu není subjekt CR závislý na jednom dodavateli, na jediném specifickém vstupu. Na trhu působí velké množství dodavatelů a pro odvětví CR je charakteristická jeho provázanost s ostatními odvětvími. Je tedy možné zvolit z nabídky několika dodavatelů a nespoléhat se na jediný subjekt. Při výběru dodavatelů je stále více kladen důraz na upřednostňování kvality nabízených služeb před jejich nízkou cenou.



**Obrázek č. 6: Aplikace Porterova modelu pěti sil v odvětví cestovního ruchu**  
 Zdroj: Vlastní zpracování

## 3.2 Vybrané ukazatelé v cestovním ruchu v regionálním kontextu

Pro analýzu odvětví CR v jednotlivých krajích ČR jsou použity vybrané ukazatelé, které jsou porovnatelné z regionálního hlediska. Ukazatele lze rozdělit na kapacitní, výkonnostní a ukazatelé prostředí. Pro kapacitní ukazatele je významný počet ubytovacích zařízení. Výkonnostní ukazatelé jsou reprezentovány počtem hostů, čistém využitím lůžek<sup>40</sup> v krajích ČR, průměrná cena za ubytování. Dále je to počet návštěvníků památkových objektů v jednotlivých krajích ČR. Mezi ukazatele prostředí lze zařadit vodní plochy pro rekreační účely, tento ukazatel je významný pro přilákání turistů do oblasti. Zákazník se může rozhodovat i na základě chování regionu k ochraně životního prostředí a v neposlední řadě si turista vybírá oblast bezpečnou, s nulovou resp. nízkou kriminalitou. Pro zkoumání odlišností regionů pomocí vybraných ukazatelů jsou použita data za rok 2009. Ukazatelé jsou analyzovány ve 13 krajích ČR tj. vyjma hlavního města Prahy z důvodu zkreslení průměrných hodnot (Praha je z hlediska ukazatelů CR velmi nadprůměrná).



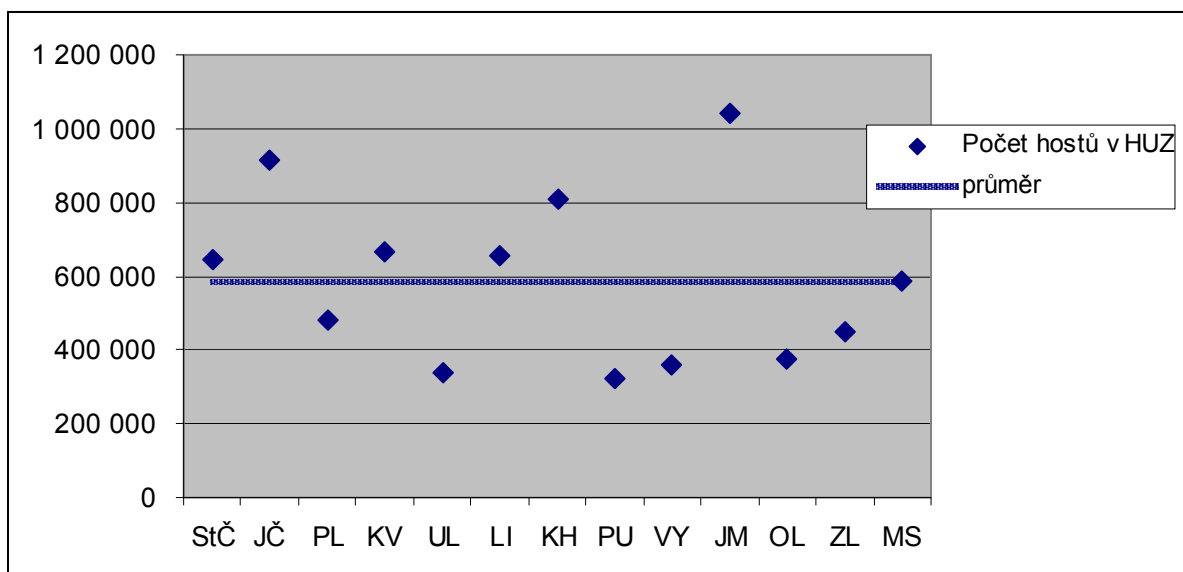
Graf č. 18: Počet hromadných ubytovacích zařízení v krajích ČR v roce 2009

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [35]

Z hlediska ukazatele počtu HUZ v krajích ČR je regionální rozložení nerovnoměrné jak značí graf č. 18. Vysoce nad průměrem v počtu zařízení je Jihočeský, Královehradecký a Liberecký kraj. Ostatní kraje ČR jsou v počtu HUZ téměř vyrovnané.

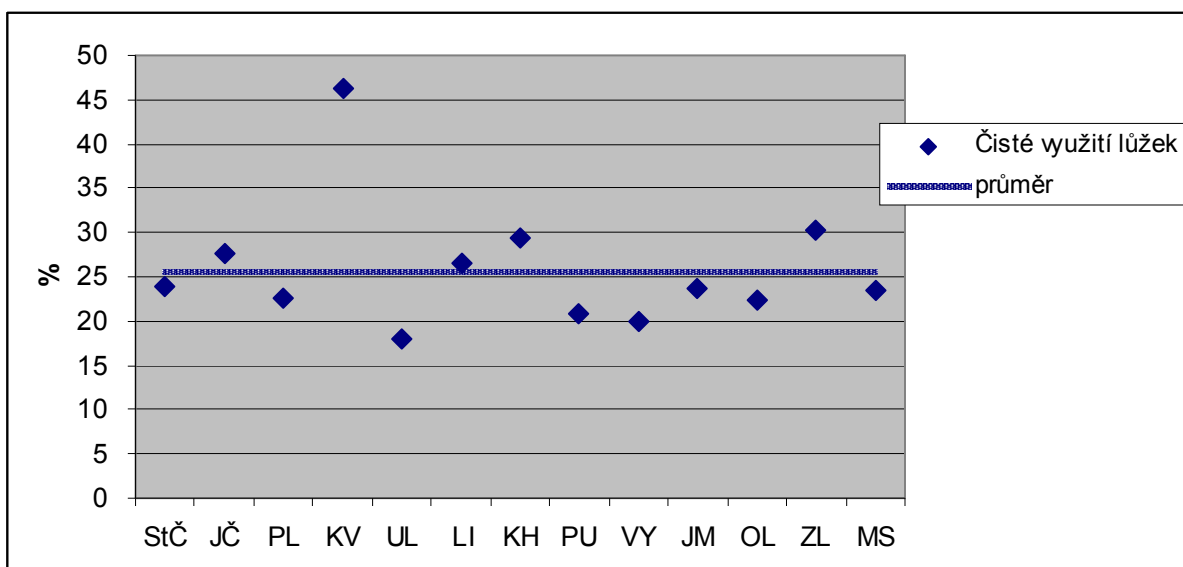
<sup>40</sup> Čisté využití lůžek udává čistou obsazenost stálých lůžek, která byla hostům skutečně k dispozici. Výpočet vychází z průměrného počtu lůžek k dispozici a počtu provozních dnů ubytovacích zařízení.





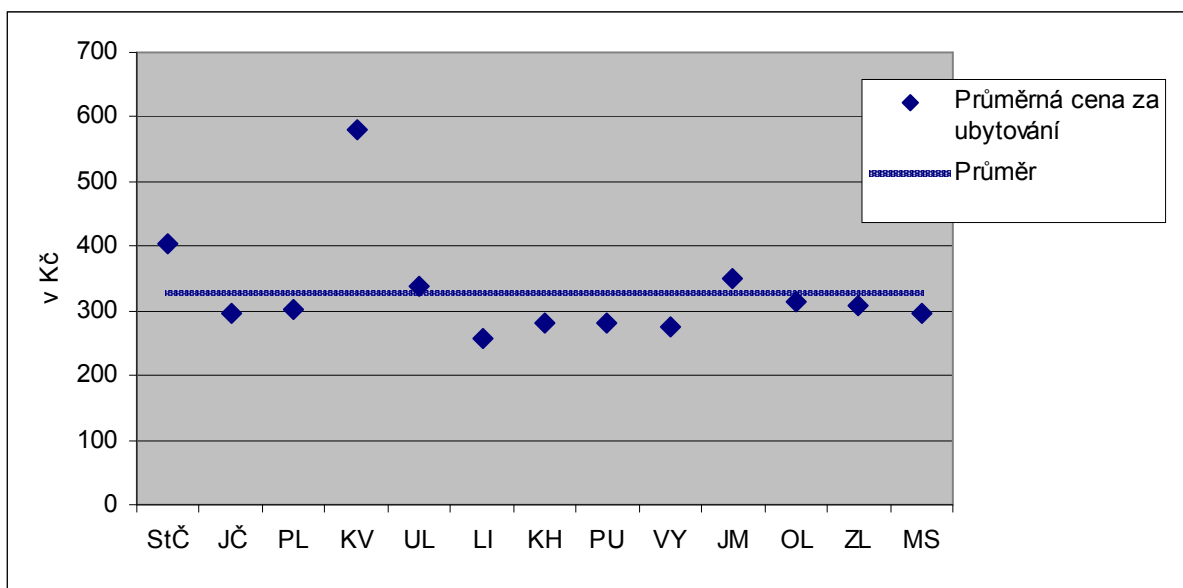
**Graf č. 19: Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v krajích ČR v roce 2009**  
 Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [35]

Počet účastníků CR v ČR je velmi diferencovaná záležitost. Existují velké rozdíly mezi jednotlivými kraji ČR. Počet ubytovaných hostů se liší v každém kraji ČR. Nad průměrem se pohybuje 6 krajů ČR (z toho nejvíce hostů zavítá do Jihomoravského kraje) a 6 krajů ČR se nachází pod průměrem tohoto ukazatele.



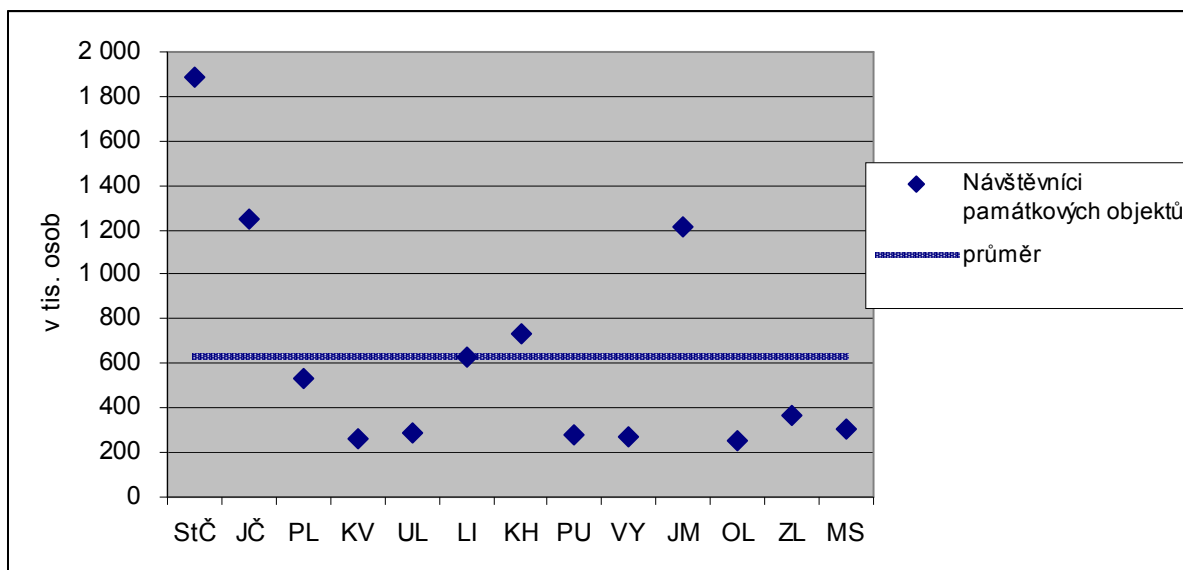
**Graf č. 20: Čisté využití lůžek v krajích ČR za rok 2009**  
 Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [35]

V Královéhradeckém kraji se nachází největší počet HUZ a graf č. 20 ukazuje, že v tomto kraji je i největší čisté využití lůžek (46 %). Ostatní kraje se pohybují kolem průměrné hodnoty, tj. čisté využití lůžek 25 %.



**Graf č. 21: Průměrná cena za ubytování v krajích ČR za rok 2009**  
 Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [35]

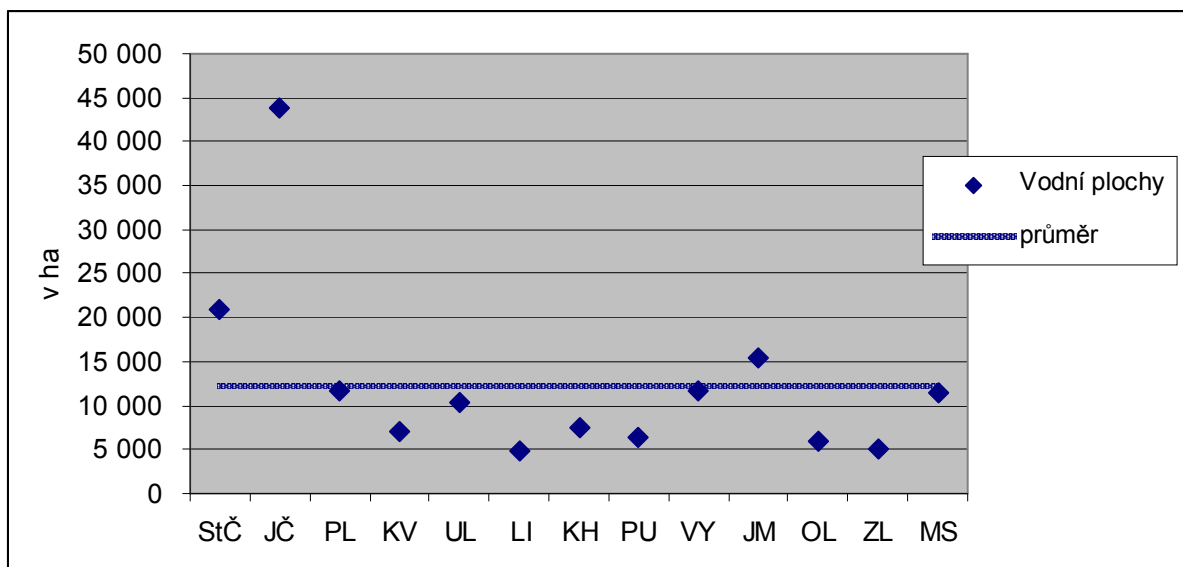
Graf č. 21 udává průměrnou cenu za ubytování v jednotlivých krajích ČR. Průměrná cena za ubytování v ČR se pohybuje kolem 330 Kč/os./noc. Ve většině krajů ČR se cena pohybuje kolem tohoto průměru. Pouze v Karlovarském kraji je průměrná cena za ubytování vyšší (580 Kč/os./noc) a vyšší cena je i ve Středočeském kraji (405 Kč/os./noc).



**Graf č. 22: Návštěvníci památkových objektů v krajích ČR za rok 2009**  
 Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [35]

Návštěvníci památkových objektů v krajích ČR je pochopitelně závislé na tom, jak jsou rozmístěny památky v rámci ČR. Velkou návštěvnost vykazuje Středočeský kraj,

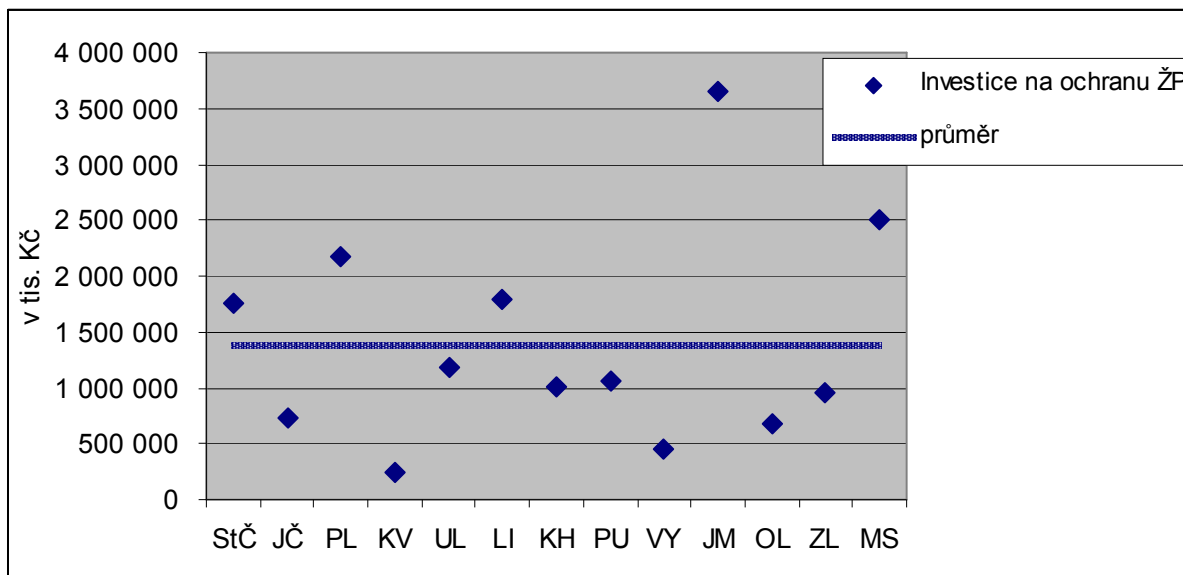
nad průměrem je i Jihočeský a Jihomoravský kraj. Větší četnost návštěvnosti památek zaznamenává i Královehradecký kraj.



**Graf č. 23: Rozloha vodních ploch v krajích ČR za rok 2009**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [35]

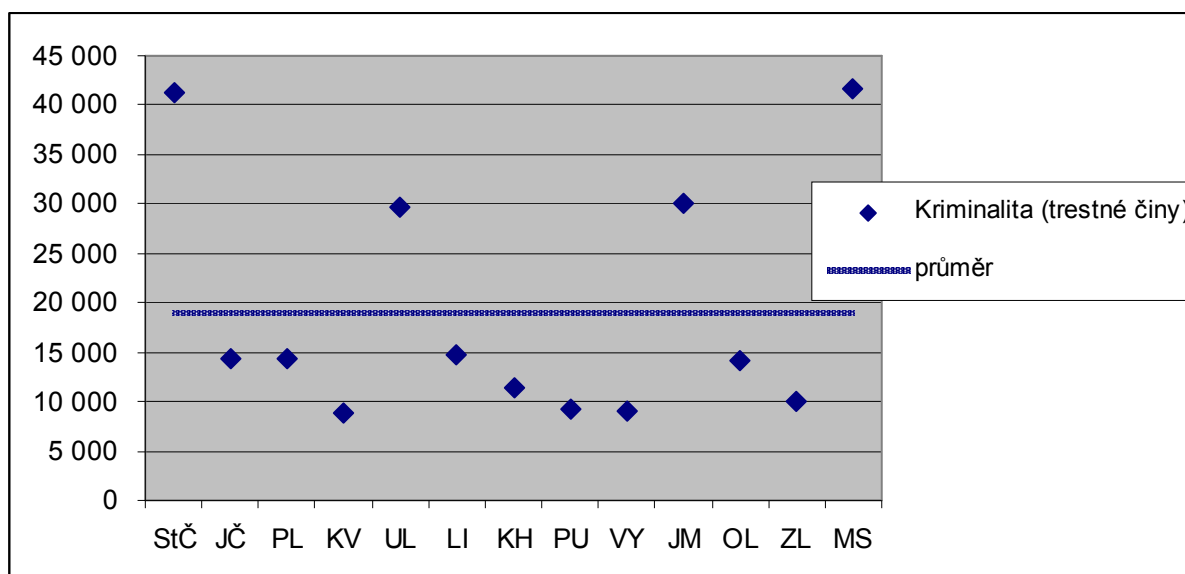
Vodní plochy jsou závislé na přírodních podmínkách v ČR. Největší rozloha vodních ploch určených k rekreaci je v Jihočeském kraji, který silně ovlivňuje průměrnou hodnotu tohoto ukazatele. Nejméně vodních ploch má Liberecký a Zlínský kraj.



**Graf č. 24: Investice na ochranu životního prostředí v krajích ČR za rok 2009**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [35]

Nerovnoměrnost regionů ČR vykazuje i ukazatel investic na ochranu životního prostředí jak dokazuje graf č. 24. Na ochranu životního prostředí nejvíce peněžních prostředků vynakládá Jihomoravský kraj, dále Moravskoslezský a Plzeňský kraj.



**Graf č. 25: Kriminalita v krajích ČR za rok 2009**  
 Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [35]

Důležitý ukazatel v odvětví CR je kriminalita. Tento negativní ukazatel je opět velmi diverzifikován. Velký počet trestných činů zaznamenává Středočeský a Moravskoslezský kraj. Nad průměrnou hodnotou, která je v ČR 19 130 trestných činů za rok se pohybuje i Ústecký a Jihomoravský kraj. Ostatní kraje ČR jsou pod průměrnou hodnotou, což je pozitivní jev pro tyto kraje ČR.

Tabulka č. 15: Souhrnná tabulka rozdílů od průměrných hodnot v krajích ČR ve vybraných ukazatelích v %

%	Počet HUZ	Počet hostů v HUZ	Čisté využití lůžek	Průměrná cena za ubytování	Návštěvnici památkových objektů	Vodní plochy	Investice na ochranu ŽP	Kriminalita
StČ	-0,4	8,96	-7,5	18,7	66,21	40,45	20,79	53,54
JČ	45,47	35,92	6,52	-10,4	49,01	71,63	-47,89	-25,34
PL	-8,12	-18,49	-12	-8,3	-16,63	-6,74	35,66	-25,27
KV	-24,68	11,78	44,28	43,1	-59,02	-43,11	-82,39	-53,82
UL	-29,02	-42,83	-29,86	2,9	-54,94	-17,09	-15,67	35,52
LI	36,4	10,01	2,68	-21,7	-1,08	-61,6	21,9	-23,2
KH	44,56	27,47	12,29	-15,0	12,99	-40,6	-28,23	-40,22
PU	-32,4	-45,38	-18,69	-15,0	-55,57	-49,17	-24,49	-51,77
VY	-33,35	-38,93	-22,1	-16,2	-57,29	-5,81	-67,68	-53,04
JM	-4,54	43,53	-8,19	5,6	47,62	19,48	61,73	36,43
OL	-36,36	-35,81	-13,25	-4,6	-59,65	-52,98	-51,55	-25,59
ZL	-36,36	-23,72	14,67	-6,2	-41,75	-59,31	-32,08	-47,5
MS	-15,84	-0,33	-8,54	-10,4	-51,95	-8,14	44,14	54,16

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka č. 15 zobrazuje rozdíly od průměrných hodnot v krajích ČR ve vybraných ukazatelích v %. V modrých řádcích jsou uvedeny kraje ČR, které souhrnně vykazují nejlepší hodnoty ve vybraných ukazatelích. Nejlépe hodnocen je Jihočeský kraj, který ve všech ukazatelích (vyjma investic do životního prostředí) má nadprůměrné hodnoty. Hodnoty, které jsou zobrazeny zelenou barvou, udávají největší hodnoty, kterých bylo dosaženo od průměru ukazatele. Například Středočeský kraj má návštěvnost památkových objektů o 66,2 % vyšší než je průměrná hodnota krajů ČR. Kraj Vysočina je silně pod průměrnými hodnotami ukazatelů, avšak vykazuje nejmenší kriminalitu v ČR. Trestných činů zaznamenává o 53 % méně, než je průměrná hodnota. Hodnoty, které jsou zobrazeny červenou barvou, se nejvíce liší od průměru v negativním slova smyslu. Například Karlovarský kraj investuje do ochrany životního prostředí o 82,4 % méně, než jsou průměrné investice ČR na ochranu životního prostředí. Pardubický kraj má hodnoty podprůměrné, v počtu hostů v ubytovacích zařízeních zaostává o 43,6 % než je průměrný počet hostů v ČR.

Pro zkoumání stanovené hypotézy lze třeba kvantifikovat diverzifikaci. Je určena stupnice hodnocení, jak se liší odchylky od průměru ukazatelů v jednotlivých regionech ČR.

**Tabulka č. 16: Stupnice hodnocení diverzifikace regionů ČR ve vybraných ukazatelů**

Diverzifikace	Odchylka ( $\pm$ ) od průměru (v %)
A	46 - 100
a	21 - 45
N	11 - 20
n	0 - 10

Zdroj: Vlastní zpracování

Pozn. A = ano, a = spíše ano, N = ne, n = spíše ne

Aplikace stupnice hodnocení na výše uvedenou tabulku č. 15 lze analyzovat následujícím způsobem.

**Tabulka č. 17: Hodnocení odchylek od průměru ukazatelů v jednotlivých regionech ČR**

	Počet HUZ	Počet hostů v HUZ	Čisté využití lůžek	Průměrná cena za ubytování	Návštěvníci památkových objektů	Vodní plochy	Investice na ochranu ŽP	Kriminalita
StČ	N	N	N	n	A	a	a	A
JČ	a	a	N	N	A	A	A	a
PL	N	n	N	N	n	n	a	a
KV	a	N	a	a	A	a	A	A
UL	a	a	a	N	A	n	n	a
LI	a	N	N	a	N	A	a	a
KH	a	a	N	N	N	a	a	a
PU	a	a	n	N	A	A	a	A
VY	a	a	a	n	A	N	A	A
JM	N	a	N	N	A	n	A	a
OL	a	a	N	N	A	A	A	a
ZL	a	a	n	N	a	A	a	A
MS	n	N	N	N	A	N	a	A

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka č. 17 udává hodnocení odchylek podle zvolené škály diverzifikace. Šedivé políčka zobrazují diverzifikace jednotlivých ukazatelů v krajích ČR. (ano, spíše ano). Jak je patrné z tabulky, tak poměr hodnocení (ano, spíše ano) : (ne, spíše ne) je 65 : 39. To znamená,

---

že 62,5 % z celkových políček je hodnocena existence diverzifikace. Z vybraných ukazatelů má největší odlišnost od průměrné hodnoty kriminalita a investice na ochranu životního prostředí. Nejméně diverzifikovaný ukazatel je průměrná cena za ubytování a čisté využití lůžek.

Z předchozí analýzy je patrné, že CR v regionech ČR je velmi diverzifikované odvětví. Ve vybraných ukazatelích vykazují regiony rozdílné hodnoty. Nejlépe hodnocený kraj je Jihomoravský, Moravskoslezský, Plzeňský a Středočeský. Naopak nejhorší hodnoty vykazuje Pardubický kraj a Vysočina.

### **3.3 Partnerství pro cestovní ruch v regionu**

Partnerstvím v rámci regionu se rozumí společná nabídka produktů, které jsou pro daný region typické, zajišťuje se společná propagace i veřejné služby. Jde o pozitivní způsob rozvoje CR v regionu. Společný přístup a postup podnikatelské sféry a veřejnoprávních institucí a organizací lze definovat jako management destinací. Jinými slovy to znamená, že namísto individualistického přístupu v podobě konkurenčního boje jednotlivé podnikatelské subjekty v daném regionu či destinaci hledají společnou nabídku, která je pro návštěvníka atraktivnější s ohledem na jeho přání.

Obce mohou podle zákona o obcích vytvářet svazky obcí či vstupovat do svazků již vytvořených. To jim umožňuje prosazovat společné zájmy při vytváření společné nabídky destinace, ochrany životního prostředí, rozvoje turistické infrastruktury apod. Obce nebo svazky obcí mohou uzavírat smlouvy o vzájemné spolupráci s obcemi či svazky obcí jiných států. I kraje mohou spolupracovat s ostatními kraji či obcemi. Společným postupem se zvyšují synergické efekty místa, příjmy místní správy a také příjmy jednotlivých podnikatelských subjektů. Zahraniční zkušenosti jsou toho příkladem (např. Rakousko, Velká Británie mají velmi rozvinutý systém organizace CR a zažitou kulturu spolupráce a tím dosahují pozitivních výsledků v odvětví CR). Místa, která chtějí uspět na trhu při nabízení turistických atraktivit i v konkurenci při získávání jednotlivých grantů a investic, se spojují za účelem vytvoření jednotné nabídky destinace či větší turistické oblasti. Velmi závisí na tom, jak umíme spolupracovat v širším okolí, než je ten, který vymezuje hranice města.

Regionální aktéři CR (města, podnikatelské subjekty) se společně prezentují na veletrzích CR (Regiontour v Brně, Holiday World v Praze apod.). Společná prezentace na veletrzích přináší v pozitivním slova smyslu spoluvystavovatelům zejména snížení finančních

---

nákladů, v porovnání s regionem se zvyšuje atraktivita jednotlivého města, podnikatelského subjektu a umožňuje poskytnout potenciálním klientům komplexní nabídku.

Nezbytnou součástí destinace jsou funkční informační centra (dále jen IC). IC především poskytují informační servis pro návštěvníky (zpravidla bezplatně) a nabízejí různorodé služby CR. Role IC však spočívá také v přímém zjišťování poptávky a potřeb návštěvníků.<sup>41</sup>

Subjekty CR se podílejí na spolufinancování aktivit podle předem schválené strategie.

Mezi zdroje financování lze zařadit:

- Členské příspěvky IC, svazkům obcí a subjektům podporující rozvoj CR.
- Zisky z prodejů - prodej informačních materiálů a služeb.
- Příspěvky od veřejnoprávních orgánů - příspěvky obcí a krajů.
- Granty vyhlašované obcemi a kraji.
- Fondy a dotace EU.

Spolupráce veřejného a soukromého sektoru je velmi významná v odvětví CR. Zajišťuje koordinaci a společnou propagaci soukromých subjektů s veřejnou správou. Důležitou podporou veřejného sektoru je poskytování dotací na infrastrukturu, která je nezbytná pro odvětví CR v regionu. Veřejný sektor spolupracuje i při zpracování žádostí o dotace pro rozvoj CR, které jsou spolufinancovány z prostředků EU. V níže uvedeném textu je vybrán Jihomoravský kraj, jako zastupitel nejatraktivnějšího resp. nejnavštěvovanějšího regionu ČR zahraničními i domácími turisty. Na druhou stranu kraj, který nabývá malé významnosti v oblasti CR je Pardubický kraj. V těchto krajích je analyzován význam partnerství soukromého a veřejného sektoru v odvětví CR.

---

<sup>41</sup> FORET, M.; FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha : Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.



---

### **3.3.1 Současný systém organizace cestovního ruchu v Jihomoravském kraji.**

Rozvoj CR na krajském úřadě Jihomoravského kraje (dále jen JMK) koordinuje oddělení CR Odboru regionálního rozvoje. Kraj má koordinační, řídicí a rozhodovací roli, podporuje společnou propagaci a mediální prezentaci, organizuje semináře a vzdělávací akce a podporuje rozvoj CR svou dotační politikou. Oddělení CR zajišťuje tvorbu a aktualizaci koncepčních materiálů, podporuje rozvoj infrastruktury CR. Dále zajišťuje komunikaci s ostatními institucemi veřejné správy (ostatní odbory a oddělení Krajského úřadu JMK, MMR, CzechTourism apod.). Od roku 2007 byla část kompetencí kraje převedena na nově vzniklý Úřad Regionální rady regionu soudržnosti Jihovýchod. Ten připravuje ROP a prováděcí dokumenty pro čerpání finančních prostředků ze strukturálních fondů. Po vyhlášení výzev pomáhá subjektům v kraji se zpracováváním žádostí a administrovat projekty předložené do ROP.

Klíčovou marketingovou organizací CR v kraji je Centrála CR – Jižní Morava (dále jen CCRJM). Byla založena v roce 2006 městem Brnem, JMK a Svazem obchodu a cestovního ruchu. CCRJM je financována především městem Brnem a krajem. Byla založena za účelem zajištění rozvoje a koordinace CR v JMK a vytvoření úspěšné, konkurenceschopné jednotky na základě spolupráce veřejného a podnikatelského sektoru. Mezi úkoly CCRJM patří zejména:<sup>42</sup>

- Zavádění jednotné značky regionu – Jižní Morava, zavedení webové prezentace turistických produktů a krajského rezervačního systému ubytovacích zařízení.
- Rozvíjení informovanosti o významu CR.
- Posilování odborného potenciálu CR (např. prostřednictvím vzdělávání).
- Analýzy a návrhy využití potenciálu CR Jižní Moravy.
- Spolupráce s turistickými IC a oblastními organizacemi CR a návaznost na jejich činnost.
- Sledování nových trendů ve vývoji CR.

Na nižší hierarchické úrovni působí v JMK některé další organizace CR. V oblasti Slovácka funguje destinační organizace Region Slovácko – sdružení pro rozvoj CR.

---

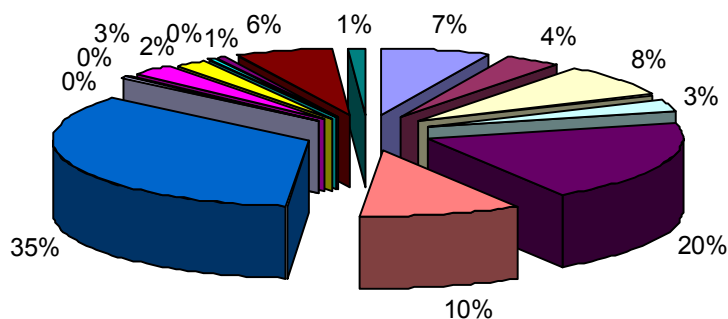
<sup>42</sup> *Jihomoravský kraj* [online]. 2011 [cit. 2011-04-06]. Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2007-2013. Dostupné z WWW: <<http://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?PubID=34671&TypeID=2>>.

V regionu Slovácka existuje dále specifická organizace Bařův kanál, o.p.s., která byla výkonnou organizací nadačního fondu Agentury pro rozvoj turistiky na Bařově kanálu.

V regionu Moravského krasu se CR zabývá několik organizací: Management destinace Moravský kras a okolí, o.p.s., Společnost pro Moravský kras, a.s., Správa CHKO Moravský kras a Sdružení obcí Moravského krasu. Pro území JMK má význam Nadace Partnerství, která sídlí v Brně a podporuje projekty udržitelného rozvoje na území ČR. Na jižní Moravě v rámci projektu rozvoje cyklistických tras Zelené stezky/Greenways bylo za podpory nadace vytyčeno několik vinařských tras.

Na lokální úrovni jsou hlavními organizacemi CR IC, městské, případně obecní úřady a v případě Brna magistrát. V JMK se nachází IC ve všech významnějších městech i v některých venkovských obcích. Vysoká koncentrace IC je přirozeně v Brně, dále v Moravském krasu a v oblasti Pálavy a Lednicko-valtického areálu.<sup>43</sup>

Následující graf zobrazuje rozdělení výdajů JMK na rok 2011 členěných podle jednotlivých odborů JMK.



**Graf č. 26: Rozpočet výdajů Jihomoravského kraje na rok 2011.**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [41]

<sup>43</sup> Jihomoravský kraj [online]. 2011 [cit. 2011-04-06]. Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2007-2013. Dostupné z WWW: <<http://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?PubID=34671&TypeID=2>>.

---

Z grafu č. 26 je patrné, že největší podíl výdajů JMK náleží odboru dopravy (35 %). Jako druhá položka, kterou kraj podporuje svými peněžními prostředky je školství (20 %), dále je to zdravotnictví (10 %). Odvětví CR je zahrnuto do odboru regionálního rozvoje, kde je vyčleněno 8 % rozpočtu celkových výdajů JMK na rok 2011. Výdaje na CR činí 58, 1mil. Kč, které budou rozděleny následujících způsobem:

- Propagační materiály JMK, internetová prezentace (900 000 Kč).

Zabezpečení prezentačních akcí v ČR i v zahraničí – pořízení a distribuce propagačních tiskovin, internetová prezentace turistických zajímavostí regionu, prezentace JMK v tisku a jiných médiích a marketingová podpora vybraných akcí.

- Prezentace JMK na veletrzích CR v ČR (2,5 mil. Kč).

Příprava a realizace prezentací JMK na veletrzích CR Regiontour a Holiday World a účast na regionálních výstavách CR.

- Realizace Programu rozvoje CR JMK (4,5 mil. Kč).
- Příspěvek CCRJM (3 mil. Kč).
- Zkvalitnění služeb turistických IC (2 mil. Kč).
- Značení turistických cest a cyklotras (1 mil. Kč).
- Provoz železniční tratě Břeclav – Lednice (500 000 Kč).
- Příspěvek na pořádání Velké ceny silničních motocyklů v Brně (8 mil. Kč).<sup>44</sup>

### **3.3.2 Současný systém organizace cestovního ruchu v Pardubickém kraji**

Kompetence v oblasti organizace CR v Pardubickém kraji (dále jen PK) jsou rozděleny mezi 3 typy organizací – PK, Destinační společnost Východní Čechy (dále jen DSVČ) a oblastní organizace CR (destinační managementy).

Na úrovni PK je kompetentním subjektem v oblasti CR Krajský úřad PK – Odbor strategického rozvoje kraje a evropských fondů – Oddělení regionálního rozvoje a CR.

- Podílí se na fungování a činnosti DSVČ, koordinuje její aktivity se zájmy PK.
- Zajišťuje administraci grantů a individuálních dotací v oblasti CR.

---

<sup>44</sup> *Jihomoravský kraj* [online]. 2011 [cit. 2011-04-06]. Schválený rozpočet JMK na rok 2011. Dostupné z WWW: <<http://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?ID=151574&TypeID=2>>.

- 
- Zabezpečuje přípravu, realizace a udržitelnost projektů PK v oblasti CR spolufinancovaných z prostředků EU.
  - Zajišťuje organizaci Dnů PK.

DSVČ vznikla v roce 2008. Hlavním předmětem činnosti tohoto sdružení je realizace aktivit směřujících k rozvoji destinace jako rozvojové jednotky mezinárodně konkurenceschopné na trhu CR. Od PK převzala DSVČ veškeré činnosti týkající se marketingu území v CR včetně tvorby strategie propagace značky Východní Čechy a účasti na veletrzích, inzerce atd. DSVČ je financovaná částečně z členských příspěvků, částečně z prostředků získaných z dotačních programů, především z ROP.

Konkrétní náplň aktivit směřujících k rozvoji destinace jsou následující:<sup>45</sup>

- Realizace politiky identifikace značky „Východní Čechy“ a tvorbu dobrého obchodního jména destinace.
- Realizace aktivit v oblasti propagace a marketingu, včetně reklamy a podpory prodeje, budování vztahů s veřejností.
- Podpora rozvoje sítě turistických IC.
- Podpora rozvoje, příprava, koordinace a realizace vzdělávacích aktivit pro subjekty působících v oblasti CR v destinaci.
- Navázání a udržování komunikace s významnými institucemi a organizacemi, rozvoj spolupráce a koordinace aktivit s agenturou CzechTourism.

Další organizace se zabývají rozvojem CR v turistických oblastech na území PK.

- Turistická oblast Králický Sněžník – organizace Králický Sněžník, o.p.s.

Organizace vznikla v srpnu 2007. Mezi zakladatele společnosti patří obce i podnikatelé působící v dané oblasti. Činnost společnosti je financována částečně z členských příspěvků členů, částečně z prostředků získaných z dotačních programů. Králický Sněžník o.p.s. je jedním ze zakládajících členů DSVČ, čímž je zajištěna koordinace aktivit probíhajících na regionální a oblastní úrovni.

---

<sup>45</sup> VÝCHODNÍ ČECHY [online]. 2011 [cit. 2011-04-06]. Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010-2015. Dostupné z WWW: <[http://www.vychodni-cechy.org/cs/ke-stazeni/cat\\_view/41-dokumenty](http://www.vychodni-cechy.org/cs/ke-stazeni/cat_view/41-dokumenty)>.

- 
- Turistická oblast Českomoravské pomezí.

Dobrovolný svazek obcí Českomoravské pomezí vznikl v srpnu 2007. Členy dobrovolného svazku obcí jsou města Svitavy, Litomyšl, Polička, Vysoké Mýto a Moravská Třebová. Aktivity Českomoravského pomezí jsou koordinovány s aktivitami DSVČ.

- Turistická oblast Orlické hory a Podorlicko.

Tato organizace by měla koordinovat rozvojové aktivity v CR na celém území Orlických hor a Podorlicka, prosazovat jednotnou značku, vytvářet a podporovat turistickou nabídku a produkty CR, včetně jejich propagace a medializace vůči veřejnosti.

- V turistických oblastech Chrudimsko-Hlinecko a Pardubicko zatím nebyla založena organizace CR.

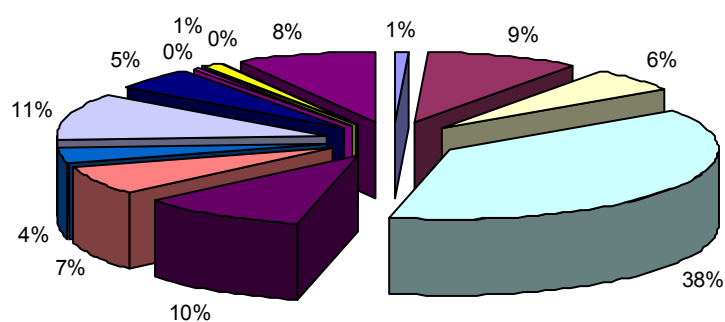
Na území PK dále působí široká škála dobrovolných svazků obcí (dále jen DSO. Účelem působení mnohých DSO je mimo jiné také oblast CR, u některých DSO je CR hlavní náplní fungování (Českomoravské pomezí, Kraj Smetany a Martinů).

Dalšími sdruženími, která mají ve své náplni CR, jsou místní akční skupiny zaměřené na rozvoj venkovského prostoru, a to zejména v oblasti diverzifikace podnikatelské činnosti zemědělců o aktivity v CR (např. malokapacitní ubytovací zařízení) a rekonstrukci a revitalizaci kulturních památek a tím také zatraktivnění venkovské krajiny pro CR.<sup>46</sup>

Následující graf zobrazuje rozdělení peněžních prostředků PK na rok 2011 mezi jednotlivé odbory (kapitoly).

---

<sup>46</sup> VÝCHODNÍ ČECHY [online]. 2011 [cit. 2011-04-06]. Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010-2015. Dostupné z WWW: <[http://www.vychodni-cechy.org/cs/ke-stazeni/cat\\_view/41-dokumenty](http://www.vychodni-cechy.org/cs/ke-stazeni/cat_view/41-dokumenty)>.



Kapitola kancelář hejtmána	Kapitola kancelář ředitele úřadu
Kapitola životní prostředí a zemědělství	Kapitola doprava, silnič.hospodářství a investice
Kapitola školství, mládež a sport	Kapitola sociální věci
Kapitola kultura a památková péče	Kapitola strategický rozvoj kraje a EF
Kapitola odbor finanční	Kapitola krizové řízení
Kapitola majetkový odbor a stavební řád	Kapitola rozvoj lidských zdrojů
Kapitola zdravotnictví	

**Graf č. 27: Rozpočet výdajů Pardubického kraje na rok 2011.**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [52]

Graf č. 27 ukazuje procentuální rozložení výdajů PK na rok 2011. Největší finanční podpora bude realizována do oblasti dopravy a silničního hospodářství (38 %). Na druhém místě (11 % celkových výdajů rozpočtu) půjde na strategický rozvoj kraje a evropských fondů. Tato kapitola je velmi rozmanitá a obsahuje podporu rozvoje CR.

V oblasti CR zahrnují běžné výdaje příspěvek DSVČ 1,5 mil. Kč, která vykonává činnosti v oblasti marketingu a koordinace subjektů v oblasti CR. Další výdaje souvisí s fungováním sítě certifikovaných turistických IC, na dotaci na obnovu turistického značení (Klub českých turistů Pardubického kraje) 480 000 Kč a členský příspěvek pro Euroregion Glacensis je 280 000 Kč. Dotace 100 000 Kč Pardubické plavební a. s. je určena na pokrytí části provozních výdajů.

V oblasti regionálního rozvoje jde o členský příspěvek Regionální rozvojové agentury PK (200 000 Kč). Dále se jedná o finanční příspěvek Krajské hospodářské komory (400 000 Kč) a o výdaje související s nepřímou podporou podnikání v kraji. Jedná se o prostředky na poskytnutí dotace Regionální radě regionu soudržnosti Severovýchod. Dotace je určena zejména na financování podílu národních veřejných zdrojů u podnikatelských projektů vybraných žadatelů z území PK směřovaných do ROP NUTS II SV a na financování výdajů spojených s chodem Úřadu Regionální rady regionu soudržnosti Severovýchod.

---

V rozpočtu jsou rovněž vyčleněny prostředky na již schválený a probíhající projekt "Technická pomoc OPPS ČR-PR", který má přispět k zajištění realizace Operačního programu přeshraniční spolupráce Česká republika - Polská republika 2007-2013. Dalším probíhajícím projektem je LABEL - Adaptace na povodňové riziko v povodí Labe, který je realizován v rámci OP Nadnárodní spolupráce Central Europe.<sup>47</sup>

Všechny kraje ČR mají zpracovanou strategii rozvoje CR. I JMK a PK mají velmi dobře rozpracovaný program rozvoje CR. Porovnáním JMK a PK lze vydedukovat, že oba kraje mají velký podíl na rozvoji odvětví CR. Ze svého rozpočtu celkových výdajů vyčleňují dostatečný podíl svých peněžních prostředků. Existuje mnoho organizací a svazků obcí, které podporují rozvoj a růst CR. Avšak většina těchto organizací vznikly teprve nedávno.

### **3.4 Vztah mezi regionální tvorbou bohatství a výkonností cestovního ruchu**

Při provádění ekonomických analýz regionu hraje dominantní roli posuzování jejich výkonnosti. Za základní charakteristiku bývá považován nejčastěji HDP jako důsledek ekonomických aktivit regionu a jeho jednotlivých subjektů. Pro zkoumání úrovně CR a úrovně bohatství, zda v méně vyspělých regionech je menší CR nebo nikoliv, lze využít korelační analýzu. Pro potřeby zkoumání korelačního vztahu lze použít ukazatel regionální HDP na 1 obyvatele, jako ukazatel regionální tvorby bohatství. Jako ukazatel výkonu CR je použita HPH odvětví pohostinství a ubytování. Lze říci, že z hlediska regionálního domácího CR jsou tyto položky nejvýznamnější.

Korelační analýza sleduje více statistických znaků současně a kromě jejich vlastností nás zajímá i těsnost (velikost, síla) jejich vzájemného ovlivňování. Korelace znamená vzájemný vztah mezi dvěma procesy nebo veličinami. Pokud se jedna z nich mění, mění se korelativně i druhá a naopak. Pokud se mezi dvěma procesy ukáže korelace, je pravděpodobné, že spolu určitým způsobem souvisí. Míru korelace pak vyjadřuje korelační koeficient, který může nabývat hodnot od  $-1$  až po  $+1$ . Hodnota korelačního koeficientu  $-1$  značí zcela nepřímou závislost (antikorelaci), tedy čím více se zvětší hodnoty v první skupině znaků, tím více se zmenší hodnoty v druhé skupině znaků. Hodnota korelačního koeficientu  $+1$  značí zcela přímou závislost. Pokud je korelační koeficient roven  $0$  (nekorelovanost), pak

---

<sup>47</sup> *Pardubický kraj* [online]. 2011 [cit. 2011-04-06]. Rozpočet Pardubického kraje. Dostupné z WWW: <<http://www.pardubickykraj.cz/article.asp?thema=3397&item=64493>>.

---

mezi znaky není žádná statisticky zjiřitelná lineární závislost. Je dobré si uvědomit, že i při nulovém korelačním koeficientu na sobě veličiny mohou záviset, pouze tento vztah nelze vyjádřit lineární funkcí, a to ani přibližně.<sup>48</sup>

Jedním z důležitých statistických ukazatelů jsou míry variability veličiny. Míry variability charakterizují měřenou veličinu v celém daném souboru objektů jedním číslem z hlediska velikosti kolísání hodnot této veličiny. Je možno z nich usoudit, jak mnoho jsou tyto hodnoty v souboru rozptýlené, jsou-li v průměru hodně či málo vzdálené od průměrné hodnoty veličiny v souboru.

Nejpoužívanější mírou variability je tzv. rozptyl, směrodatná odchylka a variační koeficient.<sup>49</sup>

### Rozptyl

$$s^2_n = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \quad (3.1)$$

$s^2$ .....rozptyl

$n$ .....počet naměřených hodnot v daném souboru

$x_i$ ..... $i$  - tá hodnota v daném souboru

$\bar{x}$ .....aritmetický průměr z hodnot v daném souboru

Ze vzorce (3.1) je vidět, že rozptyl souboru hodnot je průměrná hodnota druhých mocnin rozdílů hodnot od jejich aritmetického průměru.

Směrodatná odchylka představuje druhou odmocninu z rozptylu.

$$s = \sqrt{s^2} \quad (3.2)$$

Variační koeficient představuje relativní míru variability.

$$k = \frac{s}{\bar{x}} \quad (3.3)$$

---

<sup>48</sup> KUBANOVÁ, Jana. *Statistické metody pro ekonomickou a technickou praxi*. Bratislava : STATIS, 2008. 247 s. ISBN 978-80-85659-47-4., s. 154

<sup>49</sup> KUBANOVÁ, Jana. *Statistické metody pro ekonomickou a technickou praxi*. Bratislava : STATIS, 2008. 247 s. ISBN 978-80-85659-47-4., s. 154



Pro aplikaci na odvětví CR lze využít Spearmanův korelační koeficient a na zkoumanou hypotézu, zda existuje mezi veličinami souvislost jsou použita data regionálního HDP na 1 obyvatele a HPH odvětví pohostinství a ubytování jednotlivých krajů ČR za rok 2009.

### **Spearmanův korelační koeficient**

Testujeme hypotézu, že X a Y jsou nekorelované náhodné veličiny.

Testovací kritérium má tvar:

$$R_s = 1 - \frac{6}{n(n^2 - 1)} \sum_{i=1}^n (R_i - Q_i)^2 \quad (3.4)$$

Kritická oblast je definována jako množina těch hodnot testovacího kritéria  $R_s$ , pro které

$$\text{platí: } W = \{R_s : |R_s| > r'_\alpha\} \quad (3.5)$$

Testujeme na hladině významnosti  $\alpha = 0,05$ .

X.....HDP na 1 obyvatele v jednotlivých regionech ČR (v Kč).

Y.....HPH odvětví pohostinství, ubytování v regionech ČR (v mil. Kč).

**Tabulka č. 18: Data pro výpočet korelačního koeficientu**

	KV	LI	OL	VY	UL	MS	PU	ZL	KH	JČ	PL	StČ	JM
$X_i$	233629	240057	260450	270743	275653	281634	286518	286977	291241	298058	299846	317199	330145
$Y_i$	2963,4	1849,5	2181,8	1643,8	2992,4	4024,1	1911,6	2284,4	2783,4	3864,8	2588,5	4629,0	5380,5
$r_i$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
$q_i$	8	2	4	1	9	11	3	5	7	10	6	12	13
$(r_i - q_i)^2$	49	0	1	9	16	25	16	9	4	0	25	0	0

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [30]

$r_i$ .....pořadí  $X_i$   $n = 13$

$q_i$ .....pořadí  $Y_i$

$$r_s = 1 - \frac{6}{n(n^2 - 1)} \sum_{i=1}^n (r_i - q_i)^2 = 1 - \frac{6}{13(13^2 - 1)} * 154 = 0,5769$$

$r_{0,05} = 0,5549$

---

Protože hodnota testovacího kritéria padla do kritické oblasti ( $0,5769 > 0,5549$ ), hypotézu zamítáme. Můžeme tvrdit, že existuje korelační závislost mezi regionálním HDP na 1 obyvatele a HPH odvětví stravování, ubytování.

Tímto lze říci, že výkon CR koreluje pozitivně s úrovní regionálního HDP. Těsnost (síla) korelace není tak velká, neboť výsledek Spearmanova korelačního koeficientu se blíží kritické hodnotě na hladině významnosti  $\alpha = 0,05$ .

Míra variability těchto zkoumaných dat jsou následující:

**Tabulka č. 19: Ukazatelé míry variability zkoumaných dat**

	Regionální HDP na 1 obyvatele	HPH odvětví pohostinství a ubytování
Rozptyl	691 648 386	1 220 236
Směrodatná odchylka	26 299	1 105
Variační koeficient	9,3 %	36,7 %

*Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [30]*

Tabulka č. 19 zobrazuje základní ukazatelé míry variability. Podle ukazatele rozptylu a směrodatné odchylky lze vyvodit, že zkoumané hodnoty jsou velmi různorodé. Za nejlépe interpretovatelnou hodnotu lze považovat variační koeficient. Variabilita regionálního HDP na 1 obyvatele je menší (9,3 %), než variability HPH odvětví pohostinství a ubytování (36,7 %, vyjma Prahy). Tento fakt ukazuje na rozdílnost výkonnosti CR v jednotlivých krajích ČR.

## 4 Trendy aktivního a domácího cestovního ruchu v ČR v regionálním kontextu

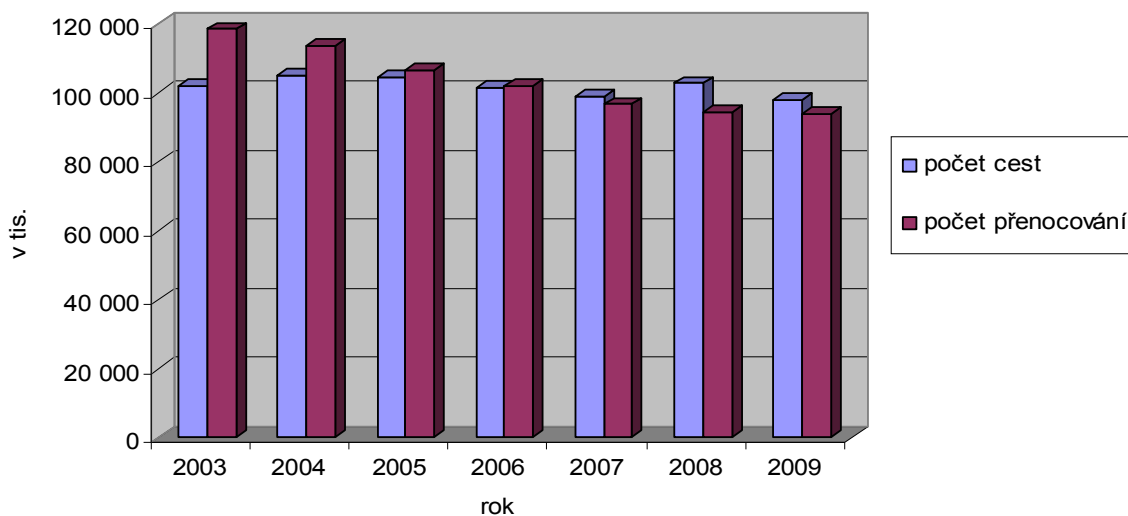
U aktivního, domácího a pasivního CR je také důležité rozlišovat kategorii účastníků CR na jednodenní návštěvníky a turisty, kteří se zdržují na území více než jeden den. Tabulka č. 10 srovnává počet cest a počet přenocování členěné podle kategorizace návštěvníků u jednotlivých druhů CR za rok 2009.

**Tabulka č. 20: Počet cest a přenocování podle druhu CR a kategorie návštěvníků za rok 2009 v ČR**

V tis.	Aktivní cestovní ruch		Domácí cestovní ruch		Výjezdový cestovní ruch	
	Počet cest	Počet přenocování	Počet cest	Počet přenocování	Počet cest	Počet přenocování
Jednodenní návštěvníci	14 437	x	70 255	x	3 432	x
Turisté	8 848	33 202	27 850	94 045	8 904	58 407
Návštěvníci celkem	23 285	33 202	98 105	94 045	12 337	58 407

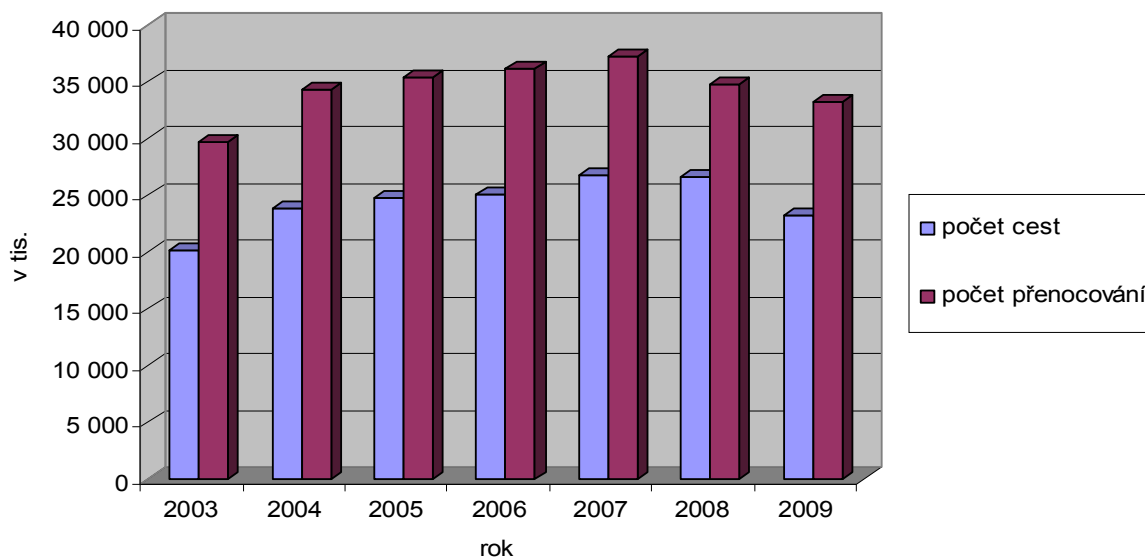
*Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [34]*

Nejvíce účastníků CR vykazuje domácí CR, kdy ale 72 % vykazují jednodenní návštěvníci. Aktivní CR ukazuje celkem pouze 23 285 tis. návštěvníků, kteří uskuteční cestu do ČR oproti domácímu CR (98 105 tis.), z toho ale 38 % jsou turisté, kteří zde tráví delší čas, a z tohoto faktu lze odvodit větší přínos z CR pro ČR. U aktivního CR lze také pozorovat větší počet přenocování než počet cest, u domácího CR je to naopak.



**Graf č. 28: Vývoj počtu cest a přenocování domácího CR ČR za rok 2003 – 2009**  
 Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [34]

Z grafu č. 28 je možné vidět vývoj domácího CR v ČR roku 2003 – 2009. Lze konstatovat pokles účastníků domácího CR, i když v roce 2008 počet cest domácích turistů mírně vzrostl, avšak v roce 2009 opět nastává pokles. Ve srovnání počtu cest a počtu přenocování účastníků CR je možné vidět, že do roku 2006 počet přenocování byl větší než počet uskutečněných cest, v roce 2007 až 2009 je to naopak.



**Graf č. 29: Vývoj počtu cest a přenocování aktivního CR ČR za rok 2003 - 2009**  
 Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [34]

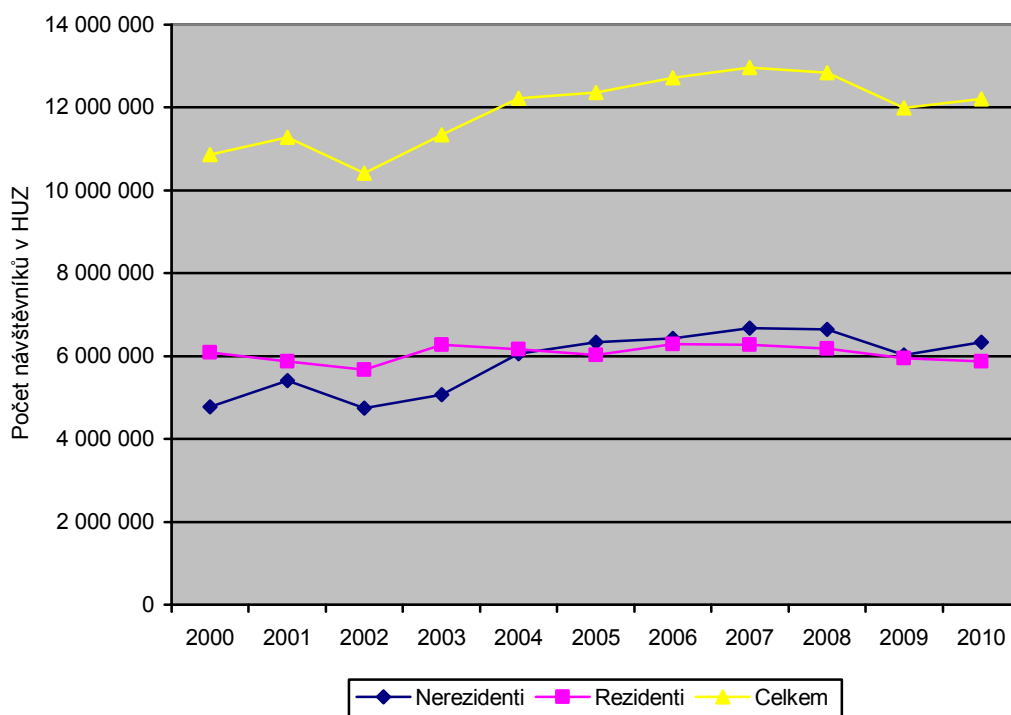
Graf č. 29 ukazuje vývoj počtu cest a přenocování aktivního CR v ČR za rok 2003 – 2009. Ve srovnání s domácím CR je zde vidět větší rozdíl mezi počtem cest a počtem přenocování. Počet cest i počet přenocování do roku 2007 rostl, v roce 2008 již klesá počet příjezdů zahraničních turistů do ČR.

## 4.1 Vývoj cestovního ruchu v ČR po roce 1989 do současnosti

V ČR nastal největší rozmach v období hospodářské konjunktury (v r. 1937). Dominantní postavení v CR měl Čedok jako organizátor zájezdů. CR po druhé světové válce byl ovlivněn hospodářsko-politickými poměry. V socialistických státech byly potlačeny předpoklady pro rozvoj CR, tj. svoboda pohybu, dostatek finančních prostředků.

Po politických a ekonomických změnách v roce 1989 zaznamenal CR v Československu a později v České republice progresivní vývoj. S otevřením hranic vůči západnímu světu se ČR stala součástí celosvětového trhu CR a v 90. letech navštěvovalo ČR mnoho zahraničních turistů, kteří ČR považovali za novou, neotřelou a zajímavou destinaci. Nutno ovšem dodat, že za tuto pozici vděčila země především Praze, která je fenoménem CR střední Evropy. První polovina 90. let byla charakteristická vyššími tempy růstu CR, přičemž domácí CR stagnoval

ve prospěch zahraničního. Čechy logicky mnohem více lákalo podívat se za do té doby nepropustné hranice a začali se orientovat na země západní Evropy. V následujících letech však dochází k poklesu výjezdů, způsobeném zhoršující se ekonomickou situací, která se projevila růstem cen nezbytných potřeb, a tedy menším množstvím disponibilních prostředků na cestování. To znamenalo přesunutí preferencí zpět k domácímu CR. Tento trend pokračoval i po roce 2000. V rámci výjezdového CR převládají cesty zejména do sousedních zemí a cesty k teplým mořím. Za cílové destinace si však čeští občané stále více vybírají i exotické krajiny. V novém tisíciletí je Praha, resp. ČR vnímána již spíše jako solidní, bezpečná a osvědčená destinace, která má zahraničním turistům stále co nabídnout. I proto počet jejich příjezdů stoupal i po roce 2000. Na vývoji v minulém i letošním roce se však podepsala probíhající ekonomická krize, která se projevuje v poklesu příjezdů zahraničních turistů.



**Graf č. 30: Vývoj počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v roce 2000 - 2010**

*Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [35]*

Graf č. 30 shrnuje vývoj počtu hostů (rezidentů a nerezidentů) v hromadných ubytovacích zařízeních (dále jen HUZ) během posledních deseti let. Podle statistiky návštěvnosti v HUZ v ČR v posledních pěti letech cestovalo kolem 6 milionů domácích návštěvníků ročně.

---

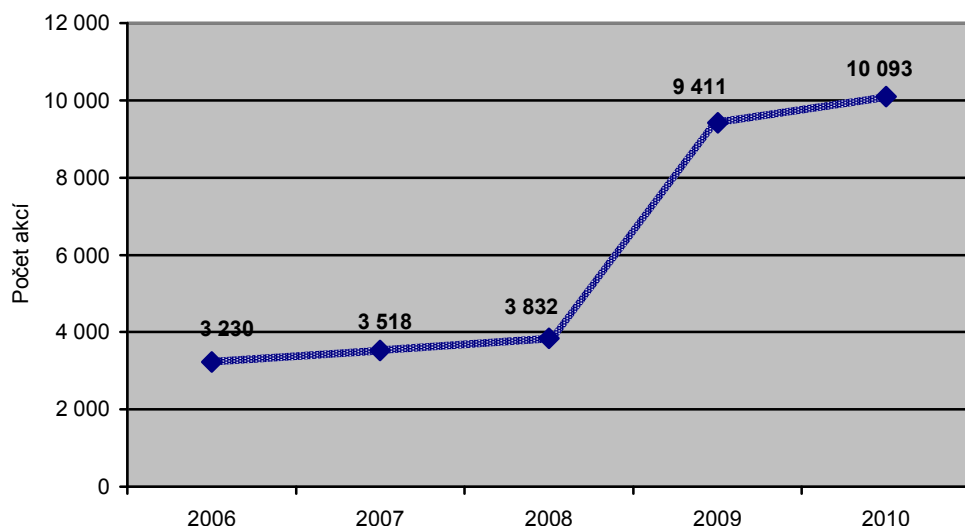
Výraznější propad v návštěvnosti zaznamenal rok 2002. Hlavním důvodem byly povodně v ČR. Výsledky odrážely i ekonomickou stagnaci v Německu a celkový vývoj v mezinárodním CR, ovlivněný teroristickými útoky, válečným konfliktem v Iráku a epidemií nemoci SARS, které podstatně snížily zájem o cestování. Ovšem již v roce 2003 nastal obrat a došlo opět k obnovení dynamiky. Přelomový byl však rok 2004, ve kterém ČR vstoupila do Evropské unie. Vstupem ČR do EU se zlepšila image ČR jako destinace CR. Zároveň se zmenšily administrativní bariéry pro aktivní CR. Díky financím z fondů z EU došlo k rozvoji infrastruktury, produktů CR i vzdělávání odborníků. Dále se ČR napojila na globální distribuční systémy. Rozvojem Internetu se zvýšila informační dostupnost destinace ČR. Tehdy byl zaznamenán vůbec největší nárůst příjezdů (19%) zahraničních turistů do České republiky. V absolutních číslech byl nejúspěšnějším rok 2007 (6,7 milionu příjezdů).

V posledních letech dovolená v tuzemsku opět získává na oblibě. Specifickou formou domácího CR, jež má v ČR dlouhou tradici, je tzv. „druhé bydlení“, tj. pobyty na chatách a chalupách, využívané jak k víkendovým pobytům, tak i k trávení dovolené. Na počátku 90. let se obecně soudilo, že fenomén chataření a chalupářství v ČR zanikne nebo bude alespoň v rámci domácího CR odsunut do pozadí, avšak nestalo se tak. Čeští občané stále pocítují silné sepjetí s přírodou a touhu zvelebovat vlastní půdu, a i proto v současnosti podle průzkumu vlastní tzv. „druhé domovy“ v ČR 13,2 % domácností v rámci všech společenských vrstev. V roce 2009 nastal menší pokles příjezdů zahraničních turistů do ČR a domácí a zahraniční turisté byli zaznamenáni ve stejném počtu a to v počtu 6 mil. V roce 2010 nastává opět růst zahraničních turistů a převyšuje tak počet turistů domácích.

Dále se rozvíjí široké spektrum forem CR, např. aktivní formy trávení dovolené (cykloturistika, golf), venkovský CR, zážitkové programy v turismu, lázeňský CR, kongresový CR apod.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. 1999, 2010 [cit. 2010-12-15]. Regionální rozvoj a cestovní ruch. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Statistiky-Analyzy/Analyzy-cestovniho-ruchu-ve-svete-a-CR/Analyza-cestovniho-ruchu-CR--podle--OKEC-a-CZ-NACE>>.



**Graf č. 31: Vývoj počtu konferencí pořádaných v ČR v roce 2006 – 2010**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [35]

Výše uvedený graf dokládá fakt, že nastává velký rozvoj kongresového CR v ČR. Velký boom nastává v roce 2009, kdy počet akcí konaných v rámci ČR vzrostl z 3 832 na 9 411. Rozvoji této formy CR by se měla věnovat velká pozornost, neboť je to velmi důležitý nástroj pro navazování obchodních kontaktů a hledání řešení různých problémů.

#### 4.1.1 Výhody členství v EU z hlediska cestovního ruchu

Mezi nejvýznamnější výhody pro CR po vstupu České republiky do EU lze zařadit:

- Volný pohyb osob – pokud občan EU chce strávit méně než 90 dnů v jiné členské zemi, nemusí svůj pobyt nikde hlásit. Při pobytu delším je nutné požádat o povolení k pobytu na cizinecké policii.
- K cestování v rámci EU potřebuje občan EU jen identifikační kartu (popř. pas).
- V rámci EU nemusí turista zdůvodňovat svůj pobyt v jiné zemi, nemusí prokazovat hotovost nutnou k pokrytí nákladů během pobytu.
- Možnost převážení jakéhokoliv množství peněz – **volný pohyb kapitálu** (některé státy vyžadují informaci o množství hotovosti pro statistické účely).



- V rámci EU odpadají turistům celní kontroly, neboť se pohybují v rámci vnitřního trhu. Cestující letadly obdrží na zavazadlo zelený přívěšek, který celní orgány upozorní, že dané zavazadlo nepodléhá celní kontrole.
- V případě členství ČR v Schengenském prostoru odpadají čekací doby na hraničních přechodech, jsou zrušeny pasové kontroly.
- **Růst kvality služeb**, především ubytovacích a stravovacích (tlak ze strany EU – normy, kontroly...).
- Zdravotní pojištění občana členské země, které si platí ve své domácí zemi je platné na celém území EU. Při cestování v rámci EU tak odpadají náklady na cestovní pojištění a zároveň i nutnost si pojištění před cestou obstarat.
- V případě cestování v rámci EMU odpadá potřeba výměny peněz (úspora nákladů) a nutnost přepočítávání cen.

#### Konkrétní přínosy členství v EU pro aktivní cestovní ruch ČR

1. Nárůst počtu zahraničních studentů, studijních pobytů a cest. V členské zemi EU je nepřípustné vyžadovat školné, pokud se nevyžaduje od domácích studentů.
2. Nárůst počtu obchodních a služebních cest (rostoucí spolupráce, navazování nových kontaktů, pronikání firem na nový trh).
3. Rostoucí význam kongresové turistiky (ČR bude novou, levnější a zároveň kvalitní kongresovou destinací).
4. Nárůst počtu příjezdů ze zemí EU
  - Touha po poznání nového členského státu – aktuální především pro vzdálenější země EU (rostoucí poptávka po poznávacích zájezdech zahrnujících pobyt v nových členských zemích).
  - V souvislosti s mezinárodně-politickou situací nárůst cest v rámci EU (preferenze silniční dopravy, cestování do blízkých zemí, dosažitelných automobilem či vlakem během relativně krátké doby).
  - Rostoucí zájem ze strany sousedních členských zemí EU o jednodenní výlety do ČR – nákupy, návštěvy restaurací, cesty mladé generace za zábavou.
  - Rostoucí zájem o regiony – Praha je již (především v bližších zemích) známa, touha po poznání jiných kulturně a historicky bohatých měst.<sup>51</sup>

<sup>51</sup> *CzechTourism* [online]. 2005, 2010 [cit. 2010-12-15]. Statistiky. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clenstvi.pdf>>.

---

## 4.1.2 Bariéry možného rozvoje potenciálu cestovního ruchu v ČR

CR je převážně tržní záležitostí, některé funkce ale trh plnit nemůže a CR, resp. některé jeho segmenty musí být organizovány a zajišťovány z úrovně politiky CR, a to zejména v následujících okruzích:

- Legislativa v CR.

V legislativním prostředí pro toho odvětví se negativně projevila přílišná liberalizace podnikání v souvislosti s novelou zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. Změna nastala s přijetím zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti CR, která transformovala volnou živnost provozování cestovní kanceláře a vázaná živnost provozování cestovní agentury. Silným faktorem, který ovlivňuje odvětví CR je sazba DPH, která při nesprávném nastavení působí zejména v neprospěch dalších investic.

- Koordinace činností a řízení CR na národní a regionální úrovni.

Je nezbytné definovat základní rámec spolupráce mezi ministerstvem a kraji, a definovat rozdělení činností a formy spolupráce na ústřední, regionální a místní úrovni v oblasti CR. Stejně významnou je také otázka podpory činnosti turistických IC a organizace IC.

- Zahraniční a národní propagace a marketingová podpora prostřednictvím CzechTourism.

Vytvoření podmínek pro efektivní propagaci ČR jako destinace CR v zahraničí a její začlenění do evropského prostoru jako součást evropské destinace.

- Využití CR pro diverzifikaci ekonomických činností ve venkovském prostředí.

Z dosavadních analýz zabývajících se rozvojem venkova vyplývá aktuální potřeba nalezení účinnějších nástrojů k podpoře rozvoje šetrných forem CR v ČR ve venkovském prostoru.

- Nedostatek potřebných odborníků pro řízení subjektů v CR.
- Absence marketingových studií rozvoje regionů.
- Nedostatečná a nekvalitní infrastruktura CR a nerozvinuté služby.
- Omezené finanční prostředí pro rozvoj podnikání.
- Nedostatek finančních prostředků na údržbu a obnovu kulturního dědictví.
- Nízká technická úroveň a vybavenost zařízení koupališť na vodních tocích a nádržích, včetně uměle vybudovaných koupališť, dále i vybavení turistických tras, lyžařských a běžeckých tratí, cyklostezek (odpočívadla, hygienická zařízení apod.).

- 
- Nedostatečná schopnost subjektů na trhu CR reagovat na trendy probíhající jak na straně poptávky, tak na straně nabídky (nabídka atraktivit CR, nabídka produktů, marketingová komunikace atd.).

K odstranění těchto bariér je nutná spolupráce a soulad všech zainteresovaných stran (veřejná správa, státní správa a hlavně podnikatelská sféra).

- Absence standardních informačních systémů CR.

V ČR existuje přes 250 informačních center, ale nejsou mezi sebou propojeni. Existuje asociace turistických informačních center (dále jen ATIC), která sdružuje pouze 90 těchto středisek a zde je snaha komunikovat, informovat, vylepšit tak informace o regionech. Velký problém je absence celoplošné nabídky CR, neexistuje určitá standardizace výkonů info-center a je zde nerovnoměrné a hlavně nejednotné značení.

Další problém je spatřován ve:

- statistice, která má nedostatečnou vypovídací schopnost.

Od roku 1993 byly zrušeny některé položky v povinných výkazech pro statistiku. Povinné je např. sledování ubytování, ale některé údaje nebo některé subjekty nejsou povinné toto vykazovat, proto dochází ke zkreslování údajů. Tento problém by měl být vyřešen zavedením TSA.

- Dalším problémem, který brání k efektivnímu rozvoji CR je nedostatečná spolupráce resortů, které nepřímo ovlivňují CR. Jedná se zejména o prolínání jednotlivých ministerstev (dopravy, kultury, zahraničních věcí, vnitra, ministerstvo pro místní rozvoj, průmyslu a obchodu, životního prostředí). Pro tyto účely vznikla meziresortní komise CR.

MMR založilo Českou centrálu cestovního ruchu a regionální orgány, které mají za cíl zprostředkovat informace z regionů. Dále vznikly na úrovni krajů odbory, tj. krajský úřad má určitý úsek, který se zabývá CR. Dále vznikají rozvojové agentury např. v Českých Budějovicích působí RERA (Regionální rozvojová agentura), která spolupracuje s krajem, aby se plán rozvoje CR utvořil správným způsobem. Dále vznikají další organizace na území regionů a mikroregionů, které vznikají převážně spontánně za účelem zlepšení podmínek pro CR. Posledním prvkem jsou sdružení měst a obcí, podnikatelské sdružení, sdružení hoteliérů, asociace cestovních kanceláří.

- 
- Nedostatečný rozsah státní propagace a informovanosti o ČR v zahraničí.

Za tímto účelem byla založena Česká centrála cestovního ruchu, ale ukázalo se, že je málo dostačující a to z těchto důvodů:

- a) Absence soustavy marketingové činnosti.
- b) Nedostatečný teritoriální rozsah (nejsou pokryty perspektivní teritoria).
- c) Nedostatečný počet informačních center v zahraničí.
- d) Málo ucelená řada propagačních materiálů, hlavně o turistických regionech.
- e) Malá nabídka speciálních produktů (potápěčské kurzy, extrémní turistika, apod.).
- f) Finanční možnosti jsou velice omezené (toto je velký problém).

Z těchto uvedených problémů vyplývá, že je třeba se přednostně zaměřit na zvýšení státní propagace a zajištění většího objemu finančních prostředků.

## 4.2 Programy a koncepční dokumenty v oblasti cestovního ruchu

Existují podpůrné programy a dotační tituly poskytované v rámci CR a jsou vytvořeny koncepční a strategické dokumenty ministerstva, vlády nebo EU v oblasti CR.

Programovací období 2007 – 2013 je období, ve kterém EU realizuje cíle své regionální a strukturální politiky. Jednotlivé členské země zpracovávají vždy nové programové dokumenty. V těch je stanoven rozpočet a jsou definovány a nastaveny nové cíle a priority, jež se členské státy v daném období snaží dosahovat a naplňovat v souladu se základními strategickými dokumenty EU. Pro CR jsou v Programovacím období 2007 – 2013 relevantní tyto programy: Integrovaný operační program (IOP), Regionální operační programy (ROP), Programy přeshraniční spolupráce a Program rozvoje venkova (PRV) Jednotlivé programy v současné době představují hlavní nástroje realizace Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013. V roce 2010 byl schválen Národní program podpory cestovního ruchu na roky 2010 - 2013, jehož zaměřením v roce 2010 je podprogram Cestovní ruch pro všechny.<sup>52</sup>

V letech 2007–2013 činí plánovaná podpora EU určená v rámci politiky soudržnosti přímo na CR více než 6 miliard eur, což je 1,8 % ze všech přidělených prostředků. Částka 3,8 miliardy eur je vyčleněna na zlepšování služeb CR, 1,4 miliardy eur na ochranu a rozvoj

---

<sup>52</sup> *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. 1999, 2010 [cit. 2010-12-15]. Regionální rozvoj a cestovní ruch. Dostupné z WWW: < <http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie> >.

---

přírodních krás a 1,1 miliardy eur na jejich propagaci. Kromě toho lze poskytnout finanční prostředky na infrastrukturu a služby související s CR z jiných položek rozpočtu, například inovace, podpora malých a středních podniků, aplikace IT a lidský kapitál.<sup>53</sup>

#### **4.2.1 Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013**

Koncepce státní politiky CR v ČR (dále jen Koncepce) představuje střednědobý strategický dokument, který vychází z možností CR v ČR a účinnými nástroji podněcuje jeho další rozvoj. *„Základním atributem Koncepce je rozvoj odvětví CR, který vychází z mobilizace zejména privátních zdrojů zaměřených na CR, systémového a koncepčního přístupu veřejné správy na všech úrovních jako zdroje konkurenceschopnosti, zaměstnanosti a hospodářského růstu zejména v územích s vhodným potenciálem pro efektivní rozvoj tohoto odvětví.“*<sup>54</sup>

ČR je významnou evropskou destinací CR založenou na atraktivitě a množství historických, kulturních a technických památek, přírodních krás a zajímavostí. ČR má šanci uplatnit se na trhu CR nabídkou nových produktů jako např. městského, kongresového a incentivního CR, sportovně orientovaného CR a cykloturistiky. Vhodné podmínky pro rozvoj CR nabízí i venkovský CR se svými produkty – agroturistika, ekoturistika, ekoagroturistika apod. Nabídka ČR je využitelná jak pro aktivní, tak pro domácí CR.

Nabídku CR je možné členit do následujících tematických oblastí:

- Městský a kulturní CR.
- Dovolená v přírodě.
- Sportovní a aktivní dovolená.
- Lázeňský CR.
- Kongresový a incentivní CR.

K podpoře základní a doprovodné infrastruktury CR lze hovořit až od 2. pol. 90. let zejména ze strany MMR.

---

<sup>53</sup> European Commission [online]. 2011 [cit. 2011-04-07]. Statistics. Dostupné z WWW: <[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search\\_database](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database)>.

<sup>54</sup> Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. 1999, 2010 [cit. 2010-12-15]. Regionální rozvoj a cestovní ruch. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na->>.

---

- Podpora rozvoje a zvyšování kvality služeb v CR jako rozhodujícího faktoru úspěchu na evropském konkurenčním trhu (prostřednictvím Státního programu podpory cestovního ruchu (dále jen SPPCR)).<sup>55</sup>

- Marketingová podpora nabídky CR a vybraných produktů CR (aktivity CzechTourism, společný regionální operační program (dále jen SROP)).

- Informace o CR (budování jednotného informačního a rezervačního systému CR, statistika CR, vytvoření TSA, podpora činnosti turistických informačních center – většina problémů však není dosud vyřešena).

- Vytváření vhodného (proaktivního) podnikatelského prostředí.
- Vytváření vhodných organizačních struktur mezi subjekty CR (zatím jeden z nejslabších a podceňovaných článků podpory rozvoje CR).
- Podpora školení a vzdělávání subjektů v oblasti CR prostřednictvím operačního programu rozvoje lidských zdrojů (dále jen OP RLZ).
- Podpora výzkumu v oblasti CR.

<b>Základní strategická vize CR pro období 2007 – 2013:</b>
---

<b>Destinace Česká republika – jednička v srdci Evropy.</b>
---

Strategická vize CR pro období 2007 - 2013 představuje ČR jako destinaci:

- S pozitivní mezinárodní image.
- Mající vysoce kvalitní a konkurenceschopné produkty a služby.
- Nabízející turistické zážitky, které naplní zákazníkovo očekávání, pokud jde o přátelství, kvalitu životního prostředí, rozdílnosti mezi kulturami, bezpečnost (při cestování, pobytu, aktivitách).
- Disponující značným kulturně historickým potenciálem.
- Generující národní a regionální příjmy.
- Zajišťující účinnou ochranu životního prostředí.
- Zajišťující atraktivní pracovní příležitosti v CR.

---

<sup>55</sup> SPPCR byl schválen 1. listopadu 2000. Realizace programu začala v roce 2001. V roce 2004 na základě usnesení vlády č. 110 ze dne 4. února 2004 bylo schváleno pokračování realizace programu i včetně zaměření jednotlivých podprogramů v letech 2004 -2007. Podprogramy jsou zaměřeny na: 1. rozvoj lázeňství, 2. doprovodné infrastruktury cestovního ruchu pro sportovně rekreační aktivity 3. podporu prezentace ČR jako destinace cestovního ruchu.

- 
- Zajišťující osobám pracujícím v CR vzdělávání a rozšiřování si schopností a vědomostí pomocí vzdělávacích programů.
  - S funkční organizační strukturou.
  - Respektující a podporující kulturu v celé její šíři.
  - Respektující hlediska veřejného zdraví občanů ČR.

Globálním cílem politiky CR je zvýšení ekonomické výkonnosti CR využitím a dalším rozvojem dostupného potenciálu a tím docílení zvýšení konkurenceschopnosti celého odvětví CR na národní i regionální úrovni, při respektování zájmů ochrany přírody a krajiny a dalších složek životního prostředí.

Hlavními strategickými cíli Koncepce jsou:

1. Posílení postavení CR v národním hospodářství (růst absolutní výše HDP vytvořeného CR, zvýšení zaměstnanosti v CR, podpora především malého a středního podnikání v CR).
2. Růst konkurenceschopnosti CR ČR v evropském prostoru (měřený mj. růstem výdajů zahraničních turistů v ČR).
3. Růst objemu pobytového CR v ČR (včetně růstu objemu domácího CR).
4. Zachování kvality přírodního prostředí a složek životního prostředí, které jsou v oblasti CR využívány a mohou být rozvojem CR ovlivněny.

#### **4.2.2 Konsolidovaný plán podpory cestovního ruchu 2010 / 2011**

Vláda ČR schválila v únoru 2010 dokument „Východiska z krize – politika vlády v krátkodobém a střednědobém horizontu“.<sup>56</sup> Cílem tohoto dokumentu je odborným a neideologickým způsobem pojmenovat hlavní krátkodobé a střednědobé problémy české ekonomiky, do kterých je zahrnut i sektor CR. CR přispívá k udržení, případně k růstu zaměstnanosti a k růstu národního hospodářství. CR se po vyřešení těchto problémů může stát do budoucna jedním z pilířů české ekonomiky.

Východiskem k dosažení tohoto cíle je zpracování Konsolidovaného plánu podpory CR, kde budou pojmenovány základní problematické oblasti, které brání v optimálním využití potenciálu CR.

---

<sup>56</sup> Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. 1999, 2010 [cit. 2010-12-15]. Regionální rozvoj a cestovní ruch. Dostupné z WWW: < <http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Konsolidovany-plan-podpory-cestovniho-ruchu> >.

---

Sledované priority sestavení Konsolidovaného plánu jsou následující:

1. Snaha o minimalizaci finančních nároků na státní rozpočet.
2. Zjednodušení podnikání v ČR vytvořením odpovídající legislativy.
3. Realizace jednotlivých opatření v oblasti CR definovaných v Koncepci státní politiky CR ČR pro období 2007 – 2013.

- Legislativa v oblasti CR

ČR nevyužívá potenciál rozvoje CR, dochází ke slabé propagaci a neefektivnímu vynakládání investic a výkonnost CR klesá. Toto je mimo jiné způsobeno pouze doporučujícím charakterem současné legislativy a absencí legislativy upravující kompetence a odpovědnosti organizační struktury CR. Proto je nutné definovat jasnou strukturu řízení a financování CR a zamezit tak duplicitám v managementu a marketingu a docílit jednotnosti a návaznosti propagace na všech úrovních řízení CR. Zefektivnění propagace umožní rychlou reakci na změnu trendů a dojde ze zvýšení konkurenceschopnosti ČR.

- Průvodcovské služby

V zákoně č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání je živnost průvodce řazena mezi živnosti volné, tzn. uchazeč o tuto živnost musí splňovat pouze všeobecné podmínky. Tento volný režim vede k poklesu kvality služeb, pokles zájmu o výkon profese a studium v oboru a k nekontrolovatelnému růstu neoprávněného podnikání. Řešením dané problematiky by mohlo být začlenění odborné způsobilosti pro provozování průvodcovské činnosti a zvýšit tak kvalitu průvodcovství.

- Cestovní kanceláře a agentury

Novelizací zákona 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti CR by měla posílit ochranu spotřebitele, zvýšit odpovědnost pořadatele zájezdů, nebo navrhnout další možné způsoby zajištění cestovních kanceláří proti úpadku.

- Efektivní způsoby financování organizační struktury a řízení CR v ČR a zároveň financování aktivit na podporu rozvoje.

- Kvalita služeb v CR.

Úroveň kvality poskytovaných služeb je jedním z nejdůležitějších kritérií při jejich výběru. V současné době je tato úroveň v jednotlivých segmentech CR velmi různorodá. MMR realizuje několik projektů, jejichž cílem je ve spolupráci s profesními sdruženími zavést v ČR



---

nový systém standardizace a certifikace kvality poskytovaných služeb a následně budou implementovány do Národního systému kvality služeb ČR. Národní systém kvality služeb ČR pak přispěje k transparentnosti trhu a jistotě, že konečným zákazníkům bude poskytnuta služba na takové úrovni, kterou očekávali. Dále tento systém podpoří zachování konkurenceschopnosti podnikatelů v ČR.

- Podpora aktivního CR

Podmínkou zvýšení atraktivity ČR jako mezinárodní destinace je posílit image ČR v zahraničí, zlepšit vnímání ČR zahraničními turisty a přimět je k návštěvě. Na podporu těchto aktivit je třeba realizovat cílené víceleté kampaně a zkoumat zpětné vazby. MMR vytipuje 2 – 3 nadnárodně atraktivní akce CR a ty budou cíleně propagovány jako nejvýznamnější akce ČR. Cílem této aktivity je zvýšit povědomí o ČR v zahraničí a zvýšit konkurenceschopnost regionálních destinací pořádající tyto akce.

- Podpora vybraných sektorů CR.

V únoru 2010 byl schválen Národní program podpory CR pro rok 2010, Podprogram Cestovní ruch pro všechny. Na realizaci podprogramu bylo ze státního rozpočtu vyčleněno 80 mil. Kč. Podprogram je zaměřen na tvorbu nových produktů domácího CR včetně marketingové podpory (např. bezbariérový přístup, dětská herna, mobilní bazén apod.). Cílem této aktivity je podpořit podnikatele v CR v době hospodářské krize, stimulovat poptávku po službách CR a rozšířit účast na CR i na mimosezónní období.

Dále MMR stanovilo způsoby rozvoje a finanční podpory kongresové a incentivní turisticke. Tento segment je velmi významný z hlediska příjmů z CR, navíc není sezónní záležitostí, ale nabízí celoroční využití.

### **4.2.3 Regionální operační programy**

V novém programovém období 2007 – 2013 došlo v organizaci Operačních programů financovaných s podporu Strukturálních fondů v ČR k výraznému posunu směrem k přesunu výrazného podílu finančních prostředků z EU do jednotlivých regionů soudržnosti. Proti minulému období, kde existoval jeden Společný regionální operační program jsou potřeby regionů soudržnosti (NUTS II) zajišťovány celkem ze 7 Regionálních operačních programů (dále jen ROP).

ROP NUTS II Severozápad (Ústecký, Karlovarský kraj).

---

ROP NUTS II Severovýchod (Liberecký, Královehradecký, Pardubický kraj).

ROP NUTS II Střední Čechy (Středočeský kraj).

ROP NUTS II Jihozápad (Plzeňský, Jihočeský kraj).

ROP NUTS II Jihovýchod (Vysočina, Jihomoravský kraj).

ROP NUTS II Moravskoslezsko (Moravskoslezský kraj).

ROP NUTS II Střední Morava (Olomoucký, Zlínský kraj).

Regionální operační programy navazují na systém sektorových programů a své podpory směřují k řešení problémů vázaných na konkrétní region ČR. Podporují tak využití potenciálu daného území a přispívají k jeho vyváženému rozvoji.

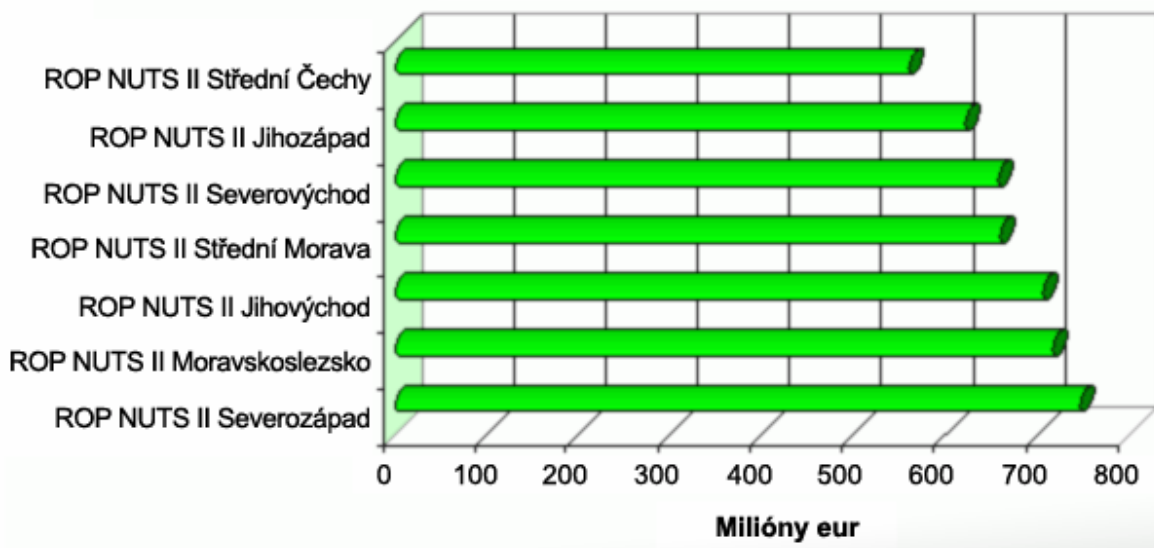
Globálním cílem ROP je urychlení rozvoje regionů ČR, zvýšení jejich konkurenceschopnosti a atraktivity pro investice a posílení kvality života obyvatel, při respektování vyváženého a udržitelného rozvoje regionů vycházející z využití jejich potenciálu.

Zaměření podpor ROP v oblasti rozvoje ČR:

- Zvýšení podílu ČR na hospodářské prosperitě regionu a na vytváření pracovních příležitostí.
- Modernizace a zlepšení podmínek pro obyvatele ve městech a na venkově, související s rozvojem hmotného prostředí, lidských zdrojů, kultury a volnočasových aktivit, přispívajících ke zvýšení atraktivity těchto území pro hospodářský rozvoj.
- Modernizace technické infrastruktury zvyšující přitažlivost regionu pro investice při zohledňování ochrany životního prostředí.
- Zvýšení prosperity regionu vytvářením prostředí pro rozvoj malých a středních podniků včetně prostředí pro inovace a vytváření nových.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> *Fondy Evropské Unie* [online]. 2009 [cit. 2011-03-09]. Regionální operační programy. Dostupné z WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2007-2013/Regionalni-operacni-programy>>.



**Graf č. 32: Alokace prostředků z fondů EU v České republice pro ROP**  
Zdroj: [39]

Na ROP je z fondů EU vyčleněno 4,6 mld. €. Graf č. 32 ukazuje regionální rozložení finančních prostředků na podporu a rozvoj ČR. Největší alokace proběhla v ROP Severozápad (730 mil. €).

### 4.3 Vnitřní cestovní ruch v ČR

Rozvoj CR je podmíněn existencí vhodného potenciálu, který má výrazný teritoriální aspekt a je vázán na krajinný systém. Přírodní i antropogenní (vytvořený lidskou činností) potenciál, který vyjadřuje způsobilost územního celku vytvořit podmínky pro rozvoj CR, je rozmístěn nerovnoměrně a kvalitativně různorodě, přičemž se obvykle liší i v rámci velkých územních celků. Z tohoto důvodu je vytvořen pojem destinace CR. Destinace CR je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje CR jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací.

Podle WTO představuje destinace CR „*místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh.*“<sup>58</sup> Výkladový slovník CR pod pojmem destinace CR rozumí v užším smyslu „*cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu*“ a v širším

<sup>58</sup> *CzechTourism* [online]. 2005, 2010 [cit. 2010-12-15]. Czech Tourism. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/files/regiony/destin/organizacecrvregionech.pdf>>.

---

smyslu je pojem destinace CR je chápána jako „země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků.“<sup>59</sup> Pro mezinárodní návštěvníky je destinací buď celá navštívená země, nebo její některý region, případně město. V některých zemích je území rozděleno do turisticky, historicky nebo administrativně kompaktních destinací s tvorbou a propagací společného turistického produktu a případně i zpracováním statistik CR.

Podle D. Buhalise je pro region CR charakteristických pět komponentů, a to:

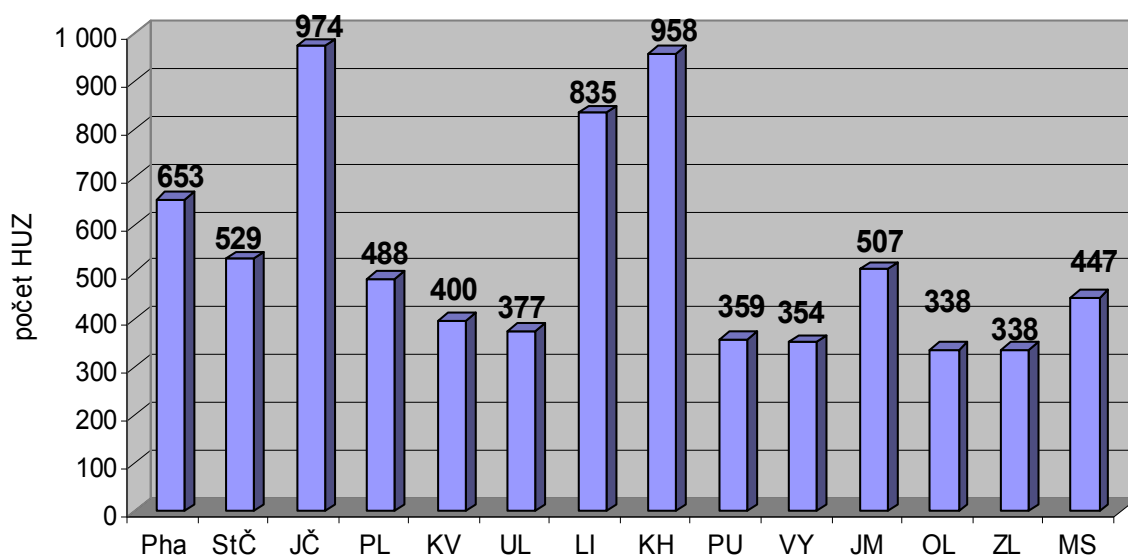
- **Přitažlivosti** - Primární nabídka CR, která množstvím, kvalitou a atraktivitou vyvolává návštěvnost (přírodní, kulturně - historický potenciál).
- **Přístupnost služeb** - všeobecná infrastruktura, která umožňuje přístup do regionu, pohyb za atraktivitami regionu, patří sem také služby využívané především místními obyvateli, jako jsou zdravotnické, bankovní, poštovní apod.
- **Komfort** - suprastruktura a infrastruktura CR, které umožňují pobyt v regionu a využití jejich atraktivit (ubytovací, hostinská, sportovně - rekreační, kulturně - společenská a jiná zařízení).
- **Turistické produkty** - připravené produktové balíčky.
- **Aktivity**

CR v regionu může být považován za polarizující, indukované, případně neutrální odvětví. **Polarizujícím (hnacím) odvětvím** se CR v regionu stává v případě, že má bezprostřední vliv na hospodářský a sociální rozvoj regionu, výrazně ovlivňuje zaměření i jiných ekonomických aktivit. V souvislosti s rozvojem a potřebami CR se v regionu rozvíjejí návazná i podpůrná odvětví, rozvíjí se i kooperace mezi regiony. Ekonomické podmínky umožňují podnikatelským subjektům, v porovnání s jinými regiony, dosahovat úspor a zvyšovat konkurenceschopnost na trzích. Region se stává předmětem nabídky na mezinárodních trzích CR (např. Krkonoše, Šumava, Český Krumlov, Karlovy Vary, Český ráj apod.). V regionu, kde má CR na hospodářský a sociální rozvoj jen zprostředkovaný vliv, je **indikovaným (hnaným) odvětvím**. Znamená to, že rozvoj regionu stimuluje, ale není jejím dynamickým odvětvím (např. Praha, Jižní Morava apod.). V případě, že CR nemá v region

---

<sup>59</sup> PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj, Praha, 2002, 448 stran.

vliv na její hospodářský a sociální rozvoj, ale je jeho důležitým doplňkem, je pro region **neutrálním odvětvím** (Severozápadní Čechy, Plzeňsko, apod.).<sup>60</sup>



**Graf č. 33: Počet hromadných ubytovacích zařízení v ČR v roce 2010**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [35]

Výše uvedený graf zobrazuje počet HUZ v regionálním rozložení. Nejvíce ubytovací kapacity se soustřeďuje do Jihočeského kraje (974), Královehradeckého a Libereckého kraje. Následuje hlavní město Praha a Středočeský kraj. Nejméně ubytovacích zařízení se vyskytuje na Vysočině (354) a v Pardubickém kraji.

<sup>60</sup> CzechTourism [online]. 2005, 2010 [cit. 2010-12-15]. Czech Tourism. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/files/regiony/destin/organizacecrvregionech.pdf>>.

**Tabulka č. 21: Srovnání počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních podle krajů ČR v roce 2010/2009**

Kraje ČR	Počet hostů v HUZ v r. 2009		Počet hostů v HUZ v r. 2010		Počet hostů v HUZ Index 2010/2009	
	Celkem	z toho nerezidenti	Celkem	z toho nerezidenti	Celkem	z toho nerezidenti
<b>Pha</b>	<b>4 346 079</b>	<b>3 803 518</b>	<b>4 715 479</b>	<b>4 541 423</b>	<b>108,5</b>	<b>119,4</b>
<b>StČ</b>	641 105	152 961	623 549	146 179	97,3	95,6
<b>JČ</b>	923 715	284 541	896 531	294 624	97,1	103,5
<b>PL</b>	<b>479 705</b>	<b>148 113</b>	<b>482 170</b>	<b>159 151</b>	<b>100,5</b>	<b>107,5</b>
<b>KV</b>	<b>660 560</b>	<b>453 106</b>	<b>678 948</b>	<b>466 961</b>	<b>102,8</b>	<b>103,1</b>
<b>UL</b>	336 324	108 486	297 254	96 081	88,4	88,6
<b>LI</b>	675 722	172 916	629 240	151 444	93,1	87,6
<b>KH</b>	839 451	234 167	815 694	220 719	97,2	94,3
<b>PU</b>	337 698	50 413	311 969	46 472	92,4	92,2
<b>VY</b>	366 298	51 305	341 008	46 589	93,1	90,8
<b>JM</b>	<b>1 046 234</b>	<b>352 018</b>	<b>1 040 661</b>	<b>380 868</b>	<b>99,5</b>	<b>108,2</b>
<b>OL</b>	<b>392 483</b>	<b>85 417</b>	<b>386 375</b>	<b>92 223</b>	<b>98,4</b>	<b>108,0</b>
<b>ZL</b>	<b>458 405</b>	<b>65 185</b>	<b>463 748</b>	<b>62 297</b>	<b>101,2</b>	<b>95,6</b>
<b>MS</b>	601 508	119 098	544 941	107 172	90,6	90,0

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [35]

Tabulka č. 21 srovnává počty hostů v HUZ za rok 2009 a 2010 podle regionů ČR. V roce 2010 se zvýšil počet návštěvníků v Praze, v Jihočeském, v Plzeňském, Karlovarském, Jihomoravském a Olomouckém kraji. Jinak byl v ostatních regionech pokles. Nejvíce návštěvníků však stále zaznamenává Praha, Jihomoravský a Karlovarský kraj. Nejméně je navštěvován Pardubický kraj a Vysočina. Pardubický kraj má sice potenciál pro CR, ale je zde špatně nastavená turistická politika.

V regionu je tudíž nutností, aby fungovala organizace CR (dále jen OCR), která bude iniciovat a řídit celý proces rozvoje CR ve spolupráci se soukromým i státním sektorem a místními obyvateli. V této souvislosti je potřebné vzít v úvahu:

- Potřeby návštěvníků a ekonomické zájmy průmyslu CR.
- Redukovat případný negativní dopad rozvoje CR na obchodní zájmy obyvatel regionu a ochraňovat je.
- Památky a kulturní dědictví a ochraňovat je.
- Stav životního prostředí a ochraňovat je.

V zájmu jednotného postupu při nabízení regionu na trhu CR bude takto vytvořená OCR efektivně koordinovat činnosti všech zainteresovaných subjektů působících v regionu, bude schopna přizpůsobit se změnám na trhu a její odpovědnost za dosažené výsledky bude korespondovat s její možností tyto výsledky ovlivnit. V OCR by v této souvislosti měly být zastoupeny podnikatelské subjekty, občanské a kulturní organizace, orgány státní správy,

---

orgány místních samospráv a obyvatelé regionu. Koordinace zájmů všech zainteresovaných stran je jednou z podmínek nekonfliktního rozvoje CR v regionu.

### **Přínosy cestovního ruchu pro region**

CR může být přínosem pro region především v oblasti ochrany životního prostředí, sociálně-kulturní a ekonomické oblasti.

V oblasti ochrany životního prostředí se CR stává pro region přínosem především, když:

- Příjmy ze vstupného do národních parků, jeskyň apod. jsou použity na financování ochrany přírody.
- Daně a poplatky (například daně z příjmů, poplatky za rybářský a lovecký lístek, lázeňské poplatky, pronájem rekreačních zařízení apod.) pomáhají financovat ochranu přírodních zdrojů.
- Přispívá k uznání důležitosti ochrany životního prostředí veřejností a k výchově místních obyvatel k jeho ochraně.
- Důsledkem atraktivity přírodního prostředí a přírodních zdrojů pro CR je vytvoření národních parků, přírodních rezervací apod.

Pozitivní působení CR v sociálně-kulturní oblasti se v region projevuje:

- Vytvářením pracovních míst a podporou sociálního rozvoje, přerozdělením příjmů, zmírňováním chudoby, což má za následek posilování komunity v regionu.
- Prostřednictvím kulturně - výchovné funkce CR, kdy se lidi kontaktují a vnitřně se navzájem obohacují, více si rozumí a ztrácejí předsudky.
- Zvyšováním životního standardu místních obyvatel, kdy mohou využívat zařízení, vybudovaná pro návštěvníky regionu.
- Prostřednictvím záchrany kulturních tradic, historie, tradičních řemesel apod.
- Zainteresováním místních obyvatel na ochraně přírodních a kulturních hodnot, stimulací jejich pocitu hrdosti na tradice a historii.

V ekonomické oblasti je pozitivní vliv CR na region markantní především:

- V zlepšení platební bilance státu prostřednictvím aktivního CR (tzv. neviditelný export).
- Prostřednictvím daní a poplatků, které zvyšují příjmy do místních i státního rozpočtu.
- V oblasti podpory rozvoje malého a středního podnikání.
- Ve zvyšování zaměstnanosti v regionu.

---

- V oblasti stimulování investic do místní infrastruktury (vodovody, kanalizace, elektrifikace, telekomunikace, silniční a železniční síť, letiště) apod.

### **Negativní dopady rozvoje cestovního ruchu v regionu**

V souvislosti s uvedeným je možné vyčlenit tři nejdůležitější oblasti, na které může mít CR v regionu negativní dopad, a to:

- **Životní prostředí** - především v případě, kdy počet návštěvníků regionu překročí míru únosnosti a životní prostředí ztratí schopnost vypořádat se s nadměrným využíváním. To může vést nejen k jeho oslabení, ale i k jeho zničení (nejmarkantněji se v této souvislosti projevuje neúměrné využívání přírodních zdrojů, znečišťování přírodního prostředí či fyzické znečišťování).

- **Sociálně-kulturní oblast** - změní se systém hodnot a chování místních obyvatel, čímž je ohrožen původní způsob života (změny často nastávají i ve struktuře komunity, rodinných vztazích, v tradičním životním stylu a morálce. CR může způsobit změny v místní komunitě a hodnotách prostřednictvím přímého a nepřímého kontaktu návštěvníků s obyvateli regionu).

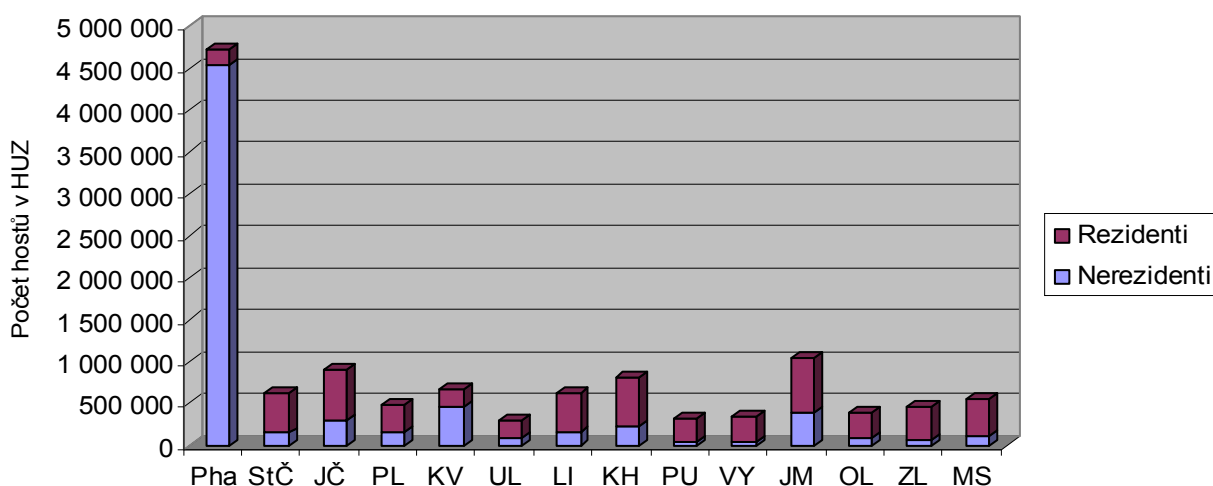
- **Ekonomická oblast** - dopady rozvoje CR se v regionu projevují prostřednictvím skrytých nákladů, které vznikají jako následek rozvoje CR, ekonomické závislosti lokální komunity na CR, sezónního charakteru práce, ekonomické krize, vzniku tzv. turistických ghett.<sup>61</sup>

Následující graf zobrazuje počet příjezdů zahraničních turistů do jednotlivých regionů ČR a počet domácích turistů navštěvující regiony.

---

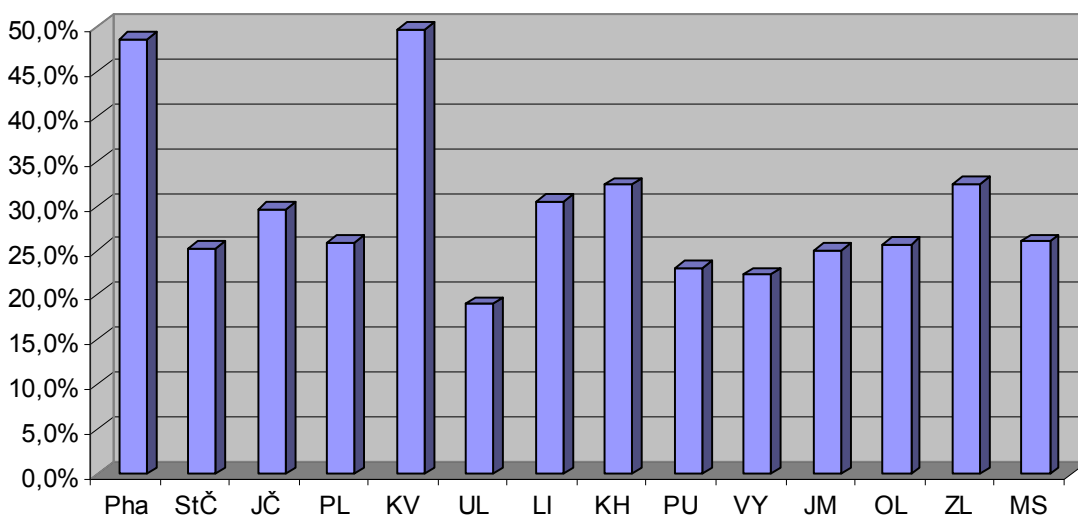
<sup>61</sup> angl. tourism ghetto = kompaktní část území sídla, na níž postupně došlo k vytlačení (resp. potlačení) běžných funkcí sídla (nejen obytné) funkcí komerční, navíc ve značné míře úzce zaměřenou na nabídku služeb CR. Tento jev je zpravidla doprovázen zvýšením cenové hladiny (turistická inflace), snížením dostupnosti zboží běžné denní spotřeby.





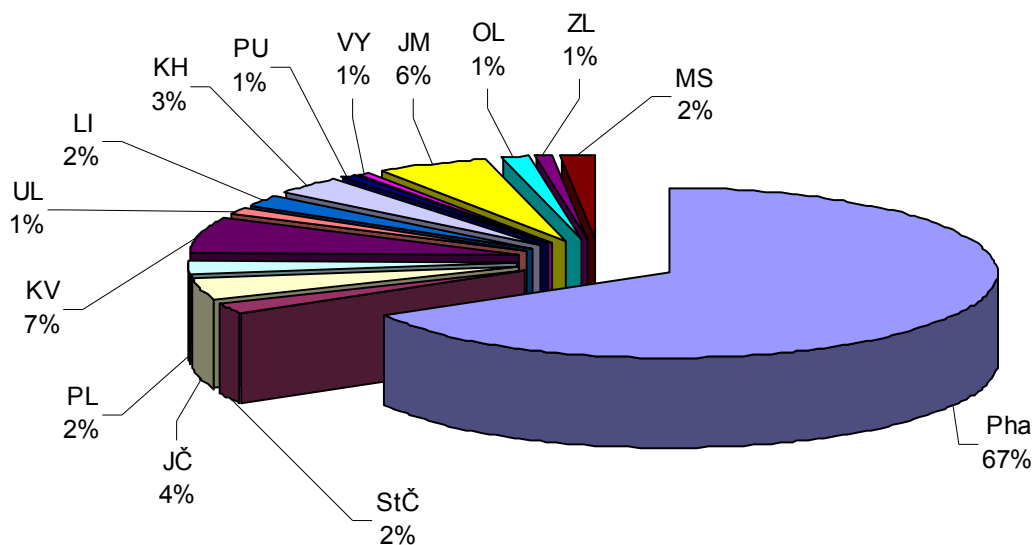
**Graf č. 34: Počet návštěvníků v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR za rok 2010**  
 Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [35]

Jak se patrně z grafu č. 34, tak jednoznačně nejvíce zahraničních turistů navštíví hlavní město Prahu (téměř 4,5 mil.), dále je to Karlovarský, Jihomoravský a Jihočeský kraj. Opět nejméně lákavá destinace je pro zahraniční turisté Pardubický kraj, Vysočina a Ústecký kraj. S tímto faktem souvisí následující graf, který udává využití lůžek HUZ v krajích ČR.



**Graf č. 35: Využití lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních v krajích ČR za rok 2010**  
 Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [35]

Největší využití lůžek v HUZ je v Karlovarském kraji (přes 50 %), dále je to Praha, a pak přes 30% - ní využití kapacit je Královéhradeckém a Zlínském kraji.



**Graf č. 36: Počet zahraničních hostů v jednotlivých krajích ČR za rok 2010**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [35]

Graf č. 36 přehledně zobrazuje, který kraj je pro aktivní CR nejatraktivnější. Procentuálně je jednoznačně na prvním místě Praha. (67 % zahraničních turistů). Na druhém místě je Karlovarský kraj a na třetím místě je Jihomoravský kraj. Dále je to rovnoměrně rozloženo do ostatních jednotlivých regionů ČR.

Jak již bylo uvedeno výše, tak kongresový CR je velmi důležitá a rozvíjející forma CR v ČR. Neméně důležité je však podporovat lázeňský CR, díky kterému např. Karlovarský kraj je nejvíce navštěvovaný kraj v ČR.

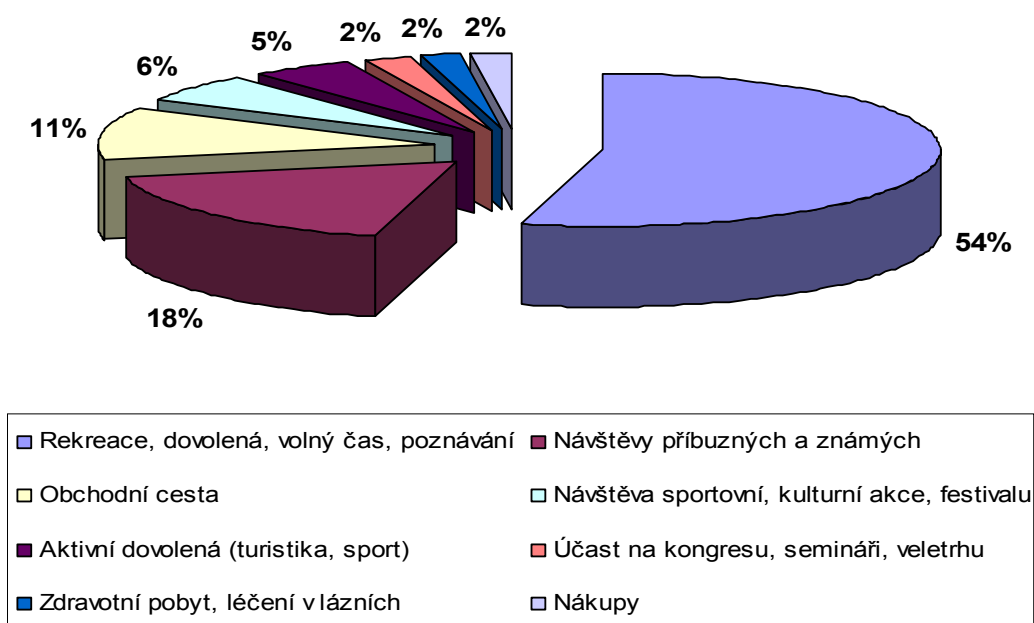
**Tabulka č. 22: Počet hostů v léčebně ubytovacích zařízeních v ČR za rok 2010**

	Počet hostů	z toho nerezidenti	% podíl nerezidentů
StČ	29 410	2 750	9,35
JČ	32 051	861	2,69
KV	396 900	297 872	75,05
UL	21 298	3 286	15,43
KH	18 746	950	5,00
OL	47 278	1 648	3,49
ZL	65 666	5 055	7,70
MS	25 538	1 581	6,19
<b>ČR celkem</b>	<b>636 887</b>	<b>314 003</b>	<b>49,30</b>

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [35]

Tabulka č. 22 udává, že téměř 50 % zahraničních turistů navštíví u nás léčebně ubytovací zařízení (dále jen LUZ). Největší návštěvnost LUZ je zaznamenána v Karlovarském kraji a to přes 75 % návštěvníků lázní je z cizí země. Větší počet zaznamenává Ústecký kraj a poté je to spíše rovnoměrně rozloženo do krajů s lázeňským pobytem.

Následující graf zachycuje hlavní důvody, proč zahraniční turisté navštěvují ČR. Z těchto dat lze usuzovat, na co by se především měla ČR zaměřit, do jakých oblastí investovat finanční prostředky a podporovat jejich rozvoj, tak aby se zvýšila atraktivnost ČR pro zahraniční návštěvníky.



**Graf č. 37: Důvody návštěvy ČR zahraničními turisty v roce 2009**

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z [24]

Graf č. 37 ukazuje, že největší důvod návštěvy ČR zahraničními turisty je rekreace, dovolená (více jak polovina návštěvníků), z tohoto důvodu by měl rozvoj ČR směřovat na zlepšování kvality ubytovacích zařízení a poskytovaných služeb a zajistit i netradiční a nové zážitky, které by přilákali zahraniční turisté. Dále do ČR přijíždějí lidé z důvodu návštěvy příbuzných a známých. Na třetím místě je to obchodní cesta, proto by se měla věnovat velká pozornost i kongresové turistice, neboť 11% návštěvníků přijíždí do ČR právě kvůli pracovním záležitostem a obchodním cestám. 6% zahraničních turistů jezdí do ČR za návštěvou

---

nejrůznějších sportovních a kulturních akcí. Dále je to aktivní dovolená, zdravotní pobyt a nákupy.

V roce 2009 byl proveden průzkum názorů občanů členských zemí EU na cestování a jejich očekávání na rok 2010. V příloze A jsou shrnuty hlavní zjištění průzkumu a v jakých oblastech trávení volného času by nejvíce šetřili.

## 4.4 Trendy cestovního ruchu v ČR

Preference a chování lidí a s nimi i nabídka služeb a produktů CR se neustále vyvíjejí. Zatímco dříve nabídka určovala poptávku, dnes je tomu právě naopak. Stále větší nasycení trhu, rostoucí zájem spotřebitelů o sebe sama, vyšší disponibilní příjmy a rostoucí fond volného času ovlivňují úspěšnost dodavatelů služeb CR. Konkurence bude stále více nestálější. V následujících několika bodech jsou shrnuty základní budoucí trendy ovlivňující CR.

### • Demografie

Během několika let dojde k výraznému nárůstu osob ve vyšším věku, přičemž senioři budou mnohem zdravější a budou disponovat vyššími příjmy, než tomu bylo v minulosti. Díky tomuto faktu poroste poptávka zkušenějších turistů - seniorů mnohem rychleji než obecně zaměřená poptávka po CR. Důsledky pro CR mohou být následující:

- Rostoucí poptávka po kvalitě, pohodlí a bezpečnosti.
- Rostoucí poptávka po jednoduchých způsobech dopravy.
- Rostoucí poptávka po relaxačních aktivitách (golf).
- Rostoucí poptávka po produktech zaměřených na jednotlivce.
- Rostoucí poptávka spíše v obdobích mimo hlavní sezónu (zimní pobyty).
- Rostoucí poptávka po vzdálenějších destinacích, ale částečně i po kratších pobytech (prodloužené víkendy).

### • Zdraví

Uvědomování si významu zdraví bude v budoucnosti neustále narůstat. Tento faktor nebude sice ovlivňovat objem poptávky, bude ale zcela určitě ovlivňovat rozhodovací proces ve vztahu k destinaci a chování během pobytu v zahraničí. Důsledky pro CR jsou:

- Turisté se budou stále častěji vyhýbat destinacím, které jsou chápány jako méně zdravé.

---

- Poroste stále více popularita aktivní dovolené a rovněž poptávka po všech aktivitách s ní spojených.

- Poroste poptávka po wellness produktech, lázeňských pobytech a fitness centech.

- **Vzdělávání**

V budoucnu bude neustále narůstat průměrná úroveň vzdělanosti. Výsledkem tohoto trendu bude při plánování dovolené rostoucí role umění, kultury a historie, včetně rostoucího významu výchovných a duchovních hodnot. Důsledky pro CR:

- Rostoucí poptávka po speciálních produktech.

- Stále častěji budou do balíčků služeb cestovních kanceláří zahrnovány prvky umění, kultury a historie, totéž se týká i individuálního cestování.

- **Volný čas**

Moderní společnost klade stále větší tlak na běžný život člověka a tak stimuluje jeho poptávku po volném čase a relaxaci. Na druhou stranu má tento trend opačný vliv na volné disponibilní příjmy vzhledem k rostoucímu počtu dnů placené dovolené.

Důsledky pro CR:

- Rostoucí poptávka po levnějších produktech.

- Rostoucí poptávka po relaxačních pobytech.

- Zkracování hlavní delší dovolené a její nahrazování větším počtem krátkodobějších dovolených.

- **Zkušenosti s cestováním**

Zkušenější spotřebitelé si budou stále více zajišťovat cesty sami podle svých potřeb, bude kladen větší důraz na kvalitu a na poměr kvality a ceny. Důsledky pro CR mohou být následující:

- Dovolená bude stále více doplňována alternativními způsoby trávení času a peněz.

- Mnohem více utrpí destinace s nepříjemným standardem služeb.

- Bude se stále více objevovat smíšené spotřební chování: jeden rok jednoduchá, další rok luxusní dovolená nebo jeden rok dlouhodobá, další rok krátkodobá dovolená.

- Preference dovolených budou stále více roztržštěné.

- Zkušenosti budou stimulovat turisty k návštěvám již navštívených destinací v minulosti, s kterými byli spokojeni.

- 
- Bude více preferována mobilita a poroste tak více poptávka po půjčovnách aut, motocyklů.
  - Poroste preference regionů, které nabízejí širokou, rozmanitou a zcela vyváženou koncepci, poroste poptávka po lepším destinačním managementu.

- **Životní styl**

Životní styly se budou v západní společnosti postupně měnit, což ovlivní pohled turistů na jejich osobní potřeby a chování. Důsledky pro CR:

- Chování ve volném čase bude více individualizované, poroste poptávka spíše po menších ubytovacích jednotkách (menší rodinné hotely, farmy).
- Poroste poptávka po druhých domovech.
- Posun ve vnímání života a životního stylu způsobí pokles v poptávce po plně doprovázených zájezdech.
- Dodavatelé získají vyšší zisky pokud budou schopni vytvořit zcela nové produkty, bude stále důležitější jejich specializace v souvislosti se specifickými koníčky a zájmy.(důraz by měl být kladen i na možnost zážitků aktivně spoluvytvářet - aktivní zapojení).
- Rostoucí zájem o relaxační, kongresový CR zpravidla v klidném, přírodě blízkém prostředí. Team building, konferenční akce, semináře, workshopy a firemní prezentace v přitažlivém kulturním a přírodním prostředí patří mezi žádané produkty.

- **Informační technologie**

Rozšiřování Internetu a jeho využívání nejen k získávání informací, ale i k nákupu turistických produktů a služeb bude i nadále narůstat. Důsledky pro CR jsou:

- Dostupnost turistických informací o destinacích a produktech a složitější systémy vyhledávání způsobí mnohem větší konkurenci na trhu CR.
- Zkušenější turisté si budou stále více sestavovat svou dovolenou prostřednictvím přímé rezervace přes internet.
- Význam cestovních agentur poklesne, balíky služeb budou stále více nakupovány přes internet.
- Možnost nákupu přes internet bude mít za následek ještě pozdější rezervace.
- Vzroste potřeba spolehlivých on-line rezervací především ze strany více zkušených a sebejistých turistů.

---

- **Doprava**

- Destinace budou více profitovat z jednoduché dostupnosti především v případě krátkodobějších pobytů, zejména pokud jsou hlavní události pořádány v období minisezóny.
- Lepší dostupnost přímých vlakových a leteckých spojení bude stimulovat poptávku po prodloužených víkendech a krátkodobějších pobytech.
- Přetížení silniční dopravy bude mít negativní vliv na cesty soukromými vozy, zejména v hlavní sezóně.
- Bariéry způsobené nedokonalými jízdními řády a nepříliš optimální dopravou budou mít velice negativní vliv na destinace, které neakceptují rostoucí poptávku po snadné dostupnosti.

- **Udržitelný rozvoj**

Uvědomování si významu ekologie nadále poroste. V CR to způsobí zvýšenou poptávku po destinacích, ve kterých bude hrát stále významnější roli příroda.

Preference destinací budou stále silněji spojovány s podporou místního obyvatelstva a jejich přívětivým postojem k rostoucímu počtu příjezdějících turistů.

- **Jistota a bezpečí**

Teroristické útoky, regionální války, znečištěné prostředí a další kritické situace se bohužel stanou součástí denního života a ovlivní tak zvýšenou potřebu jistoty a bezpečí.

Důsledky pro CR:

Turisté se budou více vyhýbat destinacím, které jsou považovány za méně bezpečné.

Při výběru destinace bude hrát větší úlohu kvalita vody.

Existují určité trendy v odvětví CR, avšak musí se neustále brát v úvahu, že na širokém trhu jako je CR nemůže firma obsluhovat všechny zákazníky a nelze uspokojit veškeré požadavky zákazníků. Proto firma musí identifikovat tržní segmenty, které může obsluhovat mnohem efektivněji než celý trh. Trh CR lze segmentovat např. podle těchto základních kritérií:<sup>62</sup>

- Demografické – věk, příjem, profese, velikost rodiny vzdělání.
- Geografické – země, region, klima, město, venkov.
- Psychografické – hodnoty, životní styl, zájmy, aktivity.
- Behavioristické – zvyky a preference, postoje.

---

<sup>62</sup> RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch*. Ostrava : KEY Publishing, 2009. 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.

---

## 5 Závěr

CR je v současnosti označován za turistický průmysl, tvoří velmi široký komplex činností a podílí se na něm celá řada subjektů.

Práce na téma analýza odvětví - aktivní a domácí cestovní ruch v ČR je rozdělena do čtyř kapitol.

První kapitola se věnuje charakteristice CR. Existuje několik přístupů, jak lze definovat pojem CR. Činitelé ovlivňující rozvoj CR je možné rozdělit na selektivní faktory (politické, ekonomické, demografické apod.), lokalizační a realizační podmínky. Zvláštní pozornost v oblasti CR je nutné věnovat rozvoji informačních technologií. Dále tato kapitola popisuje typologii CR, tzn. druhy a formy CR. Druhy CR lze dělit podle místa realizace ve vztahu k danému státu. Jedná se o domácí CR, aktivní, pasivní CR, vnitřní CR. Dále je možné druhy dělit podle vztahu k platební bilanci, podle délky trvání, podle počtu účastníků apod. Formy CR jsou odvozeny zejména od motivace návštěvníků, mezi které nejčastěji patří rekreační, kulturní, sportovní. Jedná se tedy o rekreační, kulturně - poznávací CR, dále je to kongresový, incentivní CR. V posledních letech se intenzivně rozvíjí alternativní CR, do kterého lze zařadit venkovský CR, agroturistiku, ekoturistiku.

CR patří mezi nejvýznamnější odvětví světového hospodářství a představuje jedno z nejprogresivnějších odvětví světové ekonomiky. Jeho příjmy jsou srovnatelné s příjmy z naftového a automobilového průmyslu. Cílové destinace jsou ve světě nerovnoměrně rozloženy, díky zastoupení přírodních a antropogenních atraktivit pro CR, rozvinutí infrastruktury služeb a dopravní dostupností. Nejvýznamnější cílovou destinací zahraničního CR je Evropa, na druhém místě je Východní Asie, poté Amerika. Analýza CR v Evropě udává, že největší podíl CR na HDP v roce 2010 vykazuje Chorvatsko (24,7 %), dále Řecko (15 %), Španělsko, Rakousko. Podíl CR na HDP v ČR je 10,4 %. Nemalý význam má také CR na zaměstnanosti v jednotlivých zemích. V ČR v roce 2010 odvětví a obory související s CR zaměstnávají 9,7 % obyvatelstva.

Další subkapitola této části popisuje odvětvovou analýzu, kde se zabývá teoretickými aspekty analýzy odvětví pomocí Porterova modelu pěti sil, který hodnotí úroveň konkurence v odvětví a to v závislosti na pěti konkurenčních silách. Nově vstupující firmy, nebezpečí substitučních výrobků, vyjednávací vliv odběratelů, vyjednávací vliv dodavatelů a soupeření stávajících konkurentů.



---

Druhá kapitola práce se již věnuje CR v České Republice a zachycuje sociálně - ekonomický význam odvětví CR. CR má obecně vliv na zaměstnanost, tvorbu nových pracovních příležitostí, podporu rozvoje malého a středního podnikání. Dále ovlivňuje platební bilanci státu prostřednictvím aktivního CR, daně a poplatky z CR zvyšují příjmy do místních i státního rozpočtu. CR také výrazně stimuluje investice do infrastruktury (doprava, vodovody, kanalizace, telekomunikace apod.).

V ČR je devizová bilance zahraničního CR již po řadu let vysoce aktivní, výdaje na zahraniční CR se pohybují zhruba ve výši poloviny příjmů. Podíl CR na HDP se pohybuje kolem 3 %. CR se přisuzuje mnohem větší význam, a to díky jeho nepřímým vlivům na další ekonomická odvětví. Pokud se tato vlastnost číselně promítne, podíl CR se pohybuje kolem 11 %, avšak od roku 2007 podíl CR na HDP klesá, je to dáno poklesem celkového HDP ČR a vlivem ekonomické krize. CR je významný faktor zaměstnanosti. Vytváří pracovní místa i v ekonomicky méně rozvinutých oblastech a často i v místech, které lze jinak obtížně využít (např. horské oblasti). Přínosem je také to, že vytváří pracovní místa v široké škále profesí. Podíl CR na celkové zaměstnanosti v ČR je v roce 2009 4,6 %. WTTC používá jinou metodologii a rozlišuje mezi zaměstnaností vyvolanou přímými a nepřímými vlivy. V roce 2009 zaměstnanost vyvolaná přímo se pohybuje kolem 2 %, nepřímá zaměstnanost je v roce 2009 10,1 %. Nejvíce osob pracuje v restauracích a podobných zařízeních (téměř 40 %), 25 % je zaměstnaných v hotelech, dále pak CR vyvolává zaměstnanost v silniční a letecké dopravě, v cestovních kancelářích a agenturách, ve sportovních rekreačních službách apod.

Rozvoj CR a jeho subjektů znamená nejen hospodářský přínos, ale má pozitivní vliv na zachování původních tradic a kultur, na ochranu životního prostředí. CR je také ukazatel životní úrovně obyvatelstva. V neposlední řadě přispívá CR k poznávání nových míst, přírodního a kulturního dědictví jiných národů, pomáhá lépe pochopit jejich mentalitu, zvyklosti. Naproti tomu vlivem mohutného nekoordinovaného rozvoje CR v určitých lokalitách může docházet k poškozování životního prostředí, nadměrnému využívání přírodních zdrojů.

Ve třetí kapitole bylo provedeno regionální porovnání vybraných ukazatelů CR. Pro analýzu odvětví CR v jednotlivých krajích ČR jsou použity vybrané ukazatele, které lze rozdělit na kapacitní, výkonnostní a ukazatele prostředí. Kapacitní ukazatel CR je počet ubytovacích zařízení v krajích ČR. Mezi výkonnostní ukazatele lze zařadit počet hostů, čisté využití lůžek v krajích ČR. Dále to je průměrná cena za ubytování, návštěvníci památkových objektů

---

v jednotlivých krajích ČR. Jako ukazatelé prostředí je významná rozloha vodní plochy pro rekreační účely. Zákazník se může rozhodovat i na základě chování regionu k ochraně životního prostředí a v neposlední řadě si turista vybírá oblast bezpečnou, s nulovou resp. nízkou kriminalitou.

Stanovená hypotéza: a) V jednotlivých regionech ČR (vyjma Prahy) je cestovní ruch diverzifikované odvětví z hlediska vybraných ukazatelů cestovního ruchu (kapacitní, výkonnostní a ukazatelé prostředí), měřeno odchylkou od průměrných hodnot, byla potvrzena.

Lze konstatovat, že jednotlivé regiony ČR jsou odlišné v hodnocení vybraných ukazatelů, které byly měřeny odchylkami od průměrných hodnot. Z tohoto je možné vysledovat diverzifikaci odvětví CR v ČR v rámci jednotlivých regionů. Vytvořeným komparačním modelem je nejlépe hodnocený kraj Jihomoravský, Moravskoslezský, Plzeňský a Středočeský. Naopak nejhorší hodnoty vykazují Pardubický kraj a Vysočina.

Pro komparaci spolupráce veřejného a soukromého sektoru na základě dvou prvků byl vybrán Jihomoravský kraj, jako zastupitel nejatraktivnějšího resp. nejnavštěvovanějšího regionu ČR zahraničními i domácími turisty a Pardubický kraj, který nabývá malé významnosti v oblasti CR. Jihomoravský a Pardubický kraj mají velmi dobře rozpracovaný program rozvoje CR. Jejich porovnáním lze vydedukovat, že oba kraje mají velký podíl na rozvoji odvětví CR. Ze svého rozpočtu celkových výdajů vyčleňují dostatečný podíl svých peněžních prostředků. Existuje mnoho organizací a svazků obcí, které podporují rozvoj a růst CR.

Poslední subkapitola této části zkoumá, zda existuje korelační vztah mezi regionálním HDP na 1 obyvatele a jako ukazatel „výkonu“ CR je použita hrubá přidaná hodnota odvětví pohostinství, ubytování. Na základě použitého Spearmannova korelačního koeficientu lze konstatovat, že výkon CR koreluje pozitivně s úrovní regionálního HDP. Avšak těsnost (síla) korelace není velká.

Stanovená hypotéza: b) V odvětví cestovního ruchu ČR existuje souvislost mezi regionální tvorbou bohatství a výkonností cestovního ruchu zkoumána prostřednictvím regionálního HDP na 1 obyvatele a hrubou přidanou hodnotou odvětví pohostinství a ubytování, byla potvrzena.

Čtvrtá kapitola mapuje trendy aktivního a domácího CR v ČR v regionálním kontextu. Je zde zachycen vývoj CR v ČR od roku 1989 do současnosti. Podle statistiky návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR v posledních pěti letech cestovalo kolem 6 mil.

---

domácích návštěvníků ročně. Výraznější propad v návštěvnosti zaznamenal rok 2002. Hlavním důvodem byly povodně v ČR. Přelomový byl rok 2004, ve kterém vstoupila ČR do EU. Tímto se zlepšila image ČR jako destinace CR, zároveň se zmenšily administrativní bariéry pro aktivní CR. V absolutních číslech byl nejúspěšnější rok 2007 (6,7 mil. příjezdů turistů). V posledních letech získává na oblibě dovolená v tuzemsku. Rozvíjí se široké spektrum forem CR, např. aktivní formy trávení dovolené (cykloturistika, golf), venkovský CR, zážitkové programy, lázeňský CR a kongresový CR.

Nástroje podpory v oblasti CR jsou podpůrné programy a dotační tituly poskytované v rámci CR. Pro CR jsou v programovacím období 2007 - 2013 relevantní tyto programy: Integrovaný operační program, Regionální operační programy, Programy příhraniční spolupráce a Program rozvoje venkova. Jednotlivé programy představují hlavní nástroje realizace Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2007 - 2013. V roce 2010 byl schválen Národní program podpory cestovního ruchu na roky 2010 - 2013, jehož zaměřením v roce 2010 je podprogram Cestovní ruch pro všechny. V letech 2007 - 2013 činí plánovaná podpora EU určená v rámci politiky soudržnosti přímo na CR více než 6 mld. eur, což je 1,8 % ze všech přidělených prostředků.

Rozvoj CR je podmíněn existencí vhodného potenciálu, který má teritoriální aspekt a je vázán na krajinný systém. Ten je nerovnoměrně a kvalitativně různorodě rozmístěn, obvykle se liší v rámci velkých územních celků. CR v regionu může být považován za polarizující, indukované, případně neutrální odvětví. Polarizujícím (hnacím) odvětvím se CR stává v případě, že má bezprostřední vliv na hospodářský a sociální rozvoj regionu (např. Krkonoše, Šumava, Český ráj, Karlovy Vary apod.). V regionu, kde CR má na hospodářský rozvoj jen zprostředkovaný vliv, je indukovaným (hnaným) odvětvím. Rozvoj regionu stimuluje, ale není jejím dynamickým odvětvím (např. Praha, Jižní Morava). V případě, že CR nemá v regionu vliv na hospodářský a sociální rozvoj, ale je jeho důležitým doplňkem, je pro region neutrálním odvětvím (Severozápadní Čechy, Plzeňsko apod.). Pozornost byla věnována vybraným ukazatelům CR v rámci regionů ČR. Nejvíce ubytovací kapacity se soustřeďuje do Jihočeského kraje (974), Královéhradeckého a Libereckého kraje. Nejméně ubytovacích zařízení se vyskytuje na Vysočině (354) a v Pardubickém kraji. S tímto ukazatelem souvisí počet návštěvníků těchto ubytovacích zařízení. Jednoznačně nejvíce turistů zavítá do hlavního města Prahy (téměř 4,5 mil.), dále nejnavštěvovanější kraj je Jihomoravský a Karlovarský. V roce 2010 je pro aktivní CR nejatraktivnější místo Praha

---

(67 % zahraničních turistů). Na druhém místě je Karlovarský kraj na třetím místě Jihomoravský kraj. Velmi důležitá a rozvíjející forma CR je kongresový CR, kdy velký boom v počtu konaných akcí v rámci ČR nastal v roce 2009, kdy počet akcí vzrostl z 3832 na 9 411. V roce 2010 se ještě počet konferencí v ČR zvýšil na 10 093 akcí. Neméně důležité je však podporovat lázeňský CR, díky kterému je Karlovarský kraj nejvíce navštěvovaný kraj ČR.

Preference a chování lidí a s nimi i nabídka služeb a produktů CR se neustále vyvíjejí. V odvětví CR platí, že poptávka určuje nabídku. Základní trendy ovlivňující CR lze shrnout do několika oblastí. Jako první je demografie. Během několika let dojde k výraznému nárůstu osob ve vyšším věku. Důsledky pro CR se mohou projevit v rostoucí poptávce po kvalitě, pohodlí, bezpečnosti, po jednoduchých způsobech dopravy. Uvědomování si významu zdraví bude v budoucnosti neustále narůstat, s tímto bude spojen růst poptávky po wellness produktech, lázeňských pobytech apod. V budoucnu bude narůstat průměrná úroveň vzdělanosti, výsledkem tohoto trendu bude při plánování dovolené rostoucí role umění, kultury a historie. Životní styly se budou postupně měnit, což ovlivní pohled turistů na jejich osobní potřeby a chování. Důsledky pro CR může být růst poptávky spíše po menších ubytovacích jednotkách (farmy, menší rodinné hotely), poroste poptávka po druhých domovech. Rozšiřování internetu a jeho využívání povede k situaci, že zkušenější turisté si budou stále více sestavovat svou dovolenou prostřednictvím přímé rezervace přes internet, a tak význam cestovních agentur poklesne. Dalším trendem souvisí s uvědomováním si významu ekologie. V CR to způsobí zvýšenou poptávku po destinacích, ve kterých bude hrát stále významnější roli příroda.

---

## 6 Seznam použité literatury

- [1] EVANS, Nigel; CAMPBELL, David; STONEHOUSE, George. *Strategic Management for Travel and Tourism*. Oxford : Elsevier-Butterworth-Heinemann, 2005. 412 s. ISBN 0-7506-4854-6.
- [2] FORET, M.; FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha : Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.
- [3] HORNER, Susan; SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času : Aplikovaný marketing služeb*. Praha : Grada a.s. Publishing, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [4] *Hospodářské sektory a environmentální integrace : K udržitelnému rozvoji České republiky: vytváření podmínek*. Svazek 3. Praha : Centrum Univerzity Karlovy pro otázky životního prostředí, 2002. 554 s. ISBN 80-238-8378-X.
- [5] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha : Grada Publishing, 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.
- [6] KOZAK, M. *Destination benchmarking: concepts, practices and operations*. Wallingford : CABI Publishing, 2004. 216 s. ISBN 0-85199-745-7.
- [7] KRAFTOVÁ, Ivana. *Finanční analýza municipální firmy*. Praha : C.H.Beck, 2002. 206 s. ISBN 80-7179-778-2.
- [8] KUBANOVÁ, Jana. *Statistické metody pro ekonomickou a technickou praxi*. Bratislava : STATIS, 2008. 247 s. ISBN 978-80-85659-47-4.
- [9] LACINA, Karel. *Partnerství pro cestovní ruch na regionální úrovni*. Pardubice : Univerzita Pardubice, 2006. 241 s.

---

[10] LAWS, Eric. *Tourist Destination Management : Issues, Analysis and Policies*. London : Routledge, 1995. 355 s. ISBN 0-415-10591-9.

[11] MACH, Miloš. *Makroekonomie II. : Pro magisterské (inženýrské) studium 1. a 2. část*. Slaný : MELANDRIUM, 2001. 367 s. ISBN 80-86175-18-9.

[12] *MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Nová regionální politika : vstupujeme do Evropy, regionální politika, územní plánování, bytová politika, cestovní ruch*. Praha : DaDa a.s., 2002. 430 s. ISBN 80-903064-1-1.

[13] MOLDAN, Bedřich; HÁK, Tomáš; KOLÁŘOVÁ, Hana. *Hospodářské sektory a environmentální integrace : ( K udržitelnému rozvoji ČR: vytváření podmínek )*. Praha, Univerzita Karlova v Praze : Centrum UK pro otázky ŽP, 2002. Svazek 3, 520 s. ISBN 80-238-8378-X.

[14] PAGE, Stephen J. *Tourism Management : Managing for change*. Oxford : Elsevier-Butterworth-Heinemann, 2005. 381 s. ISBN 0-7506-5752-9.

[15] PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu : Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha : Grada a.s. Publishing, 2006. 380 s. ISBN 80-247-1014-5.

[16] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj, Praha, 2002, 448 stran.

[17] PORTER, Michael E. *Competitive strategy : Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York : The Free Press, 1980. 396 s. ISBN 0-02-925360-8.

[18] PORTER, Michael E. *Konkurenční strategie : Metody pro analýzu odvětví a konkurentů*. Praha : Victoria Publishing, 1994. 403 s. ISBN 80-85605-11-2.

---

[19] RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch*. Ostrava : KEY Publishing, 2009. 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.

[20] SEDLÁČKOVÁ, Helena; BUCHTA, Karel. *Strategická analýza*. Praha : C.H.Beck, 2006. 121 s. ISBN 80-7179-367-1.

[21] VANHOVE, Norbert. *The economics of tourism destinations*. Oxford : Elsevier-Butterworth-Heinemann, 2005. 251 s. ISBN 0-7506-66374.

[22] *Asociace hotelů a restaurací České Republiky* [online]. 2010 [cit. 2011-04-07]. O asociaci. Dostupné z WWW: <<http://www.ahrcr.cz/cz/o-asociaci/ke-stazeni>>.

[23] *Celostátní kolegium cestovního ruchu ČR* [online]. 2009, 2010 [cit. 2010-12-11]. Podpora cestovního ruchu v ROP 2007-2009. Dostupné z WWW: <[http://www.kolegiumcr.cz/index.php?option=com\\_content&view=article&id=84%3Aaktualni-zprava&catid=36&Itemid=61](http://www.kolegiumcr.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=84%3Aaktualni-zprava&catid=36&Itemid=61)>.

[24] *CzechTourism* [online]. 2005, 2010 [cit. 2010-12-15]. Charakteristika a význam cestovního ruchu. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>>.

[25] *CzechTourism* [online]. 2005, 2010 [cit. 2010-12-15]. Czech Tourism. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/files/regiony/destin/organizacecervregionech.pdf>>.

[26] *CzechTourism* [online]. 2005, 2010 [cit. 2010-12-15]. Servis pro novináře. Dostupné z WWW: <[http://www.czechtourism.cz/files/servis\\_pro\\_novinare/navstevnost\\_tur\\_cilu/25\\_08\\_10\\_navstevnost\\_turisticky\\_cilu\\_2009.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/servis_pro_novinare/navstevnost_tur_cilu/25_08_10_navstevnost_turisticky_cilu_2009.pdf)>.

---

[27] *CzechTourism* [online]. 2005, 2010 [cit. 2010-12-15]. Statistika. Dostupné z WWW: <[http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/aktualni\\_data/13\\_04\\_10\\_platebni\\_bilance\\_95\\_09.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/aktualni_data/13_04_10_platebni_bilance_95_09.pdf)>.

[28] *CzechTourism* [online]. 2005, 2010 [cit. 2010-12-15]. Statistika. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clenstvi.pdf>>.

[29] *Český statistický úřad* [online]. 20.11.2010 [cit. 2010-12-15]. Cestovní ruch. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/22003A4870/\\$File/921108m.pdf](http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/22003A4870/$File/921108m.pdf)>.

[30] *Český statistický úřad* [online]. 20.11.2010 [cit. 2010-12-15]. Hlavní ukazatelé národního hospodářství a cestovního ruchu v ČR. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa\\_hlavni\\_ukazatele\\_narodniho\\_hospodarstvi\\_a\\_cestovniho\\_ruchu\\_v\\_cr](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa_hlavni_ukazatele_narodniho_hospodarstvi_a_cestovniho_ruchu_v_cr)>.

[31] *Český statistický úřad* [online]. 20.11.2010 [cit. 2010-12-15]. Spotřeba domácího cestovního ruchu v ČR. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa\\_t2\\_spotreba\\_domaciho\\_cestovniho\\_ruchu\\_v\\_cr](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa_t2_spotreba_domaciho_cestovniho_ruchu_v_cr)>.

[32] *Český statistický úřad* [online]. 20.11.2010 [cit. 2010-12-15]. Spotřeba příjezdového cestovního ruchu v ČR. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa\\_t1\\_spotreba\\_prijezdoveho\\_cestovniho\\_ruchu\\_v\\_c](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa_t1_spotreba_prijezdoveho_cestovniho_ruchu_v_c)>.

[33] *Český statistický úřad* [online]. 20.11.2010 [cit. 2010-12-15]. Modul zaměstnanosti cestovního ruchu. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/modul\\_zamestnanosti\\_cestovniho\\_ruchu](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/modul_zamestnanosti_cestovniho_ruchu)>.

[34] *Český statistický úřad* [online]. 20.11.2010 [cit. 2010-12-15]. Nefinanční ukazatelé v cestovním ruchu v ČR. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa\\_t10\\_nefinancni\\_ukazatele\\_v\\_cestovnim\\_ruchu\\_v\\_cr](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa_t10_nefinancni_ukazatele_v_cestovnim_ruchu_v_cr)>.



---

[35] *Český statistický úřad* [online]. 20.11.2010 [cit. 2010-12-15]. Cestovní ruchu - Časové řady. Dostupné z WWW:

< z [http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru\\_cr](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr)>.

[36] *European Commission* [online]. 2011 [cit. 2011-04-07]. Statistics. Dostupné z WWW: <[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search\\_database](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database)>.

[37] *European Destination of Excellence 2011* [online]. 2008, 2010 [cit. 2010-12-12]. Cestovní ruch a obnova hmotného dědictví. Dostupné z WWW: <[http://www.eden-czechtourism.cz/files/czech\\_code\\_of\\_ethics.pdf](http://www.eden-czechtourism.cz/files/czech_code_of_ethics.pdf)>.

[38] *European Destination of Excellence 2011* [online]. 2008, 2010 [cit. 2010-12-12]. Cestovní ruch a obnova hmotného dědictví. Dostupné z WWW: < <http://www.eden-czechtourism.cz/udrzitelny-cestovni-ruch/> >.

[39] *Fondy Evropské Unie* [online]. 2009 [cit. 2011-03-09]. Regionální operační programy. Dostupné z WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2007-2013/Regionalni-operacni-programy>>.

[40] *Jihomoravský kraj* [online]. 2011 [cit. 2011-04-06]. Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2007-2013. Dostupné z WWW: <<http://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?PubID=34671&TypeID=2>>.

[41] *Jihomoravský kraj* [online]. 2011 [cit. 2011-04-06]. Schválený rozpočet JMK na rok 2011. Dostupné z WWW: <<http://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?ID=151574&TypeID=2>>.

[42] *Marketing cestovního ruchu* [online]. 2010 [cit. 2011-04-07]. Trh cestovního ruchu. Dostupné z WWW: <<http://markcr.uhk.cz/documents/marketingCR/trhCR/trhCR.pdf>>.

---

[43] *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. Praha :, 2008 [cit. 2010-12-15]. Průmysl cestovního ruchu. Dostupné z WWW: <<http://www.garep.cz/publikace/prumysl-cestovniho-ruchu.pdf>>.

[44] *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. Praha :, 2008 [cit. 2010-12-15]. Cestovní ruch. Dostupné z WWW: < <http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Statistiky-Analyzy/Statistika-cestovniho-ruchu-CR-na-rok-2009/Mezinarodni-srovnani> >.

[45] *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. 1999, 2010 [cit. 2010-12-15]. Regionální rozvoj a cestovní ruch. Dostupné z WWW:<<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=bab9a903-7268-449e-946d-14a97ff3bbb5>>.

[46] *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. 1999, 2010 [cit. 2010-12-15]. Regionální rozvoj a cestovní ruch. Dostupné z WWW: < <http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na-> >.

[47] *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. 1999, 2010 [cit. 2010-12-15]. Regionální rozvoj a cestovní ruch. Dostupné z WWW: < <http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Konsolidovany-plan-podpory-cestovniho-ruchu> >.

[48] *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. 1999, 2010 [cit. 2010-12-15]. Regionální rozvoj a cestovní ruch. Dostupné z WWW: < <http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-cestovniho-ruchu> >.

[49] *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. 1999, 2010 [cit. 2010-12-15]. Regionální rozvoj a cestovní ruch. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Statistiky-Analyzy/Analyzy-cestovniho-ruchu-ve-svete-a-CR/Analyza-cestovniho-ruchu-CR--podle--OKEC-a-CZ-NACE>>.

---

[50] *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. 1999, 2010 [cit. 2010-12-15]. Regionální rozvoj a cestovní ruch. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-cestovniho-ruchu>>.

[51] *Ochrana přírody The nature conservation journal* [online]. 2008, 2010 [cit. 2010-12-15]. Cestovní ruch. Dostupné z WWW: <<http://www.casopis.ochranaprirody.cz/zvlastni-cislo/cestovni-ruch.html>>.

[52] *Pardubický kraj* [online]. 2011 [cit. 2011-04-06]. Rozpočet Pardubického kraje. Dostupné z WWW: <<http://www.pardubickykraj.cz/article.asp?thema=3397&item=64493>>.

[53] SDRUŽENÍ PRO ROZVOJ OBCÍ A REGIONŮ, O.S., Kolektiv Konsorcia SPROR Plus. *Cestovní ruch a udržitelný rozvoj* [online]. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007 [cit. 2010-12-15]. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=a02c8161-7b22-419d-a7f3-fec53291f68f>>.

[54] *VÝCHODNÍ ČECHY* [online]. 2011 [cit. 2011-04-06]. Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010-2015. Dostupné z WWW: <[http://www.vychodni-cechy.org/cs/ke-stazeni/cat\\_view/41-dokumenty](http://www.vychodni-cechy.org/cs/ke-stazeni/cat_view/41-dokumenty)>.

[55] *World Tourism Organization UNWTO* [online]. 2000 [cit. 2011-02-24]. Understanding Tourism. Dostupné z WWW: <[http://www.unwto.org/pdf/Understanding\\_Tourism-BasicGlossary\\_EN.pdf](http://www.unwto.org/pdf/Understanding_Tourism-BasicGlossary_EN.pdf)>.

[56] *World Travel and Tourism Council* [online]. 2002 [cit. 2011-02-24]. Economic impact data and forecasts. Dostupné z WWW: <[http://www.wttc.org/eng/Tourism\\_Research/Economic\\_Data\\_Search\\_Tool/index.php](http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Data_Search_Tool/index.php)>.

---

[57] *World Travel and Tourism Council* [online]. 2002 [cit. 2011-02-24]. Economic impact data and forecasts. Dostupné z WWW: <[http://www.wttc.org/bin/pdf/original\\_pdf\\_file/2010\\_exec\\_summary\\_final.pdf](http://www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/2010_exec_summary_final.pdf)>.

[58] *World Travel and Tourism Council* [online]. 2002 [cit. 2011-02-24]. Economic impact data and forecasts. Dostupné z WWW: <[http://www.wttc.org/eng/Tourism\\_Research/Policy\\_Research/index.php](http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Policy_Research/index.php)>.

[59] *World Tourism Organization* [online]. 2000, 2010 [cit. 2010-12-13]. Global Code of Ethics for Tourism. Dostupné z WWW: <<http://www.unwto.org/ethics/index.php>>.

---

## 7 Seznam grafů

Graf č. 1: Pozice cestovního ruchu mezi ostatními odvětvími.....	24
Graf č. 2: Závislost ceny na množství poptávaného zboží .....	24
Graf č. 3: Návštěvnost ve světě podle makroregionů .....	25
Graf č. 4: Vývoj reálného růstu HDP a reálného růstu zaměstnanosti v odvětví cestovního ruchu ve světě .....	26
Graf č. 5: Mezinárodní srovnání domácího a výjezdového cestovního ruchu ve vybraných zemích za rok 2009.....	27
Graf č. 6: Porovnání relace podílu CR na HDP/ podíl CR na zaměstnanosti za rok 2000, 2006, 2010.....	30
Graf č. 7: Devizové příjmy a výdaje zahraničního cestovního ruchu v ČR v roce 1993 – 2009 .....	38
Graf č. 8: Vývoj podílu cestovního ruchu na tvorbě HDP ČR v roce 2003 – 2009 .....	40
Graf č. 9: Vývoj celkového podílu odvětví CR na HDP ČR za rok 2000-2010.....	41
Graf č. 10: Spotřeba domácího cestovního ruchu v ČR v roce 2009 .....	42
Graf č. 11: Spotřeba aktivního cestovního ruchu v ČR v roce 2009 .....	43
Graf č. 12: Vývoj zaměstnanosti v odvětví cestovního ruchu od roku 2000-2010 .....	44
Graf č. 13: Počet zaměstnaných osob podílející se přímo na odvětví cestovního ruchu.....	45
Graf č. 14: Zaměstnanost v cestovním ruchu podle oborů za rok 2009 .....	46
Graf č. 15: Vývoj tempa růstu HDP celkem a tempa růstu HDP CR.....	59
Graf č. 16: Počet živnostenských oprávnění k živnosti hostinské v roce 2008 a 2009 podle krajů ČR .....	62
Graf č. 17: Počet živnostenských oprávnění k provozování cestovní kanceláře v roce 2008 a 2009 podle krajů ČR.....	62
Graf č. 18: Počet hromadných ubytovacích zařízení v krajích ČR v roce 2009 .....	72
Graf č. 19: Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v krajích ČR v roce 2009.....	73
Graf č. 20: Čisté využití lůžek v krajích ČR za rok 2009 .....	73
Graf č. 21: Průměrná cena za ubytování v krajích ČR za rok 2009.....	74
Graf č. 22: Návštěvníci památkových objektů v krajích ČR za rok 2009 .....	74
Graf č. 23: Rozloha vodních ploch v krajích ČR za rok 2009.....	75
Graf č. 24: Investice na ochranu životního prostředí v krajích ČR za rok 2009 .....	75
Graf č. 25: Kriminalita v krajích ČR za rok 2009.....	76
Graf č. 26: Rozpočet výdajů Jihomoravského kraje na rok 2011. ....	82
Graf č. 27: Rozpočet výdajů Pardubického kraje na rok 2011. ....	86
Graf č. 28: Vývoj počtu cest a přenocování domácího CR ČR za rok 2003 – 2009.....	92
Graf č. 29: Vývoj počtu cest a přenocování aktivního CR ČR za rok 2003 - 2009.....	93
Graf č. 30: Vývoj počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v roce 2000 - 2010.....	94
Graf č. 31: Vývoj počtu konferencí pořádaných v ČR v roce 2006 – 2010 .....	96
Graf č. 32: Alokace prostředků z fondů EU v České republice pro ROP .....	107
Graf č. 33: Počet hromadných ubytovacích zařízení v ČR v roce 2010 .....	109
Graf č. 34: Počet návštěvníků v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR za rok 2010.....	113
Graf č. 35: Využití lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních v krajích ČR za rok 2010 .	113
Graf č. 36: Počet zahraničních hostů v jednotlivých krajích ČR za rok 2010.....	114
Graf č. 37: Důvody návštěvy ČR zahraničními turisty v roce 2009 .....	115

---

## 8 Seznam tabulek

<i>Tabulka č. 1: Souhrnná tabulka vývoje podílu cestovního ruchu na tvorbě HDP ve vybraných zemích od roku 2000 do roku 2010</i>	28
<i>Tabulka č. 2: Souhrnná tabulka vývoje podílu cestovního ruchu na zaměstnanosti ve vybraných zemích od roku 2000 do roku 2010</i>	29
<i>Tabulka č. 3: Relace podílu HDP ČR a zaměstnanosti za rok 2000 a rok 2010 ve vybraných zemích</i>	30
<i>Tabulka č. 4: Vývoj platební bilance služeb v roce 2003 – 2009 v ČR v mil. Kč</i>	39
<i>Tabulka č. 5: Celková produkce národního hospodářství a produkce cestovního ruchu ČR</i>	40
<i>Tabulka č. 6: Spotřeba domácího cestovního ruchu v ČR v roce 2003 - 2009 v mil. Kč</i>	41
<i>Tabulka č. 7: Spotřeba aktivního cestovního ruchu v ČR v roce 2003 - 2009 v mil. Kč</i>	42
<i>Tabulka č. 8: Vývoj počtu zaměstnaných osob v národním hospodářství a v odvětví cestovního ruchu za rok 2003-2009</i>	44
<i>Tabulka č. 9: Zaměstnanost v odvětvích cestovního ruchu v ČR podle WTTC</i>	44
<i>Tabulka č. 10: Vstupní data pro výpočet senzitivity celkové produkce na produkci CR</i>	57
<i>Tabulka č. 11: Tempo růstu celkové produkce, produkce CR a ostatní produkce</i>	58
<i>Tabulka č. 12: Citlivost celkové produkce na produkci CR a na ostatní produkci</i>	58
<i>Tabulka č. 13: Porovnání počtu hostinské živnosti a koncesované živnosti v roce 2008 a 2009 v krajích ČR</i>	61
<i>Tabulka č. 14: Největší firmy ubytování, stravování a pohostinství v ČR v roce 2010 podle CZ-NACE</i>	68
<i>Tabulka č. 15: Souhrnná tabulka rozdílů od průměrných hodnot v krajích ČR ve vybraných ukazatelích v %</i>	77
<i>Tabulka č. 16: Stupnice hodnocení diverzifikace regionů ČR ve vybraných ukazatelích</i>	78
<i>Tabulka č. 17: Hodnocení odchylek od průměru ukazatelů v jednotlivých regionech ČR</i>	78
<i>Tabulka č. 18: Data pro výpočet korelačního koeficientu</i>	89
<i>Tabulka č. 19: Ukazatelé míry variability zkoumaných dat</i>	90
<i>Tabulka č. 20: Počet cest a přenocování podle druhu CR a kategorie návštěvníků za rok 2009 v ČR</i>	91
<i>Tabulka č. 21: Srovnání počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních podle krajů ČR v roce 2010/2009</i>	110
<i>Tabulka č. 22: Počet hostů v léčebně ubytovacích zařízeních v ČR za rok 2010</i>	114

## 9 Seznam obrázků

<i>Obrázek č. 1: Struktura vztahů v cestovním ruchu</i>	13
<i>Obrázek č. 2: Ekonomika CR - základní faktory ovlivňující CR</i>	16
<i>Obrázek č. 3: Cestovní ruch a jeho vazby na odvětví ekonomické činnosti</i>	17
<i>Obrázek č. 4: Porterův model pěti sil</i>	32
<i>Obrázek č. 5: Znázornění multiplikačního efektu v CR</i>	56
<i>Obrázek č. 6: Aplikace Porterova modelu pěti sil v odvětví cestovního ruchu</i>	71

---

## 10 Seznam použitých zkratek

ATIC	Asociace turistických informačních center
CCRJM	Centrála cestovního ruchu - Jižní Morava
CR	Cestovní ruch
ČSÚ	Český statistický úřad
DSO	Dobrovolný svazek obcí
DSVČ	Destinační společnost Východní Čechy
EU	Evropská Unie
EMU	Evropská měnová unie
HDP	Hrubý domácí produkt
HPH	Hrubá přidaná hodnota
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení
IC	Informační centrum
IOP	Integrovaný operační program
IT	Informační technologie
JMK	Jihomoravský kraj
LUZ	Léčebná ubytovací zařízení
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj ČR
NPP	Národní přírodní památka
NPR	Národní přírodní rezervace
NUTS II	Region soudržnosti
OCR	Organizace cestovního ruchu
OPPS ČR-PR	Operační program příhraniční spolupráce České republiky - Polské republiky 2007 - 2013
PP	Přírodní památka
PR	Přírodní rezervace
PRV	Program rozvoje venkova
RERA	Regionální rozvojová agentura

---

ROP	Regionální operační program
ROP NUTS II SV	Regionální operační program regionu soudržnosti Severovýchod
SPPCR	Státní program podpory cestovního ruchu
SROP	Společný regionální operační program
TSA	Satelitní účet cestovního ruchu
UNWTO	United Nations World Tourism Organization (Světová organizace cestovního ruchu)
WTO	World Trade Organization (Světová obchodní organizace)
WTTC	World Travel and Tourism Council (Světová rada cestování a turismu)
ŽZ	Živnostenský zákon

## 11 Seznam příloh

Příloha A - Vývoj cestovního ruchu od prvopočátku do současnosti.....	137
Příloha B - Průzkum názorů občanů členských zemí EU na cestování .....	139
Příloha C - Rajonizace cestovního ruchu a hlavní oblasti víkendové a pobytové rekreace v cestovním ruchu .....	140



---

## **Příloha A - Vývoj cestovního ruchu od prvopočátku do současnosti**

V dřívějších dobách docházelo k cestování nejčastěji z důvodu obchodních, vojenských a poznávacích. V současnosti je CR orientován do oblasti volnočasových aktivit, poznávání a rekreace. Vývoj CR lze rozdělit do čtyř etap.<sup>63</sup>

- I. Prvopočátky: 480 př. n. l. – 16. století.
- II. Začátky moderního CR: 17. století – 19. století.
- III. Novodobý: Po I. Světové válce – do r. 1948 a období 1949 – 1989.
- IV. Současné období: Po r. 1989.

### I. Prvopočátky CR

Za nejstarší cestovatele jsou považováni Řekové, Egypťané a Římané. Ve středověku je CR spojován především s bohatými šlechtici, kupci a měšťany. Ve 13. st. je datován počátek obchodních, objevitelských a kolonizačních cest do zámoří (Indie, Čína, Indonésie). V 15. st. Došlo k rozmachu zámořských objevů, především portugalské a španělské námořní cesty (k nejvýznamnějším mořeplavcům patřili K. Kolumbus, B. Diaz, V.de Gama, A. Vespucci).

### II. Začátky moderního CR

Cestování na konci 17. st. bylo výrazně ovlivněno průmyslovou revolucí. Byl vydán první knižní průvodce s cílem zpřístupnit cestování i středním vrstvám obyvatelstva. Organizovaný CR je spojován s angličanem T. Cookem, který v r. 1841 založil první cestovní kancelář a uspořádal první organizovaný výlet osobním vlakem po Anglii a první zahraniční zájezd do Paříže. Mnoho Cookových metod se využívá dodnes (smysl pro kvalitu, spolehlivost, odborné znalosti apod.). V pol. 19. st. se pořádají poznávací cesty mladých šlechticů (tzv. Grand Tour). Dále se rozvíjelo především lázeňství, cesty za poznáním. Hlavní hnací silou rozvoje CR byla tehdy železniční doprava. Důležitým momentem byly politické a sociální změny (zrušení nevolnictví, průmyslová revoluce). V druhé pol. 19. st. se začíná rozvíjet horská a pěší turistika.

### III. Novodobý CR

Vývoj CR lze samostatně sledovat mezi dvěma světovými válkami a v období po druhé světové válce. Vývoj byl poznamenán světovou hospodářskou krizí. Řada států přistoupila k ochranným opatřením (celní, pasová, vízová). V období po druhé světové

---

<sup>63</sup> RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch*. Ostrava : KEY Publishing, 2009. 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.

---

válce docházelo k velkému rozvoji CR. Roste podstatně fond volného času. Velký rozvoj zaznamenala doprava (silniční, letecká osobní). Objevuje se klasická motivace pro účast na CR (rekreace). V této souvislosti se pro CR začíná využívat moře a venkovský prostor. Pro celé období bylo typické nerovnoměrné rozložení CR. Nejnavštěvovanějším regionem byla Evropa (Francie, V.Británie, Itálie), Amerika, dále Východní Asie, Pacifik a Latinská Amerika. CR se stal jedním z nejdynamičtěji se rozvíjejících odvětví světové ekonomiky.

#### IV. Současné období (po r.1989)

Tato etapa je poznamenána mohutným rozvojem dopravy. Zlepšuje se sociální situace obyvatelstva, více volného času a objevují se nové formy CR. Podrobněji viz kap. 4.1.

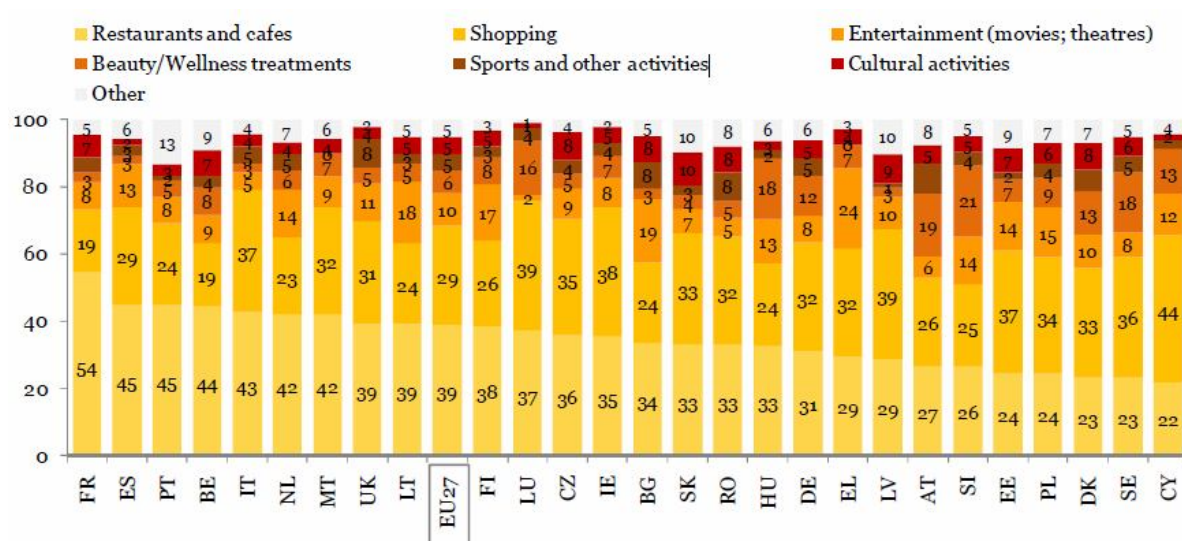
## Příloha B - Průzkum názorů občanů členských zemí EU na cestování

V roce 2009 byl proveden průzkum názorů občanů členských zemí EU na cestování, podrobnosti jejich dovolených v roce 2009 a jejich očekávání na rok 2010.

### Hlavní zjištění

- 63 % občanů EU jelo na dovolenou v roce 2009; je to o 4 % méně než v roce 2008.
- okolo 50 % občanů EU strávilo nebo stráví hlavní dovolenou v mateřské zemi, je to oproti roku 2008 5 % nárůst.
- 12 % občanů použilo nabídku „Last minute“, 54 % z nich tak učinilo kvůli ceně.
- 74 % respondentů strávilo nebo stráví dovolenou v konvenčních destinacích.
- 60 % respondentů se domnívá, že budou realizovat dovolenou mimo domov v roce 2010.
- 27 % z celkového počtu respondentů, plánuje delší hlavní dovolenou, je to 5 % nárůst proti plánům v roce 2009.<sup>64</sup>

Následující graf odpovídá na otázku: „Pokud musíte snížit své výdaje na trávení svého volného času, v jaké oblasti byste nejvíce šetřili“?



Graf: V jakých oblastech trávení volného času by nejvíce šetřili občané EU

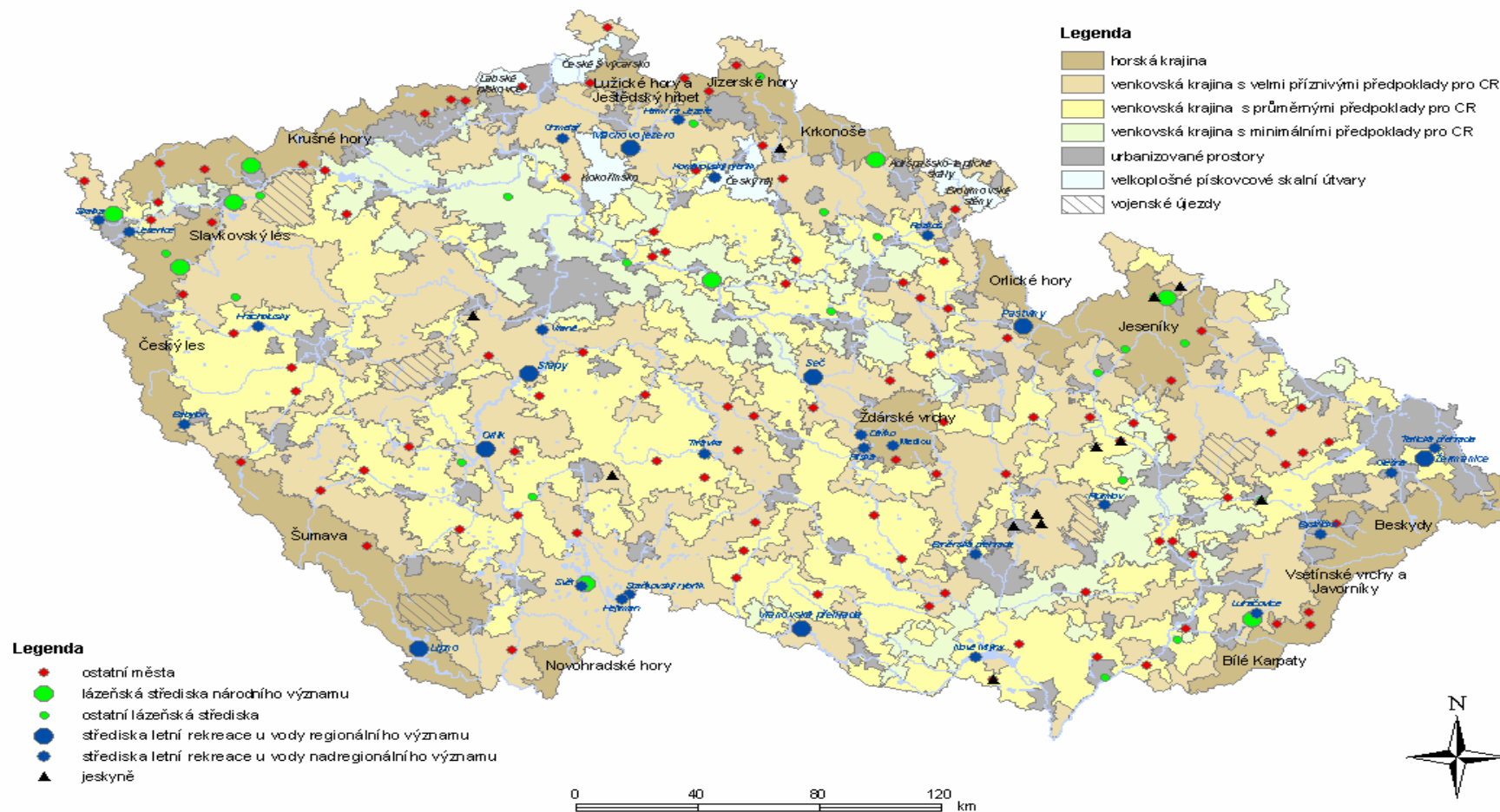
Zdroj: [36]

Z průzkumu vyplývá, že nejvíce občanů by omezovali své výdaje návštěvou restaurací a kaváren.(nejvíce ve Francii 54 %, v ČR 36 %), dále se občané omezují v nakupování (v ČR 35 %), dále omezují návštěvy kulturních zařízení, wellness center a sportovních aktivit.

<sup>64</sup> European Commission [online]. 2002 [cit. 2011-02-24]. Europeans and Tourism - Autumn 2009. Dostupné z WWW: <[http://ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_281\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_281_en.pdf)>.

Příloha C - Rajonizace cestovního ruchu a hlavní oblasti víkendové a pobytové rekreace v cestovním ruchu

RAJONIZACE CESTOVNÍHO RUCHU



# HLAVNÍ OBLASTI A CENTRA VÍKENDOVÉ A POBYTOVÉ REKREACE A CESTOVNÍHO RUCHU

