

III.

Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky



**KONCEPCE STÁTNÍ POLITIKY CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICĚ
NA OBDOBÍ 2007-2013**

Praha, říjen 2007

Obsah

1	Úvodem	3
1.1	Východiska Koncepce.....	4
1.2	Význam cestovního ruchu pro národní ekonomiku.....	5
1.3	Základní problémy rozvoje cestovního ruchu	9
2	SWOT analýza.....	11
2.1	Nabídka a financování cestovního ruchu	11
2.2	Poptávka a propagace cestovního ruchu	12
2.3	Organizace a informace v cestovním ruchu	13
3	Stanovení vize a cílů Koncepce státní politiky CR v ČR na období 2007-2013.....	14
3.1	Preambule.....	14
3.2	Strategická vize a cíle Koncepce	15
3.3	Základní priority Koncepce.....	19
3.3.1	PRIORITA Č. 1 - Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů CR	22
3.3.2	PRIORITA Č. 2 - Rozšiřování a zkvalitňování infrastruktury a služeb CR.....	26
3.3.3	PRIORITA Č. 3 - Marketing cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů	30
3.3.4	PRIORITA Č. 4 - Vytváření organizační struktury cestovního ruchu	35
3.4	Rozdělení odpovědnosti subjektů za plnění opatření Koncepce	39
4	Implementace Koncepce.....	40
5	Přílohy.....	45
	Příloha 1: Pojmy.....	45
	Příloha 2: Data a fakta o vývoji cestovního ruchu ČR v letech 2000 - 2006.....	47
	Příloha 3: Analýza poptávky cestovního ruchu v České republice	58
	Příloha 3: Analýza zaměstnanosti v sektoru Ubytování a stravování (OKEČ 55) v ČR	62
	Příloha 4: Seznam zkratk	66

1 Úvodem

Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013 (dále jen „Koncepce“) navazuje na Koncepci státní politiky cestovního ruchu na období 2002 – 2007¹. Dne 5. 1. 2005 usnesením č. 23 schválila vláda ČR materiál "Postup realizace a aktualizace Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice do roku 2006". Tím byla aktualizována a zkrácena platná Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2002 - 2007. V rámci tohoto usnesení vláda ČR uložila ministrovi pro místní rozvoj předložit návrh nové Koncepce.

Sektor cestovního ruchu není co do kvality a rozsahu stále vnímán jako plnohodnotné odvětví národního hospodářství České republiky. Proto je cílem Koncepce vytvoření strategického materiálu, který bude účinným nástrojem rozvoje cestovního ruchu v programovacím období Evropské unie na léta 2007 – 2013 a bude dostatečně reflektovat význam cestovního ruchu pro národní hospodářství České republiky.

Koncepce představuje střednědobý strategický dokument, který vychází především z možností cestovního ruchu v České republice a účinnými nástroji podněcuje jeho další rozvoj. Základním atributem Koncepce je rozvoj odvětví cestovního ruchu, který vychází z mobilizace zejména privátních zdrojů zaměřených na cestovní ruch, 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.

Vzhledem k významným dopadům odvětví cestovního ruchu na regionální rozvoj, trh práce, malé a střední podnikání, obchod, kulturu, dopravu, životní prostředí a infrastrukturu je klíčovým úkolem Koncepce koordinace a návaznost strategických doporučení sektorových politik za účelem vytvoření potřebných vztahů a vazeb mezi klíčovými aktéry působícími v odvětví cestovního ruchu.

Z výše uvedených důvodů je iniciován takový model rozvoje odvětví cestovního ruchu, který vychází z působností, pravomocí a odpovědností veřejné správy s cílem podpořit kvalitu a konkurenceschopnost produktů cestovního ruchu na všech úrovních řízení, a to účinným rozvojem a aktivizací principu partnerství mezi veřejným a privátním sektorem za účelem stanovení společných postupů a vytvořením podmínek pro synergické efekty.

Základním výchozím rámcem při formulování Koncepce byly významné strategické dokumenty týkající se cestovního ruchu v České republice, jakožto i strategické dokumenty a doporučení Evropské unie, a to i ve vztahu k využívání strukturálních fondů EU a dalších mezinárodních organizací s působností zejména v oblasti cestovního ruchu. Koncepce je rovněž v souladu s koncepcemi cestovního ruchu vyspělých evropských zemích.

Koncepce respektuje regionální aspekt a význam cestovního ruchu, její cíle a opatření jsou stanoveny s ohledem na skutečnost, že cestovní ruch je významným faktorem rozvoje regionů včetně těch, které jsou hospodářsky a sociálně problémové.

¹ Na základě usnesení vlády č. 19 ze dne 9. ledna 2002 bylo každoročně předkládáno do vlády ČR hodnocení stavu plnění Koncepce.

1.1 **Východiska Koncepce**

Česká republika je významnou evropskou destinací cestovního ruchu založenou na atraktivitě a množství historických, kulturních a technických památek, přírodních krás a zajímavostí, rozmanitosti kultury, jakož i na významném postavení různých forem cestovního ruchu. Česká republika má tak jedinečnou šanci uplatnit se na trhu cestovního ruchu nabídkou nových produktů jako např. městského, kongresového a incentivního cestovního ruchu, sportovně orientovaného cestovního ruchu a cykloturistiky, kulturního cestovního ruchu a širokého souboru produktů šetrných k přírodě. Vhodné podmínky pro rozvoj cestovního ruchu ČR nabízí rovněž venkovský cestovní ruch se svými produkty - agroturistika, ekoagroturistika, ekoturistika apod. Nabídka v oblasti cestovního ruchu je využitelná a je směřována jak pro příjezdový, tak pro domácí cestovní ruch. Rozhodující nabídku cestovního ruchu ČR je možné členit do následujících tématických oblastí:

- **Městský a kulturní cestovní ruch**
- **Dovolená v přírodě**
- **Sportovní a aktivní dovolená**
- **Lázeňský cestovní ruch**
- **Kongresový a incentivní cestovní ruch**

O koncepčním přístupu státu k podpoře této bohaté nabídky cestovního ruchu (zejména ze strany Ministerstva pro místní rozvoj ČR) lze hovořit až od 2. poloviny 90. let, a to především v následujících oblastech²:

- Podpora základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu (prostřednictvím Státního programu podpory cestovního ruchu, Phare 2003, SAPARD, SROP).
- Podpora rozvoje a zvyšování kvality služeb v cestovním ruchu jako rozhodujícího faktoru úspěchu na evropském konkurenčním trhu (prostřednictvím Státního programu podpory cestovního ruchu, SROP).
- Marketingová podpora nabídky cestovního ruchu a vybraných produktů cestovního ruchu (aktivity CzechTourism, SROP).
- Informace o cestovním ruchu (budování jednotného informačního a rezervačního systému ČR, statistika cestovního ruchu, vytvoření Satelitního účtu cestovního ruchu, podpora činnosti turistických informačních center – většina problémů však není dosud vyřešena).
- Vytváření vhodného (proaktivního) podnikatelského prostředí.
- Vytváření vhodných organizačních struktur mezi subjekty cestovního ruchu (zatím jeden z nejslabších a podceňovaných článků podpory rozvoje cestovního ruchu).
- Podpora školení a vzdělávání subjektů v oblasti cestovního ruchu (OP RLZ).
- Podpora výzkumu v oblasti cestovního ruchu (rezortní výzkum MMR).

Uvedená podpora je směřována do soukromého sektoru, a to především jako podpora malého a středního podnikání (MSP) a do veřejného sektoru (především turisticky atraktivnější obce a města, zájmová sdružení, apod.).

² Rozhodujícími nástroji byly a jsou v posledních letech Státní program podpory cestovního ruchu a Společný regionální operační program.

1.2 Význam cestovního ruchu pro národní ekonomiku³

Cestovní ruch je průřezovým odvětvím, které zahrnuje nejrůznější služby a je napojeno na mnoho dalších hospodářských činností. Má dopad na taková odvětví jako je doprava, stavebnictví, kultura, maloobchod a na mnohá další odvětví, která vytváří produkty související s poskytováním služeb týkajících se volného času. Přestože v tomto odvětví působí i několik velkých podniků, převládají v něm především malé a střední podniky. Jedná se o odvětví sektoru služeb, který v ekonomikách některých států představuje až dvoutřetinový podíl na HDP. I v rámci služeb, které jako celek vykazují vysokou dynamiku, patří cestovní ruch k rychle rostoucím.

Podle odhadů Světové organizace cestovního ruchu (World Tourism Organisation, UNWTO) počet mezinárodních příjezdů dosáhne v roce 2020 téměř 1,6 mld.⁴ Z toho se předpokládá 1,2 mld. uskutečněných příjezdů v rámci jednoho kontinentu a 378 mil. dálkových mezikontinentálních příjezdů, přičemž tyto cesty budou do roku 2020 růst rychlejším tempem. Nejvíce mezinárodních příjezdů bude i v roce 2020 v Evropě, a to 717 mil. turistů, dále ve východní Asii a Pacifiku 397 mil., v Americe 282 mil. a nejméně v Africe, na Středním Východě a v jižní Asii.

Jižní Asie a Pacifik, Asie, Střední Východ a Afrika podle předpokladu zaznamenají rekordní růst přes 5 % ročně, a to ve srovnání s predikcí světového průměru 4,1 %. Pro Evropu a Ameriku je předpokládáno nižší než průměrné celosvětové tempo růstu. Evropa si však i přesto zachová nejvyšší podíl světových příjezdů, i když bude tento podíl postupně klesat z 60 % podílu světových příjezdů v roce 1995 na 46 % podíl v roce 2020.

Tabulka 1: Vize vývoje příjezdů mezinárodního cestovního ruchu do roku 2020

	Rok		Předpoklad		Podíl (%)		Průměrné roční tempo růstů (%)
	1995	2010	2020	1995	2020		
	V milionech			1995	2020	1995-2020	
Svět	565	1 006	1 561	100	100	4,1	
Afrika	20	47	77	3,6	5,0	5,5	
Amerika	110	190	282	19,3	18,1	3,8	
Východní Asie a Pacifik	81	195	397	14,4	25,4	6,5	
Evropa	336	527	717	59,8	45,9	3,1	
Střední Východ	14	36	69	2,2	4,4	6,7	
Jižní Asie	4	11	19	0,7	1,2	6,2	

Pramen: UNWTO

Objemem tržeb v mezinárodním obchodě se cestovní ruch řadí na třetí místo mezi hospodářskými odvětvími za obchod s ropou a obchod s automobily (UNWTO). 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.

Cestovní ruch je rovněž odvětvím efektivního zapojení do mezinárodní směny bez potřeby úvěrování a krytí pojistných rizik. Do roku 2020 předpokládá Světová organizace cestovního ruchu roční tempo růstu počtu cest do zahraničí 4,1 % což je více jak předpokládaný 3 % maximální růst světového hospodářství⁵.

³ V materiálu jsou použita statistická data publikována k 20.6.2007

⁴ Vize cestovního ruchu 2020, UNWTO, 1995

⁵ Tourism Highlights: Edition 2005, UNWTO 2005

Podle výzkumů World Travel & Tourism Council (WTTC), jejichž výstupem jsou tzv. fiktivní satelitní účty cestovního ruchu⁶, vytvářel sektor cestovního ruchu v roce 2006 v České republice hodnoty v objemu 68,5 mld. Kč (2,14 % HDP) a zaměstnával 109,3 tis. osob (2,3 % celkové zaměstnanosti).⁷ Bereme-li v úvahu i nepřímé efekty cestovního ruchu, pak objem produktu cestovního ruchu činil 419,8 mld. Kč (13,1 %) a na zaměstnanosti se podílel 12,2 % (586,6 tis. zaměstnaných osob). Oproti roku 1993 se hodnota produktu cestovního ruchu v ČR zvýšila 2,5 násobně (2,9 násobně při započtení i externích efektů). Tempo růstu produktu cestovního ruchu v ČR bylo ve sledovaném období vyšší než tempo růstu zemí EU.⁸

Měřeno výše uvedenými charakteristikami je význam cestovního ruchu v České republice nad celosvětovým i nad průměrem EU. Mezi evropské státy s vyšším podílem cestovního ruchu na HDP patří tradiční turisticky atraktivní země Rakousko, Švýcarsko, dále pak státy při Středozemním moři Španělsko, Chorvatsko, Řecko. Nejvyšší závislost národních ekonomik na cestovním ruchu vykazují malé ostrovní státy Malta a Kypr.

Cestovní ruch hraje důležitou roli v rozvoji většiny evropských regionů i krajů ČR. Infrastruktura vybudovaná pro účely cestovního ruchu přispívá k místnímu rozvoji a městské obnově, jsou vytvářeny či udržovány pracovní příležitosti dokonce i v oblastech, kde dochází k úpadku průmyslu či venkova. Potřeba zvýšit přitažlivost regionů je pro stále více destinací a zúčastněných stran podnětem k zaměření se na udržitelnější a ekologičtější postupy a politiky. Udržitelný cestovní ruch hraje důležitou roli při zachování a posílení kulturního a přírodního dědictví ve stále větším počtu oblastí, od umění k místní gastronomii, řemeslům či ochraně biologické rozmanitosti. To vše má kladný dopad na vytváření pracovních příležitostí a přispívá k ekonomickému růstu.⁹ Tento celoevropský trend potvrzují také rámcové environmentální požadavky na politiku udržitelného rozvoje cestovního ruchu, obsažené v aktualizované Státní politice životního prostředí z roku 2004 a předložená Koncepce je v plné míře respektuje, i když pochopitelně v obecnější rovině. Konkrétnější požadavky na udržitelnější a ekologičtější projekty cestovního ruchu budou specifikovány v jednotlivých opatřeních a aktivitách návrhové části Koncepce.¹⁰

Pro plánování udržitelného rozvoje cestovního ruchu v ČR lze dále použít doporučení UNWTO a WTTC „Agenda 21 pro cestovní ruch a průmysl cestovního ruchu“¹¹, která popisují dílčí úkoly a postupy pro aplikaci Agendy 21 v sektoru cestovního ruchu a navazující materiály UNWTO, které se touto problematikou zabývají.¹²

⁶ Data nejsou považována mnohými zahraničními státy i mezinárodními organizacemi za oficiální a založená na dostatečně spolehlivých informacích. Jedná se o velice hrubé odhady, které nepracují s detailními informacemi nutnými pro sestavení TSA. Tato data jsou využívána z důvodu dostupnosti pouze prozatímních dat z TSA za ČR ze zdrojů ČSÚ. ČSÚ na zavedení TSA intenzivně pracuje.

⁷ Podle OKEČ ve statistickém zjišťování jsou zde zahrnuty jen odvětví ubytování a stravování

⁸ The 2007 Travel & Tourism Navigating the Path Ahead, WTTC, 2007

⁹ Tyto rámcové cíle je nutno dále upřesňovat ve smyslu rozhodnutí 9, ze 7. zasedání Valného shromáždění OSN a Komise OSN pro udržitelný rozvoj (New York, 19.-30. dubna 1999), které doporučuje vládám členských zemí OSN, aby zpracovaly koncepce, strategie a plány pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu.

¹⁰ V tomto kontextu je široce uznávanou skutečností, že cestovní ruch se může stát obětí svého vlastního úspěchu, pokud se nerozvíjí udržitelným způsobem. Biologická rozmanitost, funkce ekosystémů, přírodní zdroje a neobnovitelné kulturní dědictví či dokonce fungování městských oblastí může být ohroženo nekontrolovaným rozvojem cestovního ruchu. Hospodářská, sociální a ekologická udržitelnost jsou klíčovými faktory pro konkurenceschopnost destinací a dobré životní podmínky jejich obyvatel, jakož i pro vytváření pracovních příležitostí a ochranu a rozvoj přírodních a kulturních atrakcí.

¹¹ UNWTO, WTTC and Earth Council: "Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry" (1996)

¹² Např. následující publikace UNWTO „Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices" (2000), "Sustainable Development of Tourism: An Annotated Bibliography" (2000), "Guide for

Tabulka. 2: Mezinárodní příjezdy CR a mezinárodní příjmy z CR v Evropě

Stát		Mezinárodní příjezdy CR			Mezinárodní příjmy z CR		
		(1000)		Podíl (%)	USD milion		Podíl (%)
		2004	2005	2005	2004	2005	2005
Evropa		424 448	441 528	100	28 499	348 234	100
Rakousko	TCE	19 373	19 952	4,5	15 334	15 467	4,4
Belgie	TCE	6 710	6 747	1,5	9 233	9 863	2,8
Bulharsko	TF	4 630	4 837	1,1	2 221	2 401	0,7
Chorvatsko	TCE	7 912	8 467	1,9	6 848	7 463	2,1
Česká republika	TCE	6 061	6 336	1,4	4 172	4 631	1,3
Francie	TF	75 121	76 001	17,2	40 841	42 276	12,1
Německo	TCE	20 137	21 500	4,9	27 668	29 204	8,4
Řecko	TF	13 313	14 276	3,2	12 872	13 731	3,9
Maďarsko	TF	12 212	10 048	2,3	4 061	4 271	1,2
Irsko	TF	6 953	7 333	1,7	4 398	4 744	1,4
Itálie	TF	37 071	36 513	8,3	35 656	35 398	10,2
Holandsko	TCE	9 646	10 012	2,3	10 333	10 475	3,0
Norsko	TF	3 628	3 859	0,9	3 087	3 441	1,0
Polsko	TF	14 290	15 200	3,4	5 833	6 284	1,8
Portugalsko	TF	11 617	-	-	7 846	7 931	2,3
Rusko	TF	19 892	19 940	4,5	5 225	5 466	1,6
Španělsko	TF	52 430	55 577	12,6	45 248	47 891	13,8
Švýcarsko	TH	-	7 229	1,6	10 556	11 040	3,2
Turecko	TF	16 826	20 273	4,6	15 888	18 152	5,2
Ukrajina	TF	15 629	-	-	2 560	3 125	0,9
Spojené Království	VF	27 754	29 970	6,8	28 221	30 669	8,8

Pramen: UNWTO

- TF: Mezinárodní příjezdy turistů (mimo jednodenních návštěvníků)
 TH: Mezinárodní příjezdy turistů v hotelech
 TCE: Mezinárodní příjezdy turistů do hromadných ubytovacích zařízení
 VF: Mezinárodní příjezdy turistů (včetně jednodenních návštěvníků)

Význam cestovního ruchu můžeme také deklarovat na výši devizových příjmů ČR z aktivního zahraničního (příjezdového) cestovního ruchu. V roce 2006 již počtvrté tyto příjmy překročily hranici 100 mld. Kč, nicméně se stále nedostaly na úroveň roku 2000, resp. 2001. Devizové příjmy z cestovního ruchu pozitivně ovlivňují platební bilanci ČR, zejména bilanci služeb. Pozitivní saldo devizových příjmů z cestovního ruchu (53 mld. Kč v roce 2006) zajišťuje kladnou bilanci služeb (podíl devizových příjmů z cestovního ruchu ve stejném roce činil 38 % všech devizových příjmů ze služeb) a přispívá tak k nižšímu deficitu platební bilance (na exportu se devizové příjmy z cestovního ruchu podílejí 5,3 %).

Z hlediska vývoje lze pozorovat klesající význam devizových příjmů z cestovního ruchu na základních makroekonomických veličinách. Jde především o podíl na HDP, který od roku 1996 kontinuálně klesá. V roce 2006 představoval podíl devizových příjmů z cestovního ruchu na tvorbě HDP cca 3,5 % (v roce 1996 to bylo 6,6 %). Obdobný vývoj můžeme sledovat i u podílu devizových příjmů z cestovního ruchu na exportu. Tento vývoj je zapříčiněn zlepšujícím se stavem národního hospodářství (růst HDP, zlepšující se exportní schopnost ekonomiky) a stagnací sektoru cestovního ruchu.

Na základě předběžných výsledků ze Satelitního účtu cestovního ruchu ČR za období 2003 – 2005 dosáhl v roce 2005 podíl cestovního ruchu na HDP 3,1 % (na HPH 2,8 %)¹³. V roce 2005 si ČR jako cíl své cesty zvolilo 23,4 mil. návštěvníků. Turisté z toho představují zhruba

Local Authorities on Developing Sustainable Tourism" (1999), "Global Code of Ethics for Tourism" (1999) aj.
¹³ Uvedené podíly CR na hlavních makroekonomických ukazatelích České republiky v souladu s mezinárodně platnými manuály vyjadřují tzv. přímý vliv cestovního ruchu.

39 % všech návštěvníků a v roce 2005 jich do ČR přijelo 9,0 mil. Spotřeba příjezdového cestovního ruchu v tomto roce dosáhla 121,8 mld. Kč.

Podle výsledků ČSÚ tvořil sektor Ubytování a stravování, který nejvíce charakterizuje odvětví cestovního ruchu, v roce 2006 podíl 1,9 % na HPH ČR (2,1 % v roce 2005) a pracovalo v něm 175,5 tis. osob, což představovalo podíl 3,6 % na celkové zaměstnanosti (v roce 2005 rovněž 3,6 %).¹⁴ Úroveň nominálních mezd v tomto sektoru je hluboko pod průměrem ČR, tempo jejich růstu v sektoru dokonce zaostává za tempem růstu mezd v ČR. V roce 2006 průměrná měsíční mzda na jednu fyzickou osobu v rámci sektoru Ubytování a stravování byla 14 103 Kč, zatímco průměrná mzda v ČR dosahovala hodnoty 20 211 Kč.

Pro národní ekonomiku je rovněž významný domácí cestovní ruch. Dle údajů ČSÚ byly dlouhodobě výdaje českých turistů cestujících do zahraničí na vyšší úrovni než jejich výdaje při cestování v ČR. V roce 2005 došlo ke zlomu - útraty v ČR představovaly hodnotu 8,69 mld. Kč a v zahraničí 7,79 mld. Kč. Další zvýšení výdajů českých turistů na domácí cestovní ruch zvyšuje příjmy podnikatelského sektoru na úkor pasivního cestovního ruchu a pozitivně tak ovlivňuje platební bilanci ČR.

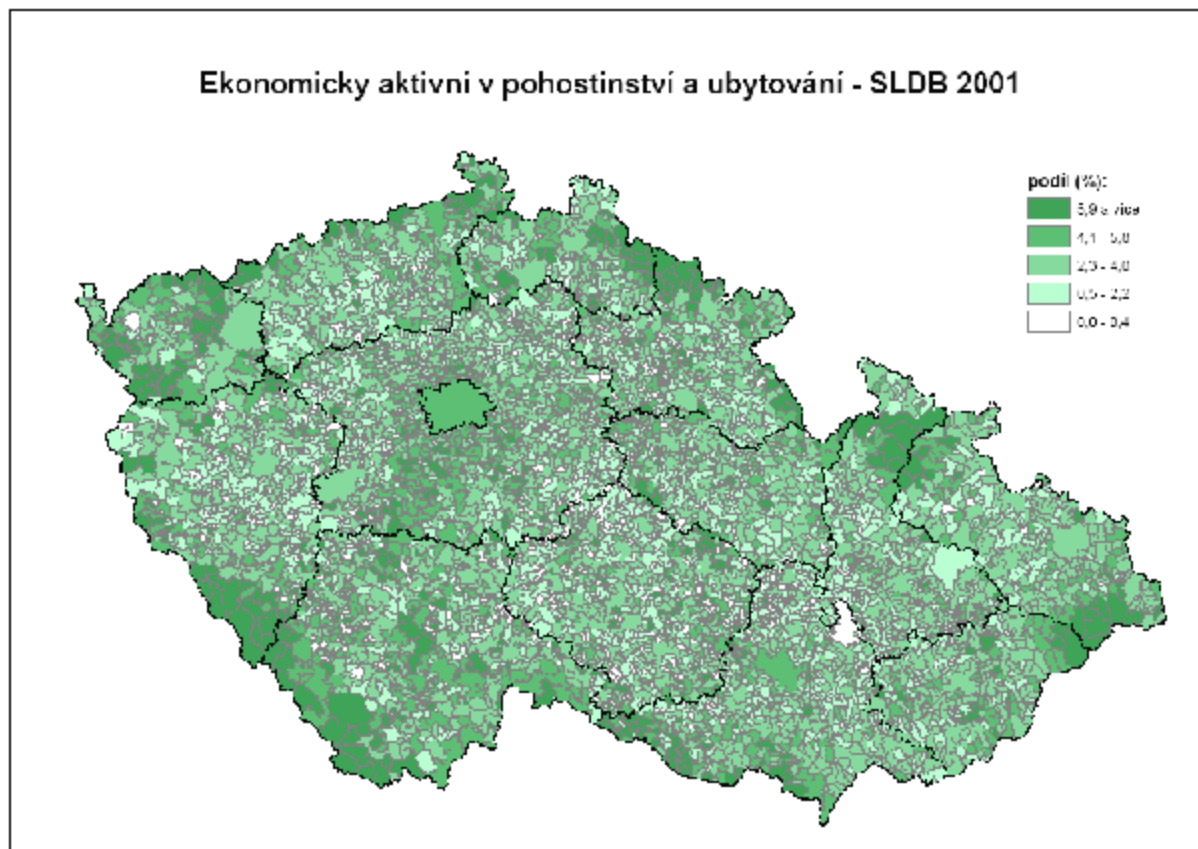
Tabulka. 3: Vývoj devizových příjmů z mezinárodního cestovního ruchu v ČR v letech 1993 - 2006

Rok	Devizové příjmy z CR v mld. Kč	HDP v mld. Kč	Podíl devizových příjmů z CR na HDP v %	Podíl devizových příjmů z CR na devizových příjmech ze služeb celkem v %	Podíl devizových příjmů z CR na exportu v %
1993	45,4	1020,3	4,4	33,0	11,0
1994	64,2	1182,8	5,4	43,2	14,0
1995	76,3	1466,5	5,2	42,8	13,4
1996	110,6	1683,3	6,6	49,8	18,6
1997	115,7	1811,1	6,4	50,9	16,3
1998	124,9	1996,5	6,3	50,6	15,0
1999	109,1	2080,8	5,2	44,8	12,0
2000	115,1	2189,2	5,3	43,5	10,3
2001	118,1	2352,2	5,0	43,8	9,3
2002	96,3	2464,4	3,9	41,7	7,7
2003	100,3	2577,1	3,9	45,8	7,3
2004	107,2	2781,1	3,8	43,4	6,2
2005	111,8	2970,3	3,7	39,7	6,0
2006	113,1	3204,1	3,5	37,7	5,3

Pramen: ČSÚ a ČNB, CzechTourism

¹⁴ Zdrojem údajů jsou čtvrtletní výsledky podnikové statistiky pro rok 2006

Obr. 1: Zaměstnanost v pohostinství a ubytování - 2001



Pramen: Atlas cestovního ruchu ČR; MMR ČR, 2006

1.3 Základní problémy rozvoje cestovního ruchu

Přestože jsou základní kompetence v oblasti cestovního ruchu v ČR určeny (Kompetenční zákon, zákon o krajích a zákon o obcích), organizace a řízení cestovního ruchu, ať již na národní či regionální úrovni, je nejvíce opomíjenou oblastí v problematice cestovního ruchu. Cestovní ruch je převážně záležitostí tržní, některé funkce však trh plnit nemůže a cestovní ruch, resp. některé jeho segmenty musí být organizovány a zajišťovány z úrovně národní politiky cestovního ruchu, a to zejména v následujících problémových okruzích:

- **Legislativa v cestovním ruchu**

Pokud jde o legislativní prostředí pro toto odvětví lze konstatovat, že ve 2. pol. 90. let 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 cestovního ruchu, která transformovala volnou živnost provozování cestovní kanceláře na dvě živnosti (koncesovaná živnost provozování cestovní kanceláře a vázaná živnost provozování cestovní agentury). Jakékoliv další změny při zařazování živností (provozování cestovní kanceláře a průvodcovská činnost) je nezbytné koordinovat mezi resorty a profesními sdruženími. Silným faktorem, který ovlivňuje odvětví cestovního ruchu je též sazba DPH, která při nesprávném nastavení působí zejména v neprospěch dalších investic v tomto oboru. Doposud také nebyla uspokojivě vyřešena problematika poskytování informací v cestovním ruchu jako certifikované veřejné služby. Rovněž také není legislativně dořešena otázka postavení a činnosti Horské služby ve vztahu k cestovnímu ruchu.

- **Koordinace činností a řízení cestovního ruchu na národní a regionální úrovni**
Vytvoření efektivních nástrojů koordinace činností a řízení cestovního ruchu, a to ve vztahu k realizaci Integrovaného operačního programu (IOP) v gesci MMR jako významného finančního nástroje podpory cestovního ruchu v letech 2007-2013 a realizace Regionálních operačních programů (ROP). Nezbytné bude definovat základní rámec spolupráce mezi ministerstvem a kraji, resp. definovat rozdělení činností a formy spolupráce na ústřední, regionální a místní úrovni v oblasti cestovního ruchu. Vzhledem k tomu, že turistické regiony, reprezentované vznikajícími organizacemi cestovního ruchu, se neshodují s hranicemi krajů, je nutné se v návrhové části Koncepce zabývat i jejich postavením a možnostmi podpory jejich činnosti. Stejně významnou je také otázka podpory činnosti turistických informačních center a organizace turistických informací (nedostatečné zavádění nových informačních technologií v cestovním ruchu - např. národní informační a rezervační systém cestovního ruchu včetně regionální úrovně, neprovázanost sítě budovaných turistických informačních center apod.).
- **Zahraniční a národní propagace a marketingová podpora prostřednictvím CzechTourism**
Vytvoření podmínek pro efektivní propagaci ČR jako destinace cestovního ruchu v zahraničí a její začlenění do evropského prostoru jako součásti evropské destinace.
- **Využití cestovního ruchu pro diverzifikaci ekonomických činností ve venkovském prostoru**
Z dosavadních analýz zabývajících se rozvojem venkova vyplývá aktuální potřeba nalezení účinnějších nástrojů k podpoře rozvoje šetrných forem cestovního ruchu v ČR ve venkovském prostoru. Z nejnovějších dokumentů EU je zřejmé, že venkovské oblasti se mohou stát přitažlivějšími a nabízet dostatek možností pro rozvoj služeb a vytváření produktů v oblasti cestovního ruchu. Přispěje to k tomu, že se venkovský cestovní ruch stane důležitým zdrojem diverzifikace venkovského hospodářství, což představuje významnou příležitost pro Českou republiku.

Další problémy rozvoje cestovního ruchu:

- nedostatečná infrastruktura cestovního ruchu a nerozvinuté služby,
- nedostatek potřebných odborníků pro řízení subjektů v cestovním ruchu,
- absence marketingových koncepcí rozvoje ČR jako evropské destinace,
- nízká úroveň partnerství mezi NNO, podnikatelskými subjekty, obcemi, kraji a státem,
- omezené finanční prostředky pro rozvoj podnikání,
- nedostatek nosných projektů vedoucích k tvorbě produktů cestovního ruchu,
- 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 (bazény), ale i vybavení turistických tras, lyžařských a běžeckých tratí, cyklotras a cyklostezek (odpočívadla, hygienická zařízení apod.),
- výrazné vnitroregionální rozdíly v úrovni vybavenosti a v návštěvnosti,
- nedostatečná schopnost subjektů na trhu cestovního ruchu reagovat na trendy probíhající jak na straně poptávky, tak na straně konkurenční nabídky (nabídka atraktivit cestovního ruchu, nabídka produktů, marketingová komunikace atd.).

2 SWOT analýza (slabé a silné stránky rozvoje cestovního ruchu, příležitosti a rizika)

2.1 Nabídka a financování cestovního ruchu

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> ○ výhodná geografická poloha z pohledu zahraničního cestovního ruchu ○ pestrost zastoupených typů krajiny vhodných pro rozvoj cykloturistiky, venkovského CR a agroturistiky ○ hustá a dokonale značená síť turistických tras a stezek po celé republice 	<ul style="list-style-type: none"> ○ nízká kvalita základních a doplňkových služeb CR (chybějící standardizace a certifikace) ○ nízký podíl produktů šetrných forem turistiky (agroturistika, cykloturistika, pěší turistika, lázeňský CR) na trhu cestovního ruchu ○ nízké využití ubytovacích kapacit v místech, kde je rozšíření sezony možné bez negativních vlivů na životní prostředí (ŽP) a veřejné zdraví (VZ) ○ výrazná sezónnost cestovního ruchu s převahou CR v letní sezóně v mnoha turistických regionech, kde je z hlediska ochrany ŽP a VZ přijatelné rozšíření sezony ○ nevstřícné chování poskytovatelů služeb k návštěvníkům ○ nedostatečná vybavenost většiny středisek CR doprovodnou sportovně-rekreační infrastrukturou ○ nedostatečná údržba a obnova historických objektů a kulturně historického dědictví, zejména památek zapsaných do seznamu UNESCO
<ul style="list-style-type: none"> ○ dosavadní existence Státního programu podpory CR a podpora cestovního ruchu v rámci SROP ○ kvantitativně dostatečná ubytovací kapacita ○ rozvoj národních a nadnárodních hotelových řetězců, a s tím spojená racionalizace řídicích procesů (Praha a některá další nejvýznamnější střediska cestovního ruchu) ○ Praha jako turistický fenomén světového významu ○ dlouholetá tradice a vysoká kvalita lázeňství ○ dostatečné množství lokalit vhodných pro cestovní ruch 	<ul style="list-style-type: none"> ○ malá nabídka konkurenceschopných produktů cestovního ruchu ve většině regionů ○ nedostatek multifunkčních center volného času v příměstských rekreačních oblastech ○ nedostatečná a nekvalitní dopravní dostupnost turistických cílů a atraktivit v regionech
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> ○ zpřístupnění dalších zajímavých kulturně-historických objektů a zapsání dalších památek do seznamu UNESCO ○ aktivace soukromých investic do vzniku nových atraktivit CR ○ prosazování nových technologií ve všech segmentech cestovního ruchu ○ příchod dalších investorů zejména v oblasti hotelového průmyslu ○ využití stávajícího vnitřního potenciálu ČR spojeného s podporou malého a středního podnikání ve vazbě na tvorbu nových pracovních míst ○ podchycení trendů vývoje CR a nových segmentů trhu ○ rozvoj tradičního lázeňství a využití dalších minerálních léčivých zdrojů ○ soustředění se na rozvoj domácího CR ○ tvorba nových produktů zaměřených do turistických oblastí mimo Prahu ○ k cestovnímu ruchu přívětivá daňová politika (DPH) ○ důsledné využívání programů podpory cestovního ruchu ○ dobré možnosti rozvoje venkovského cestovního ruchu, potenciál pro rozvoj vinařského CR ○ dobré možnosti pro rozvoj vodního CR ○ podpora vybraných příměstských zón volnočasových aktivit ○ podpora programů podpory zdraví 	<ul style="list-style-type: none"> ○ nedostatečná kvalita a struktura infrastruktury cestovního ruchu, vč. doprovodné infrastruktury ○ podcenění údržby kulturních a technických památek využitelných pro cestovní ruch ○ podcenění péče o přírodní bohatství a krajinný ráz jako podmínky atraktivity území pro CR ○ podcenění významu zajištění dopravní obslužnosti v oblastech atraktivních pro CR ○ zhoršování životního prostředí v sídlech, znečišťování, vodních ploch ○ převážení jiných k životnímu prostředí málo šetrných forem využití území než cestovního ruchu v lokalitách s vysokým potenciálem CR ○ špatná dostupnost kapitálu pro stabilizaci a další rozvoj podnikání v cestovním ruchu ○ nedostatek připravených rozvojových projektů ○ lokální poškozování přírodního prostředí v důsledku přeplněných středisek a přetěžování území ○ tendence extenzivně rozšířit cestovní ruch v CHKO a NP

2.2 Poptávka a propagace cestovního ruchu

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">o pokračující zájem zahraničních turistů o Českou republiku s Prahou jako hlavním magnetem pro zbytek zeměo prezentace ČR na světových veletrzích CRo existence internetové prezentace ČRo pozitivní obraz ČR v sousedních zemích, ČR je vnímána jako zajímavá destinace CR plně srovnatelná s jinými středoevropskými zeměmi poměrně vysoký podíl opakovaných návštěv ČR návštěvníky ze sousedních zemí	<ul style="list-style-type: none">o veškeré asociace s ČR jsou spojovány s historií a kulturními památkami, absence motivů dané přírodou, prožitků volného časuo nedostatek informací o ČR (zejména o regionech) v zahraničí i domao vnímání nedostatků ve službách (taxi služba, směnárný, nízká jazyková vybavenost)o koncentrace poptávky na letní sezónuo absence marketingových studií rozvoje potenciálních regionů cestovního ruchuo nedostatečná marketingové aktivity (definice cílových trhů, tvorba marketingových strategií, produktů a jejich marketingových mixů)o nedostatečná možnost propagace republiky a regionů v zahraničí a regionů i v rámci republikyo nevyváženost zahraniční návštěvnosti mezi Prahou a ostatními kraji ČR
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none">o postupné rozvíjení image jako atraktivní destinace cestovního ruchu všemi zainteresovanými subjektyo rostoucí počet obchodních a služebních cest, pořádání kongresů jako faktorů růstu návštěvnosti v ubytovacích zařízenícho finanční dostupnost domácí destinaceo růst počtu leteckých spojůo další rozšíření činnosti agentury CzechTourismo Česká republika – bezpečná destinace v Evropské unii	<ul style="list-style-type: none">o vysoká koncentrace návštěvníků a turistů do hlavního města Prahyo snížená fyzická aktivita občanů a vzrůstající nároky na dopravu a nárůst expozice emisí z dopravyo ČR není zahraničními návštěvníky vnímána jako destinace vhodná pro aktivní a dobrodružnou dovolenouo negativní vnímání možností realizace volnočasových aktivit v ČR (zejména z pohledu domácí populace)

2.3 Organizace a informace v cestovním ruchu

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> ○ počet a kvalita činnosti turistických informačních center ○ zvyšující se aktivita místní samosprávy a sdružení obcí ○ rozšiřování spolupráce příhraničních regionů a ostatních regionů a obcí se zahraničními partnery v oblasti cestovního ruchu ○ adaptabilní pracovní síla 	<ul style="list-style-type: none"> ○ nevyjasněné rozdělení činností mezi centrální a regionální úroveň veřejné správy ○ nízký počet regionálních a lokálních organizačních struktur CR ○ přetrvávající špatná úroveň spolupráce subjektů cestovního ruchu, zejména mezi veřejnou a soukromou sférou ○ nízké zapojení turistických informačních center do organizačních struktur cestovního ruchu ○ absence koncepčního řízení cestovního ruchu ve velkoplošných chráněných územích (národních parcích a chráněných krajinných oblastech) ○ nedostatečný rozsah statistických informací o cestovním ruchu, nedokončený Satelitní účet CR ○ nízký počet marketingových šetření zaměřených na výzkum potenciální poptávky (zejména v zahraničí) ○ nedostatečné zavádění nových informačních technologií ○ nerovnováha mezi poptávkou a nabídkou kvalitních pracovníků a manažerů v cestovním ruchu ○ neexistence informačního a rezervačního systému cestovního ruchu na národní úrovni ○ nedostatečný a nejednotný orientační systém (informace v turisticky atraktivních místech, směrovky, naváděcí systém)
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> ○ podpora budování organizačních struktur v turistických regionech a oblastech ○ podpora zapojování podnikatelských subjektů do organizačních struktur v cestovním ruchu ○ další rozvoj přeshraniční spolupráce v cestovním ruchu, zejm. v tvorbě společných produktů CR a organizaci společných regionálních veletrhů CR ○ vznik klastrů v oblasti cestovního ruchu ○ dokončení Satelitního účtu cestovního ruchu včetně jeho regionálního členění ○ rozšíření rozsahu šetření statistických údajů pro kvalifikované rozhodování subjektů v oblasti cestovního ruchu. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ nedocenění významu legislativního rámce podnikání a kontroly kvality služeb včetně ochrany spotřebitele ○ další odklad vytváření organizačních struktur CR jako základního opěrného bodu rozvoje cestovního ruchu v regionu ○ nedostatek finančních prostředků v rozpočtu centrálních orgánů (MMR ČR, CzechTourism), kraje, svazků obcí i samotných obcí bude podvazovat vznik jednotné zastřešující organizační struktury CR ○ nedostatek zainteresovaných a schopných aktérů CR při budování regionálních organizací CR ○ podcenění významu koordinace společného postupu státních orgánů, orgánů samosprávy, regionálních rozvojových agentur, regionálních sdružení cestovního ruchu a zájmových profesních sdružení cestovního ruchu ○ podcenění lidského faktoru a profesionální přípravy odborníků v oblasti cestovního ruchu, včetně poradenské a vzdělávací činnosti pro začínající podnikatele (oblast vzdělávání dospělých) ○ nedostatečná schopnost vzdělávacího systému reagovat na požadavky informační společnosti a na vývojové trendy společnosti a CR ○ nízká mobilita pracovní síly ○ nedostatečná orientace vzdělávacího systému na jazykové dovednosti

Na základě významu cestovního ruchu pro národní hospodářství a identifikovaných problémů limitujících jeho další rozvoj vyplývá nutnost podpory odvětví cestovního ruchu ze strany státu přímými i nepřímými formami. Tato Koncepce je soustředěna na problematiku v kompetenci ministerstva pro místní rozvoj a případná spolupráce s dalšími subjekty bude podchycena zejména v rámci navržených opatření. V oblasti cestovního ruchu je rovněž nezbytná mezirezortní spolupráce, jež se postupně rozvíjí.

3 Stanovení vize a cílů Koncepce státní politiky cestovního ruchu ČR na období 2007-2013

3.1 Preambule

Úlohou vlády České republiky je vytvářet podmínky pro rozvoj podnikání rovněž v oblasti politiky cestovního ruchu jako významné součásti hospodářské politiky vlády, a tím zlepšovat rámcové podmínky pro ekonomiku cestovního ruchu, zvyšovat konkurenceschopnost celého odvětví cestovního ruchu a přispět k rozvoji trhu práce vytvářením nových pracovních míst. To znamená, že **vláda vytvoří podmínky pro rozvoj cestovního ruchu**, které ve stejné míře přispějí i k rozvoji a ke zvýšení podílu **domácího cestovního ruchu** v České republice.

K hospodářsko-politickým cílům vlády ve vztahu k odvětví cestovního ruchu náleží vedle **daňové politiky** zejména podpora malým a středním podnikům, **zlepšení infrastruktury** cestovního ruchu, **řešení a překonání strukturálních změn a regionálních disparit**. Jde tedy především o zvýšení konkurenceschopnosti sektoru cestovního ruchu a celého hospodářství. Dalším nezanedbatelným cílem je cílené **snížení administrativní zátěže rozvoje podnikání v cestovním ruchu**.

Nezbytnou podmínkou pro efektivní rozvoj odvětví cestovního ruchu je i **podpora základního a dalšího profesního vzdělávání**, která vede ke zvýšení adaptability pracovní síly a zkvalitňování poskytovaných služeb.

Jedním z dalších úkolů státní politiky cestovního ruchu je **podpora marketingu**. Právě obchodní strategie má vést k prezentaci České republiky v zahraničí jako dovolenkové a atraktivní destinace cestovního ruchu. O uvedenou úlohu se stará zejména Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism (dále jen „CzechTourism“). CzechTourism využívá svoji zkušenost získanou na zahraničním trhu i do nadregionálního domácího marketingu.

Vytvářením podmínek pro činnost malých a středních podnikatelů ministerstvo pro místní rozvoj sleduje:

- zlepšení kvality produktů cestovního ruchu;
- zvýšení kvalifikace zaměstnanců v cestovním ruchu;
- dosažení vyššího stupně stability podnikatelského prostředí v cestovním ruchu;
- programové financování pro řešení problémů;
- environmentální – ekologicky šetrný přístup.

Politika cestovního ruchu v České republice spočívá v mnohostranné podpoře mnoha významných subjektů a aktivit v cestovním ruchu. K tomu je zapotřebí mít nejen jasné představy o tom, jak a co politika cestovního ruchu může ovlivnit, tzn. stanovit její strategickou vizi a cíle, ale i zlepšit organizaci a řízení cestovního ruchu, a to i na nižších stupních.

3.2 Strategická vize a cíle Koncepce

Česká republika disponuje historickým, přírodním a kulturním potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu a lázeňství. Nachází se zde množství historických, kulturních a technických památek, včetně památek zapsaných do seznamu UNESCO. Tento potenciál však v současnosti není zcela využíván, což je způsobeno především nedostatečnou infrastrukturou a nízkou kvalitou základních i doplňkových služeb cestovního ruchu, ale také problémy spojenými s kvalitou a kvalifikovaností pracovní síly, která v tomto odvětví působí. Prozatím podstatným faktorem ovlivňujícím vyváženost cestovního ruchu v ČR je jeho výrazná koncentrace do hlavního města Prahy.

Vzhledem k tomu, že cestovní ruch patří k odvětvím s výrazným podílem na zaměstnanosti, je jeho rozvoj spojen s tvorbou nových pracovních míst, čímž přispívá ke snižování nezaměstnanosti a k řešení s ní souvisejících problémů.

Rozvoj cestovního ruchu v ČR pomocí moderních produktů cestovního ruchu vycházejících ze sociokulturních specifik regionů, jejich přírodního bohatství a historického, kulturního a technického dědictví přispěje k socioekonomickému rozvoji regionů, který je zároveň šetrný vůči přírodním a jiným zdrojům, které jsou předmětem zájmu odvětví cestovního ruchu.

Strategická vize a cíle pro cestovní ruch v České republice vycházejí z toho, že cestovní ruch je do značné míry založen na malém a středním podnikání. Z toho také vychází systém priorit a podpůrných opatření. Politika podpory cestovního ruchu je v České republice uplatňována jak na národní úrovni, tak i na úrovni krajů a obcí.

Základní strategická vize cestovního ruchu pro období 2007 – 2013

Destinace Česká republika – jednička v srdci Evropy

Strategická vize cestovního ruchu pro období 2007 - 2013 představuje Českou republiku 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 cestovním ruchu;
- zajišťující osobám pracujícím v cestovním ruchu 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.

Globální cíl Konceptce

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

Hlavními strategickými cíli Konceptce pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu v České republice jsou:

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

Strategická vize a cíle Konceptce navazují na „**Strategii udržitelného rozvoje České republiky**“ (usnesení vlády č. 1242/2004), která představuje dlouhodobý rámec pro udržení základních civilizačních hodnot a kvality života společnosti a východisko pro zpracování dalších dokumentů koncepčního charakteru, tedy i pro politiku cestovního ruchu.

V oblasti hospodářské politiky vychází strategická vize a cíle Konceptce ze „**Strategie hospodářského růstu**“ (usnesení vlády č. 984/2005), která stanoví koordinaci priorit hospodářské politiky do roku 2013 v pěti základních oblastech: institucionální prostředí pro podnikání, zdroje financování, infrastruktura, rozvoj lidských zdrojů a výzkum, vývoj a inovace. Prostřednictvím těchto pilířů se Strategie hospodářského růstu zaměřuje na prorůstová opatření směřující ekonomiku ČR k oborům a službám s vysokou přidanou hodnotou, stojících na vzdělané pracovní síle a využívajících výsledků domácího a mezinárodního výzkumu a vývoje ke zvyšování své konkurenceschopnosti včetně využití stávajících konkurenčních výhod a jejich dalšího prohloubení.

Konceptce se přiměřeně opírá o „**Státní politiku životního prostředí ČR pro období 2004 – 2010**“ (usnesení vlády č. 235/2004) a „**Strategii ochrany biologické rozmanitosti České republiky**“ (usnesení vlády č. 620/2005). Kvalitní životní prostředí zvyšuje atraktivitu a tedy i konkurenceschopnost cestovního ruchu pro podnikatelské a další subjekty a vytváří tím podmínky pro zlepšení celkové kvality života obyvatel ČR.

Konceptce usiluje o propojení aspektů odvětvových hledisek při realizaci strategických záměrů Strategie hospodářského růstu a hledisek udržitelného rozvoje vyplývající ze Strategie udržitelného rozvoje s rozvojem odvětví cestovního ruchu. Současně se Konceptce při praktické realizaci bude opírat o **Politiku územního rozvoje** (usnesení vlády č. 561/2006), protože tato politika ukládá řadu úkolů i v oblasti cestovního ruchu¹⁵, přičemž

¹⁵ Z Politiky územního rozvoje ČR mj. vyplývá, že se má podporovat rozvoj cestovního ruchu zejména v rámci vymezených rozvojových oblastí (Praha, Ostrava, Brno, Hradec Králové/Pardubice, Plzeň, Ústí nad Labem, Liberec, Olomouc, Zlín, České Budějovice, Jihlava a Karlovy Vary). V rámci rozvojové oblasti Karlovy Vary se při tom má podporovat rozvoj lázeňství. V rámci pak tzv. specifických oblastí Šumava, Beskydy a Jeseníky-Králický Sněžník se má celostátně i mezinárodně propagovat přírodní a kulturní hodnoty oblasti a možnosti rekreace s cílem rozvoje cestovního ruchu, organizovat poradenství pro rozvoj kvalifikace obyvatel v této

obě politiky budou v tomto směru vhodně koordinovány a **Strategii regionálního rozvoje** (usnesení vlády č. 560/2006).

Strategická vize a cíle Koncepce reflektuje **Strategické obecné zásady Společenství pro soudržnost 2007-2013** (SOZS; Community Strategic Guidelines - COM(2005) 0299, Brussels 05-07-2005), kde je cestovní ruch chápán jako důležitá rozvojová aktivita. Významná je také vazba na zaměstnanost a tvorbu nových pracovních míst, rozvoj lidských zdrojů i na podporu podnikatelských aktivit.

Lisabonská strategie (**Národní program reforem /Národní Lisabonský program/ 2005-2008**, usnesení vlády ČR č. 1200/2005) je nově primárně orientována na dosažení vyššího hospodářského růstu a zaměstnanosti při respektování principu udržitelného rozvoje. Lisabonská témata jsou patřičným způsobem implementována i do politiky cestovního ruchu v České republice.

Koncepce také reflektuje různá doporučení, projekty a nejvýznamnější dokumenty Evropské unie¹⁶ v oblasti cestovního ruchu a mezinárodních organizací, a to zejména Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) a Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (OECD)¹⁷.

Strategická vize a cíle Koncepce jsou také v souladu s nařízením Rady EU o všeobecných ustanoveních pro Evropský fond regionálního rozvoje, Evropský sociální fond a Fond soudržnosti a s nařízením Rady o Evropském fondu regionálního rozvoje a o Evropském sociálním fondu¹⁸. V nařízení Rady o Evropském fondu regionálního rozvoje, v části definující intervence v rámci cíle Konvergence, je uveden cestovní ruch včetně podpory přírodního a kulturního bohatství jako rozvojového potenciálu pro udržitelný cestovní ruch, ochrana kulturního dědictví související s ekonomickým rozvojem a podpora služeb cestovního ruchu s vyšší přidanou hodnotou.

Koncepce je tedy zaměřena na podporu zvýšení konkurenceschopnosti celého odvětví cestovního ruchu podporou využití potenciálu, který v České republice existuje a bude se dále rozvíjet. V rámci strategických cílů bude podporován marketing, rozvoj služeb cestovního ruchu, rozvoj infrastruktury pro cestovní ruch, tj. rozvoj ubytovacích a stravovacích služeb i navazující infrastruktury, včetně doprovodných programů pro

oblasti, v rámci specifické oblasti Beskydy se má dále podporovat i rozvoj ekologických forem rekreace, turistiky a cyklistiky, zpracování místních surovin, tradičních řemesel apod., navázat na místní tradice umělecké a řemeslné výroby a v rámci specifické oblasti Rakovnicko-Kralovicko-Podbořansko se má do roku 2008 posoudit reálné možnosti využití pro specifické formy rekreace, využívající klidového charakteru oblasti.

¹⁶ V rámci EU je na základě rozhodnutí Evropské rady 86/664/EHS z 31.12.1986 nejvyšším orgánem pro cestovní ruch tzv. „Poradní výbor pro cestovní ruch“, který iniciuje schvalování všech nařízeních a doporučení. Mezi klíčové dokumenty patří zejména sdělení Komise „**Pracujme společně pro budoucnost evropského CR (COM(2001)665 final)**“, z 13.11.2001, ve kterém Komise identifikovala pět klíčových oblastí (informace, vzdělávání, kvalita, udržitelný rozvoj a nové technologie), na jejichž podporu by se měly členské státy v budoucnosti zaměřit a koordinovat politiku cestovního ruchu a dále sdělení Komise „**Základní cíle pro udržitelný rozvoj evropského cestovního ruchu (COM(2003)716 final)**“ z 21.11.2003 a sdělení Komise „**Obnovená politika EU v oblasti cestovního ruchu: Vstříc silnějšímu partnerství pro evropský cestovní ruch (COM(2006)134 final)**“ z 17.3.2006. Poradní výbor rovněž vyvíjí četné aktivity v oblasti evropské legislativy související s poskytováním služeb v cestovním ruchu.

¹⁷ Vrcholným orgánem OECD pro cestovní ruch je tzv. „Výbor pro cestovní ruch“, který představuje jedinečnou mezivládní platformu pro výměnu zkušeností v oblasti cestovního ruchu zejména při koncepční, analytické, metodologické a statistické činnosti. Současně významně přispívá k rozvoji a uznání celého odvětví cestovního ruchu v národních hospodářstvích po celém světě.

¹⁸ Nařízením Rady (ES) č. 1083/2006 ze dne 11. července 2006 o obecných ustanoveních o Evropském fondu pro regionální rozvoj, Evropském sociálním fondu a Fondu soudržnosti a o zrušení nařízeních (ES) č. 1260/1999.

organizaci volného času turistů. Podporovanou oblastí bude také tvorba ucelených produktů cestovního ruchu.

K rozvoji cestovního ruchu budou sloužit opatření zaměřená na aktivity, které přispívají k zachování a obnově kulturního a přírodního dědictví jako atraktivit cestovního ruchu. Dále také aktivity přispívající k rozvoji cestovního ruchu v ČR, zde důležitou roli hraje dopravní a informační infrastruktura, dále podpora podnikatelských aktivit, zaměstnanosti, ochrana životního prostředí a s ní spojená udržitelnost cestovního ruchu. V celkovém souhrnu bude snahou zaměření nabídky zvláště na zahraniční a zvláště na domácí návštěvníky.

Ke kvalitnímu poznání současného stavu cestovního ruchu, jeho silných a slabých stránek budou také přispívat navrhované výzkumy týkající se nejen návštěvníků, ale i subjektů podnikajících v cestovním ruchu.

Realizací strategických cílů se napomůže zkvalitnění služeb cestovního ruchu v ČR tak, aby se zvýšila konkurenceschopnost České republiky pro zahraniční i domácí klienty, což přispěje k ekonomickému růstu a bude mít dopady na zaměstnanost, a to i ve venkovských oblastech. Rozvoj služeb cestovního ruchu je závislý na kvalitní a kvalifikované pracovní síle, proto bude potřebné zkvalitnění systému vzdělávání a kvalifikací v oblasti cestovního ruchu. Využití potenciálu, který území ČR pro cestovní ruch a lázeňství nabízí, přispěje také k rozvoji regionů, neboť v každém regionu existují atraktivita cestovního ruchu, jejichž využití zatím neodpovídá možnostem.

Tímto způsobem může realizace strategických cílů přispět k odstraňování regionálních disparit (především v nezaměstnanosti tvorbou nových pracovních míst), a tím přispět k vyváženějšímu rozvoji celého území ČR.

K realizaci vize a strategických cílů je zapotřebí dodržení tří základních principů, a to:

1. Růst a rozvoj cestovního ruchu v celé České republice musí vycházet především z aktivit soukromého sektoru za vhodné podpory ze strany státu, krajů a obcí.
2. Základním úkolem politiky cestovního ruchu je stanovení konsistentního rámce vhodně vybraných činností, které postihnou veškeré příslušné oblasti aktivit státu, pomocí nichž bude zajištěn udržitelný rozvoj, prosperita podnikání, inovace a investice v cestovním ruchu, udržitelné využívání zdrojů, ochrana kulturního a přírodního dědictví, posilování partnerství a účinná ochrana životního prostředí (jako důležitého zdroje pro cestovní ruch).
3. Veřejná správa by měla zastávat důležitou úlohu v rámci podpory zlepšování využití podnikatelských kapacit v oblasti cestovního ruchu, které jsou ve větší míře zastoupeny malými a v menší míře středními podnikateli. Při realizaci tohoto principu by měl být zásah veřejného sektoru, do cestovního ruchu omezen pouze na ty oblasti, které představují možné selhání trhu s cílem těmto situacím předcházet.

Podmínkou efektivní realizace státní politiky je spolupráce státní správy, především ministerstva pro místní rozvoj, s kraji a obcemi s využitím principu partnerství, tj. ve společné spolupráci se zástupci podnikatelů, především však s profesními společenstvími, která sdružují odborníky (podnikatele). Partnerství se očekává i na úrovni krajů, turistických regionů, obcí ve vztahu k jednotlivým podnikatelům a nestátním neziskovým organizacím. Efektivita a účinnost, se kterou budou vyžadované principy uplatněny, bude rozhodovat o budoucím úspěchu cestovního ruchu v ČR jako sektoru investičních příležitostí, inovací a podnikání a zároveň jako nástroji sociálního a ekonomického rozvoje.

Uplatnění principů by mělo vést k sestavení nového rámce politiky cestovního ruchu a stanovení souvisejících činností, které zajistí silné, soběstačné, prosperující, inovační a na

zákazníky zaměřené podniky v cestovním ruchu. S tím úzce souvisí permanentní sledování a následné zlepšování podnikatelského prostředí, včetně přípravy legislativních návrhů. Cestovní ruch by měl reagovat na změny v potřebách zahraničních a domácích návštěvníků a poskytovat každému z nich produkty, služby a zážitky, které překonají jeho očekávání.

Specifické cíle

- Udržitelné využití přírodního potenciálu krajiny jako (nezbytné) podmínky pro zvýšení její atraktivity pro cestovní ruch.
- Zvýšení dostupnosti kulturních a přírodních památek využívaných cestovním ruchem a jejich udržování.
- Rozvoj environmentálně šetrných forem cestovního ruchu jako možností pro rozvoj udržitelného cestovního ruchu, zejména, ale nejenom, v environmentálně významných oblastech.
- Rozvoj lidských zdrojů a podpora metod a nástrojů pro rozvoj cestovního ruchu.

3.3 Základní priority Koncepce

Systém priorit vychází ze strategické vize a cílů Koncepce, které spočívají v podpoře čtyř základních oblastí¹⁹.

Realizace **vlastních konkurenceschopných produktů cestovního ruchu (rozvojová priorita 1)**, založených především na jejich atraktivitě, jedinečnosti a neopakovatelnosti. Programy a produkty cestovního ruchu by měly šetrným způsobem využívat přírodní atraktivity, kulturní, historické a další objekty (tak aby jejich hodnota byla zachována i pro budoucí generace), a to v návaznosti na společenské aktivity, které by měly být provázány ve smyslu atraktivita – služba, příroda – společnost, měly by být zacíleny na určitý konkrétní typ návštěvníků a neměly by nijak výrazně zatěžovat životní prostředí.

Nezbytným předpokladem pro tvorbu a realizaci těchto produktů je existence kvalitní **základní a doprovodné infrastruktury a služeb cestovního ruchu (rozvojová priorita 2)**, na jejichž výstavbě a zejména modernizaci či rekonstrukci a provozu se budou největší měrou podílet malí a střední podnikatelé znalí konkrétního prostředí, kteří budou ke své činnosti potřebovat cílenou podporu.

Aby bylo možné produkty cestovního ruchu vytvořit a úspěšně je nabízet (prodávat), je nutné pro ně připravit odpovídající **marketing (rozvojová priorita 3)**, tedy zejména reklamu, propagaci, distribuci a prodej, za kterou stojí aktivní činnost **lidského potenciálu** (subjektů cestovního ruchu), a to na národní a regionální úrovni.

Přípravu a tvorbu produktů cestovního ruchu je důležité založit na pružné a fungující **organizační struktuře cestovního ruchu (rozvojová priorita 4)** s jasně vymezenými kompetencemi a rozdělením činností, a to na regionální i nadregionální úrovni. Počítá se přitom zejména s odbornou veřejností - odbornými sdruženími profesionálů, asociacemi a svazy. V rámci této priority je nezbytná i finanční participace na některých činnostech v zájmu vytvoření optimálních podmínek pro jejich realizaci. S tímto posláním úzce souvisí zkvalitnění fungování správních orgánů a krizového managementu v oblasti cestovního ruchu v ČR. Specifickou oblastí zájmu bude podpora klastrů cestovního ruchu.

V souladu se stanovenými cíly a opatřeními minulých Koncepcí státní politiky cestovního ruchu ČR z let 1999 a 2002 - 2006, v souladu s aktuálními národními programovými

¹⁹ Při zachování 3 základních principů udržitelnosti – princip ekonomické prosperity, princip kulturně – sociální identity a princip ekologický –šetrné formy cestovního ruchu

dokumenty České republiky (NRP a NSRR na léta 2007-2013, Strategie regionálního rozvoje ČR, Politika územního rozvoje, návrhy IOP, ROP a dalšími relevantními operačními programy na období 2007-2013), jakož i v souladu s výsledky širokých diskusí mezi MMR a nejvýznamnějšími regionálními aktéry v oblasti cestovního ruchu (zejm. Komise rady Asociace krajů ČR pro cestovní ruch, Asociace turistických regionů ČR) jsou pro období 2007-2013 navrhovány následující priority a opatření pro podporu cestovního ruchu.

Priorita 1: Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu

- Opatření 1: Tvorba nosných národních a nadnárodních produktů cestovního ruchu
- Opatření 2: Tvorba specifických regionálních produktů cestovního ruchu

Priorita 2: Rozšiřování a zkvalitňování infrastruktury a služeb cestovního ruchu

- Opatření 1: Rekonstrukce a výstavba kvalitní základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu
- Opatření 2: Rekonstrukce kulturně-historických památek a zachování přírodních lokalit využívaných pro cestovní ruch s důrazem na jejich sekundární využití
- Opatření 3: Zkvalitňování služeb cestovního ruchu
- Opatření 4: Vytváření podmínek pro realizaci šetrných forem cestovního ruchu

Priorita 3: Marketing cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů

- Opatření 1: Marketing (propagace) cestovního ruchu na mezinárodní, národní a regionální úrovni
- Opatření 2: Zkvalitnění statistiky a informací o cestovním ruchu
- Opatření 3: Zkvalitňování vzdělávání a přípravy lidských zdrojů v cestovním ruchu, podpora výzkumu, vývoje a inovací v cestovním ruchu

Priorita 4: Vytváření organizační struktury cestovního ruchu

- Opatření 1: Zakládání a činnost organizací cestovního ruchu na regionální a oblastní úrovni
- Opatření 2: Činnost turistických informačních center
- Opatření 3: Spolupráce mezi veřejným a podnikatelským sektorem, neziskovými organizacemi a profesními a zájmovými sdruženími v cestovním ruchu
- Opatření 4: Krizový management a zkvalitnění fungování správních orgánů v oblasti cestovního ruchu v ČR

Strategický rámec Koncepce

Strategická vize

Destinace Česká republika – jednička v srdci Evropy

Globální cíl

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

Hlavní strategické cíle

Specifické cíle

Priorita 1.	Priorita 2.	Priorita 3.	Priorita 4.
Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu	Rozšiřování a zkvalitňování infrastruktury a služeb cestovního ruchu	Marketing cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů	Vytváření organizační struktury cestovního ruchu
Tvorba nosných národních a nadnárodních produktů cestovního ruchu	Rekonstrukce a budování kvalitní základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu	Marketing (propagace) CR na mezinárodní, národní a regionální úrovni	Zakládání a činnost organizací cestovního ruchu na regionální a oblastní úrovni
Tvorba specifických regionálních produktů cestovního ruchu	Rekonstrukce kulturně-historických památek a zachování přírodních lokalit využívaných pro cestovních	Zkvalitnění statistiky a informací o cestovním ruchu	Činnost turistických informačních center
	Zkvalitňování služeb cestovního ruchu	Zkvalitňování vzdělávání a přípravy lidských zdrojů v cestovním ruchu podpora výzkumu, vývoje a inovací	Spolupráce mezi veřejným a podnikatelským sektorem, neziskovými organizacemi a profesními a zájmovými sdruženími v ČR
	Vytváření podmínek pro realizaci šetrných forem cestovního ruchu		Krizový management a zkvalitnění fungování správních orgánů v oblasti CR v ČR

3.3.1 PRIORITA Č. 1 - Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu

Hlavní záměry priority:

- *výrazné rozšíření a zkvalitnění nabídky moderních turistických produktů a programů*
- *podpora malého a středního podnikání v cestovním ruchu*
- *prodloužení délky pobytu turistů*
- *růst příjmů z cestovního ruchu*

Odvětví cestovního ruchu musí být připraveno na inovační trendy a na přizpůsobení své nabídky poptávce návštěvníků, pouze tak si může zachovat konkurenceschopnost. Nabídka produktů cestovního ruchu ČR musí být odlišná od ostatních zemí a musí si zachovat jedinečnost obrazu ČR jako destinace cestovního ruchu. Proto je nutné vytvářet a přednostně rozvíjet produkty, které jsou atraktivní a úspěšně prodejné na zdrojových trzích ČR.

Na trhu domácího cestovního ruchu je vhodné věnovat pozornost inovaci nabízených produktů cestovního ruchu a prioritně se soustředit na jednotlivé cílové skupiny návštěvníků (např. dětské poznávací a sportovní pobyty, rodinná dovolená s dětmi, nabídka pro seniory, incentivní cestovní ruch).

Podporu tvorby produktů cestovního ruchu je potřebné realizovat na dvou základních úrovních, a to národní (nadmárodní) a regionální. Státní politika se z hlediska zahraniční návštěvnosti soustřeďuje hlavně na atraktivní národní produkty cestovního ruchu. Většina produktů cestovního ruchu má přitom regionální charakter.

Specifické kulturní a folklórní atraktivity se nacházejí na většině území republiky. Existuje hustá a dobře značená síť vzájemně propojených turistických stezek. Lázeňství v České republice je světově proslulé a má hluboké historické kořeny.

Nejvýznamnější formy cestovního ruchu, pro které má Česká republika nejlepší předpoklady a které by měly být v uvedeném období přednostně podporovány a rozvíjeny, jsou:

- **Městský a kulturní cestovní ruch** - kulturní dědictví, historická města, kulturně-historické památky včetně technických a církevních, muzea, divadla atd.
- **Dovolená v přírodě** - kempink, dovolená u vody, letní a zimní pobyty v horách, venkovský cestovní ruch a agroturistika, regionální a speciální produkty cestovního ruchu atd.
- **Sportovní a aktivní dovolená** - všechny formy nejrozšířenějších sportů, turistika, cykloturistika, zimní sporty, vodní sporty, hipoturistika, lov, golf atd.
- **Lázeňský cestovní ruch** - zdravotní pobyty v lázních, wellness, zdravotní cestovní ruch atd.
- **Kongresový a incentivní cestovní ruch** - kongresový cestovní ruch, incentivní cestovní ruch, obchodní cestovní ruch)

Číslo a název opatření

1.1 Tvorba nosných národních a nadnárodních produktů cestovního ruchu

Stručný popis výchozí situace

Vytváření systému národních a nadnárodních produktů bude součástí nově vytvořené dlouhodobé strategie, kterou připraví ministerstvo pro místní rozvoj. Systém jejich propagace a prosazení na zahraničních trzích bude vycházet z aktualizované Strategie propagace ČR na období 2004 – 2010, která je realizována CzechTourism. Tyto produkty budou vytvářeny především za účelem zvyšování konkurenceschopnosti ČR na mezinárodním trhu CR.

Pro tvorbu národních produktů se na základě dosavadních zkušeností jeví jako vhodnější určení omezeného počtu tematických okruhů (lázeňský cestovní ruch, městský a kulturní cestovní ruch, církevní cestovní ruch, sportovně orientovaný cestovní ruch, atd.), které budou naplněny konkrétními produkty a propagovány na jednotlivých cílových trzích.

Nadnárodní produkty budou koncipovány ve spolupráci s dalšími evropskými zeměmi tak, aby bylo docíleno propojení trhu cestovního ruchu pro marketingové účely (vytvoření destinace Evropa).

Systém národních produktů bude sloužit rovněž pro rozvoj domácího cestovního ruchu.

Česká republika nemá velehory, které by umožnily pěstovat alpinismus a podnikat vysokohorské túry, ale nabízí řadu zajímavých lokalit se skalními stěnami a věžemi. Naprostým evropským unikátem jsou skalní města ČR.

Tradiční české lázeňství je jedním z nosných produktů cestovního ruchu ČR. Ve srovnání s porovnatelnou zahraniční konkurencí ČR stále zaostává zejména v nabídce kvalitních doprovodných programů a služeb v lázeňských střediscích, především v těch menších. Lázně musí být výrazněji využívány i pro domácí cestovní ruch.

Z hlediska své velikosti má ČR významnou nabídku nejceněnějších historických památek UNESCO. Tento potenciál je však důležité představovat a nabízet mnohem aktivněji doma a zejména v zahraničí.

Produkty cestovního ruchu musí vždy zohledňovat limity návštěvnosti chráněných území tak, aby nedocházelo k nadměrnému zatížení území vyžadujících zvláštní ochranu. V těchto územích by měla být nabídka diverzifikována mimo přírodovědně citlivá území.

Aktivity naplňující opatření

- Vytvoření dlouhodobé Strategie vytváření systému produktů cestovního ruchu.
- Tvorba produktů zaměřených na nabídku nejvýznamnějších historických měst ČR s důrazem na jejich společnou propagaci.
- Tvorba produktů lázeňského cestovního ruchu a wellness pobytů.
- Tvorba produktů zaměřených na kongresový cestovní ruch.
- Tvorba produktů využívajících přírodní potenciál s ohledem na limity a regulativy v územích vyžadujících zvláštní ochranu (CHKO, NP, MCHÚ, apod.).
- Tvorba produktů památek UNESCO.

- Podpora národních a nových produktů aktivní rekreace.

Číslo a název opatření

1.2 Tvorba specifických regionálních produktů cestovního ruchu

Stručný popis výchozí situace

ČR má jedinečnou šanci uplatnit se na trhu cestovního ruchu nabídkou kvalitních regionálních produktů, jako např. kongresového a incentivního cestovního ruchu, venkovského cestovního ruchu městského a kulturního cestovního ruchu, letního a zimního cestovního ruchu, pro které má ideální podmínky. Tato možnost však zůstává stále nevyužita, o čemž svědčí mimo jiné i skutečnost, že zájem zahraničních návštěvníků se soustřeďuje především na hlavní město Prahu. Regionální produkty musí proto ve větší míře přilákat domácí klientelu.

Rozvoj venkovského cestovního ruchu, agroturistiky a dalších šetrných forem cestovního ruchu představuje významný potenciál v nabídce cestovního ruchu, ať již pro domácí tak i zahraniční cestovní ruch. Cílem podpory rozvoje venkovského cestovního ruchu, a to zejména na regionální úrovni je stabilizace a ekonomická podpora venkovského obyvatelstva (částečné snižování nezaměstnanosti v problémových venkovských regionech).

Rozvíjeny by rovněž měly být zejména produkty v problémových (horských a venkovských) regionech upřednostňující formy cestovního ruchu šetrné k přírodě a dalším složkám životního prostředí, při garanci vytváření dlouhodobějších pracovních příležitostí a návratnosti vložených investic.

Světovým unikátem je hustá a dobře značená síť turistických tras a stezek budovaná a udržovaná od roku 1888 Klubem českých turistů (KČT).

Tvorba většiny těchto produktů cestovního ruchu se musí realizovat v regionech, přičemž hlavními iniciátory zde musí být především místní a regionální zájmová sdružení, orgány veřejné správy ve spolupráci s podnikatelskými subjekty.

Aktivita naplňující opatření

- Tvorba produktů využívajících kulturní dědictví regionu (např. folklór, tradiční řemesla).
- Tvorba produktů šetrných forem cestovního ruchu (např. venkovský cestovní ruch a agroturistika), a tedy aktivního zapojení se do ochrany přírody.
- Tvorba produktů zaměřených na místně typický druh cestovního ruchu.
- Tvorba zážitkových programů pro návštěvníky.
- Pěší turistika, cykloturistika, hipoturistika, zimní lyžařská turistika a golf při respektování podmínek a cílů ochrany přírody a krajiny.
- Kongresový a incentivní cestovní ruch.
- Zdravotní cestovní ruch.
- Tvorba komplexních produktů vázaných na vodní cestovní ruch a cestovní ruch podél vodních toků se zaměřením jak na individuální vodní turisty, tak i na turisty výletních lodí.
- Tvorba produktů podporujících volnočasové aktivity návštěvníků.

- Podpora spolupráce při tvorbě přeshraničních projektů v cestovním ruchu v rámci euroregionů.
- Tvorba a udržování kvalitních naučných stezek (NP, CHKO a další významná území), zejména s přihlédnutím k rekreační, naučné i výzkumné funkci pro návštěvníky, žáky, studenty z ČR i ze zahraničí.
- Tvorba exteriérových geologických expozic „pod širým nebem“.
- Tvorba specifických produktů pro domácí cestovní ruch (např. projekty pro mládež, rodinnou dovolenou, pro seniory, budování příměstských rekreačních středisek).

3.3.2 PRIORITA Č. 2 - Rozšiřování a zkvalitňování infrastruktury a služeb cestovního ruchu

Hlavní záměry priority:

- Výrazné zkvalitnění a rozšíření nabídky základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu, zejména moderních ubytovacích zařízení, sportovně - rekreačních a kulturně-rekreačních zařízení a infrastruktury – budování těchto zařízení musí být přednostně lokalizováno mimo zvláště chráněná území a jejich ochranné zóny
- Podpora malého a středního podnikání v cestovním ruchu
- Výrazné zkvalitnění nabídky kulturního dědictví a přírodního bohatství pro cestovní ruch
- Využívání ekologicky šetrných forem dopravy
- Zvýšení zaměstnanosti a životní úrovně místního obyvatelstva.
- Zvýšení konkurenceschopnosti regionální nabídky cestovního ruchu
- Podpora udržitelného cestovního ruchu

Slabou stránkou nabídky cestovního ruchu v ČR ve srovnání s vyspělými zahraničními destinacemi cestovního ruchu je stále nedostatečná infrastruktura cestovního ruchu. Problematická zůstává zejména kvalita a struktura ubytovacích a stravovacích zařízení v některých turisticky atraktivních místech. Ve většině významnějších střediscích cestovního ruchu chybí dostatečná nabídka sportovně – rekreačních a kulturních zařízení a vybavenosti pro volný čas. Vybavení na budovaných cyklotrasách a cyklostezkách rovněž nedosahuje požadovaného standardu. Navíc existuje značné rozdíly v kvalitě nabízených služeb, nevýhodou je sezónnost využití zařízení.

Problémem je i stav kulturního dědictví a přírodního bohatství České republiky, které je důležitým faktorem pro rozvoj cestovního ruchu. Zároveň vytváří velmi cenné image ČR v zahraničí. Proto je dalším cílem priority výrazné zkvalitnění nabídky cestovního ruchu v oblasti kulturního dědictví a přírodního bohatství.

Kvalita nabízených služeb stále velmi kolísá, chybí jejich certifikace a standardizace. Důležitou podmínkou konkurenceschopnosti nabídky cestovního ruchu v ČR je zvyšování a garance kvality nabízených služeb v zařízeních cestovního ruchu.

Číslo a název opatření

2.1 Rekonstrukce a výstavba kvalitní základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu

Stručný popis výchozí situace

Základní infrastruktura cestovního ruchu představuje primární předpoklad rozvoje cestovního ruchu; bez její existence není efektivní rozvoj vůbec možný. Její územní rozložení koresponduje s atraktivitou cestovního ruchu v tradičním pojetí a vyznačuje se významnou územní koncentrací do největších středisek cestovního ruchu (např. 15 % lůžkové kapacity je soustředěno do Prahy). Základním problémem je druhová skladba ubytovacích zařízení, jež se projevuje nedostatečnou kvalitou ubytovacích zařízení.

Cíle opatření sledují zejména rozšíření a zkvalitnění základní infrastruktury cestovního ruchu, rozšíření nabídky a v neposlední řadě také zvýšení zaměstnanosti a životní úrovně místního obyvatelstva. Předpokladem je však zájem a jistý stupeň součinnosti podnikatelů na místní
--

úrovni a zohlednění aktuálního stavu a podmínek ochrany přírody daného území.

Aktivita naplňující opatření

- Zvyšování standardu ubytovacích a stravovacích zařízení.
- Modernizace lázeňské infrastruktury a doprovodných služeb v nich.
- Dovybavení nejvýznamnějších zimních středisek a center letní rekreace, turisticky atraktivních měst sportovně-rekreační infrastrukturou.
- Zkvalitňování dopravní dostupnosti turistických regionů a oblastí (včetně dopravy v klidu).
- Budování integrované sítě cyklotras a cyklostezek, vybavených doprovodnou infrastrukturou.

Číslo a název opatření

2.2 Rekonstrukce kulturně-historických památek a zachování přírodních lokalit využívaných pro cestovní ruch s důrazem na jejich sekundární využití

Stručný popis výchozí situace

Využití přírodního bohatství a zvláště kulturního dědictví je nezbytným faktorem pro rozvoj cestovního ruchu v ČR. Přesto patří kulturní památky mezi nejproblematičtější oblasti nabídky cestovního ruchu. ČR přitom nabízí významné historické a kulturní památky světového, celoevropského i národního významu (památky UNESCO, městské památkové rezervace, památky lidové architektury, hrady a zámky, technické a církevní památky). V současné době jsou kulturní památky vzhledem k jejich množství a stavu nevyváženou oblastí nabídky cestovního ruchu. Regiony přitom nabízejí významné historické a kulturní památky, které se mohou stát důležitými předpoklady, šancemi a atraktivitami pro rozvoj cestovního ruchu.

Cílem opatření je proto trvalá péče o vybrané národní kulturně - historické a technické památky využívané pro cestovní ruch, zlepšení jejich stavu, celkové zvelebení přírodních zajímavostí a atraktivit a případně i výstavba, respektive zpřístupnění dalších objektů, které mohou s přihlédnutím k jejich socioekonomickému rámci v místě působnosti významně přispět k rozvoji cestovního ruchu lokálně i přes rámec regionu.

Aktivita naplňující opatření

- Rekonstrukce nejvýznamnějších kulturních, technických a historických památek a zachování přírodních lokalit a atraktivit využívaných pro cestovní ruch.
- Zpřístupňování dalších objektů, které mohou přispět k rozvoji cestovního ruchu. Akcent na takové objekty, které nesou kromě vlastního historického a kulturního významu navíc i další užité funkce, jako je např. jejich sekundární využitelnost pro ubytování, gastronomii, vzdělávání apod.

Číslo a název opatření

2.3 Zkvalitňování služeb cestovního ruchu

Stručný popis výchozí situace

Z pohledu našich i zahraničních návštěvníků existuje stále značná rozdílnost v kvalitě nabízených služeb v zařízeních cestovního ruchu (např. v ubytovacích a stravovacích

zařízeních atd.). Proto je důležitou podmínkou konkurenceschopnosti nabídky cestovního ruchu neustálé zvyšování a garance kvality nabízených služeb. Prioritou každého poskytovatele služeb má být především spokojený a stále se vracející zákazník.

Základním současným mezníkem kvality je zavedení systému jakosti podle norem ISO 9000 (management jakosti), ISO 14000 (environmentální management) a ISO 22000 (management bezpečnosti potravin). Smyslem zavádění této certifikace je konkurenční výhoda při získávání nových a udržování dosavadních zákazníků, přehled o vhodnosti a efektivnosti zavedeného systému managementu jakosti, prokázání závazků společnosti k plnění legislativních požadavků a neustálé zlepšování pozice na trhu.

Vzhledem ke stále zvyšujícím se požadavkům na kvalitu služeb ze strany návštěvníků, rostoucí konkurenci na domácím a zejména zahraničním trhu cestovního ruchu bude v nejbližším období nezbytné iniciovat takový systém, který povede k zajištění určitého standardu kvality poskytovaných služeb v cestovním ruchu.

Z národní úrovně je cílem aktivizace a postupné zavádění povinné jednotné kategorizace a dobrovolné certifikace kvality služeb ve vybraných typech zařízení cestovního ruchu v součinnosti s profesními sdruženími.

S aktivitami v cestovním ruchu souvisí i ochrana návštěvníka (klienta) jako spotřebitele služeb, kontrola kvality služeb cestovního ruchu (ubytovací a stravovací služby apod.) a služeb navazujících (např. taxislužby), vyšší zapojení existujících státních kontrolních orgánů do dozoru a kontroly služeb cestovního ruchu atd. Významnou roli v této oblasti sehrávají především spotřebitelská sdružení.

Aktivity naplňující opatření

- Zavádění jednotné národní kategorizace a certifikace v oblasti kvality služeb v zařízeních cestovního ruchu.
- Příprava a postupná realizace „Národního programu kvality cestovního ruchu ČR“.
- Realizace a koordinace aktivit v cestovním ruchu souvisejících s ochranou návštěvníka (klienta) jako spotřebitele služeb.

Číslo a název opatření

2.4 Vytváření podmínek pro realizaci šetrných forem cestovního ruchu

Stručný popis výchozí situace

V kontextu problematiky udržitelného rozvoje je nezbytné hledat cesty vedoucí k minimalizaci vlivů cestovního ruchu na životní prostředí. Základním předpokladem je nalezení vhodných nástrojů, které budou snižovat negativní dopady cestovního ruchu na životní prostředí. Současné aktivity jsou zatím nedostatečné a mají formu spíše implicitních nástrojů (EIA, SEA). Jde o legislativní, certifikační a další aktivity vedoucí k udržitelnému rozvoji cestovního ruchu.

Aktivity naplňující opatření

- Vytváření a realizace forem šetrných k životnímu prostředí (venkovský cestovní ruch, agroturistika, ekoturistika, cykloturistika, hipoturistika, využití hromadných dopravních prostředků pro cestovní ruch atd.).
- Rozšiřování certifikace ekologických služeb (produktů) v cestovním ruchu v součinnosti s profesními organizacemi podnikatelů.
- Podpora vzniku národních geoparků.
- Ekologická osvěta návštěvníků destinací cestovního ruchu, včetně informací o šetrném cestovním ruchu.

3.3.3 PRIORITA Č. 3 - Marketing cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů

Hlavní záměry priority:

- *Zvýšení konkurenceschopnosti cestovního ruchu*
- *Zvýšení zahraniční pobytové návštěvnosti*
- *Propagace České republiky jako zajímavé turistické destinace*
- *Podpora malého a středního podnikání v cestovním ruchu*
- *Zvyšování kvalifikace lidských zdrojů v cestovním ruchu*
- *Výzkum, vývoj a inovace v oblasti cestovního ruchu*
- *Zvýšení povědomí návštěvníků o přírodních hodnotách území a o významu jeho ochrany*
- *Zvyšování povědomí návštěvníků o nabídce jednotlivých regionů a produktů cestovního ruchu*

Obecný trend v národní propagaci a marketingu cestovního ruchu stále více směřuje k víceúrovňovému partnerství veřejných institucí a soukromého sektoru, a to od místní, regionální až po státní úroveň. Nezbytný základ rozvoje sektoru cestovního ruchu je nutné vnímat v politické odpovědnosti státu a krajů i místní samosprávy. Vzhledem k omezené výši objemu finančních prostředků veřejné podpory do sektoru cestovního ruchu je proto nezbytné věnovat pozornost zejména cílům, dopadům a přínosům, kterých má být podporou dosaženo. Jde zejména o optimalizaci toků finančních prostředků vynakládaných na propagační a marketingové akce a jiné formy podpory rozvoje cestovního ruchu, které jsou dosud vynakládány v rámci státní politiky cestovního ruchu, např. podpora činnosti profesních organizací podnikatelů, asociací apod.

Přes prokazatelné výsledky, které byly v posledním období v oblasti statistiky cestovního ruchu v České republice dosaženy, poskytované údaje stále ještě plně nedostačují potřebám odvětví, a to zejména ve vztahu k sestavování Satelitního účtu CR a podrobnějšímu členění dat podle klasifikace ekonomických činností (OKEČ) pro odvětví cestovního ruchu. Statistika v současné době ještě neposkytuje dostatečné podklady pro formování strategických záměrů v rozvoji cestovního ruchu, a to zejména na regionální a lokální úrovni.

Odborná příprava absolventů všech typů středních a vysokých škol se zaměřením na obor cestovního ruchu stále nedosahuje požadované úrovně vzhledem k potřebné kvalitě poskytovaných služeb a přípravy odborníků pro tuto oblast veřejné správy a samosprávy včetně organizací cestovního ruchu. Nedochází k dostatečnému propojení získaných teoretických vědomostí s praxí. Nedostatečná motivace absolventů vede k odlivu do jiných odvětví hospodářství, což má vliv na kvalitu poskytovaných služeb.

Jedním z důvodů nevyhovující úrovně odborné přípravy je nedostatek kvalitních pedagogů na všech úrovních a nedostatek moderních učebních pomůcek a metod (učebnice, specializované praxe a odborné stáže). Rozhodující pozornost proto musí být věnována výuce a přípravě v této oblasti.

Vzdělávání v oblasti dalšího profesního vzdělávání zaměstnanců a zaměstnavatelů (rekvalifikace, specializace, inovace vědomostí apod.) je řešeno nesystémově a nevytváří tak podmínky pro rozvoj kompetencí získaných mimo formální vzdělávací systém

prostřednictvím neformálního vzdělávání a informálního učení. Následkem je omezená schopnost adaptability a mobility kvalifikované pracovní síly, což vede ke snížení konkurenceschopnosti odvětví cestovního ruchu.

Pozornost je třeba věnovat systému vzdělávání profesí nepřímo spojených s cestovním ruchem, které ale s domácími i zahraničními turisty přicházejí do styku ve specifických situacích, včetně různých forem ohrožení (policisté, hasiči, členové horské služby apod.).

Negativním faktorem je také dlouhodobá absence výzkumu, vědy a zavádění inovací v cestovním ruchu, resp. jeho institucionální podpora. Jen některé výzkumné problémy a otázky řeší CzechTourism a MMR zadáváním odborných grantů. Na celostátní úrovni však chybí národní výzkumné pracoviště v oblasti cestovního ruchu tak, jak je běžné v naprosté většině vyspělých států s rozvinutým cestovním ruchem.

Číslo a název opatření

3.1 Marketing (propagace) cestovního ruchu na mezinárodní, národní a regionální úrovni

Stručný popis výchozí situace

Realizace marketingu ČR v oblasti cestovního ruchu vychází ze stávající Strategie propagace ČR do roku 2010, jejíž součástí je i systém nabídky produktů cestovního ruchu.

V rámci aktualizace této Strategie budou začleněny nově propagované formy cestovního ruchu, především venkovský cestovní ruch, cykloturistika, kongresový a incentivní cestovní ruch, sociální cestovní ruch a některé prvky aktivního cestovního ruchu na základě provedených výzkumů připravenosti na jejich systematickou, nekontraproduktivní propagaci.

Stanovení platnosti Strategie bude nezbytné sladit s plánovacím obdobím EU a národní politikou rozvoje cestovního ruchu. Na základě provedených výzkumů a podrobné analýzy bude muset být Strategie zaměřena na nástroje, které nejvíce napomohou zvýšení konkurenceschopnosti ČR na mezinárodním trhu cestovního ruchu.

Národní a nadnárodní produkty musí být systematicky propagovány a nabízeny, a to v maximální kvalitě a formě vhodné pro prezentaci v zahraničí. Cílem je rovněž zajistit kvalitní propagaci pro produkty regionálního charakteru. Podmínkou efektivní propagace je dostatečně široká a kvalitní nabídka produktů cestovního ruchu pro domácí i zahraniční turisty.

V souvislosti se zákonem č.159/1999 Sb., o některých službách v oblasti cestovního ruchu ve znění pozdějších předpisů, který vychází z požadavku EU (směrnice 90/314/EHS), je z důvodu ochrany spotřebitele omezujícím faktorem nemožnost zakoupení souboru služeb v turistických informačních centrech, organizacích cestovního ruchu, popř. v hotelech.

Aktivity naplňující opatření

- Zvyšování účinnosti propagace ČR (cílené zaměření propagace na vybrané destinace, cílené zaměření propagace na vybrané druhy cestovního ruchu, zaměření propagace na vybrané cílové skupiny turistů).
- Tvorba a prodej produktů cestovního ruchu (motivovat tvorbu produktů cestovního ruchu, v případě změny spotřebitelské legislativy Evropské unie lze uvažovat o změně nastaveného systému prodeje v podmínkách ČR).
- Aktualizace Strategie propagace České republiky v období 2004 – 2010 na období 2010 – 2013.
- Realizace doposud netradičních způsobů propagace (mimo výstavy, veletrhy, tiskoviny, internet), především zaměřené na televizi, rozhlas a direct marketingové oslovování cílených skupin potencionálních návštěvníků dle doporučení a zkušeností agentury CzechTourism.
- Zkvalitnění koordinace propagace cestovního ruchu mezi orgány státní správy a samosprávy a dalšími subjekty cestovního ruchu (MMR, CzechTourism, kraj, region, město, obec, organizace cestovního ruchu, správy CHKO a Agentura na ochranu přírody a krajiny) – určení odpovědností a způsobu koordinace aktivit.
- Na základě usnesení vlády č. 74 ze dne 19. ledna 2005 spolupráce na realizaci Koncepce jednotné prezentace České republiky.

Číslo a název opatření

3.2 Zkvalitnění statistiky a informací o cestovním ruchu

Stručný popis výchozí situace

Jedním z nezbytných podkladů pro rozhodování všech subjektů v oblasti cestovního ruchu je dostatek informací o nabídce a využití služeb cestovního ruchu. Přes realizaci několika jednorázových průzkumů návštěvnosti a profilu návštěvníků není systém monitorování a vyhodnocování informací o cestovním ruchu v ČR dosud uspokojivě zajištěn. K tomu přistupuje i problém nedostatečných informací poskytovaných statistickou službou v oblasti cestovního ruchu (zejm. kapacity a výkony ubytovacích zařízení, vybavenost obcí sportovně-rekreační a kulturně-rekreační infrastrukturou).

Zkvalitnění statistiky cestovního ruchu přinese pozitivní efekty pro rozvoj odvětví cestovního ruchu, regionální rozvoj, územní plánování a další národohospodářská odvětví a celkově může podpořit rozvoj podnikatelského prostředí a zkvalitňování životního prostředí.

Vzhledem k masivnímu rozvoji informačních a komunikačních technologií (ICT) a jejich využívání v cestovním ruchu je nezbytné sledovat inovace v této oblasti a využívat je pro potřeby cestovního ruchu v ČR. Při využívání nových dostupných technologií může být dosažena racionalizace práce se všemi potřebnými informacemi.

V současné době jsou zpracovány standardy, které však svým obsahem již v některých případech neodpovídají technickému vývoji v oblasti ICT. Při dodržování těchto doporučených standardů bude zajištěna přenositelnost informací mezi jednotlivými portály, a tím dojde i k racionalizaci aktualizace datových informací.

Dále je třeba více precizovat využívání grafických symbolů pro jednoznačné oslovování turistů, a tím přispět k precizování orientačního systému.

Využití potenciálu území České republiky pro rozvoj cestovního ruchu a tvorbu nových

pracovních míst musí vycházet z objektivního hodnocení území a jeho limitů a dále ze sekundární analýzy hospodářského vývoje s ohledem na aktivity dalších sektorů.

Aktivity naplňující opatření

- Inovace a využití ICT v oblasti cestovního ruchu (aktualizace standardů, zajištění využitelnosti informací v různých informačních systémech, bezproblémová přenositelnost informací mezi různými subjekty, základní podmínky pro zajištění aktuálnosti informací - ve spolupráci s orgány samosprávy a s profesními sdruženími).
- Zkvalitnění statistických informací na národní, regionální a lokální úrovni ve spolupráci se zástupci samosprávy, s asociacemi a profesními svazy.
- Vytvoření a zavedení Systému státní správy a samosprávy pro cestovní ruch.
- Vytvoření a zavedení Národního informačního a rezervačního systému cestovního ruchu, napojení na evropský informační portál cestovního ruchu.
- Profilační a motivační šetření - např. šetření podnikatelského klimatu (barometru) v cestovním ruchu a profilu návštěvnosti ČR (motivací a očekávání turistů) atd.
- Dokončení projektu Satelitního účtu cestovního ruchu ČR, jeho kontinuální pokračování a zpracování regionálních satelitních účtů.
- Zmapování potenciálu území ČR a možností jeho využití pro cestovní ruch včetně dalších analýz.

Číslo a název opatření

3.3 Zkvalitňování vzdělávání a přípravy lidských zdrojů v cestovním ruchu, podpora výzkumu, vývoje a inovací v cestovním ruchu

Stručný popis výchozí situace

V současné době není systematicky řešeno formální vzdělávání v oblasti cestovního ruchu a chybí i ucelený systém celoživotního vzdělávání v této oblasti, v souladu s praktickými potřebami zaměstnanců a zaměstnavatelů – jazykové dovednosti, schopnosti pracovat s informacemi a informačními a komunikačními technologiemi, manažerské schopnosti, vztah k ekologii apod. Nejsou obecně stanoveny základní požadavky na způsob přípravy pracovníků a podnikatelů na inovační změny pracovních a výrobních technologií, které si vyžádá rozvoj vědních oborů a zvyšující se kvalita života společnosti.

V cestovním ruchu působí především malé a střední podniky, které vzhledem ke svým kapacitám a omezeným finančním zdrojům nemohou realizovat vlastní výzkum a vývoj. Úkolem státu je pro vědu, výzkum a inovace vytvářet podmínky a pomáhat v rozšiřování a využití jejich výsledků.

Po rozdělení Československa nepůsobí v ČR žádné výzkumné pracoviště cestovního ruchu (studium trendů a tendencí ve vývoji cestovního ruchu, marketingový průzkum trhu, studium podnikatelského klimatu v cestovním ruchu apod.).

Aktivity naplňující opatření

- Spolupráce veřejného sektoru se středními a vysokými školami v oblasti výuky předmětů v oblasti cestovního ruchu.
- Spolupráce na realizaci zákona č. 179/2006 Sb., o uznávání výsledků dalšího

vzdělávání.

- Systém celoživotního vzdělávání zaměstnanců a zaměstnavatelů v cestovním ruchu (zpřístupnění poradenských a vzdělávacích služeb, nabídka nových forem informačních technologií, rozšíření zprostředkování vzdělávání e-learningovou formou, environmentální vzdělávání a osvěta) v součinnosti se samosprávou a profesními sdruženími cestovních kanceláří a agentur, hotelů a restaurací apod.
- Vytvoření celostátního odborného fóra cestovního ruchu, projednávání rozvoje cestovního ruchu v ČR (zástupci státních orgánů, odborných a profesních asociací, regionálních sdružení, krajů, vysokých škol, výzkumných agentur, apod.).
- Výzkum, vývoj a inovace v cestovním ruchu (výzkumná základna pro stanovení tendencí vývoje cestovního ruchu).
- Institucionální podpora založení výzkumného pracoviště cestovního ruchu.
- Předvídání budoucích požadavků na pracovní místa v cestovním ruchu.

3.3.4 PRIORITA Č. 4 - Vytváření organizační struktury cestovního ruchu

Hlavní záměry priority:

- *Systémový přístup k rozvoji cestovního ruchu*
- *Koordinace činností subjektů působících v oblasti cestovního ruchu*
- *Kvalitnější a efektivnější využívání potenciálu rozvoje cestovního ruchu v regionech*
- *Krizový management a zkvalitnění fungování správních orgánů v oblasti cestovního ruchu v ČR*

Základní kompetence v oblasti cestovního ruchu v ČR jsou sice dány, avšak organizace a řízení cestovního ruchu ať již na národní či regionální úrovni je nejvíce opomíjenou oblastí v problematice cestovního ruchu. Organizační struktura cestovního ruchu v ČR není legislativně upravena, chybí jí systémové zaměření a strukturalizace.

Potřeba vytváření stabilní organizační struktury cestovního ruchu od lokální úrovně obcí, účelových sdružení přes regionální (kraje, turistické regiony a oblasti) až státní úroveň je nezbytnou podmínkou pro konkurenceschopnost nabídky cestovního ruchu v zahraničním i domácím pohledu.

S tímto úzce souvisí zkvalitnění fungování správních orgánů a krizového managementu v oblasti cestovního ruchu v ČR a podpora vytváření klastrů cestovního ruchu.

V ČR působí mnoho turistických informačních center. Nejedná se však o homogenní síť, ale organizačně, statutárně a technologicky velmi různorodý konglomerát subjektů bez garance standardu jejich služeb, vzájemné propojenosti a spolupráce při celoplošné nabídce produktů cestovního ruchu, včetně napojení na mezinárodní informační síť.

Číslo a název opatření

4.1 Zakládání a činnost organizací a sdružení cestovního ruchu na regionální a lokální úrovni

Stručný popis výchozí situace

Specifikem cestovního ruchu jako hospodářského odvětví je nutnost spolupráce celé řady subjektů při koordinaci rozvojových aktivit – podnikatelů a provozovatelů služeb, místní a krajské samosprávy, neziskových organizací, informačních center, státní správy atd. To vyžaduje existenci organizačních struktur, definujících roli jednotlivých subjektů a koordinujících jejich činnost. V České republice se moderní organizační struktura cestovního ruchu na regionální úrovni teprve vytváří (na oblastní úrovni existují organizační struktury jen ve vybraných atraktivních lokalitách cestovního ruchu).

Aktivita naplňující opatření

- Koordinace organizační, projektové a řídicí činnosti mezi MMR, kraji a turistickými regiony.
- Činnost organizací cestovního ruchu a regionálních a oblastních sdružení cestovního ruchu.

Číslo a název opatření

4.2 Činnost turistických informačních center

Stručný popis výchozí situace

Turistická informační centra patří k základním komunikačním článkům ve vztahu k turistům, především k těm, kteří cestují individuálně. Jejich postavení a činnost je však nesystémově řešena. Realizace usnesení vlády ohledně turistických informací jako veřejné služby a služby vhodné k certifikaci se zatím nedaří naplňovat.

Aktivita naplňující opatření

- Podpora činnosti turistických informačních center.
- Standardizace základního (shodného) spektra nabízených služeb v turistických informačních centrech.
- Dokončení realizace turistických informací jako certifikované veřejné služby, tzn. naplnění vládního usnesení č. 848 ze dne 3. září 2003 k analýze veřejných služeb.
- Realizace jednotné certifikace a označení turistických informačních center.
- Tvorba regionální sítě turistických informačních center v návaznosti na řídicí a organizační struktury v regionech.

Číslo a název opatření

4.3 Spolupráce mezi veřejným a podnikatelským sektorem, neziskovými organizacemi a profesními a zájmovými sdruženími v cestovním ruchu

Stručný popis výchozí situace

Rozvoj potenciálu sektoru cestovního ruchu vyžaduje zavádění strategického řízení v rámci veřejné správy, a to formou vytvoření nových modelů řízení umožňujících vznik organizačních formálních i neformálních struktur vznikajících zespoda nahoru za účasti podnikatelského sektoru. Jedním z požadavků pro úspěšnou činnost je větší zapojení malých a středních podniků v sektoru cestovního ruchu do vytvářených organizačních struktur. Cílem jejich účasti je především motivace podnikatelů ke zvyšování jejich konkurenceschopnosti s důrazem na kvalitu služeb.

Rozdělení pravomocí může přispět ke zvýšení autority zejména profesních a zájmových sdružení cestovního ruchu a jejich odpovědnosti vůči státním orgánům a orgánům krajské samosprávy.

Specifickou oblastí zájmu bude podpora vytváření klastrů cestovního ruchu.

Koordinace a rozdělení úloh organizačních a řídicích struktur nepochybně přispěje ke kvalitě zpracování předkládaných projektů cestovního ruchu.

Cílem je vytvoření sdružení veřejné správy, podnikatelů a NNO působících v cestovním ruchu jako organizační a řídicí složky v regionech.

Aktivity naplňující opatření

- Realizace usnesení vlády č. 401 ze dne 28. dubna 2004 k podmínkám rozvoje cestovního ruchu v České republice, kterým byla založena Meziresortní koordinační komise pro cestovní ruch.
- Zkvalitnění spolupráce mezi veřejnou správou a profesními sdruženími cestovního ruchu (např. přenesení některých dozorových a kontrolních činností na profesní sdružení cestovního ruchu – pravomoci v dodržování doporučených standardů služeb apod.).
- Koordinace aktivit veřejného sektoru a neziskových organizací a sdružení cestovního ruchu v oblasti koordinace záměrů rozvoje cestovního ruchu v regionech.
- Prohloubení spolupráce obcí s podnikatelským sektorem a občanskou veřejností při projektování a realizaci záměrů rozvoje a podpory aktivit cestovního ruchu (pomoc kompetentních orgánů veřejné správy státní i krajské, včetně veřejné podpory, poradenství a vzdělávání odpovědných pracovníků).
- Prohloubení a zkvalitnění vzájemné spolupráce podnikatelského sektoru, občanské veřejnosti, neziskových organizací a správ chráněných území (NP, CHKO) především při přípravě, zpracování a realizaci projektů cestovního ruchu na území těchto chráněných území.
- Prohloubení spolupráce mezi veřejným sektorem a dalšími subjekty na přípravě a realizaci rozvojových programů cestovního ruchu (zvýšení kvality přípravy a zpracování projektů a akcí na něž jsou požadovány finanční prostředky ze strukturálních fondů EU, zvýšení kvality poradenské, výzkumné a vzdělávací činnosti).

Číslo a název opatření

4.4 Krizový management a zkvalitnění fungování správních orgánů v oblasti cestovního ruchu v ČR

Stručný popis výchozí situace

Cestovní ruch využívá řadu navazujících oborů, činností a služeb, které slouží i dalším ekonomickým odvětvím. V tomto případě je proto nezbytná součinnost s kompetentními resortními orgány, orgány krajské samosprávy a správními orgány.

Turisté v České republice mohou být konfrontováni se situací, kdy budou nuceni využít služeb složek integrovaného záchranného systému (Policie ČR, Hasičský záchranný sbor ČR, Zdravotnická záchranná služba, atd.) v případě mimořádné situace spojené s neprůjezdností určitých komunikací, závažné dopravní nehody, závažného zranění atd. Je v zájmu České republiky, aby složky integrovaného záchranného systému byly připraveny na případy, kdy své služby poskytují zahraničním turistům (jazyková připravenost, informace o náležitostech čerpání zdravotních služeb ze strany osob, které nejsou občany České republiky atd.).

Zároveň je třeba klást důraz na aktivní informování o případných mimořádných událostech, ke kterým by v České republice došlo, nebo jejichž vznik by hrozil (přírodní katastrofa, teroristický útok). Je třeba přitom dbát na vyvážený přístup, který by na jedné straně minimalizoval negativní dopad na cestovní ruch (odliv turistů), ale zároveň aby nedošlo k bagatelizaci existujících nebo hrozících ohrožení a tím pádem i k ohrožení turistické

domácí i zahraniční klientely.

Samostatnou pozornost je v této souvislosti třeba věnovat Horské službě ČR, o.p.s., které je MMR zřizovatelem, z pohledu jejího začlenění v systému záchranných složek s tím, že bude předložen zákon o Horské službě, který bude upravovat její postavení v horských oblastech z pohledu ochrany života a zdraví návštěvníků hor.

Aktivita naplňující opatření

- Komplexní zajištění pohybu turistů na území ČR, včetně jejich bezpečnosti (zvýšení zajištění bezpečnosti turistů pohybujících se v místech cestovního ruchu).
- Vytvoření zákona o Horské službě.
- Vytvoření krizového scénáře pro případ ohrožení cestovního ruchu v České republice.
- Spolupráce na projektech a aktivitách v oblasti bezpečnosti v cestovním ruchu s mezinárodními organizacemi (UNWTO, OECD).

3.4 Rozdělení odpovědnosti subjektů za plnění opatření Konceptce

Priorita	Opatření	Garant plnění
PRIORITA 1 Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu	1.1. Tvorba nosných národních a nadnárodních produktů cestovního ruchu	MMR ve spolupráci s MK, MŽP, MZd a kraji
	1.2. Tvorba specifických regionálních produktů cestovního ruchu	Kraje a MMR ve spolupráci s MZe, MD, MŽP, MK a MZd
PRIORITA 2 Rozšiřování a zkvalitňování infrastruktury a služeb cestovního ruchu	2.1. Rekonstrukce a budování kvalitní základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu	Kraje ve spolupráci s MMR a MD
	2.2. Rekonstrukce kulturně-historických památek a zachování přírodních lokalit využívaných pro cestovní ruch	Kraje a MMR ve spolupráci s MK, MŽP
	2.3. Zkvalitňování služeb cestovního ruchu	MMR a MPO ve spolupráci s kraji
	2.4. Vytváření podmínek pro realizaci šetrných forem CR	MMR, MŽP ve spolupráci s MZe, MD a kraji
PRIORITA 3 Marketing cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů	3.1. Marketing (propagace) cestovního ruchu na mezinárodní, národní a regionální úrovni	MMR a kraje ve spolupráci s MZV
	3.2. Zkvalitnění statistiky a informací o cestovním ruchu	MMR a ČSÚ ve spolupráci s MV a kraji
	3.3. Zkvalitňování vzdělávání a přípravy lidských zdrojů v cestovním ruchu, podpora výzkumu, vývoje a inovací	MMR, MŠMT, MPSV, MV ve spolupráci s kraji
PRIORITA 4 Vytváření organizační struktury cestovního ruchu	4.1. Zakládání a činnost organizací cestovního ruchu na regionální a oblastní úrovni	MMR a kraje
	4.2. Činnost turistických informačních center	MMR a kraje
	4.3. Spolupráce mezi veřejným a podnikatelským sektorem, neziskovými organizacemi a profesními a zájmovými sdruženími v cestovním ruchu	MMR a kraje
	4.4. Krizový management a zkvalitnění fungování správních orgánů v oblasti cestovního ruchu v ČR	MMR ve spolupráci s MV, MZd, MZV, MPO a kraji

4 Implementace Koncepce

Z hlediska implementace má Koncepce tři roviny.

První rovina je dána realizací politiky hospodářské a sociální soudržnosti v ČR v programovacím období 2007 – 2013. Koncepce bude v tomto období implementována především prostřednictvím systému operačních programů vztahujících se k cestovnímu ruchu. Opatření na národní a nadnárodní úrovni budou realizována prostřednictvím **Integrovaného operačního programu (IOP)**, ve kterém je na rozvojové aktivity v oblasti cestovního ruchu alokováno 60,6 mil EUR z Evropského fondu regionálního rozvoje a jehož Řídícím orgánem je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Opatření s regionálním dosahem budou realizována prostřednictvím **Regionálních operačních programů (ROP)**, ve kterých je na rozvojové aktivity v oblasti cestovního ruchu alokováno 845,1 mil EUR z Evropského fondu regionálního rozvoje a jejichž řídicími orgány jsou Regionální rady na úrovni Regionů soudržnosti (NUTS 2).

Za účelem zajištění koordinace a efektivního řízení aktivit podporovaných z IOPu a ROPů bude vytvořen koordinační výbor pro oblast cestovního ruchu.

Některá další opatření Koncepce budou realizována v rámci aktivit dalších tematických operačních programů, a to zejména: OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost; OP Výzkum a vývoj pro inovace, jejichž Řídícím orgánem je Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy ČR. Některé aktivity Koncepce budou realizovány i prostřednictvím OP Lidské zdroje a zaměstnanost, jehož řídicím orgánem je Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR. Pro realizaci Koncepce je možné využít i OP Nadnárodní spolupráce, jehož národním koordinátorem je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

Zvláštní význam pro rozvoj cestovního ruchu má i Program rozvoje venkova ČR na období 2007-2013, jehož řídicím orgánem je Ministerstvo zemědělství ČR. Tento program je financován z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova.

Druhou rovinu představuje samotná státní politika projevující se ve vytváření koncepčních, legislativních a dalších předpokladů pro realizaci cestovního ruchu a ve státní finanční podpoře.

Třetí rovinou implementace je vztah státní politiky cestovního ruchu k politice rozvoje cestovního ruchu jednotlivých krajů a obcí, která má základ v příslušných programech rozvoje. V tomto smyslu jde o potřebnou koordinaci mezi politikou státu a politikou samospráv. Samosprávy zde vykonávají své funkce v samostatné působnosti.

Realizace marketingových a propagačních aktivit na národní úrovni bude koordinována s aktivitami krajů (turistických regionů).

Kompetenční vztahy

Míra úspěšnosti využití předpokladů pro faktický růst cestovního ruchu závisí v první řadě na funkčním systému řízení tohoto sektoru na všech úrovních, národní počínaje a místní konče a postavení odpovídajícímu jeho významu. Problematika cestovního ruchu spadá jak na úrovni poslanecké sněmovny, tak na úrovni senátu do kompetence více orgánů (výborů, podvýborů). Rovněž na úrovni vlády se prolíná problematika cestovního ruchu více ministerstvy a v každém z nich tvoří pouze více či méně významný úsek činnosti. To se pak odráží v programových i strategických dokumentech a v realizaci jejich opatření.

Úlohy veřejné správy na jednotlivých úrovních územní správy lze charakterizovat takto:

Stát

Stát ze zákona zodpovídá za strategii regionálního rozvoje, která by měla řešit celkový pohled státu na regionální rozvoj, včetně cestovního ruchu a jeho podpory. Řízením cestovního ruchu a plněním koncepčních, legislativních a metodických funkcí podle kompetenčního zákona č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů v platném znění, bylo pověřeno Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. MMR v roce 1993 zřídilo státní příspěvkovou organizaci CzechTourism za účelem propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu v zahraničí i v České republice.

Vzhledem k významným dopadům odvětví cestovního ruchu na regionální rozvoj, trh práce, malé a střední podnikání, obchod, kulturu, dopravu, životní prostředí, zdravotnictví, diverzifikaci činností ve venkovském prostoru a infrastrukturu a jeho citlivosti k vnějším zásahům je klíčovým úkolem Ministerstva pro místní rozvoj ČR zabezpečit koordinaci a návaznost koncepčních dokumentů a legislativních norem zodpovědných resortů za účelem vytvoření potřebných vztahů a vazeb mezi klíčovými subjekty.

V oblasti cestovního ruchu, vzhledem k jeho průřezovému a multiplikačnímu charakteru, spolupracuje MMR s dalšími ministerstvy a orgány státní správy a jimi zřízenými organizacemi. Pro koordinaci jejich činností byla zřízena usnesením vlády č. 401 ze dne 28. dubna 2004 Meziresortní koordinační komise pro cestovní ruch, která se zabývá problematikou cestovního ruchu s průřezovým charakterem. Státní politika v oblasti cestovního ruchu je zaměřena na podporu rozvoje regionů a s tím souvisejícími oblastmi (legislativa ČR i EU, státní politika cestovního ruchu, statistika cestovního ruchu, věda a výzkum apod.).

Kraje

Povinností a zodpovědností krajů je ze zákona č. 129/2000 Sb., o krajích realizace rozvoje kraje. Na jeho základě jsou pořizovány programy rozvoje krajů, zahrnující i oblast rozvoje cestovního ruchu, územně plánovací dokumentaci a územně analytické podklady, v rámci kterých je problematika cestovního ruchu řešena. Garance rozvoje cestovního ruchu na území kraje vyplývá ze zákona a souvisí s odpovědností za územní rozvoj celého kraje, včetně podpory soukromého podnikání.

Obec

Povinností a zodpovědností obcí je ze zákona č. 128/2000 Sb., o obcích všestranný rozvoj území obce. S tím souvisí i územní příprava v celé šíři od pořízení příslušné územně plánovací dokumentace, přes realizační záměry až po různé strategické nebo rozvojové plány obce. V návaznosti na to má obec možnost realizovat na svém území vybudování infrastruktury, včetně turistické, podporovat investice, ať už vlastní nebo dalších subjektů, které řeší konkrétní problémy cestovního ruchu. Obce mají na základě tohoto zákona vytvářet a být členem svazku obcí, které mohou plnit úkoly i v oblasti cestovního ruchu. Pro správní obvod obce s rozšířenou působností se pořizují územně analytické podklady, v rámci kterých je rovněž řešena problematika cestovního ruchu.

Vymezení činností některých subjektů působících v cestovním ruchu

I přesto, že základní kompetence v oblasti cestovního ruchu v ČR jsou dány, organizace a řízení cestovního ruchu na národní i regionální úrovni si vyžaduje vytvoření funkčního systému vymezení činností mezi hlavními subjekty (MMR a CzechTourism, kraje, turistické

regiony) v oblasti cestovního ruchu²⁰.

Navržené vymezení činností zohledňuje postavení kraje jako významného subjektu na poli rozvoje cestovního ruchu v souladu s uplatňováním efektivního řízení a principu subsidiarity. Současně respektuje existenci turistických regionů a oblastí, které by měly reprezentovat přirozené územní celky vhodné pro rozvoj cestovního ruchu. Členění území na turistické regiony a oblasti stanoví kraje. Hranice turistických regionů, které se v současné době rozkládají na území dvou (tří) krajů²¹ budou výsledkem společného jednání představitelů příslušných krajů. Výsledkem bude přesně definovaná struktura turistických regionů a jejich oblastí až do zařazení příslušných obcí. Tím budou dány předpoklady pro zajištění sběru statistických dat a zamezení případných duplicitních vazeb.

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR

- vytváří legislativní normy pro rozvoj cestovního ruchu v ČR
- v rámci činnosti vlády prosazuje vytváření podmínek a vazeb mezi sektory pro rozvoj cestovního ruchu v ČR
- koordinuje činnosti s orgány regionální samosprávy
- vytváří koncepční a strategické dokumenty v oblasti cestovního ruchu v ČR
- provádí metodickou činnost v oblasti cestovního ruchu
- koordinuje tvorbu a podílí se na realizaci podpůrných programů ve vazbě na Národní strategický referenční rámec na léta 2007 – 2013, které přispívají k rozvoji odvětví cestovního ruchu
- vytváří podmínky pro vznik realizaci státních programů zaměřených na rozvoj cestovního ruchu
- vytváří a realizuje marketing, propagaci a prezentaci v oblasti cestovního ruchu na úrovni ČR
- vytváří a realizuje systém národních produktů cestovního ruchu
- rozvíjí lidské zdroje v oblasti cestovního ruchu ve spolupráci s resorty a profesními organizacemi
- zakládá a realizuje výzkum, vývoj a podporuje zavádění inovací v cestovním ruchu
- vytváří a prosazuje jednotné standardy v odvětví cestovního ruchu (např. orientační a informační systémy, klasifikace, standardizace a certifikace)
- usiluje o rozvoj statistiky cestovního ruchu a podporuje realizaci Satelitního účtu ČR
- sleduje a vyhodnocuje získaná statistická data a na jejich základě navrhuje příslušná opatření
- sleduje a vyhodnocuje potenciál území včetně jeho limitů z hlediska podmínek pro rozvoj cestovního ruchu
- zastupuje ČR v Evropské unii a ve výborech a pracovních skupinách pro cestovní ruch v mezinárodních organizacích (UNWTO, OECD, CEI, WTTC atd.)
- realizuje bilaterální spolupráci v cestovním ruchu
- sleduje a vyhodnocuje podnikatelské prostředí pro cestovní ruch
- rozvíjí partnerství veřejné správy, profesních sdružení, NNO, vzdělávacích institucí a

²⁰ Budování infrastruktury cestovního ruchu je plně řešena podle krajské struktury a problematika marketingu (propagace) podle turistických regionů a oblastí.

²¹ Stávající členění kraje schválily ve svých programech rozvoje cestovního ruchu.

odborné veřejnosti apod.

Kraje

- vytváří koncepční a rozvojové dokumenty cestovního ruchu krajů
- vytváří a realizuje podpůrné programy pro rozvoj cestovního ruchu na úrovni krajů (využití prostředků EU, krajské programy)
- zajišťuje přípravu rozvojových projektů, jejich realizaci a koordinaci
- vytváří podmínky pro realizaci Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 - 2013
- vytváří a realizuje marketing, propagaci a prezentaci v cestovním ruchu na regionální úrovni včetně tvorby a realizace regionálních produktů cestovního ruchu
- podporuje rozvoj řídicí struktury na úrovni krajů (Organizace cestovního ruchu)²²
- koordinuje a podporuje rozvoj potenciálu cestovního ruchu vycházejícího z přírodních a kulturních hodnot kraje
- rozvíjí lidské zdroje zejména na úrovni středního školství
- zřizuje, koordinuje a provozuje turistická informační centra v krajích
- spolupracuje se subjekty na národní úrovni, spolupracuje a zabezpečuje koordinaci mezi kraji a koordinaci na úrovni partnerství v turistických regionech (turistických oblastech)
- zajišťuje financování rozvoje turistických regionů a turistických oblastí z pohledu hospodářského růstu a zaměstnanosti
- koordinuje aktivity podnikatelských subjektů v rámci své působnosti
- realizuje monitorovací a analytickou činnost včetně využití Satelitního účtu cestovního ruchu pro rozhodování o prioritách rozvoje cestovního ruchu ve vazbě na ekonomický růst a zaměstnanost krajů
- realizuje mezinárodní spolupráci v cestovním ruchu na regionální úrovni

Organizace cestovního ruchu v regionech (kraj, turistický region a oblast)

- vytváří vize a koncepce rozvoje cestovního ruchu v regionu v provázanosti s vizemi krajů, na jejichž území se rozkládá
- koordinuje aktivity na úrovni regionu v rámci propagace, tvorby produktů a marketingu
- vytváří struktury partnerských sdružení v regionech s potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu zahrnující veřejnou správu (města a obce), podnikatele a NNO
- koordinuje spolupráci subjektů cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru v rámci regionu
- vytváří strategie v oblasti produktů cestovního ruchu s ohledem na vybrané cílové

²² *Možnosti krajů při zřizování organizací cestovního ruchu*

Ů *kraj zřizuje vlastní organizaci cestovního ruchu*

Ů *dva a více krajů zřizují jednu organizaci cestovního ruchu*

Ů *kraj pověřuje vybraný subjekt výkonem organizace cestovního ruchu*

Ů *dva a více krajů pověřují vybraný subjekt výkonem organizace cestovního ruchu*

Ů *kraj bude vykonávat funkce organizace cestovního ruchu prostřednictvím příslušného útvaru krajského úřadu*

segmenty a podporu jejich vzniku, podílí se na jejich zpracování

- spolupracuje s CzechTourism
- zajišťuje přípravu rozvojových projektů, jejich realizaci a koordinaci
- podporuje výchovu místních obyvatel k cestovnímu ruchu s cílem přispět k rozvoji vzdělanosti v cestovním ruchu
- realizuje monitorovací a analytickou činnost pro rozhodování o prioritách rozvoje cestovního ruchu v regionu ve vazbě na ekonomický růst a zaměstnanost
- podporuje zavádění moderních technologií do praxe
- účastní se na maximalizaci multiplikačního efektu cestovního ruchu v regionu
- koordinuje činnosti turistických informačních center
- vytváří, spravuje a naplňuje regionální fond cestovního ruchu

Partnerství - moderní nástroj na podporu cestovního ruchu v regionech

Za klíčový princip (nástroj) řízení cestovního ruchu v regionech lze jednoznačně označit fungující **partnerství soukromého, veřejnoprávního a neziskového sektoru s občany regionu**. V regionech je velmi důležitá spolupráce všech zainteresovaných právnických i fyzických osob s místní veřejnou správou. Ta reprezentuje v regionu celou komunitu a musí tudíž usilovat o trvalé hledání a řešení společných problémů, dosažení společných cílů. Partnerství sdružuje a znásobuje energii a vkládané prostředky zúčastněných subjektů (místních obyvatel, veřejné správy, podnikatelů, neziskových organizací atd.) a je na něm závislá kvalita výsledného produktu. Jde o systém práce, který přináší velké možnosti a umožňuje subjektům čelit potenciálním problémům. Z pohledu návštěvníků jsou služby cestovního ruchu nabízené podnikatelskými subjekty i subjekty veřejné správy komplementární a navzájem se do jisté míry podmiňují. V případě, že v této síti některá služba nedosahuje požadované kvality nebo nefunguje vůbec, má to pochopitelně dopady na další provozovatele služeb cestovního ruchu a v konečném důsledku na rozvoj cestovního ruchu v celém regionu.

5 Přílohy

Příloha 1: Pojmy

Agroturistika – viz také venkovský cestovní ruch, turistické nebo rekreační pobyty na venkově na rodinných farmách, cílem je poznávání alternativních způsobů života, tradiční výroby potravin, kontakt s přírodou, jízda na kole, na koni, apod.

Atraktivita cestovního ruchu – přírodní, kulturní nebo společenský subjekt, událost přitahující účastníky cestovního ruchu.

Cestovní ruch – aktivity osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí a pobývajících v těchto místech po dobu ne delší než jeden rok, za účelem trávení volného času, podnikání či jiným účelem.

Cykloturistika – aktivní cestování, určené k poznávání přírodních a společenských zajímavostí v určité oblasti pomocí většinou speciálně upraveného cestovního kola.

Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism – příspěvková organizace přímo řízená ministerstvem pro místní rozvoj, která zprostředkovává základní informace o kulturních, historických, přírodních a společenských atraktivitách v ČR s cílem zvýšit výnosy z cestovního ruchu. Zabývá se také marketingem, průzkumem domácího a zahraničního trhu a analyzováním zjištěných údajů.

Destinace cestovního ruchu (turistická destinace) – lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit CR, rozvinutými službami CR a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobí koncentrace návštěvníků..

Domácí cestovní ruch – cestování a pobyt občanů mimo místo jejich obvyklého pobytu za účelem využití volného času, rekreace, poznání nebo za jiným nevýdělečným účelem, trvající ne déle než jeden rok a realizované kompletně ve vlastním státě.

Ekoagroturistika – pobyty na rodinných farmách zabývajících se alternativním zemědělstvím; je zaměřena zejména na konzumaci zdravých potravin, práci na farmě, blízký kontakt s přírodou, jízdu na koni apod.

Incentivní cestovní ruch – zájezd pro zaměstnance firmy za odměnu, v poslední době se intenzivně rozvíjí v souvislosti s posilováním vztahu zaměstnanců k vlastní firmě.

Incoming – příjezdy cizích občanů do hostitelské země, příjezdový cestovní ruch PCR, dříve aktivní cestovní ruch (ACR).

Klub českých turistů – organizace sdružující zájemce o aktivní turistiku, vlastníci turistické chaty a ubytovny pro levné ubytování na přitažlivých místech ČR, vydává mapy, zajišťuje značení turistických cest.

Kongresový cestovní ruch – je zaměřený na kongresy, konference, semináře, sympózia. Je podporován slevami dopravců, organizován pro předem známý okruh účastníků. Zpravidla tématické zaměření, předem stanovený cíl jednání, vysoké nároky na MTZ.

Klastr - je soubor regionálně propojených společností (podnikatelů) a přidružených institucí a organizací – zejména institucí terciárního vzdělávání (VŠ, VŠO) - jejichž vazby mají potenciál k upevnění a zvýšení jejich konkurenceschopnosti.

Lázeňské místo - území, na kterém jsou, nebo mají být zřízeny přírodní léčebné lázně a které je za lázeňské místo prohlášeno vládou na návrh ministra zdravotnictví (prohlášení není třeba, jestliže místo bylo uznáno za lázeňské již dříve zvláštními předpisy, nebo u míst se staletou lázeňskou tradicí).

Národní produkt cestovního ruchu - souhrn činností v oblasti cestovního ruchu vytvářející ucelenou nabídku pro zájemce/účastníky za účelem využití volného času, rekreace, poznání a za jiným nevýdělečným účelem realizované na území státu přesahující správní hranice (v ČR např. hranice několika krajů) nebo jde o nový produkt, jehož postupné zavádění je podporováno z úrovně státu. Vždy musí jít o nabídku zahrnující kompletní zabezpečení účastníka s využitím lokalizačních předpokladů cestovního ruchu na území státu.

Organizace cestovního ruchu – soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané

destinaci. Výsledkem takového procesu jsou udržitelné a konkurenceschopné produkty CR, společně sdílené logo, značka kvality, společný (sdílený) informačně - rezervační systém, tvorba cenové politiky, provádění výzkumu a sběru statistických dat z oblasti cestovního ruchu, iniciace partnerství soukromého a veřejného sektoru cestovního ruchu i podpora profesních spolků, sdružení a organizací.

Produkt cestovního ruchu – souhrn činností v oblasti cestovního ruchu vytvářející ucelenou nabídku pro zájemce/účastníky za účelem využití volného času, rekreace, poznání, za jiným nevýdělečným účelem (včetně kongresového a církevního cestovního ruchu a lázeňství), realizované v konkrétní lokalitě, regionu či státu nebo tématicky zaměřené na území i více států (např. cykloturistiku v pohraničí ČR a SRN). Vždy musí jít o nabídku zahrnující kompletní zabezpečení účastníka s využitím lokalizačních předpokladů cestovního ruchu konkrétního regionu, státu či lokality.

Region - je netaxonomický a nenormativní. Má-li mít pojem region normativní charakter je třeba přidat adjektivum či jiným způsobem doplnit a specifikovat pojem region (např. region soudržnosti v zákoně č. 248/2000, Sb., o podpoře regionálního rozvoje, v aktuálním znění).

Satelitní účet cestovního ruchu – soubor účtů založený na koncepci národních účtů, který dává obraz o postavení cestovního ruchu v národním hospodářství.

Sociální cestovní ruch - je začlenění lidí žijících v nízkých příjmových skupinách do činností spojených s rekreací a volným časem.

Turistika – druh cestovního ruchu, kdy se účastník pohybuje vlastní silou (případně s využitím síly zvířat, ale nemotorizovaně), jde tedy o aktivní formu účasti návštěvníků na cestovním ruchu.

Turistická lokalita – významné místo cestovního ruchu na menší rozloze, jehož charakter neodpovídá významu turistické oblasti. Koordinace a řízení je podřízeno turistickému regionu nebo oblasti, ne jehož území se nachází.

Turistická oblast - územní celek specifických potenciálem převážně stejných přírodních, resp. kulturně-historických podmínek a vlastností pro rozvoj cestovního ruchu a rekreace. Potenciál daného území vytváří vhodné předpoklady pro realizaci konkurenceschopné nabídky produktů cestovního ruchu se zaměřením především na domácí cestovní ruch. Území je v oblasti rozvoje cestovního ruchu koordinováno profesní organizací a jsou za území shromažďovány statistické informace. Na území je k dispozici min. 3 tisíce lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních.

Turistický region - územní celek, jehož nabídka CR svým množstvím, kvalitou, rozmanitostí a atraktivitou vyvolává návštěvnost. Potenciál území vytváří vhodné předpoklady pro realizaci konkurenceschopné nabídky produktů cestovního ruchu s důrazem na příjezdový cestovní ruch a pro vybrané z nich jsou součástí národních produktů. Území je v oblasti cestovního ruchu řízeno profesní organizací a jsou za území shromažďovány statistické informace. Je základní jednotkou národní propagace a marketingu cestovního ruchu republiky. Mohou se členit na turistické oblasti. Na území se uskutečňuje min. 1 milión přenocování za rok v hromadných ubytovacích zařízeních.

Turisticky značená trasa - trasa vybavená turistickým informačním systémem poskytujícím turistické a vlastivědné informace při pohybu v terénu.

Turisticky značené stezky – pěší turistické trasy označované turistickými značkami.

Udržitelný cestovní ruch – rozvoj cestovního ruchu založený na třech základních principech udržitelnosti, a to principu ekonomické prosperity, principu kulturně – sociální identity a principu ekologický – šetrného rozvoje cestovního ruchu.

Venkovský cestovní ruch– viz také *agroturistika*, turistika, jejíž přitažlivost a nabízené služby jsou založeny na některých aspektech venkovského způsobu života – rozsáhlá, tichá krajina, příroda, ubytování na statcích, chov domácích zvířat.

Vodní cestovní ruch – druh cestovního ruchu využívající vodní plochy, vodní toky, moře a oceány pro různé aktivity.

Výdaje na cestovní ruch – výdaje na celkovou spotřebu vynaložené účastníkem cestovního ruchu.

Zdravotní cestovní ruch – forma cestovního ruchu směřující především do lázní nebo rekreačních center, u níž hlavní motivací účasti je zlepšování zdravotního stavu návštěvníků nejčastěji pomocí kombinace zdravotní terapie a zdravotních služeb, pobytu v prostředí s léčebnými účinky, změny životosprávy, tělesného cvičení, diety a relaxačních programů.

Příloha 2: Data a fakta o vývoji cestovního ruchu ČR v letech 2000 - 2006

a) Kapacitní ukazatele²³

Tak jako ve většině evropských zemí je i v ČR podnikání v pohostinství a ubytování převážně záležitostí malých a středních firem (z počtu přibližně 42 tis. stravovacích zařízení a 8 tis. ubytovacích zařízení v ČR v roce 2004 bylo jen 79 podniků s více než 100 zaměstnanci a pracovalo v nich 12,8 % všech pracovníků)²⁴.

Počet hromadných ubytovacích zařízení v roce 2001 dosáhl počtu 7 703, v roce 2006 činil 7 616 zařízení s celkovou kapacitou 441 968 stálých lůžek. Druhá skladba uvedených hromadných ubytovacích zařízení v roce 2006 byla následující: na hotely a jim podobná zařízení připadalo 57 % (z toho na hotely^{*****} a ^{*****} jen 7 %), na ostatní hromadná ubytovací zařízení 43 % (v tom 16 % na kempy, 29 % na chatové osady a turistické ubytovny, 56 % na ostatní nespecifikovaná hromadná zařízení). Podíl lůžkových kapacit v uvedených druzích hromadných ubytovacích zařízeních byl následující: 53 % v hotelech a jim podobných zařízeních (z toho na hotely^{*****} a ^{*****} připadalo 21 %), v ostatních hromadných ubytovacích zařízeních 47 % (z toho v chatových osadách a turistických ubytovnách 28 %).

Z hlediska struktury nabídky cestovního ruchu připadá cca 45 % lůžkové kapacity na ubytovací zařízení ve střediscích městského a kulturně – poznávacího cestovního ruchu, kolem 15 % na ubytovací zařízení ve střediscích letní rekreace u vody, 19 - 20 % v horských střediscích, na lázeňská střediska cca 8 - 9 % lůžkových kapacit a na ostatní střediska cestovního ruchu, většinou ve venkovském prostředí cca 10 % kapacit ubytovacích zařízení v ČR.²⁵

Významné postavení v cestovním ruchu ČR zajímá tradiční lázeňství. Efektivnost vložených prostředků je společně s kongresovým cestovním ruchem nejvyšší ze všech odvětví cestovního ruchu, a to jak v evropském tak národním srovnání. Lůžková kapacita lázeňských ubytovacích zařízení v 36 lázeňských místech představuje na konci roku 2006 mírně přes 30 tis. lůžek. Lázně představují významný ekonomický přínos nejen pro veřejné rozpočty obcí, ale i pro dlouhodobou zaměstnanost v často problémových regionech, kde jsou lázně lokalizovány. V návštěvnosti lázní jsou důležitým prvkem zahraniční hosté s celkově mírným růstem jejich počtu (např. v roce 1997 - 98 tis. zahraničních hostů, v roce 2000 - 127 tis., v roce 2001 - 123 tis., v roce 2002 - 134 tis., v roce 2003 - 115 tis., 2004 - 131 tis., 2005 - 228 tis., 2006 - 306 tis.). Domácí i zahraniční lázeňští hosté mají jednoznačně nejdelší dobu pobytu ze všech druhů cestovního ruchu. Délka pobytu zahraničních hostů dlouhodobě překračuje 10 dnů, (v roce 2000 - 10,8 dne, v roce 2003 - 13,8 dne, v roce 2004 - 12,2 dne, 2005 - 10,9 dne, 2006 - 10,3 dne).

²³ Kapacitní i výkonové ukazatele ubytovacích zařízení ČR nejsou bohužel od roku 1993 do současnosti srovnatelné, a to z důvodů změn v metodice zjišťování statistických údajů o ubytovacích zařízeních (od roku 1996 probíhala šetření ve všech ubytovacích zařízeních, od roku 2002 již jen v hromadných ubytovacích zařízeních apod.).

²⁴ Pramen: ČSÚ

²⁵ Pramen: Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR. Grantový projekt MMR, ESF MU 2005.

Tabulka 4: Kapacita hromadných ubytovacích zařízení podle krajů ČR (k 31.12.2006)

	Počet zařízení	Počet pokojů	Počet lůžek
ČR celkem	7 616	167 582	441 968
v tom:			
Hlavní město Praha	619	32 122	69 650
Středočeský kraj	548	10 779	29 179
Jihočeský kraj	1 011	17 846	53 504
Plzeňský kraj	417	7 566	21 313
Karlovarský kraj	429	14 034	28 874
Ústecký kraj	384	7 067	18 652
Liberecký kraj	917	13 483	40 668
Královéhradecký kraj	985	16 259	47 919
Pardubický kraj	277	5 513	15 970
Vysočina	364	6 624	19 636
Jihomoravský kraj	489	11 863	30 319
Olomoucký kraj	343	7 005	19 122
Zlínský kraj	368	8 015	21 758
Moravskoslezský kraj	465	9 406	25 404

Pramen: ČSÚ

Tabulka 5: Druhá skladba hromadných ubytovacích zařízení v roce 2006

	Počet zařízení	Počet pokojů	Počet lůžek
Hromadná ubytovací zařízení celkem	7 616	167 582	441 968
v tom:			
Hotely a podobná ubytovací zařízení celkem	4 314	101 563	236 104
v tom			
Hotely *****	35	5 169	10 247
Hotely ****	274	19 680	38 816
Ostatní hotely a pensiony	4 005	76 714	187 041
Ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem	3 302	66 019	205 864
v tom:			
Kempy	512	8 331	31 095
Chatové osady a turistické ubytovny	946	15 122	57 067
Ostatní hromad. ubyt. zařízení	1 844	42 566	117 702

Pramen: ČSÚ

b) Výkonové ukazatele

Roční čisté využití lůžkové kapacity v hotelech a penzionech (statisticky sledovaných) v roce 2006 dosáhlo v průměru 35,8 %. Nadprůměrné bylo zejména v Praze (51,8 %), v Karlovarském (45,3 %) a Zlínském kraji (32,9 %); nejméně využita byla lůžková kapacita v kraji Jihočeském (25,4 %), Vysočina (24,9 %) a Ústeckém kraji (21,8 %). Toto nízké využití lůžkových kapacit je jednou ze slabých rozvojových stránek a svědčí také o malé nabídce atraktivních produktů a programů cestovního ruchu. Na straně druhé jde také důsledky krátké sezóny pro mnohá zařízení (zejména v oblastech bez zimního cestovního ruchu a rekreace).

Celkový počet hostů (turistů) v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) se v posledních 5 letech mírně zvyšuje, v roce 2006 dosáhl 12,72 mil. (11,28 mil. v roce 2001, 10,41 mil. v roce 2002, 12,43 mil. v roce 2003, 12,22 mil. v roce 2004, 12,36 mil. v roce 2005). Podíl domácích hostů se v HUZ dlouhodobě pohybuje kolem 50 % (v roce 2001 52,1 %, v roce 2002 54,5 %, v roce 2004 50,4 %, v roce 2005 48,7 %, v roce 2006 49,4 %).

Počet zahraničních turistů v České republice až do roku 1999, kdy se v ČR ubytovalo 5,6 mil. zahraničních turistů v ubytovacích zařízeních, rostl. Poté následovalo období poklesu a stagnace způsobené negativními geopolitickými událostmi a přírodními katastrofami, jakými byly teroristické útoky v New Yorku (2001), povodně v ČR (2002), epidemie nemoci SARS a válečný konflikt v Iráku (2003)²⁶. Rok 2004 znamenal pozitivní obrat pro mezinárodní cestovní ruch, který se také projevil v příjezdovém cestovním ruchu, kdy se dle šetření návštěvnosti v HUZ v ČR ubytovalo 6,1 mil. turistů. V letech 2005 a 2006 se v HUZ ubytovalo doposud nejvíce zahraničních turistů v historii, a to 6,3 mil. respektive 6,4 mil. osob.

V roce 2006 byl v ČR poprvé sestaven Satelitní účet cestovního ruchu (TSA), a to za období 2003 – 2005. Dle údajů zjištěných prostřednictvím TSA si v roce 2005 zvolilo ČR jako cíl své cesty 23,4 mil. zahraničních návštěvníků, z čehož na jednodenní návštěvníky připadlo 9,3 mil. (40 %) a na tranzitující 5,0 mil. (21 %). Zahraničních turistů včetně ubytovaných v soukromí, přijelo dohromady přes 9,0 mil. (39 %). Toto číslo získané prostřednictvím TSA potvrdilo předešlé výzkumy agentury CzechTourism, na základě kterých se předpokládalo, že v soukromí se ubytuje až 30 % zahraničních turistů.

Průměrné výdaje zahraničních turistů v ČR v roce 2006 činily 1 896 Kč na osobu a den. Vývoj počtu přenocování je podobný jako vývoj počtu příjezdů. Důsledkem toho se příliš nemění ani průměrný počet přenocování. Ten v posledních letech osciluje mezi 3,0 – 3,2 přenocováními. Ve vyjádření pomocí průměrné délky pobytu to pak znamená, že zahraniční turista v ČR stráví 4,1 dne (2006). Nejdelší návštěvy u nás realizují tradičně hosté z Ruska (6,7 dne), Izraele (4,8 dnů), Německa (4,7 dne), naopak nejkratší naši sousedé z Polska (3,2 dny) a Rakouska (3,1) dne²⁷. Tato situace převážně krátkodobých návštěv je dlouhodobě nepříznivá, změnit ji může především kvalitnější nabídka atraktivních turistických produktů z turistických regionů mimo Prahu.

V mezinárodním srovnání patří ČR do první třicítky nejvíce navštěvovaných zemí světa. V roce 2005 se podle údajů UNWTO nacházela na 30. místě. Toto srovnání je však ovlivněno rozdílnými metodikami měření návštěvnosti jednotlivých zemí. Z tohoto pohledu můžeme usuzovat, že výsledky některých zemí jsou nadhodnoceny a postavení ČR je tak lepší, než umístění publikované UNWTO.

Nejčastějšími důvody návštěvy ČR zahraničními turisty²⁸ je rekreace a zábava (46 - 54 %), služební cesta (14 - 19 %), návštěva příbuzných a známých (16 – 21 %) a účast na kongresu 4 %.

Největší podíl zahraničních turistů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních mají u nás tradičně Němci, i když jejich podíl každým rokem klesá (v r. 2006 již jen 25,1 %), v posledních dvou letech jsou svými víkendovými pobyty na druhém místě Britové (8,8 %), následují Italové (6,2 %), Američané (5,0 %), Nizozemci i Slováci (4,4 %), Poláci (4,3 %), Francouzi (3,7 %). Hosté z Ruska s nejdelší průměrnou dobou pobytu a nadprůměrnými výdaji představují dlouhodobě významný ekonomický přínos. Vývoj struktury zahraniční

²⁶ Výsledky roku 2000 – 2001 však mohly být ovlivněny i následujícími skutečnostmi. V roce 2000 a 2001 provedl ČSÚ některé metodické změny v šetření „Návštěvnosti v ubytovacích zařízeních cestovního ruchu“ a výsledná data mohla být ovlivněna mimo jiné i změnou dotazovaných ubytovacích zařízení. Dosavadní výsledky šetření byly též ovlivněny stavem Registru ubytovacích zařízení, jež nabyl napojen na žádný administrativní zdroj informací, který by zajišťoval automatickou aktualizaci (uváděné údaje o počtech turistů v ubytovacích zařízeních byly souhrnem zpracovaných dat za předložené dotazníky a dopočetná data za ta ubytovací zařízení, od kterých nebyl vyplněný dotazník získán, či která nebyl zahrnuta do výběru).

²⁷ Příjezdový cestovní ruch ČR – Počet a struktura zahraničních návštěvníků a jejich výdaje v ČR; MMR; 2006

²⁸ Příjezdový cestovní ruch ČR – Počet a struktura zahraničních návštěvníků a jejich výdaje v ČR; MMR; 2006

návštěvnosti pro rok 2006 je charakteristický poklesem podílu turistů z Velké Británie a stagnací podílu turistů z Itálie. Naopak dynamicky se vyvíjí podíl amerických turistů. U polských, ale také u slovenských turistů můžeme sledovat zastavení snižování jejich podílu na celkové návštěvnosti ČR.

Struktura zahraniční návštěvnosti z hlediska sezónnosti vykazuje výraznou koncentraci na letní sezónu. Mezi měsíce s nejvyšší návštěvností patří červenec, srpen a září. Naopak leden, únor, listopad a také prosinec patří k měsícům s nejmenším počtem příjezdů.

Devizové příjmy z cestovního ruchu v období 2000 - 2005 v podstatě stagnovaly řádově kolem 100 mld. Kč, resp. měly mírně klesající tendenci; v roce 2006 však již činily 113 mld. Kč.

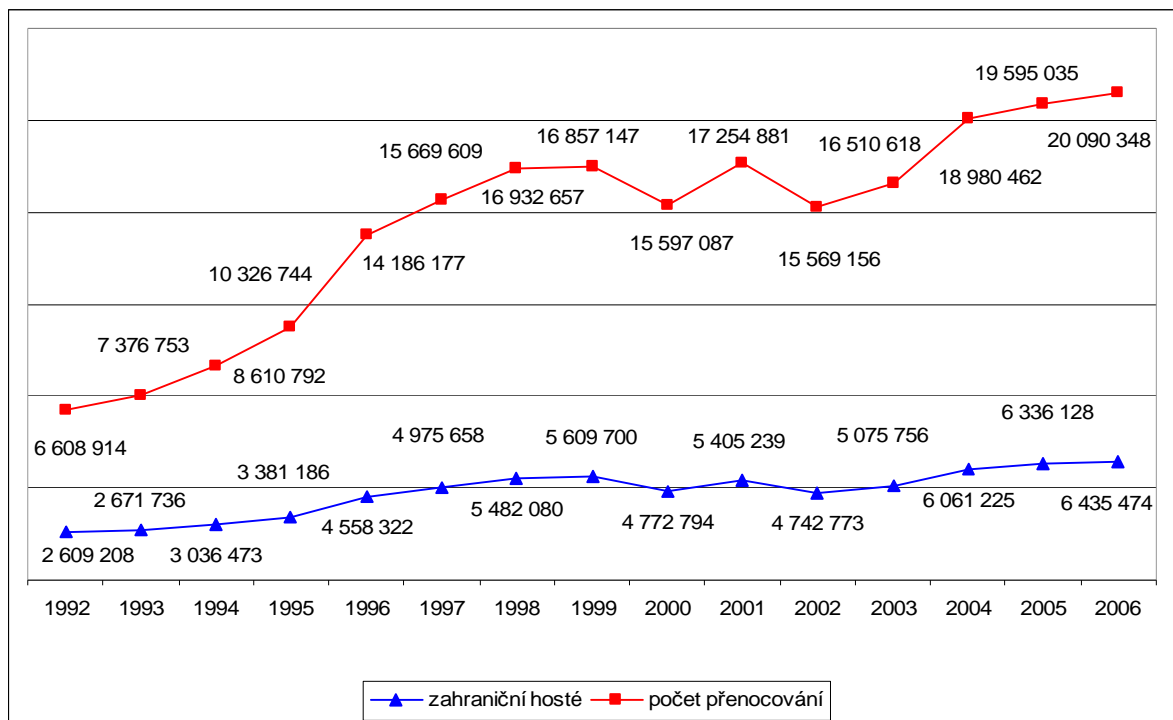
Ekvivalent devizových příjmů z cestovního ruchu na tvorbě HDP představoval v roce 2006 3,5 %, což je obdobný výsledek jako u srovnatelných destinací cestovního ruchu. Podíl devizových příjmů z mezinárodního cestovního ruchu – ekvivalent tržeb za export zboží a služeb dosáhl v roce 2006 úrovně 5,3 %. Devizové saldo z cestovního ruchu má trvale kladnou hodnotu.

Důležitým ekonomickým ukazatelem významu, resp. atraktivity cestovního ruchu dané země jsou také výdaje zahraničních turistů. Z dostupných analýz²⁹ vyplývá, že ekonomicky nejzajímavější turisté jsou z Irska, Norska, Austrálie, resp. USA a Velké Británie, naopak nejmenší výdaje realizují turisté z Polska a Slovenska.

Významný subjekt podporující rozvoj cestovního ruchu představují také cestovní kanceláře, a to především ty, které přivádějí zahraniční hosty k nám (incomingové CK). Analýza jejich přínosu není vzhledem k nedostupnosti statistických informací možná, nicméně je potřebné konstatovat, že jejich potenciál není zdaleka využíván a je jedním z úkolů této Koncepce formulovat i možnosti jejich podpory např. v rámci marketingových aktivit CzechTourism, resp. v rámci budování národního informačního a rezervačního systému ČR.

²⁹ Příjezdový cestovní ruch ČR – Počet a struktura zahraničních návštěvníků a jejich výdaje v ČR; MMR; 2006

Graf 1: Vývoj počtu ubytovaných zahraničních turistů v HUZ a počtu jejich přenocování



Pramen: ČSÚ

Tabulka 6: Přehled států s nejvyšším počtem mezinárodních příjezdů v roce 2005 (v mil.)

Země	Počet příjezdů	Pořadí
Francie	76,0	1.
Španělsko	55,6	2.
USA	49,4	3.
Čína	46,8	4.
Itálie	36,5	5.
Velká Británie	30,0	6.
Mexiko	21,9	7.
Německo	21,5	8.
Turecko	20,3	9.
Rakousko	20,0	10.
Rusko	19,9	11.
Kanada	18,6	12.
Malajsie	16,4	13.
Polsko*	15,2	14.
Hong Kong	14,8	15.
Česká republika	6,3	30.

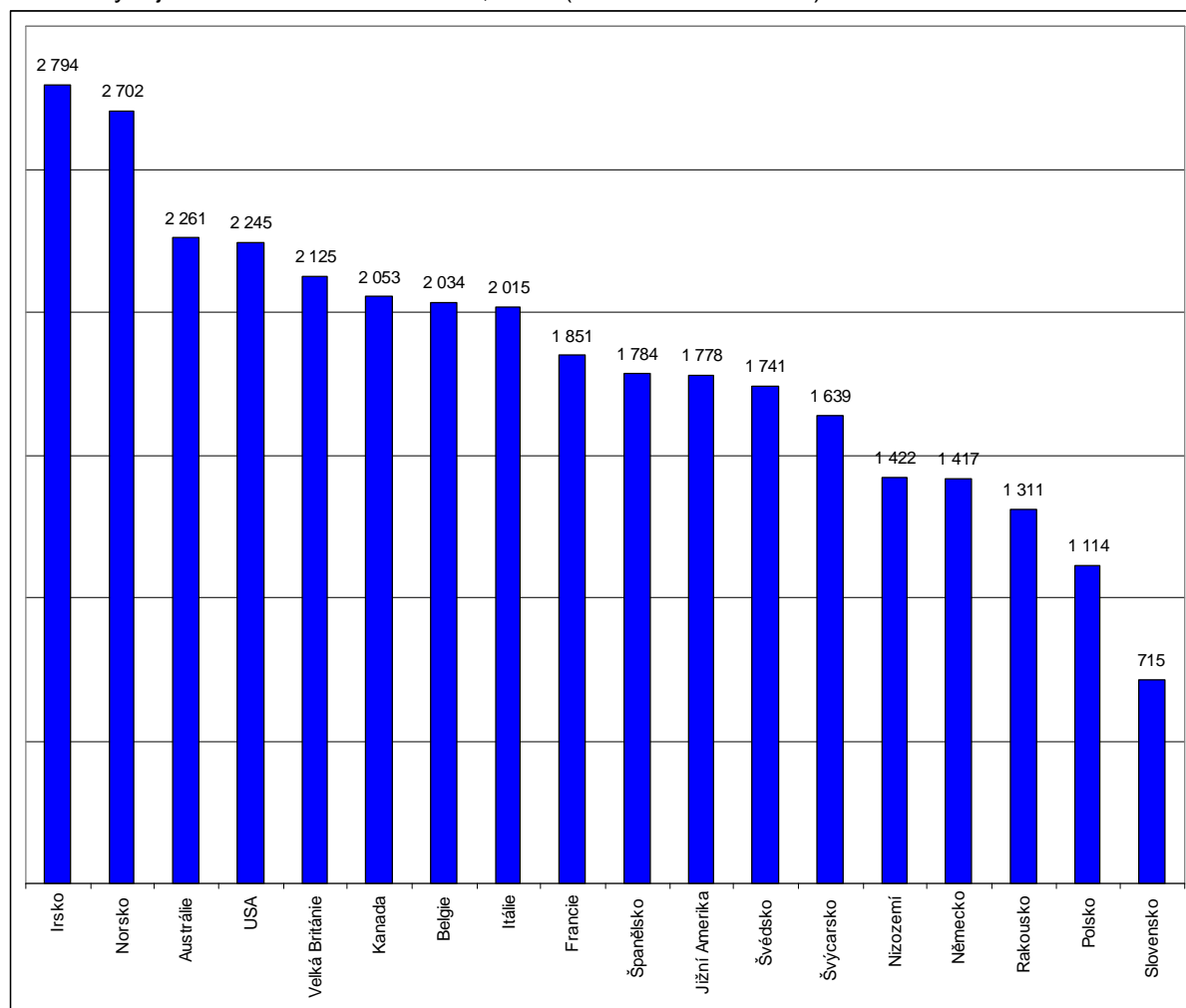
Pramen: UNWTO

* Polsko na rozdíl od ČR nevykazuje počet ubytovaných zahraničních turistů, ale počet všech zahraničních turistů. Hodnoty ubytovaných turistů jsou u těchto zemí nižší než v ČR. Konkrétně v Maďarsku je to 2,9 mil. a v Polsku 3,3 mil. turistů.

Tabulka 7: Podíl vybraných zemí na světovém trhu příjmů z mezinárodního cestovního ruchu (v %)

Stát	1990	1995	2005
ČR	0,16	0,71	0,68
Francie	7,66	6,78	6,22
Chorvatsko	0,65	0,33	1,10
Irsko	0,71	0,66	0,70
Itálie	6,25	7,07	5,21
Maďarsko	0,31	0,65	0,63
Německo	5,43	4,46	4,29
Nizozemí	1,58	1,62	1,54
Polsko	0,14	1,63	0,92
Rakousko	5,09	3,59	2,27
Rusko	-	1,06	0,80
Řecko	0,98	1,02	2,02
Španělsko	7,06	6,25	7,04
Švýcarsko	2,81	2,31	1,62
Velká Británie	5,23	4,57	4,51
Evropa	54,39	52,39	51,21

Pramen: UNWTO

Graf 2: Výdaje zahraničních turistů v ČR, 2006 (v Kč na osobu a den)

Pramen: MMR

c) Regionální rozložení

Více než 15 % lůžkové kapacity je soustředěno v hlavním městě Praze. Výstavba ubytovacích zařízení měla v posledních 15 letech nejvyšší dynamiku v Praze. Lze

konstatovat, že v posledních letech také docházelo k mírnému rozšiřování ubytovací kapacity do ostatních regionů státu, což je pozitivní tendence s ohledem na význam cestovního ruchu pro regionální rozvoj. Celkový nárůst nové výstavby ubytovacích zařízení směřoval zejména do Prahy a atraktivních středisek cestovního ruchu (lázně, města, hory), celoplošně pak do výstavby penzionů a rychlého rozvoje ubytování v soukromí.

Z hlediska regionálního rozložení zahraniční návštěvnosti, které do značné míry signalizuje "realizovanou" atraktivitu potenciálu cestovního ruchu ČR, připadá kolem 50 % na hlavní město Prahu, dalšími nejnavštěvovanějšími cíli jsou západočeské lázně, Krkonoše a Jizerské hory, příhraniční oblasti jižních Čech, z velkých měst především veletřní Brno. Poměrně nepříznivým faktorem je koncentrace na letní sezónu.

Trendy domácí návštěvnosti mají podobný charakter jako zahraniční návštěvnost, tj. koncentrace do turisticky nejatraktivnějších míst a oblastí (hory, města, lázně), s větším důrazem na "služební a obchodní" cestovní ruch ve městech. Z hlediska ubytovaných návštěvníků také převládá letní sezóna.

Z hlediska hodnocení očekávaných trendů lze konstatovat, že Praha zůstane i do budoucna turistickým centrem mezinárodního významu. Jedním z důvodů, proč Praha stále dominuje, je také fakt, že v ostatních regionech chybí nabídka nových kvalitních produktů ČR

Zahraníční turisté se soustřeďují především na návštěvu Prahy - v roce 2006 se jich v hromadných ubytovacích zařízeních ubytovalo v Praze 57,5 % (v roce 2003 – 52,2 %, v roce 2004 – 57,3 %, v roce 2005 – 58,8 %), podíl na počtu přenocování činil 51,4 %. Z hlediska regionálního rozložení zahraničních turistů následuje s velkým odstupem Karlovarský kraj – 7,5 % (význam lázeňství – z hlediska podílu na přenocování zahraničních hostů jde o 15,7 %), Jihomoravský (6,2 %) a Jihočeský kraj (5,2 %). Pro turisty z některých zemí je Praha jako turistický cíl naprosto dominantní (např. do Prahy směřuje 91,2 % občanů Velké Británie, 86,1 % občanů USA, 83,3 % občanů Itálie, 78,8 % občanů Francie). Naopak k zahraničním turistům, které lze označit v našich regionech za „cestovatele“, patří tradičně občané Německa (podíl Prahy jen 36,3 %) a Rakouska (podíl Prahy jen 45,9 %).

Tabulka 8a: Regionální rozložení zahraniční návštěvnosti v ubytovacích zařízeních v ČR³⁰ (Hosté)

Kraj	Počet hostů 1999	% podíl	Počet hostů 2006	% podíl	Index 2006/1999
Hl. město Praha	2 083 203	37,1	3702116	57,5	177,7
Středočeský	359 345	6,4	224 215	3,5	62,4
Jihočeský	402 163	7,2	333 402	5,2	82,9
Plzeňský	209 384	3,7	154 828	2,4	73,9
Karlovarský	361 066	6,4	479 742	7,5	132,9
Ústecký	243 819	4,3	167 380	2,6	68,6
Liberecký	389 326	6,9	243 166	3,8	62,5
Královéhradecký	421 431	7,5	332 840	5,2	79,0
Pardubický	109 673	2,0	58 586	0,9	53,4
Vysočina	139 974	2,5	59 399	0,9	42,4
Jihomoravský	354 427	6,3	397 239	6,2	112,1
Olomoucký	154 641	2,8	97 873	1,5	63,3
Zlínský	160 155	2,9	72 020	1,1	45,0
Moravskoslezský	221 093	3,9	112 668	1,8	51,0
Celkem	5 609 700	100,0	6 435 474	100,0	114,7

Pramen: ČSU

³⁰ V roce 1999 ve všech ubytovacích zařízeních, v roce 2006 jen v hromadných ubytovacích zařízeních

Tabulka 8b: Regionální rozložení zahraniční návštěvnosti v ubyt. zařízeních v ČR³¹ (Přenocování)

Kraj	Počet přenocování 1999	% podíl	Počet přenocování 2006	% podíl	Index 2006/1999
Hl. město Praha	5 999 181	35,5	10319827	51,4	172,0
Středočeský	987 627	5,8	578 061	2,9	58,5
Jihočeský	1 085 949	6,4	845 074	4,2	77,8
Plzeňský	553 378	3,3	444 970	2,2	80,4
Karlovarský	1 756 725	10,4	3 154 658	15,7	179,6
Ústecký	676 704	4,0	509 236	2,5	75,3
Liberecký	1 189 350	7,0	922 543	4,6	77,6
Královéhradecký	1 310 764	7,8	1 290 662	6,4	98,5
Pardubický	339 423	2,0	209 987	1,0	61,9
Vysočina	417 356	2,5	202 333	1,0	48,5
Jihomoravský	877 872	5,2	759 570	3,8	86,5
Olomoucký	510 723	3,0	275 359	1,4	53,9
Zlínský	525 876	3,1	249 125	1,2	47,4
Moravskoslezský	652 968	3,9	328 943	1,6	50,4
Celkem	16 883 896	100,0	20 090 348	100,0	119,0

Pramen: ČSU

Tabulka 8c: Regionální rozložení zahraniční návštěvnosti v ubyt. zařízeních v ČR³² (Délka pobytu)

Kraj	Průměrný počet přenocování		Rozdíl
	1999	2006	
Hl. město Praha	2,9	2,8	-0,1
Středočeský	2,7	2,6	-0,1
Jihočeský	2,7	2,5	-0,2
Plzeňský	2,6	2,9	0,3
Karlovarský	4,9	6,6	1,7
Ústecký	2,8	3,0	0,2
Liberecký	3,1	3,8	0,7
Královéhradecký	3,1	3,9	0,8
Pardubický	3,1	3,6	0,5
Vysočina	3,0	3,4	0,4
Jihomoravský	2,5	1,9	-0,6
Olomoucký	3,3	2,8	-0,5
Zlínský	3,3	3,5	0,2
Moravskoslezský	3,0	2,9	-0,1
Celkem	3,0	3,1	0,1

Pramen: ČSU

³¹ V roce 1999 ve všech ubytovacích zařízeních, v roce 2005 jen v hromadných ubytovacích zařízeních³² V roce 1999 ve všech ubytovacích zařízeních, v roce 2005 jen v hromadných ubytovacích zařízeních

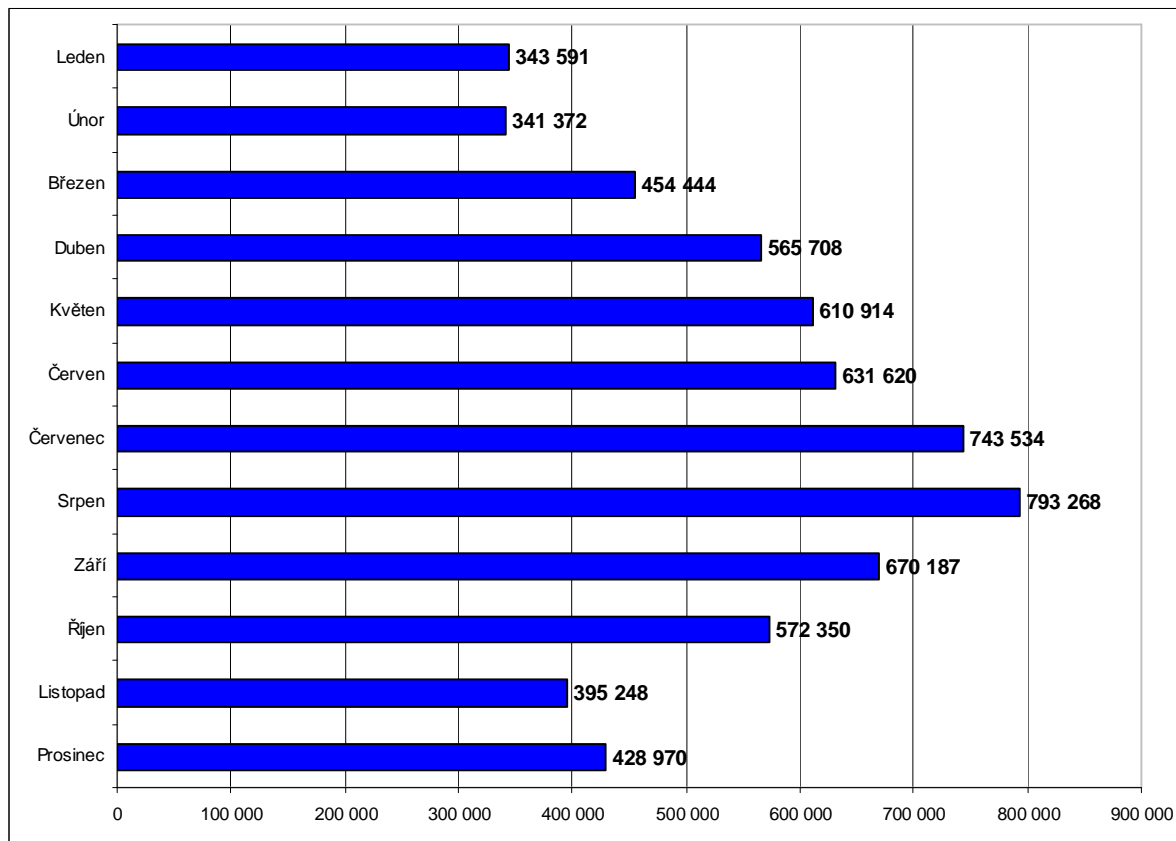
Tabulka 9: Zahraniční hosté v hromadných ubyt. zařízeních v r. 2002 a 2006 (relativní podíly v %)

Země	Příjezdy		Přenocování		Průměrná doba pobytu (ve dnech)	
	2002	2006	2002	2006	2002	2006
Zahraniční hosté celkem	4,74 mil.	6,34 mil.	15,57 mil.	19,60 mil.	4,3	4,1
v tom (v %):						
Německo	30,6	25,1	38,3	30,1	5,1	4,7
Spojené království	6,4	8,8	5,4	7,6	3,8	3,7
Itálie	5,3	6,2	4,7	5,7	3,9	3,9
USA	4,0	5,0	3,8	4,8	4,1	4,0
Nizozemsko	4,0	4,4	4,2	5,2	4,4	4,7
Polsko	7,4	4,3	5,5	3,0	3,4	3,2
Slovensko	4,8	4,4	4,0	4,0	3,8	3,9
Francie	4,1	3,7	3,4	3,0	3,7	3,6
Španělsko	3,0	3,4	2,9	3,5	4,1	4,2
Rusko	2,4	3,7	4,2	6,8	6,8	6,7
Rakousko	3,7	2,7	2,4	1,8	3,1	3,1
Japonsko	2,1	2,2	1,3	1,5	3,1	3,1
Dánsko	2,0	1,8	2,0	1,8	4,2	4,2
Maďarsko	1,3	1,5	1,0	1,0	3,6	3,2
Norsko	0,8	1,4	0,7	1,3	3,8	4,0
Švédsko	1,6	1,3	1,3	1,1	3,8	3,7
Belgie	1,2	1,2	1,1	1,0	3,8	3,7
Švýcarsko	1,1	1,1	0,9	0,9	3,7	3,5
Řecko	0,9	0,9	0,7	0,8	3,7	4,0
Izrael	2,3	0,9	2,3	1,1	4,3	4,8
z toho státy Evropské unie	64,1*	73,1	67,5*	72,6	4,5*	4,1**

Pramen: ČSÚ

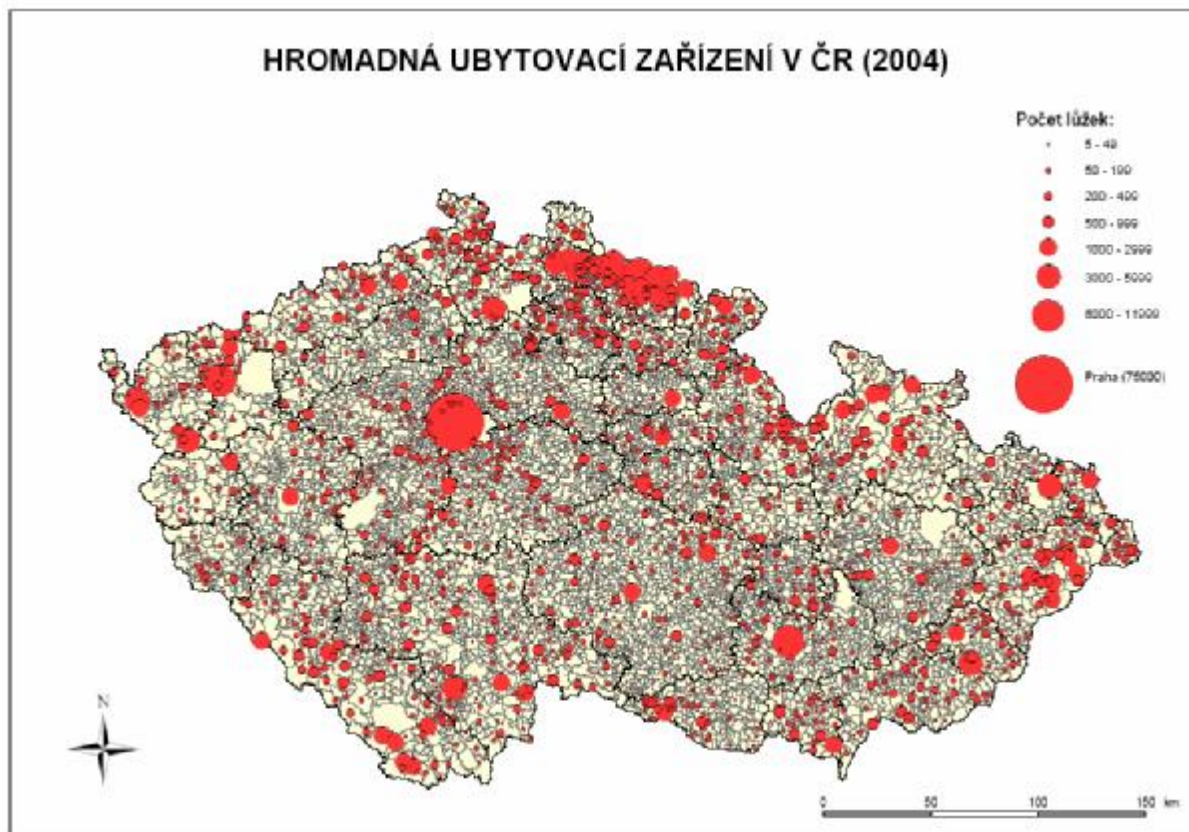
* EU15; ** EU25

Graf 3: Sezónnost zahraniční návštěvnosti ČR (rok 2006)



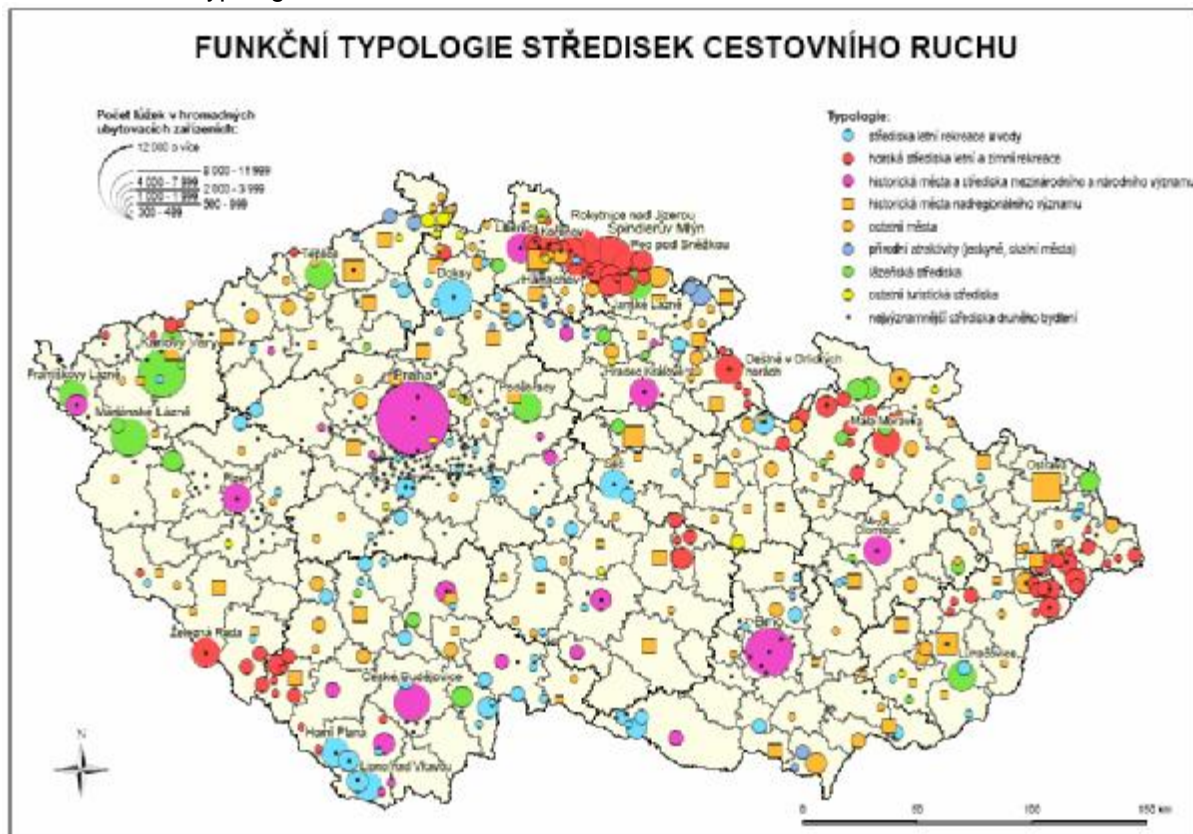
Pramen: ČSÚ

Obr. 2: Základní infrastruktura cestovního ruchu – ubytovací zařízení v ČR



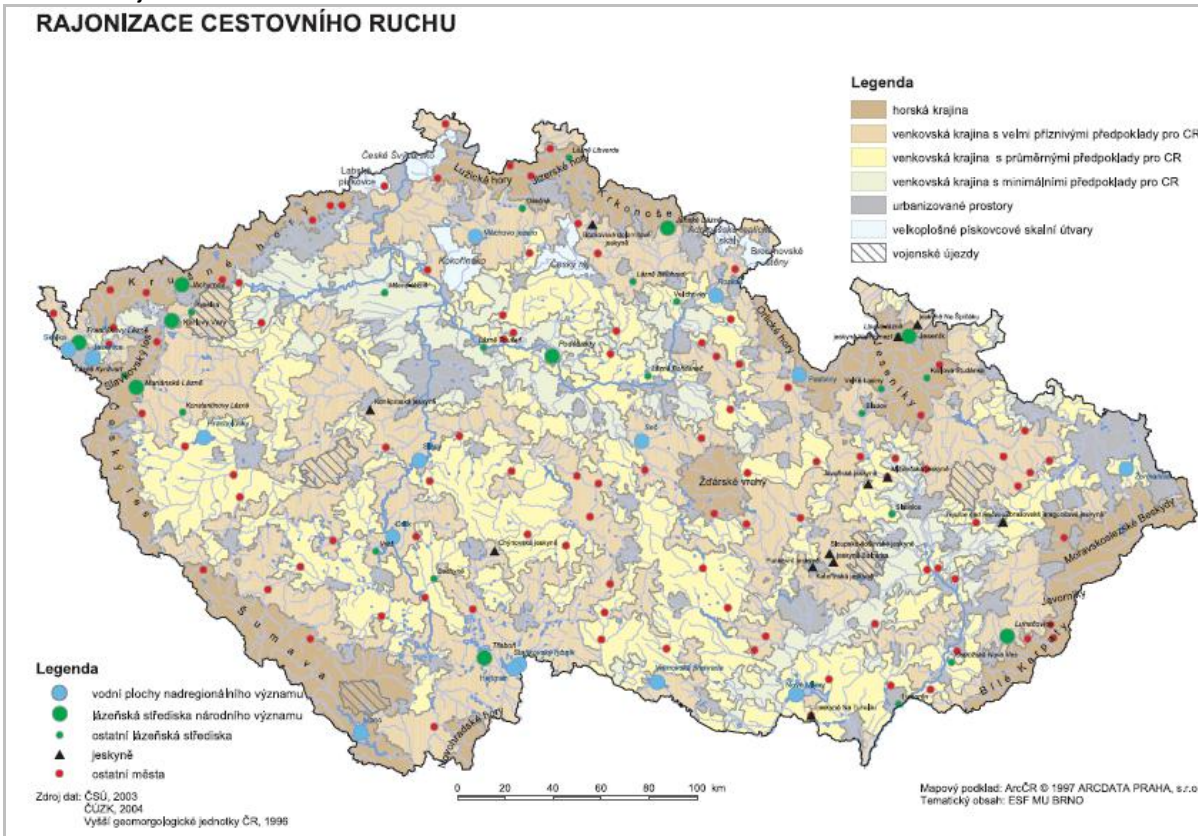
Pramen: Atlas cestovního ruchu ČR; MMR ČR, 2006

Obr. 3: Funkční typologie středisek cestovního ruchu



Pramen: Atlas cestovního ruchu ČR; MMR ČR, 2006

Obr. 4 : Rajonizace cestovního ruchu



Pramen: Atlas cestovního ruchu ČR; MMR ČR, 2006

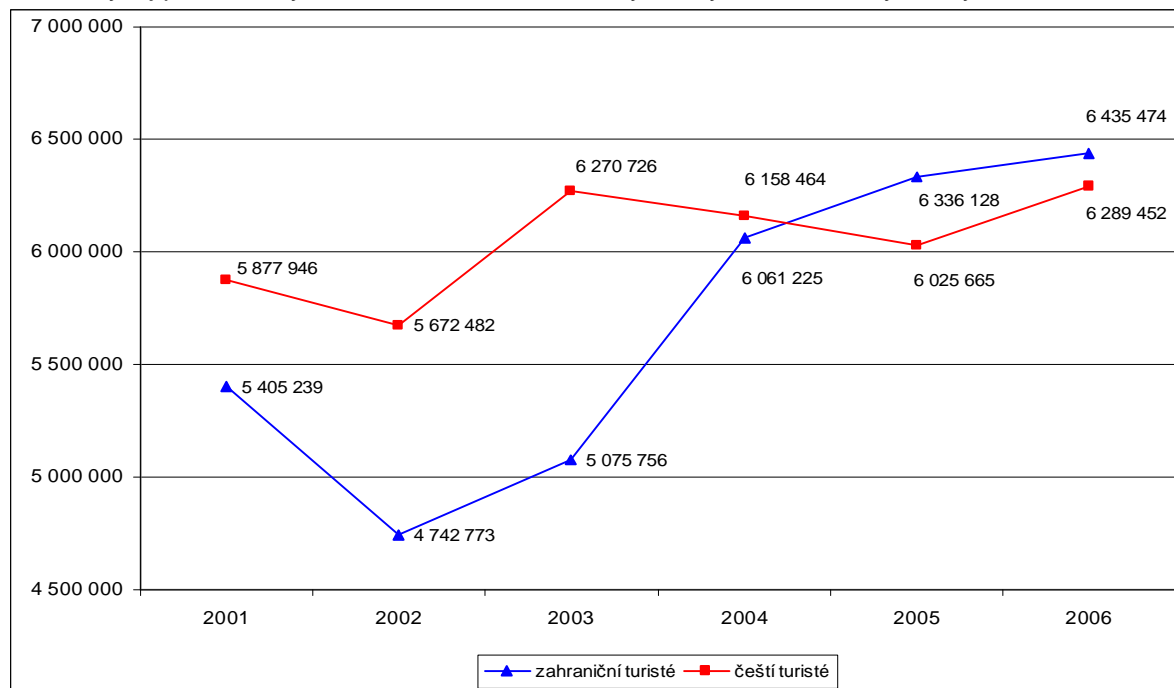
Příloha 3: Analýza poptávky cestovního ruchu v České republice

V roce 2006 provedl CzechTourism nejrozsáhlejší průzkum domácí a zahraniční návštěvnosti a profilu domácího a zahraničního návštěvníka ve stávajících 15 marketingových turistických regionech a v tom dále 43 marketingových turistických oblastech (rozsah anketního šetření byl více než 20000 dotazníků). Průzkum byl zaměřen především na poznání sociální a ekonomické struktury návštěvníků a turistů, jejich geografického původu, jejich preferencí forem trávení volného času, hodnocení úrovně poskytovaných turistických služeb a v neposlední řadě také zjištění spokojenosti návštěvníků s pobytem v našich turistických regionech. Nejdůležitější poznatky z tohoto šetření jsou zapracovány do vybraných navrhovaných opatření v návrhové části Konceptce (zejm. pro marketingovou podporu připravovaných turistických produktů, způsob podpory jejich prodeje, pro geografickou a demografickou segmentaci zdrojových trhů, apod.).

Pro volbu rozvojové strategie domácího i zahraničního cestovního ruchu jsou velmi důležité informace o demografických a sociálních charakteristikách potenciálních návštěvníků, zejména jejich ekonomická úroveň (koupěschopnost obyvatelstva), a to i v regionálním rozlišení. I přesto, že reálné příjmy obyvatel ČR rostou, intenzita cestování (podíl osob s alespoň 1 uskutečněnou delší cestou za účelem trávení vol. času a rekreace na celkovém počtu obyvatel) doma i do zahraničí stagnuje či mírně klesá. Rovněž počet domácích turistů ubytovaných HUZ v posledních 4 letech stagnuje.

Při porovnání meziregionálních rozdílů je podíl domácích hostů ubytovaných v jednotlivých krajích velmi rozdílný. Nejnižší podíl domácích hostů dlouhodobě dosahuje Praha následováno Karlovarským krajem. Praha je naopak velmi silnou zdrojovou destinací pro domácí cestovní ruch do okolních krajů. Karlovarský kraj naopak těží tradičně silného postavení lázeňství. Na opačném konci je kraj Zlínský, Pardubický, Vysočina a Moravskoslezský, ve kterých je podíl domácího cestovního ruchu tradičně vysoký.

Graf 4: Vývoj počtu českých a zahraničních turistů ubytovaných v hromadných ubyt. zařízeních v ČR



Pramen: ČSÚ

Tab. 10: Podíl domácích hostů v krajích v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR (v tisících)

Kraj		2000*	2001*	2002	2003	2004	2005	2006
ČR celkem	Hosté celkem	10863,8	11283,2	10415,3	11346,5	12219,7	12361,8	12724,9
	Domácí hosté celkem	6091	5878	5672,5	6270,7	6158,5	6025,7	6289,5
	Podíl domácích hostů	56,10%	52,10%	54,50%	55,30%	50,40%	48,70%	49,40%
Praha	Hosté v kraji celkem	2619,8	3008,6	2534,4	3024,7	3864	4108,6	4142,5
	Domácí hosté v kraji celkem	300,5	337,7	302,7	375,7	393,7	383,4	440,4
	Podíl domácích hostů	11,50%	11,20%	11,90%	12,40%	10,20%	9,30%	10,60%
Středočeský	Hosté v kraji celkem	965,3	885,7	674,4	834,6	855	770,7	767,5
	Domácí hosté v kraji celkem	553,5	516,4	456,6	596,4	586,8	539,8	543,3
	Podíl domácích hostů	57,30%	58,30%	67,70%	71,50%	68,60%	70,00%	70,80%
Jihočeský	Hosté v kraji celkem	937,1	919,2	795,6	937,5	1068,6	1023,3	1101,2
	Domácí hosté v kraji celkem	719	677,9	550	691,8	750,9	696,3	767,8
	Podíl domácích hostů	76,70%	73,70%	69,10%	73,80%	70,30%	68,00%	69,70%
Plzeňský	Hosté v kraji celkem	457,7	467,3	443,2	495,7	519	469,3	487,9
	Domácí hosté v kraji celkem	338,3	304,1	287,9	335,3	348,4	314,1	333,1
	Podíl domácích hostů	73,90%	65,10%	65,00%	67,60%	67,10%	66,90%	68,30%
Karlovarský	Hosté v kraji celkem	550,6	575,4	615	532,9	564,5	589,8	669,9
	Domácí hosté v kraji celkem	191,5	179,4	216,6	179,7	177,6	183,9	190,2
	Podíl domácích hostů	34,80%	31,20%	35,20%	33,70%	31,50%	31,20%	28,40%
Ústecký	Hosté v kraji celkem	394,5	490,1	445,9	385,2	355,2	385,1	392,4
	Domácí hosté v kraji celkem	217,8	304,7	272,4	229,2	206,8	218,4	225,0
	Podíl domácích hostů	55,20%	62,20%	61,10%	59,50%	58,20%	56,70%	57,30%
Liberecký	Hosté v kraji celkem	842,7	829,8	871,6	796,7	752,5	768,1	802,5
	Domácí hosté v kraji celkem	581,5	522,4	590,3	551,5	501,9	525,6	559,3
	Podíl domácích hostů	69,00%	63,00%	67,70%	69,20%	66,70%	68,40%	69,70%
Královéhradecký	Hosté v kraji celkem	961,4	1016,5	1002,6	964,2	951,5	972,4	982,1
	Domácí hosté v kraji celkem	717,5	699,9	736,9	677,2	653,4	647,1	649,2
	Podíl domácích hostů	74,60%	68,90%	73,50%	70,20%	68,70%	66,50%	66,10%
Pardubický	Hosté v kraji celkem	323,5	312,9	284,1	307	338,7	329,4	353,1
	Domácí hosté v kraji celkem	270,5	246,4	222,8	253,5	285,7	276,6	294,5
	Podíl domácích hostů	83,60%	78,70%	78,40%	82,60%	84,40%	84,00%	83,40%
Vysočina	Hosté v kraji celkem	392,3	383,8	383,7	399,9	399	389,1	407,7
	Domácí hosté v kraji celkem	331,9	312	315,9	344	334,8	329,9	348,3
	Podíl domácích hostů	84,60%	81,30%	82,30%	86,00%	83,90%	84,80%	85,40%
Jihomoravský	Hosté v kraji celkem	902,7	892	806,6	1040,6	1014,5	1056,3	1069,3
	Domácí hosté v kraji celkem	583,7	587,4	492,4	709,9	668,6	688,9	672,0
	Podíl domácích hostů	64,70%	65,90%	61,00%	68,20%	65,90%	65,20%	62,80%
Olomoucký	Hosté v kraji celkem	416,1	392,2	415,6	448,2	417,7	414,9	430,8
	Domácí hosté v kraji celkem	341,5	288,1	309,3	341,2	320,3	315,3	333,0
	Podíl domácích hostů	82,10%	73,50%	74,40%	76,10%	76,70%	76,00%	77,30%
Zlínský	Hosté v kraji celkem	461,6	438,4	471,2	514,6	522,4	488,8	508,6
	Domácí hosté v kraji celkem	402,2	352,1	386,8	439,6	440,7	417,7	436,5
	Podíl domácích hostů	87,10%	80,30%	82,10%	85,40%	84,40%	85,50%	85,80%
Moravskoslezský	Hosté v kraji celkem	638,5	671,2	671,3	664,8	597,1	596,1	609,4
	Domácí hosté v kraji celkem	541,5	549,6	532,1	545,6	488,9	488,6	496,8
	Podíl domácích hostů	84,80%	81,90%	79,30%	82,10%	81,90%	82,00%	81,50%

Pramen: ČSU

* sledování hostů ve všech ubytovacích zařízeních (nejen v hromadných)

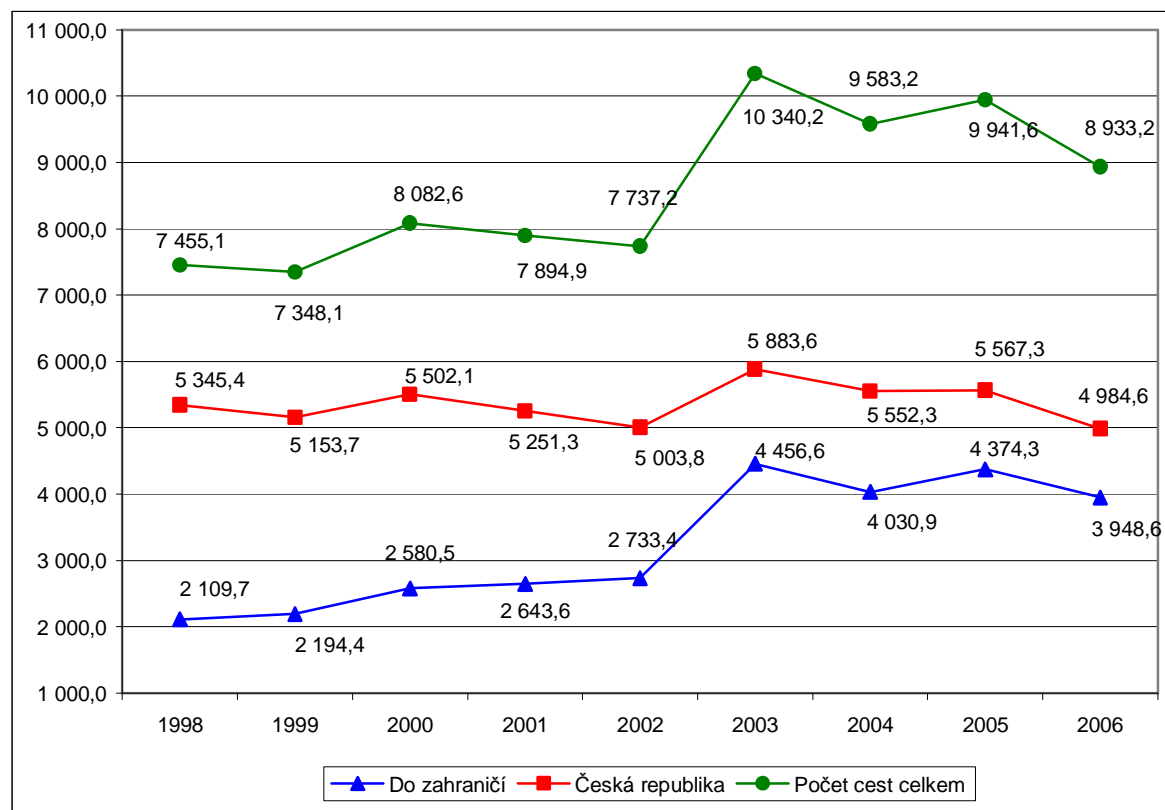
Tabulka 11: Osoby s alespoň 1 uskutečněnou cestou

Rok/Čtvrtletí	Počet delších cest (v tis.)			Počet kratších cest (v tis.)			Počet služebních cest (v tis.)		
	celkem	v ČR	do zahraničí	celkem	v ČR	do zahraničí	celkem	v ČR	do zahraničí
2003	10 340	5 884	4 457	21 559	20 356	1 203	4 355	2 801	1 554
2004	9 583	5 552	4 031	18 186	17 114	1 072	4 708	3 168	1 540
2005	9 942	5 567	4 374	18 394	17 372	1 022	3 740	2 173	1 567
2006	8 933	4 985	3 949	17 821	16 783	1 038	3 793	2 386	1 407

2003	Q1	1 359	930	429	4 507	4 274	233	1 086	777	309
	Q2	2 052	1 113	939	6 811	6 468	344	1 460	963	497
	Q3	5 916	3 181	2 735	6 369	5 989	380	965	552	412
	Q4	1 013	660	353	3 871	3 625	246	844	508	335
2004	Q1	1 168	821	347	3 569	3 304	265	1 370	1 057	313
	Q2	1 659	784	875	4 915	4 651	264	1 145	748	397
	Q3	5 682	3 270	2 413	5 473	5 243	230	893	587	305
	Q4	1 073	677	397	4 229	3 916	313	1 300	775	525
2005	Q1	1 446	913	533	3 819	3 687	132	1 224	728	496
	Q2	1 940	1 009	931	5 378	5 083	295	961	582	379
	Q3	5 577	2 996	2 581	5 122	4 785	337	764	408	355
	Q4	978	649	329	4 076	3 818	259	792	455	337
2006	Q1	1 411	932	479	3 683	3 461	222	903	625	278
	Q2	1 500	718	782	5 129	4 784	345	951	569	382
	Q3	5 068	2 744	2 324	4 964	4 694	271	890	538	352
	Q4	954	590	364	4 044	3 844	200	1 049	655	394

Pramen: ČSÚ

Graf 5: Domácí a výjezdový cestovní ruch rezidentů - počet delších cest (v tis.)



Pramen: ČSÚ

V nedávné minulosti byly s iniciativy CzechTourism provedeny marketingové průzkumy zaměřené na vnímání České republiky a jejich regionů jako destinace cestovního ruchu³³. Z těchto šetření vyplývají následující závěry:

- § ČR je vnímána jako přátelská a vyspělá země se vstřícnými a tolerantními obyvateli;
- § dovolená v ČR je mezi zahraničními respondenty spojována s Prahou coby jedním z nejkrásnějších měst v Evropě, dalšími krásnými městy, historickými a kulturními památkami různého typu;
- § ve srovnání s ostatními evropskými destinacemi ČR relativně zaostává z hlediska vhodnosti pro horolezectví, dobrodružství, adrenalinové sporty, ale i zimní sporty, turistiku a pobyt v přírodě, veškeré asociace jsou městské;
- § relativním problémem pro turisty jsou šizení zahraničních turistů, vyšší úroveň drobné kriminality, rezervy v jazykové vybavenosti obyvatelstva a ve srovnání s konkurenčními zeměmi i horší podmínky pro zimní sporty;
- § tři čtvrtiny občanů žijících v sousedních zemích, alespoň jednou ČR navštívili, a téměř 40 % ČR navštívilo opakovaně;
- § z pohledu turistů, žijících v sousedních zemích, je ČR jako zajímavá turistická destinace plně srovnatelná s jinými evropskými zeměmi (Maďarskem, Rakouskem, Německem) – samozřejmě ČR nemůže nabídnout moře a Alpy;
- § atraktivitu naší země pro organizaci kongresů relativně nejvíce podporují historické památky a finanční nenáročnost;
- § pro domácí populaci je rozhodujícím činitelem výběru lokality dovolené v ČR možnost realizovat oblíbené volnočasové aktivity (celkově jsou tyto možnosti vnímány poměrně negativně).

³³ Šlo především o následující šetření: Analýza motivace zahraničních turistů pro cestování, Motivace k návštěvě turistických regionů v ČR (domácí cestovní ruch), Vnímání ČR a motivace turistů při výběru destinace (letní/zimní šetření)

Příloha 3: Analýza zaměstnanosti v sektoru Ubytování a stravování (OKEČ 55) v České republice

Sektor Ubytování a stravování je neoddelitelnou součástí cestovního ruchu a prošel a nadále stále ještě prochází bouřlivým vývojem, který podnítily politické a společenské změny v roce 1989. Velká orientace na zahraniční klientelu zvláště v hlavních a nejoblíbenějších turistických destinacích má za následek vyšší závislost celého odvětví na mezinárodní situaci a jeho podléhání nejrůznějším globálním i lokálním vlivům.

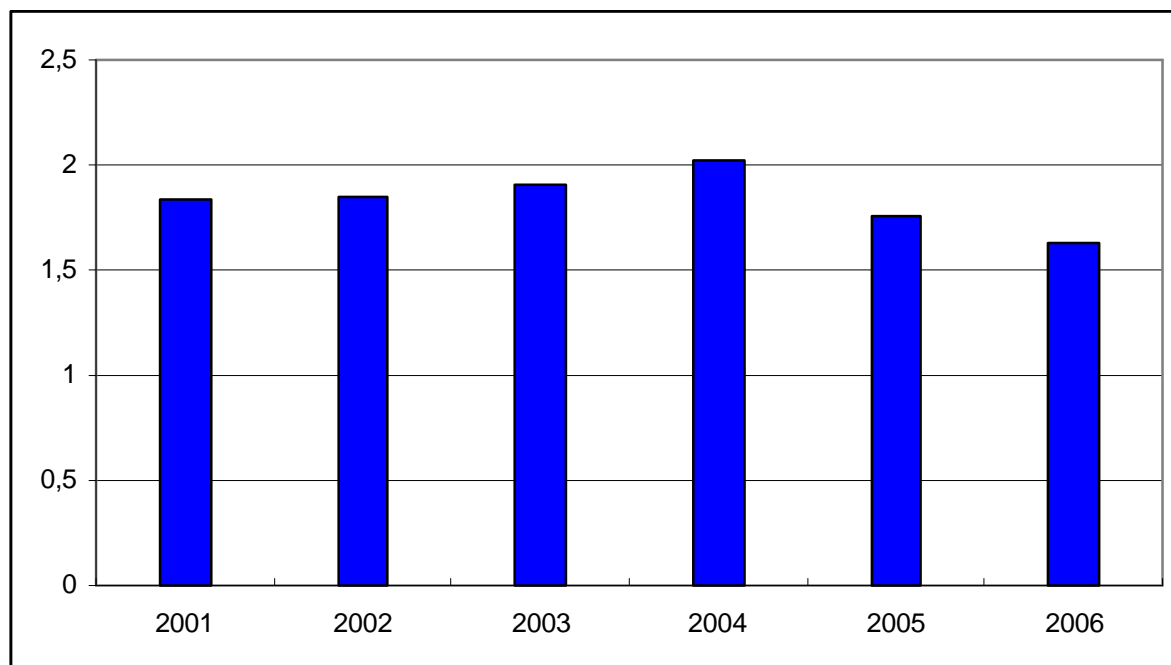
Podíl sektoru Ubytování a stravování se od roku 2001 do současnosti pohybuje od 1,6 do 2 % HDP ČR, a jeho podíl na zaměstnanosti se od roku 2001 pohybuje mezi 3,4 až 3,9 % na celkové zaměstnanosti v ČR. Vzhledem k podílu na HDP lze tato čísla vnímat jako vysoká ve srovnání s ostatními sektory. Oba ukazatele jsou v posledních letech stabilní. Počet zaměstnaných osob v sektoru stabilně roste, je tedy předpoklad, že podíl na zaměstnanosti může v příštích letech mírně narůst. Podíl sektoru Ubytování a stravování na celkové zaměstnanosti v ČR se pohybuje zhruba okolo průměru zemí EU, který kolísá mezi 1,8 % (Polsko) až po 6,5 % (Řecko). S výjimkou Irska, kde hrají významnou roli daňové otázky, jsou logicky zeměmi s vysokým podílem sektoru Ubytování a stravování na zaměstnanosti významné destinace cestovního ruchu – Řecko, Španělsko, Rakousko, Portugalsko.

Tabulka 12: Podíl sektoru Ubytování a stravování na HDP (v %)

Rok	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Podíl sektoru na HDP (v %)	1,8	1,9	1,9	2,0	1,8	1,6
Podíl zaměstnanců v %	3,4	3,6	3,6	3,7	3,8	3,9
Tržby v sektoru (mil. Kč)	x	101 983	106 367	110 635	106 728	105 192

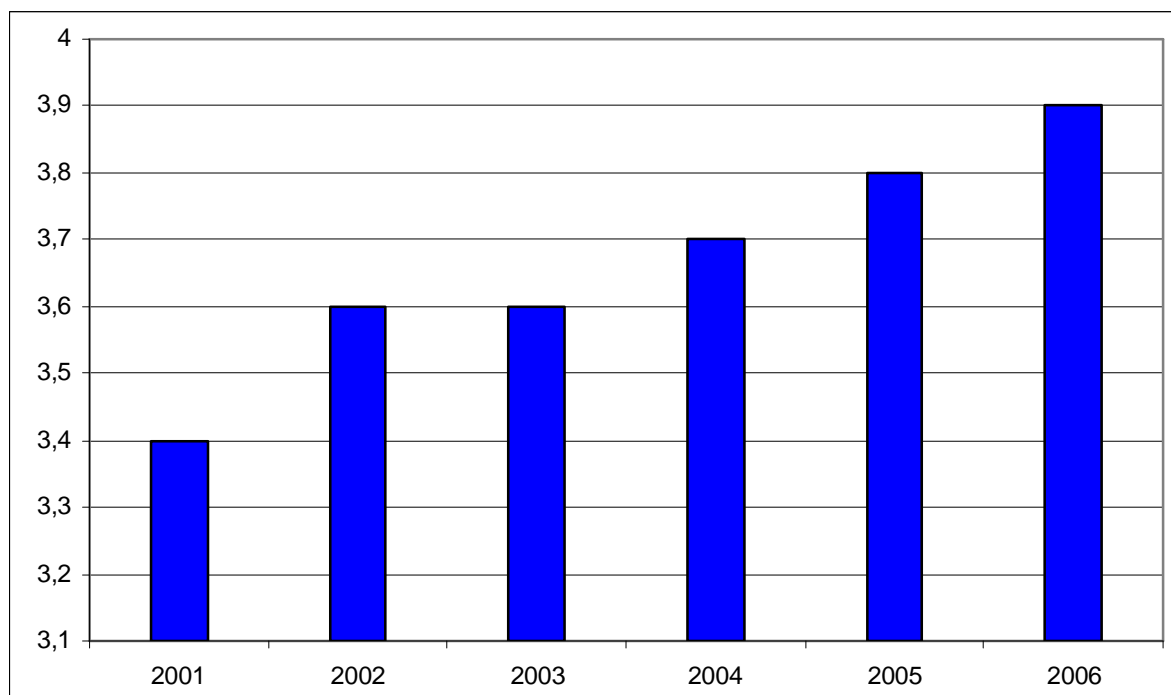
Pramen: ČSÚ

Graf 6: Vývoj podílu sektoru Ubytování a stravování na HDP v jednotlivých letech (v %)



Pramen: ČSÚ

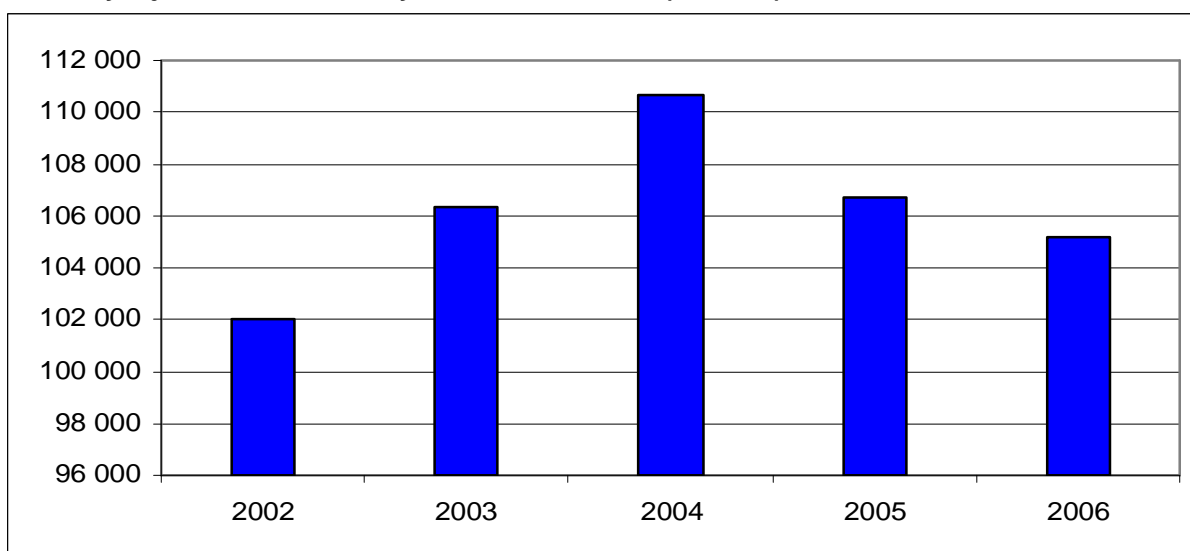
Graf 7: Vývoj podílu zaměstnanců v sektoru Ubytování a stravování na celkové zaměstnanosti



Pramen: ČSÚ

Tržby v sektoru Ubytování a stravování měly v ČR do roku 2004 rostoucí tendenci, což bylo ve shodě s vývojem v Evropě. Dynamika růstu měla ovšem snižující se tendenci, což bylo způsobené tím, že právě v případě ČR a sektoru Ubytování a stravování byla odchylka od průměru růstu HDP EU poměrně malá. V roce 2004 byly tržby sektoru 110 635 mil. Kč, po tomto roce dochází v tomto sektoru k poklesu. V roce 2006 bylo v sektoru dosaženo tržeb za 105 192 mil. Kč, což je o 1 536 mil. Kč méně než v roce 2005 a o 5 442 mil. Kč méně než v roce 2004.

Graf 8: Vývoj tržeb v sektoru Ubytování a stravování (v mil Kč)

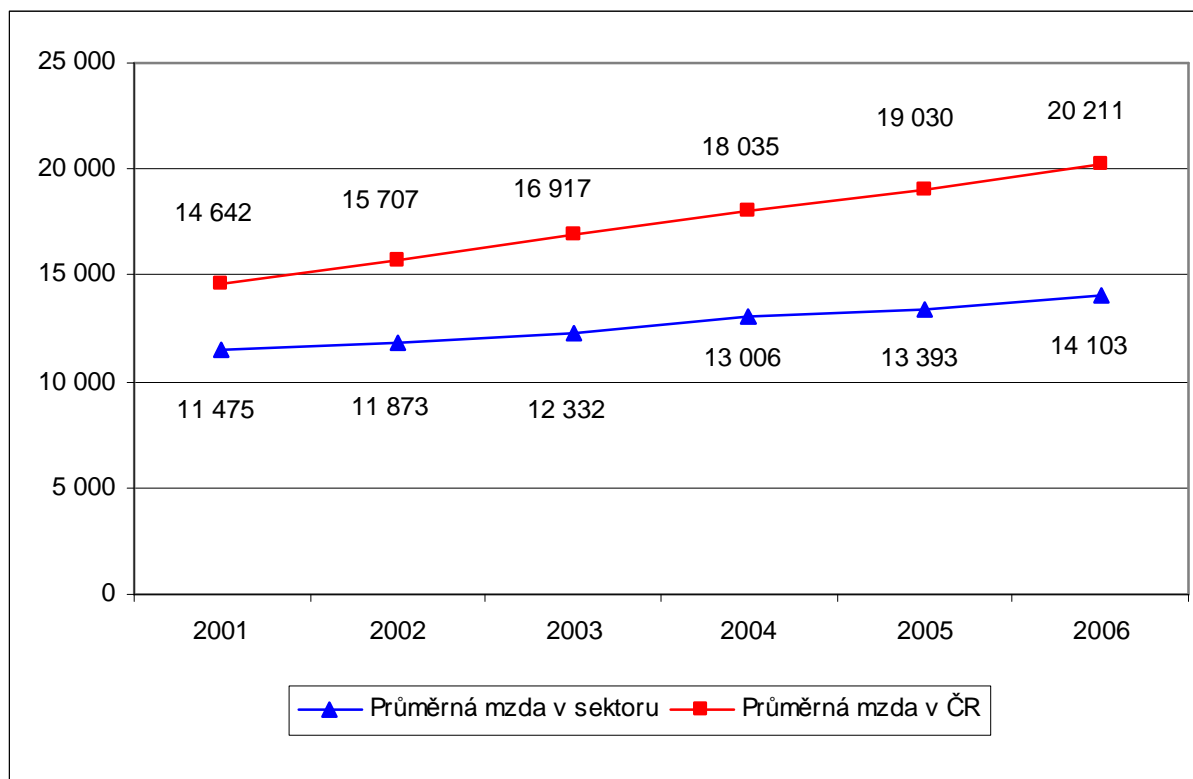


Pramen: ČSÚ

Hlavními faktory limitujícími sektor Ubytování a stravování z pohledu zaměstnanosti jsou zejména výrazná sezónnost zaměstnanosti v sektoru a nízká úroveň mezd v sektoru, která je způsobená mimo jiné šedou ekonomikou a vysokým podílem zaměstnávání nekvalifikovaných osob.

Velice významná je situace v sektoru z pohledu mezd. Úroveň nominálních mezd je hluboko pod průměrem ČR, tempo jejich růstu v sektoru dokonce zaostává za tempem růstu ČR. Za rok 2006 byla průměrná nominální mzda v sektoru o 6 108 Kč nižší než je republikový průměr, tedy téměř o třetinu. Výrazně se zde projevuje dopad šedé ekonomiky – zaměstnávání zejména méně kvalifikovaných pracovníků částečně nebo zcela bez odvodů a daní, bez evidence.

Graf 9: Srovnání průměrných mezd v sektoru s ČR (fyzické osoby)



Pramen: ČSÚ

Analýza úrovně mezd a jejich příčin může být ještě posuzována ve srovnání se stavem EU. Podle dostupných informací je průměrná cenová úroveň poskytovaných služeb ve stravování na přibližně 35 % až 50 % úrovně ve státech EU, u ubytování na přibližně 50 % až 60 %. Ceny vstupních materiálů jsou v ČR jen o něco málo levnější než v EU – na úrovni zhruba 80 %, v řadě případů i na srovnatelné úrovni. Provozovatelé stravovacích a restauračních zařízení v ČR tedy realizují výrazně menší zisk, což se negativně odráží i na úrovni mezd v sektoru.³⁴

Zaměstnavatelé v EU (lépe řečeno v původních zemích „patnáctky“) častěji „vyznávají“ odlišný model podnikání, než provozovatelé ubytovacích a stravovacích zařízení v ČR. Naši manažeři a podnikatelé pracují s nízkými cenami a malým procentem zisku, které jim nedovolí vyplácet vysoké mzdy. Důsledky tohoto přístupu jsou nízké mzdy, nedostatečná motivace zaměstnanců, obtížně realizovatelný tlak na zvyšování kvality práce a naopak hledání co nejlevnějších (až nelegálních) možností zaměstnávání na všech pozicích – tedy i u např. kuchařů, číšníků, apod. Naproti tomu „západní“ podnikatelé standardně na těchto pozicích preferují kvalitní pracovníky, které jsou ochotni i zaplatit, a práce načerno – pokud vůbec – se omezuje na pomocné síly v kuchyních, při úklidových pracích, apod. V sektoru Ubytování a stravování působí především dvě velké skupiny zaměstnavatelů:

³⁴ Vstupní analýza současných vazeb trhu práce se sektorem Ubytování a stravování (OKEČ 55) a definování výchozích předpokladů pro strategické plánování zaměstnanosti v tomto sektoru; MPSV; 2006

- restaurace (které tvoří převážnou většinu všech zařízení)
- hotely všech velikostí a kategorií (jejich počet není velký, ale reprezentují významnou část tržeb v sektoru)

Materiálně technická základna je rozložena nerovnoměrně co do počtu i kvality zařízení, tedy i nároku na pracovní sílu. Nejvýznamnější roli v tomto směru hrají atraktivní oblasti cestovního ruchu.

Na statistiky sektoru mají převažující dopad restaurace, a to zejména kvůli vysokému podílu na celkovém počtu subjektů a také rozhodujícímu podílu na tržbách a zaměstnanosti v sektoru. Hotely jsou druhou nejvýznamnější součástí sektoru.

Kapacitu významně ovlivňuje kvalita zařízení – velká a kvalitnější zařízení produkují vyšší jednotkové i absolutní výnosy. Z hlediska zaměstnanosti je podstatné, že vyžadují (a také si mohou dovolit) i zaměstnance s lepší kvalifikací a vyšší kvalitou.

Příloha 4: Seznam zkratk

ACR	Aktivní cestovní ruch
CEI	Středoevropská iniciativa
CR	Cestovní ruch
ČNB	Česká národní banka
ČSÚ	Český statistický úřad
DPH	Daň z přidané hodnoty
EU	Evropská unie
HDP	Hrubý domácí produkt
HPH	Hrubá přidaná hodnota
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení
CHKO	Chráněná krajinná oblast
IOP	Integrovaný operační program
ICT	Informační a komunikační technologie
MD	Ministerstvo dopravy
MCHÚ	Maloplošná chráněná území
MI	Ministerstvo informatiky
MK	Ministerstvo kultury
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MPSV	Ministerstvo práce a sociálních věcí
MŠMT	Ministerstvo školství mládeže a tělovýchovy
MTZ	Materiálně technická základna
MV	Ministerstvo vnitra
MZd	Ministerstvo zdravotnictví
MZe	Ministerstvo zemědělství
MZV	Ministerstvo zahraničních věcí
MŽP	Ministerstvo životního prostředí
NNO	Nestátní neziskové organizace
NP	Národní parky
NRP	Národní rozvojový plán
NSRR	Národní strategický referenční rámec
NUTS 2	Statistické územní jednotky – oblast (region soudržnosti)
OECD	Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj
OKEČ	Odvětvová klasifikace ekonomických činností
OP RLZ	Operační program Rozvoj lidských zdrojů
ROP	Regionální operační program
SAPARD	Special Accession Programme for Agriculture and Rural Development
SROP	Společný regionální operační program
TSA	Satelitní účet cestovního ruchu
UNESCO	Úmluva na ochranu světového kulturního a přírodního dědictví
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
WTTC	Světová rada cestování a cestovního ruchu