

Kateřina Ryglová
Michal Burian
Ida Vajčnerová

Cestovní ruch -

***podnikatelské
principy
a příležitosti
v praxi***

Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude **trestně stíháno**.

Používání elektronické verze knihy je umožněno jen osobě, která ji legálně nabyla a jen pro její osobní a vnitřní potřeby v rozsahu stanoveném autorským zákonem. Elektronická kniha je datový soubor, který lze užívat pouze v takové formě, v jaké jej lze stáhnout s portálu. Jakékoliv neoprávněné užití elektronické knihy nebo její části, spočívající např. v kopírování, úpravách, prodeji, pronajímání, půjčování, sdělování veřejnosti nebo jakémkoliv druhu obchodování nebo neobchodního šíření je zakázáno! Zejména je zakázána jakákoliv konverze datového souboru nebo extrakce části nebo celého textu, umísťování textu na servery, ze kterých je možno tento soubor dále stahovat, přitom není rozhodující, kdo takovéto sdílení umožnil. Je zakázáno sdělování údajů o uživatelském účtu jiným osobám, zasahování do technických prostředků, které chrání elektronickou knihu, případně omezují rozsah jejího užití. Uživatel také není oprávněn jakkoliv testovat, zkoušet či obcházet technické zabezpečení elektronické knihy.



Copyright © Grada Publishing, a.s.

Kateřina Ryglová
Michal Burian
Ida Vajčnerová

Cestovní ruch_

***podnikatelské
principy
a příležitosti
v praxi***

Grada Publishing

Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

*Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude **trestně stíháno**.*

Doc. Ing. Kateřina Ryglová, Ph.D.

Ing. Michal Burian, Ph.D.

Ing. Ida Vajčnerová, Ph.D.

Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi

Vydala Grada Publishing, a.s.

U Průhonu 22, 170 00 Praha 7

tel.: +420 234 264 401, fax: +420 234 264 400

www.grada.cz

jako svou 4502. publikaci

Vydání odborné knihy schválila Vědecká redakce nakladatelství Grada Publishing, a.s.

Odborní recenzenti:

Prof. Ing. Jiří Jindra, CSc.

Prof. RNDr. Arnošt Wahla, CSc.

Na formální přípravě a jazykové korektuře textu se podílely Ing. Lenka Procházková
a Ing. Klára Mrkosová

Odpovědná redaktorka Mgr. Andrea Bláhová

Grafická úprava a sazba Eva Hradiláková

Počet stran 216

První vydání, Praha 2011

Výtiskla Tiskárna v Ráji, s.r.o., Pardubice

© Grada Publishing, a.s., 2011

Cover Design © Eva Hradiláková

ISBN 978-80-247-4039-3 (tištěná verze)

ISBN 978-80-247-7059-8 (elektronická verze ve formátu PDF)

© Grada Publishing, a.s. 2012

Obsah

0 autorech	11
Předmluva	13
1 Úvod	15
Literatura a prameny ke kapitole	16
2 Vymezení cestovního ruchu	17
2.1 Základní pojmy v cestovním ruchu	18
2.2 Typologie cestovního ruchu	19
2.2.1 Formy cestovního ruchu	19
2.2.2 Druhy cestovního ruchu	20
2.3 Specifika trhu cestovního ruchu	22
Literatura a prameny ke kapitole	23
3 Vývoj cestovního ruchu	24
3.1 Prvopočátky cestovního ruchu	25
3.2 Moderní cestovní ruch	25
3.3 Novodobý cestovní ruch	26
3.3.1 Československo / Česká republika	26
3.3.2 Cestovní ruch na Západě	26
3.4 Současné období (po roce 1989)	27
3.4.1 Vývoj v Československu / České republice	27
3.4.2 Charakteristické rysy a požadavky současného cestovního ruchu	31
Literatura a prameny ke kapitole	32
4 Faktory ovlivňující cestovní ruch	34
4.1 Lokalizační faktory	34
4.1.1 Přírodní podmínky	34
4.1.2 Společenské atraktivita	35
4.1.3 Význam lokalizačních faktorů pro marketing destinací	35
4.2 Realizační faktory	35
4.2.1 Doprava	36
4.2.2 Infrastruktura služeb	36
4.3 Selektivní (stimulační) faktory	37
4.3.1 Objektívni stimulační faktory	38
4.3.2 Subjektívni stimulační faktory	39
Literatura a prameny ke kapitole	39

5	Regiony, destinace	40
5.1	NUTS	40
5.2	Mikroregiony, turistické regiony, euroregiony	40
5.2.1	Mikroregiony	40
5.2.2	Turistické regiony	40
5.3	Destinace	42
	Literatura a prameny ke kapitole	43
6	Řízení cestovního ruchu v ČR	45
6.1	Kompetence v oblasti řízení cestovního ruchu	45
6.1.1	Stát (NUTS 1)	45
6.1.2	Kraje (NUTS 3)	46
6.1.3	Obce a města (NUTS 5)	47
6.1.4	Sdružení obcí	47
6.1.5	Podnikatelský sektor	47
6.1.6	Turistické informační centrum	47
	Literatura a prameny ke kapitole	48
7	Materiálně-technická základna	49
7.1	Ubytovací služby v cestovním ruchu	49
7.1.1	Členění ubytovacích zařízení	49
7.1.2	Hromadná ubytovací zařízení	50
7.1.3	Individuální ubytovací zařízení	51
7.1.4	Terminologie ubytovacích služeb	51
7.1.5	Základní aspekty provozu ubytovacího zařízení	52
7.1.6	Klasifikace ubytovacích zařízení	55
7.2	Stravovací služby v cestovním ruchu	56
7.2.1	Společné stravování	56
7.2.2	Catering	57
7.2.3	Terminologie stravovacích služeb	58
7.2.4	Základní aspekty provozu stravovacího zařízení	59
7.3	Cestovní kanceláře a agentury	60
7.3.1	Předmět činnosti	60
7.3.2	Situace na trhu v ČR a zahraničí	61
7.3.3	Specifika služeb cestovních kanceláří	62
7.4	Služby průvodců	63
7.5	Dopravní služby v cestovním ruchu	64
7.5.1	Železniční doprava	65
7.5.2	Silniční doprava	66
7.5.3	Letecká doprava	67
7.5.4	Vodní (lodní) doprava	69
7.5.5	Cyklodoprava, cykloturistika	71

7.5.6	Další druhy dopravy	73
	Literatura a prameny ke kapitole	73

8 Legislativní podmínky pro služby CR 74

8.1	Základní legislativní rámec	74
8.1.1	Zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon)	74
8.1.2	Zákon o územním plánování a stavebním řádu (stavební zákon)	74
8.1.3	Vyhláška MMR o obecných technických požadavcích na stavbu	75
8.1.4	Daň z příjmů	75
8.1.5	Daň z nemovitostí	76
8.1.6	Daň silniční a použití vozidla pro podnikatelské účely	76
8.1.7	Daň z přidané hodnoty, DPH	77
8.1.8	Poplatky koncesionářské a autorské	77
8.1.9	Program statistických zjišťování	77
8.1.10	Požární bezpečnost, bezpečnost práce	77
8.1.11	Další zákony	77
8.2	Legislativa pro ubytovací služby	78
8.2.1	Ubytovací služby – obsahová náplň, živnost ohlašovací volná	78
8.2.2	Hostinská činnost – obsahová náplň, živnost ohlašovací řemeslná	79
8.2.3	Poplatky místní	79
8.2.4	Evidence činností, informační a registrační povinnosti, ochrana osobních údajů	79
8.3	Legislativa pro stravovací služby	83
8.3.1	Vyhláška 252/2004 sb., o požadavcích na pitnou a teplou vodu	84
8.3.2	Podmínky provozu stravovacího zařízení	84
8.3.3	HACCP	85
8.4	Legislativa pro služby cestovních agentur a kanceláří	87
8.4.1	Provozování cestovní agentury a průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu – obsahová náplň, živnost volná	87
8.4.2	Provozování cestovní kanceláře – obsahová náplň, živnost koncesovaná	87
8.4.3	Zájezd, cestovní smlouva	88
8.5	Legislativa pro průvodcovské činnosti	90
8.6	Legislativa pro silniční osobní motorovou dopravu	90
8.7	Další živnosti volné	91
8.8	Pasová a celní služba	91
8.8.1	Schengenský prostor	92
8.8.2	Víza	92
8.8.3	Celní kontrola	93
8.8.4	Devizová kontrola	94
	Literatura a prameny ke kapitole	94

9 Využití principů marketingového managementu v cestovním ruchu 96

9.1	Vlastnosti služeb cestovního ruchu	96
9.2	Rozhodovací proces a psychologické aspekty účastníků cestovního ruchu	98

9.2.1	Specifika rozhodovacího procesu	101
9.3	Nástroje marketingu v cestovním ruchu	102
9.3.1	Strategické analýzy	103
9.3.2	Marketingová strategie a taktika	107
9.3.3	Marketingový mix	108
9.3.4	Product – produkt	111
9.3.5	Price – cena	115
9.3.6	Place – distribuce	122
9.3.7	Promotion – propagace	124
9.3.8	Packaging – balíčky služeb	134
9.3.9	Programming – programování	136
9.3.10	People – lidé	136
9.3.11	Partnership – partnerství	136
9.4	Segmentace trhu cestovního ruchu	137
9.4.1	Proces segmentace	138
9.4.2	Segmentační kritéria	139
9.5	Kvalita služeb v cestovním ruchu	141
9.5.1	Kvalita jako komplexní otázka	141
9.5.2	Přístupy k hodnocení kvality	142
9.5.3	Kvalita z pohledu udržitelnosti v CR	144
9.6	Marketing destinace	149
9.6.1	Strategický marketing destinací	150
9.6.2	Životní cyklus destinace	151
9.6.3	Velikost destinace a její konkurenceschopnost	152
9.6.4	Image destinace	154
9.6.5	Positioning (umísťování produktu)	156
9.6.6	Branding (politika značky)	158
9.6.7	Systémy klíčových produktů (obchodů)	160
9.6.8	Distribuční síť	160
	Literatura a prameny ke kapitole	161
10	Destinační management	163
10.1	Organizace cestovního ruchu v destinaci	163
	Literatura a prameny ke kapitole	166
11	Speciální techniky v cestovním ruchu	167
11.1	Timesharing	167
11.2	Franchising	168
11.3	Revenue/yield management (RYM)	169
11.3.1	Systémy a procedury	170
11.3.2	Strategické a taktické plánování	171
11.3.3	Systémy zpětné vazby	173
	Literatura a prameny ke kapitole	174

12	Podpora cestovního ruchu z veřejných zdrojů	176
12.1	Poslání a struktura podpůrných finančních nástrojů	176
12.2	Příprava projektu	178
12.2.1	Prvotní analýza charakteru projektu a finančního zdroje	179
12.2.2	Základní požadavky na žadatele a projekty	180
12.2.3	Realizace projektu	183
12.2.4	Udržitelnost výstupů projektu	184
	Literatura a prameny ke kapitole	185
13	Specifické formy cestovního ruchu	186
13.1	Cestovní ruch dětí a mládeže	188
13.2	Cestovní ruch seniorů (50+)	189
13.3	Kongresový a incentivní CR (KIT)	190
13.4	Golfová turistika	192
13.5	Lázeňství a wellness	194
13.6	Cestovní ruch na venkově	196
13.7	Pěší a cykloturistika	200
13.8	Náboženský cestovní ruch	202
13.9	Kosmická turistika	203
	Literatura a prameny ke kapitole	203
	Přílohy	206
	Příloha 1:	
	Vytvoření metodiky hodnocení vhodnosti investičních záměrů v rekreační plavbě v ČR	206
	Příloha 2:	
	Hodnocení plnění zásad udržitelného cestovního ruchu v ubytovacím zařízení podle ECEAT Quality Label	211
	Shrnutí/Summary	213

O autorech



Doc. Ing. Kateřina Ryglová, Ph.D.

Působí v Ústavu marketingu a obchodu Provozně ekonomické fakulty Mendelovy univerzity v Brně, kde se významně podílela na vzniku nového bakalářského oboru cestovní ruch, jehož je v současnosti garantem. Garantuje a zajišťuje výuku předmětů související s problematikou cestovního ruchu a marketingu. V rámci programu učitelských mobilit Socrates/Erasmus několikrát přednášela na partnerských univerzitách v zahraničí (Uludağ University, University of Palermo, Universidad Politécnica de Madrid, University College Cork). Od roku 2003 působí také jako lektor modulu Řízení cestovního ruchu na Brno International Business School (B.I.B.S.) v rámci programů validovaných Nottingham Trent University. V letech 2009–2010 byla Kateřina Ryglová členem expertní pracovní skupiny pro přípravu Programu rozvoje cestovního ruchu města Brna zajišťované Magistrátem města Brna.

Kromě pedagogické činnosti je zapojena ve vědecko-výzkumných aktivitách a grantových projektech PEF Mendelovy univerzity v Brně (projekty GAČR, FRVŠ a ESF). Své výzkumné aktivity soustředí od počátku svého působení v Ústavu marketingu a obchodu do problematiky marketingu v cestovním ruchu s aspektem na oblast managementu kvality služeb a možnosti kvantifikace spokojenosti zákazníka v cestovním ruchu. Doposud je autorkou či spoluautorkou více než sedmdesáti prací publikovaných na vědeckých domácích i zahraničních konferencích (Rovaniemi, Zagreb, Bangkok, Peking...) a v odborných či vědeckých časopisech.



Ing. Michal Burian, Ph.D.

Působí jako předseda ECEAT (European Centre for Ecology and Tourism, www.eceat.cz), přední nevládní organizace zaměřující se na rozvoj udržitelného cestovního ruchu. Prostřednictvím této organizace stál u zrodu segmentu venkovské turistiky a agroturistiky v ČR na počátku 90. let a její specifické formy – ekoagroturistiky.

Michal Burian je majitelem cestovní kanceláře zaměřené na individuální turistiku incomingovou i outgoingovou. Je autorem řady marketingových konceptů a produktů, jež jsou uplatňovány v praxi individuálního cestovního ruchu. Jde například o Prázdniny na venkově dnes provozované Svazem venkovské turistiky (www.prazdninynavenkove.cz), Stezky dědictví, projekt rozvoje regionální gastronomie (www.stezky-dedictvi.cz), nebo www.greenholidays.travel, produkt specializovaný na propagaci služeb udržitelného cestovního ruchu. Jako profesionální konzultant se věnuje přípravě a řízení projektů cestovního ruchu pro podniky, nevládní sdružení i obce a podílí se na jejich realizaci. Systematicky a dlouhodobě se věnuje problematice udržitelnosti v cestovním ruchu a zavádění těchto principů do praxe. Je iniciátorem a spoluautorem mezinárodního systému pro hodnocení kvality služeb udržitelného cestovního ruchu ECEAT QUALITY LABEL (www.eceat.org). V uplynulých osmi letech zastával funkci generálního sekretáře ECEAT – International, evropské

sítě pro udržitelný cestovní ruch. V současné době je členem rady ECEAT – International odpovědným za implementaci hodnotícího systému ECEAT QUALITY LABEL v Evropě.

Působí jako externí učitel na Mendelově univerzitě v Brně, na Technické univerzitě ve Zvolenu a několika středních a vyšších odborných školách se zaměřením na cestovní ruch. Přednáší na konferencích v tuzemsku i v zahraničí. Je autorem řady publikací a odborných článků pro studenty i nejširší veřejnost. Své dlouholeté praktické zkušenosti promítl i do přípravy této publikace.



Ing. Ida Vajčnerová, Ph.D.

Vystudovala Provozně ekonomickou fakultu Vysoké školy zemědělské v Brně a po jejím absolvování v roce 1990 začala podnikat v oblasti cestovního ruchu. Založila a více než deset let provozovala cestovní kancelář zaměřenou na aktivní i pasivní cestovní ruch, kde získala bohaté mnohostranné zkušenosti. Od roku 2001 působí na Mendelově univerzitě v Brně v Ústavu marketingu a obchodu, zavedla a garantuje zde předměty podnikání v cestovním ruchu a destinační management, dále vyučuje cestovní ruch a marketing. V roce 2007 získala doktorát v oboru ekonomika a management, závěrečnou práci zpracovala na téma strategické aliance v cestovním ruchu.

V současné době s týmem spolupracovníků intenzivně pracuje na moderní koncepci výuky cestovního ruchu za využití inovačních projektů ESF s cílem propojit akademickou sféru s praxí a připravit tak absolventy oboru cestovní ruch na úspěšný vstup na trh práce. Je lektorkou odborných seminářů zaměřených na vzdělávání pracovníků veřejné správy a podnikatelů z praxe.

Ida Vajčnerová je autorkou řady publikací a odborných článků, v poslední době se v rámci vědecko-výzkumné činnosti věnuje problematice kvality služeb v cestovním ruchu, hodnocení kvality a atraktivity destinace a destinačnímu managementu.

Předmluva

Vážení čtenáři,

kniha, již máte před sebou, *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*, má ambici být vyváženým zdrojem moderní teorie a současně návodem a inspirací pro její použití v denní podnikatelské praxi cestovního ruchu.

Cílem autorů je poskytnout studentům i praktikům – podnikatelům a pracovníkům institucí zabývajících se rozvojem cestovního ruchu – co nejširší, avšak co nejsrozumitelnější teoretický základ pro poznání významu, vztahů a souvislostí cestovního ruchu a jeho promítnutí do denní praxe. Proto autoři do publikace zařadili i množství konkrétních praktických příkladů, výpočtů a vzorových postupů. Týkají se tvorby produktů cestovních kancelářů i destinací, výpočtů cen i způsobů komunikace se zákazníky včetně využití elektronických médií a sociálních sítí. Součástí je i základní terminologie pro stravovací a ubytovací služby a základní legislativní rámec pro jednotlivé činnosti v cestovním ruchu – počínaje ubytovacími a stravovacími službami a konče vizovou politikou. Rozsah publikace sice neumožňuje vhled do přílišné hloubky jednotlivých témat, každá kapitola je ale opatřena přehledem použité a doporučené literatury, kde zájemce najde detailnější informace k vybranému tématu.

Důraz na vyvážený poměr všech složek udržitelnosti, environmentální, sociokulturní a ekonomické, se prolíná celou publikací. Autoři jsou přesvědčeni, že pokud sebevznešenější environmentálně pozitivní myšlenky nepřijmou lidé, v jejichž prostředí se aktivity cestovního ruchu odehrávají, a samotní cestovatelé, pokud nejsou všechny strany součástí jedné hry, nemůže se cestovní ruch ani ochrana životního prostředí a kulturního dědictví zdárně rozvíjet.

Základními momenty přípravy projektů cestovního ruchu s cílem získat podporu z fondů EU se zabývá kapitola 12. Cestovní ruch se stále vyvíjí a objevují se nové podněty a myšlenky, a proto závěrečnou kapitolu autoři naplnili přehledem perspektivních forem cestovního ruchu, na jejichž pomyslném konci stojí kosmická turistika.

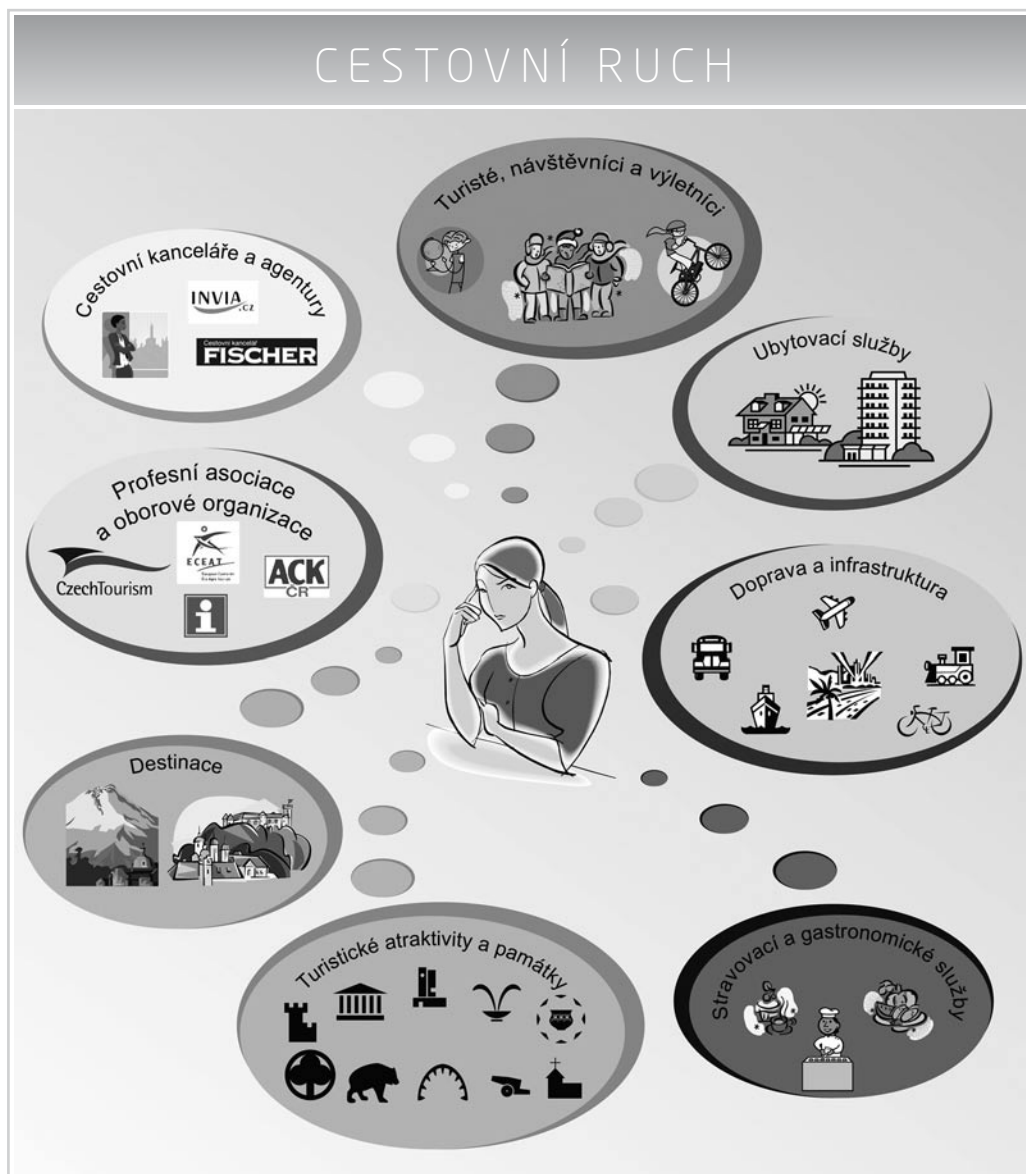
Publikaci uzavírají dvě přílohy. První z nich, Metodika hodnocení vhodnosti investičních záměrů v rekreační plavbě, má ideové propojení s kapitolou 9.3 a dokumentuje na konkrétním příkladu inovativní využití postupů strategických analýz při respektování principů vyváženosti všech složek udržitelnosti. Druhá příloha je pak funkčním modelem hodnocení udržitelnosti v cestovním ruchu, zde konkrétně na příkladu ubytovacích služeb v systému ECEAT QUALITY LABEL, a vztahuje se ke kap. 9.5.3.

Věříme, že publikace bude vítaným doplněním současné nabídky publikací o cestovním ruchu jak pro studenty, tak pro ty, kteří již v oboru pracují nebo by pracovat a zejména podnikat chtěli.

Poděkování za spolupráci na přípravě textu a jazykové korektuře patří kolegyním Ing. Kláře Mrkosové a Ing. Lence Procházkové. Publikace byla zpracována všemi autory rovným dílem v souvislosti s realizací projektu ESF CZ.1.07/2.2.00/07.0151 Inovace vzdělávání v oblasti cestovního ruchu se zaměřením na praxi.

Autoři

CESTOVNÍ RUCH



1 Úvod

Cestovní ruch patří celosvětově mezi nejvýznamnější hospodářská odvětví. Jeho pozoruhodnou vlastností je, že umí vytvářet příležitosti bez velkých investic a přinášet v mnoha směrech značnou přidanou hodnotu. Jeho přínosy se projevují v makroekonomických vztazích, v ekonomice mnoha podnikatelských odvětví spjatých s cestovním ruchem i ve vytváření nových pracovních míst, a to i v regionech problémových z hlediska zaměstnanosti. Cestovní ruch je tzv. průřezovým odvětvím: ovlivňuje tedy mnoho dalších hospodářských odvětví, jež pro něj pracují (doprava, stavebnictví, potravinářství a potažmo i zemědělství, výroba nábytku, fotografický průmysl, kartografie, překladatelské služby, tiskařský průmysl, softwarové služby). Tento tzv. multiplikační efekt způsobuje, že každé pracovní místo v cestovním ruchu otevírá možnost vzniku v průměru dalším třem pracovním příležitostem. Nabízí pracovní příležitosti v kvalifikovaných profesích, ale i takové, pro něž není žádná zvláštní kvalifikace nezbytná. Tam, kde se cestovní ruch úspěšně rozvíjí, na sebe nabaluje mnoho dalších činností (řemesel, uměleckých řemesel, provozování nejrůznějších sportovních i kulturně-uměleckých činností apod.) a je schopen zaměstnat drobné místní provozovny všeho druhu. Oživuje kulturní, historické, technické či přírodní atraktivity (např. hrady, zámky, muzea, galerie, skanzeny apod.). Z tohoto hlediska poskytuje cestovní ruch značné možnosti pro strukturální změny a rozvoj hospodářství. Význam cestovního ruchu na konci první dekády 21. století je nesmírný a pro řadu zemí má význam přímo strategický. Jde zejména o ty země, jež se programově profilují jako „rekreační zóna Evropy“ nebo „rekreační zóna světa“ a systematicky na tom pracují.

Například Malta má podle reportu vydávaného maltským vydáním Washington Times pouze 380 000 obyvatel, avšak hostí 1,2 mil. turistů. Příjmy z cestovního ruchu tak dosahují 25 % HDP (hrubého domácího produktu), nepřímo dokonce 40 %.

Objemem tržeb se cestovní ruch řadí do čela světového obchodu spolu s obchodem s ropou a automobily. V 83 % zemí světa se odvětví cestovního ruchu řadí mezi pět odvětví s největším podílem na vývozu zboží a pro 38 % zemí světa pak představuje odvětví cestovního ruchu největší zdroj devizových příjmů. Stálé místo cestovního ruchu mezi lidskými aktivitami dokládá skutečnost, že zatím vždy dokázal překonat všechny válečné konflikty, epidemie nemocí i teroristické útoky a po odeznění bezprostředních hrozeb se vždy vydal směrem vzhůru. Roční nárůst se tak pohybuje mezi 1–4 %, jak je vidět z řady statistik (např. WTTC, World Travel and Tourism Council, www.wttc.org). V souhrnu tak vytváří cestovní ruch více než 10 % celkového světového hospodářského výkonu a zaměstnává přes 230 mil. lidí. Každé 12. pracovní místo je tedy spojeno s cestovním ruchem.

Cestovní ruch má však podle UNWTO význam nejenom ekonomický, ale má vliv i na mnohé další lidské činnosti. Podílí se na sociálním rozvoji, je důležitý pro podporu mezinárodního porozumění, míru a prosperity, je nástrojem individuálního a kolektivního uspokojení, zdroj sebevzdělávání a vzájemné tolerance.

Po politických a ekonomických změnách v roce 1989 zaznamenal cestovní ruch v České republice progresivní změny a stal se významnou součástí české ekonomiky. Uvolnění hranic, svoboda podnikání a zpřístupnění devizového trhu se staly spouštěčem rychlých změn na dosud přísně regulovaném trhu cestovního ruchu, které se projevily jednak v obrovském nárůstu poptávky po výjezdech ze strany českých občanů, jednak zvýšením poptávky po „atraktivitě železných

opony s velice nízkými cenami a relativně přijatelnými službami“. Česká republika se po revoluci v roce 1989 stala vyhledávaným cílem turistů z celého světa – byla cosi nového, neokoukaného, a přitom nepřiliš drahého.

Podle Ministerstva pro místní rozvoj ČR vytváří cestovní ruch v naší zemi objem okolo 378 mld. Kč a zaměstnává přes 600 tis. osob. Rozložení cestovního ruchu v České republice je nerovnoměrné. Praha vytváří cca 60 % celkového obrátu, na všech ostatních třináct krajů pak zbývá přibližně 40% podíl (podrobné údaje sleduje Český statistický úřad na www.czso.cz). Proto se úsilí zodpovědných institucí (ministerstev, krajů) soustředí i na podporu regionů, aby se jejich podíl na celkovém výkonu zvýšil. Má to řadu důvodů: například infrastruktura vytvořená pro účely cestovního ruchu přispívá k místnímu rozvoji, jsou vytvářeny či udržovány pracovní příležitosti dokonce i v oblastech, kde dochází k průmyslovému či venkovskému úpadku nebo městské obnově. Na venkově se cestovní ruch včetně tzv. agroturistiky, jež je spojena s pobytem na farmě, stává stále důležitější a vyhledávanou podnikatelskou činností, neboť se snižuje poptávka po zemědělské produkci, resp. zvyšuje se produktivita práce a v zemědělství pracuje stále méně lidí, takže venkovské obyvatelstvo hledá nové náhradní ekonomické aktivity.

Česká republika je díky propracovanému systému značení husté sítě propojených turistických stezek a cest ideálním místem pro aktivní turistiku. Zároveň různorodost kulturních a architektonických atraktivit či památek zapsaných na seznamu UNESCO vytváří vysoký potenciál pro kulturní, městskou a poznávací turistiku a pro pobyty v lázních.

Podle World Economic Forum (konference Mundial de Turismo, 2006) je Česko po Itálii celosvětově na druhém místě v počtu těchto památek na počet obyvatel. Kombinace těchto faktorů pak dává naší republice předpoklady stát se atraktivní a navštěvovanou turistickou destinací. Česká republika je výrazně příjezdovou zemí cestovního ruchu, což znamená, že příjezdy vysoce převyšují výjezdy našich občanů.



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

Literatura a prameny ke kapitole

DestiNations. World Economic Forum – prezentace u příležitosti konference Forum Mundial Turismo, Brazílie, Porto Alegre, 2006.

International Special Report [on-line]. 10. 2. 2009 [cit. 2011-02-25]. *The Washington Times pro Maltu*.

Dostupné z WWW: <<http://www.internationalspecialreports.com/archives/00/malta2000/index.htm>>.

Kolektiv autorů. *Cestovní ruch v České republice 2006 / 1. pololetí 2007*. Praha: B. I. G. Prague, MMR, 2007. 87 s.

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR: *Statistiky cestovního ruchu 2007* [on-line]. 6. 3. 2008, aktualizace 18. 3. 2008

[cit. 2008-11-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.mmr.cz/statistiky-cestovniho-ruchu>>.

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

The World Travel & Tourism Council [on-line]. 2007 [cit. 2011-03-16].

Dostupné z WWW: <http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Data_Search_Tool/>.

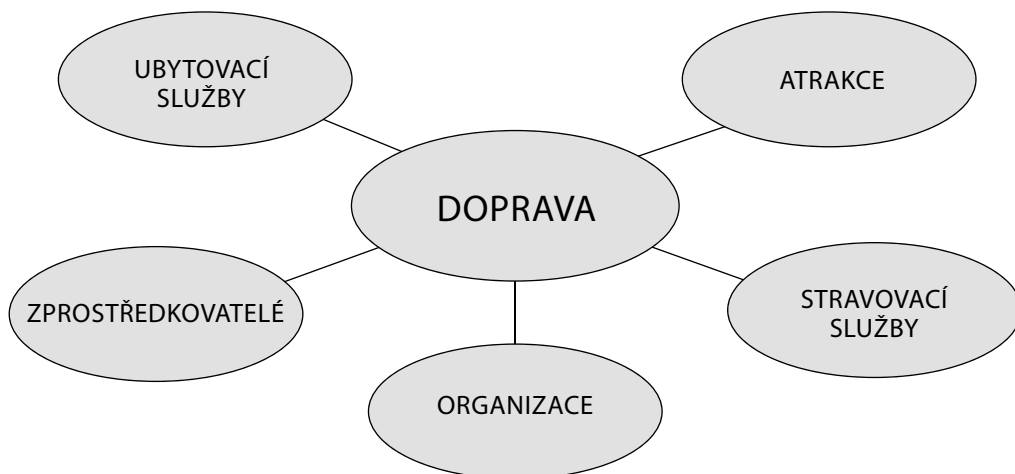
2 Vymezení cestovního ruchu

Cestovní ruch bývá definován vícero způsoby, ale žádný z nich není zcela vyčerpávající. Autoři ve svých definicích zdůrazňují různé stránky tohoto složitého jevu, mnohdy v závislosti na tom, z hlediska které vědní disciplíny je cestovní ruch zkoumán a definován. Co možná nejpřesnější definice je důležitá proto, aby bylo možno cestovní ruch sledovat, vyhodnocovat, plánovat a řídit.

Například F. W. Ogilvie (1933) chápe cestovní ruch jako „ekonomický jev spojený se spotřebou hmotných a nehmotných statků, hrazených z prostředků získaných v místě trvalého bydliště“. Tato ekonomicky laděná definice považuje cestovní ruch za součást spotřeby obyvatelstva doprovázenou přesunem kupních fondů do míst cestovního ruchu. Cestovní ruch by měl být chápán jako průmysl poskytující veškeré služby spojené s cestováním a turistikou, jež lze rozdělit do jednotlivých sektorů:

- **Sektor ubytovací služby** – poskytovatelé ubytovacích služeb, od hotelových řetězců až po soukromé malé penziony apod.
- **Sektor atrakce** – patří sem např. národní parky, kulturní či historická místa a zajímavosti, tematické parky, botanické zahrady, sportovní centra apod.
- **Sektor doprava** – letecká, lodní, železniční, automobilová a autobusová doprava, půjčovny a zprostředkovatelé půjčování vozidel.
- **Sektor zprostředkovatelé** – touroperátoři, cestovní kanceláře, agentury, sezonní zprostředkovatelé či agenti, organizátoři konferencí, incentivní domy, rezervační systémy a další.
- **Sektor organizace** – zahrnuje národní turistické centrály, regionální centra, turistické asociace apod.

Vazby mezi jednotlivými sektory znázorňuje následující schéma:



Obr. 2.1 Hlavní sektory průmyslu cestovního ruchu (Zdroj: Ryglová, 2009)

Složitost cestovního ruchu je dále podtržena jeho bezprostředním, existenčně nevyhnutelným spojením subjektu s objektem, k němuž dochází při vlastní realizaci cestovního ruchu. Subjekt – účastník cestovního ruchu – se spojuje se svým objektem – místem dočasného pobytu –, kde dochází k uspokojování jeho potřeb, jež rozhodly o účasti na cestovním ruchu.

Dalším možným pohledem na cestovní ruch je pohled z roviny spotřeby, kdy je cestovní ruch způsobem uspokojování potřeb konzumentů (**strana poptávky**); v druhé rovině se jedná o oblast podnikatelských příležitostí v mnoha oborech lidské činnosti, kdy je významnou součástí ekonomiky společnosti (**strana nabídky**). Z výše uvedeného vyplývá, že cestovní ruch se projevuje jako mnohostranný společenský ekonomický jev.

Studiem zákonitostí, činitelů a faktického rozmístění cestovního ruchu (např. vyhodnocování činitelů cestovního ruchu, analýza cestovního ruchu, vliv cestovního ruchu na změny ve struktuře a rozmístění hospodářství v oblasti, vyhodnocování oblastí podle vhodnosti pro různé formy cestovního ruchu a pro makroekonomické účely apod.) se zabývá věda nazvaná **geografie cestovního ruchu**.

2.1 Základní pojmy v cestovním ruchu

Definice cestovního ruchu existuje celá řada. První moderní definice pochází od Krapfa a Hunzika (1941), kteří cestovní ruch definují „jako souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání“.

Za mezník v definování cestovního ruchu i pro jeho statistické sledování lze považovat konferenci Světové organizace cestovního ruchu UNWTO (United Nations World Tourism Organization, Světová turistická organizace, agentura OSN, www.world-tourism.org) konanou v Ottavě v roce 1991, kde došlo k obsahovému vymezení většiny používaných pojmů z oblasti cestovního ruchu.

Cestovní ruch je podle UNWTO (1995) „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě“. Cestovní ruch je tedy aktivita založená na přemísťování osob, trvá jenom omezený čas (ne více než rok) a cílem cestovatele není výdělek. Z toho vyplývá, že se nejedná o cesty za prací, o dlouhodobou migraci (stěhování) nebo všechny cesty v rámci bydliště.

Cestovní ruch je dle Aiest (Mezinárodní sdružení expertů cestovního ruchu, www.aiest.org) definován jako „souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání“.

Průmysl cestovního ruchu je souhrn přímých podnikatelských aktivit a hmotných podmínek cestovního ruchu, tedy soubor ubytovacích a stravovacích služeb, činnost cestovních kanceláří a doprovodných služeb (průvodcovské, animační, dopravní, lázeňsko-léčebné, prodejní síť, průmysl zábavy, výroba suvenýrů, finanční služby apod.).

Ekonomika cestovního ruchu je širší pojem: kromě aktivit zahrnutých do průmyslu cestovního ruchu jsou to i veškeré vyvolané (nepřímé) ekonomické aktivity spojené s realizací cestovního ruchu.

Satelitní účet cestovního ruchu je ekonomický účet odvětví cestovního ruchu, který je vytvářen celou soustavou ukazatelů zachycujících a kvantifikujících ekonomické a sociální aspekty cestovního ruchu. Vymezuje mezinárodní standardy pro měření ekonomických přínosů

cestovního ruchu. Metodika tvorby je stanovena tak, aby bylo možno identifikovat a prokázat podíl cestovního ruchu na výkonu jednotlivých odvětví a celkové přínosy cestovního ruchu pro národní ekonomiku (např. účet produkce charakteristických turistických odvětví, turistická nabídka a poptávka podle typu komodity a typu návštěvníka). Význam a smysl vidíme také v poskytování mezinárodně porovnatelných údajů o cestovním ruchu. Satelitní účet lze sestavit i ve zjednodušené podobě, ta pak poskytuje informace o vlivech na vývoj některých národohospodářských ukazatelů (např. podíl cestovním ruchem vyvolané poptávky na celkových výdajích – na spotřebě domácností, na spotřebě vlády, na investicích, na hodnotě vývozů, HDP či vytváření pracovních míst). Podrobné údaje v České republice lze získat na Českém statistickém úřadu (www.czso.cz).

Cestování je širší pojem než cestovní ruch. Cestování může být spojeno i s dalšími motivy (cesta do práce), které nepatří do cestovního ruchu.

Turistika je pouze částí (podmnožinou) cestovního ruchu. Jedná se o takovou část cestovního ruchu, která je spojena s pohybovou aktivitou účastníků (horská turistika, cykloturistika, vodní turistika apod.).

Turista (angl. *tourist*, *overnight visitor*) je dočasný návštěvník, který se zdrží alespoň 24 hodin (jedno přenocování), ne však déle než jeden rok (hlavní účel pobytu je jiný než výkon placené činnosti).

Výletník, jednodenní návštěvník (angl. *same-day visitor*) se zdrží pouze jeden den, aniž přenocuje.

Návštěvník (angl. *visitor*) je osoba, která cestuje do jiného místa, než kde má své trvalé bydliště, a mimo své obvyklé prostředí na dobu nepřekračující dvanáct měsíců, přičemž hlavní důvod cesty je jiný než výdělečná činnost. Z toho vyplývá, že může jít o turistu i výletníka.

Rezident, stálý obyvatel (angl. *resident*) je osoba, která žije v dané zemi alespoň jeden rok. V domácím cestovním ruchu se jedná o osobu, která alespoň šest měsíců žije v daném místě.

Destinace je turistický cíl, turistická oblast, jež se vyznačuje určitými společnými charakteristickými prvky a rysy (viz kap. 5.3).

Zdrojová země, zdrojové území je z pohledu destinace země či území, z něhož pochází největší počet návštěvníků destinace.

2.2 Typologie cestovního ruchu

V odborné literatuře můžeme nalézt řadu různých kritérií systematiky cestovního ruchu, jež třídí a definují cestovní ruch do forem, typů, druhů atd. Zájemci o podrobnější informace z typologie cestovního ruchu najdou řadu podrobných definic, např. ve Výkladovém slovníku cestovního ruchu (Pásková, Zelenka, 2002). Typologie je blízká v praktické rovině v tzv. segmentaci cestovního ruchu (viz kap. 9.4).

2.2.1 FORMY CESTOVNÍHO RUCHU

Formy cestovního ruchu (CR) odpovídají potřebám svých účastníků. Základní formy cestovního ruchu odpovídají nejširším potřebám, zatímco specifické formy uspokojují specifické požadavky jeho účastníků. Mezi **základní formy** patří:

- **rekreační CR** – přispívá k regeneraci a reprodukci fyzických a duševních sil člověka; realizuje se ve vhodném rekreačním prostředí (vody, lesy, hory); zvláštností specifickou pro české prostředí je chataření a chalupaření;
- **kulturně poznávací CR** – je cílený na poznávání historie, kultury, tradic, zvyků apod.;
- **sportovně-turistický CR** – využívá zájmu lidí o aktivní odpočinek, aktivní účast na sportovních činnostech; obsahem může být i organizování pasivní účasti na sportovních akcích;
- **léčebný a lázeňský CR** – je zaměřen na léčbu, prevenci, relaxaci, celkovou obnovu fyzických a duševních sil jednotlivce.



Zdroj: www.golfzona.sk

Specifické formy uspokojují zvláštní potřeby nejrozličnějších specializovaných spotřebitelských/cestovatelských segmentů, přičemž nabídka se bude i nadále rozšiřovat v souladu s nejnovějšími trendy v cestovním ruchu. Ke specifickým formám cestovního ruchu patří cestovní ruch mládežnický, seniorů, rodinný, lidí s tělesným handicapem, městský, venkovský („rurální“, tj. spojený s venkovem), součástí je agroturistika (tj. cestovní ruch spojený s pobytem na farmě), případně ekoagroturistika (tj. cestovní ruch spojený s ekologicky hospodařícími farmami), kongresový a incentivní, chatařský a chalupářský, náboženský, zábavní a atrakční, gastronomický, cykloturistika, mototuristika, golfová turistika, sportovní lov, rybolov, karavanová turistika, nákupní turistika a další (viz kap. 13).

2.2.2 DRUHY CESTOVNÍHO RUCHU

Druhy cestovního ruchu jsou určeny místem čerpání služeb cestovního ruchu, resp. podle **vztahu k platební bilanci** (export, import, domácí spotřeba), a dalšími charakteristikami:

- **domácí CR** – osoby trvale sídlící v zemi cestují uvnitř země a nepřekračují její hranice; podle vztahu k platební bilanci jde o domácí spotřebu;
- **zahraniční CR** – dochází k překračování hranic jednoho či více států; patří sem:
 - **aktivní cestovní ruch (angl. *incoming*)**, tedy příjezdy cizinců do destinace; jde de facto o export služeb, které čerpají turisté za cizí měnu na území destinace (devizové příjmy);
 - **pasivní cestovní ruch (angl. *outcoming, outgoing*)**, tedy výjezdy domácích turistů do zahraničí; z pohledu platební bilance jde o dovoz, import zahraničních služeb, za něž domácí turisté utrácejí své prostředky v zahraničí (devizové výdaje);
- **tranzitní cestovní ruch** – jedná se o průjezd cestujících přes území projížděného státu do jiného cílového státu, zpravidla bez přenocování, resp. v rámci lhůty stanovené projížděným státem, anebo se jedná o pohyb cestujících v letištním prostoru při mezipřistání letadla, aniž prochází celním odbavením a pasovou kontrolou.

Podle **místa** převažující realizace služeb cestovního ruchu se dělí cestovní ruch také na:

- **vnitřní cestovní ruch** – zahrnuje domácí cestovní ruch, tj. cesty obyvatel po vlastní zemi, a aktivní (příjezdový) cestovní ruch, tj. cesty a pobyt cizinců v dané zemi;

- **národní cestovní ruch (angl. *national tourism*)** – zahrnuje domácí cestovní ruch a pasivní (výjezdový) cestovní ruch, tj. výjezdové cesty obyvatel dané země do cizích destinací;
- **mezinárodní cestovní ruch (angl. *international tourism*)** – zahrnuje veškerý cestovní ruch, při němž dochází k překročení hranice státu, ať už jde o aktivní (příjezdový), nebo pasivní (výjezdový) cestovní ruch.



Obr. 2.2 Typy cestovního ruchu podle místa realizace (Zdroj: MMR, 2007)

Podle **způsobu financování** se dělí cestovní ruch na:

- **volný cestovní ruch** (někdy označován jako komerční), tj. cestovní ruch, na kterém účast není formálně nijak podmíněna a účastník si ji hradí v plném rozsahu ze svých prostředků; zařízení služeb je volně přístupné, ceny jsou stanoveny na základě dohody;
- **vázaný cestovní ruch** (někdy označován jako sociální), tj. cestovní ruch, na kterém je účast „vázána“ na splnění určité podmínky (např. členství v organizaci; pacient v lázeňském cestovním ruchu); jedná se o (částečnou) úhradu služeb ze společenských fondů (podnikové fondy, fondy kulturních či sociálních potřeb, z nemocenského pojištění apod.); může jít o podnikovou rekreaci ve vlastních podnikových zařízeních, lázeňskou péči, dětskou rekreaci.

Podle **délky pobytu** se cestovní ruch dělí na:

- **krátkodobý** s dobou pobytu v místě do tří přenocování;
- **dlouhodobý** s více než třemi přenocováními.

Podle **způsobu účasti – zabezpečení cesty** – se cestovní ruch dělí na:

- **organizovaný**, kdy cestu a pobyt zajišťují především cestovní kanceláře nebo jiní zprostředkovatelé;
- **neorganizovaný**, kdy si služby volí a většinou také zabezpečuje účastník sám; tento typ cestovního ruchu má stále rostoucí podíl.

Podle **počtu účastníků** se cestovní ruch dělí na:

- **individuální**, kdy se návštěvník nebo turista účastní cestovního ruchu sám, popř. s rodinou;
- **kolektivní**, jenž je spojen s účastí více osob; může mít dále podobu skupinového, masového cestovního ruchu; zcela zvláštním typem je pak klubový cestovní ruch.

Podle **ročního období** se cestovní ruch dělí na:

- **sezonní** (letní sezona, zimní sezona), kde je sezona obdobím s vysokou koncentrací návštěvnosti místa a tím i maximální nabídkou služeb; současně jde o období maximálních cen;
- **mimosezonní**, jenž je charakteristický obdobím nízké návštěvnosti místa, což je často doprovázeno sníženou nabídkou služeb, jež jsou za nižší ceny.

Podle **vlivu na životní a sociokulturní prostředí** se cestovní ruch dělí na:

- **tvrdý**, který je spojen často s rozsáhlými „tvrdými“ investicemi, přičemž hlavním měřítkem je zisk bez ohledu na environmentální, sociální a kulturní prostředí destinace, v níž probíhá; jde především o „klasický“ masový turismus ve všech podobách;
- **měkký** (odpovědný, šetrný, zelený apod.), jenž se snaží uvědoměle dosáhnout vyrovnaného stavu mezi přínosy a dopady na environmentální, sociokulturní a ekonomické prostředí destinace, v němž probíhá (viz kap. 9.5.3).

Dalšími hledisky pro typologii cestovního ruchu může být například cíl cesty, použitý dopravní prostředek, destinace, způsob ubytování apod.

2.3 Specifika trhu cestovního ruchu

Trh cestovního ruchu má celou řadu zvláštností, které vyplývají především z charakteru potřeb klientů a z charakteru služeb v cestovním ruchu. Jako hlavní specifické rysy trhu cestovního ruchu lze uvést:

- podnikání v cestovním ruchu není záležitostí jednoho roku, ale jedná se o dlouhodobé aktivity (musíme počítat i se špatnou sezonou);
- produkt cestovního ruchu má nehmotný charakter, nelze jej vyrábět na sklad;
- vysoká závislost na přírodních a historických atraktivitách (lokalizační faktory, viz kap. 4.1);
- podmíněnost politicko-správními podmínkami (selektivní faktory, viz kap. 4.3); politická stabilita či nestabilita v destinaci a míra podpory ze strany orgánů státní správy a samosprávy, stupeň a způsob spolupráce mají zcela zásadní vliv;
- místní a časová vázanost tvorby, realizace a spotřeby služeb, bezprostřední sepětí s územím, na kterém dochází k realizaci služeb, jež vyplývá z jejich pomíjivého charakteru, tj. pokud nejsou služby spotřebovány v době, kdy jsou k dispozici (neobsazené sedadlo v letadle, neobsazená sedačka lyžařského vleku apod.), jejich kapacita je ztracena;
- místní a časové oddělení nabídky, poptávky a spotřeby (např. prodej zájezdu cestovní kanceláře prostřednictvím internetové cestovní agentury v zimě na letní pobyt v zahraničí);
- výrazná sezonnost;
- výrazné ovlivnění nabídky a poptávky přírodními faktory (např. počasím) a dalšími nepředvídatelnými vlivy (tj. mimoekonomickými faktory);
- vysoký podíl lidské práce;
- těsný vztah nabídky a poptávky (tj. změny v cenách a příjmech se obvykle objeví na trhu bezprostředně; např. pokles cen zájezdů do určité destinace se obvykle bezprostředně odrazí ve zvýšené poptávce po zájezdech do této destinace);
- mezinárodní charakter.