

**Masarykova univerzita
Ekonomicko-správní fakulta**



2. Mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu

Sborník příspěvků
Pavlov, 15.–16. září 2011

Brno, 2011

Spolupořadatel kolokvia



Společnost vědeckých expertů
cestovního ruchu

Partneři kolokvia



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR



centrála
cestovního ruchu

Jižní Morava

Editorka: Ing. Bc. Andrea Holešinská, Ph.D.
Recenzent: prof. RNDr. Josef Zelenka, CSc.

© 2011 Masarykova univerzita
ISBN 978-80-210-5728-9

Vážené dámy a vážení pánové,

děkujeme Vám za Vaši aktivní účast na kolokviu. Vaše podněty v diskusi byly pro nás přínosné za vytvoření příjemné přátelské atmosféry, která na setkání v Pavlově panovala.

Jsme rádi, že jste svými příspěvky pomohli vytvořit toto dílo, které přináší zajímavé poznatky a zkušenosti především z oblasti politiky cestovního ruchu, výzkumu v cestovním ruchu, ale také z oblasti ekonomického významu cestovního ruchu a vzdělávání.

Věříme, že výstupy z této publikace budou inspirací pro Vaši další praktickou, vědeckou či výzkumnou činnost v cestovním ruchu.

Již teď se těšíme na Vaše nové poznatky a setkání s Vámi na kolokviu v roce 2012.

Za organizační výbor kolokvia s úctou

doc. RNDr. Jiří Vystoupil, CSc.

OBSAH

Výzkum cestovního ruchu v České republice v letech 1960 – 2000 <i>Antonín Franke, Petr Studnička</i>	7
Legislativní úprava cestovního ruchu ve vybraných zemích Evropy <i>Andrea Holešinská</i>	19
Zkvalitňování vzdělávání v cestovním ruchu na Vysoké škole polytechnické Jihlava <i>Stanislava Pachrová</i>	31
Zhodnocení vybraných finančních nástrojů k implementaci politiky turismu na příkladu Švýcarska a České republiky <i>Monika Palatková</i>	35
venkovský cestovní ruch v koncepčních materiálech krajů České republiky <i>Ondřej Petr</i>	45
Podpora cestovního ruchu v chráněných územích <i>Stanislav Rataj, Dana Fialová, Jiří Vágner</i>	59
Regionální politika cestovního ruchu ČR – case study Jihomoravský kraj <i>Ondřej Repík</i>	77
Evropský cestovní ruch a Česká republika: analýza výkonů odvětví <i>Martin Šauer</i>	91
Systém zpracování regionálních strategických dokumentů cestovního ruchu v ČR a jeho institucionální zabezpečení <i>Petr Štumpf</i>	107
Komparační analýza cílů a opatření Konceptí státní politiky cestovního ruchu ČR v období 1999-2013 <i>Šárka Tittelbachová</i>	125
Podpora cestovního ruchu, vývoj a komparace v rámci programových období kohezní politiky EU s aspektem na regionální přeshraniční spolupráci <i>Tereza Valášková</i>	141
Národní program podpory cestovního ruchu – cestování dostupné všem <i>Jiří Vaniček</i>	153
Pojetí cestovního ruchu <i>Josef Vlček</i>	159
Geografie cestovního ruchu – oborově povinný předmět v bakalářském studiu obor Cestovní ruch a role jeho učitele jako experta <i>Petr Chalupka, Eva Janoušková</i>	165

VÝZKUM CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICĚ V LETECH 1960 – 2000

Research on Tourism in the Czech Republic in the years 1960 - 2000

Antonín Franke, Petr Studnička

Abstrakt:

Výzkum cestovního ruchu v České republice má své kořeny v polovině dvacátého století. Nová etapa zkoumání cestovního ruchu byla započata po ekonomických a politických změnách v roce 1989. Počáteční fáze se vyznačovala nekvalitně zpracovanými projekty, nesystematičností a nekoordinovaným přístupem k rychle rostoucímu příjezdovému cestovnímu ruchu. Výzkum cestovního ruchu je prováděn nejen vysokými školami a výzkumnými ústavy při rostoucím zastoupení národních i mezinárodních společností, ale i jednorázově sestavenými řešitelskými týmy.

Klíčová slova:

cestovní ruch, Česká republika, vysoká škola, výzkumný ústav, výzkum

Abstract:

Research into tourism in the Czech Republic has its roots in the middle of the twentieth century. Due to the changes in political and economical situation in 1989, a new stage in tourism development has begun. Satisfactory assessment of a boxing increase of especially in-coming tourism has caused, to a certain level, negligence of systematic research, its non-coordination and its different quality. Research into tourism is shared by college and institutes, and in growing numbers by national and international companies, as well as by ad hoc established teams.

Key words:

tourism, Czech Republic, university, research institute, research

Úvod

Tento příspěvek vychází z výstupů projektu výzkumu a vývoje Ministerstva pro místní rozvoj České republiky WA-037-05-Z06 Návrh systematického výzkumu cestovního ruchu v České republice se zvláštním zřetelem na kraje, který v letech 2005 – 2006 řešila Vysoká škola hotelová v Praze pod vedením Ing. Antonína Frankeho, CSc., člena Mezinárodního sdružení vědeckých expertů cestovního ruchu (AIEST) od roku 1964. Cílem projektu bylo dosáhnout zvýšení účinnosti a efektivnosti dalšího rozvoje cestovního ruchu v České republice, a to na základě výsledků systematického výzkumu uplatňovaných v praxi.

Charakteristika výzkumu cestovního ruchu

Obecně se výzkumem a vývojem rozumí systematická tvůrčí práce konaná za účelem získání nových znalostí nebo jejich využití. Rozlišuje se (a) „výzkum, kterým je systematická tvůrčí práce rozšiřující poznání, včetně poznání člověka, kultury nebo společnosti, metodami umožňujícími potvrzení, doplnění či vyvrácení získaných poznatků prováděná jako základní nebo aplikovaný výzkum a (b) vývoj, kterým je systematický tvůrčí využití poznatků výzkumu nebo jiných námětů k produkci nových nebo zlepšených materiálů, výrobků nebo zařízení anebo k zavedení nových či zlepšených technologií, systémů a služeb, včetně pořízení a ověření prototypů, poloprovozních nebo předváděcích zařízení“ (zákon č. 130/2002 Sb., o podpoře výzkumu a vývoje z veřejných prostředků).

V roce 1980 v Československu vydaná Rukověť cestovního ruchu uvádí, že „výzkum cestovního ruchu úzce objektivně navazuje na stupeň rozvoje cestovního ruchu. K charakteristice výzkumu v cestovním ruchu je nutné zdůraznit skutečnost, že (a) cestovní ruch zasahuje do řady sektorů národního hospodářství, což se plně projevuje jako určité specifikum výzkumu cestovního ruchu, (b) výzkum cestovního ruchu má multidisciplinární charakter, souvisí s ekonomickými, sociálními vědami, ale i s geografii, architekturou, medicínou, ekologií apod. a (c) výzkum cestovního ruchu má výrazně empirický charakter a je silně ovlivňován praktickými problémy“ (Franke, 1980, s. 183 – 184).

„Zda je cestovní ruch samostatným oborem vědeckého zkoumání, tedy vědeckou disciplinou, je téměř stálým předmětem diskusí. Předmětem vědeckého zkoumání může být prakticky cokoli, co má nějakou společenskou funkci, téměř vše, co nás obklopuje. Bude-li k tomu použito uznaných vědeckých metod – bude nutné to uznat jako výsledek vědeckého výzkumu. Masa sepsaných výsledků vědeckého zkoumání zůstává pouhým popisem stavu cestovního ruchu do té doby, než jeho zkoumáním opět vědeckými metodami dospějeme k ověřitelnému poznání jeho příčin a ukáže nám cestu, jak eventuální nežádoucí stav odstranit nebo žádoucího stavu dosáhnout. Teprve tehdy se určitý obor stává vědeckou disciplinou v pravém slova smyslu. Jinak řečeno, samostatnou vědeckou disciplinou se stává tehdy, když dokáže (a) definovat předmět svého zkoumání, (b) identifikovat své problémy a (c) vyvinout specifické postupy k jejich řešení. Cestovní ruch nemá jediný předmět svého zkoumání, ale je v podstatě oborem multidisciplinárním“ (Kašpar, 2011, s. 149 – 150).

Vydeme-li z členění výzkumu používaném Mezinárodním sdružením vědeckých expertů cestovního ruchu (AIEST) ve Švýcarsku, pak čtyři základní skupiny výzkumu cestovního ruchu lze charakterizovat takto:

- makroekonomický výzkum – navazuje především na ekonomické a sociologické vědy (např. stanovení místa cestovního ruchu ve společnosti a v ekonomice země),
- mikroekonomický výzkum – zaměřuje se především k subjektům cestovního ruchu z nejrůznějších hledisek, měl by však plnit vždy širší funkci než pouze poradenskou,
- výzkum geografie ve vztahu k cestovnímu ruchu – zaměřuje se na přínos geografie jako takové, např. ve vztahu k životnímu prostředí, úloze regionů cestovního ruchu a některých dalších aspektů,
- sociologický výzkum cestovního ruchu – zde jsou řešeny v návaznosti na sociologické vědy úkoly, mezi které lze zařadit dopad cestovního ruchu na sociálně-kulturní strukturu přijímací země, chování účastníků cestovního ruchu a uspokojování jejich požadavků, vliv cestovního ruchu na povolání, vzájemné působení na konfrontaci kultury, etiky a mentality apod.

Obecným poznatkem z výzkumů cestovního ruchu je skutečnost, že jeho výsledky mají kratší dobu aktuálnosti než je tomu u jiných druhů výzkumů a často jsou limitované zhruba rozpětím 3 – 5 let. Přitom tento výzkum se mnohdy musí zaměřovat na budoucnost v horizontu 10–20 let a vyžaduje tedy operativní porovnávání se skutečným vývojem a včasné korekce.

Stručný vývoj výzkumu cestovního ruchu

Z hlediska mezinárodního se uvádí, že o systematickém výzkumu cestovního ruchu je možno hovořit řádově v padesátých letech minulého století, i když do té doby byly již docíleny určité výsledky zejména v tzv. klasických zemích cestovního ruchu v Evropě, a to především v lázeňství (Švýcarsko, bývalé Rakousko-Uhersko, Francie, Itálie). Tak jako je možné rozčlenit na etapy vývoj cestovního ruchu a jeho vliv na ekonomiku zemí, tak v návaznosti lze obdobně analyzovat i vznik a vývoj vědecko-výzkumných aktivit ve vztahu k cestovnímu ruchu.

Počátky určitých výzkumů cestovního ruchu se datují k zlomu devatenáctého a dvacátého století. Toto období je často charakterizováno jako předvědecké, popisující např. návštěvnost, ubytovací kapacity, cenové relace v ubytovacích, stravovacích a lázeňských službách, částečně i dopravní možnosti a jen ojediněle vztahy k ekonomice země, např. Stradner, 1905 – k problematice lázeňství v Karlových Varech. Pojem cestovních ruchů není v té době dosud definován, a tak začínají mnoholeté, a možno říci i dosud trvající, etymologické diskuse.

O základech výzkumu cestovního ruchu a postupně systematictější zkoumání tohoto nově nastupujícího fenoménu do ekonomik některých evropských zemí lze hovořit až v období mezi dvěma světovými válkami v minulém století, tj. v letech 1918 – 1938 (Mariotti, Glücksmann, Ogilvie, Norval), později Hunziker, Krapf, švýcarští profesori, kteří v roce 1942 vydali učebnici *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre*, která je dodnes považována za základní klasické dílo v teorii cestovního ruchu. Je velmi potěšitelné, že ke klasikům a zakladatelům teorie cestovního ruchu se řadí i Černý a Charvát, a to především k problematice lázeňství. Na Slovensku to byli Fodor, zejména ve vztahu k hotelnictví a Karvaš k ekonomicko-finančním otázkám cestovního ruchu. Etapa vědeckého výzkumu cestovního ruchu jako relativně samostatné vědní disciplíny začíná po roce 1945 a navazuje zejména na výsledky některých zemí v poválečné Evropě.

„V počátcích nelze ve výzkumu cestovního ruchu hovořit o systematickosti, ale spíše o popularizaci cestování a vytváření předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu. Od 50. let 20. století se cestovnímu ruchu věnuje systematická pozornost. V letech 1965 – 1967 působil v Bratislavě nejdříve výzkumný odbor cestovního ruchu Výzkumného ústavu obchodu Praha, ze kterého byl v letech 1970 – 1992 zřízen Výzkumný ústav cestovního ruchu v Bratislavě, jenž se zaměřoval na výzkum cestovního ruchu z mnoha hledisek“ (Gúčík, 2005, s. 184).

„Cestovní ruch výrazně napomohl ekonomické transformaci České republiky po listopadu 1989. Živelný růst mezinárodního cestovního ruchu a jeho ekonomický přínos byly po otevření hranic tak výrazné, že si nezískaly zvláštní pozornost vládních orgánů. A zcela opomíjený zůstal vedle výjezdového a příjezdového cestovního ruchu pro ekonomiku země neméně důležitý domácí cestovní ruch. Po rozdělení Československa v roce 1993 nevznikla v České republice specializovaná výzkumná instituce zabývající se cestovním ruchem a do té doby federální Výzkumný ústav cestovního ruchu v Bratislavě zaměřil svou působnost pouze na Slovensko a později byl zprivatizován“ (Studnička, 2007, s. 6).

Vývoj výzkumu cestovního ruchu v Československu v letech 1960 – 1992

Zajímavou črtou počátků systematického výzkumu cestovního ruchu v Československu byla skutečnost, že jeho základy na rozhraní padesátých a šedesátých let minulého století kladly souběžně tehdejší instituce územního plánování – Terplan Praha a Urbion Bratislava a dále vnitřního obchodu – Výzkumný ústav obchodu Praha. Výsledkem několikaleté územně-výzkumné činnosti byla Rajonizace cestovního ruchu v ČSSR (1962), která zůstala po dobu téměř třiceti let základním, vládou schváleným, územně-plánovacím dokumentem rozvoje cestovního ruchu. Rajonizace se stala i uznávaným vědecko-výzkumným dokumentem v odborných kruzích v zahraničí včetně tehdejší vrcholové mezinárodní organizace cestovního ruchu UIOOT se sídlem v Ženevě. Souběžně v té době se ve Výzkumném ústavu obchodu v Praze začalo se zpracováním koncepčních územně-ekonomických studií rozvoje cestovního ruchu jednotlivých oblastí a míst.

Po roce 1970 byla výzkumná činnost cestovního ruchu v převážné většině koncentrována do Výzkumného ústavu cestovního ruchu s celostátní působností, se sídlem v Bratislavě, který byl zařazen do celostátní vědecko-výzkumné základny. Výzkumný ústav cestovního ruchu byl od počátku hospodářskou a nikoliv rozpočtovou výzkumnou organizací, pracující na podkladě hospodářských smluv s jednotlivými odběrateli výzkumu. Kolem 40 % podílu své činnosti řešil ústav výzkumné projekty v rámci státního programu ekonomického výzkumu. Některé nejvýznamnější projekty byly po teoretické i praktické stránce tak propracované, že by mohly být v určitém rozsahu využity nejméně jako podklady v současnosti. Pro informační systém o území ve vztahu cestovního ruchu a územního plánování byla vytvořena datová báze zahrnující rekreační území a předpoklady o investicích v rekreačních územích a střediscích cestovního ruchu umožňující aktualizovat údaje, vyhodnocovat vývoj územně technických podmínek cestovního ruchu a modelování prognóz cestovního ruchu. Dále byly vytipovány informační soubory, které mají návaznost i na cestovní ruch, např. v těchto úsecích: obyvatelstvo, bytový a domovní fond, občanská vybavenost, vodní hospodářství, ekologie krajiny, doprava, zemědělství, lesní hospodářství a investiční výstavba v jednotlivých vybraných úsecích národního hospodářství.

Přitom určitou část výzkumu v cestovním ruchu vykonávaly i nadále instituce územního plánování a vysokých škol stavebních (např. pozoruhodná práce v roce 1965 Územní vyhodnocení atraktivit cestovního ruchu). V polovině šedesátých let se ve vědecko-výzkumné činnosti začaly výrazněji angažovat i vysoké školy s ekonomickým zaměřením v Praze a Bratislavě.

Souhrnně lze konstatovat, že v letech 1970 – 1992 bylo zpracováno Výzkumným ústavem cestovního ruchu v Bratislavě s celostátní působností celkem na 280 výzkumných prací, z nichž bylo 140 teoretických a metodologických, asi 80 mělo charakter makroekonomického výzkumu a 60 prací byl mikroekonomický výzkum. V daném období řešil Výzkumný ústav cestovního ruchu celkem 110 dalších úkolů poradenského charakteru, které byly zaměřeny na konkrétní problematiku s návrhy postupů možné realizace ve vybraných oblastech a místech cestovního ruchu v republice.

Souběžně v druhé polovině minulého století dochází k formování specializovaných vědecko-výzkumných týmů a k výchově odborníků, zejména na VŠE v Praze a Bratislavě a dnešní Univerzitě Mateja Bela v Banské Bystrici na Slovensku. Po ukončení federativního státu se stal pokračovatelem Výzkumného ústavu cestovního ruchu v Bratislavě na Slovensku Ústav turizmu, s. r. o.

Vývoj výzkumu cestovního ruchu v České republice v letech 1992 – 2000

Hodnocení aktuálního stavu výzkumu cestovního ruchu bylo provedeno formou SWOT analýzy po shromáždění přehledů o výzkumných pracích na úrovni centra, regionálních a krajských institucí, vysokých škol a komerčních firem. Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, případně další ústřední orgány státní správy, které odpovídají za problematiku cestovního ruchu, mají v podstatě k dispozici týmy na vysokých školách, dále konsorcia firem, resp. agentury a individuální experty řešící i problematiku cestovního ruchu např. ad hoc sestavenými týmy.

Ústředními institucemi zadávané zakázky jsou převážně charakteru aplikovaného výzkumu celostátního významu a mající vazby na řešení otázek v souvislosti se základními dokumenty rozvoje cestovního ruchu, především střednědobými koncepcemi. Dalším okruhem jsou zakázky získávané z grantů Evropské unie a dalších zahraničních finančních zdrojů. Na úrovni krajů jsou to především programové dokumenty o rozvoji případně specifických aspektech vlivu cestovního ruchu na kraj a jeho priority, problematiku rozvoje regionů, marketingové strategie, destinační management a zvýšení prodejnosti regionů, krátkodobé akční plány rozvoje cestovního ruchu a podpůrné dokumenty k získávání finančních prostředků. Tento motiv je často frekventovaný i na úrovni nižších správních celků. Silící tendencí je zakládání mikroregionů obcí a to právě s hnacím motivem získávání prostředků i v rámci cestovního ruchu.

Průzkumy potvrzují, že v jednotlivých krajích, ale i mezi nimi, není dostatečný přehled a informovanost o zpracovaných studiích ve vztahu k cestovnímu ruchu. Zejména se však projevuje nepropojenost ve vertikální rovině a komplexnější přehledy o zpracovaných studiích na úrovni nižších administrativních stupňů nejsou prakticky k dispozici. O mnoho lepší to není ani ve vztahu k informovanosti krajů o výzkumných pracích o cestovním ruchu na centrální úrovni.

Na úrovni vysokých škol vznikla v posledních letech řada zajímavých výzkumných prací i ve vztahu k problematice cestovního ruchu. Ze shromážděných podkladů vyplývá, že v současné době v České republice je 27 vysokých škol majících ve svých programech zakotvenu i problematiku cestovního ruchu. Podklady na vybraných vysokých školách potvrzují, že řada bakalářských, diplomových, resp. dizertačních prací řeší svým zaměřením i problematiku cestovního ruchu a některé jsou dobře využitelné i jako dílčí poznatky pro komplexnější zpracovávání této problematiky.

Tabulka 1: Instituce zabývající se výzkumem cestovního ruchu v Československu a v České a Slovenské republice v letech 1950 – 2010

Období	Instituce
1952	Založení Výzkumného ústavu balneologického v Mariánských Lázních
1959 – 1968	Vysoká škola politických a hospodářských věd v Praze (katedra ekonomiky vnitřního obchodu se specializací na společné stravování a cestovní ruch)
1964	Vysoká škola ekonomická v Bratislavě otevřela konzultační středisko v Banské Bystrici
1965 – 1967	Výzkumný odbor cestovního ruchu Výzkumného ústavu obchodu Praha v Bratislavě
1968 – 1970	Ústav pro cestovní ruch v Bratislavě
1970 – 1992	Výzkumný ústav cestovního ruchu v Bratislavě
1973	Obchodní fakulta Vysoké školy ekonomické v Bratislavě zřídila v Banské Bystrici detašované pracoviště
1975	Vznik katedry cestovního ruchu a služeb Obchodní fakulty Vysoké školy ekonomické v Praze

Období	Instituce
1976	Vznik Fakulty ekonomiky služeb a cestovního ruchu v Banské Bystrici (Vysoká škola ekonomická v Bratislavě)
1992	Ekonomická fakulta spolu s Pedagogickou fakultou se stávají zakládajícími fakultami Univerzity Mateja Bela v Banské Bystrici (katedra cestovního ruchu a společného stravování)
1993	Privatizace výzkumného ústavu na Ústav turizmu (Slovensko)
1993 – 2010	Nedochází k vytvoření žádné specializované instituce pro výzkum cestovního ruchu (Česko)
1996 – 2008	Výzkum cestovního ruchu realizuje Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky
2008 – dosud	Výzkum cestovního ruchu přechází pod Grantovou agenturu ČR (2008) a Technologickou agenturu ČR (2010)
2010	Zřízení Odboru výzkumů, trendů a inovací při České centrále cestovního ruchu-CzechTourism

Zdroj: vlastní zpracování

SWOT analýza současného výzkumu cestovního ruchu v České republice

Na základě provedené analýzy současného stavu výzkumu cestovního ruchu v České republice lze formulovat následující shrnutí formou SWOT analýzy:

Silné stránky

- mnohaletá tradice ve výzkumné činnosti cestovního ruchu
- příprava budoucích vědecko-výzkumných pracovníků ve vztahu k problematice cestovního ruchu již od poloviny minulého století formou specializací na vysokých školách ekonomického zaměření
- vznik specializovaných výzkumných pracovišť formou výzkumného ústavu cestovního ruchu již v šedesátých letech minulého století
- zapojení československých odborníků do mezinárodního výzkumu cestovního ruchu již v druhé polovině minulého století a zapojení československých expertů do mezinárodních projektů a programů (např. rajonizace cestovního ruchu)
- relativně rychlá reakce na změny po roce 1989 v rozvoji a řízení cestovního ruchu i ve vztahu k vědecko-výzkumné činnosti v cestovním ruchu a to zejména na úrovni vysokých škol ekonomického a geografického zaměření majících ve výuce určitou návaznost k této problematice
- příchod zahraničních poradenských firem po roce 1989 do České republiky a vznik domácích poradenských firem, které rozvinuly nabídku i na oblast cestovního ruchu
- dobré předpoklady dalšího rozvoje 6 klíčových druhů cestovního ruchu vyhlášených v roce 2002 pro střední a východní Evropu UNWTO tj. kulturního, krátkodobé městské rekreace, obchodního a kongresů, venkovského, zimního a zdravotního

Slabé stránky

- zánik specializovaného pracoviště pro výzkum cestovního ruchu v České republice po vzniku federativního uspořádání státu
- nesystematičnost, spíše nahodilost dle okamžité potřeby k zadávání výzkumných prací, zejména na nižších stupních řízení cestovního ruchu (kraje, obce s rozšířenou působností)
- nekoordinovaný postup a nedostatečná informovanost o dokončených výzkumných pracích vede někdy ke zkoumání prozkoumaného a tak k neefektivnímu vynakládání finančních prostředků a jejich alokovaní

- pokles počtu specializovaných vědecko-výzkumných pracovníků na problematiku cestovního ruchu, výzkumem se stále více zabývají pouze ad hoc ustavené týmy řešitelů
- slabé zapojení českých specialistů na problematiku cestovního ruchu do mezinárodního výzkumu cestovního ruchu a mezinárodních specializovaných organizací
- mladá generace nevidí ve specializování na výzkumnou činnost v cestovním ruchu dostatečnou perspektivu a nenalézají ani dostatečnou poptávku pro trvalé zaměstnání v tomto oboru

Příležitosti

- vstup České republiky do Evropské unie a možnosti získání podpory ze strukturálních fondů, zejména ve vztahu k regionům
- zapojení České republiky do mezinárodních výzkumných prací v oblasti cestovního ruchu
- iniciativa včetně finančního krytí ze strany Ministerstva pro místní rozvoj České republiky k zpracování nové rajonizace cestovního ruchu České republiky a návrhu na obnovení systematického výzkumu cestovního ruchu v České republice
- iniciativa včetně finančního krytí ze strany Ministerstva životního prostředí České republiky při zpracování výzkumu dopadů cestovního ruchu a jeho udržitelnosti
- iniciativní rozvoj center výzkumu včetně cestovního ruchu na vysokých školách majících vztah k výuce cestovního ruchu
- respektování a pochopení objektivní skutečnosti, že ani v řízení cestovního ruchu nelze opomenout podporu a využití výsledků jeho systematického výzkumu ze strany ústředních, krajských orgánů a institucí a podnikatelské sféry jako nezbytné investice
- systémové využití moderních informačních a komunikačních technologií ve výzkumu

Ohrožení

- výzkumná činnost v cestovním ruchu může nadále zůstat na okraji zájmu společnosti (politicky, koncepčně i v získávání nezbytných finančních zdrojů)
- bude trvat nezájem o vědecko-výzkumnou práci v cestovním ruchu jako hlavní povolání
- nedostatek kvalifikovaných pracovišť výzkumu cestovního ruchu podporovaných cílevědomě centrem a krajskými orgány státní správy bude nadále substituován ne vždy dostatečně fundovanými řešitelskými týmy a organizacemi, které nebudou konkurenceschopné se zahraničními specializovanými pracovišti ekonomicky velice dobře prosperujícími právě v zemích, nemajících tento výzkum na úrovni

Návrhy k řešení ohrožení současného stavu výzkumu cestovního ruchu v České republice

K reálně předvídanému riziku přijetí výsledků výzkumu z cestovního ruchu praxí a obavám uvedeným i v ohroženích ve SWOT analýze, že výzkumná činnost v cestovním ruchu může nadále zůstat na okraji zájmu společnosti, bude zapotřebí preventivně čelit. Jako možné přístupy se jeví tyto možnosti:

- V zaměření výstupů z výzkumných prací o cestovním ruchu se výrazně soustředit na podnikatelskou sféru v této oblasti, a to i se zřetelem, že cestovní ruch zasahuje do řady odvětví a úseků národního hospodářství. To může do určité míry eliminovat i poznatky, že volení funkcionáři veřejné správy mohou mít k cestovnímu ruchu dvojaký vztah (turisté nejsou voliči) a navíc nejsou vždy správně motivováni územním vymezením svých kompetencí. (Jak známo, umělé administrativní celky jsou z hlediska marketingové propagace zpravidla nevhodné).
- Důsledně respektovat a analyzovat i v oblasti cestovního ruchu úlohu tržního systému. O jeho vlivu svědčí u nás např. masivní investice soukromého sektoru, často stavebních firem, do výstavby drobnějších ubytovacích a stravovacích zařízení po celé republice. Dalším příkladem je prudký nárůst hotelových kapacit v Praze v posledních deseti letech včetně masivního vlivu zahraničního kapitálu. Jiným příkladem mohou být výstavby až monstrózních obchodů (Hatě) a tržnic u našich hraničních přechodů, využívajících zvláště po roce 1989 rozdílných cenových relací za zboží a služby s Rakouskem a Spolkovou republikou Německo.
- Veřejná správa na krajském či regionálním stupni – kvalifikovanými programovými materiály a jejich cílevědomou realizací může výrazně přispět k odstraňování nebo alespoň zmírňování nežádoucích překážek smysluplného rozvoje cestovního ruchu. Na druhé straně kvalifikovanou činností přispívat k odstraňování nežádoucích jevů v cestovním ruchu např. na životní prostředí, společensky nežádoucí jevy a jiné.
- Přijímání zásadních rozhodnutí o cestovním ruchu na úrovni ústředních orgánů České republiky na základě fundovaných, vědecko-výzkumnou činností podložených, analýz. Jako pozitivní příklady z posledního období lze uvést práce na rajonizaci cestovního ruchu, výzkumu cestovního ruchu ve vztahu k životnímu prostředí, k snaze obnovit systematický výzkum cestovního ruchu, k zpracování opatření k dalšímu rozvoji cestovního ruchu a v neposlední řadě k zpracování návrhu satelitního účtu cestovního ruchu. Dalším kladným faktorem je, že všechny uvedené práce s využitím vědecko-výzkumných poznatků navazují na zpracovanou Konceptci státní politiky cestovního ruchu České republiky na období 2007 – 2013.

Návrhy na posílení systematického výzkumu cestovního ruchu v České republice

Plně platí teze, potvrzená i komparativním porovnáním řízení cestovního ruchu s organizací jeho výzkumu ve vyspělých evropských zemích z hlediska cestovního ruchu a závěry v Konceptci státní politiky cestovního ruchu na období 2007 – 2013, že podstatným faktorem je legislativně upravená organizační struktura cestovního ruchu a jasně vymezené kompetence jak na regionální, tak na nadregionální úrovni.

V tomto koncepčním dokumentu je rovněž konstatováno, že „negativním faktorem je dlouhodobá absence výzkumu cestovního ruchu, resp. jeho institucionální podpora. Jen některé výzkumné problémy a otázky řeší CzechTourism a Ministerstvo pro místní rozvoj ČR zadáváním odborných grantů, na celostátní úrovni (MMR) však chybí národní výzkumné

pracoviště v oblasti cestovního ruchu, tak jak je běžné v naprosté většině turisticky vyspělých států.“

Základním postulátem, ze kterého je třeba při výzkumu v cestovním ruchu vycházet, je jeho multidisciplinární charakter, který vychází ze skutečnosti, že cestovní ruch zasahuje do řady odvětví a úseků národního hospodářství. To současně ovlivňuje nutnost určité koordinace všech podílejících se subjektů. Systematický makroekonomický výzkum cestovního ruchu je přitom výsostnou záležitostí státu. Tyto objektivní skutečnosti však současný stav ve výzkumu cestovního ruchu v ČR nereflexuje plně. Vznik takového stavu byl ovlivněn rozdělením federativního uspořádání státu, kdy dosud celostátní Výzkumný ústav cestovního ruchu s několika desetiletou tradicí se sídlem v Bratislavě byl ve Slovenské republice transformován na Ústav turizmu, s. r. o. Souběžně v Banské Bystrici na Univerzitě Mateja Bela byl rozvinut přechodem kvalifikovaných pracovníků z Bratislavy systematický výzkum cestovního ruchu. V České republice k takovému postupu nedošlo.

Obecně lze uvést dva základní pilíře, na kterých se ve vyspělých zemích z hlediska cestovního ruchu zakládá jeho výzkum. Jsou to:

- ústřední a územní orgány státní a veřejné správy, v jejichž kompetenci je problematika cestovního ruchu včetně výzkumných útvarů,
- specializované a další vysoké školy mající vazbu na výuku cestovního ruchu včetně jejich výzkumných pracovišť (výzkumná centra apod.).

V řadě příkladů na těchto stupních dochází k různým formám většinou časově limitované spolupráce i s privátními agenturami, konzultačními institucemi a domácími i zahraničními experty cestovního ruchu.

Česká republika nemá v současné době ve své legislativě komplexní zákon o cestovním ruchu. Zákon č. 2/1969 Sb. pokrývá zařazení péče o cestovní ruch na úrovni ministerstev. Na krajské úrovni je v současné době legislativním základem Ústava České republiky v článku 8 a v sedmé hlavě články 99 až 105 z roku 1993. Dále je to zákon o krajích (krajské zřízení) č. 129/2000 Sb. od 1. ledna 2001. Tento zákon však nepřihlížel při vymezení administrativních hranic k předpokladům cestovního ruchu jednotlivých krajů. Dalším zákonem ve vazbě na cestovní ruch je zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a o změnách občanského zákoníku č. 40/1964 Sb. ve znění pozdějších úprav a živnostenského zákona č. 455/1991 Sb. ve znění pozdějších předpisů, který byl novelizován zákonem č. 214/2006 Sb. Ten však nelze pokládat za zákon o cestovním ruchu, jak bývá běžně nazýván a nemá vazbu k výzkumu cestovního ruchu. Souhrnně lze říci, že rozvoji cestovního ruchu v České republice napomáhají v současnosti zatím pouze podzákoné normy.

Jako nejdůležitější rozhodnutí ve vztahu k podzákoným normám lze uvést zřízení České centrály cestovního ruchu Ministerstvem hospodářství od 1. 4. 1993 a to podle § 31 odst. 2 zákona ČNR č. 576/1990 Sb., o pravidlech hospodaření s rozpočtovými prostředky České republiky a obcí v České republice. Ke dni 14. 7. 2004 dochází opět rozhodnutím Ministerstva pro místní rozvoj ČR k zrušení statutu České centrály cestovního ruchu a k schválení nového statutu České centrály cestovního ruchu – CzechTourism a jednacího řádu dozorčí rady tohoto orgánu. V roce 2006 dochází ke změnám v organizační struktuře MMR ČR, a to především v oblasti finanční podpory cestovního ruchu v ČR. Podstatná část těchto podpor byla svěřena krajům, jejichž cílem je výrazně posílit úlohu regionů v procesu rozhodování o poskytování finančních prostředků z fondů EU i státního rozpočtu. Byla zdůrazněna nutnost odpovídající infrastruktury a možnost podílet se na odborných posouzeních při rozvoji služeb cestovního ruchu profesními organizacemi. Novou úlohou ministerstva v této oblasti je tvorba celonárodní koncepce pro podporu cestovního ruchu. Navazující kroky budou směřovat ke zlepšení servisu pro regiony ze strany MMR ČR

a agentury CzechTourism, např. sledováním trendů v cestovním ruchu a jejich aplikací, a také poskytováním větší podpory privátnímu sektoru při prezentaci v zahraničí.

Tato strategie odpovídá trendům ve vyspělých evropských zemích z hlediska cestovního ruchu, tj. skutečnosti, že základem rozvoje cestovního ruchu jsou regiony a oblasti a v nich domácí cestovní ruch. Státní orgán pověřený řízením cestovního ruchu je přitom odpovědný vládě za zpracování a vytváření podmínek k realizaci celostátní koncepce rozvoje cestovního ruchu a prezentace státu jako destinace na evropském trhu cestovního ruchu včetně podmínek příjezdového cestovního ruchu.

V ČR je v současnosti 27 vysokých škol majících ve svých studijních programech i problematiku cestovního ruchu, z nichž pouze kolem jedné pětiny se zatím podílí na výzkumné činnosti v tomto oboru. Lze však předpokládat nárůst trendu širšího zapojování do cílené spolupráce a účasti ve vyhlášených veřejných soutěžích u dalších vysokých škol tohoto typu a v případě existence jejich výzkumných center. Tak bude možné lépe využívat k systematické spolupráci kvalifikované specialisty včetně prezentace v odborných časopisech vysokých škol. Vysoké školy budou mít i žádoucí podnět k zvyšování počtu studentů doktorského studia z mladé generace a k řešení aktuální problematiky cestovního ruchu i v jejich pracích. Spoluprací navrhovaného výzkumného pracoviště jako součásti CzechTourismu s výzkumnými centry při vysokých školách řešících problematiku i cestovního ruchu by bylo možné posílit předpoklady k získávání mezinárodních projektů s touto problematikou u příslušných zahraničních institucí.

Závažným úkolem v této souvislosti je postupné rozšiřování odborníků na problematiku cestovního ruchu z ČR, kteří by splňovali předpoklad stát se členy v mezinárodních specializovaných institucích, především v Mezinárodním sdružení vědeckých expertů cestovního ruchu (AIEST) se sídlem ve Švýcarsku.

Závěr

Vědecko-výzkumná činnost v cestovním ruchu má v bývalém Československu a nyní v České republice dlouholetou tradici. Výzkum cestovního ruchu v Česku se koncentroval především na vnitřní obchod (Výzkumný ústav obchodu v Praze) a na Slovensku na cestovní ruch (Výzkumný ústav cestovního ruchu v Bratislavě) a souběžně byl určován institucemi územního plánování. Velmi fundovaně zpracovaným dokumentem byla Rajonizace cestovního ruchu v ČSSR, kterou zpracoval v letech 1960 – 1961 Ústav pro rajonové plánování. Aktualizace materiálu byla provedena v roce 1981.

Po vzniku samostatné České republiky v roce 1993 nevznikl žádný výzkumný ústav cestovního ruchu s celostátní působností a tuto úlohu postupně převzalo v roce 1996 Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, do jehož gesce cestovní ruch spadá a od roku 2001 krajské úřady, které jsou základním řídicím subjektem cestovního ruchu v regionech. Základním cílem podpory výzkumu (především aplikovaného) je podpora záměrů cestovního ruchu. Tematické priority byly určeny v programech „Výzkum pro potřeby regionů“ a „Výzkum pro řešení regionálních disparit“. V rámci reformy výzkumu, experimentálního vývoje a inovací Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky v roce 2008 ztratilo kompetenci vypisovat veřejné soutěže ve výzkumu a vývoji a společensko-vědní výzkum postupně přechází pod Grantovou agenturu a nedávno zřízenou Technologickou agenturu.

Od roku 2010 se výzkumem cestovního ruchu zabývá rovněž národní centrála cestovního ruchu (NTO), kterou je Česká centrála cestovního ruchu-CzechTourism. Zde byl zřízen Odbor výzkumů, trendů a inovací. Významnými iniciátory podpory výzkumu cestovního ruchu jsou i veřejné a soukromé vysoké školy působící v České republice. V současné době se výzkumem cestovního ruchu zabývá v různé intenzitě a zaměření 27 vysokých škol.

Literatura

- [1] FRANKE, A., NEJDL, K., VYSTOUPIL, J., ZELENKA, J. 2006. Hodnocení současného stavu výzkumu cestovního ruchu v České republice. In Czech Hospitality and Tourism Papers. Praha : VŠH, 2006, č. 3/2006. ISSN 1801-1535, s. 3 – 26.
- [2] FRANKE, A. a kol. 2007. Návrh systematického výzkumu cestovního ruchu v České republice se zvláštním zřetelem na kraje – kompletní závěrečná zpráva projektu WA-037-05-Z06. In Czech Hospitality and Tourism Papers. Praha : VŠH, 2007, zvl. č. 1/2007. ISSN 1801-1535, s. 8 – 43.
- [3] FRANKE, A. a kol. 1980. Rukověť cestovního ruchu. Praha : Merkur, 1980, 424 s.
- [4] GÚČIK, M. 2005. Cestovný ruch ako interdisciplinárny jav a jeho výskum – pripravovaná konferencia. In Ekonomická revue cestovného ruchu. Banská Bystrica : EF UMB, 2005, č. 3/2005. ISSN 0139-8660, s. 184 – 185.
- [5] KAŠPAR, J. 2011. K otázce cestovního ruchu jako vědecké disciplíny. In Aktuální trendy cestovního ruchu v kontextu řešení regionálních disparit. Praha : VŠH, 2011. ISBN 978-80-87411-12-4, s. 149 – 152.
- [6] STUDNÍČKA, P. 2007. Situace ve výzkumu cestovního ruchu v regionech České republiky a návrh na zlepšení současného stavu. [Bakalářská práce.] Praha : VŠH, 2007, 53 s.
- [7] Zákon č. 130/2002 Sb., o podpoře výzkumu a vývoje z veřejných prostředků ve znění pozdějších předpisů

Kontaktní údaje:

Ing. Antonín Franke, CSc.
Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r.o.
Výzkumné centrum
Svídnická 506
181 00 Praha 8
E-mail: info@villafranke.cz

Ing. Petr Studnička
Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r. o.
katedra cestovního ruchu
Svídnická 506
181 00 Praha 8
T: +420 283 101 138
E-mail: studnicka@vsh.cz

LEGISLATIVNÍ ÚPRAVA CESTOVNÍHO RUCHU VE VYBRANÝCH ZEMÍCH EVROPY

Tourism in legislation – case study European countries

Andrea Holešinská

Abstrakt:

Všeobecně panuje diskuse, zda má být cestovní ruch podporován ze strany politiky a zda je nezbytné, aby byla oblast cestovního ruchu upravena legislativou. Vzhledem k tomu, že cestovní ruch je průřezovým odvětvím, je otázkou, co by případná legislativa měla řešit. V České republice vyvstává problém nesystematické organizace cestovního ruchu a nestabilita finančních zdrojů, které mají zajišťovat plynulou činnost institucí, jež mají na starosti rozvoj cestovního ruchu v destinaci. Možnou inspirací pro řešení této situace mohou být zkušenosti evropských zemí, které tuto problematiku mají upravenou legislativou. Příspěvek se zabývá rozбором zákonů vybraných evropských zemí, které upravují oblast cestovního ruchu, a navrhuje doporučení pro případ České republiky.

Klíčová slova:

cestovní ruch, legislativa, financování, organizace cestovního ruchu

Abstract:

There is a general discussion about the support of tourism from the side of policy, and about necessity of a legislation covering tourism. Knowing that tourism is a multidisciplinary branch, there is a question what should be involved in the legislation. In the Czech Republic there is a problem with unsystematic tourism organization and instability of financial sources for running institutions that are responsible for destination development. This foreign experience can be inspiration for the Czech Republic. Therefore, the paper analyses tourism legislation of certain European countries that deals with the tourism issue, and suggests recommendation for the Czech Republic case.

Keywords:

tourism, legislation, financing, organization of tourism

Úvod

Mezi vybranými zeměmi pro analýzu právních norem zabývajících se cestovním ruchem byly vybrány země Evropy, a to konkrétně turisticky vyspělé země jako je Rakousko a Švýcarsko, kde je tradice cestovního ruchu nejdélejší, a následně země východního bloku, které mají podobný historický vývoj jako Česká republika.

Rakousko

Rakousko patří z hlediska organizace (tj. uspořádání) cestovního ruchu k turisticky nejvyspělejšími destinacím, které si na počátku 90. let 20. století uvědomily význam cestovního ruchu a klíčovou úlohu organizační struktury, která je nezbytná pro zajištění komplexního rozvoje směřujícího ke konkurenceschopnosti destinace. Má-li být dosaženo konkurenceschopnosti destinace, tak jedinečně přes komplexní (efektivní) rozvoj území, který má jasně stanovenou instituci a potažmo organizační strukturu, která je za naplňování tohoto cíle zodpovědná.

Obecně zákony rakouských spolkových zemí jsou výstižné a komplexní, protože obsahují jak detailní způsob zajištění finančních prostředků, tak organizační strukturu cestovního ruchu v podobě klíčových institucí zodpovědných za rozvoj cestovního ruchu v destinaci, a to včetně vymezení její vnitřní organizace (orgánů).

Z hlediska efektivnosti vynakládání veřejných prostředků do cestovního ruchu je v zemských zákonech o cestovním ruchu významným regionálně diferenciacním kritériem kategorizace obcí dle jejich turistického významu, od čehož se potom odvíjí i možnost a výše veřejné podpory.

Spolková země Horní Rakousko

Ve spolkové zemi Horní Rakousko, je v platnosti zákon o cestovním ruchu, nebo-li Oö. Tourismus-Gesetz, z roku 1990. Tento zákon je výhradně zaměřen na organizaci cestovního ruchu a na její financování. Jako specifikum obsahuje vedle definování základních pojmů (cestovní ruch, turistická obec, turista, ubytovací zařízení, účastníci cestovního ruchu a soukromý pronájem pokojů), povinnosti předkládání zprávy o cestovním ruchu a možnosti omezení vlastnického práva ve „veřejném zájmu“ také kategorizaci obcí dle významu cestovního ruchu na jejich území. Tato kategorizace je důležitá pro samotné financování, kdy výše vybraných poplatků je přímo úměrná významu obce z hlediska cestovního ruchu. Významnost obce je určena na základě splnění zákonem stanovených kritérií. Obce jsou členěny do tříd A, B, C a D.

Stanovení významu obcí z hlediska cestovního ruchu dle § 2 a 3 vychází z těchto kritérií:

1. průměrná hodnota počtu přenocování v obci za 5 let (počet přenocování),
2. podílu těchto přenocování (podle bodu 1) připadající na jednoho obyvatele obce (intenzita přenocování),
3. podíl celkového obratu podléhajícího dani z obratu všech ubytovacích a stravovacích zařízení v obci na 1 obyvatele (specifický obrat z cestovního ruchu).

Do třídy A spadají všechny obce, které překračují nejméně dvě ze tří níže uvedených hraničních hodnot:

- čtyřnásobek mediánu kritéria počet přenocování,
- čtyřnásobek mediánu kritéria intenzita přenocování,
- dvou a půl násobek mediánu kritéria specifického obratu z cestovního ruchu.

Obce třídy B musí splňovat (překračovat) nejméně dvě z následujících kritérií:

- dvounásobek mediánu kritéria počet přenocování,
- dvounásobek mediánu kritéria intenzita přenocování,
- medián specifického obratu z cestovního ruchu.

Obce třídy C musí splňovat (překračovat) nejméně dvě z následujících kritérií: vždy 75 % mediánu kritéria počet přenocování, intenzita přenocování a specifického obratu z cestovního ruchu. Ostatní obce spadají do třídy D. Specifické postavení pak mají lázeňská místa, která zákon definuje.

Zákon detailně vymezuje organizaci (uspořádání) cestovního ruchu, jejíž nosným prvkem jsou svazy cestovního ruchu, které se stávají členy turistických regionů, na jejichž území působí. Krom toho jsou definovány i spolky svazů cestovního ruchu. Klíčovou úlohu v rámci organizace (uspořádání) cestovního ruchu ve spolkové zemi má však zemský svaz cestovního ruchu, který je taktéž upraven tímto zákonem.

V § 33 – 35 a § 41 – 41a zákon určuje povinnost platit účastnický příspěvek všem účastníkům cestovního ruchu. Účastnický příspěvek je počítán za příslušnou turistickou obec, ve které se nachází sídlo nebo provozovna, ve které je činnost, která podléhá povinnosti platit příspěvek, vykonávána. Pro výpočet účastnických příspěvků jsou jednotliví účastníci cestovního ruchu rozdělení podle formy činnosti do 7 příspěvkových skupin (viz samostatný zákon – nařízení).

Výše příspěvku je stanovena procentní sazbou z obratu podléhajícího příspěvku se zohledněním zařazení do příspěvkové skupiny a kategorizace obce, ve které povinnost platit příspěvek vznikla. Horní hranice vyměřovacího základu na jednoho účastníka v jedné turistické obci činí 3,6 mil. Euro obratu podléhajícího příspěvku. Dále je stanovena minimální hranice příspěvku. V případě obcí spadajících do kategorie D je procentuální sazba podle příspěvkových skupin následující, přičemž minimální příspěvek činí vždy 29 Euro.

Příspěvky jsou odváděny příslušnému svazu cestovního ruchu, kterému po odečtení podílu účelových nákladů zůstává 85 % z celkového výnosu odpovídajícího poplatkům z cestovního ruchu a 10 % případně zemskému svazu.

Z pohledu financování jsou tak zdrojem poplatků podnikatelé, z jejichž obratu je stanoven procentuální podíl, který slouží pro financování cestovního ruchu v území, kde působí. Je tak zajištěn zpětný systém alokace (realokace) příjmů z cestovního ruchu do dalšího rozvoje cestovního ruchu v území. Tento model financování vychází z podstaty multiplikačního efektu, kterým je cestovní ruch charakteristický. Bohužel pro podmínky České republiky je tento způsob financování zatím nerealizovatelný. Je problém ve zjištění (dostupnosti) základních ukazatelů, tj. přenocování a obrat.

Spolková země Dolní Rakousko

Spolková země Dolní Rakousko disponuje zákonem o cestovním ruchu, NÖ Tourismgesetz, od roku 1991 a shodně jako hornorakouský zákon se zaměřuje především na financování a v určité míře i na organizaci, která však není rozpracována do takových detailů, tj. neobsahuje vnitřní uspořádání jednotlivých institucí na daných úrovních a nespécifikuje ani členství v těchto institucích. Zákon pouze definuje stěžejní „nositele cestovního ruchu“ na lokální (obce), regionální (svaz cestovního ruchu a turistický region) a národní úrovni (zemský svaz cestovního ruchu). Větší prostor je ponechán metodě financování, pro kterou je opět klíčové stanovení turistického významu obcí (§ 4). Obce jsou členěny do I., II. a III. třídy, kdy v I. a II. třídě jsou zařazeny obce, když jejich turistický význam je významný (viz kritéria) a mají-li další atraktivitu, buď: přírodní - pro rekreaci významné podmínky; umělecké, kulturní a vědecké atraktivity, nebo sportovní a zdravotně podporující zařízení. Zařazení obce se činí na její žádost.

Turistický význam obce je stanoven podle následujících kritérií:

- na pětiletém průměru počtu přenocování hostů v obci (kritérium počet přenocování),
- podílu počtu přenocování na 1 obyvatele obce (kritérium intenzita přenocování),
- podíl celkového zdanitelného obratu všech ubytovacích a gastronomických zařízení v obci na 1 obyvatele (kritérium specifický obrat z cestovního ruchu).

Do třídy I. spadají všechny obce, splňující minimálně dvě z následujících kritérií:

- dvojnásobek mediánu pětiletého průměru hodnoty počtu přenocování hostů v obcích v Dolním Rakousku (kritérium počet přenocování),
- dvojnásobek mediánu podílu počtu přenocování na 1 obyvatele obce (kritérium intenzita přenocování),
- medián podílu celkového zdanitelného obratu všech ubytovacích a gastronomických zařízení v obci na 1 obyvatele (kritérium specifický obrat z cestovního ruchu).

Obce třídy II. musí splňovat nejméně dvě z následujících kritérií:

- 50 % mediánu pětiletého průměru hodnoty počtu přenocování hostů v Dolním Rakousku (kritérium počet přenocování),
- 50 % mediánu podílu počtu přenocování na 1 obyvatele obce (kritérium intenzita přenocování),
- 50 % mediánu podílu celkového zdanitelného obratu všech ubytovacích a gastronomických zařízení v obci na 1 obyvatele (kritérium specifický obrat z cestovního ruchu).

Ostatní obce spadají do III. třídy.

Zdrojem poplatků v případě dolnorakouského zákona jsou vedle podnikatelů také samotní turisté, a to v podobě poplatku za ubytování, tedy přenocování. Jedná se o tzv. „místní poplatek“ (§ 11), který mohou obce vybírat od každé osoby, která přenocuje v ubytovacích zařízeních na katastru obce, místní poplatek, který je určen k dalšímu rozvoji a podpoře cestovního ruchu. Výše poplatku za osobu a den je určena pro obce třídy I. do maxima 0,509 Euro, pro obce II. třídy do 0,3634 Euro a pro obce III. třídy do 0,145 Euro. Lázně třídy I. mohou místní poplatek vybírat až do výše 1,9 Euro. V rámci katastru mohou být stanoveny místní rozdíly z důvodu různých podmínek. Podobně je možné rozlišení podle druhu ubytovacího zařízení. Od poplatků jsou osvobozeny např. osoby mladší 15 let, osoby zde se vzdělávající nebo plnící vojenskou službu, těžce tělesně postižení občané, aj.

K místnímu poplatku se vybírá také regionální poplatek (§ 12), který je příjmem země. V obcích I. třídy činí 0,254 Euro, v obcích II. třídy 0,182 Euro a v obcích III. třídy 0,073 Euro. Tyto příjmy slouží výhradně k podpoře cestovního ruchu na regionální úrovni, přičemž obce dostávají zpět za správu těchto poplatků, tj. za jejich odvod, 5 % z jejich výše. Doplňkovým příjmem v obcích I. a II. třídy může být také výběr příspěvků od sponzorů.

Zákon uvádí možnost i státního příspěvku (zemské podpory), neboť země také může přispívat turistickým sdružením na marketingová opatření, pokud nemá na to dostatečné prostředky, podobně také může přispívat na činnost turistických regionů, které by bez této pomoci nemohly uskutečňovat svoje rozvojové představy a návrhy. V konečném důsledku je možné získat zemskou podporu na aktivity, které výrazně přispívají k realizaci politiky cestovního ruchu v zemi.

Vedle turistů přispívají do rozpočtu jednotlivých „nositelů“ cestovního ruchu značnou měrou také podnikatelé v podobě účastnického poplatku (§ 13), jež odvádějí fyzické i právnické osoby, které podnikají na území obcí I. a II. třídy. Výši účastnického poplatku je vymezena v příloze zákona a jedná se o promile z obratu konkrétních ekonomických činností, které jsou rozdělena do čtyř kategorií dle významnosti pro cestovní ruch .

Ke specifickým dolnorakouského zákona o cestovním ruchu, obdobně jako v předchozím příkladě, patří možnost omezení vlastnických práv ve „veřejném zájmu“, resp. v zájmu cestovního ruchu.

V porovnání s hornorakouským zákonem jsou finanční zdroje na podporu cestovního ruchu tvořeny vedle příspěvků od podnikatelů (účastnický poplatek), tak příspěvky turistů (místní poplatek) za přenocování. Na rozvoj cestovního ruchu v destinaci tak přispívají „rovnoměrně“ jak poptávající, tak nabízející. Můžeme konstatovat, že z dolnorakouského modelu financování je patrná jistá spravedlnost při využití získaných prostředků na odstraňování externalit způsobených cestovním ruchem.

Švýcarsko

Každý z kantonů přistupoval k legislativní úpravě cestovního ruchu, resp. organizace a řízení cestovního ruchu, odlišně. Dle zprávy Švýcarský cestovní ruch v číslech 2008 naprostá většina kantonů, výjimkou je kanton Aargau a Zürich, disponuje nějakým právním předpisem, jehož předmětem je cestovní ruch. Tyto kantony lze rozdělit do dvou skupin, a to na skupinu, jejíž zákony vznikly v 90. letech 20. století jako „okamžitá“ reakce na vývoj v cestovním ruchu (13 kantonů), resp. jako reakce na požadavek stabilní organizační struktury cestovního ruchu (včetně definování finančních zdrojů). Určitou výjimkou je kanton Nidwalden a Neuenburg, kde existuje zákon o cestovním ruchu již z roku 1971 (resp. 1986) a v podstatě i kanton Basel-Stadt, který nemá klasický zákon o cestovním ruchu, ale od roku 1942 má zákon týkající se výběru cizineckého poplatku. A na skupinu kantonů, které přijaly zákon o cestovním ruchu po roce 2000 (8 kantonů).

Obecně zákony Švýcarska jsou stručné (strohé) a nejsou rozsáhlé. Řeší hlavně otázku financování a účelu využití finančních prostředků. Značný prostor je v zákonech věnován možnosti podpory z veřejných prostředků.

Kanton St. Gallen

Zákon o cestovním ruchu, Tourismusgesetz, v kantonu St. Gallen vznikl v 90. letech 20. století a svým obsahem řeší problematiku podpory cestovního ruchu ze strany státu (kantonu) a samotné financování podpory cestovního ruchu. Na rozdíl od rakouských zákonů nedefinuje organizační strukturu (uspořádání) cestovního ruchu ani nevymezuje klasifikaci obcí na základě jejich významu z pohledu cestovního ruchu.

První část zákona se věnuje státní (kantonální) podpoře. Zákon přesně stanoví, že stát (kanton) poskytuje organizacím cestovního ruchu s alespoň regionálním významem podporu na řízení a marketing. K tomuto účelu kanton zřizuje „konto cestovního ruchu“, které slouží jako speciální nástroj. Státní podpora je poskytována na základě smlouvy (dohody). Taxativně jsou vymezeny oblasti (účel) podpory a příjemci státního příspěvku. Výše příspěvku se odvíjí od naměřeného výkonu, tj. významu a objemu ubytovacích a stravovacích zařízení. Zdrojem poplatků jsou tak podnikatelé v cestovním ruchu. Vybírán je poplatek za ubytování, resp. za lůžko (stanové místo), a to ve výši 100 franků na rok a jednotku. V případě restaurací se jedná o restaurační poplatek, tj. poplatek za místo k sezení, a to ve výši 600 franků za rok na provozovnu.

V zákoně je zmínka o možnosti obcí vybírat turistický poplatek od turistů. Ten však není blíže specifikován. Uvedena je pouze podmínka, že obce vybrané prostředky nesmí použít na financování propagačních materiálů. Obdobně je zákonem vzpomenut i fond cestovního ruchu, jehož tvorbu a náležitosti upravuje jiný zákon.

Oproti rakouským zákonům je zde patrná silná podpora cestovního ruchu z veřejných prostředků, z čehož vyplývá vázanost prostředků na stanovený účel a opodstatněné založení fondu cestovního ruchu coby finančního nástroje zajišťujícího transparentnost vynaložených

prostředků. Dalším poznatkem je, že vybírané poplatky od podnikatelů nejsou vázány na obrát, tedy výkonovou jednotku, ale na statickou (kvantitativní) jednotku v podobě počtu lůžek (stanových míst) či míst k sezení. Což nezachycuje skutečné využití dané kapacity, a tedy neodráží reálnou situaci na trhu. Tento model financování není schopen postihnout v takové míře multiplikační efekty cestovního ruchu jako rakouské příklady, jelikož se vztahuje pouze na dva segmenty poskytovatelů služeb cestovního ruchu, tj. ubytovatele a provozovatel restauračních zařízení, i přesto, že se jedná o dominantní ekonomické činnosti v rámci cestovního ruchu. Nemalý význam v této souvislosti sehrává otázka metodiky statistického zjišťování potřebných ukazatelů.

Kanton Bern

Příkladem „novodobějšího“ zákona o cestovním ruchu, Tourismusentwicklungsgesetz (TEG), je zákon kantonu Bern, který byl přijat v roce 2005. Svým obsahem a strukturou se však nikterak významně neodlišuje od zákona kantonu St. Gallen. Opět je značná část předpisu věnována finanční stránce podpory potenciálu cestovního ruchu v kantonu.

Úvodní ustanovení jsou věnována vymezení státní (kantonální) podpory a jejímu účelu, tj. jaké aktivity lze financovat z veřejných prostředků. Jedná se konkrétně o marketingový průzkum trhu, spolupráci, zvyšování kvality i kvalifikace, dokončení pořádání akcí nebo tvorbu základní koncepce. Vázanost účelu použití finančních prostředků je zákonem stanovena i v případě výnosů z poplatků za ubytování, které jsou určeny výhradně z 80 % na průzkumy trhu nebo na projekty zaměřené na podporu spolupráce a zvyšování kvality. Pokud se týče financování obcí, tak ty mohou použít získané příspěvky až do výše 50 % na směrodatné náklady; výjimečně až z 80ti % mohou být použity na záměry s celokantonálním dopadem/významem, na obstarání klíčových informací apod.

Poplatky za ubytování postihuje turisty, resp. jejich přenocování, přičemž doba pobytu nesmí nepřesáhnout 3 měsíce. Zákon stanoví osoby nepodléhající povinnosti platit. Samotným plátcem poplatku jsou pak podnikatelé ubytovacích zařízení, kteří odvádějí obci poplatek ve výši od 0,50 do 1,50 franků za přenocování. Obcím následně vzniká nárok na kompenzaci spojenou s vybíráním poplatku, a to ve výši 5 % z vybraných poplatků.

Zákon stanoví povinnost vytvářet fond cestovního ruchu pro účely financování a samotné vedení (řízení) destinace. Tvořen je vybranými poplatky a úroky.

Jak bylo výše uvedeno zákon o cestovním ruchu v kantonu Bern je svým zaměřením velice blízký zákonu, který platí v kantonu St. Gallen. Opět je zákonem zajištěna podpora z veřejných prostředků, která je striktně vázána na účel použití. Ten má však širší vymezení než v případě kantonu St. Gallen, který se orientuje jen na marketing. Pokud se týče vybírání příspěvků, tak jsou jimi zatíženi pouze turisté.

Kanton Freiburg

Zákon o cestovním ruchu, Gesetz über den Tourismus (TG), v kantonu Freiburg byl přijat v roce 2005 a svým zaměřením i rozsahem se blíží spíše k rakouským zákonům o cestovním ruchu. Cílem zákona je rozvoj a podpora cestovního ruchu. Zákon lze rozdělit na tři části: část první popisuje organizační strukturu cestovního ruchu v kantonu; druhá část pak financování cestovního ruchu (poplatky + fond cestovního ruchu) a třetí část má specifické zaměření na správu silniční sítě využitelné pro volnočasové aktivity (tj. turistické cesty a cyklostezky).

V části věnující se organizaci (uspořádání) cestovního ruchu v kantonu Freiburg jsou taxativně vymezeni „oficiální nositelé cestovního ruchu“ na jednotlivých úrovních (kantonální, regionální a lokální), jejich pravomoci (kompetence) a požadavky na jejich vznik. Současně je také definován finanční nástroj na podporu marketingu cestovního ruchu v podobě fondu pro koordinovaný marketing cestovního ruchu, který je určen na podporu regionálních projektů

s marketingovým zaměřením. Financován je ročním příspěvkem z rozpočtu kantonu a dary. Správu fondu má na starosti Freiburský spolek cestovního ruchu.

Freiburský spolek cestovního ruchu, Freiburger Tourismusverband (FTV), je v rámci organizační hierarchie na nejvyšší úrovni, tj. na kantonální, a jedna z jejích hlavních aktivit je stanovit koordinované marketingové programy a podporovat reklamní projekty turistických regionů s pomocí dvou finančních nástrojů, a to výše zmíněného marketingového fondu a fondu cestovního ruchu. Finanční prostředky samotného FTV jsou pak tvořeny ročním příspěvkem stanoveným rozpočtem kantonu, výnosy z kantonální pobytové taxy a z členských příspěvků, darů a vlastních prostředků.

Na regionální úrovni jsou FTV schvalovány tzv. regionální organizace cestovního ruchu, které sdružují všechny aktivní místní organizace cestovního ruchu, které působí na jejich území. Hlavním předmětem činnosti regionálních organizací cestovního ruchu je marketing. Na lokální úrovni je pak v kompetenci místních organizací cestovního ruchu (vesměs se jedná o úroveň obce či svazku sousedních obcí) vedle marketingu, také poskytování turistických informací. Povinností místní organizace cestovního ruchu je předkládat roční hospodaření FTV a regionálním organizacím předkládají roční programy činnosti a zprávy o činnosti.

Na celém území kantonu se vybírá kantonální pobytová taxa, přičemž v každém turistickém regionu může být vybírána regionální pobytová taxa, aby mohla být financována informační činnost stanovená zákonem. Stejně tak mohou i místní organizace cestovního ruchu na svém území vybírat místní pobytovou taxu. Výnosy z těchto pobytových tax se užívají v zájmu turistů. Pobytovou taxu platí všichni turisté, kteří jsou na cestě nebo se v kantonu zdrží v hotelích či jiných ubytovacích zařízeních podobného typu, v přechodných bydlištích (prázdninové domy, byty a obytné lodě), v lázeňských zařízeních nebo ve stanech či přívěsech (mobilních bytech). Od platby poplatků jsou osvobozeni např. děti do 16ti let, vojáci, pacienti a personál nemocnic apod. Pobytový poplatek je vybírán za noc (přenocování) nebo paušálně. Nejvyšší obnosy u kantonální pobytové taxy jsou maximálně 1,5 franků za osobu a noc, u regionálního poplatku 0,50 franků za osobu a noc a u místní pobytové taxy je maximum 2 franky za osobu a noc. Paušální platbu platí ty osoby, které nemají celosezónní využití lůžkové kapacity (tj. kampy, hausboty apod.). Paušální poplatek se vypočítává na základě: 150 přenocování za rok v přechodných bydlištích nebo 120 přenocování za rok pro parcely v kempech a nebo 60 přenocování za rok na obytných lodích.

Vedle pobytové taxy zákon stanoví možnost obcím vybírat na svém území turistickou taxu, jež činí výši od 100 až 5 000 franků. Výnos turistické taxy slouží výhradně k financování úkolů (činností), které se uskutečňují na území obce, jež je členem místními organizacemi cestovního ruchu. Povinnost platit turistickou taxu může vzniknout soukromé i právnické osobě podnikající na území obce v ekonomické činnosti s přímým či nepřímým dopadem na cestovní ruch. Obecní nařízení pevně stanoví povinnost platit turistickou taxu a výši poplatku.

Důležitým finančním nástrojem vážícím na sebe veřejné prostředky je Fond podpory cestovního ruchu, který slouží k financování turistických projektů na kantonální a regionální úrovni. Fond je tvořen pevně danou částkou z kantonálního rozpočtu, a to minimálně ve výši 500 000 franků. Zákon rozlišuje mezi tzv. řádnou pomocí a mimořádnou pomocí, kdy řádná pomoc představuje „půjčku“ na zbudování nového turistického zařízení nebo na renovační práce, které se vztahují přímo na stávající nabídku turistických zařízení. V případě mimořádné pomoci se jedná o situaci, kdy zařízení kantonálního významu nemůže dále fungovat a je tím ohrožen cestovní ruch v daném regionu.

Na rozdíl od předchozích kantonálních zákonů o cestovním ruchu je ten freiburský orientován vedle financování i na organizaci (uspořádání) cestovního ruchu. I tento zákon vymezuje fond cestovního ruchu, který je tvořen z veřejných financí, jež je možné v podobě půjčky použít pouze na konkrétní zákonem stanovený účel. Stěžejním finančním zdrojem jsou však pro všechny instituce cestovního ruchu v kantonu pobytové taxy, tj. poplatky za přenocování, kterými jsou zpoplatněni turisté. Souběžně s pobytovou taxou mají obce možnost vybírat i tzv. turistickou taxu, kterou jsou povinni platit podnikatelé. Tato taxa je zcela v kompetenci obcí a je pouze stanoven interval její výše. Celkově je zřejmé, že do tohoto modelu financování cestovního ruchu přispívají hlavně turisté, kdy se jejich výdaje stávají příjmy jednotlivých institucí cestovního ruchu.

Slovinsko

Slovinsko má hned několik klíčových zákonů vztahujících se na cestovní ruch. Z roku 1995 je zákon o pohostinství, z roku 1998 zákon o podpoře cestovního ruchu, 1999 nařízení o Centru propagace cestovního ruchu Slovinska a v roce 2003 vešel v platnost zákon o podpoře rozvoje cestovního ruchu.

Zákon o podpoře rozvoje cestovního ruchu

Výchozím zákonem pro potřeby této analýzy je zákon o podpoře rozvoje cestovního ruchu, který je obecně rozsáhlý, a to nejen svým obsahem, ale i zaměřením. Na rozdíl od předchozích právních norem postihuje tento zákon komplexně problematiku plánování a implementace politiky podpory rozvoje cestovního ruchu – vymezuje politiku cestovního ruchu, popisuje organizaci (uspořádání) cestovního ruchu a způsob financování a upravuje podmínky pro cestovní kanceláře (definuje package – produkt), průvodce a poskytování turisticko-sportovních služeb.

Na úvod zákon definuje základní princip rozvoje slovinského cestovního ruchu, kterým je partnerská spolupráce podniků nabízejících služby cestovního ruchu, turistických asociací a jiných svazů a obcí při plánování a formování tržní nabídky slovinského cestovního ruchu. Zákon dále definuje klíčové pojmy (např. celková infrastruktura cestovního ruchu turistické oblasti; úprava místního přátelského prostředí; turistická taxa, ubytovací zařízení; rekreační objekty (domy a apartmány); na stálo ukotvená plavidla v přístavu (lod', hausbot) atd.)

Zákon definuje strategii slovinského cestovního ruchu a politiku cestovního ruchu. V souvislosti s politikou cestovního ruchu dále uvádí nástroje (vesměs programy) a aktivity politiky cestovního ruchu, zdroje pro implementaci politiky a organizaci implementace politiky (ministerstvo, centrála cestovního ruchu Slovinska a jiné právní subjekty).

Na národní úrovni je věnována pozornost Centrále cestovního ruchu Slovinska, resp. jejím financování, které tvoří státní rozpočet, zdroje od fyzických a právnických osob za financování integrovaných turistických produktů, vlastní zdroje a dary, a jejím povinností (aktivitám) v zájmu veřejného sektoru.

Naznačena je také politika podpory rozvoje cestovního ruchu na úrovni turistických oblastí, která je v kompetenci obcí a musí být v souladu se strategií Slovinska. Opět jsou rozebrány finanční zdroje, které sestávají z koncesionářských poplatků a z turistické taxy, a aktivity a služby, které jsou poskytovány v zájmu veřejného sektoru.

V návaznosti na turistické oblasti je obecně definován turistický poplatek (taxa), kterou platí obyvatelé Slovinské republiky a cizinci (turisté) za přenocování v turistické obci, tj. za využití ubytovacích služeb (viz podrobněji níže zákon o podpoře cestovního ruchu). Na základě rozhodnutí obce mohou platit poplatek také provozovatelé ubytovacích zařízení, resp. vlastníci rekreačních objektů a vlastníci plavidel – ti platí paušální platby. Rozhodujícím ukazatelem pro výběr turistického poplatku placeného vlastníkem rekreačního objektu je přenocování (více než 100 tisíc) nebo 1 500 lůžek a 200 objektů sezónního i nesezónního charakteru. V případě paušální platby nesmí částka překročit hodnotu 400 bodů za lůžko. Výši

poplatku si stanoví obec v rozmezí od 3 do 11 bodů, přičemž částka turistického poplatku se vypočítá jako násobek počtu bodů s hodnotou bodu, kdy jeden bod má hodnotu 22 tolarů.

Zákon o podpoře cestovního ruchu

Další podrobnosti z hlediska organizace (uspořádání) cestovního ruchu ve Slovinsku upravuje zákon o podpoře cestovního ruchu, který v příloze mimo jiné udává seznam turistických informačních center Slovinska. Zákon upravuje podporu (propagaci) cestovního ruchu na lokální i národní úrovni, kdy vymezuje aktivity, jež jsou ve veřejném zájmu coby klíčové úlohy řešící dopad cestovního ruchu na ekonomický a sociální rozvoj. Zákon v úvodu definuje hlavní aktivity podpory cestovního ruchu, a to utváření celkové nabídky cestovního ruchu, podpora rozvoje turistické infrastruktury, propagace celkové nabídky cestovního ruchu a poskytování informací návštěvníkům.

Z hlediska organizační struktury zákon pracuje s pojmem lokální organizace cestovního ruchu, kterou tvoří obec nebo více obcí ve vymezené oblasti (regionu). Členem lokální organizace cestovního ruchu jsou fyzické i právnické osoby (podnikatelé), které poskytují služby spojené s cestovním ruchem, a to i farmáři, kteří poskytují ubytovací (pohostinské) služby. Podnikatel musí mít sídlo nebo provozovnu (registrovanou činnost) na území dané obce. Členem mohou být také turistické asociace. Obec, jež je členem organizace, vykonává následující činnosti: vytváří celkovou nabídku cestovního ruchu obce; informuje návštěvníky v TIC; propaguje nabídku obce; spoluvytváří nabídku i její propagaci Slovinska; koordinuje turistické asociace, které vykonávají veřejný zájem, a podporuje rozvoj; a reguluje objekty turistické infrastruktury na území regionu (oblasti). Podnikatelé (členové) místní organizace, vyjma asociací, platí příspěvek. Příjmy lokální turistické organizace tvoří členské zdroje, turistický poplatek a zdroje z rozpočtu obcí, dobrovolné příspěvky ustanovené lokální organizací cestovního ruchu, vlastní činnost, zdroje národní organizace cestovního ruchu určené na podporu cestovního ruchu, zdroje ze státního rozpočtu vybrané z koncesionářských poplatků za provozování herních automatů na území turistické oblasti a na investice do vytváření přátelského prostředí pro místní obyvatele, turisty - infrastruktura, dary a dotace.

Zákon dále vymezuje pojem turistická oblast, kterou je geograficky ohraničená celá obec nebo více obcí, na jejímž území se utváří nabídka cestovního ruchu a splňuje nejméně jedno z následujících kritérií: 500 lůžek v pohostinských zařízeních, 40 000 přenocování turistů v předchozím kalendářním roce, 30 000 registrovaných denních návštěvníků v předchozím kalendářním roce. Turistickou oblastí je také oblast, která nespĺňuje výše uvedené předpoklady (kritéria), ale jejíž obec/obce jsou schopny ze svého rozpočtu nahradit chybějící části příjmů, které by jinak získaly z turistického příspěvku.

Zákon blíže specifikuje zdroje financování, jež vycházejí z turistické taxy, což je paušální peněžní částka, kterou platí turista za každý den pobytu v místě mimo svého trvalého bydliště. Turistická taxa je turistovi připočtena k ceně za přenocování, a to i tehdy bylo-li mu poskytnuto ubytování zdarma. Zákonem jsou taxativně uvedeny osoby, kteří nemusí poplatek platit. Turistická taxa je příspěvkem obce a má striktně stanovený účel použití. Výše turistického poplatku stanoví obec v rámci intervalu od 3 do 11 bodů a samotná hodnota poplatku je tvořena násobkem bodů s jeho hodnotou, tj. 14 tolarů.

Slovinsko na rozdíl od předchozích analyzovaných právních norem má dva stěžejní dokumenty o cestovním ruchu, které upravují podporu cestovního ruchu v podobě financování a organizace. Výchozím zákonem je zákon o podpoře cestovního ruchu, který je výhradně orientován na organizaci (uspořádání) cestovního ruchu a jejich způsob financování. Komplexnější rozsah pak má zákon o podpoře rozvoje cestovního ruchu, který upravuje celkový rámec podpory cestovního ruchu ve Slovinsku, tj. definuje politiku cestovního ruchu, její nositele a jejich činnost ve vztahu k veřejné správě, jejich finanční zdroje a v neposlední řadě definuje turistický balíček a podmínky pro cestovní kanceláře, průvodce a poskytovatele

turisticko-sportovních služeb. Obdobně jako rakouské příklady i zde zákony jednoznačně stanoví organizační hierarchii cestovního ruchu, kdy definují na jednotlivých prostorových úrovních kompetentní instituce jejich vznik, členství, činnost a financování. Z pohledu financování jsou primárními příspěvovateli turisté na základě přenocování. Obcím je však udělena pravomoc vybírat paušální poplatek i od poskytovatelů ubytovacích služeb, jehož výši pevně stanoví zákon.

Slovensko

Aktuálně nejnovějším zákonem o cestovním ruchu disponuje Slovensko, jeho účinnost nabude platnost od 1. 1. 2011. Zákon č. 91/2010 Sb. o podpoře cestovního ruchu je dosti obsáhlý a těžkopádný. Snaží se uceleně postihnout několik problémových oblastí cestovního ruchu, ovšem v konečném důsledku jsou některé části ne zcela jasně a jednoznačně upraveny, viz způsob financování.

Zákon je zaměřen na podporu cestovního ruchu na Slovensku, práva a povinnosti fyzických osob a právnických osob působících v cestovním ruchu, tvorbu koncepčních dokumentů a financování rozvoje cestovního ruchu. (§ 1) Úvodem jsou definovány některé pojmy, mimo jiné i podpora cestovního ruchu, a působnost hlavních nositelů (politiky) cestovního ruchu. Specifikem zákona je jeho zaměření na povinné koncepční dokumenty.

Zbývající pasáže jsou věnovány organizaci (uspořádání) cestovního ruchu na Slovensku, resp. jsou vymezeny klíčové instituce cestovního ruchu na regionální a místní úrovni, a to včetně jejich založení, práv a povinností a v případě místní úrovně i vnitřní organizace. Na regionální úrovni (krajské úrovni) je definována krajská organizace (§ 8) jako právnická osoba založená na podporu a vytváření podmínek rozvoje cestovního ruchu na území kraje. Členy krajské organizace jsou kraj a nejméně jedna oblastní organizace působící na území kraje. Členský příspěvek oblastní organizace krajské je nejméně 15 % z členských příspěvků získaných oblastní organizací od obcí a podnikatelských subjektů v kalendářním roce. Na území kraje (vyššího územního celku) může působit je jedna krajská organizace registrovaná podle tohoto zákona. Krajská organizace vzniká (§ 9) dnem zápisu do registru, přičemž návrh na registraci krajské organizace podávají její zakládající členové ministerstvu. Zákon taxativně stanoví činnosti (povinnosti, § 11) krajské organizace, čímž zamezuje duplicitě aktivit mezi krajem (vyšším územním celkem) a samotnou krajskou organizací.

Na místní úrovni (oblastní úrovni) působí oblastní organizace (§ 13), která je právnickou osobou založenou na podporu a vytváření podmínek rozvoje cestovního ruchu na svém území. V případě, že působnost oblastní organizace přesahuje území kraje, její valné shromáždění rozhodne, do které krajské organizace bude patřit. V odůvodněných případech může být oblastní organizace členem více krajských organizací. Oblastní organizaci může založit (§ 14) zakladatelskou smlouvou s podnikatelskými subjekty nejméně 5 územně sousedících obcí anebo městské části v Bratislavě a Košicích, přičemž souhrn počtu přenocovaných návštěvníků v ubytovacích zařízeních na území zakládajících obcí v předcházejícím roce musí dosáhnout nejméně 50 tis. přenocování. Každý subjekt působící na území obce má právo být členem oblastní organizace. Obec může být členem jen jedné oblastní organizace. Dále zákon stanoví oblastním organizacím práva a povinnosti, mezi které například patří i vypracovávání monitorovací zprávy o vývoji cestovního ruchu na svém území. Celkem detailně je rozebrána vnitřní struktura oblastní organizace a členství.

Závěrečné paragrafy zákona se týkají financování rozvoje cestovního ruchu (§ 27), na kterém se spolupodílí stát, kraje, obce a fyzické a právnické osoby. Financování organizací cestovního ruchu (§ 28) je pak tvořeno z garantovaných zdrojů, negarantovaných zdrojů a členských příspěvků podnikatelských subjektů oblastní organizací. Zákon neudává žádnou výši příspěvku.

Slovenský zákon se primárně věnuje organizaci (uspořádání) cestovním ruchu, kdy vymezuje instituce na jednotlivých prostorových úrovních, a obdobně jako rakouské zákony rozebírá v případě nejnižší úrovně i vnitřní uspořádání dané instituce. Navíc se však zaměřuje na otázku členství, kterou ostatní analyzované zákony tolik neřeší. Naproti tomu způsob financování je zákonem spíše naznačen, než že by prezentoval model transparentních a do určité míry stabilních finančních zdrojů. Zákon ponechává prostor pro jeho specifikaci na jednotlivých institucích. Je sice garantována státní podpora (dotace), ale ta je vázána na členské příspěvky, které nejsou nikterak specifikovány. Tato skutečnost je o to závažnější, že zatím co turisticky vyspělé státy (Rakousko, Švýcarsko), které jsou z hlediska vývoje a zkušeností s organizací (uspořádáním) a potažmo jejím financováním mnohem dále než Slovensko, mají propracované modely financování rozvoje cestovního ruchu, tak Slovensko ponechává otázku financování téměř bez úpravy.

Závěr

Obecně lze konstatovat, že pojetí jednotlivých zákonů o cestovním ruchu demonstruje samotný přístup vlády (veřejného sektoru) k politice cestovního ruchu a tím i k organizaci (uspořádání) cestovního ruchu a jeho financování.

Na jedné straně jsou zde zákony rakouských spolkových zemí, které konvertují k liberálnímu přístupu charakteristického minimálními zásahy ze strany státu, a spíše je kladen důraz na samoregulační schopnosti trhu v podobě realokace příjmů získaných z cestovního ruchu zpět na podporu rozvoje cestovního ruchu v území. Zákonem stanovený modely financování vycházejí z podstaty multiplikačního efektu.

Naproti tomu švýcarské zákony jsou ukázkou intervencionistického přístupu, což dokládá jejich zaměření na podporu cestovního ruchu z veřejných prostředků. I zde jsou však nezanedbatelným zdrojem příjmů klíčových institucí cestovního ruchu na jednotlivých úrovních poplatky vybírané od turistů či podnikatelů působících v cestovním ruchu. I slovenský zákon by bylo možné zařadit do tohoto přístupu. Odlišné postavení má však slovenský zákon, který jako jediný sice přímo definuje politiku cestovního ruchu, ale v rámci modelu financování organizace (uspořádání) cestovního ruchu nepoužívá veřejné prostředky jako klíčový zdroj na podporu rozvoje cestovního ruchu.

Z níže uvedeného ilustračního příkladu je zřejmé (viz Tab. 4-4), že organizace cestovního ruchu v Rakousku je z velké části dána „direktivně“ legislativou. Jednoznačně jsou tak definovány nejen základní pojmy z oblasti cestovního ruchu, ale především je naznačena organizační struktura a další nezbytné věci jako je vymezení činnosti organizací, způsobu vybírání příspěvků a poplatků či v neposlední řadě samotné identifikování turistického významu jednotlivých obcí, jež je klíčové pro určení jejich pozice v celé struktuře. Tento zákon se tak stává výraznou oporou všem aktérům cestovního ruchu, kteří mají zájem založit destinační společnost, popřípadě se zapojit do její činnosti, protože předem určuje jejich úlohu.

Z pohledu českého subjektu cestovního ruchu se tak tento zákon může jevit jako značná výhoda, ulehčující celý proces organizace (uspořádání) v cestovním ruchu. Už nejednou se ozvaly hlasy, že takový zákon v České republice postrádáme.

V České republice může mít onen „zákon“ i podobu obecně závazné vyhlášky, kterou mají obce i kraje v rámci své samostatné působnosti v pravomoci vydávat. Nesmí však být v rozporu s nadřazenou legislativou. Na tvorbě takové vyhlášky by měl participovat široký okruh lidí, a to z řad samotných aktérů cestovního ruchu a především odborné veřejnosti, nikoli však pouze z řad volených zástupců (politiků).

Bylo by však liché se v případě nefungující organizace cestovního ruchu vymlouvat či odvolávat na absenci zákona, když ani v současné době nemáme dostatek dlouhodobých zkušeností s problematikou řízení cestovního ruchu, které jsou ostatně i samotnou podstatou pro vytvoření takové právní normy (alespoň tak tomu bylo v případě dolnorakouského zákona). I přes odlišný vývoj v zahraničí je však možné se dolnorakouským modelem inspirovat.

Literatura

- [1] Gesetz über den Tourismus (TG), Nr. 951.1/2005. [cit. 2010-04-12] Dostupný na [www: http://admin.fr.ch/de/data/pdf/publ/rof_2005/2005_106_d.pdf](http://admin.fr.ch/de/data/pdf/publ/rof_2005/2005_106_d.pdf)
- [2] NÖ Tourismusgesetz 1991, LGBL Nr. 7400, LGBL Nr. 141/09. [cit. 2010-04-12] Dostupný na [www: http://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/LrNo/LRNI_2009141/LRNI_2009141.html](http://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/LrNo/LRNI_2009141/LRNI_2009141.html)
- [3] Oö. Tourismus-Gesetz 1990, LGBL Nr. 12/2003. [cit. 2010-04-12] Dostupný na [www: http://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=LROO&Gesetzesnummer=10000275&ShowPrintPreview=True](http://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=LROO&Gesetzesnummer=10000275&ShowPrintPreview=True)
- [4] Schweizer Tourismus in Zahlen 2008. Bern: STV, 2009, 52 s. [cit. 2010-04-22]. Dostupné na [www: http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=1115](http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=1115)
- [5] Tourismusentwicklungsgesetz (TEG), Nr. 935.211/2005. [cit. 2010-04-12] Dostupný na [www: http://www.sta.be.ch/belex/d/BAG-pdf/BAG_05-139.pdf](http://www.sta.be.ch/belex/d/BAG-pdf/BAG_05-139.pdf)
- [6] Tourismusgesetz, Nr. 575.1/1994. [cit. 2010-04-12] Dostupný na [www: http://www.gallex.ch/gallex/5/575.1.html](http://www.gallex.ch/gallex/5/575.1.html)
- [7] Uredbo o Slovenski turistčini organizaciji, Ur.l. RS, št 84/2004. [cit. 2010-04-12] Dostupné na [www: http://www.uradni-list.si/1/content?id=50605](http://www.uradni-list.si/1/content?id=50605)
- [8] Zakon č. 91/2010 Sb. o podpore cestovného ruchu. [cit. 2010-04-12] Dostupný na <http://www.economy.gov.sk/zakon-o-podpore-cestovneho-ruchu/132555s>
- [9] Zakon o gostinstvu (ZGos), Ur.l. RS, št. 1/1995. [cit. 2010-04-12] Dostupný na [www: http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=19951&stevilka=7](http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=19951&stevilka=7)
- [10] Zakon o pospeševanju turizma (TZP), Ur.l. RS, št. 57/1998. [cit. 2010-04-12] Dostupný na [www: http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=199857&stevilka=2602](http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=199857&stevilka=2602)
- [11] Zakon o spodbujanju rozvoja turizma (ZSRT), Ur.l. RS, št. 2/2004. [cit. 2010-04-12] Dostupný na [www: http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=20042&stevilka=73](http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=20042&stevilka=73)

Kontaktní údaje:

Ing. Bc. Andrea Holešinská, Ph.D.
Masarykova universita
Ekonomicko-správní fakulta
Katedra regionální ekonomie a správy
Lipová 41a
602 00 Brno
E-mail: holesinska@econ.muni.cz

ZKVALITŇOVÁNÍ VZDĚLÁVÁNÍ V CESTOVNÍM RUCHU NA VYSOKÉ ŠKOLE POLYTECHNICKÉ JIHLAVA

Improving Education in Tourism at the College of Polytechnics Jihlava

Stanislava Pachrová

Abstrakt:

Ve vzdělávání studentů oboru Cestovní ruch na Vysoké škole polytechnické Jihlava dochází k důležitým inovacím. Jednou ze změn je rozšíření kurikula o povinný předmět Trvale udržitelný cestovní ruch. Pilotní výuka tohoto předmětu proběhla v letním semestru akademického roku 2010 - 2011. Po jejím skončení bylo provedeno rozsáhlé dotazníkové šetření mezi studenty, kteří předmět absolvovali. Bylo zjištěno, že studenti si uvědomují důležitost informací o problematice udržitelnosti cestovního ruchu a vítají možnost absolvování předmětu zaměřeného na tuto problematiku. Z výsledků průzkumu také vyplynulo, že pro studenty ekonomicky zaměřeného oboru Cestovní ruch je velmi obtížné se orientovat v environmentálních aspektech udržitelného rozvoje a mají tendenci tento pilíř udržitelnosti podceňovat.

Klíčová slova:

cestovní ruch, udržitelný rozvoj, Vysoká škola polytechnická Jihlava, vzdělávání

Abstract:

There are several important innovations implemented in education of students of Travel/Tourism at the College of Polytechnics Jihlava. One of the changes is to extend the curriculum of the compulsory subject "Sustainable Tourism". Pilot course of this subject was taught in the summer semester of the academic year 2010 - 2011. After the course, there was carried out an extensive questionnaire survey among students who completed the subject. It was found that students realize the importance of information about issues of sustainable tourism and that they welcome the course focused on this topic. The survey results also showed that for students of economically-oriented studies of travel and tourism it is very difficult to understand the environmental aspects of sustainable development and that they often tend to underestimate the pillar of sustainability.

Keywords:

tourism, sustainable development, College of Polytechnics Jihlava, education

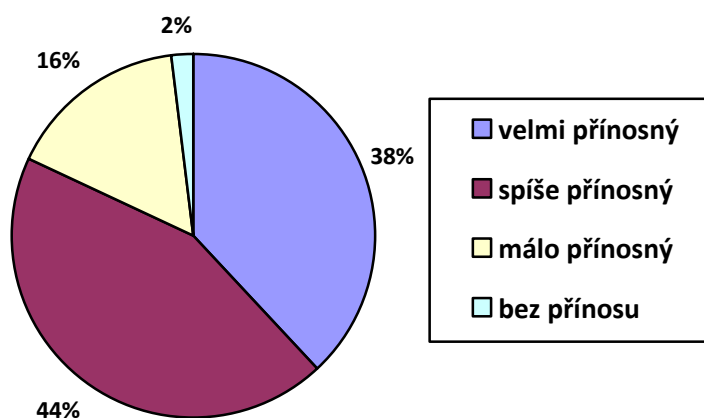
V souladu s prioritami Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013 a v důsledku nezbytné orientace cestovního ruchu na jeho dlouhodobou udržitelnost, došlo ve vzdělávání studentů oboru Cestovní ruch na Vysoké škole polytechnické Jihlava (dále též jako VŠPJ) k implementaci několika zásadních inovací výuky. Inovace výuky jsou realizovány především v rámci projektu Komplexní inovace oboru Cestovní ruch na Vysoké škole polytechnické Jihlava (registrační číslo projektu CZ.1.07/2.2.00/07.0341). Tento projekt je realizován od roku 2009 a jeho výstupy jsou zaměřeny na lepší uplatnitelnost absolventů na trhu práce. [2] V rámci zkvalitňování vzdělávání byla mimo jiné aktualizována vyučovaná témata a do výuky byly zavedeny zcela nové předměty.

Jedním z nově vytvořených předmětů, o které bylo kurikulum oboru Cestovní ruch na VŠPJ rozšířeno, je předmět Trvale udržitelný cestovní ruch. Udržitelný cestovní ruch vyžaduje holistický přístup ke svému plánování, řízení i provozování. Najít správnou rovnováhu mezi rozvojem turistických oblastí a ochranou jejich životního prostředí na jedné straně a rozvojem konkurenceschopných ekonomických aktivit na straně druhé představuje výzvu pro další rozvoj a řízení cestovního ruchu. Cílem nově vytvořeného povinného předmětu je integrovat dosud získané znalosti studentů v oblasti podnikání, marketingu, plánování a řízení cestovního ruchu do podmínek udržitelného a konkurenceschopného turismu jako jediného perspektivního způsobu jeho rozvoje. Cílem předmětu je dále podat studentům ucelený přehled o vlivech turismu na přírodní a socio-kulturní prostředí a objasnit různé přístupy k udržitelnému cestovnímu ruchu. [1]

Pilotní výuka předmětu Trvale udržitelný cestovní ruch byla realizována v letním semestru akademického roku 2010 – 2011. Po jejím skončení bylo provedeno rozsáhlé dotazníkové šetření mezi studenty, kteří předmět absolvovali. Celkem bylo získáno 169 správně vyplněných dotazníků, které posloužily pro získání zpětné vazby k pilotní výuce. Dále jsou v příspěvku rozebrána nejzajímavější zjištění vyplývající z dotazníkového šetření.

Bylo zjištěno, že studenti si uvědomují důležitost informací o problematice udržitelnosti cestovního ruchu a vítají možnost absolvování předmětu zaměřeného na tuto problematiku. Jak dokládá Obrázek 1, přes 80 % respondentů považuje předmět za důležitý pro svou budoucí praxi a oceňuje jeho přínos. Pouhá dvě procenta studentů v tematice předmětu nespátují žádný význam a nepovažují jej za důležitý pro svou budoucí kariéru.

Obr. 1: Názory studentů na význam předmětu Trvale udržitelný cestovní ruch pro jejich budoucí praxi



Největší přínos vytvořeného předmětu studenti spatřují v získání nových a pro ně zajímavých informací, kladně hodnotí, že díky novým vědomostem postupně získali schopnost vnímat aktivity cestovního ruchu z jiného úhlu pohledu, z pohledu udržitelnosti.

Naprostá většina dotázaných studentů byla s náplní předmětu spokojená a předmět nedoporučili rozšířit o žádnou další tematiku. Probíraná témata studentům vyhovovala, byla vnímána jako vyhovující, důležitá a pro budoucí praxi přínosná. Necelých 10 % studentů by navíc uvítalo navýšení hodinové dotace předmětu, aby byla možnost se více zabírat problematikou udržitelnosti cestovního ruchu v zahraničním kontextu. Obdobně na otázku, co by studenti doporučili z předmětu vypustit, byla nejběžnější variantou odpovědi, že „nic“. Přibližně 70 % respondentů na tyto dvě otázky neodpovědělo vůbec, dá se tedy předpokládat, že mají za to, že v předmětu není potřeba nic měnit, nebo neví, co by se změnit mohlo. Dotázaní studenti opakovaně při šetření uváděli, že cvičení předmětu, která byla zaměřena na environmentálně šetrné formy cestovního ruchu a při kterých byla jednotlivá témata probírána s důrazem na národní a regionální kontext, byla pro ně velmi přínosná a zajímavá. Někteří

studenti (9 %) doporučovali předmět rozšířit o povinnou exkurzi nebo praxi v terénu, při které by daná problematika byla probírána přímo ve vybraném zvláště chráněném území.

Z výsledků průzkumu pilotní výuky předmětu dále vyplynulo, že pro studenty ekonomicky zaměřeného oboru Cestovní ruch je velmi obtížné se orientovat v environmentálních aspektech udržitelného rozvoje a mají tendenci tento pilíř udržitelnosti podceňovat. Při pilotní výuce se opakovaně ukázala potřeba seznamovat budoucí odborníky na cestovní ruch s problematikou ekologie a ochrany přírody a krajiny v souvislostech s oborem jejich studia.

Výsledky dotazníkového šetření mezi studenty, kteří předmět Trvale udržitelný cestovní ruch absolvovali, jednoznačně potvrdily vhodnost zařazení nového povinného předmětu do kurikula studia oboru Cestovní ruch na VŠPJ. Ze zjištěných odpovědí studentů vyplynulo, že tematické zaměření nově vytvořeného předmětu bylo zvoleno správně a dále se ověřilo, že sylabus předmětu Trvale udržitelný cestovní ruch má v současné podobě vhodnou skladbu, kterou po proběhnutí pilotní výuky není třeba výrazně upravovat.

Zkvalitňování vzdělávání s sebou nese potřebu sledovat trendy vývoje daného oboru a samozřejmě také vývoj poptávky trhu práce. Při vzdělávání budoucích odborníků na cestovní ruch je v současné době nezbytné studentům poskytnout, kromě kvalitních ekonomických základů, také dostatečný přehled o problematice trvale udržitelného rozvoje a o udržitelnosti cestovního ruchu. Jak prokázal provedený dotazníkový průzkum, nově vytvořený předmět Trvale udržitelný cestovní ruch na VŠPJ tyto cíle dostatečně naplňuje.

Literatura

- [1] Informační systém Vysoké školy polytechnické Jihlava [online]. 2011 [cit. 2011-09-23]. Trvale udržitelný CR. Dostupné z WWW: <<https://is.vspj.cz/studijni-plany/detail-predmetu/plan/17/predmet/1088>>.
- [2] KOPICOVÁ, Petra. Vysoká škola polytechnická Jihlava [online]. 2011 [cit. 2011-09-23]. Operační program Vzdělávání pro konkurenceschopnost. Dostupné z WWW: <<https://www.vspj.cz/skola/evropske/opvk>>.

Kontaktní údaje:

RNDr. Stanislava Pachrová, Ph.D.
Vysoká škola polytechnická Jihlava,
Katedra cestovního ruchu,
Tolstého 16, 586 01 Jihlava;
E-mail: pachrova@vspj.cz

ZHODNOCENÍ VYBRANÝCH FINANČNÍCH NÁSTROJŮ K IMPLEMENTACI POLITIKY TURISMU NA PŘÍKLADU ŠVÝCARSKA A ČESKÉ REPUBLIKY

An evaluation of financial instruments for tourism policy implementation in Switzerland and the Czech Republic

Monika Palatková

Abstrakt:

Článek se zabývá zhodnocením finančních nástrojů podpory turismu na národní úrovni ve Švýcarsku a v České republice. Stejně jako se liší systém institucí, vztahů a kompetencí potřebný k prosazování politiky turismu, i v systému financování turismu existují rozdíly. Metodou komparace s politikou turismu a finančními nástroji využívanými ve Švýcarsku se článek snaží zhodnotit vztah politiky turismu a jejích finančních nástrojů v České republice. Ve Švýcarsku jsou národní finanční zdroje na podporu turismu zaměřeny dvěma základními směry, a to na marketing a podporu infrastruktury (zejména ubytovacích zařízení) včetně inovací. Otázkou je, zda a nakolik odpovídají zvolené národní finanční nástroje v České republice cílům politiky turismu nejen co do objemu, ale i do okruhu příjemců finanční podpory. Neméně důležitá je obchodní orientace národních finančních nástrojů a možnost měření jejich efektivnosti a účinnosti. Na základě srovnání jsou odvozena doporučení pro Českou republiku.

Klíčová slova:

finanční nástroje, politika turismu, management destinace, podpora turismu, Švýcarsko, Česká republika

Abstract:

The topic of this paper is an evaluation of financial instruments used to support tourism in the Czech Republic and Switzerland at a national level. The destination management systems including institutions and their roles and powers with regards to financing tourism differ in the surveyed countries. The paper strives to make a comparison between the Czech and the Swiss tourism policy and its financial tools. In Switzerland the national financial sources focus on two areas of financial support, namely the marketing activities and the infrastructure development (esp. accommodation facilities) incl. innovation. The issue is the relation between the Czech tourism policy and the applied financial tools in terms of volume, distribution and targeting as well as the main beneficiaries. The commercial orientation and the efficiency and effectiveness are very important parameters of the system of financial tools used in tourism. A suggestion of how to make the financial tools more relevant to the tourism policy in the Czech Republic has been derived from the comparison.

Key words:

financial instruments, tourism policy, destination management, tourism support, Switzerland, Czech Republic

Úvod

Využití finančních nástrojů v marketingovém řízení destinací a při realizaci politiky turismu představuje jedno z nejčastěji diskutovaných témat. Nejen díky množství prostředků z Evropské unie, které jsou naplánovány a na období 2007 – 2013 z větší části vyčerpány, ale i díky komplexnímu charakteru turismu, a tedy i finančních nástrojů využívaných k realizaci politiky turismu. Fází hledání vhodných modelů a principů využití finančních nástrojů v turismu prošly v posledních dvou dekadách všechny významné evropské destinace [2], [5]. Téma je však stále aktuální, a to díky snižování veřejných zdrojů a zvyšování důrazu na efektivnost a účinnost využití finančních nástrojů.

Základem nastavení a využívání finančních nástrojů je propracovaný systém institucí na jednotlivých úrovních řízení destinace. Jedou z tradičních destinací, která systémem institucí disponuje, je Švýcarsko. Přestože je švýcarské administrativní uspořádání, systém veřejné správy a řízení turismu odlišný od českého, nastavení finančních nástrojů k prosazování politiky turismu je jistě v mnoha směrech užitečný pro Českou republiku.

Finanční nástroje a jejich význam pro marketingové řízení destinace

Destinace představuje složitý systém různých subjektů soukromého a veřejného sektoru nabízejících produkty a služby. Cílem konceptu marketingového řízení destinace je maximalizace pozitivních a eliminace negativních efektů turismu v destinaci. Z řady různých definic a vymezení marketingového řízení lze vybrat regionální koncept označující marketingové řízení destinace za „...*strategie a cesta pro silné regiony, které mají odvalu ke koncentraci sil pro společný rozvoj, organizaci a aktivní prodej jejich klíčových konkurenčních výhod. Touto cestou vznikají destinace, které nabízejí klientovi perfektně zorganizovaný řetězec služeb odpovídající jeho volbě, který zahrnuje od informace a pohodlnou rezervaci přes bezchybný průběh pobytu až po návrat domů*“. [1, s. 2] Podle Americké asociace marketingu je **marketingové řízení** je „... *proces plánování a provádění koncepce, tvorby cen, propagace a distribuce myšlenek, zboží a služeb s cílem vytvářet směny, které uspokojují cíle jednotlivce a organizací*.“ [5, s. 11]

Marketingové řízení sleduje ovlivňování úrovně, načasování a složení poptávky tak, aby organizace dosahovala svých cílů [5, s. 12]. Systém marketingového řízení destinace zahrnuje obvykle tři úrovně, a to národní, regionální a místní. Institucionální, legislativní a finanční podmínky fungování systému jsou klíčové pro nastavení a prosazování politiky turismu. Využití finančních nástrojů je pak z velké části určeno pozicí turismu v ekonomice i samotným systémem financování turismu (tabulka 1). Společně s finančními nástroji jsou využívány i nástroje nefinanční, zejména legislativního charakteru [10]. Cílem uplatňování nástrojů je zvýšení konkurenceschopnosti destinace, resp. poptávky po destinaci.

Politika turismu stanovuje směr a vytváří základní rámec pro marketingové řízení destinace. Politiku turismu lze vymezit podle Goldnera, Ritchieho a McIntoshe jako „...*soubor předpisů, pravidel, směrnic, příkazů a strategií, které tvoří rámec, v němž dochází k přijímání kolektivních a individuálních rozhodnutí přímo ovlivňujících rozvoj turismu a každodenní aktivity*“ [16, s. 34] Mundt shrnuje záběr politiky turismu jako „...*soubor opatření veřejných institucí na všech úrovních politického jednání, které přímo nebo nepřímo, vědomě nebo nevědomě, určují utváření a podobu turismu*.“ [7, s. 12] Politiku turismu lze rozdělit na tzv. přímou politiku (opatření, která významným a podstatným způsobem vycházejí z turismu a jsou namířena na utváření jeho podoby) a tzv. nepřímou politiku jako opatření, která se turismu prioritně netýkají, mají však pro turismus určité důsledky (např. devizová politika, zahraničně-obchodní politika, sociální politika, proexportní politika, kulturní politika, vízová politika, politika ochrany životního prostředí, měnová politika, fiskální politika a další).

S volbou a uplatňováním finančních nástrojů je spojena řada otázek, z nichž budou dále zkoumány **zdroje financování, způsob rozdělení a zaměření nástrojů včetně hlavních beneficentů a konečně efektivnost a účinnost** realizovaných opatření a způsobu jejich hodnocení.

Systém marketingového řízení a politika turismu ve Švýcarsku

Švýcarsko jako tradiční destinace turismu se snaží o vytváření účinné a efektivní organizační struktury řízení turismu a prosazování politiky turismu na všech úrovních. Do formování švýcarské politiky turismu i systému marketingového řízení se promítá silně administrativní rozdělení Švýcarska na 26 autonomních kantonů, které uplatňují na svém území kompetence v turismu. Na národní úrovni představuje výkonnou moc instituce SECO (*Staatssekretariat für Wirtschaft*) formulující národní politiku turismu i její nástroje, a to s důrazem na propojení na regionální a místní úroveň [8, s. 259].

Hlavním cílem švýcarské federální politiky turismu je tvorba co nejlepšího prostředí pro komerční sféru, tedy zejména vytváření takového ekonomického prostředí, funkční a atraktivní infrastruktury turismu, společně s vyváženým a udržitelným využitím prostoru. Politika se snaží o zvýšení produktivity v turismu a dosažení hodnot produktivity v dalších exportních odvětvích zboží a služeb [8, s. 260] Současná politika turismu je založena na čtyřech základních strategiích [4, s. 2-4]:

1. **Řešení strategických problémů** v podobě zlepšení statistiky turismu, vytvoření platformy pro výměnu informací „*Tourismus Forum Schweiz*“ mezi subjekty soukromého a veřejného sektoru na všech třech úrovních řízení apod.

2. **Koordinace a kooperace včetně řešení problémů zasahujících do různých sektorů turismu.** Pojetí turismu ve Švýcarsku jako skutečně ekonomické aktivity se odráží v ostatních politikách včetně hospodářské, fiskální, politiky zaměstnanosti, politiky podpory malého a středního podnikání, zemědělské politiky, proexportní politiky a dalších.

3. **Nárůst atraktivity nabídky Švýcarska jako destinace turismu.** Odpovědnost za zvýšení atraktivity je v politice turismu uložena komerčním subjektům. Role federálního státu spočívá v podpoře inovací, spolupráce a investiční aktivity¹. Právě pro dosažení třetího cíle zformulovala federální vláda dva podstatné finanční nástroje jako přímou podporu inovací, spolupráce a investic. Jedná se o **program Innoutour** (*Innovationsprogramm für den Schweizer Tourismus*) fungující od roku 1998 a o podporu pomocí **bankovní instituce SGH** (*Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit*) zaměřenou zejména na poskytování výhodných úvěrů a konzultací ubytovacím zařízením. Od roku 2012 by měly být existující dva finanční nástroje doplněny třetím zaměřeným na **znalostní management**.

4. **Posílení pozice Švýcarska na mezinárodním trhu**, a to pomocí marketingových aktivit na všech úrovních a zejména jejich koordinací. Švýcarská národní turistická organizace **Swiss Tourism** je klíčovou institucí zodpovědnou za komunikační strategii, branding, tvorbu produktu, odkrývání nových trhů i vytváření distribučních cest v zahraničí. V posledních letech je silně akcentována **tzv. podpora míst** (*promotion of locations*) realizovaná agenturou Swiss Tourism a nově zřízenou soukromoprávní asociací OSEC² (*Osec Business Network Switzerland*). Druhou cestou zvýšení švýcarského export je podpora

¹ Velice úzká spolupráce při plnění 3. cíle probíhá se švýcarskou komisí pro technologie a inovace (*KTI, Kommission für Technologie und Innovation*). Komise je federální agenturou zaměřenou na podporu výzkumných a rozvojových projektů existujících firem i tzv. start-ups. Cílem činnosti komise je vytváření sítě (networking) regionů, míst, federální úrovní a poskytovat znalosti i technologie ve všech sektorech včetně turismu.

² Agentura OSEC byla založena v roce 2008 s cílem podporovat obchodní aktivity a zvýšit konkurenceschopnost Švýcarska v export a přílivu zahraničních investic. Jeden z pilířů činnosti agentury OSEC je právě tzv. podpora míst (*promoting locations*). [20]

zemědělského exportu, a to ve spojení s exportem služeb turismu. První společný plán je nastaven na období 2012 – 2015.

Tabulka 1: Základní indikátory turismu - Švýcarsko a Česká republika		
Indikátor	Česká republika	Švýcarsko
Příjezdy, přenocování, export služeb turismu (2009)		
Počet zahraničních příjezdů	6,0 mil. (TCE)	8,3 mil. (THS)
Celkový počet přenocování *	36,6 mil.	35,6 mil.
Počet domácích přenocování *	17,7 mil.	15,4 mil.
Počet zahraničních přenocování*	18,9 mil.	20,2 mil.
Export služeb turismu	122 mld. CZK	15 mld. CHF
Význam turismu v národní ekonomice		
Export služeb turismu na obyvatele (2009)	11 961 CZK	1 948 CHF
Podíl exportu služeb turismu na exportu služeb (2009)	31,6%	18,8%
Ekvivalent export služeb turismu vůči exportu zboží (2009)	6,0%	8,0%
Přímý vliv turismu na HDP (2010)	1,8%	5,8%
Přímý vliv turismu na zaměstnanost (2010)	1,9%	7,8%
Národní výdaje NTA, NTO		
Rozpočet NTA	x	53 mil. CHF (2008)
Rozpočet NTO (národní zdroje)	393 mil. CZK (2009)	87 mil. CHF (2010)
Ostatní indikátory (2009)		
Podíl rozpočtu NTO na exportu služeb turismu	0,3%	0,6%
Rozpočet NTO na 1 zahraniční přenocování*	20,8 CZK	4,3 CHF
Počet zahraničních příjezdů na obyvatele	0,6	1,1
Počet zahraničních přenocování* na obyvatele	1,8	2,6
* počet přenocování: Česká republika - hromadná ubytovací zařízení, Švýcarsko - pouze hotely		
Zdroj: vlastní tabulka s využitím dat [14], [15], [17], [24]		

Kantonální úroveň realizuje svoji vlastní politiku turismu, která však musí být podle švýcarské legislativy v souladu s federální politikou turismu. Téměř všechny kantony s výjimkou třech mají zákon o podpoře turismu, který je pro realizaci politiky turismu rozhodující. Stejně tak se kantonální politika promítá do politiky turismu na úrovni municipalit.

Při realizaci politiky turismu ve Švýcarsku a prosazování a uplatňování finančních nástrojů je třeba zmínit velice **silnou pozici profesních asociací**, zejména asociace STV (*Schweizer Tourismus-Verband*) sdružující více než 600 subjektů soukromého a veřejného sektoru. Asociace STV má reálnou šanci ovlivňovat nastavení politik souvisejících s turismem a prosazovat pro turismus výhodné finanční nástroje.

Finanční nástroje k implementaci politiky turismu ve Švýcarsku

Následující pasáž se zaměří na zodpovězení třech otázek týkajících se vytváření finančních zdrojů pro realizaci finančních nástrojů, dále na uplatnění finančních nástrojů směrem k jejich hlavním příjemcům a konečně na způsob jejich hodnocení.

Vytváření fondů pro realizaci finančních nástrojů

Finanční zdroje pro realizaci finančních nástrojů jsou ve Švýcarsku vytvářeny z neúčelových či účelově určených daní a poplatků, a to zejména na kantonální úrovni. Na **federální úrovni** není zavedena žádná zvláštní daň ani poplatek na podporu turismu. V kompetenci federální vlády je stanovení výše DPH na ubytovací a další služby turismu. Ubytovací služby jsou zdaněny zvýhodněnou sazbou 3,8 % (oproti 8 %) a sazba pro potraviny, vodu, některé kulturní a další služby je stanovena na 2,5 %. [13]

Na **kantonální a místní úrovni** si určují vlastní model financování a uplatňování kantonálních finančních nástrojů. V celém systému hrají rozhodující roli místní daně, které jsou účelově určeny a rozdělují se mezi federální, kantonální a místní úroveň (např. investice do infrastruktury, marketingu). Místní daně mohou nabývat třech podob, a to pobytové daně (Kurtaxe), daně z ubytování (*Beherbergungstaxe*) nebo alternativně zaváděné tzv. daně na podporu turismu (*Tourismusförderungstaxe*).

Zacílení finančních nástrojů

Na federální úrovni je realizace finančních nástrojů (tabulka 2) záležitostí čtyřech nositelů politiky turismu, a to instituce SECO (NTA), Swiss Tourism (NTO), SGH (*Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit*) a STV (*Schweizer Tourismus-Verband*).

V roce 2008 se **rozpočet SECO** pohyboval na úrovni 53 mil. CHF, z čehož asi 6 mil. CHF bylo určeno na podporu Evropského fotbalového mistrovství. Asi 48 mil. CHF bylo určeno na činnost Swiss Tourism [8, s. 259] K tomu vyhlásila švýcarská federální vláda tříletý program podpory turismu 2008 – 2011 podpořený částkou 186 mil. CHF pro marketingové aktivity. Pro podporu spolupráce mezi subjekty a destinacemi v rámci programu Innotour byla určena částka 21 mil. CHF [8, s. 259].

Rozpočet Swiss Tourism představoval v roce 2010 asi 87 mil. CHF, z čehož asi 75 % bylo určeno na činnost dvaceti zahraničních zastoupení. Příspěvek federálního státu činil 48 mil. CHF, další prostředky plynuly z příspěvků členů (např. kantony, regiony, obce, asociace, firmy) a vlastních aktivit Swiss Tourism. [28]

Veřejnoprávní společnost SGH založená v roce 2003 je řízena SECO a vychází z federální legislativní úpravy podpory sektoru ubytování. Cílem společnosti SGH je zvýšení konkurenceschopnosti a udržitelnosti švýcarských ubytovacích kapacit v regionech klasifikovaných jako turisticky atraktivní nebo lázeňské oblasti. Společnost SGH poskytuje technickou asistenci, konzultace a zejména poskytování úvěrů za výrazně výhodnějších podmínek. Úvěry jsou určeny nejen na rekonstrukci ubytovacích zařízení, ale i na výstavbu nových. Základní jmění společnosti nesmí klesnout pod 12 mil. CHF, přičemž 6 mil. CHF přispívá federální stát, dalších 6 mil. pochází z členských příspěvků.

Tabulka 2: Základní finanční nástroje politiky turismu - Česká republika a Švýcarsko

Kritéria	Česká republika	Švýcarsko
Legislativa	ne (v přípravě)	ano (s výjimkou třech kantonů)
Národní finanční nástroj	Národní progra podpory rozvoje cestovního ruchu 2010 - 2013	Federální program Innotour
Specifická bankovní/finanční instituce	ne	SGH
Prioritní sektory turismu	ne	MSP (ubytovací sektor)
Návaznost na další politiky	částečná, spíše velmi slabá	velice úzká (MSP, proexportní politika, regionální politika, ...)
DPH - ubytovací služby	10%	3,6%
DPH - ostatní služby	20%	2,5 % - 8 %
Využití evropských fondů	ano	ne, velmi omezené
Index konkurenceschopnosti TTCI (2011)	4,8 / 31. místo	5,7 / 1. místo

Zdroj: vlastní tabulka s využitím dat [4], [13], [17], [25]

Federální politika turismu je od roku 2008 velice úzce spojena s **Novou švýcarskou regionální politikou**, a to s důrazem na podporu malých a středních podniků (MSP). Politika MSP usnadňuje podporu MSP působících v turismu ve všech švýcarských kantonech. [22]

Zcela zásadním finančním nástrojem je **projekt Innotour** (*Innovationsprogramm für den Schweizer Tourismus*) spuštěný v roce 1998 na základě zákona o podpoře partnerství a inovací (1997) [26]. Cílem programu je podpora tvorby produktu, rozvoje ubytovacích zařízení, distribučních cest, zlepšování kvality, vytváření efektivních organizačních struktur. Program se dále zaměřuje na vzdělávání, trénink, výzkum a vývoj a koordinace různých aktivit. Na program je vyčleněno pro období 2008 – 2011 asi 21 mil. CHF, a to zejména na velké projekty spojující více subjektů (partnerství) klíčových sektorů turismu. [19]

Měření efektivity a účinnosti realizovaných finančních nástrojů

V letech 2006 a 2007 proběhlo první komplexní zhodnocení marketingových aktivit Swiss Tourism s cílem stanovit návratnost 1 CHF vloženého do národního marketingu. Podle studie generoval na federální úrovni 1 CHF v přímém obratu 47 CHF a ve fiskálních příjmech 4 CHF [12]. Další hodnocení provedené v roce 2010 stanovilo generovanou částku na úrovni 37 CHF [28, s. 40-41].

Politika turismu Švýcarska chápe realizované finanční nástroje a jejich finanční podporu z veřejných a soukromých zdrojů jako **skutečnou investici**. Uvedený přístup se promítá i do hodnocení programu Innotour i do hodnocení projektů financovaných společností SGH, které se blíží svým pojetím hodnocení efektivity a účinnosti investic v komerčním sektoru. V roce 2010 proběhlo hloubkové zhodnocení druhé fáze projektu Innotour (Innotour II pro období 2003 – 2007), které zahrnovalo i mezinárodní benchmarking Švýcarska jako destinace turismu podle množství kritérií zohledňujících nabídku i poptávku.

System marketingového řízení a finanční nástroje v České republice

Základní směry politiky turismu v České republice byly formalizovány ve strategickém dokumentu 2007 – 2013 [27]. Ve srovnání se švýcarským systémem postrádá systém řízení v České republice zejména **obchodní zaměření**, které by bylo postaveno na tvorbě produktu, dále legislativní podklad pro uplatňování finančních nástrojů na podporu partnerství, inovací a tvorby produktu a užší propojení politiky turismu s politikami ostatních rezortů.

Pro uplatňování finančních i nefinančních nástrojů v České republice s cílem podpory domácího a příjezdového turismu lze doporučit následující:

- **Koncepční charakter finančních nástrojů** a jejich koordinace s nástroji využívanými v rámci dalších národních politik (např. regionální politika, politika MSP, proexportní politika).
- **Spolupráce s institucemi** napříč dalšími sektory národní ekonomiky s cílem posílení podpory míst (*promotion location*), podpory exportu apod.
- Jednoznačná orientace programů na **partnerství, networking, inovace, investice a udržitelnost**, které by neměly zůstat jen prázdnými pojmy.
- **Přesnější definování cílů** jednotlivých programů i politiky jako takové a jejich propojení s cíli politiky turismu. Stanovení kvantifikovatelných indikátorů pro hodnocení dosažení jednotlivých cílů.
- **Stanovení způsobu hodnocení realizace finančních nástrojů** nejen ve fázi rozhodování o jednotlivých projektech, ale i ve fázi zpětného hodnocení realizace projektů. Metodika hodnocení účinnosti a efektivnosti finančních nástrojů by měla zahrnovat nejen hodnocení činnosti např. organizace CzechTourism, ale i vyhlášených programů (např. Státní program podpory cestovního ruchu 2001 – 2007, Národní program podpory cestovního ruchu 2010 – 2013).
- **Intenzivní zastoupení soukromého sektoru** v realizaci politiky turismu i finančních nástrojů pro její implementaci s cílem tvorby produktu v rámci vytváření partnerství PPP a realizace obchodních efektů partnerství.
- **Rozdělení kompetencí v oblasti finanční podpory** mezi národní, regionální a místní úroveň a přehled (databáze) o objemu a zaměření finanční podpory na jednotlivých úrovních. Pro stanovení konceptu finančních nástrojů je vstupní informace o realizovaných finančních nástrojích zejména na úrovni krajů více než užitečná.
- **Podpora konceptu „destinace jako firma“** a přístup k finančním nástrojům jako ke „skutečné“ investici s předpokládanou návratností namísto konceptu rozdělování veřejných prostředků. Účelově orientované a na cíl orientované využití finančních nástrojů lze považovat za klíčový parametr využití finančních nástrojů k realizaci politiky turismu.
- **Specifická podpora MSP** pomocí využití programů jiných rezortů, zejména rezortu průmyslu a obchodu či rezortu kultury. Prioritizace **sektoru ubytování a kulturních institucí** (např. památkové objekty) by měla představovat hlavní cíl realizace finančních nástrojů.
- **DPH** může být podstatným nástrojem podpory turismu, zejména v sektoru ubytování, avšak v kontextu změn ve veřejných financích je s největší pravděpodobností zvýhodněná sazba DPH pro vybrané subjekty turismu nereálná.

Závěr

Vývoj turismu v České republice je ovlivněn nejen strukturou a systémem marketingového řízení destinace, ale i uplatňovanou politikou turismu a jejími finančními nástroji. Změnu v současném systému by měl přinést připravovaný zákon o podpoře turismu. Oddělení národní, regionální a místní úrovně řízení turismu představuje základní problém při realizaci národní politiky turismu a uplatňování finančních nástrojů k její implementaci.

Vývoj politiky turismu a jejich finančních nástrojů ve Švýcarsku ukazuje možný směr pojetí a koncipování finančních nástrojů, zejména s ohledem na cíle politiky, jejich měřitelnost a obchodní pojetí konceptu marketingového řízení destinace. Převést pojmy jako jsou konkurenceschopnost, udržitelnost, inovace, partnerství a další do reality je možné jen při propojení finančních nástrojů s cíli politiky turismu a sledování jejich efektivity a účinnosti. Přestože podmínky vývoje švýcarského systému marketingového řízení destinace i finančních nástrojů jsou jiné než v České republice, lze určité prvky švýcarského modelu jistě využít i v podmínkách České republiky.

Literatura

- [1] BARTL, H. - SCHMIDT, F.: DESTINATION MANAGEMENT. Wien, Institut für regionale Innovation, 1998.
- [2] BIEGER, T.: Management von Destinationen. München, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 2005. ISBN 3-486-57656-9.
- [3] CODAGNONE, C. - UNDHEIM, T. A.: Benchmarking eGovernment: tools, theory, and practice. In: http://www.epractice.eu/files/4.2_0.pdf [cit. 2011-08-12]
- [4] KÄMPF, R.: Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz, Innotour Insight 5/2010. In: http://www.innotour.ch/web/media/archive1/Innotour_Insight_5_dt.pdf [cit. 2011-06-05]
- [5] KOTLER, P.: Marketing Management. Prentice Hall Inc., London, 1991. ISBN 80-85605-08-2.
- [6] LUFT, H.: Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen. Messkirch, Gmeiner-Verlag GmbH, 2005. ISBN 3-926633-48-4.
- [7] MUNDT, J. W.: Tourismuspolitik. Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2004. ISBN: 3-486-27556-9.
- [8] OECD Tourism Trends and Policies 2010. ISBN: 978-92-64-07742-3.
- [9] PALATKOVÁ, M., ZICHOVÁ, J.: Ekonomika turismu - Turismus České republiky. Praha, Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5.
- [10] PALATKOVÁ, M.: Marketingový management destinací. Praha, Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.
- [11] SEATON, A.V. - BENNETT, M. M.: The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issues and Cases. London, International Thomson Business Press 1996. ISBN 0-412-57320-2.
- [12] Schweiz Tourismus - Novitads. Nr. 1/März 2007. In: <http://www.stnet.ch/files/?id=3437> [cit. 2011-05-09]
- [13] Swiss VAT rates 2011. In: http://www.vatplus.ch/news/Swiss_VAT_tax_rate_increase_2011.pdf [cit. 2011-06-19]
- [14] The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. World Economic Forum, Genf, 2011. ISBN-13: 978-92-95044-96-8.
- [15] UNWTO World Tourism Barometer - Statistical Annex. Vol. 9, No. 1., February 2011.

- [16] VANHOVE, N.: Tourism policy - between competitiveness and sustainability: the case of Bruges. In: The Tourist Review (AIEST), 2002, č. 3, s. 34 - 40.
- [17] Czech Statistical Office,. In: <http://www.czso.cz> [cit. 2011-06-09]
- [18] Innotour - Innovation Tourism. In: <http://www.innotour.ch/web/index.php?section=home> [cit. 2011-08-04]
- [19] INNOTOUR. In: <http://www.inno-tour.ch/web/index.php?section=home> [cit. 2011-07-15]
- [20] OSEC - Business Network Switzerland. In: <http://www.osec.ch/internet/osec/en/home.html> [cit. 2011-07-07]
- [21] SECO - Tourism Division. In: <http://www.seco.admin.ch/themen/00476/00508/index.html?lang=en> [cit. 2011-07-09]
- [22] Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit. In: <http://www.sgh.ch/unternehmen/gesetzlicherauftrag/> [cit. 2011-07-08]
- [23] STV – Schweizer Tourismus-Verband. In: http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=908 (last accessed June 13, 2011)
- [24] Swiss Balance of Payment Statistics 2009. In: <http://www.snb.ch/en/iabout/stat/statpub/bop/stats/bop> [cit. 2011-07-19]
- [25] WTTC -Travel & Tourism Economic Impact. In: http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Research/Country_Reports/ [cit. 2011-07-08]
- [26] Bundesgesetz über die Förderung von Innovation und Zusammenarbeit im Tourismus vom 10. Oktober 1997 (Stand am 1. Februar 2008). In: <http://www.admin.ch/ch/d/sr/9/935.22.de.pdf> [cit. 2011-07-08]
- [27] Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 - 2013.
- [28] Schweiz Tourismus - Jahresbericht 2010. In: http://www.stnet.ch/de.cfm/ueber_uns/facts/offer-Ueber_uns-Facts-341573.html [cit. 2011-06-17]
- [29] Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit - Geschäftsbericht 2010. In: <http://www.sgh.ch/fr/aktuelles-downloads/downloads/sgh-geschaeftsberichte-gv/> [cit. 2011-06-07]

Kontaktní údaje:

Ing. Monika Palatková, Ph.D.
Vysoká škola obchodní v Praze
Katedra cestovního ruchu
Spálená 14
110 00 Praha 1
Česká republika
E-mail: monika.palatkova@vso-praha.eu

VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH V KONCEPČNÍCH MATERIÁLECH KRAJŮ ČESKÉ REPUBLIKY

Rural tourism in conceptual documents of the Czech Republic NUTS 3 regions

Ondřej Petr

Abstrakt:

Cílem příspěvku je zhodnotit postavení venkovského cestovního ruchu v koncepčních materiálech krajů České republiky, které se zabývají rozvojem cestovního ruchu. Úvodní část se zabývá definicí venkovského cestovního ruchu, zmiňuje stručné historické perspektivy a nejčastěji řešené otázky jeho výzkumu. Následuje analýza obsahu relevantních kapitol koncepčních materiálů, věnovaných problematice cestovního ruchu. Na základě této analýzy je např. možné zhodnotit obsahovou šíři zpracování otázky rozvoje venkovského cestovního ruchu v jednotlivých krajích nebo dostatečnost či nedostatečnost specifikace opatření k dosažení požadovaného stavu. Dále je možné polemizovat o tom, zda přístup k rozvoji venkovského cestovního ruchu je ve všech krajích podobný nebo naopak odlišný, do jaké míry je výsledkem top-down vlivů směřujících od dokumentů na celostátní úrovni a bottom-up vlivů zohledňujících regionální specifika.

Klíčová slova:

venkov, cestovní ruch, kraj, rozvoj, strategie, program, Česká republika

Abstract:

The aim of this paper is to evaluate position of rural tourism in conceptual documents of the Czech republic NUTS 3 regions, which are targeted at tourism development. Introductory part deals with rural tourism definition, presents brief historic perspectives and topics, which are prevalingly solved. This entry is followed by analysis of relevant chapters of conceptual materials, aimed at questions of tourism. Underlied with such an analysis, it is possible to evaluate the width of attitude to rural tourism development topic in NUTS 3 regions, or sufficiency of measures, specified to achieve the desired state. Furthermore, it is possible to argue, if the approach to rural tourism development is similar or different in all the NUTS 3 regions, to what extent it is a result of top-down effects of national documents and bottom-up effects raising from regional specifics.

Keywords:

rural areas, tourism, NUTS 3 region, development, strategy, program, Czech republic

Úvod

Přínosy diverzifikace venkovského hospodářství, tradičně orientovaného na zemědělství, zmiňuje velké množství autorů (např. Van der Ploeg 2000, Marsden a Sonnino 2008). V této oblasti má nezanedbatelný význam rozvoj venkovského cestovního ruchu. Ekonomické vlivy venkovského cestovního ruchu dle Halla a Page (2006) vždy byly oblíbeným tématem výzkumu, který měl zdůrazňovat roli cestovního ruchu jako všeléku proti ekonomickým i sociálním neduhům venkovského prostoru. Němčanský (1996) bere cestovní ruch jako možný nástroj k oživení regionální ekonomiky, dle Buchty (1993) navíc mimořádně významný, efektivní a rychle se rozvíjející. Mnoho autorů (Kristofčáková 1993, Cako 1993,

Hall a Page 2006, Wall a Mathieson 2006) zdůrazňuje pozitiva rozvoje venkovského cestovního ruchu – tvorbu pracovních příležitostí a snížení nezaměstnanosti, péči o kulturní a přírodní bohatství, využití volných objektů nebo dokonce regeneraci brownfieldů, stabilizaci venkovského obyvatelstva, zmírňování regionálních disparit, diversifikaci venkovského hospodářství a příjmů zemědělců, snížení nejistoty zemědělců v periferních oblastech, rozvoj místních služeb a řemesel, zlepšení odbytu místní produkce, potažmo zvýšení kvality života venkovanů.

Lane (1994) jednoduše definuje venkovský cestovní ruch jako cestovní ruch, který se odehrává ve venkovské krajině. Je zde však problém jak s obecným definováním pojmu cestovní ruch, tak s definováním pojmu „venkovský“ (obdobně Stříbrná 2005, Němčanský 1996). Cako (1993) chápe venkovský cestovní ruch jako osobitou formu rekreace ve venkovském prostředí při využití nejrůznějších daností tohoto prostředí. V rámci venkovského cestovního ruchu jsou využívány ubytovací, stravovací, obchodní, sportovní a kulturní zařízení a jejich kapacity, důležité je využití venkovské krajiny.

Do venkovského cestovního ruchu lze řadit kromě agroturistiky, ekoturistiky a ekoagroturistiky také hipoturistiku, pěší turistiku, horskou turistiku, cykloturistiku, relaxační dovolenou, zdravotně orientovaný cestovní ruch, myslivost a loveckou turistiku, jezdectví, rybaření, houbaření, fotografování, vodáctví, studium přírody a venkovských tradic, výlety na běžkách (resp. sportovně orientovaný cestovní ruch obecně), cestovní ruch motivovaný kulturou, historií a uměním, gastronomický či vinařský cestovní ruch, nebo také druhé bydlení. Pro účely tohoto článku však bude sledován venkovský cestovní ruch v jeho užším vymezení, tedy agroturistika, ekoturistika, ekoagroturistika, a také hippoturistika.

Cestovní ruch se na venkově rozvíjí již dlouhou dobu, v Evropě přinejmenším od poloviny 18. století. Stříbrná (2005, str. 7) uvádí: „Zájem o rekreaci na venkově se objevil již v devatenáctém století jako reakce na stres a špinu rodících se průmyslových center a aglomerací.“ Dle Townera (1996: 45-46) byly cestovní ruch a rekreace v předindustriální etapě zakořeněny přímo v denním a sezónním rytmu zemědělského života a odehrávaly se v bezprostředním okolí domova. Alpy nebo oblast Lake District v Evropě a Skalisté hory v Severní Americe byly prvními místy venkovské turistiky, nicméně nutno dodat, že tato turistika se dle Stříbrné (2005) svým charakterem naprosto lišila od dnešní formy venkovského CR, obzvláště tak, jak jej známe ve středoevropských podmínkách, kde je orientován spíše kulturně. První organizované zájezdy do venkovského prostředí skotské vrchoviny či Švýcarska podnikal Thomas Cook již přibližně od poloviny 19. století (Page a Connell 2006). Do období značného růstu poptávky i rozšiřování nabídky aktivit ve venkovském prostoru ve 20. století se však nejednalo o široce rozšířené odvětví. V globálním měřítku se venkovský CR začal rozvíjet a propagovat až v 90. letech 20. století (Page a Connell 2006).

Venkovský cestovní ruch a jeho dílčí formy jsou jednou z vhodných možností, jak stabilizovat či rozvíjet venkovské prostředí, které se v posledních desetiletích potýká s širokým spektrem ekonomických i sociálních problémů, navíc v intencích udržitelného rozvoje. Pro maximální využití možných přínosů venkovského cestovního ruchu je důležité k jeho rozvoji přistoupit alespoň do jisté míry koncepčně a koordinovaně. Prostorem, kde by se tento přístup měl projevit, jsou zajisté strategické dokumenty krajů České republiky, které se týkají venkova či cestovního ruchu. Např. dle Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2007–2013 mají kraje např. vytvářet koncepční a rozvojové dokumenty cestovního ruchu nebo realizovat marketing, propagaci a prezentaci v cestovním ruchu na regionální úrovni včetně tvorby a realizace regionálních produktů cestovního ruchu. Takto zaměřené dokumenty, které byly dostupné prostřednictvím internetových stránek jednotlivých krajů, byly analyzovány z hlediska zpracování problematiky venkovského cestovního ruchu. Ještě předtím je trocha pozornosti věnována vybraným dokumentům na národní úrovni.

Venkovský cestovní ruch v národních koncepčních dokumentech

Podle Programu rozvoje venkova ČR na období 2007 – 2013, který slouží k realizaci Národního strategického plánu rozvoje venkova České republiky na období 2007-2013, je v otázce stabilizace venkovského obyvatelstva významnou sférou diverzifikace venkovského hospodářství odvětví cestovního ruchu (ve spojení s využitím kulturních a přírodních specifik) jako potenciálního zdroje pracovních příležitostí, růstu poptávky a odbytu místní produkce. Opatření osy III Programu rozvoje venkova – Kvalita života ve venkovských oblastech a diverzifikace hospodářství venkova, se v rámci podpory soukromého sektoru (obce do 2000 obyv.) zaměřují také např. na podporu cestovního ruchu, budování rekreační infrastruktury a zařízení, služby pro turistiku, budování a značení tras a stezek. V rámci podpory veřejného sektoru (obce do 500 obyv.) se opatření osy III zaměřují např. na ochranu a rozvoj kulturního dědictví venkova a jeho prezentaci, ale také na vzdělávání a informovanost v oblastech diverzifikace činností nezemědělské povahy, zakládání a rozvoje mikropodniků a možností uplatnění ve venkovském cestovním ruchu. Opatření III.1.3 - Podpora cestovního ruchu – se svými aktivitami zaměřuje na diverzifikaci venkovské ekonomiky přímo rozvojem cestovního ruchu, zejména ve spojení s využitím přírodního a kulturního dědictví. Je zde zmínka o podpoře rozvoje hippostezek a produktů venkovské turistiky obecně. Venkovská turistika, zejména agroturistika je v ČR hodnocena jako nerozvinutá.

Venkovský cestovní ruch s jeho typickými produkty - agroturistika, ekoagroturistika, ekoturistika apod., zmiňuje jako perspektivní součást cestovního ruchu ČR i Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007–2013 (dále Koncepce). 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. Pro venkovský cestovní ruch, agroturistiku a další šetrné formy cestovního ruchu a regionální a speciální produkty cestovního ruchu má Česká republika dle Koncepce dobré předpoklady. Mezi priority řadí Koncepce např. tvorbu specifických regionálních produktů cestovního ruchu, podporu malého a středního podnikání v cestovním ruchu, zkvalitnění nabídky kulturního dědictví a přírodního bohatství, zvýšení zaměstnanosti a životní úrovně místního obyvatelstva, zvýšení konkurenceschopnosti regionální nabídky cestovního ruchu, podporu udržitelného cestovního ruchu (venkovský, eko-, agro-, hippo-turistika, ...), marketing cestovního ruchu, zvýšení povědomí návštěvníků o přírodních hodnotách území a nabídce jednotlivých regionů a produktů cestovního ruchu, koordinaci činností subjektů působících v oblasti cestovního ruchu nebo zakládání a činnost organizací a sdružení cestovního ruchu na regionální a lokální úrovni. Takto definovanými oblastmi podpory se Koncepce výrazně dotýká řešení problémů venkovských oblastí prostřednictvím cestovního ruchu. V rámci Priority 1 - Podpora tvorby konkurenceschopných národních a regionálních produktů cestovního ruchu, opatření 2: Podpora tvorby specifických regionálních produktů cestovního ruchu, je zmiňována i podpora venkovského cestovního ruchu a vinařské turistiky, pěší turistiky a cykloturistiky.

Venkovský cestovní ruch v koncepčních materiálech krajů

Středočeský kraj

V Programu rozvoje územního obvodu Středočeského kraje pro období 2001-2013 je ve SWOT analýze potenciálu rozvoje kraje, v části věnované cestovnímu ruchu, mezi příležitostmi zařazena podpora udržitelného rozvoje cestovního ruchu (např. venkovského cestovního ruchu, agroturistiky) a mezi silnými stránkami dostatek vhodných oblastí a objektů druhého bydlení pro rozvoj venkovského cestovního ruchu. Jedním ze strategických cílů Programu je cíl F.3 - Podpora rozvoje venkova pomocí venkovského cestovního ruchu – a jeho strategické směry - rozvoj všech forem venkovského cestovního ruchu (agroturismus, ekoagroturismus, hipoturistika atd.) a rozvoj infrastruktury cestovního ruchu na venkově, místních služeb a zachování tradičních řemesel.

Venkovského cestovního ruchu se dále týká opatření Programu C-III - Zlepšení kvality života v malých obcích a udržení jejich ekonomických a obytných funkcí, rozvoj venkovských forem turistiky - jehož cílem je mimo jiné zvýšit atraktivitu venkova pro návštěvníky a obyvatele. Toho má být dosaženo také podporou agroturistiky a dalších forem venkovské turistiky, propagací místních pozoruhodností, pamětihodností, kulturních a sportovních příležitostí nebo pořádáním kulturních a společenských akcí. V rámci opatření F-III - Rozvoj sportovních a rekreačních aktivit - je zmiňována podpora rozvoje venkovského cestovního ruchu, podpora budování cyklistických tras, hippostezek a turistického značení.

V Programu rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji je mezi možnými oblastmi rozvoje nabídky cestovního ruchu uveden venkovský cestovní ruch a ekoagroturistika (vč. hipoturistiky). Středočeský kraj je dle Programu typický krátkodobějšími pobyty - příměstskou turistikou a venkovskou turistikou, často spojenou s víkendovými pobyty. „Venkovský turismus“ je uváděn mezi silnými stránkami kraje v rámci ČR. Dle Programu se venkovské turistiky ve Středočeském kraji týká jeden produkt z nabídky turistického regionu Český ráj, a sice jednodenní programy „Venkovská turistika a lidová architektura v Českém ráji“, kde jsou zahrnuty mimo jiné prohlídky exteriérů vesnických lidových staveb nebo návštěva vesnické památkové rezervace.

Syntetická část Programu zdůrazňuje významný potenciál venkovské turistiky a lidové architektury, který opírá o řídké osídlení, výraznou zemědělskou orientaci některých částí kraje, množství skanzenů, národopisných muzeí, vesnických památkových rezervací a vesnických památkových zón. Jako jednu z příležitostí jmenuje rostoucí poptávku po pobytech na venkově v klidném prostředí s kvalitními službami, po objevování místních specifik, po specializovaných produktech a produktových balíčcích aktivního trávení dovolené, mimo jiné formou venkovské turistiky, agroturistiky či hipoturistiky. Význam je přikládán rostoucí cílové skupiny seniorů, zájemců o aktivní pobyty a venkovskou turistiku, a dále možnosti alternativního využití zemědělských nemovitostí a pozemků pro rozvoj venkovské turistiky a agroturistiky. Program analyzuje nabídku ubytovacích kapacit na venkově a shledává ji podhodnocenou, v návaznosti označuje rozsah a kvalitu infrastruktury spolu s úrovní marketingu a kvalitou služeb za klíčové faktory dalšího vývoje cestovního ruchu. Jedním z cílů strategické části Programu je klást důraz na venkovský cestovní ruch (venkovská turistika - farmy s nabídkou hipoturistiky, agroturistiky, ekoagroturistiky). V rámci akčního plánu Programu jsou specifikovány následující produkty venkovského cestovního ruchu: Středočeský venkov – relaxujte poznáváním, Středočeský kraj – jedinečná nabídka relaxace na českém venkově a Středočeským venkovem pěšky, na kole, po vodě i na koni. Jsou zde uvedeny i konkrétní záměry rozvoje venkovského cestovního ruchu v kraji. Důležitou aktivitou je také rozvoj certifikovaných ubytovacích kapacit venkovského charakteru (farmy, venkovské penziony, ubytování v soukromí).

Jihočeský kraj

Jihočeský kraj má zpracovaný Program rozvoje Jihočeského kraje na období 2007-2013, jehož Osa č. 5 - Venkovský prostor - má za cíl podporu diverzifikace venkovské ekonomiky se současným využitím potenciálu a zachováním místních tradic a hodnot krajiny. Z hlediska členitosti území, přírodního i kulturně-historického bohatství lze podle Programu značný potenciál spatřit v odvětví cestovního ruchu, který je v oblasti Jižních Čech tradiční záležitostí. Odvětví cestovního ruchu je věnována rozsáhle rozpracovaná prioritní osa č. 6. Venkova se svým charakterem více dotýká operační cíl opatření 6.2 - podpora rozvoje venkovského cestovního ruchu – aktivity využití místních specifík a atraktivit při tvorbě nových produktů a inovaci stávajících produktů (především gastronomická turistika, rozvoj vodní turistiky apod.), rozvoj specifických služeb pro turisty (prodejniny místních produktů, návštěvy tradičních řemeslných dílen s možností zapojit se do některých fází výroby), vytváření platforem místní a regionální spolupráce poskytovatelů služeb v cestovním ruchu, podpora rozvoje agroturistiky a dalších šetrných forem cestovního ruchu. Dále lze zmínit operační cíle opatření 6.3 - využití místního potenciálu při ochraně a využívání kulturního a přírodního dědictví pro posílení pocitu sounáležitosti s regionem a rozvoj cestovního ruchu, udržení a rozvíjení místní a regionální tradice a podporu lidových a folklórních slavností.

Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji na roky 2009-2013 se problematice venkovského cestovního ruchu až na určité náznaky nevěnuje. Celá strategie je orientována výrazně marketingově, resp. poptávkově. Strategie vyzdvihuje jako silné stránky kraje geografickou polohu, přírodní bohatství (mimo jiné atraktivní venkovskou krajinu), kulturní dědictví (památky, lidová kultura a tradice), vhodné podmínky pro pěší turistiku, cykloturistiku a vodáctví a samotnou tradici cestovního ruchu. Mezi aktivitami v oblasti stimulace nabídky v rámci implementace vize Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji na roky 2009–2013 je pod prioritní osu 1: Podpora budování a zkvalitňování infrastruktury cestovního ruchu zařazena aktivita ochrana životního prostředí a zachování přírodních lokalit využitelných pro cestovní ruch, která se mimo jiné zaměřuje na podporu takových forem cestovního ruchu, které jsou šetrné k životnímu prostředí a mají pozitivní vliv na zachování unikátního rázu jihočeské krajiny (agroturistika, venkovský cestovní ruch, hippoturistika, cyklistika). Mezi propagačními materiály, vydávanými Jihočeskou centrálou cestovního ruchu, patří i tematická brožura „Venkovská turistika“, vydávaná v sedmi jazykových mutacích.

Plzeňský kraj

Program rozvoje Plzeňského kraje se věnuje obecně problémům venkovských oblastí, zmiňuje pokles významu obytné a růst významu rekreační funkce venkova. Venkovu je věnována značná pozornost prostřednictvím průřezového problémového okruhu s cílem dosáhnout trvale udržitelného rozvoje venkova. V rámci problémového okruhu 1. Ekonomika je definováno opatření 1.3 Rozvoj cestovního ruchu. Venkovský cestovní ruch je výslovně zmíněn v rámci opatření 4.3 Pracovní příležitosti na venkově, aktivita 4.3.5 Podpora venkovské turistiky/agroturistiky.

Plzeňský kraj využívá jako cestu pro podporu venkovského cestovního ruchu programového financování prostřednictvím Programu podpory rozvoje venkovského cestovního ruchu v Plzeňském kraji, který vyhláší posledními lety a v jehož rámci poskytuje dotace na realizaci projektů v oblasti venkovského cestovního ruchu (např. na rozvoj řemesel na venkově, regionální gastronomické speciality, podporu tvorby místních nebo regionálních tradičních výrobků, podporu orientačních systémů značení, rozvoj infrastruktury a zlepšení dostupnosti služeb cestovního ruchu, zlepšení infrastruktury pro sport a volný čas, zvýšení atraktivity stávajících turistických cílů, podpora tvorby propagačních materiálů).

V Programu rozvoje cestovního ruchu Plzeňského kraje je v rámci analýzy vývojových trendů ovlivňujících cestovní ruch podkapitola 3.5.4 věnována venkovské turistice a hippoturistice. Tato podkapitola vyzdvihuje význam venkovské turistiky zejména v ekonomicky vyspělých státech, její ekonomický a sociální přínos (diverzifikace zemědělství, dodatečný příjem, pracovní příležitosti, šetrnost vůči životnímu prostředí), dále poukazuje na dynamiku rozvoje hippoturistiky. Podpora venkovského cestovního ruchu nebo obnovy venkovských sídel a některé další přímo či nepřímo související aktivity jsou mezi opatřeními k dosažení cílů Programu, přičemž je zřejmé, že venkov je zde průřezovým tématem, stejně jako v případě Programu rozvoje Plzeňského kraje.

Karlovarský kraj

Program rozvoje Karlovarského kraje na období 2007 – 2013 mluví o cestovním ruchu jako o možném prostředku rozvoje venkova, přičemž zmiňuje rozporuplnost potenciálu venkovských oblastí Karlovarského kraje. Na jedné straně stojí vysoká atraktivita a hodnota venkovské krajiny z hlediska rozvoje cestovního ruchu, na druhé straně zaostalá či neexistující infrastruktura cestovního ruchu. Koncentrace kulturních památek v malé vzdálenosti od sebe je v konfrontaci s jejich převážně špatným technickým stavem. V oblasti cestovního ruchu dochází dle Programu k oslabování ekonomického potenciálu venkova. V kapitole věnované přímo cestovnímu ruchu a lázeňství figuruje mezi novými nosnými formami cestovního ruchu také venkovský cestovní ruch (agroturistika, jezdecká turistika, kempinkový cestovní ruch, poznání alternativního způsobu života v blízkém kontaktu s přírodou) a přírodně orientovaný cestovní ruch (ekoturistika spojená s návštěvou atraktivních přírodních území a s nabídkou ekologických informací). V rámci akčního plánu programu jsou zpracovány i projektové záměry orientované na venkovský cestovní ruch.

Program rozvoje cestovního ruchu a lázeňství v Karlovarském kraji na období 2007-2013 uvádí možnost vzniku nových pracovních míst v rámci cestovního ruchu i ve venkovských oblastech s horší vzdělanostní strukturou obyvatelstva, jelikož je to obor kvalifikačně nenáročný, narozdíl od lázeňství. Jako slabá stránka nabídky cestovního ruchu jsou zmiňovány výrazné vnitrokrajské rozdíly v úrovni vybavenosti a v návštěvnosti (malé zapojení venkovských oblastí do cestovního ruchu). Mezi rozhodující nabídku cestovního ruchu a lázeňství v Karlovarském kraji řadí Program také venkovský cestovní ruch, přičemž na prvních místech jsou pochopitelně zmiňovány lázeňství a zdravotní cestovní ruch.

Z pohledu širších strategických cílů rozvoje Karlovarského kraje je v souvislosti s podporou udržitelnosti venkova a konkurenceschopnosti regionální ekonomiky prostřednictvím cestovního ruchu jako cíl zmiňována i podpora malého a středního podnikání a budování základní i doprovodné infrastruktury v cestovním ruchu zvláště ve venkovských, horských a těžbou postižených územích kraje. Dále lze zmínit prioritní 3 opatření 3.1 Podpora vytváření krajských, mikroregionálních a místních produktů cestovního ruchu a lázeňství, které se zaměřuje např. na podporu venkovského cestovního ruchu a agroturistiky, pěší turistiky, cykloturistiky, vodní turistiky, budování turistických a naučných stezek, cyklotras a cyklostezek, koňských stezek nebo šetrných forem cestovního ruchu (ekoturistika).

Ústecký kraj

Dle Programu rozvoje Ústeckého kraje na období 2008 – 2013 se kraj vyznačuje přírodně velmi cennými územími, která mají potenciál pro rozvoj poznávací, pěší, zimní nebo venkovské turistiky či druhého bydlení. Značná část území je však narušena průmyslovou výrobou, což potenciál pro rozvoj tradičního cestovního ruchu snižuje a je tak žádoucí rozvíjet spíše neobvyklé, alternativní formy turistiky.

Strategie rozvoje venkovských oblastí Ústeckého kraje uvádí, že venkovské oblasti kraje disponují přírodním i kulturně-historickým potenciálem (ačkoli dosud téměř nevyužitým) pro rozvoj cestovního ruchu. Ve venkovských oblastech je např. agroturistika jako dodatečný zdroj příjmů zemědělců mimo tradiční činnost využívána pouze v omezeném rozsahu. Podporovány by dle Strategie měly být aktivity soukromých podnikatelských subjektů v cestovním ruchu a souvisejících službách, zejména co se týče agroturistiky, ekoturistiky a hippoturistiky.

Podle Strategie rozvoje cestovního ruchu Ústeckého kraje na roky 2010-2015 bude v různých regionech Ústecký kraj v rámci rozvoje nabídky cestovního ruchu prioritně podporovat rozvoj infrastruktury mimo jiné např. pro pěší a poznávací turistiku (ve vazbě na přírodní památky a lidovou architekturu), cykloturistiku, venkovskou turistiku (pobyt a relaxace na venkově vč. doplňkových služeb) nebo hippoturistiku. Jednotlivé cílové skupiny potenciálních návštěvníků jsou dle Strategie orientovány i na venkovskou turistiku.

Liberecký kraj

Strategie rozvoje Libereckého kraje na období 2006-2020 zmiňuje cykloturistiku nebo alternativní formy turistiky jako je např. venkovská turistika a agroturistika ve venkovských oblastech kraje jako v posledních letech velmi populární. Šetrné formy cestovního ruchu – venkovská turistika a agroturistika - mohou mít dle Strategie značné šance k rozvoji v oblastech, kde zatím turistická infrastruktura není příliš rozvinuta, i když je zřejmé, že podnikatelská rizika (konkurenceschopnost této nabídky) zde budou větší než v existujících atraktivních střediscích cestovního ruchu. V rámci rozvojového opatření A.6 - Rozvoj cestovního ruchu jako významného sektoru ekonomiky kraje - je navrhována podpora alternativních a specifických forem cestovního ruchu – ekoturistika, agroturistika, venkovská turistika, lázeňství, cykloturistika, hippoturistika.

Mezi východisky návrhové části Programu rozvoje cestovního ruchu Libereckého kraje jsou jako příležitosti pro rozvoj zmiňovány venkovské památkové zóny a důraz na jejich ochranu. V Programu je konstatován posun v transformaci obytné funkce populačně malých a vylidňujících se obcí na funkci obytně-rekreační a rekreační (venkovská turistika, agroturistika, chatáření a chalupaření). Dochází k rozvoji činností podporujících alternativní příjmy na venkově s využitím místních surovin a podmínek. Aktivita místní samosprávy a sdružení obcí (venkovské mikroregiony) v oblasti cestovního ruchu se zvyšuje. V zájmových a venkovských „turistických“ mikroregionech Libereckého kraje dle Programu fungují profesionální manažeři, čímž je po fázi strategického plánování lépe podchycena příprava návrhů turistických projektů a zejména zajištění jejich realizační fáze.

Venkovskému cestovnímu ruchu se v rámci Programu věnuje dílčí opatření 1.1.3 - Programy a produkty venkovské (šetrné) turistiky - které mají být zaměřené na venkovskou turistiku a ekoturistiku, agroturistiku a hippoturistiku, šetrnou turistiku v zvláště chráněných územích, relaxační pobyty v klidném venkovském prostředí, spojené s výlety do přírody, aktivní pobyt v přírodě, cesty za dobrodružstvím, kempování a další, a také na aktivní práci návštěvníků (řemeslné dílny, lidové tradice). Součástí popisu opatření 1.1.3 je také rozpracování profilu účastníka šetrné turistiky. V rámci udržitelného turismu se rozlišují čtyři tržní subsystémy – venkovská turistika a ekoturistika, cesty do divočiny (vysokohorská

turistika), cesty za dobrodružstvím (horolezectví, sjíždění řek a některé „nové“ sporty - sjezdy na horských kolech, paragliding, skialpinismus aj.) a kempování v přírodě (tramping, letní stanové tábory a krátkodobé pikniky).

Program navrhuje k usnadnění orientace klientů ve výběru vhodných zařízení zavedení systému certifikace zařízení poskytujících služby v oblasti venkovské turistiky a ekoturistiky. Udělování "zelené známky" environmentální kvality služeb by bylo ochranou před nepoctivou konkurencí a zárukou standardu poskytovaných služeb. Mezi cíli opatření Programu figuruje vytvoření turistických programů a produktů, které jsou spojeny s venkovskou a šetrnou turistikou, uchování historických a kulturních tradic venkova s podporou cílených produktů a programů, přiblížení krásy „zapomenutých“ venkovských území se všemi jejich atraktivitami návštěvníkům a přilákání většího počtu turistů do venkovského prostředí z nejvíce exponovaných míst regionu, prodloužení délky jejich pobytu v území.

V akčním plánu Programu rozvoje cestovního ruchu Libereckého kraje na období 2009-2010 je v rámci venkovské (šetrné) turistiky zmiňována propagace regionálních atraktivit a jedinečností, podpora místní produkce (místní typické produkty) a prodeje (např. exkurze do řemeslnických dílen, soutěže, ukázka řemesel...), aktivní práce návštěvníků (řemeslné dílny, lidové tradice), venkovská turistika a ekoturistika, agroturistika a hipoturistika, relaxační pobyty na venkově, spojené s výlety do přírody, aktivní pobyt v přírodě, cesty za dobrodružstvím, kempování a další.

Královéhradecký kraj

V Programu rozvoje Královéhradeckého kraje na období 2008-2010 je v rámci prioritní osy „Venkovský prostor“ definován specifický cíl B - Zvýšení konkurenceschopnosti zemědělství a péče o krajinu jako stabilizujícího prvku venkova, kde lze zmínit opatření B4 - Podpora alternativních aktivit zemědělských subjektů, kterými je myšlena i podpora rozvoje agroturistiky a ekoagroturistiky. Venkovského cestovního ruchu se přímo týká specifický cíl D - Zvýšení potenciálu venkovských oblastí pro cestovní ruch prostřednictvím propagace a marketingu regionálního rozvoje, podle kterého má území Královéhradeckého kraje z hlediska cestovního ruchu velký potenciál spočívající ve značném množství přírodních, kulturních a historických atraktivit. Opatření D1 - Společný marketing venkovských regionů pro rozvoj cestovního ruchu - definuje jako realizační nástroje rozvoj komplexních informačních služeb cestovního ruchu, společnou propagaci obcí a regionů a standardizaci služeb v cestovním ruchu. Opatření D2 - Tvorba regionálních produktů cestovního ruchu na venkově - uvádí jako příklady aktivit podporu regionálně vázaných kulturních akcí, tradic a tradičních řemesel, údržbu a podporu společenského využití venkovských památek a významných objektů s potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu a vytváření podmínek pro rozvoj specifické venkovské turistiky.

Program rozvoje cestovního ruchu Královéhradeckého kraje pro období 2007-2013 se nezabývá konkrétně venkovskými oblastmi, pouze je občas zmiňuje v rámci některých programů a podpor.

Pardubický kraj

Pardubický kraj zmiňuje v rámci Koncepce zemědělské politiky a rozvoje venkova snahu zaměřit se na agroturistiku, která je dle analytické části Koncepce v mezikrajském srovnání poměrně rozvinutá co se týče počtu provozovatelů, nikoli však co se týče lůžkové kapacity. V návrhové části Koncepce se hovoří o možnosti povzbuzení regionální ekonomiky podporou výrobků a služeb produkováných venkovskými podnikateli, poskytování možnosti rekreace a trávení volného času na venkově obyvatelům měst a využití přírodního a kulturního bohatství. Návrhová část Koncepce dále zmiňuje jako významnou zelenou turistiku, hledání

a rozvoj okrajových trhů využívajících venkovských produktů v oblasti zdraví a volného času, sport, cyklistiku, historii, přírodu nebo archeologii. Jako oblast vhodné podpory vidí Koncepce tvorbu multifunkční venkovské ekonomiky prostřednictvím podpory malých podniků na venkově, dále navrhuje např. obnovovat tradiční řemesla a výroby a hledat možnosti diverzifikace zemědělství.

Program rozvoje Pardubického kraje na období 2007-2013 pouze v souvislosti s venkovským prostorem zmiňuje, že k rozvoji venkovských oblastí může přispět zaměření některých aktivit na cestovní ruch, např. na agroturistiku).

Kraj Vysočina

Program rozvoje kraje Vysočina vidí jako významné pro rozvoj místních příležitostí i doplňkové využívání přírodních i kulturních zdrojů a tradic v řemeslné výrobě, komerční myslivosti, rybářství a rybníkářství, podporující rozvoj venkovské turistiky, kterou je třeba považovat za jeden z hlavních alternativních zdrojů příjmů zemědělského venkova. V programu je definováno Opatření 1.4.3 - Tvorba a marketing turistických produktů a programů, propagace regionu. V rámci tohoto opatření jsou podobně jako ve Strategii cestovního ruchu v kraji Vysočina na období 2008-2013 zmíněny programy prázdninových pobytů pro rodiny s dětmi, středně náročné aktivní dovolené a venkovského turismu. Kraj Vysočina má dle Programu nejčistší životní prostředí ze všech krajů ČR a má velké přírodní bohatství v zachovalé krajině a potenciálu pro šetrnou venkovskou turistiku.

Strategie cestovního ruchu v kraji Vysočina na období 2008-2013 spojuje budoucí rozvojové možnosti cestovního ruchu zejména s žádanými formami pobytové turistiky, mezi něž řadí prázdninové pobyty pro rodiny s dětmi, nabídku středně náročné aktivní dovolené a venkovskou turistiku. Strategie přiřazuje venkovské turistice a lidové architektuře v kraji významný potenciál, přičemž velkou příležitostí jsou rostoucí cílové skupiny seniorů a zájemců o venkovskou turistiku a agroturistiku. V podpoře venkovského cestovního ruchu vidí Strategie nástroj stabilizace venkovského prostoru a dbá proto na rozšíření nabídky venkovské turistiky, agroturistiky, hippoturistiky a ekoturistiky, vytvoření produktů postavených na využití regionální gastronomie, folkloru, místních typických řemesel nebo ochranu venkovské kultury prostřednictvím vesnických památkových rezervací.

Jihomoravský kraj

Návrhová část Strategie rozvoje Jihomoravského kraje pro období 2006-2016 obsahuje Prioritní okruh B prioritní osy IV - Venkovský prostor, jehož globálním cílem je rozvíjet venkovský prostor jako prosperující, atraktivní, kulturní a integrované území, podporované funkční infrastrukturou a dostupnou občanskou vybaveností harmonicky spjatou s venkovskou krajinou a využívající potenciál krajiny, přírodní a kulturní dědictví. V rámci okruhu jsou stanoveny dva specifické cíle. První z nich se zaměřuje na zvýšení atraktivity venkovských obcí pro bydlení i podnikání, čehož by mělo být dosaženo také správným pochopením a rozvíjením podmínek pro rozvoj cestovního ruchu. Druhý specifický cíl prioritního okruhu se zaměřuje na diverzifikaci podnikatelských aktivit ve venkovských oblastech. V rámci tohoto cíle jsou podporovány také rozvoj řemesel a místních specifík, venkovská turistika a navazující služby.

S rozvojem venkovského cestovního ruchu souvisí i Program rozvoje sítě cyklistických komunikací s minimálním kontaktem s motorovou dopravou v Jihomoravském kraji. Priorita II. - Rozvoj cykloturistiky v kraji - vyzdvihuje cykloturistiku jako prostředek udržitelného rozvoje cestovního ruchu a zvyšování kvality života. V příloze č. 3 je popisován vztah cyklistické dopravy k rozvoji venkova a k rekreačnímu potenciálu krajiny.

V analytické části Programu rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2007–2013 je venkovská turistika uvedena mezi ideálními formami a tahouny cestovního

ruchu v Jihomoravském kraji, přičemž je charakterizována nižšími až středními náklady i příjmy (příjmy však převyšují náklady a generují zisk) a vysokým potenciálem rozvoje. Návrhová část Programu rozeznává jako vhodné pro venkovský cestovní ruch všechny turistické oblasti turistického regionu Jižní Morava, s výjimkou Brna a okolí, přičemž významně příhodnější podmínky pro rozvoj venkovské turistiky panují v jižní části kraje, zejména na Slovácku díky Bílým Karpatům. Nic dalšího se výslovně venkovského cestovního ruchu netýká, ale je možné předpokládat určité paralely v případě některých dalších opatření, které se týkají infrastruktury pro turistiku zaměřenou na poznávání regionálních specifíků, pořádání festivalů, folklórních a dalších kulturních akcí, marketingu kulturních a folklórních akcí nebo nabídky produktu tematické poznávací turistiky.

Olomoucký kraj

Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje identifikuje rostoucí zájem o venkovský turismus a zdůrazňuje potřebu zlepšení zázemí a rozvoje nabídky cestovního ruchu v oblastech venkovského cestovního ruchu a ekoagroturismu. Hippoturistiku a agroturismus zmiňuje jako možné doprovodné programy. Příležitost vidí ve významně rostoucí cílové skupině seniorů a zájemců o aktivní pobyty a venkovskou turistiku a v možnosti alternativního využití přebytečné zemědělské půdy. V návrhové části Programu je zdůrazňován význam a potenciál venkovského cestovního ruchu, Olomoucký kraj je spatřován jako lokalita s jedinečnými podmínkami pro venkovskou turistiku, opírající se o tradice a folklór Hané, nabízející produkty venkovské turistiky a agroturistiky, typické pro rovinnaté zemědělské území a podhorské krajiny Jeseníků, založené na principu ekologického zemědělství a horského a podhorského pastevectví. Pro rozvoj venkovské turistiky a agroturistiky Program zdůrazňuje možnost trávení volného času venkovským způsobem života, na rodinné farmě, případně s návazností jezdeckví či chovu hospodářských zvířat, dále rozvoj nabídky ubytovacích a stravovacích kapacit včetně kempů, rozšíření nabídky kulturního vyžití nebo pořádání dětských pobytových táborů a ozdravných pobytů.

Zlínský kraj

Strategie rozvoje Zlínského kraje na období 2009-2020 pouze zmiňuje potenciál kraje pro venkovskou turistiku a agroturistiku. Jedním z cílů Strategie je zvýšení konkurenceschopnosti Zlínského kraje jako destinace cestovního ruchu, čehož má být mimo jiné dosaženo také podporou rozvoje služeb venkovské turistiky, včetně hippo-, agro- a ekoturistiky. To má podle Strategie následně napomoci zatraktivnění života a diversifikaci činností na venkově.

Strategie rozvoje venkova ve Zlínském kraji na období 2010-2015 se podobně omezuje na konstatování, že kraj má pro rozvoj venkovské turistiky potenciál. V rámci Specifikace priorit, aktivit a opatření zmiňuje Strategie aktivitu B.3.3 - Podpora projektů a tvorby produktů věnovaných specifickým formám cestovního ruchu (agroturistika, venkovská turistika, hippoturistika atd.).

Dle aktualizace Programu rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje na období 2006-2013 má území kraje zejména díky přírodním podmínkám, ale také díky tradici folklóru značný potenciál pro venkovskou turistiku a agroturistiku. Mezi slabými stránkami je uvedeno, že venkovská turistika se zaměřuje téměř výhradně na ubytovací služby (žádné programy, nedostatek doplňkových služeb), a dále, že média nemají o venkovskou turistiku a agroturistiku dostatečný zájem.

Moravskoslezský kraj

V rámci analýzy nabídky zmiňuje Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013 hippoturistiku a venkovskou turistiku, hodnotí současný stav a podmínky pro realizaci těchto forem cestovního ruchu a shledává je nedostatečnými, zejména co se týče existence, kvality a kapacity základní infrastruktury, zároveň však spatřuje potenciál pro jejich rozvoj v některých oblastech. Rozvoj hippoturistiky a venkovské turistiky je zmíněn téměř ve všech prioritních osách, avšak pouze okrajově.

Závěr

Ve zkoumaných koncepčních materiálech krajů není až na výjimky problematika venkovského cestovního ruchu a jeho dílčích forem příliš rozpracována. Většina dokumentů obsahuje poněkud prázdné glosy o přínosech venkovské turistiky pro diverzifikaci a stabilizaci venkovského hospodářství, hodnotí potenciál jejího rozvoje, přičemž převládajícím závěrem tohoto hodnocení je, že v kraji panují příznivé přírodní i kulturně-historické podmínky pro rozvoj venkovské turistiky nebo jejích forem a tohoto potenciálu je třeba využít. Dokumenty poměrně často zmiňují mezi cíli či opatřeními podporu agroturistiky, hippoturistiky, ekoturistiky, ekoagroturistiky nebo dalších aktivit úzce souvisejících s venkovským cestovním ruchem. Konkrétní náplň a popis realizace těchto opatření však vesměs chybí, není jasně popsáno ani navrhováno, jakým způsobem má být dosaženo cílů, jaké nástroje k tomu budou sloužit a kdo s nimi bude pracovat.

Výjimkou je např. Středočeský kraj, který uvádí konkrétní produkty venkovského cestovního ruchu. Mezi aktivity, které si zaslouží povšimnutí, patří vydávání tematické brožury „Venkovská turistika“ v sedmi jazykových mutacích Jihočeskou centrálou cestovního ruchu. Nadstandardní je také aktivita Plzeňského kraje, který v posledních letech vyhlašuje Program podpory rozvoje venkovského cestovního ruchu v Plzeňském kraji a v jehož rámci poskytuje dotace na realizaci širokého spektra projektů v oblasti venkovského cestovního ruchu. Karlovarský kraj zpracovává v rámci akčního plánu Programu rozvoje Karlovarského kraje na období 2007 – 2013 i projektové záměry orientované na venkovský cestovní ruch. Pravděpodobně nejkompaktněji a nejkvalitněji má problematiku venkovského cestovního ruchu včetně bližší specifikace aktivit v akčním plánu zpracovanou Liberecký kraj. Naopak nejméně pozornosti je venkovskému cestovnímu ruchu věnováno v případě Moravskoslezského kraje, málo rozpracované je toto téma i v případě kraje Pardubického, Královéhradeckého, Ústeckého, ale překvapivě také v případě kraje Jihomoravského, Olomouckého či Zlínského. Za povšimnutí stojí, že venkovskému cestovnímu ruchu věnují více pozornosti kraje, které se nachází v Čechách, oproti krajům Moravy a Slezska.

Koncepční dokumenty krajů jsou v souladu s národními dokumenty upravujícími rozvoj venkova a cestovního ruchu. Některé kraje svými dokumenty nedosahují kvality a širší rozpracovanosti tématu venkovského cestovního ruchu, ale zejména ani konkrétnosti národních dokumentů, což je paradoxní. Týká se to zejména krajů Moravy a Slezska, nicméně ani dokumenty Ústeckého, Královéhradeckého či Pardubického kraje nelze v otázce venkovského cestovního ruchu označit za propracované.

Literatura

- [1] CAKO, J. a kol. (1993): Charakteristika vidieckeho turizmu a predmet jeho činnosti. In: Kolektiv autorov. Vidiecký turizmus a agroturizmus na Slovensku. Bratislava, Réka. s. 57-59.
- [2] HALL, C.M., PAGE, S. J. (2006): *The Geography of Tourism and Recreation*. New York and London: Routledge, third edition.
- [3] KRIŠTOFČÁKOVÁ, M. (2005): Vidiecky cestovný ruch v Španielsku. In: Ekonomická revue cestovného ruchu, 4/2005, s. 240-242.
- [4] LANE, B. (1994): What is Rural Tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 2: 7-21.
- [5] MARSDEN, T., SONNINO, R. (2008): Rural development and the regional state: Denying multifunctional agriculture in the UK. In: *Journal of Rural Studies*, Vol. 24 (4): s. 422-431.
- [6] NĚMČANSKÝ, M. (1996): *Agroturistika*. Slezská univerzita Opava. 158s.
- [7] PAGE, S.J., CONNELL, J. (2006): *Tourism: A Modern Synthesis*. London, Thomson Learning, second edition.
- [8] STŘÍBRNÁ, M. (2005): *Venkovská turistika a agroturistika*. Praha, Profi Press. 65s.
- [9] TOWNER, J. (1996): *An Historical Geography of Recreation and Tourism in the Western World 1540-1940*. Chichester: Wiley.
- [10] VAN DER PLOEG, J.D., RENTING, H., BRUNORI, G., KNICKEL, K., MANNION, J., MARSDEN, T., DE ROEST, K., SEVILLA-GUZMÁN, E., VENTURA, F. (2000): Rural Development: from Practices and Policies towards Theory. In: *Sociologia Ruralis*, Vol. 40 (4). European Society for Rural Sociology. s. 391-408.
- [11] WALL, G., MATHIESON, A. (2006): *Tourism: Change, impacts and opportunities*. Dorchester, Dorset.
- [12] Program rozvoje venkova České republiky na období 2007-2013. Ministerstvo zemědělství ČR. Praha, 2007. 327 s.
- [13] Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007–2013. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Praha, 2007. 66 s.
- [14] Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji. Středočeský kraj, 2007.
- [15] Programu rozvoje územního obvodu Středočeského kraje pro období 2007-2013.
- [16] Program rozvoje Jihočeského kraje na období 2007-2013.
- [17] Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji na roky 2009-2013.
- [18] Aktualizace Programu rozvoje Plzeňského kraje, 2008.
- [19] Program rozvoje cestovního ruchu Plzeňského kraje, 2007.
- [20] Program rozvoje Karlovarského kraje 2007 – 2013.
- [21] Program rozvoje cestovního ruchu a lázeňství v Karlovarském kraji 2007-2013.
- [22] Program rozvoje Ústeckého kraje 2008 – 2013.
- [23] Strategie rozvoje venkovských oblastí Ústeckého kraje, 2003.
- [24] Strategie rozvoje cestovního ruchu Ústeckého kraje na roky 2010-2015.
- [25] Strategie rozvoje Libereckého kraje 2006-2020.
- [26] Program rozvoje cestovního ruchu Libereckého kraje, 2002.
- [27] Program rozvoje cestovního ruchu Libereckého kraje: akční plán 2009 – 2010.
- [28] Program rozvoje Královéhradeckého kraje 2008-2010.
- [29] Program rozvoje cestovního ruchu Královéhradeckého kraje pro období 2007-2013.
- [30] Koncepce zemědělské politiky a rozvoje venkova Pardubického kraje, 2003.
- [31] Program rozvoje Pardubického kraje, 2006.
- [32] Program rozvoje kraje Vysočina, 2007.

- [33] Strategie cestovního ruchu v kraji Vysočina na období 2008-2013.
- [34] Strategie rozvoje Jihomoravského kraje pro období 2006-2016.
- [35] Program rozvoje sítě cyklistických komunikací s minimálním kontaktem s motorovou dopravou v Jihomoravském kraji, 2007.
- [36] Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2007–2013.
- [37] Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje, 2003.
- [38] Strategie rozvoje Zlínského kraje na období 2009-2020.
- [39] Strategie rozvoje venkova ve Zlínském kraji 2010-2015.
- [40] Aktualizace programu rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje na období 2006-2013.
- [41] Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013.

Kontaktní údaje:

Ing. Ondřej Petr
Masarykova univerzita
Ekonomicko-správní fakulta
Lipová 41a, 602 00 Brno
E-mail: petr.on@email.cz

PODPORA CESTOVNÍ RUCHU V CHRÁNĚNÝCH ÚZEMÍCH *Support of tourism in protected areas*

Stanislav Rataj, Dana Fialová, Jiří Vágner

Abstrakt:

Článek se zabývá problematikou podpory cestovního ruchu v chráněných územích, na příkladu Národního parku Šumava. Cestovní ruch je jednou ze zásadních variant regionálního rozvoje vzhledem ke specifickým lokalizačním předpokladům i již existující turistické infrastruktuře. Jsou naznačeny dominantní formy a aktivity cestovního ruchu, které jsou vhodné pro zasazení do chráněného území a analyzovány konkrétní projekty podporující cestovní ruch z hlediska vybraných skupin aktérů působících v území. Součástí metodiky byl terénní průzkum i řízené rozhovory s představiteli státní správy a samosprávy.

Klíčová slova:

udržitelný cestovní ruch, regionální rozvoj, chráněná území, Národní park Šumava, podpora cestovního ruchu

Abstract:

The article deals with support of tourism in protected areas, with the Šumava National Park as a case study. Tourism represents one of the Essentials choices for regional development with respect to specific primary potential and already existing tourist infrastructure. Dominant forms and tourist activities are outlined which should be appropriate for protected areas and projects supporting tourism development from the point of selected groups of actors are analyzed in detail. Field surveys and structured interviews with state government and local self-government representatives were major methods.

Keywords:

sustainable tourism, regional development, protected areas, Šumava National Park, tourism support

Úvod

Cestovní ruch je významným celospolečenským fenoménem, který významně ovlivňuje ekonomiku regionů a je jedním z faktorů, na jehož základě mimo jiné posuzujeme životní úroveň obyvatel států (Galvasová a kol. 2008). V některých oblastech se stal dokonce určujícím hospodářským odvětvím, na kterém je závislá celá řada rezidentů. Profitují z něj především oblasti, jež mají velký přírodní či kulturní potenciál pro rozvoj turismu. Takovými regiony jsou mimo jiné i horské oblasti a velkoplošná chráněná území. Ochrana přírody však bývá často v rozporu s významnějším hospodářským využitím území, které může způsobit oslabení, narušení nebo dokonce i zničení přírodních ekosystémů a krajiny, která je v případě cestovního ruchu horských oblastí hlavním lokalizačním předpokladem pro jeho rozvoj (Galvasová a kol. 2008).

Cílem tohoto příspěvku je zhodnocení podpory cestovního ruchu v území s legislativně ustanovenou ochranou přírody na příkladu Národního parku Šumava.

Metodika a diskuze literatury

K základnímu obecnému uchopení tématu cestovního ruchu v chráněných územích byla použita vybraná literatura, která se věnuje především udržitelnému turismu, jež je pro rozvoj podobných území žádoucí. Využity byly odborné a populárně naučné články vztahující se k problematice turismu ve velkoplošných chráněných územích, včetně článků a propagačních materiálů pro návštěvníky a do jisté míry i strategických rozvojových koncepcí příslušných mikroregionů. Literatura, zabývající se turismem v chráněných územích, nejčastěji diskutuje udržitelné formy turismu, které představují svým vlivem nejmenší zátěž pro území. Jedním z cílů tohoto příspěvku je zjistit, jaké typy projektů jsou podporovány a zároveň opravdu realizovány. Celkové zázemí cestovního ruchu v území vytvářejí jednotliví aktéři, kteří jsou nositeli těchto projektů.

Terénní kvalitativní výzkum sloužil ke zjištění informací o řízení cestovního ruchu v zájmovém území na základě teoretických poznatků z prostudované literatury. Byly osloveni vybrané aktéři působící v území, tedy zástupce místní samosprávy, národního parku a rozvojové agentury, jejíž činnost mj. spočívá v marketingu cestovního ruchu a spolupráci s ostatními subjekty. Vedle zástupců většiny místních aktérů byl osloven zástupce odboru péče o národní parky na Ministerstvu životního prostředí (dále MZP).

První oslovenou skupinou byli zástupci samosprávy. Rozhovory se starosty obcí se uskutečnily ve třech termínech: 21. 2. 2011 v Borových Ladech a Modravě, 28. 2. 2011 v Horní Plané a Stožci a 21. 3. 2011 v Kašperských Horách. Postupně byly vedeny řízené rozhovory se starosty Borových Lad, Modravy, Horní Plané, Stožce a Kašperských Hor.

Rozhovor byl rozdělen do 5 částí. V úvodu byla zjišťována délka funkčního období starost(k)y, a jak dlouho žije v obci. Dále míra nezaměstnanosti v obci a jak význam pracovních příležitostí v cestovním ruchu. Podpora CR ze strany obcí prostřednictvím různých projektů byla tématem třetí části rozhovoru. Čtvrtá část byla věnována spolupráci obcí s jinými subjekty v podpoře cestovního ruchu na Šumavě. V závěru měl rozhovor osvětlit, jak starostové vnímají pozici Národního parku Šumava (dále NPŠ) z hlediska turismu a jeho podpory.

Druhou oslovenou skupinou vybraných aktérů působících v území byla Správa NP a CHKO Šumava se sídlem ve Vimperku. Rozhovor s představitelem Oddělení vztahů s veřejností a koordinátorem průvodců šumavskou přírodou z NPŠ se uskutečnil 21. 3. 2011. Cílem rozhovoru bylo zjistit, jakým způsobem se NPŠ snaží podporovat turismus, jeho formy a které případné projekty byly a jsou realizovány.

Třetím osloveným aktérem byla Regionální rozvojová agentura Šumava o. p. s. (dále RRA Šumava) se sídlem ve Stachách. Agentura zřízená Regionálním sdružením Šumava se snaží řídit celkový turistický management celého regionu. Informace byly získány z bohatých propagačních materiálů i na základě krátkého rozhovoru s projektovou manažerkou a referentkou cestovního ruchu.

Důležitým prvkem celé situace je pohled „zvenku“ nezatížený lokálními problémy. Proto byl osloven ředitel Odboru péče o národní parky v České republice V. Doležal. Odpovědi na předem připravené otázky byly po dohodě získány elektronicky. Na rozdíl od rozhovorů s představiteli působící přímo ve sledovaném území otázky směřovaly k fungování parku jako celku, významu turismu pro NPŠ, zonaci parku apod.

Dalšími aktéry v území jsou samozřejmě i další subjekty včetně místních obyvatel a podnikatelů, ovšem jejich názory nebyly prozatím zjišťovány.

Zde uvádíme jen stěžejní publikace a zdroje informací, které byly podkladem k vypracování předložené studie, detailní diskuze je k dispozici v práci S. Rataje (2011). V publikaci M. Páskové (2009) *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu* jsou podrobně studovány vlivy turismu na prostředí, ve kterém se realizuje, dále koncepce udržitelnosti

z hlediska únosné kapacity území a marketing a management udržitelného cestovního ruchu. Jsou popsány i příklady environmentálně příznivých typů turismu v chráněných územích.

Tématu cestovního ruchu v chráněných oblastech a formám udržitelného CR se věnuje monotematické vydání časopisu *Ochrana přírody – zvláštní číslo* 2010. Je zde představena problematika řízení a politiky turismu v chráněných oblastech, formy cestovního ruchu vhodné pro tato území, včetně příkladů z konkrétních území nejen v Česku.

Z pohledu udržitelnosti označují Coccossis, Nijkamp (1995) za hlavní aktéry působící v území rezidenty, návštěvníky, místní soukromé podniky, cestovní kanceláře, agentury a národní turistické organizace. Na rozdíl od publikace Galvasové a kol. (2008) *Průmysl cestovního ruchu* zde není zdůrazněn subjekt místní samosprávy, který hraje právě v českých podmínkách spolu se soukromým sektorem důležitou úlohu v řízení rozvoje cestovního ruchu v daném území. V britské publikaci je vhodně zobrazen princip udržitelnosti na jednotlivých odlišných příkladech turistických destinací.

Významným zdrojem informací k problematice regionálního rozvoje sledovaného regionu je studie *Lokální rozvoj na Šumavě* (Perlín, Bičík 2010). Studie je v podstatě analýzou socioekonomického vývoje Šumavy v letech 1991 – 2006 v prostředí vytvořeného národního parku. Pro účely práce byly použity zejména informace, které jsou spojeny s turismem a dotační politikou obcí. Podává pohled nejen z hlediska ochrany přírody, nýbrž i z hlediska obcí a jejich obyvatel.

Cestovní ruch a ochrana přírody

Pro zachování přírodně cenných lokalit byla v minulosti zakládána velkoplošně chráněná území s různým stupněm ochrany, která měla za cíl především úplné nebo částečné omezení aktivit lidské činnosti. Výsledkem byl pokus o vytvoření zakonzervovaného území, ve kterých na jednu stranu budou uchovány přírodně zajímavé a cenné lokality, zároveň však bude jakkoli znemožněna lidská činnost, která by mohla alespoň v základních obrysech vytvářet podmínky pro rozvoj takových typů cestovního ruchu, které budou vstřícné k životnímu prostředí.

Častým problémem je skutečnost, že výše popsané oblasti jsou v řadě případů z hospodářského hlediska periferním územím států, ve kterých je cestovní ruch jedním z mála podpůrných odvětví, které pozitivně ovlivňuje zaměstnanost (Ochrana přírody 2010). Výsledkem je poté spor mezi subjekty ochrany přírody a místní veřejností, který se týká především způsobu hospodaření v oblasti. Reakcí z obavy rozšíření neudržitelného turismu je snaha o vytvoření co nejpřísnějších forem ochrany přírody, které všechny vlivy masového i tzv. měkkého cestovního ruchu preventivně odstraní. Avšak lidé projevují stále větší zájem trávit volný čas v co nejméně dotčené přírodě. Výsledkem mohou být na jedné straně stále vyhrocenější konflikty mezi institutem ochrany přírody a subjekty jak cestovního ruchu, tak postupné sblížení obou zájmových skupin (Ochrana přírody – zvláštní číslo).

Důležitá je v tomto ohledu pozice cestovního ruchu a jeho schopnost obsáhnout co nejvíce zájmů zainteresovaných stran, tj. environmentální, ekonomické, sociokulturní a regionální (Pásková, Zelenka 2010). Tento jakýsi konsenzus, jehož „hnacím motorem“ je trvale udržitelný rozvoj území a tudíž i cestovního ruchu, je zřejmě jedním z hlavních řešení vzniklých sporů a problémů.

Pro rozvoj ochrany přírody a krajiny je důležitá zejména osvěta, podpora její infrastruktury a zejména pozitivní vnímání její existence širokou veřejností. Pro cestovní ruch je statut ochrany určitého území dobrou reklamou, která výrazně přitahuje návštěvníky a tím pádem podstatně šetří prostředky, které by jednotlivé subjekty musely vynaložit na její realizaci (Pásková 2009). Zdravá příroda a průmyslem nezasazená krajina, kterou velice dobře v očích veřejnosti reprezentuje statut zvláště chráněného území, např. národního parku či

chráněné krajinné oblasti, se stává jedním z nejatraktivnějších produktů, který výrazně zvyšuje poptávku (Ochrana přírody 2010).

Chráněná území, která měla původně v určitém prostoru především regulovat či úplně vylučovat jakoukoli činnost člověka, včetně aktivit cestovního ruchu, tak paradoxně postupně lákají stále více návštěvníků. Jak již však bylo zmíněno, budoucí vývoj v dotčených lokalitách spočívá především ve spolupráci všech zainteresovaných subjektů, který povede k udržitelnému rozvoji (Ochrana přírody 2010). Dobrým ilustrativním příkladem je v nedávné době ustanovený Národní park České Švýcarsko, kde iniciativa vzniku parku vzešla mimo jiné přímo ze strany místních obcí. Dalším příkladem velmi úspěšné spolupráce mezi správou chráněného území a místních obyvatel je CHKO Blaník. Hlavním faktorem udržitelnosti místních aktivit turismu je péče ochránců přírody o návštěvníky, například formou přípravy osvětových materiálů či koordinace průvodců apod. (Ochrana přírody 2010).

V marketingu cestovního ruchu hraje poměrně důležitou roli značka, tedy jakýsi identifikátor, kterým se daný subjekt, oblast, kraj apod. může reprezentovat na trhu a lákat tak své potenciální návštěvníky. V případě chráněných území je již vlastní značkou samotná destinace, která láká návštěvníky z důvodu statutu ochrany dané lokality. Dá se tedy předpokládat, že čím vyšší je stupeň chráněného území, tím vyšší potenciál pro cestovní ruch bude daná destinace mít (Pásková 2009). Tedy samotná destinace funguje v tomto případě jako značka.

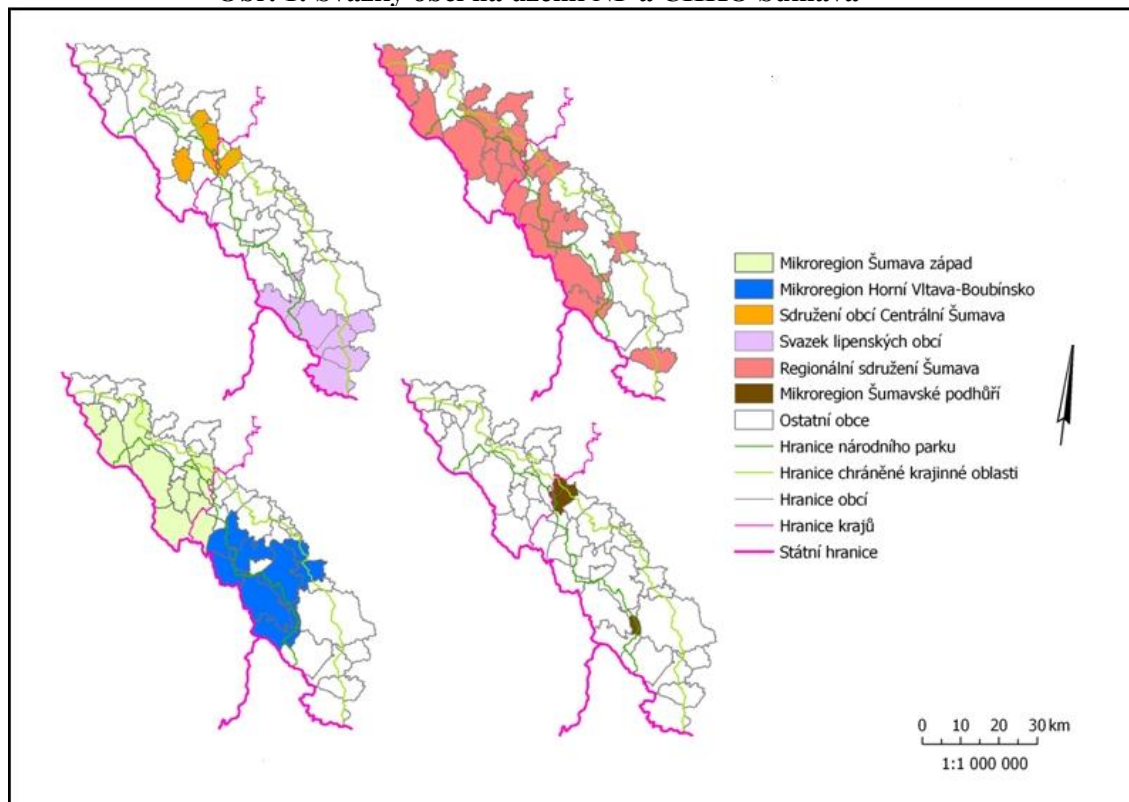
Pokud na danou problematiku nahlédneme z pozice teorie marketingu turismu, bude destinace chápána z pohledu návštěvníků ve 2 dimenzích – funkční a reprezentativní (Kovařík, 2010). Funkční dimenze tvoří v podstatě nabídku destinace, která je do jisté míry ovlivňována geografickými podmínkami. Reprezentativní dimenze je pak vlastní podobou či náplní destinace, kterou se odlišuje od ostatních. Reprezentativní podoba destinace je spíše věcí sociální prestiže. Z marketingového hlediska je velmi důležitá. Zatímco funkční dimenze tvoří základ nabídky cestovního ruchu, reprezentativní dimenze je nadstavbou, která by měla být z pozice marketingu zaměřena na určité cílové skupiny například podle věku, zájmu, vzdělání apod. a zároveň by měla podpořit a zefektivnit vynaložené prostředky na propagaci (Kovařík 2010).

Z uvedeného teoretického pohledu tedy vyplývá, že samotná destinace, která je ovlivněna různými geografickými podmínkami funguje do jisté míry jako dobrá marketingová značka, avšak z hlediska efektivity je nutné tyto „přirozené“ předpoklady nějakým způsobem naplnit tak, aby daná lokalita byla pro návštěvníky skutečně jedinečná a lákavá. Proto je nezbytné vytvářet různé formy podpory cestovního ruchu, které povedou k zlepšování a rozšiřování nabízených služeb. Tento přístup však musí opět zohlednit únosnost daného území k provozovaným aktivitám, neboť by tak snaha o naplnění reprezentativní dimenze negativně ovlivnila potenciál, který je představován dimenzí funkční. Jak již bylo řečeno, nastal by případ, ve kterém by se cestovní ruch lokality dostal do slepé uličky či také turistické pasti, kdy by svou činností vyčerpал podmínky pro svůj další rozvoj (Pásková, Zelenka 2002).

Organizace a podpora cestovního ruchu na Šumavě

Na lokální úrovni je regionální rozvoj řízen především prostřednictvím obcí a místních podnikatelů. Právě fyzická blízkost je výhodou při řešení jednotlivých činností v oblasti dlouhodobého plánování na rozdíl od státní a regionální úrovně, které plní funkce vedení a metodického plánování (Galvasová a kol. 2008).

Obr. 1: Svazky obcí na území NP a CHKO Šumava



Zdroj: Rataj 2011

Tab. 1: Ekoturistické aktivity na Šumavě

Ekoturismus a turistika	<i>pěší turistika</i>
	<i>cykloturistika</i>
	<i>běh na lyžích</i>
	<i>vodácká turistika</i>
	<i>hipoturistika</i>
	<i>další ekoturistické aktivity (např. pozorování fauny a flory, montanistika apod.)</i>

Zdroj: autoři

Spolupráce obcí s místními podnikateli je velmi výhodná symbióza, ze které velmi těží právě cestovní ruch. Obce vytvářejí zázemí a institucionální podporu, podnikatelé pak přinášejí finance. Toto spojení je velmi časté právě v prostoru šumavských obcí ať již přímo NP nebo CHKO.

Kromě této formy spolupráce mají obce možnost podle zákona č. 128/2000 Sb. sdružovat se ve svazky obcí. V rámci této kooperace obce častěji a snadněji vytvářejí strategické plány a územně-plánovací dokumentaci, v rámci kterých má cestovní ruch určitý význam. V rámci sledovaného území nejsou všechny obce z hlediska podmínek pro rozvoj cestovního ruchu homogenní.

Častými formami spolupráce obcí jsou mikoregiony. V oblasti Šumavy a NPŠ se nacházejí celkem tři: Mikroregion Šumava – západ, Mikroregion Horní Vltava – Boubínsko a Svazek lipenských obcí zasahující do území NPŠ jen zčásti. Regionální sdružení Šumava vzniklo v roce 1993 a podle počtu členských obcí je nejrozsáhlejší. Zahrnuje více 35 obcí na Šumavě a v Šumavském podhůří. Sdružení má reprezentovat obce, zároveň vytváří prostor pro výměnu informací regionu (Perlín, Bičík 2010). V rámci sdružení vznikla v roce 1996 Regionální rozvojová agentura Šumava, která se stala jedním z nejvýznamnějších aktérů rozvoje turismu v regionu. Stěžejní úlohu v rozvoji území samozřejmě hraje Správa Národního parku Šumava (obr. 1)

Formy turismu vhodné pro podporu na Šumavě byly vybrány dle typologie destinací cestovního ruchu v Česku (Pásková 2009). Oblast NPŠ podle tohoto dělení spadá do typu destinací horských a přírodně hodnotných oblastí. Tomu odpovídají i příslušné formy cestovního ruchu, které v zásadě vycházejí z ekoturismu (tab. 1).

Projekty podpory cestovního ruchu v Národním parku Šumava

Obce na území NPŠ mohou získat finance z poplatků z parkoviště, z ubytování, z ubytovacích kapacit a pobytových poplatků. V případě malých obcí zvyšují nedaňové příjmy výrazně rozpočty obcí (Stožec).

Pro získání prostředků na jednotlivé aktivity mohou konkrétní subjekty žádat o dotace z několika zdrojů. Vzhledem k příhraniční poloze regionu a existujícímu institutu ochrany přírody mají například obce více možností čerpání dotačních titulů než jiné obce ve vnitrozemí. Šumavské obce však řeší spoustu jiných problémů především s hospodářským využitím svého území vzhledem k ochraně přírody. Vedle běžných fondů využitelných v celé zemi (např. dotace z Programu obnovy venkova v letech 1994 – 2007) mohou subjekty hospodařící na Šumavě využít dotační programy spravované MŽP. Významné jsou dotace, které místní aktéři čerpají ze Státního fondu životního prostředí (Perlín, Bičík 2010). Z hlediska podpory projektů v oblasti turismu jsou významné dotace z fondů Evropské unie (dále EU) na přeshraniční spolupráci.

Tab. 2: Operační programy EU z přeshraniční spolupráce

Programovací období	Operační program		
Do roku 2004	Phare CBS		
2004 – 2006	INTERREG IIIA	spolupráce	Česko – Bavorsko Česko – Rakousko
2007 – 2013	Cíl 3 v cíli Evropské územní spolupráce	spolupráce	Česko – Bavorsko Česko – Rakousko

Zdroj: Rataj 2011

Tab. 3 dokládá, že podle získaných finančních prostředků a počtu projektů jsou nejvýznamnějším subjektem obce. Z hlediska počtu projektů vytvořených vybranými aktéry (viz graf č. 2) je Správa NPŠ stejně úspěšná jako fyzické a právnické osoby.

Tab 3: Finanční podpora podle příjemců v letech 1992 - 2007

Subjekt	Objem podpory (mil. Kč)	Počet projektů
Obce	456	36
Správa NPŠ	325	16
RRA Šumava	66	9
Fyzické a právnické osoby	10	16

Zdroj: Rataj 2011

Projekty dle jednotlivých aktérů

Mikroregion Šumava – západ (MŠZ)

Tierisch Wild

Tento projekt vzešel původně z iniciativy bavorských obcí, které našly na české straně partnera v Mikroregionu Šumava – západ (dále MŠZ). Projekt spočívá v jednotné prezentaci a propagaci přeshraničního regionu, pořádání akcí pro veřejnost apod. Každá zúčastněná obec je prezentována jedním charakteristickým živočichem, který představuje marketingový symbol. Celkem se projektu účastní 24 obcí, z toho 9 na české straně (Železná Ruda, Rejštejn, Kašperské Hory, Prášily, Srní, Modrava, Horská Kvilda, Kvilda a Borová Lada). Ve všech těchto obcích je vytvářena nabídka turistických cílů.

Projekt, který má celkem 3 fáze – přípravnou, marketingovou a fázi realizace konkrétních aktivit, by měl být ukončen 31. 12. 2011 (Mikroregion Šumava – západ, Tierisch Wild 2010).

Strategie rozvoje Mikroregionu Šumava – Západ

Tento rozsáhlý dokument byl pro mikroregion zpracován v roce 2006. Součástí strategie je i rozsáhlá kapitola věnující se postavení a možnostem rozvoje cestovního ruchu. Vedle rozvojových záměrů mikroregionu je provedena i kritika a zhodnocení. MŠZ získal pro tuto realizaci v rámci programu INTERREG III 1 392 000 Kč (Perlín, Bičík 2010).

Strategie je spíše dlouhodobou vizí, ve které by měl mít CR silné postavení. Z hlediska konkrétní realizace návrhů v podpoře CR jsou na rozdíl od této strategie významnější jiné dokumenty. Příkladem je Rozvojový koncept udržitelného CR, ze kterého vychází RRA Šumava

Mikroregion Šumava – západ a Horní Vltava – Boubínsko

Marketingová strategie a propagace Šumavy

Do projektu jsou zapojeny obce mikroregionů Šumava – západ a Horní Vltava – Boubínsko. Projekt má podporu jak obcí, tak institutu ochrany přírody. Financován je dominantně z Regionálního operačního programu Jihozápad (dále ROP Jihozápad).

Dotace ROP Jihozápad: 10 856 522 Kč

Spoluúčast mikroregionů: 1 622 240 Kč

Celková částka projektu: 12 478 762 Kč

Cílem tohoto projektu je zvýšení informovanosti o nabídce cestovního ruchu v regionu. Strategie je rozdělena do 4 dílčích cílů: instalace webových kamer, propagace regionu v médiích, instalace interaktivních informačních kiosků, zpracování dokumentu Marketingová strategie Šumavy.

Ve všech obcích zapojených do projektu by měly být instalovány interaktivní kiosky využívající moderních technologií jako internet či Bluetooth. Turista má celodenní možnost získávat informace o turistické infrastruktuře v obcích a jejich okolí. Vedle informací pro návštěvníky mohou místní občané z kiosků získat informace od místních úřadů, nabídky práce apod. V současné době se ve většině dotčených obcí chystá instalace těchto zařízení.

S propagací obcí souvisí i zřízení webových kamer, které budou snímat místní scenérie.

Důležitou součástí projektu je propagace Šumavy a zúčastněných obcí v médiích prostřednictvím krátkých filmů, DVD a televizních spotů v regionálních televizích. Cyklem těchto krátkých pořadů bude vedle redaktora provázet starosta prezentované obce. Jednotlivé premiérové díly by se měly vysílat jednou týdně. V současné době je zmíněná propagace realizována v regionálním vysílání Českého rozhlasu Plzeň a České Budějovice.

Velmi důležitým a také náročným cílem je zpracování smysluplného dokumentu, který bude zavazovat obce při přerozdělování prostředků na propagaci regionu (Marketingová strategie a propagace Šumavy 2009).

Projekt je realizován s ročním posunem od 1. 2. 2011 do 30. 6. 2012 (Tisková zpráva regionální rady Jihočeského a Plzeňského kraje 2010).

Svazek lipenských obcí (dále SLO)

Toto seskupení obcí je z hlediska podpory turismu neaktivnější v celém regionu Šumavy. Umožňují to zejména poněkud odlišné podmínky vyplývající z polohy oblastí a schopný management mikroregionu a starostů místních obcí. Do konce roku 2010 bylo navrženo, případně realizováno několik projektů, které byly všechny zaměřeny na podporu cestovního ruchu Lipenska. Mezi nejvýznamnější patří vybudování cyklostezky na pravém břehu Lipna, vytvoření bruslařských tratí na zamrzlém jezeře v zimním období a celková propagace sportovních a kulturních akcí v regionu.

Pravobřežní cyklostezka

Celková délka plánované komunikace by měla být se stožecou a lipenskou částí 49 km. Měla by dokončit síť stávajících cyklotras a cyklostezek na obou březích Lipna. Intenzivně by měly být využívány především cyklookruhy v horní a dolní části nádrže a nová stezka s nižším předpokládaným provozem, s ohledem na ochranu přírody na pravém břehu, bude sloužit k jejich propojení. Její okrajové partie by měly být využity též pro in-line bruslaře (Lipensko – cyklostezka pravý břeh 2009).

Bruslení na Lipně

K rozvoji zimní turistické sezony má přispět projekt podporující vznik a propagaci bruslařských drah v horní a dolní části Lipenské nádrže. Mikroregion získal od Jihočeského kraje v roce 2010 grant v rámci programu Rozvoj infrastruktury podporující zážitkovou turistiku ve výši 120 000 Kč. Realizace projektu proběhla v roce 2010 a již uplynulou zimní sezonu 2010/2011 bylo bruslení na okruzích provozováno. Vedle pořízení a distribuce propagačních materiálů a informačních cedulí byly pořízeny lavice pro přezouvání návštěvníků (Projekt „Bruslení na Lipně“ 2010). Oba okruhy – Lipenský a Hornoplánský měří 24 km.

Projekt „Na Lipensko po celý rok“

V rámci grantového programu Jihočeského kraje Produkty a služby v cestovním ruchu získal svazek na realizaci 90 000 Kč. Cílem projektu je vytvoření webové databáze sportovních a kulturních akcí, která bude k dispozici v prezentaci SLO a vytvoření kalendáře informující o jednotlivých akcích pro návštěvníky během roku a distribuce tištěné prezentace celého regionu Lipenska (Projekt „Na Lipensko po celý rok“ 2010).

Internetová prezentace Lipensko.cz

Projekt z roku 2004 měl za cíl vypracovat informační systém cestovního ruchu na Lipensku a jednotně prezentovat region. Konzultace o projektu probíhaly s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu, agenturou CzechTourism v regionu, Regionální rozvojovou agenturou Šumava a s místními podnikateli v cestovním ruchu (Internetová prezentace Lipensko.cz 2011).

Prezentace oblasti na příslušných webových stránkách je poměrně přehledná a snadno lze zjistit potřebné informace o možnostech využití volného času.

Strategie rozvoje Lipenska „Dovolená bez stresu“

Dokument vychází z předpokladu, že cestovní ruch je v oblasti významnou ekonomickou činností a hlavním činitelem místního rozvoje. Opírá se při tom o socioekonomické analýzy. Obce SLO přijaly strategii v roce 2004 a touto formou prezentují své cíle a priority v cestovním ruchu. Ve strategii jsou řešeny potenciály a limity Lipenska pro rozvoj turismu (Lipensko - dovolená bez stresu 2011)

Více informací o jednotlivých projektech je k dispozici na webové adrese: www.lipensko.cz.

Národní park Šumava

Informace o následujících projektech jsem získal většinou z informačních materiálů NPŠ a na základě řízeného rozhovoru s představitelem NPŠ v březnu 2011, který je zároveň koordinátorem průvodců na území parku. NPŠ je hlavním nositelem tzv. ekoturistických aktivit. V posledních letech jsou organizovány oblíbené produkty Průvodci divočinou či Splouvání Vltavy.

Průvodci divočinou

Velice oblíbeným projektem NPŠ se v posledních 2 sezonách stalo průvodcování v některých lokalitách I. zón parku. Projekt vzešel z poměrně silné turistické poptávky. Odborně vyškolení místní průvodci nechávají návštěvníky poznat nejcenější lokality parku. Průvodci jsou místní obyvatelé, kteří prošli kurzem pořádaným Správou NP a CHKO Šumava ve spolupráci s Akademií věd v Českých Budějovicích. V současné době provádí národní park prohlídky v 5 lokalitách: Modravské pláň, Trojmezna, Smrčina, Vltavský luh a Křemelná (Správa NP a CHKO Šumava – Průvodci divočinou 2010).

Splouvání Vltavy

Podobným produktem je v současné době i splouvání Teplé Vltavy od Soumarského Mostu k mostu u Pěkné nad přehradní nádrží Lipno. Vodáci mají možnost využít opět služeb odborného průvodce, který je svým výkladem seznámí s přírodovědně-kulturními reáliemi daného území. Nový návštěvní řád z března 2011 stanovuje, že se v období 1. 5. – 31. 5. bude moci v tomto úseku jen o sobotách a nedělích od 8 – 20 hodin při výšce hladiny od 50 do 61 cm splouvat max. 63 registrovaných plavidel denně. Nad 61 cm je počet plavidel neomezen. V období 1. 6. – 31. 10. může denně, po všechny dny v týdnu, splouvat při stavu vody 50 – 61 cm max. 63 registrovaných plavidel (Nový návštěvní řád Šumavy 2011).

Projekty „Přenocuj a jdi dál“ a „Zaparkuj a jdi dál“

Šetrná turistika je dále podporována dvěma podobnými projekty „Přenocuj a jdi dál“, jehož součástí je síť tzv. „nouzových nocovišť“ umožňující turistům bivakovat a stanovat ve stanovených lokalitách národního parku na páteřní turistické trase z Železné Rudy do Zadní Zvonkové poblíž státní hranice. V současné době existuje celkem podobných nocovišť 6: Hůrka u Prášil, Poledník, Modrava, Bučina u Kvildy, Strážný a Nové Údolí u Stožce (viz Příloha IV), (Správa NP a CHKO Šumava – nouzová nocoviště 2009). Skromně

vybavenou sítí nocovišť by bylo vhodné vzhledem k poptávce rozšířit i mimo tuto páteřní turistickou trasu (Fialová, Crhonková 2010). Podle vyjádření zástupce NPŠ ze dne 21. 3. 2011 však Správa NPŠ zatím neuvažuje o dalším rozšiřování.

„Zaparkuj a jdi dál“ je podobný projekt, díky kterému byl vytvořen systém 19 malých parkovacích ploch s informačními panely pro návštěvníky o daném území. Z těchto parkovišť je možné pokračovat do přírody pěšky, na kole, či využít dopravu „zelenými autobusy“, pokud je v místě zastávka (Správa NP a CHKO Šumava – Zaparkuj a jdi dál 2009).

Geocaching

Mezi majiteli GPS je oblíbený geocaching. Správa NPŠ jednak poskytuje prostory geocacherům na svém území, přičemž se i aktivně podílí na zakládání dalších schránek (Geocaching v NPŠ 2010).

Revitalizace zámku ve Vimperku

Cílem projektu je vedle rekonstrukce prostor interiéru zámku vytvořit centrum environmentálního vzdělávání a výzkumu. Zahrady a další pozemky by měly sloužit k relaxaci a odpočinku. (Správa NP a CHKO Šumava 2011 – revitalizace zámku ve Vimperku). Celý projekt by měl být ukončen v roce 2016 (Gaislerová 2010).

Cyklostezka Gerlova Hut' – Nová Hůrka – Prášíly – Srní

Tento významný projekt pro podporu turismu spolufinancuje NPŠ. Výstavba je rozdělena do několika etap. První úsek Gerlova Hut' – Nová Hůrka na Železnorudsku byl dokončen na podzim 2006. Způsob financování stavby je následující:

Dotace z Programu Interreg IIIA: 10 663 000 Kč

Státní rozpočet: 711 000 Kč

Správa NP a CHKO Šumava: 6 636 244 Kč

Cyklostezka vzniká přeložením stávající komunikace cyklotrasy č. 33. (Správa NP a CHKO Šumava – cyklostezka G. Hut'–Srní 2011)

Zelené autobusy

Doprava po území NPŠ je z hlediska podpory turismu velmi důležitá. Řízená hromadná doprava přispívá v chráněném území k omezení negativních vlivů automobilismu. Národní park byl úspěšným žadatelem o dotaci pro projekt zelených autobusů. V současné době, v letech 2009 – 2011, je spolufinancován z Evropského fondu pro regionální rozvoj (dále EFRR) v rámci spolupráce Cíl 3 Česko – Bavorsko). Z 15 % přispívá do projektu NPŠ a 85 % prostředků je vynaloženo z EFRR (Gaislerová 2010). Doprava po NPŠ je však realizována již od roku 1995. Současný projekt byl v roce 2009 (Gaislerová 2010) inovován tak, že byla prodloužena sezona od 1. 6. do 30. 9., zároveň se zlepšila návaznost na spoje v NP Bavorský les. Autobusy jsou vybaveny také přívěsy pro kola, slouží tedy také k přepravě cyklistů. Výhodným produktem je tzv. NP-Ticket, který umožňuje po dobu jednoho dne kombinovat spoje zelených linek a ušetřit tak finance. Více informací o produktu je na webových stránkách NPŠ www.npsumava.cz.

Dostupná Šumava

Pro osoby v důchodovém věku a pro handicapované osoby připravil NPŠ ve spolupráci s Českou autobusovou dopravou (dále ČSAD) Plzeň speciální produkt autobusových zájezdů s průvodcem. Nástupní místa jsou v Sušici a Vimperku. Trasa zájezdu vede přes Hartmanicko, Prášílsko, přes Srní do Modrav (Správa NP a CHKO Šumava – Dostupná Šumava 2011).

Regionální rozvojová agentura Šumava

Turistický destinační management Bavorský les – Šumava

V současné době se jedná o nejvýznamnější projekt pro podporu řady aktivit v cestovním ruchu a první svého druhu, který komplexně přispívá k rozvoji nejrůznějších aktivit, které jsou na Šumavě a v Bavorském lese s turismem spojeny. Jeho aktivity vychází z Rozvojového konceptu udržitelného cestovního ruchu na Šumavě z roku 2007. Projektové období trvá od září 2008 do srpna 2011, projekt zastřešuje vedle RRA Šumava německý partner Volkshochschule für den Landkreis Regen. Celkové náklady na projekt jsou 88 382 712 Kč, z toho česká část projektu představuje 16 883 112 Kč. Dotace z Evropského fondu pro regionální rozvoj Cíle 3 Česko – Bavorsko představuje pro českou stranu cca 90 % nákladů.

Aktivity a cíle české části projektu vychází z Rozvojového konceptu udržitelného cestovního ruchu na Šumavě z roku 2007 a jsou rozděleny do 6 částí:

- a) Rozvoj a zlepšení příhraničních nabídek v CR
- b) Zřizování a zkvalitňování přeshraniční infrastruktury pro CR
- c) Marketing a podpora přeshraničního uplatnění na trhu
- d) Podpora zvyšování kvality služeb – regionální certifikace
- e) Přeshraniční spolupráce v oblasti destinačního managementu
- f) Vzdělávání a zvyšování kvalifikace

Podrobný popis je k dispozici v prezentaci projektu na webových stránkách www.rra-sumava.cz

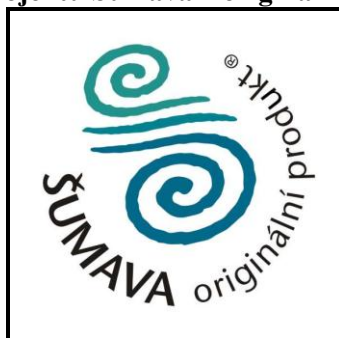
Některé významnější projekty či aktivity z hlediska výše uvedené skupiny cílů jsou uvedeny v následujícím ilustrativním přehledu.

Jedním z nejvýznamnějších produktů v rámci prvního cíle je „Bílá stopa“. Tento program vytváří a usměrňuje systém běžeckých tratí probíhajících nejen na území NPŠ. Trasy jsou navrženy s ohledem ekologické limity (Perlín, Bičík 2010). Většinu prostředků kryjí z 60 % veřejné rozpočty, 40 % nákladů je hrazeno z privátních zdrojů. V rámci druhého cíle se podařilo zřídit provoz call centra a informačních center ve Stachách, Plzni a Českých Budějovicích.

Nejvíce aktivit bylo realizováno v oblasti marketingu. V rámci marketingového plánu se podařilo vytvořit logo, grafiku a slogan projektu, kterým se obě partnerské společnosti prezentují. Destinace Šumavy a Bavorského lesa je také prezentována na veletrzích cestovního ruchu. Podstatnou částí marketingové propagace je vydávání tiskovin (mapy běžeckých tras, cyklomapy, turistické mapy, katalog přírodních a kulturních atraktivit přeshraničního regionu, katalog s přehledem možností využití času za nepřízně počasí, kalendář kulturních a společenských akcí apod.). RRA Šumava vydává dvakrát ročně noviny „Doma na Šumavě“ informující o různých společensko-kulturních akcích a událostech v oblasti. Region je též prezentován v mediích, byl vytvořen také elektronický zpravodaj informující o dění v oblasti.

V oblasti zvyšování kvality služeb je významnou aktivitou poskytování regionální certifikace značkou Šumava – originální produkt. Značku spravuje RRA Šumava a ocenění uděluje Certifikační komise složená ze zástupců aktérů rozvoje působících v území. Cílem je posílit vědomí o kvalitě a tradici výroby místních produktů. Označení Šumava originální produkt může získat místní produkt vyrobený na území destinační oblasti Šumavy, kterou se RRA Šumava snaží řídit, tj. území okresů Domažlice, Klatovy, Prachatice a Český Krumlov. Mezi produkty s touto značkou jsou zařazeny potravinářské či ručně zhotovené výrobky. Vedle produktů vlastních nelze opomenout i některé nemovitosti, ubytovací zařízení a služby (Katalog certifikovaných výrobků a služeb 2010). Známé logo certifikace, kterým se někteří podnikatelé prezentují, je na obr. č. 2.

Obr. 2: Logo projektu Šumava – originální produkt



Zdroj: Volary – Občanské sdružení U nás 2011

V oblasti spolupráce s německou stranou projektu jsou pořádány workshopy, fóry cestovního ruchu, probíhá spolupráce s německými informačními středisky, součástí je tvorba drobné statistiky a průzkumu trhu apod.

Z hlediska vzdělávání a zvyšování kvalifikace jsou pořádány semináře pro cílové skupiny v turismu jako pracovníky informačních center, podnikatele v ČR, či držitele značky Šumava – originální produkt (Turistický destinační management Bavorský les - Šumava 2011).

Podpora cestovního ruchu ve vybraných obcích

Na základě řízeného rozhovoru se starosty 5 obcí v únoru a březnu 2011, jejichž území spadá do NPŠ bylo jedním z cílů zjistit, které aktuální projekty či aktivity v cestovním ruchu dotyčné obce samy případně ve spolupráci s jinými subjekty vyvíjí či podporují. Vedle již uvedených projektů pro podporu turismu v rámci mikroregionů či jiných uskupení jsou v následujícím přehledu uvedeny další aktivity. Jde spíše o příklad, jak různě velké obce v rozdílných lokalitách jednoho regionu disponujícími odlišnými prostředky podporují turismus. Z příkladu se dá usoudit, jak je vůbec turismus pro obec důležitý (Rataj 2011).

Modrava

Modrava v tomto směru spolupracuje s obcemi v Mikroregionu Šumava – západ. Z prostředků programu INTERREG IIIA, které mikroregion získal, byly pořízeny webové kamery.

Obec byla zadavatelem stavby návštěvnického centra dřevařství, které bylo spolufinancováno programem SROP z Evropského fondu pro regionální rozvoj. Stavba probíhala v letech 2006 – 2007. Architektonicky zajímavá dřevostavba budovy centra nabízí nejrůznější interaktivní expozice, kde se mohou návštěvníci seznámit s technologiemi zpracování dřeva.

V obci z hlediska podpory turismu a ubytování pro návštěvníky význam především komerční sféra. Aktivity v rozvoji cestovního ruchu jsou stejně jako v okolních obcích výrazně ovlivněny institutem ochrany přírody, z pozice obcí někdy negativně. Sporným příkladem v oblasti turistické infrastruktury je snaha místních samosprávy oddělit infrastrukturu pro turisty od běžného provozu (cyklostezky, pěší stezky), problémem je také úprava cyklostezek a běžeckých tratí.

Borová Lada

Z prostředků Jihočeského kraje získala obec část financí na úpravu běžeckých tras. Podle starostky je problémem úpravy běžeckých tras především jejich financování. Na údržbě se podílí obvykle obec případně s krajem. Místní podnikatelé a další subjekty však nikoli. Vlastní financování zahrnuje pouze údržbu běžeckých stop. Další úpravy jako například údržbu vegetace kolem stop musí být odsouhlaseny zástupci NPŠ.

V roce 2009 byla uskutečněna obnova hřbitova v místní části Nový Svět. Akce byla podpořena z Dispozičního fondu Cíle 3 Programu Přeshraniční spolupráce Česko – Bavorsko 2007 – 2013. Na obnově se podstatně podíleli také němečtí rodáci.

Stožec

Obec společně městem Ulrichsberg v Rakousku a Sportovní klub (SK) Nová Pec nakoupily novou rolbu na úpravu běžeckých tras. Tato malá obec nacházející celá v NPŠ nevyvíjí příliš mnoho aktivit, je nutné však přihlídnout k její poloze.

Kašperské Hory

Vedle uvedených aktivit v rámci Mikroregionu Šumava – západ byly v okolí obce vytvořeny nové naučné stezky. Obr. č. 11 zobrazuje rozcestník místních naučných stezek na náměstí v Kašperských Horách. Místní soukromý lyžařský areál nemá na přímý rozvoj města příliš vliv, a to ani z hlediska zaměstnanosti v zimě. Pozitivní je jistě nepřímý vliv areálu z hlediska propagace lokality areálu a tedy města Kašperské Hory.

V roce 2011 se město chystá oslavit výročí milénia kašperskohorské větve Zlaté stezky. U příležitosti oslav se uspořádá především v letní sezoně řada kulturních a společenských akcí či odborných historických seminářů. K této příležitosti byla také městem vydána řada propagačních materiálů.

Město samo o sobě těží z poměrně příznivých lokalizačních předpokladů. Významnější projekty v oblasti turismu (např. plánovaná výstavba sportovních ploch na východním okraji města) jsou však limitovány ochranou přírody.

Horní Planá

Mnoho aktivit v podpoře turismu je uvedeno v rámci podkapitoly 7.2.3 o Svazku lipenských obcí, jehož je město součástí. Další projekty vychází z územní studie Šumava (viz Územní plánování – Jihočeský kraj). Plánuje se vybudování malé sjezdovky pro děti na Houbovém vrchu severně od města (zatím je zakotvena jen v územním plánu) nebo zvířecí park s rozhlednou na Dobré Vodě u Horní Plané.

Z Regionálního operačního programu získali 90 % prostředků na propagaci turismu. Město spolupracuje jako jedna z mála obcí v regionu i s místními podnikateli v oblasti turismu. Vzhledem k významu nedalekého sportovního areálu na Hochfichtu v Rakousku organizuje město s místními ubytovateli turistický produkt nazvaný „Spěte u nás a lyžujte v Rakousku“, který obsahuje ubytování a stravování v Horní Plané a týdenní skipass na Hochficht včetně dopravy.

Hartmanice

V roce 2006 získalo město Hartmanice o dotaci z Evropského fondu pro regionální rozvoj v rámci programu INTERREG IIIA. V rámci realizace projektu bylo vybráno několik vhodných tras na Klatovsku, které doplňují systém jihočeských hipostezek (Projekt Hipostezky v Pošumaví 2006). Trasa vede z Prášil přes Hartmanice, Velhartice, Podolí, Klatovy, Úborsko, Kdyně a Všeruby.

Současně byla vydána publikace s popisem území a mapou, dále bylo zbudováno 11 dřevěných stojanů s info tabulemi a mapou záchytných bodů (Malíková 2006).

Závěr

Ze získaných informací řízených rozhovorů se starosty těchto obcí a z dalších prezentací obcí je patrné, že význam turismu a tím pádem i jeho zákonitá podpora se odráží v konkrétní poloze dané obce a stávající turistické infrastruktury. Obce ležící většinou mimo vlastní území parku, např. Horní Planá či Kašperské Hory vyvíjejí více aktivit pro rozvoj tohoto odvětví než menší obce uvnitř NPŠ. Vedle různých omezení vyplývajících ze statutu ochrany přírody ovlivňuje další rozvoj i spolupráce obcí, která je poměrně proměnlivá. Pouze některé svazky obcí naplňují základní vize své existence. Většina z nich, které ve sledovaném území působí, jsou z nejrůznějších důvodů pasivní. Z místních svazků obcí je neaktivnější Svazek lipenských obcí, který svou činnost orientuje většinou na podporu turismu. Různými projekty se snaží mimo jiné dekoncentrovat většinu návštěvníků v oblasti Lipenska z přetížených turistických destinací, jakým je např. Lipno nad Vltavou. Právě dekoncentrace návštěvníků a provoz udržitelných forem CR je hlavním cílem řízení turismu v chráněných územích. Naopak některé malé obce v NPŠ jako Borová Lada či Stožec nemají v současné době rozvinutou turistickou infrastrukturu. Cestovní ruch nemá pro tyto obce příliš velký význam, tento fakt se odráží i v silném postavení dřevozpracujícího průmyslu. Obecně má lesnictví pro region velký význam a z hlediska zaměstnanosti je přes svou sezonní povahu nejdůležitějším odvětvím ve většině obcí v NPŠ a částečně také v CHKOŠ. Malé obce nevyvíjí proto příliš aktivit v podpoře CR ani z hlediska spolupráce s ostatními obcemi v mikroregionech. Výjimkou jsou uvnitř parku obce Modrava či Kvilda, které těží ze stávající infrastruktury.

Postavení CR je obecně poměrně silné, zejména v letní sezoně, avšak většinou není rozvinut na takové úrovni, jaký je jeho teoretický potenciál.

Národní park Šumava se do podpory CR zapojuje vytvářením „ekoturistických“ produktů jako např. průvodci divočinou či splouvání Teplé Vltavy s odborným výkladem. Správa parku se snaží návštěvníky usměrňovat a dekoncentrovat. Problémem však zůstává odlišné řízení CR ze strany NPŠ a ostatních aktérů. Samostatný management turismu na různé úrovni kvality vytváří svazky obcí, Správa NP a CHKO Šumava a důležitý aktér RRA Šumava.

Agentura RRA Šumava zajišťuje v současné době hlavní destinační management oblasti formou spolupráce s obcemi, fyzickými a právníckými osobami, NPŠ apod. Její činnost v oblasti CR spočívá zejména ve společné propagaci destinační oblasti Šumavy a Bavorského lesa, kde jsou partnery obce a podnikatelé i jednotlivé fyzické osoby. Společně koordinují vydávání např. propagačních materiálů, RRA Šumava zprostředkovává vzdělávání pracovníků TIC, zajišťuje certifikaci Šumava – originální produkt apod. Důležitá je též osvěta v otázce trvale udržitelného cestovního ruchu. Tento model managementu funguje dlouhodobě v Bavorsku. Na Šumavě se jedná o první projekt svého druhu, který za necelé 3 roky realizace vykazuje pozitivní výsledky. Problémem dále zůstává intenzivnější spolupráce mezi agenturou, obcemi, NPŠ a dalšími subjekty a nestabilní politické klima mezi představiteli obcí a Správy NPŠ. Přes personální a ideologické změny v NPŠ v letech 2010 – 2011 lze v otázce řízení cestovního ruchu pozorovat relativně velký posun a to nejen díky spolupráci některých obcí či podnikatelů s RRA, ale konečně i NPŠ. Impulzem se jistě stává i neutuchající zájem veřejnosti o tuto oblast.

Z hlediska forem CR je důležité podporovat zejména takové aktivity, které nebudou výrazně narušovat prostředí. V současnosti nejsou tyto tzv. ekoturistické produkty příliš rozšířeny, i když první z nich už fungují. Hlavním nositelem těchto produktů je NPŠ. Obce a ostatní subjekty zajišťují především marketing oblasti. Důležité je veřejnosti vhodnou formou zprostředkovat místní hodnoty, přírodní i sociální, které povedou nejen k relaxaci, ale také k osvětě a vzdělávání. Důležité je, aby na těchto aktivitách participovali místní obyvatelé. V dnešní době se začínají tyto cíle udržitelného turismu postupně naplňovat.

Je důležité, aby byl celý turistický region jednotně řízen a propagován. Podle studie Lokální rozvoj na Šumavě (Perlín, Bičík 2010) je důležité podporovat nejen ekologické funkce krajiny, nýbrž i mnohem rozvinutější trvale udržitelný cestovní ruch než tomu bylo v minulosti (Perlín, Bičík 2010). Řešením není ani „maximální uvolnění podnikání, ani vytlačení zbývajících bydlicích obyvatel k zajištění „zeleného“ koutu Evropy pro omezený počet turistů“ (Perlín, Bičík 2010, s. 180). Důležité je však vzdělávání, zvyšování kvalifikací a schopností místního obyvatelstva, které povedou k vytvoření výše zmíněných funkcí v území (Perlín, Bičík 2010).

Území Šumavy je specifickou oblastí, kde se mísí vzácné přírodní hodnoty s tradiční kulturní krajinou. Obě tyto sféry jsou vzájemně propojeny a pro jejich pokračující existenci v této oblasti, je musíme chránit. Nikoli formou preference jedné či druhé sféry, nýbrž konsenzuálním řízením oblasti, které povede k dlouhodobě udržitelnému životu na Šumavě.

Poděkování:

Autoři děkují GA ČR za finanční podporu grantu č.403/09/1491 „Význam rekreační funkce sídel a obcí na formování regionální identity a identity regionů ČR“, v jehož rámci byl tento příspěvek zpracován ve Výzkumném centru GeoVoČ (Výzkumné centrum geografie volného času), působícím na katedře sociální geografie a regionálního rozvoje PřF UK v Praze.

Literatura

- [1] COCCOSSIS, H., NIJKAMP, P. (1995): Sustainable Tourism Development. Ashgate, Aldershot, 198 s.
- [2] FIALOVÁ, D., CRHONKOVÁ, V. (2010): Nouzová nocoviště – inovace v národním parku. Dobrá praxe v udržitelnosti cestovního ruchu. Sborník 2. ročníku konference Dobrá praxe v udržitelnosti cestovního ruchu. FIM UHK, s. 5 – 13.
- [3] Cyklostezka Gerlova Hut'-Srní [online]. 2011 [cit. 2011-4-4]. Dostupné z WWW: <http://www.npsumava.cz/cz/1051/1059/clanek/>
- [4] Dostupná Šumava [online]. 2011 [cit. 2011-4-4]. Dostupné z WWW: <http://www.npsumava.cz/cz/1201/sekce/dostupna-sumava/>
- [5] GAISLEROVÁ, E. (2010): Rozvoj cestovního ruchu v Národním parku Šumava, diplomová práce, Ekonomická fakulta, Jihočeská univerzita, České Budějovice, 124 s.
- [6] GALVASOVÁ, I. a kol. (2008): Průmysl cestovního ruchu. Praha, MMR ČR, 262 s.
- [7] Geocaching v NPŠ [online]. 2010 [cit. 2011-4-4]. Dostupné z WWW: <http://www.npsumava.cz/cz/1610/sekce/geocaching-v-narodnim-parku/>
- [8] KOVAŘÍK, P. (2009): Destinace jako značka. COT bussines, č. 4, s. 57
- [9] Lipensko – cyklostezka pravý břeh [online]. 2009 [cit. 2011-4-4]. Dostupné z WWW: http://www.lipensko.cz/files/cyklo_resized.pdf
- [10] Lipensko - dovolená bez stresu [online]. 2011 [cit. 2011-4-4]. Dostupné z WWW: <http://www.lipensko.cz/cz/page/archiv-projektu/lipensko-dovolena-bez-stresu>
- [11] MALÍKOVÁ, J. (2006): Agroturistika na Šumavě. Diplomová práce, KSGRR PřF UK, Praha, 127 s.
- [12] Marketingová strategie a propagace Šumavy [online]. 2009 [cit. 2011-4-3]. Dostupné z WWW: <http://www.sumavanet.cz/mszapad/user/2009/Popis%20projektu.pdf>
- [13] Nový návštěvní řád Šumavy [online]. 2011 [cit. 2011-3-7]. Dostupné z WWW: http://budejovice.idnes.cz/novy-navstevni-rad-sumavy-pusti-na-teplou-vltavu-vyrazne-mene-vodaku-1e5-/budejovice-zpravy.asp?c=A110307_164942_budejovice-zpravy_alt
- [14] Ochrana přírody (2010), r.66, zvláštní číslo

- [15] PÁSKOVÁ, M. (2009): Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu. Gaudeamus, Hradec Králové, 298 s.
- [16] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. (2002): Výkladový slovník cestovního ruchu. MMR ČR, Praha, 448 s.
- [17] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. (2010): Udržitelnost cestovního ruchu a ochrana přírody a krajiny v České republice. Ochrana přírody, 66, zvláštní číslo, s. 19-22.
- [18] PERLÍN R., BIČÍK, I. (2010): Lokální rozvoj na Šumavě. Správa NP a CHKO Šumava, Vimperk, 187 s.
- [19] Projekt „Bruslení na Lipně“ [online]. 2010 [cit. 2011-4-4]. Dostupné z WWW: <http://www.lipensko.cz/cz/novinky/projekt-brusleni-na-lipne-prispeje-k-rozvoji-zimni-turisticke-sezony-na-lipensku>
- [20] Projekt „Na Lipensko po celý rok“ [online]. 2010 [cit. 2011-4-4]. Dostupné z WWW: <http://www.lipensko.cz/cz/novinky/jihocesky-kraj-podporil-projekt-na-lipensko-po-cely-rok->
- [21] Průvodci divočinou 2010 [online]. 2010 [cit. 2011-4-4]. Dostupné z WWW: <http://www.npsumava.cz/cz/1081/sekce/pruvodci-divocinou-2010/>
- [22] RATAJ, S. (2011): Podpora cestovního ruchu v chráněných územích na příkladu Národního parku Šumava. Bakalářská práce, KSGRR PřF UK v Praze, 92 s.
- [23] Tisková zpráva regionální rady Jihočeského a Plzeňského kraje[online]. 2010 [cit. 2011-4-3]. Dostupné z WWW: <http://www.sumavanet.cz/mszapad/user/2010/vrr2010.pdf>
- [24] Turistický destinační management - informace o projektu [online]. 2011 [cit. 2011-4-5]. Dostupné z WWW: http://www.rrasumava.cz/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=77&Itemid=99
- [25] Volary – Občanské sdružení O nás [online]. 2011 [cit. 2011-4-11]. Dostupné z WWW: <http://volary.vesele.info/o-sumave/sumava-originalni-produkt-2.html>
- [26] Zákon č. 128/2000 Sb o obcích (obecní zřízení) [cit. 2011-7-14] Dostupné z WWW: http://portal.gov.cz/wps/portal/_s.155/701?kam=zakon&c=128/2000
- [27] Zaparkuj a jdi dál [online]. 2009 [cit. 2011-4-4]. Dostupné z WWW: <http://www.npsumava.cz/cz/1546/sekce/zaparkuj-a-jdi-dal/>

Kontaktní údaje:

Stanislav Rataj
Univerzita Karlova v Praze
Přírodovědecká fakulta
Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje
Albertov 6
128 43 Praha 2
E-mail: stanislav.rataj@seznam.cz

RNDr. Dana Fialová Ph.D.
Univerzita Karlova v Praze
Přírodovědecká fakulta
Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje
Albertov 6
128 43 Praha 2
E-mail: danafi@natur.cuni.cz

RNDr. Jiří Vágner Ph.D.
Univerzita Karlova v Praze
Přírodovědecká fakulta
Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje
Albertov 6
128 43 Praha 2
E-mail: yagner@natur.cuni.cz

REGIONÁLNÍ POLITIKA CESTOVNÍHO RUCHU ČR – CASE STUDY JIHOMORAVSKÝ KRAJ

Rural tourism policy in the Czech Republic – case study of South Moravian Region

Ondřej Repík

Abstrakt

Príspevek je venovaný nastavení politiky cestovního ruchu ve vybraném regionu ČR. Na příkladu Jihomoravského kraje je zkoumána koncepčnost této politiky, podoba reálně vykonávaných aktivit a také jejich celková efektivnost. V první části je provedena vstupní analýza návštěvnosti a analýza poptávky v příjezdovém cestovním ruchu Jihomoravského kraje. Obsah strategických dokumentů, struktura cílů, nositelů a použitých nástrojů je popisována v druhé části příspěvku. Následuje rozbor reálně vykonávané agendy jednotlivých nositelů a hodnocení efektivnosti jejich činností. Závěrečná část obsahuje souhrn problémových oblastí politiky cestovního ruchu v Jihomoravském kraji a návrhy na jejich řešení do budoucna.

Klíčová slova

cestovní ruch, regionální politika cestovního ruchu, veřejná podpora, efektivnost, hodnocení, Jihomoravský kraj

Abstract:

The article is devoted to adjustment of tourism public policy in chosen region of Czech republic. The strategy of such policy, form of the real activities and their overall effectiveness is studied on example of South Moravian Region. The first part deals with initial attendance analysis and demand analysis in incoming tourism of South Moravian Region. The content of strategic documents, structure of objectives, executors and tools is described in the second part of this article. Following text investigates functioning of individual executors and assessment of their efficiency. The last part contains summary of problematic areas in tourism public policy of South Moravian Region and suggestions how to solve them in future.

Keywords:

tourism, regional tourism policy, public subsidy, effectiveness, assessment, South Moravian Region

Úvod

Jihomoravský kraj (turistický region Jižní Morava)³ je pro domácí i zahraniční návštěvníky tradiční a oblíbenou destinací především během letních měsíců. Obrovský potenciál přírodního i kulturně-historického bohatství, poměrně kvalitní služby a neustále se rozšiřující doprovodná infrastruktura poskytují regionu ty nejlepší předpoklady také do budoucna. Politické vedení regionu má proto již od doby vzniku krajských samospráv obrovský zájem na dalším rozvoji cestovního ruchu. Argumentováno je jeho ekonomickými a mimoekonomickými efekty napříč celým regionem. Cestovní ruch se tak dostává mezi

³ Vymezení turistického regionu Jižní Morava je od ledna 2010 totožné s hranicemi Jihomoravského kraje. Agentura CzechTourism dříve vymezovala Jižní Moravu včetně okresu Uherské Hradiště, který ovšem spadá do Zlínského kraje. Důvodem bylo spojení celého kulturně-historického území s názvem Slovácko.

několik málo prioritních oblastí, které se objevují ve většině strategických dokumentů na regionální i místní úrovni. Ve stejnou dobu je budována síť organizací a institucí, jejichž prostřednictvím veřejný sektor do oblasti cestovního ruchu intervnuje a podporuje ho. V naprosté většině případů jsou k tomu využívány finanční nástroje, kterými jsou vedle krajských a obecních rozpočtů také strukturální fondy EU. Objem evropských prostředků směřujících na podporu cestovního ruchu, ať už přímou nebo nepřímou cestou, se tak stává nejvýznamnějším nástrojem v celé historii České republiky.

Z výše uvedeného je zřejmé, že se krajské i obecní samosprávy delegovaly do role velmi silných koordinátorů cestovního ruchu na regionální úrovni. Volbou rozvojových priorit a jejich naplňováním zásadním způsobem určují „běh dějin“ v této oblasti. Nasnadě je proto zabývat se otázkami, jak konkrétně taková regionální politika cestovního ruchu (dále také PCR) vypadá, jaké nástroje využívá, jakou strukturu nositelů formuje a hlavně do jaké míry je efektivní a v zásadě také žádoucí. Zmíněná problematika je totiž v posledních letech předmětem mnoha diskusí a celý systém je podrobován poměrně silné kritice z řad podnikatelské i akademické sféry. Následující text se pokusí alespoň na některé z těchto otázek odpovědět a představí nejčastěji přetřásané kritické body současného systému.

Postavení cestovního ruchu v Jihomoravském kraji

Význam cestovního ruchu pro dnešní ekonomiky je nevyvratitelný a byl již popsán v mnoha odborných publikacích. Jeho síla a význam je skryt především v jeho průřezovosti s řadou multiplikačních efektů, které ovlivňují více či méně téměř všechna ekonomická odvětví. Tento fakt potvrdila především poslední hospodářská krize, kdy došlo k výraznému útlumu cestovního ruchu v celosvětovém měřítku, který se následně přenesl do dalších odvětví. Jihomoravský kraj (dále „JMK“) a vlastně také všechny další regiony České republiky byly svědky poměrně velkého poklesu návštěvnosti, počtu přenocování a výrazných změn ve spotřebitelské poptávce. Výsledkem je nejen všeobecný chaos, strach a nejistota v jeho budoucí vývoj, ale také zesilující intervence veřejného sektoru, který se snaží vliv krize eliminovat nebo alespoň zmírnit.

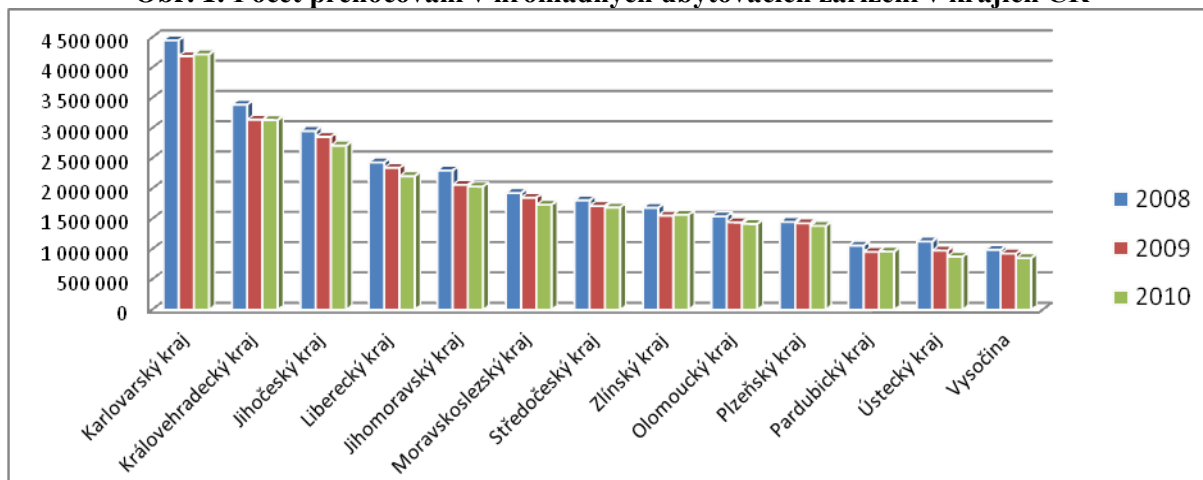
Analýza poptávky cestovního ruchu v Jihomoravském kraji

Analýza poptávky se opírá o statistiky ČSÚ a o průzkumy návštěvnosti realizované agenturou CzechTourism. S těmito daty běžně operují všichni nositelé regionální politiky a především na jejich základě operativně rozhodují a formují dlouhodobé strategie. Z dostupných informací je zřejmé, že je Jihomoravský kraj jedním z nejnavštěvovanějších regionů České republiky. V návštěvnosti je před ním pouze Hlavní město Praha, přičemž z hlediska rezidentů je krajem dlouhodobě nejnavštěvovanějším. Zahraniční návštěvníci naproti tomu upřednostňují vedle Hl. m. Prahy také Karlovarský kraj. Výrazné poklesy lze u všech sledovaných ukazatelů zaznamenat hlavně mezi roky 2008/2009, kdy byl cestovní ruch zasažen hospodářskou krizí (nejvýrazněji u zahraničních návštěvníků JMK – meziroční pokles o 22,9 %).

Návštěvnost jednotlivých regionů ovšem mnohem lépe a reálněji popisuje ukazatel počtu přenocování. Při užití tohoto měřítka se JMK s více než 2 mil. přenocování dlouhodobě pohybuje na šesté pozici. Výraznou ztrátu zde nabírá na Karlovarský kraj a samozřejmě také Hl. m. Prahu. Praha samotná je výjimečný fenomén, který se vymyká ve všech ohledech, a proto není do vybraných analýz zahrnuta. Počet přenocování se následně promítá i do průměrné délky pobytu. Tento průměr se pohybuje na hranici 2 nocí a je tak nejnižší ze všech krajů ČR. Nízké počty přenocování souvisí s charakterem nabídky jižní Moravy v cestovním ruchu a také s tím, jakým způsobem o něm nositelé na trhu informují a nabízí ho potenciálním

návštěvníkům. Tyto statistiky se dlouhodobě snaží nositelé PCR změnit, zatím ovšem bez větších úspěchů.

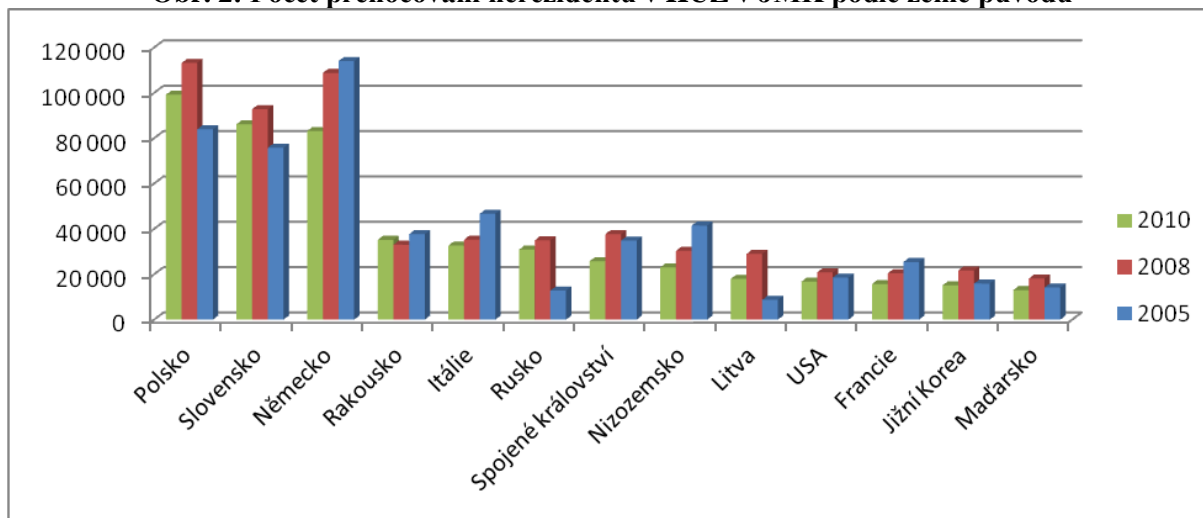
Obr. 1: Počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v krajích ČR



Zdroj: vlastní zpracování, statistiky ČSÚ jako zdroj dat (2011)

Přibližně 2/3 hostů tvoří na jižní Moravě domácí návštěvníci. Strukturu zahraničních hostů ukazuje graf níže. Převládají Poláci, Němci a Slováci, s odstupem pak Rakušané, Rusové, Italové, Angličané nebo Nizozemci. Delší dobu zde přitom pobývají návštěvníci ze vzdálenějších zemí. Výjimku tvoří snad jen Jihokorejci, kteří se během svého pobytu v Evropě snaží navštívit co možná nejvíce zemí. Na jižní Moravě samotné se tak zdrží jen velmi krátce. Ze stejného důvodu nejsou některé státy ve zmíněných statistikách zachyceny vůbec (zdrží se jen několik málo hodin a nenocují zde). Typickým příkladem jsou návštěvníci z Ruska, jejichž počet je výrazně vyšší, než prezentují údaje o počtu hostů v HUZ. Dostupné statistiky návštěvnosti vybraných kulturně-historických atraktivit totiž ukazují, že Rusové jsou jednou z nejčastějších státních příslušností a např. mezi zahraničními návštěvníky jeskyní Moravského krasu jsou Rusové dokonce na prvním místě. Typická je pak také situace, kdy ruské cestovní kanceláře prodávají zájezdy do ČR s příletem nedaleko Prahy, čímž jsou myšleny brněnské Tuřany. Před letištěm je pak čeká přímý autobus do Prahy a Karlových Varů.

Obr. 2: Počet přenocování nerezidentů v HUZ v JMK podle země původu



Zdroj: vlastní zpracování, statistiky ČSÚ jako zdroj dat (2011)

Dle průzkumů agentury CzechTourism je drtivá většina návštěvníků jednodenních (54 %) nebo zde stráví tři až sedm nocí (25 %). Nejčastěji sem přijíždějí autem (76 %) ze vzdálenosti nad 100km (46 %). Většina z nich přijíždí s partnerem nebo s přáteli a přijíždějí za poznáním a odpočinkem. Největšími lákadly je tedy pro ně poznávací turistika, dále pěší turistika, vodní sporty, cykloturistika, zábava nebo návštěvy kulturních akcí.

Analýza nabídky cestovního ruchu v Jihomoravském kraji

Jihomoravský kraj má značné přírodní předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Ty vyplývají z pestrosti krajinných typů na rozhraní dvou základních evropských geomorfologických soustav, ze specifické a územně proměnlivé historie osídlení kraje, z množství historických událostí a osobností, které v území zanechaly stopy i z bohatství místní kultury a folklóru. Specifickou výhodou je dobrá dopravní poloha a dostupnost atraktivních míst v kraji z nadregionálních dopravních tras (PRK JMK, 2010).

Na území kraje se nachází 20 národních kulturních památek, z nichž dvě jsou zapsané na seznam Světového kulturního dědictví UNESCO. Lednicko-valtický areál je komplexem dvou zámků a dalších unikátních menších staveb zasazených do komponované krajiny. Brněnská vila Tugendhat je naopak celosvětově unikátním dílem ve funkcionalistickém stylu. Jihomoravský kraj má na svém území také velké množství turisticky atraktivních historických měst, jejichž centra jsou památkově chráněna.

Krajina Jihomoravského kraje je na několika místech velkoplošně chráněna. Právě tato území patří k hlavním přírodním atraktivitám kraje. Nejvyšší stupeň ochrany má plošně nepříliš rozsáhlý národní park Podyjí na jihozápadě kraje, který pokračuje jako národní park také na rakouském území. Dalšími velkoplošnými chráněnými územími jsou tři chráněné krajinné oblasti (CHKO). Především Moravský kras s propastí Macocha je pak obrovským lákadlem pro celou řadu návštěvníků. Velkoplošná chráněná území Jihomoravského kraje doplňuje několik chráněných území maloplošných: 17 národních přírodních rezervací, 13 národních přírodních památek, 94 přírodních rezervací, 153 přírodních památek, 20 přírodních parků, 8 ptačích oblastí a 176 evropsky významných lokalit NATURA 2000.

Jihomoravský kraj patří k oblastem s relativně rozvinutou infrastrukturou pro cykloturistiku. Potenciál pro rozvoj cykloturistiky spočívá přirozeně v rovinném reliéfu zejména v jižní části kraje. Specifickou atraktivitou a současně formou cestovního ruchu je na jižní Moravě vinařství a vinařská turistika. Úzkou spojitost s vinařstvím má také zdejší gastronomie a etnografické bohatství. Právě tyto tři prvky společně vytvářejí unikátní obraz jižní Moravy v očích domácích i zahraničních návštěvníků a jsou pro ně celoročním lákadlem.

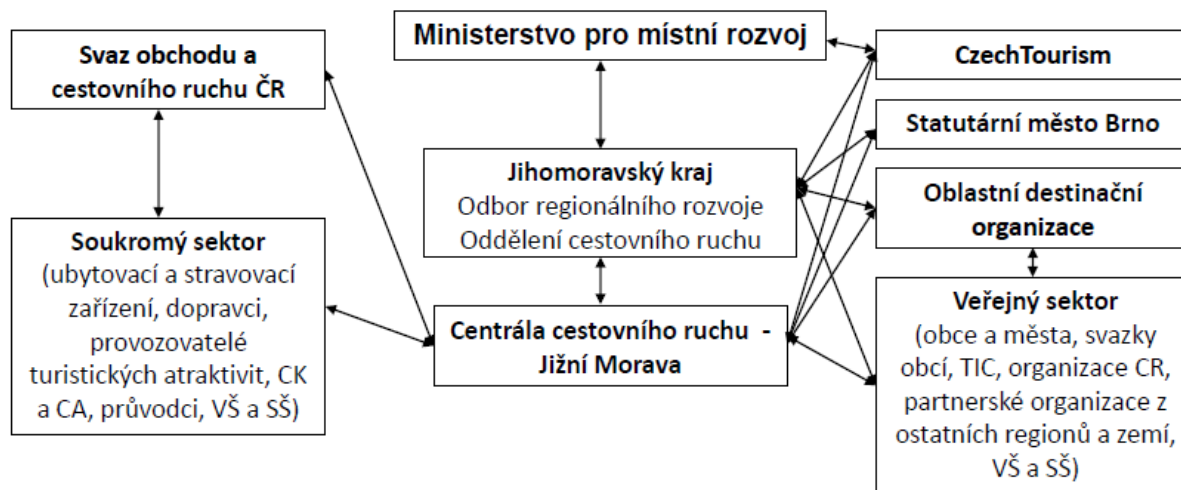
Velký přínos si politické vedení kraje do budoucna slibuje také od dalšího rozvoje lázeňství a výstavby lázeňských zařízení především v oblasti Pasohlávek. Z historického pohledu nelze opomenout ani veletržní cestovní ruch, který je ovšem na jižní Moravě v posledních několika letech na výrazném ústupu. Celoročně přijíždí do regionu mnoho turistů také za kulturními akcemi, které se zde pravidelně konají a z nichž minimálně deset nabírá mezinárodního významu.

Organizační struktura nositelů regionální politiky ČR

Veřejnoprávní instituce se v ČR podílejí na tvorbě politiky cestovního ruchu zdaleka nejvíce a ani jižní Morava není výjimkou (především Jihomoravský kraj a Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava). Tyto instituce určují směr dalšího rozvoje cestovního ruchu, definují cíle politiky na jednotlivých úrovních, rozhodují o systému užitých nástrojů a v ideálním případě jsou také analyzátoři a hodnotitelé svého vlastního jednání. Zájmové skupiny pak vystupují jako subjekty, které se tento vývoj politiky cestovního ruchu snaží svými aktivitami usměrňovat ve vlastní prospěch. Z hlediska funkčnosti celého systému

politiky cestovního ruchu je zásadní kooperace všech jejích nositelů a jejich schopnost spolupracovat. V současnosti je právě tato neschopnost koordinovat vzájemně své aktivity jednou z největších slabin v otázce intervence veřejného sektoru do cestovního ruchu. Jak bude zřejmé z následujícího textu, tak dublování aktivit je zde zcela běžné.

Obr. 3: Organizační struktura nositelů politiky cestovního ruchu v Jihomoravském kraji



Zdroj: vlastní zpracování (2011)

Výkon regionální politiky cestovního ruchu je zásadním způsobem ovlivněn také z národní úrovně. Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR) má oblast cestovního ruchu na starosti, vytváří koncepci státní politiky CR, která je pro všechny kraje závazná, a v současnosti připravuje také zákon o řízení cestovního ruchu, který do budoucna významně ovlivní strukturu nositelů v regionech a jejich finanční zdroje. Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism (CzT) je pak spíše marketingovou organizací. Spolupráce těchto dvou institucí s regiony ale není v posledních letech ideální. Každý jako by si hrál na svém vlastním písečku a MMR nemá žádný nástroj, jak aktivity všech zkoordinovat a vynutit si respektování nějaké konkrétnější podoby Koncepce státní PCR. Regiony následují své vlastní strategie a přání místních politiků a MMR ani CzT jim do jejich samostatné působnosti zasahovat nemůže. Ze všech stran je tak velmi často cítit jako by vzájemná spolupráce byla jen nutné zlo.

Jihomoravský kraj

Rozvoj cestovního ruchu na Krajském úřadě Jihomoravského kraje koordinuje oddělení cestovního ruchu Odboru regionálního rozvoje. Kraj má dle Programu rozvoje cestovního ruchu JMK pro roky 2007–2013 (PRCR JMK) roli koordinační, řídicí a rozhodovací, podporuje společnou propagaci a mediální prezentaci, organizuje semináře a vzdělávací akce a podporuje rozvoj cestovního ruchu svou dotační politikou. Oddělení cestovního ruchu zajišťuje tvorbu a aktualizaci koncepčních materiálů, podporuje rozvoj infrastruktury cestovního ruchu vč. informačního a naváděcího systému. Oddělení také zajišťuje komunikaci s ostatními institucemi veřejné správy, a to jak v horizontální rovině (ostatní odbory a oddělení Krajského úřadu Jihomoravského kraje), tak v rovině vertikální (Ministerstvo pro místní rozvoj, CzechTourism apod.).

Oddělení cestovního ruchu výše uvedenou agendu opravdu vykonává. Otazník ovšem stojí nad některými úkoly, jejichž plnění není zcela efektivní. Zřejmě největší diskusi dlouhodobě budí marketingové aktivity, které i přes zřízení destinačních společností zůstávají nepochopitelně v menší či větší míře na jednotlivých krajských úřadech. Marketingové organizace byly zřizovány především kvůli obrovské byrokratické zátěži, která je s plněním podobných úkolů spojena, a kvůli možnosti lépe navázat spolupráci s podnikatelskými

subjekty. Všechny procesy jsou na krajském úřadě velmi zdlouhavé. Marketing je ovšem činnost, která musí být vykonávána pružně, aby byla opravdu účinná. Nelze si pak nepoložit otázku, proč tedy část agendy zůstává na krajských úřadech. Je to snaha vyšších úředníků o širší spektrum moci nebo jsou to záměry politiků, jak využít marketing cestovního ruchu pro svou vlastní prezentaci?

Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava

Klíčovou marketingovou organizací cestovního ruchu v regionu je Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava (CCRJM). Byla založena v roce 2006 Statutárním městem Brnem, Jihomoravským krajem a Svazem obchodu a cestovního ruchu CR jako sdružení právnických osob. Vznikla za účelem zajištění rozvoje a koordinace cestovního ruchu v Jihomoravském kraji a vytvoření úspěšné, konkurenceschopné a strategicky řízené jednotky na základě spolupráce veřejného a podnikatelského sektoru (www.ccrjm.cz). Zajišťuje koordinaci aktivit v oblasti cestovního ruchu v regionu, spolupráci mezi veřejným a soukromým sektorem, sledování informačních potřeb a požadavků klientů, sběr, sledování a vyhodnocování informací a dat o cestovním ruchu a jednotný marketing (PRCR JMK, 2007).

Destinační společnosti jsou ve světě poměrně rozšířenou institucí, skrze kterou je cestovní ruch v regionech řízen. Ukazuje se, že možnost propojit zájmy podnikatelské sektoru se zájmy veřejného sektoru přináší jen a jen ovoce a při ideálním fungování je právě tato forma intervence veřejného sektoru do regionálního cestovního ruchu tou nejefektivnější. Bohužel CCRJM i přes veškerou snahu v mnoha ohledech zaostává. Dáno je to jednak výše uvedenými důvody, kdy se krajský úřad nechce zřeknout části své agendy v cestovním ruchu, ale také neschopností managementu CCRJM plně využít svého potenciálu. Doposud se téměř vůbec nepodařilo navázat partnerství s podnikatelskými subjekty. Financování stojí momentálně pouze na prostředcích EU, které jsou využívány především na marketing, respektive na holou propagaci potenciálu jižní Moravy. Na druhou stranu je zde nutné zmínit, že stejně tak jako prostředky ze strukturálních fondů narušují tržní prostředí a deformují myšlení tržních subjektů, tak je stejně tímto systémem deformován přístup managementu CCRJM, který za současných podmínek není tlačěn do hledání jiných zdrojů financování (alespoň částečného financování ze soukromých zdrojů). A zřejmě tento krok není ani politicky žádoucí, protože přeci ČR musí vyčerpat veškeré poskytnuté prostředky z EU!

Místní autority

Za nositele lokální politiky cestovního ruchu jsou pokládána města, obce, mikroregiony či svazky obcí. Rozvoj cestovního ruchu je na této úrovni řízení nejvíce ovlivňován nástroji územního plánování a programy rozvoje jednotlivých obcí. Cestovní ruch sehrává v rozvoji některých měst a obcí velký význam, který se často promítá ve zvýšeném objemu veřejných výdajů na podporu cestovního ruchu. V převážné většině tyto výdaje putují na aktivity v oblasti marketingu (tištěné katalogy a letáky, webové stránky), podporu pořádání kulturních a sportovních akcí nebo budování turistických informačních center. Unikátní postavení má pak Statutární město Brno, které je historickým a kulturním centrem regionu a nachází se zde celá řada turistických atraktivit. Magistrát města Brna (MMB) se tak zřejmě stává třetím nejsilnějším veřejnoprávním nositelem politiky cestovního ruchu na jižní Moravě.

Oblastní destinační organizace zatím nejsou v regionu samozřejmostí. O fungující organizaci lze hovořit pouze v oblasti Slovácka. V oblastech Pálava a LVA a Znojemska a Podyjí organizace postupně vznikají. Tyto organizace by měly plnit výkonnou a koordinační roli na oblastní a mikroregionální úrovni. Mezi jejich hlavní aktivity patří komunikace s podnikateli, městy a obcemi a sdruženími v rámci oblasti. Rozhodovací roli mají v tomto případě města a obce. Poměrně častým jevem je pak neschopnost místních politiků vzájemně

se domluvit a spolupracovat. Toto je zřejmě hlavní důvod, proč zde nevznikají další destinační společnosti.

Zájmová sdružení a profesní organizace

Stejně jako v jiných krajích ČR je i na jižní Moravě důležitým subjektem cestovního ruchu Klub českých turistů, jehož jihomoravská pobočka zajišťuje, udržuje a kontroluje značení peších i cyklistických tras. Pro území Jihomoravského kraje má dále velký význam Nadace Partnerství, která sídlí v Brně a podporuje projekty udržitelného rozvoje. Ve spolupráci s Národním vinařským centrem (NVC) pak Nadace vytyčila několik vinařských tras, které jsou nyní velkým lákadlem jižní Moravy. V oblasti vinařské turistiky je stěžejní existence právě Národního vinařského centra, které vedle veškerého marketingu spojeného s fenoménem vína zřizuje také Salon vín.

Významný vliv na cestovní ruch a také nepřímo na jeho řízení mají i vybrané soukromé subjekty. Mezi ně patří především Automotodrom Brno, Letiště Brno a Brněnské veletrhy a výstavy. Z účelových organizací je třeba jmenovat Bařův kanál, Muzeum Brněnska, Národní památkový ústav nebo správy CHKO. Všechny tyto subjekty významně působí na rozhodování politiků a jsou schopny korigovat intervence veřejného sektoru ve svůj prospěch.

Při výčtu nositelů politiky cestovního ruchu nelze opomenout turistická informační centra, kterých je na jižní Moravě v současnosti přibližně kolem šedesáti. Jejich zřizovateli jsou většinou města a obce nebo i soukromé subjekty. Informační centra především poskytují informační servis pro návštěvníky (zpravidla bezplatně) a nabízejí různorodé služby cestovního ruchu (zpravidla na komerční bázi). Role informačních středisek však spočívá také v přímém zjišťování poptávky a potřeb návštěvníků.

Koncepční rozvoj cestovního ruchu na regionální úrovni

Stejně jako na národní, tak i na regionální a místní úrovni jsou nejvýznamnějšími nástroji politiky cestovního ruchu strategické dokumenty, jejichž cíle a priority jsou na regionální úrovni naplňovány především pomocí finančních nástrojů. Nefinanční nástroje se v praxi bohužel téměř nevyužívají.

Program rozvoje Jihomoravského kraje 2010 – 2013

Základním strategickým dokumentem politiky cestovního ruchu na úrovni kraje je Program rozvoje kraje (PRK), který má povahu střednědobého až dlouhodobého dokumentu. Jeho úkolem je koordinovat, stimulovat a vzájemně sladovat rozvojové aktivity soukromého a veřejného sektoru na území kraje. Je tedy klíčovým nástrojem regionálního rozvoje, který pomáhá zvyšovat povědomí o nejdůležitějších potřebách kraje, pomáhá mobilizovat vlastní kapacity a zdroje kraje a také umožňuje nositelům politiky cestovního ruchu na krajské úrovni koordinovat a kontrolovat směřování kraje do budoucna. Koordinačním orgánem je zastupitelstvo kraje, který PRK schvaluje, zajišťuje jeho realizaci a také provádí monitoring jeho plnění. Z programu pak následně vycházejí další strategické dokumenty, například i Strategie rozvoje cestovního ruchu v daném kraji.

V Jihomoravském kraji je cestovní ruch zohledněn v rámci Priority D – Atraktivnost destinace, kde se objevují opatření jako Koordinace cestovního ruchu, Marketingová podpora kraje, Rozvoj lázeňství nebo Podpory budování doprovodné turistické infrastruktury a služeb. Jsou zde tedy obsaženy jak problémy týkající se rozdělení pravomocí při řízení cestovního ruchu a výkonu jeho marketingu, tak také oblast lázeňství, jehož rozvoj si jihomoravští politikové dali jako jednu z hlavních priorit. Je ale opět jen otázkou politické vůle a libosti vyšších úředníků kraje, zda dojde v systému skutečně ke změnám.

Program rozvoje cestovního ruchu JMK 2007-2013

Strategie rozvoje cestovního ruchu jsou klíčovými dokumenty při rozvoji cestovního ruchu na regionální i místní úrovni. Obsahově navazují na Program rozvoje kraje a problematiku cestovního ruchu ještě důsledněji rozebírají a konkretizují požadovaná opatření. Jihomoravský Program rozvoje cestovního ruchu obsahuje celkem tři priority, které jsou postupně zacíleny na Rozvoj a zkvalitnění infrastruktury, Vytváření a zkvalitňování turistických produktů a posilování jejich marketingu a v neposlední řadě také na Zefektivnění a koordinace řízení cestovního ruchu.

Důležité ovšem je, aby byly tyto opatření navázány na určitý objem financí a aby měly jasné nositele plnění. Současný Program rozvoje CR JMK ovšem v tomto ohledu na celé čáře selhává. Obsahuje bohužel velmi obecné formulace bez jakékoli návaznosti na finance a jen velmi hrubým náznakem určuje, kdo by mohl být za daná opatření odpovědný. Výsledkem je pak skutečnost, že není příliš obtížné každoročně plnění programu obhájit.

Finanční nástroje podpory cestovního ruchu v regionech ČR

Regionální operační programy

Regionální operační programy vedle strategických dokumentů na krajské úrovni zohledňují také hlavní strategické a programové dokumenty, které určují obecné priority rozvoje České republiky a Evropské unie jako celku. Na rozdíl od tematických programů, které akcentují oborový přístup při řešení problémů, je v ROP uplatněn integrovaný přístup k územnímu rozvoji, tzn. podpora komplexního rozvoje území nebo jeho obnovy. Každému regionu soudržnosti byl přiřazen jeden ROP, přičemž Jihomoravský kraj spadá společně s Vysočinou do regionu soudržnosti NUTS II Jihovýchod.

V programovém období 2007-2013 plánuje Česká republika pomocí ROP podpořit rozvoj regionů celkovou částkou přibližně 140 mld. Kč. Z analýzy programových dokumentů jednotlivých 7 ROP v ČR (viz následující srovnávací tabulka) můžeme vyčíst, jaký relativní význam ve struktuře ROP byl cestovnímu ruchu určen (z hlediska výše plánovaných finančních dotací). Celkově tak získáváme podporu cestovnímu ruchu v objemu více než 24,6 mld. Kč. Připočteme-li možnosti získání dalších dotací pro projekty s významným akcentem na cestovní ruch (např. budování cyklostezek, výstavba volnočasových zařízení), lze ještě přičíst dalších zhruba 28 mld. Kč na všechny aktivity a projekty cestovního ruchu z ROP⁴.

Obr. 4: Regiony soudržnosti NUTS II v České republice



Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007

⁴ kalkulováno při aktuálním kurzu 25,2 CZK/EUR

Cestovní ruch byl v rámci ROP NUTS II Jihovýchod stanoven jako jedna z prioritních oblastí, které budou podpořeny. Na jeho podporu bylo v rámci priority Udržitelný cestovní ruch vyčleněno zhruba 19 % všech finančních prostředků (cca 3,37 mld. Kč). K těmto prostředkům je ovšem nutno přičíst i část financí v ostatních prioritních oblastech, jejichž projekty významně působí na rozvoj cestovního ruchu (tzn. „Dostupnost dopravy“ a „Udržitelný rozvoj měst a venkovských sídel“).

Obr. 5: Finanční alokace na jednotlivé priority cestovního ruchu v ROP

Priorita	Region soudržnosti NUTS II	Předpokládaná podpora v mil. euro	% z ROP
Cestovní ruch	Střední Čechy	118,3	17,9
Rozvoj cestovního ruchu	Jihozápad	145,8	20,0
Udržitelný rozvoj cestovního ruchu	Severozápad	167,8	19,1
Cestovní ruch	Severovýchod	169,9	22,0
Rozvoj udržitelného cestovního ruchu	Jihovýchod	157,5	19,0
Cestovní ruch	Střední Morava	143,1	18,5
Rozvoj cestovního ruchu (Podpora prosperity regionu)	Moravskoslezsko	74,4	8,8
ROP celkem		976,8	17,9

Zdroj: Vystoupil, Šauer, Repík (2010)

Operační programy přeshraniční spolupráce

Programy Evropské územní spolupráce (někdy také přeshraniční spolupráce) jsou pro regiony v současném programovacím období významným zdrojem financí. Na jižní Moravě jsou takto podporovány například projekty v cykloturistice. Mnoho cyklotras totiž přesahuje buďto do Rakouska nebo na Slovensko. U těchto projektů musí být vždy obhajován jejich přeshraniční efekt a na jejich realizaci se musí podílet partneři minimálně ze dvou sousedních zemí. Není tak výjimkou, že se u zamýšlených aktivit nesmyslně hledají přeshraniční efekty, i když vůbec žádné neexistují. Bez nich totiž projekt není možno podpořit. Zřejmě největším mínusem je zde opět nekoordinovanost poskytované podpory. Mnohdy se tak stane, že podobné projekty byly již realizovány v ROP nebo byly realizovány z rozpočtů samosprávných celků. Po té, co byly více méně dočerpány prostředky z ROP Jihovýchod, tak se snahy politiků přesunuly na programy EÚS. Jak dokládá kvalita některých projektů, tak hlavním mottem je opět 100 % vyčerpanost, menší prioritou je pak kvalita předkládaných projektů.

Program rozvoje venkova

Z programu rozvoje venkova je v regionech financováno také velké množství malých projektů. Jedná se hlavně o projekty rozvíjející šetrný cestovní ruch. Mezi spotřebiteli totiž neustále roste zájem o ekoturistiku, cykloturistiku, pěší turistiku nebo agroturistiku. Právě rostoucí poptávka po těchto formách cestovního ruchu nutí nejen soukromé zemědělce přemýšlet v širších souvislostech. Proto je zde z jejich strany snaha částečně přestavět farmy na ubytovací zařízení, snaha vytvořit zajímavé marketingové produkty, které budou moci nabídnout potenciálním spotřebitelům. Právě jižní Morava je v tomto ohledu ideální.

Rozpočty územně samosprávných celků

Jedním z nejdůležitějších zdrojů podpory cestovního ruchu zůstávají i přes existenci operačních programů rozpočty krajů (případně jejich příspěvkových organizací), obcí a svazků obcí. Každoročně jsou z nich realizovány projekty zaměřené na rozvoj infrastruktury nebo podporu vybraných akcí a památek prostřednictvím účelových dotací. I tímto způsobem je potom rozvíjen cestovní ruch jednotlivých krajů a oblastí a jsou tak realizovány projekty, které nelze finančně podpořit ze strukturálních fondů (typicky např. dotace na provoz pro

turistická informační centra, podpora nejvýznamnějších akcí v regionech, akutní opravy památek, apod.).

Tematické operační programy

Posledním neméně důležitým zdrojem financí jsou na regionální úrovni také tematické operační programy. Podporovány jsou projekty v oblasti vzdělávání v cestovním ruchu, projekty podporující zaměstnanost v cestovním ruchu, apod. Jejich prostřednictvím jsou rozvíjeny další aspekty cestovního ruchu a jsou také vytvářeny lepší podmínky pro efektivní fungování politiky cestovního ruchu. Cestovní ruch je tak v programovacím období 2007-2013 více méně podporován ze všech Tematických operačních programů.

Kritické body v rámci výkonu regionální politiky cestovního ruchu

(Ne)koncepční řízení cestovního ruchu

Základem pro výkon politiky cestovního ruchu a nastavení jejich priorit by měly být v ideálním případě koncepční dokumenty na národní a regionální úrovni. Tyto strategické dokumenty jsou tu od toho, aby udávaly rámec a směr budoucím aktivitám. Velmi často ale dochází k podcenění jejich role a jsou považovány jen za nutné zlo, aby byli umlčeni ti, kdo volají po lepší koordinaci a řízení cestovního ruchu veřejným sektorem. Dokumenty jsou pak příliš obecné a vágní a lze jen těžce vyvracet naplnění stanovených cílů. V rámci procesu hodnocení politiky cestovního ruchu je sice vždy posuzován soulad reálně vykonávaných aktivit se strategickými dokumenty, obhajoba vzájemného souladu je ovšem zase jen otázkou „správné“ formulace.

Nekoncepční přístup lze ale vysledovat nejen v případě Jihomoravského kraje. Problém je bohužel obecně zaklíněn v rámci veřejných politik na národní úrovni i ve všech krajích. Strategickým dokumentům zde není přikládán téměř žádný význam. V praxi je pak většina aktivit realizována nahodile, bez provázanosti s aktivitami dalšími nebo aktivitami ostatních subjektů v regionu. Spíše než o strategickém řízení tak mluvíme o operativním rozhodování, jehož výsledkem jsou velmi často dublující se aktivity nebo někdy i aktivity protichůdné.

Vzájemně (ne)koordinované aktivity nositelů a jejich (ne)spolupráce

Struktura nositelů je v cestovním ruchu velmi různorodá od krajských a obecních samospráv, přes jejich destinační organizace a CzechTourism až po Ministerstvo pro místní rozvoj. Všechny tyto instituce formují politiku cestovního ruchu na národní i regionální úrovni. V praxi jsme ale bohužel svědky toho, že jednotliví nositelé spolu téměř nekomunikují, nespolupracují a o vzájemné koordinaci aktivit už nelze ani mluvit. Situaci rozhodně neprospívá ani to, jak je v ČR nastaven systém čerpání prostředků EU. Například cykloturistiku tak lze podporovat hned z několika zdrojů, čímž je opět velmi ztížena možnost koordinace aktivit.

Neexistují zde totiž jasná pravidla pro rozdělení povinností a rozhodovacích pravomocí mezi jednotlivými nositeli, které by byly dány závaznými legislativními či koncepčními nástroji. Především zde citelně chybí Zákon o řízení cestovního ruchu, který by vytvořil základní rámec pro koordinaci cestovního ruchu a nastavil vzájemné vazby mezi jednotlivými nositeli. Z pohledu dlouhodobé koncepčnosti je pak stěžejní existence kvalitní Koncepce státní politiky cestovního ruchu ČR a na ni navazujících strategií na regionální úrovni.

Za důkaz nekoncepčního přístupu lze pak jasně považovat například rozdělení pravomocí a povinností mezi JMK a CCRJM. Program rozvoje cestovního ruchu JMK totiž oběma institucím přisuzuje téměř totožné úkoly v oblasti marketingu. V praxi pak není vůbec zřejmé, kdo co přesně vykonává, aktivity se dublují a jsou nekoordinované. Zabránit se tomu

v podstatě nedá ani zvýšenou komunikací. Obě instituce totiž chtějí vykazovat co nejvyšší aktivitu a tudíž je v určitých místech cítit i vzájemná rivalita. Z hlediska toho, proč vlastně fungují, je taková rivalita nepřijatelná a vyústí vždy v neefektivní nakládání s veřejnými prostředky. Východiskem je tak jediné razantní změna, kdy bude buďto na krajském úřadě významně omezena agenda Oddělení cestovního ruchu a zůstane zde pouze koncepční činnost nebo bude úplně zrušena CCRJM.⁵

Nízká kvalita lidského kapitálu v cestovním ruchu

Dalším významným problémem souvisejícím s institucionálním zabezpečením cestovního ruchu je také kvalita lidského kapitálu. Nositelé politiky cestovního ruchu nejsou až na výjimky vybaveni dostatkem odborných znalostí z oblasti podpory, koordinace a dalšího rozvoje cestovního ruchu. Tento fakt se následně odráží v podobě vykonávané agendy, která je často neefektivní. V České republice je tento problém obvyklý na regionální i národní úrovni a zřejmě nejviditelněji se projevuje u projektů financovaných z EU, které až na výjimky postrádají kvalitu. K jeho řešení by mohly výrazně přispět finance dostupné v OPVK a OPRLZ. I zde je nutno ale předkládat projekty kvalitní a ne čerpat jen za tím účelem, abychom čerpali.

Vliv odborné veřejnosti na řízení cestovního ruchu v regionu

Stejně jako i v jiných oblastech, kde veřejný sektor intervenuje, tak i politika cestovního ruchu momentálně postrádá přítomnost podnikatelské, neziskové a akademické sféry v průběhu rozhodovacích procesů. Na celém systému je znát, že tyto subjekty mají jen pramálo příležitostí se k jednotlivým otázkám vyjadřovat. Rozhodování a formování politiky cestovního ruchu tak není transparentní a neprochází oponentním řízením. Opět se zřejmě jedná o situaci politicky žádoucí. Výsledkem je pak současný stav, kdy je veřejný sektor soustavně pod palbou kritiky od výše uvedených subjektů a tím dochází k obrovskému pnutí v cestovním ruchu.

Kvalita vs. kvantita projektů podpořených z evropských fondů

Jednotlivé instituce jsou politickým vedením a samotným systémem nuceni, aby bylo vyčerpáno 100 % prostředků vyčleněných ve všech programech na cestovní ruch. Bohužel ale velmi často bez ohledu na kvalitu předkládaných projektů. V praxi jsme tak svědky toho, že některé subjekty s vidinou levných evropských peněz neustále čerpají nové a nové prostředky na samoučelně vytvořené projekty. V případě, že jeden zdroj vyschne, tak se musí projekt přepsat tak, aby při stejných výstupech alespoň trochu vyhovoval podmínkám jiného programu. Hlavně, abychom vykázali kvantitativně co největší aktivitu a vyčerpali co možná nejvíce! A často bez ohledu na to, z čeho budou výstupy projektu financovány v období udržitelnosti.

Na místo, aby spolu jednotlivé subjekty a nositelé v cestovním ruchu spolupracovali, vzájemně koordinovali své činnosti a hledali synergie mezi jednotlivými projekty, tak soutěží, kdo utrhne větší balík evropských peněz bez ohledu na smysluplnost použití. Nedostatek zkušeností a odborných znalostí pak tuto skutečnost jen umocňuje, jelikož potenciální žadatelé nejsou schopni hledat v cestovním ruchu příležitosti a nějakým způsobem přispívat k tvorbě konkurenceschopnější nabídky. V českém prostředí prozatím neexistuje jakýkoli inovativní nástroj, který by se snažil o výraznější pozvednutí kvality projektů.

⁵ Výše zmíněný problém ovšem není záležitostí pouze Jihomoravského kraje. Podobné nebo ještě výraznější dublování aktivit lze zaznamenat téměř ve všech regionech ČR.

Podporované aktivity v oblasti cestovního ruchu a jejich efektivnost

První tři roky fungování ROP a IOP mimo jiné ukázaly, že mezi nejčastěji podporované aktivity v cestovním ruchu patří marketing a rozvoj ubytovací infrastruktury. Jihomoravský kraj a ROP Jihovýchod je toho nejlepším příkladem. Právě takto totiž výkonné výbory Regionálních rad nadefinovaly hlavní priority pro cestovní ruch, na které byl samozřejmě vyčleněn také největší objem finančních prostředků. Jak ale mnohé doposud provedené analýzy ukazují, tak ne vždy se jednalo o účelně vynaložené veřejné prostředky. Naopak poměrně malá část prostředků byla vyčleněna na podporu projektů v památkách UNESCO, projektů „šetrného“ cestovního ruchu (např. venkovského cestovního ruchu) nebo projektů na podporu rozvoje TIC.

V případě marketingu cestovního ruchu je většinou řeč o projektech, které postrádají tvorbu jakéhokoli marketingového mixu, který by vycházel z dlouhodobé strategie a byl základem pro efektivní marketing. Mnohdy se tak jedná o holou propagaci regionu bez důkladné analýzy trhu cestovního ruchu, plánovací činnosti či tvorby hmatatelného produktu. Právě turistický produkt by měl být oním předmětem propagace. Skutečný přínos takovýchto projektů je pak velmi nejistý, v některých případech téměř nulový. Nehledě na to, že uvedené projekty podobného zaměření realizují různé instituce téměř bez jakékoli koordinace nebo spolupráce.

Na druhou stranu dotace ubytovacím zařízením výrazně nabourávají konkurenční prostředí, kdy ti, kteří čerpají dotaci, získávají významnou konkurenční výhodu oproti svým současným i budoucím potenciálním konkurentům. Mnohé z projektů jsou realizovány také bez jakékoli návaznosti na turistické atraktivitu a potenciál daného území v cestovním ruchu. Jsou tak realizovány projekty na „zelené louce“, které se již v současnosti potýkají s výraznou neobsazeností, která je ještě umocněna důsledky právě probíhající hospodářské krize. Pro majitele ubytovacích zařízení jsou totiž evropské prostředky velmi levným zdrojem, jak zamýšlenou přestavbu financovat. Nehledí proto na její efektivnost a budoucí vytiženost nově zbudovaných lůžkových kapacit. Téměř nevratně tak dochází k deformaci myšlení producentů těchto statků, kteří dříve či později narazí na skutečné tržní prostředí bez jakýchkoli dotací a budou bojovat s tvrdou konkurencí.

Monitoring a hodnocení regionální politiky cestovního ruchu

Monitoring a hodnocení regionální politiky je zásadní fází v procesu řízení cestovního ruchu. Umožňuje operativní změny systému a zároveň poskytuje základní informace pro nastavení priorit a způsobu fungování budoucí politiky cestovního ruchu na národní i regionální úrovni. Bohužel i tato oblast je v praxi významně podceňována. Nositelé politiky cestovního ruchu se často hájí tím, že výstupy jejich činnosti nelze monitorovat, případně se jen slepě hájí vývojem návštěvnosti bez dosažení těchto statistik do širších souvislostí. Bez kvalitního monitoringu ale nelze identifikovat veškeré vyskytující se problémy a je jen velmi těžké pracovat na jejich odstranění.

Až úsměvné jsou proto například projektové žádosti předkládané do ROP. Argumentováno je zde absurdními růsty návštěvnosti nebo efekty, které daný projekt nikdy nepřinese. Zpětně samozřejmě nejsou tyto efekty vyhodnocovány. V konkrétních případech je tak možné, že nově vytvořená lůžka nebudou vlastně nikdy obsazena nebo že přilákání jednoho zahraničního návštěvníka na jižní Moravu stojí tolik, že bychom mu mohli jeho dovolenou zcela zaplatit. Na druhou stranu zde existují aktivity hrazené z regionálních a místních rozpočtů, kde už vůbec nefunguje jakýkoli systém hodnocení, který by podobné nakládání s veřejnými prostředky obhajoval.

Závěr

Výše uvedený text v kostce shrnuje problematiku řízení a podpory cestovního ruchu na regionální úrovni. Vybrané aspekty jsou přitom demonstrovány na příkladu Jihomoravského kraje. Snahou bylo popsat problematiku tak, jak skutečně v praxi funguje a upozornit na kritické body, které jsou z pohledu efektivity užití veřejných prostředků zásadní. Jak je zřejmé, tak problémů není málo a většina z nich je bohužel poměrně významných. Od otázek týkajících se efektivity nakládání s veřejnými prostředky se tak dostáváme k tomu, jak moc intervence veřejného sektoru na regionální i národní úrovni poškozují cestovní ruch a tržní prostředí, které zde funguje. Globálním problémem je především to, že je veřejným sektorem soustavně nabouráváno myšlení a chování subjektů stran nabídky i poptávky, což v dlouhém období oslabuje konkurenceschopnost tohoto odvětví. Politika cestovního ruchu se tak v regionech i na národní úrovni může stát nežádoucí, tedy alespoň v současné podobě.

Literatura

- [1] HOLEŠÍNSKÁ, A.: Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu. Doktorská disertační práce, Ekonomicko-správní fakulta MU, Brno, 2010, 150 stran.
- [2] REPÍK, O.: 1. Mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu – Sborník příspěvků. Ekonomicko-správní fakulta, MU, Brno, 2010, 275 stran.
- [3] ŠAUER, M.: Podpora cestovního ruchu z veřejných financí. Doktorská disertační práce, Ekonomicko-správní fakulta, MU, Brno, 2008, 138 stran.
- [4] VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M., REPÍK, O.: Regionální operační program jako nástroj podpory rozvoje cestovního ruchu regionu Jihovýchod (etapa 2007-2010). Ekonomicko-správní fakulta MU, Brno, 2010, 395 stran. ISBN 978-80-210-5210-9.
- [5] *Program rozvoje Jihomoravského kraje na období 2010-2013*. Jihomoravský kraj. Zpracovatelé VUT v Brně, Masarykova univerzita, GaREP. Brno, duben 2010.
- [6] *Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2007-2013*. Jihomoravský kraj. Zpracovatelé DHV CR, Eurovision. Brno, květen 2007.
- [7] www.jihovychod.cz,
- [8] www.kr-jihomoravsky.cz,
- [9] www.strukturalni-fondy.cz,
- [10] www.szif.cz,
- [11] www.mmr.cz

Kontaktní údaje:

Ing. Ondřej Repík
Masarykova univerzita
Ekonomicko-správní fakulta
Katedra regionální ekonomie a správy
Lipová 41a
602 00 Brno
E-mail: 76480@seznam.cz

EVROPSKÝ CESTOVNÍ RUCH A ČESKÁ REPUBLIKA: ANALÝZA VÝKONŮ ODVĚTVÍ

European tourism in the Czech Republic: the output analysis of economic branch

Martin Šauer

Abstrakt:

Príspevek se zabývá vývojem základních ukazatelů výkonnosti evropského cestovního ruchu a snaží se identifikovat základní faktory, které determinují postavení České republiky v mezinárodním cestovním ruchu. Text je třeba chápat jako jisté východisko pro úvahy o možnostech a limitech dalšího rozvoje cestovního ruchu v České republice. Svým způsobem jde o analýzu vnějšího prostředí našeho cestovního ruchu.

Klíčová slova:

mezinárodní cestovní ruch, ekonomický význam cestovního ruchu, makroprostředí cestovního ruchu, trendy budoucího vývoje cestovního ruchu

Abstract:

This article deals with data that indicate how well European tourism performs. It aims to identify the basic factors determining the position of the Czech Republic in international tourism. The text can also be understood as a ground for further discussion on other possibilities of tourism development in the Czech Republic as well as its limits. In a way it is an analysis of external environment of Czech tourism.

Keywords:

International tourism, economic impact of tourism, macro environment of tourism, trends in future development of tourism

Postavení Evropy na trhu cestovního ruchu

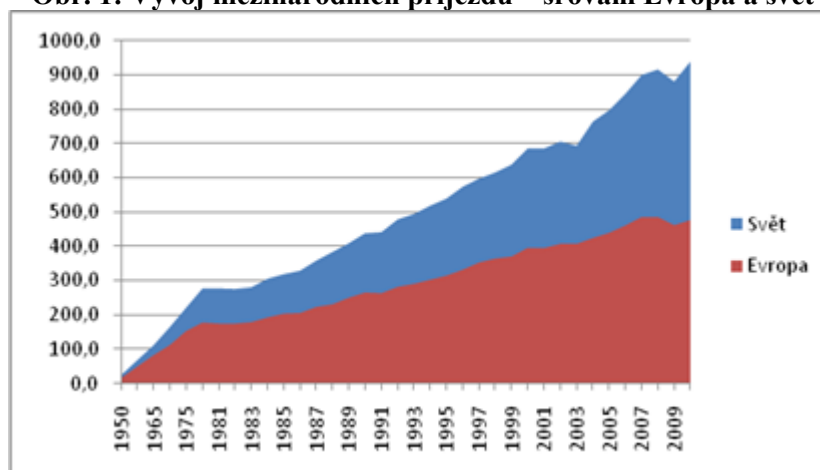
Evropa je v mezinárodním srovnání pořád nejvýznamnějším trhem cestovního ruchu. Přestože její význam pomalu klesá, stále se zde vytvoří 26 % celosvětového HDP v cestovním ruchu. To je společně se Severní Amerikou nejvíce na světě. Evropa vyniká, dokonce daleko výrazněji, i ve statistikách mezinárodního cestovního ruchu. Dominuje jak mezinárodním příjezdům (podíl 51%), tak příjmům z mezinárodního cestovního ruchu (podíl 42 %). Hlavní příčinou je specifikum Evropy jako celku, a to vysoká rozdrobenost územních jednotek/států Evropy, která ve srovnání s ostatními kontinenty vytváří předpoklady pro velmi časté překračování hranic.

Bez ohledu na tento řekněme čistě administrativní faktor, je postavení Evropy na trhu cestovního ruchu velmi silné. V zásadě můžeme identifikovat tři základní důvody tohoto stavu. Zaprvé, Evropa je destinací s dlouhou tradicí, která přispěla k vysoké infrastrukturní vybavenosti území i k příznivým podmínkám na straně poptávky (např. sociální cestovní ruch a růst fondu volného času). Zadruhé, Evropa je sama osobě významným zdrojem turistických cest, které primárně končily a ještě končí v evropských destinacích. Kupní síla Evropanů v tomto ohledu hraje velmi významnou roli. A konečně poslední výrazný faktor je třeba hledat v přirozené atraktivitě regionu se silným kulturně-historickým potenciálem a příznivou konstelací atributů přírodního potenciálu (především klimatických podmínek).

I z těchto důvodů je Evropa vysoce konkurenčním trhem s vysokým standardem kvality poskytovaných služeb a vysokou mírou inovací turistické nabídky. Z pohledu České republiky je Evropa určitým referenčním rámcem pro její aktivity v oblasti cestovního ruchu. Na jedné straně je ČR součástí evropské nabídky cestovního ruchu, na straně druhé jednotlivé evropské destinace jsou pro ČR konkurencí. Sečteno, Evropa je pro ČR prostředím, které významně ovlivňuje její konkurenceschopnost.

Vývoj evropského turismu je charakteristický kontinuálním růstem výkonů. Historicky těžila z rostoucí kupní síly svého obyvatelstva, druhotně pak i ze své atraktivity pro vzdálené zdrojové trhy pocházející hlavně z bohatého severoamerického kontinentu. Krátkodobý negativní vývoj je spojen pouze s ochlazením poptávky po teroristických útocích v USA v roce 2001 a finanční krizí v roce 2009. Evropa ročně přímo i nepřímo vyprodukuje hodnoty za 1,5 bilionů dolarů, což představuje 7,7 % celkového výkonu evropské ekonomiky. Zároveň je zde nepřímo zaměstnáno téměř 30 mil. osob (WTTC, 2011). Domácí cestovní ruch je mírně významnějším druhem cestovního ruchu, nicméně faktory jako jsou klesající dopravní náklady, růst kupní síly, větší zkušenost s cestováním, růst vzdělanosti, apod., způsobují růst příjezdového cestovního ruchu.

Obr. 1: Vývoj mezinárodních příjezdů – srovnání Evropa a svět



Zdroj: UNWTO, 2011

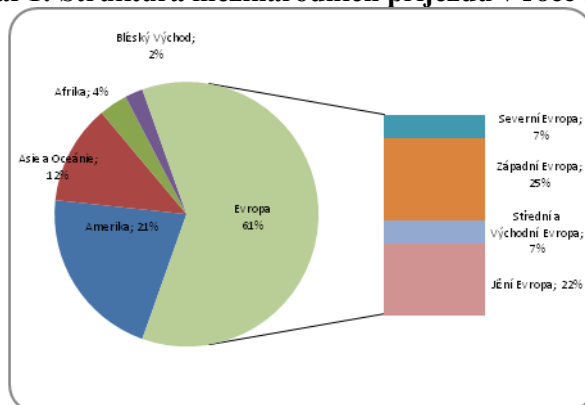
Tab. 1: Základní makroekonomické ukazatele cestovního ruchu Evropy

Ukazatel	2010		Podíl
HDP CR – přímé efekty	539 mld. \$	2,8 %	na celkovém HDP
HDP CR – přímé, nepřímé a indukované efekty	1525 mld. \$	7,7 %	na celkovém HDP
Spotřeba domácího cestovního ruchu	645 mld. \$	59,0 %	na celkové spotřebě
Spotřeba příjezdového cestovního ruchu	451 mld. \$	41,0 %	na celkové spotřebě
Výdaje Leisure Travel & Tourism	879 mld. \$	79,0 %	na celkových výdajích
Výdaje Business Travel & Tourism	237 mld. \$	21,0 %	na celkových výdajích
Mezinárodní příjezdy	476,6 mil.	51,0 %	na celosvětových příjezdech
Saldo v mezinárodním CR (příjezdy, výjezdy)	- 19,2 mil.	4,0 %	k mezinárodním příjezdům do Evropy

Zdroj: UNWTO, 2011; WTTC, 2011

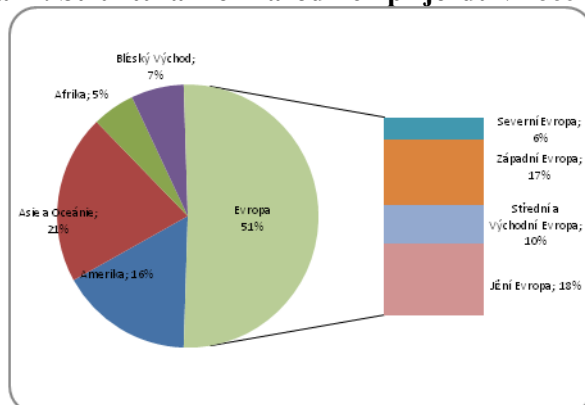
Přestože evropský cestovní ruch zaznamenává víceméně neustálý růst, její význam v mezinárodním srovnání klesá. Například podíl Evropy na mezinárodních příjezdech klesl za posledních dvacet let o deset procentních bodů. Důvodem je nižší dynamika růstu, než je celosvětový průměr. Ten je tažen přírůstkem mezinárodních příjezdů Asie a Oceánie, Blízkého východu a Afriky. Evropa je vyzrálou destinací s velmi vysokou intenzitou cestovního ruchu. Na rozdíl od rozvíjejících se regionů a destinací se zdroje růstu hledají daleko obtížněji. Situaci dobře ukazují následující grafy.

Graf 1: Struktura mezinárodních příjezdů v roce 1990



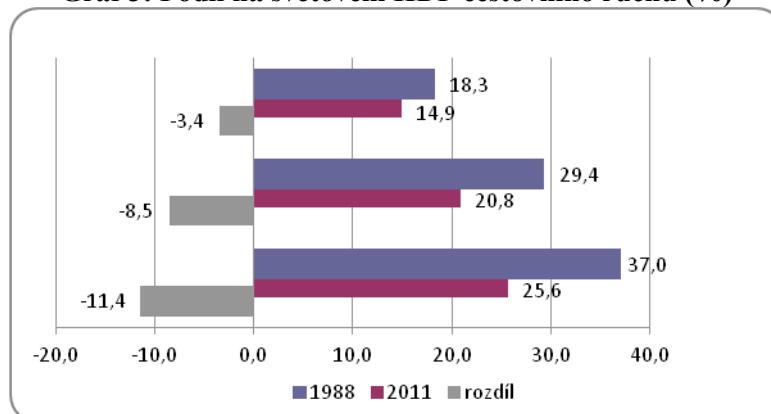
Zdroj: UNWTO, 2011; *Tourism Highlights 2006*

Graf 2: Struktura mezinárodních příjezdů v roce 2010



Zdroj: UNWTO, 2011; *Tourism Highlights 2006*

Vedle výše zmíněné ztráty podílu je z grafů zřejmá i změna struktury v návštěvnosti jednotlivých regionů Evropy. Zatímco svoji pozici ztrácí hlavně západní Evropa, roste podíl střední a východní Evropy. Zde musíme také hledat zdroje budoucího růstu. Podle analýz ÖIFW (Rakouský institut pro ekonomický výzkum) lze v následujících letech očekávat pomalý růst poptávky ze západoevropských zemí (např. Rakousko počítá s růstem mezinárodních příjezdů z EU-15 1,5 % p.a.), naopak daleko vyšší přírůstky jsou prognózovány pro země východní a střední Evropy a dále pro tzv. emerging markets jako jsou např. země BRIC.

Graf 3: Podíl na světovém HDP cestovního ruchu (%)

Zdroj: WTTC, 2011

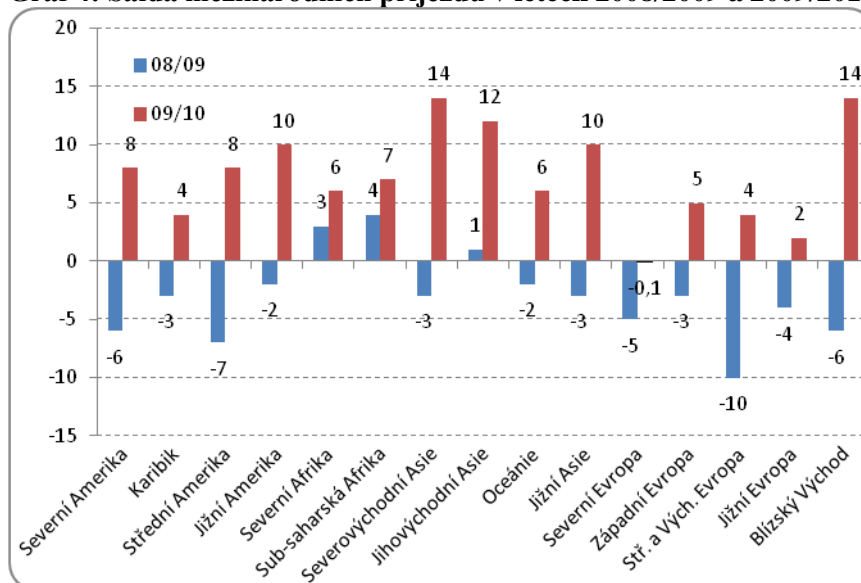
Pokles významu evropského turismu je zřejmý i z dat WTTC a jim publikovaného tzv. fiktivního satelitního účtu CR. Evropa jako celek během více než dvaceti let přišla o 11,4 % podíl na světovém HDP cestovního ruchu. Tvorba hodnot se dlouhodobě přesouvá do jiných regionů světa. Poněkud nižší úbytky byly zaznamenány u vybraných částí Evropy. Evropská unie (EU 27) díky výkonům nových členů přišla pouze o 8,5 % podíl, ještě menší ztrátu pozice můžeme sledovat v případě zemí při Středozezemním moři.

Dosavadní studie o cestovním ruchu se při svých analýzách soustředily na výkony mezinárodního cestovního ruchu. Domácí cestovní ruch je z důvodu obtížnosti získání dat velmi často opomíjen. Přitom jeho význam pro evropský trh cestovního ruchu je obrovský. Podle Eurostatu (2010) asi tři čtvrtiny všech cest se v Evropě uskuteční v rámci domácího cestovního ruchu. Ve finančním vyjádření tento podíl logicky klesá na pořad výrazných 59 %. Mezi země se silným domácím cestovním ruchem patří lidnaté státy, jako jsou Francie, Německo, Velká Británie, Itálie, Španělsko a další (WTTC, 2011). V čase však význam domácího cestovního ruchu mírně klesá. Role domácího cestovního ruchu je však nenahraditelná. Rozvinutý domácí cestovní ruch vytváří předpoklady pro silnou pozici i na mezinárodním trhu cestovního ruchu. Výdaje domácích návštěvníků přispívají k lepší vybavenosti území infrastrukturou a konkurenci poskytovaných služeb.

Finanční a ekonomická krize a evropský cestovní ruch

Situaci na mezinárodním trhu cestovního ruchu výrazně ovlivnila globální finanční a ekonomická krize. Navíc dnes ještě nemůžeme hovořit o jejím jednoznačném překonání. Oživení jednotlivých ekonomik je křehké a nestabilní. Existují zde významná rizika anejistoty (stav veřejných rozpočtů a tlak na snižování veřejných výdajů, struktura bilancí jednotlivých bank, vysoká nezaměstnanost a sociální napětí v některých zemích EU – Řecko, Španělsko, Itálie, Portugalsko, Irsko), které se odráží i v pomalém růstu poptávky. Jak se krize projevila na postavení jednotlivých světových makroregionů?

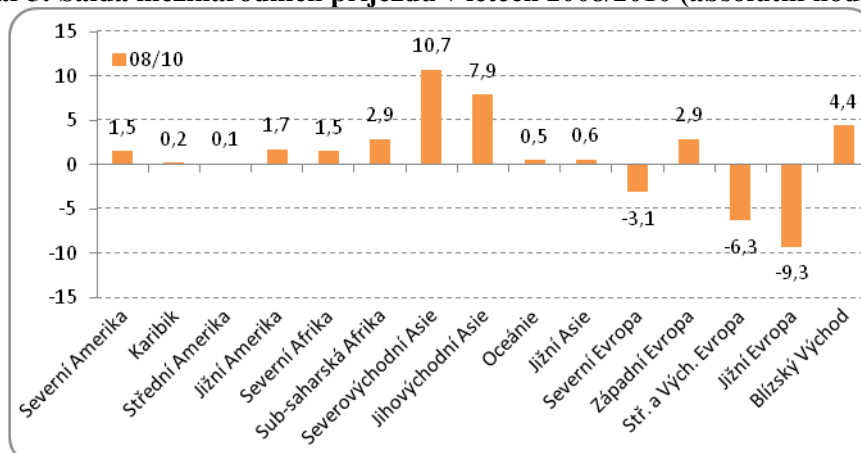
Data UNWTO ukazují na přímou vazbu mezi ekonomickou situací domácností a vývojem cestovního ruchu. Cestovní ruch jako odvětví je charakteristické vysokou elasticitou poptávky na důchod. Změny disponibilních příjmů vyvolávají silnější reakce na straně výdajů na cestovní ruch. V případě nízké příjmových skupin populace je poptávka elastická směrem dolů. Se snižujícím se příjmem dochází k omezování spotřeby zbytečných a luxusních statků včetně cestovního ruchu. U vysoko příjmových skupin obyvatelstva se projevuje elasticita poptávky směrem nahoru. Výdaje na luxusní statky rostou rychleji než jejich disponibilní příjem a zároveň jejich reakce na snižování disponibilních příjmů není tak silná.

Graf 4: Salda mezinárodních příjezdů v letech 2008/2009 a 2009/2010

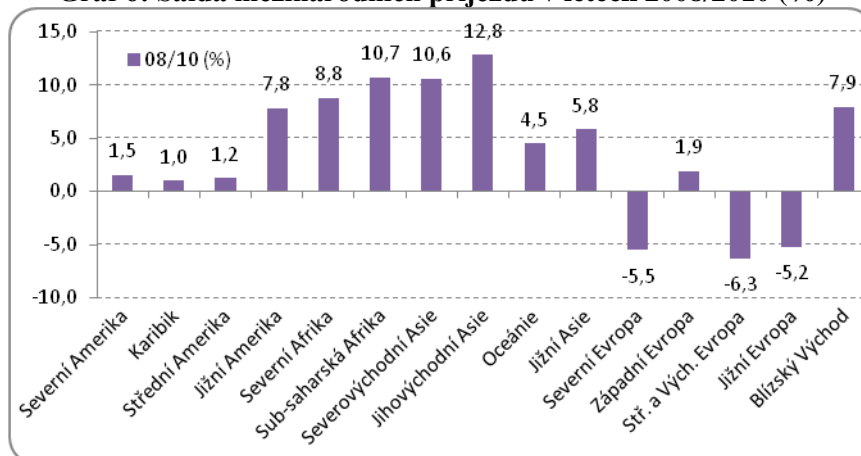
Zdroj: UNWTO World Tourism Barometer, leden 2011

Krise ukázala, že zatímco trh luxusních statků (destinací) nebyl výrazněji zasažen, pak destinace masového cestovního ruchu byly ekonomickým vývojem postiženy výrazně. Ochlazení poptávky se projevilo globálním poklesem mezinárodních příjezdů (o 3,8 %) i mezinárodních příjmů z CR (o 5,6 %). Dopady na jednotlivé regiony však byly různé. Mezi nejpostiženější regiony patřila střední a východní Evropa, severní a střední Amerika. I oživení poptávky v roce 2010 se projevilo diferencovaně. Hlavně evropské regiony mají s opětovným nastartováním růstu problémy. Příčiny tohoto vývoje musíme hledat ve struktuře a profilu návštěvníků přijíždějící do daných destinací.

Kupříkladu střední a východní Evropa byla zasažena výrazným úbytkem turistů ze zemí, které byly finanční a ekonomickou krizí postiženy nejvíce (Velká Británie, Rusko, USA, apod.). Snížení zahraniční poptávky také souvisí se socio-ekonomickým profilem těchto návštěvníků. Střední a východní Evropa je cílem turistů, kteří hledají cenově dostupné destinace. To znamená, že jejich kupní síla není v západní Evropě nejvyšší. Stejně faktory ovlivňují i rychlost obnovení poptávky v pokrizových letech. Střední, východní, jižní a severní Evropa jsou jedinými regiony, které se v roce 2010 nedostaly na předkrizovou úroveň (viz dále uvedené grafy).

Graf 5: Salda mezinárodních příjezdů v letech 2008/2010 (absolutní hodnoty)

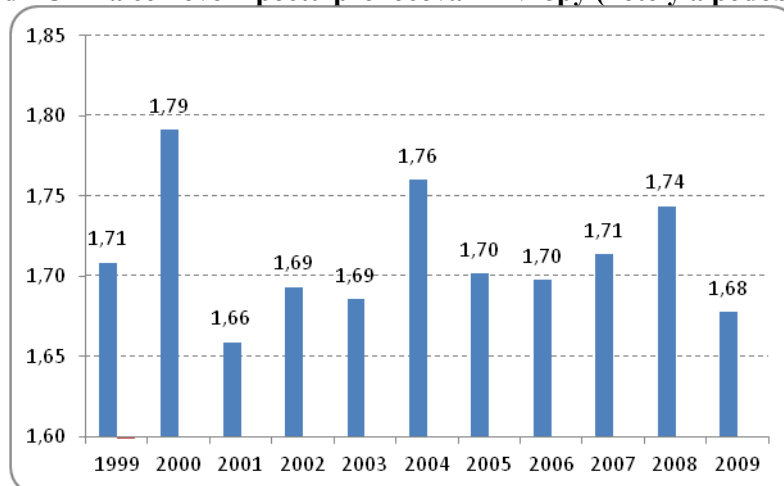
Zdroj: UNWTO World Tourism Barometer, leden 2011

Graf 6: Salda mezinárodních příjezdů v letech 2008/2010 (%)

Zdroj: UNWTO World Tourism Barometer, leden 2011

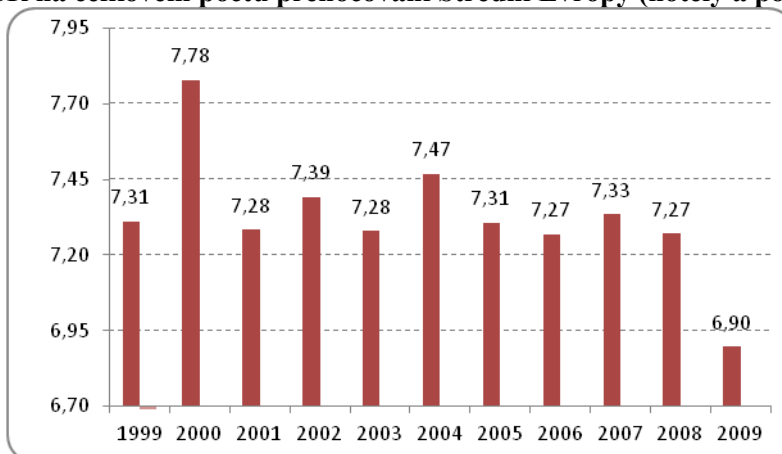
Postavení ČR v evropském cestovním ruchu

Česká republika si v Evropě dlouhodobě udržuje stabilní pozici. V objemových měřítcích z různých důvodů samozřejmě nevynechá, nicméně v rámci zemí bývalého socialistického bloku je lídrem regionu. Podle údajů Eurostatu se počet přenocování pohybuje nad úrovní 25 mil. nocí. Tato hodnota řadí Českou republiku na 13. místo v Evropě. Žebříčku samozřejmě dominují tradiční evropské destinace ze středomoří (Španělsko, Itálie, Francie), dále země se silným domácím ruchem (Německo, VB) a státy z alpského prostoru (Rakousko, Švýcarsko), kde se spojuje vysoká úroveň domácího cestovního ruchu s vysokou atraktivitou území pro zahraniční návštěvníky. Z tohoto ohledu je postavení ČR v evropském cestovním ruchu průměrné, přičemž jej výrazně vylepšuje příjezdový cestovní ruch. Ten se podílí na celkových výkonech 63,2 %. I v případě relativních údajů se postavení ČR příliš nemění. Při eliminaci velmi malých států (které žebříčku dominují) Česká republika klesá na 17. pozici.

Graf 7: Podíl ČR na celkovém počtu přenocování Evropy (hotely a podobná zařízení)

Zdroj: Eurostat, 2011,

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tin00043>

Graf 8: Podíl ČR na celkovém počtu přenocování Střední Evropy (hotely a podobná zařízení)

Zdroj: Eurostat, 2011,

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tin00043>

Ve vývoji počtu přenocování v ČR ve vztahu k Evropě nedochází k zásadnějším změnám. Podíl ČR na celkovém počtu přenocování Evropy v posledních deseti letech fluktoval mezi 1,66 až 1,79 %. Trh cestovního ruchu ČR je v evropském měřítku samozřejmě malý. Jakékoliv zásadnější posilování pozice by muselo být vyváжено velmi výrazným růstem výkonů. Například, aby podíl ČR vzrostl o jednu desetinu procenta, musí v rámci ČR vzrůst počet přenocování o necelých pět procent. Z toho je zřejmé, že žádné výraznější změny tržní pozice na evropském trhu nelze očekávat. Ba právě naopak. Naše postavení je z valné části podporováno popularitou Prahy (1/3 všech přenocování se uskuteční v Praze) a s ní spojeným příjezdovým cestovním ruchem. Prostor pro další posilování pozice Prahy na evropském trhu je diskutabilní. Praze ubývají návštěvníci ze západní Evropy, nedaří se jí získávat opakovaného návštěvníka a její produkt zastarává. Ostatní regiony dlouhodobě nedokáží oslovovat zahraniční klientelu a domácí cestovní ruch bude v budoucnu oslabován větším sklonem českých domácností k výjezdovému CR (i vlivem rostoucí kupní síly). To všechno jsou rizika, kterým bude muset ČR čelit.

Pokud jde o nabídkovou stranu, Česká republika během posledních dvaceti let prošla dynamickým vývojem. Nabídka i struktura ubytovacích zařízení se zlepšuje. Mezi lety 1999 – 2009 vzrostl počet hotelů a podobných zařízení o 19,1 %, lůžková kapacita v těchto zařízeních až o téměř 22 %. Rychlejší růst zaznamenalo v Evropě pouze devět zemí (Bulharsko, Lotyšsko, Litva, Estonsko, Polsko, Slovensko, Island, Slovinsko a Španělsko). Současná úroveň vybavenosti ČR ubytovací infrastrukturou je i ve srovnání s Evropou dostatečná. Česká republika patří mezi TOP 10 zemí s největším počtem lůžek v hotelech a podobných zařízeních. Před ČR jsou pouze takové turistické velmoci jako Itálie, Španělsko, Německo, Velká Británie, Francie, Rakousko, Portugalsko a Švýcarsko. Další výrazný růst kapacit může být výrazem spekulativních aktivit developerů a dalších investorů, jejichž důsledkem je vznik investičních a cenových bublin. S tím souvisí i významný problém naší nabídky cestovního ruchu, kterým je velmi nízká výtěžnost lůžek v ubytovacích zařízeních (29 %). Horší výsledky v Evropě vykazuje pouze Maďarsko, Rumunsko, Bulharsko, Lucembursko a Řecko.

Cestovní ruch obecně, ale v České republice zvláště, vykazuje tendenci k nízké produktivitě výrobních faktorů. Hlavní roli zde hraje nízká produktivita práce daná povahou a charakterem odvětví. V cestovním ruchu jsou technické možnosti racionalizace výrobních procesů velmi omezené. Možnosti nahrazovat práci kapitálem je mnohem obtížnější než v průmyslu či zemědělství. I proto je cestovním ruchem pracovně intenzivním odvětvím s nadprůměrně odpracovaným počtem hodin. Česká republika však zaostává za Evropou v produktivitě práce daleko výrazněji. Podle dat WTTC a vlastních výpočtů je podíl produktu

v CR na jednoho zaměstnance v CR pouze na 35 % úrovni EU – 27 a 40 % pokud vezme v úvahu všechny země Evropy. V průměru přitom česká ekonomika v produktivitě práce zaostává za EU o třicet procentních bodů.

Svou roli zde hraje také velikostní struktura ubytovacích zařízení. Počet lůžek na jedno zařízení je v ČR slabě pod průměrem (viz následující tabulky). Převaha malých a středních podnikatelů nad mezinárodními řetězci relativní výkony odvětví také snižuje. Na druhou stranu sice méně efektivní, ale více rozdrobenější struktura ubytovacích zařízení přináší pozitiva vzhledem k principům udržitelného rozvoje CR i k regionálním ekonomickým efektům.

Tab. 2: Kapacita hotelů a podobných zařízení v evropských zemích (1999 a 2009)

	Zařízení				Lůžka (v 1000)			
	2009		změna 99/09		2009		změna 99/09	
	počet	v %	abs.	v %	počet	v %	abs.	v %
EU-27	203653	100,0	-7685	-3,8	12297	100,0	1801	14,6
EU-15	183890	90,3	-14778	-8,0	10839	88,1	1353	12,5
Belgie	2036	1,0	21	1,0	126	1,0	7	5,6
Dánsko	471	0,2	7	1,5	77	0,6	16	20,8
Německo	35814	17,6	-2887	-8,1	1694	13,8	132	7,8
Irsko	3624	1,8	-2068	-57,1	163	1,3	28	17,2
Řecko	9559	4,7	1391	14,6	732	6,0	134	18,3
Španělsko	18387	9,0	2158	11,7	1737	14,1	438	25,2
Francie	17723	8,7	-1832	-10,3	1248	10,1	-203	-16,3
Itálie	33967	16,7	626	1,8	2228	18,1	421	18,9
Lucembursko	261	0,1	-64	-24,5	15	0,1	1	6,7
Nizozemsko	3151	1,5	325	10,3	204	1,7	34	16,7
Rakousko	13645	6,7	-1733	-12,7	588	4,8	11	1,9
Portugalsko	1988	1,0	216	10,9	274	2,2	57	20,8
Finsko	867	0,4	-137	-15,8	120	1,0	5	4,2
Švédsko	1982	1,0	84	4,2	222	1,8	37	16,7
Velká Británie	40415	19,8	-10885	-26,9	1411	11,5	235	16,7
12 nových EU členů	19763	9,7	7093	35,9	1457	11,8	447	30,7
Bulharsko	1784	0,9	1266	71,0	249	2,0	148	59,4
Česká republika	4469	2,2	855	19,1	261	2,1	57	21,8
Estonsko	387	0,2	58	15,0	31	0,3	15	48,4
Kypr	699	0,3	119	17,0	84	0,7	1	1,2
Lotyšsko	451	0,2	301	66,7	25	0,2	13	52,0
Litva	380	0,2	159	41,8	24	0,2	12	50,0
Maďarsko	2042	1,0	191	9,4	157	1,3	12	7,6
Malta	158	0,1	-86	-54,4	39	0,3	-2	-5,1
Polsko	2836	1,4	1301	45,9	222	1,8	102	45,9
Rumunsko	4566	2,2	1906	41,7	247	2,0	44	17,8
Slovinsko	667	0,3	269	40,3	44	0,4	14	31,8
Slovensko	1324	0,7	754	56,9	74	0,6	31	41,9
Ostatní	7960	3,9	-152	-1,9	625	5,1	3	0,5
Island	296	0,1	42	14,2	19	0,2	7	36,8
Lichtenštejnsko	41	0,0	-10	-24,4	1	0,0	0	0,0
Norsko	1122	0,6	-40	-3,6	169	1,4	31	18,3
Švýcarsko	5533	2,7	-293	-5,3	274	2,2	13	4,7
Chorvatsko	819	0,4	128	15,6	150	1,2	-44	-29,3
Makedonie	149	0,1	21	14,1	12	0,1	-4	-33,3

Zdroj: Eurostat, 2011, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/data/main_tables

Tab. 3: Počet přenocování v hotelech a podobných zařízeních v evropských zemích (1999 a 2009)

	Přenocování (v tis.)				Přenocování zahraničních návštěvníků (v tis.)				
	2009		změna 99/09		2009		změna 99/09		Podíl (v%)
	počet	v %	abs.	v %	počet	v %	abs.	v %	
EU-27	1510529	100,0	94001	6,2	670814	100,0	47008	7,0	44,4
EU-15	1378680	91,3	167462	12,1	601244	89,6	38687	6,4	43,6
Belgie	15937	1,1	2537	15,9	10333	1,5	584	5,7	64,8
Dánsko	9966	0,7	1199	12,0	4258	0,6	-92	-2,2	42,7
Německo	216228	14,3	30897	14,3	43472	6,5	12559	28,9	20,1
Irsko	26812	1,8	5547	20,7	18834	2,8	4507	23,9	70,2
Řecko	64292	4,3	9407	14,6	45926	6,8	4518	9,8	71,4
Španělsko	250985	16,6	20445	8,1	141228	21,1	-7808	-5,5	56,3
Francie	191741	12,7	28715	15,0	63837	9,5	-2493	-3,9	33,3
Itálie	246618	16,3	28145	11,4	106829	15,9	16593	15,5	43,3
Lucembursko	1282	0,1	53	4,1	1193	0,2	30	2,5	93,1
Nizozemsko	31481	2,1	2428	7,7	14429	2,2	-795	-5,5	45,8
Rakousko	80071	5,3	9707	12,1	57798	8,6	4675	8,1	72,2
Portugalsko	36457	2,4	3729	10,2	23214	3,5	-117	-0,5	63,7
Finsko	15127	1,0	2257	14,9	4198	0,6	927	22,1	27,8
Švédsko	25958	1,7	5251	20,2	6087	0,9	1571	25,8	23,4
Velká Británie	165725	11,0	17145	10,3	59608	8,9	4028	6,8	36,0
12 nových EU členů	134963	8,9	35085	26,0	73160	10,9	11909	16,3	54,2
Bulharsko	14054	0,9	7065	50,3	9378	1,4	5052	53,9	66,7
Česká republika	25341	1,7	2812	11,1	16013	2,4	4092	25,6	63,2
Estonsko	3499	0,2	2015	57,6	2555	0,4	1510	59,1	73,0
Kypr	12808	0,8	-3888	-30,4	11488	1,7	-4622	-40,2	89,7
Lotyšsko	2187	0,1	886	40,5	1588	0,2	870	54,8	72,6
Litva	2078	0,1	1158	55,7	1323	0,2	723	54,6	63,7
Maďarsko	14975	1,0	2240	15,0	7773	1,2	234	3,0	51,9
Malta	6740	0,4	-876	-13,0	6390	1,0	-1845	-28,9	94,8
Polsko	24514	1,6	12866	52,5	7478	1,1	3505	46,9	30,5
Rumunsko	16514	1,1	612	3,7	2582	0,4	622	24,1	15,6
Slovinsko	5918	0,4	1798	30,4	3684	0,5	1417	38,5	62,3
Slovensko	6335	0,4	781	12,3	2908	0,4	351	12,1	45,9
Ostatní	74626	4,9	11217	15,0	42768	6,4	7801	18,2	57,3
Island	1940	0,1	756	39,0	1554	0,2	692	44,5	80,1
Lichtenštejnsko	122	0,0	-2	-1,6	118	0,0	-4	-3,4	96,7
Norsko	17632	1,2	1106	6,3	4404	0,7	-804	-18,3	25,0
Švýcarsko	35589	2,4	3911	11,0	20138	3,0	1594	7,9	56,6
Chorvatsko	18607	1,2	5571	29,9	16085	2,4	6293	39,1	86,4
Makedonie	736	0,0	-125	-17,0	469	0,1	30	6,4	63,7

Zdroj: Eurostat, 2011, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/data/main_tables

Tab. 4: Základní relativní ukazatele ubytovací základny v zemích Evropy v roce 2009 (Hotely a podobná zařízení)

	počet obyvatel	zařízení/100 tis. obyv.	lůžka/1000 obyv.	lůžka/zařízení	Přenocování/obyv.			Přenocování/lůžko
					celkem	zahraniční	domácí	
EU-27	499,7	40,75	24,61	60,38	3,02	1,34	1,68	122,8
EU-15	396,4	46,39	27,35	58,94	3,48	1,52	1,96	127,2
Belgie	10,8	18,93	11,72	61,89	1,48	0,96	0,52	126,5
Dánsko	5,5	8,55	13,97	163,48	1,81	0,77	1,04	129,4
Německo	82,0	43,67	20,66	47,30	2,64	0,53	2,11	127,6
Irsko	4,5	81,44	36,63	44,98	6,03	4,23	1,79	164,5
Řecko	11,3	84,89	65,01	76,58	5,71	4,08	1,63	87,8
Španělsko	45,8	40,12	37,90	94,47	5,48	3,08	2,39	144,5
Francie	64,4	27,53	19,39	70,42	2,98	0,99	1,99	153,6
Itálie	60,0	56,57	37,11	65,59	4,11	1,78	2,33	110,7
Lucembursko	0,5	52,89	30,40	57,47	2,60	2,42	0,18	85,5
Nizozemsko	16,5	19,11	12,37	64,74	1,91	0,88	1,03	154,3
Rakousko	8,4	163,31	70,37	43,09	9,58	6,92	2,67	136,2
Portugalsko	10,6	18,71	25,78	137,83	3,43	2,18	1,25	133,1
Finsko	5,3	16,28	22,53	138,41	2,84	0,79	2,05	126,1
Švédsko	9,3	21,41	23,98	112,01	2,80	0,66	2,15	116,9
Velká Británie	61,6	65,61	22,91	34,91	2,69	0,97	1,72	117,5
12 nových EU členů	103,3	19,12	14,10	73,72	1,31	0,71	0,60	92,6
Bulharsko	7,6	23,45	32,73	139,57	1,85	1,23	0,61	56,4
Česká republika	10,5	42,69	24,93	58,40	2,42	1,53	0,89	97,1
Estonsko	1,3	28,87	23,13	80,10	2,61	1,91	0,70	112,9
Kypr	0,8	87,72	105,41	120,17	16,07	14,42	1,66	152,5
Lotyšsko	2,3	19,94	11,06	55,43	0,97	0,70	0,26	87,5
Litva	3,3	11,34	7,16	63,16	0,62	0,39	0,23	86,6
Maďarsko	10,0	20,36	15,65	76,89	1,49	0,77	0,72	95,4
Malta	0,4	38,20	94,29	246,84	16,30	15,45	0,85	172,8
Polsko	38,1	7,44	5,82	78,28	0,64	0,20	0,45	110,4
Rumunsko	21,5	21,24	11,49	54,10	0,77	0,12	0,65	66,9
Slovinsko	2,0	32,82	21,65	65,97	2,91	1,81	1,10	134,5
Slovensko	5,4	24,46	13,67	55,89	1,17	0,54	0,63	85,6
Ostatní	77,5	10,27	8,06	78,52	0,96	0,55	0,41	119,4
Island	0,3	92,68	59,49	64,19	6,07	4,87	1,21	102,1
Lichtenštejnsko	0,0	115,20	28,10	24,39	3,43	3,32	0,11	122,0
Norsko	4,8	23,38	35,21	150,62	3,67	0,92	2,76	104,3
Švýcarsko	7,7	71,84	35,58	49,52	4,62	2,61	2,01	129,9
Chorvatsko	4,4	18,47	33,82	183,15	4,20	3,63	0,57	124,0
Makedonie	2,0	7,27	5,86	80,54	0,36	0,23	0,13	61,3

Zdroj: Eurostat, 2011, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/data/main_tables, vlastní výpočty

Komplexní pohled na konkurenční pozici České republiky v rámci Evropy i světa podává tzv. Travel & Tourism Competitiveness Index publikovaný Světovým ekonomickým fórem (WEF, 2011). Tento index hodnotí konkurenceschopnost na základě multifaktorového srovnávání asi 130 zemí. Vychází především z objektivních dat, i když se subjektivním hodnocením nevyhýbá (hlavně stanovování vah indexu, popř. dílčí vstupy). Index se skládá ze tří základních podindexů (Index A – Regulační prostředí pro rozvoj cestovního ruchu, Index B – Obchodní prostředí a infrastruktura, Index C – Lidské, kulturní a přírodní zdroje),

pro které jsou dále definovány dílčí ukazatele. Celkově sleduje 14 oblastí (blíže viz World Economic Forum, 2011).

Ze studie vyplývá, že Evropa je velmi konkurenčním prostředím. V první 50 zemí celkového pořadí figuruje 28 zemí z Evropy. Navíc v první desítce se objevují pouze dvě mimo evropské země – USA a Kanada. Žebříček vede dlouhodobě Švýcarsko, následované Německem, Francií a Rakouskem. Česká republika se celosvětově nachází na 31. pozici, v Evropě pak na 22. místě (oproti roku 2009 zhoršení o 5, resp. v Evropě o 4 místa). Nejlepší hodnocení dosáhla v indexu regulačního rámce pro CR (hodnota 5,3; 26. místo; zhoršení), dále v indexu obchodní prostředí a infrastruktura (4,6; 37. místo; zlepšení), nejnižší pak v indexu lidské, kulturní a přírodní zdroje (4,5; 31. místo, zlepšení). V dílčích indexech se nejhůře ČR umístila v oblasti vstřícnosti k cestovnímu ruchu (105. místo), přírodních zdrojů (87. místo), cenové konkurenceschopnosti (77. místo) a upřednostňování CR (74. místo).

Shrnutí a budoucí trendy

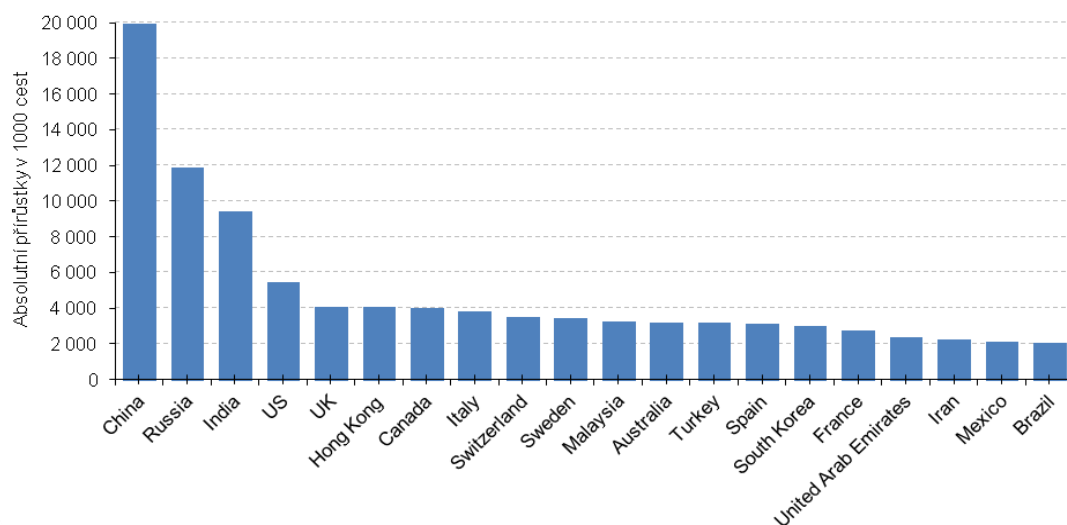
Česká republika se nachází ve vysoce konkurenčním prostředí dané její polohou a strukturou poptávky. ČR sousedí nebo je geograficky velmi blízkou zemí státům, které patří svojí nabídkou CR a podnikatelským a institucionálním prostředím mezi světovou špičku. Tato skutečnost vytváří tlak na pozici ČR v Evropě.

Čelit konkurenčním tlakům může ČR pouze tehdy, jestliže bude neustále inovovat svoji nabídku CR, zefektivňovat procesy uvnitř odvětví a vycházet vstříc spotřebnímu chování budoucích účastníků cestovního ruchu. Tento úkol může naplnit pouze tehdy, jestliže bude reagovat na nové poptávkové i nabídkové trendy v cestovním ruchu.

Nové vs. staré trhy cestovního ruchu

Změny spotřebního chování a preferencí jsou jedním z kritických faktorů tohoto procesu. Turistická poptávka se dramaticky mění, ať už jde o velikost, charakter, polohu či vlastní chování. Prognózy UNWTO předpokládají, že v roce 2020 dosáhne mezinárodní cestovní ruch objemu 1,6 mld. příjezdů. To je téměř dvojnásobek současné hodnoty. Zároveň je zřejmé, že zdroje tohoto růstu se přesouvají mimo Evropu směrem do Asie. Čína, Indie a další se postupně stanou hlavními generátory světové poptávky.

Graf 9: Prognóza budoucích přírůstků k výjezdovému cestovnímu ruchu 2010 – 2015



Zdroj: Euromonitor Int., 2011

Tento proces se sebou přinese i změny na straně spotřebního chování a nutnost vytvářet nové produkty pro nové trhy. Již dnes je patrná vysoká aktivita vybraných destinací, které stále intenzivněji bojují o čínské zákazníky.

Nepůjde však pouze o nové trhy a nové klienty s odlišnými spotřebními návyky. Změnou prochází i charakter současných návštěvníků. Populace tradičních zdrojových zemí (VB, Německo, Nizozemí, USA, atd.) má stále více zkušeností s cestováním a díky tomu je i stále náročnější. Orientace na kvalitu služeb, nabídka jedinečných zážitků a absolutní dostupnost správných informací jsou faktory, které budou určovat úspěšnost destinací cestovního ruchu.

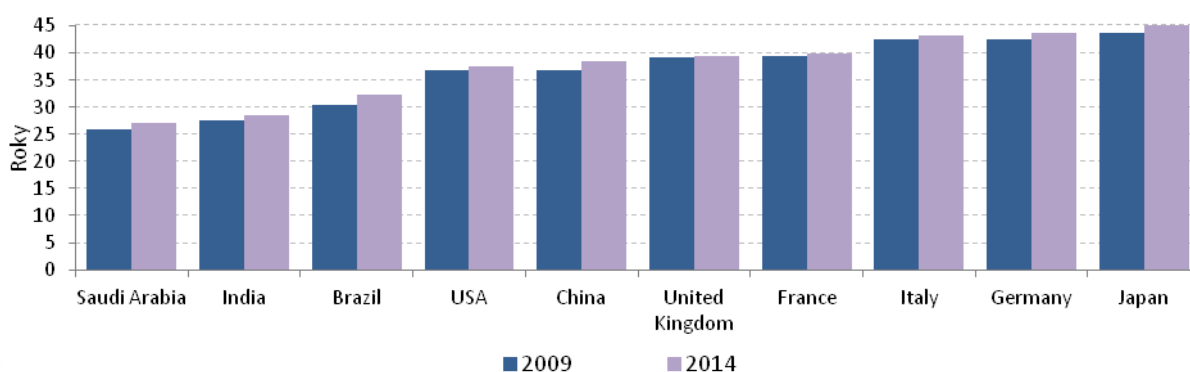
Dostupnost destinací

V uplynulých 15 letech byly výkony evropského cestovního ruchu významně taženy rozvojem nízkonákladových leteckých aerolinek a v důsledku i zlepšující se dostupností nových evropských destinací. Cenová a časová dostupnost mnoha lokalit vedla k dynamickému rozvoji městského a kulturního cestovního ruchu. Z tohoto trendu těžila jak nejvýznamnější evropská střediska cestovního ruchu (Londýn, Paříž, Řím, Berlín, Barcelona, Praha), tak do té doby globálně neobjevená města hlavně východní Evropy. Rozvoj cenově dostupného leteckého spojení nebyl záležitostí pouze měst, ale i některých horských středisek či přímořských letovisek. Z uvedeného plyne, že zásadním klíčem k rozvoji cestovního ruchu je dopravní dostupnost spojená i s dostupností informační (marketingové aktivity).

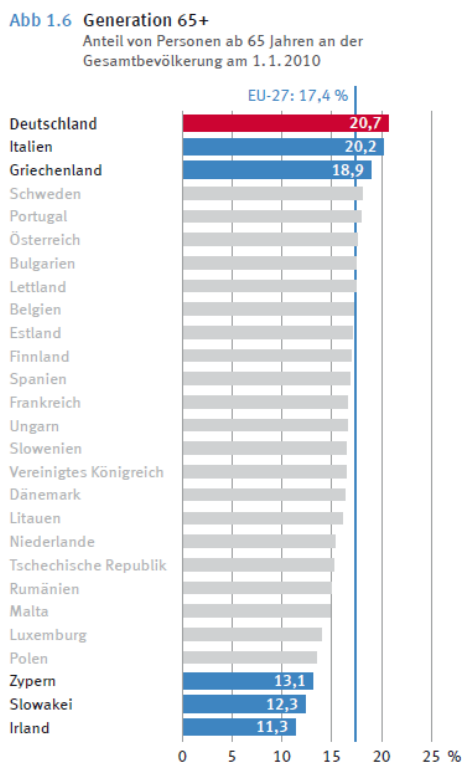
Demografické trendy

Na změnu spotřebního chování budou mít vliv i demografické trendy. Velmi důležitým procesem je zde stárnutí populace vyspělé Evropy (viz níže uvedené grafy). Segment seniorů s jejich specifickými potřebami bude narůstat. Tržní hodnota tohoto segmentu však není v budoucnu zcela jednoznačná. Rizika je třeba hledat ve stavu evropských veřejných rozpočtů a v jejich schopnosti zajistit dostatečně vysoký důchod. Stejně tak některé administrativní (prodlužování produktivního věku), či sociální (pozice seniora v životním cyklu domácnosti, krize institutu rodiny, apod.) okolnosti mohou dnes poněkud stereotypní pohled na seniory změnit.

Graf 10: Průměrný věk populace ve vybraných zemích světa – 2009/2014



Zdroj: Euromonitor Int., 2011

Graf 11: Populace 65+

Zdroj: *Im Blickpunkt - Ältere Menschen in Deutschland und der Europäischen Union (EU)*, SBD

V evropské společnosti se však mění i postavení mladé generace (Buhalis, D.& Costa, C., 2007). Touha poznávat něco nového je u mladé generace daleko silnější než u běžné populace. Omezení na straně finančních zdrojů jsou díky zabezpečení rodičů stále slabším faktorem. Jestliže k tomu přičteme i globálnější charakter vzdělávání (různé výměnné vzdělávací programy), je sklon k cestovní stále silnější. Svoji roli zde hrají i navazování nových kontaktů v zahraničí. Segment návštěv přátel a příbuzných (VFR) je dalším zdrojem budoucího růstu. Globalizace ekonomiky, internacionalizace pracovního prostředí, větší míra pracovní migrace, rozvoj sociálních sítí na internetu jsou všechno faktory, které budou tento segment podporovat.

Zelený cestovní ruch

Spotřební preference se v posledních letech orientují na „zelené“ produkty. Cestovní ruch není výjimkou. Ubytovací zařízení, dopravci, cestovní kanceláře i destinace cestovního ruchu se snaží vytvářet a nabízet svoje služby tak, aby minimalizovali vliv svých aktivit na životní prostředí. Popularita šetrných forem cestovního ruchu roste, nicméně velmi diferencovaně. Německý, rakouský, nizozemský či skandinávský návštěvník je k životnímu prostředí daleko senzitivnější než návštěvníci z jihu Evropy či Balkánu. Nicméně snaha poskytovatelů služeb v cestovním ruchu natřít své produkty a služby na zeleno je zřejmá. Roste počet subjektů začleněných do různých environmentálně orientovaných certifikačních systémů, vzniká celá řada iniciativ založených na udržitelném cestovním ruchu (např. Síť evropských geoparků podporovaných UNESCO). Různě pojímaný segment šetrného cestovního ruchu bude v budoucnu zajisté růst.

Informační a komunikační technologie

Rozvoj informačních a komunikačních technologií je další hnací silou evropského cestovního ruchu. Projevuje se jak na poptávkové, tak nabídkové straně trhu. Informační technologie mění způsob myšlení, spotřební návyky a dnes i sociální vazby. Cestovní ruch patří k odvětvím, kde ICT hrají výraznou roli. Je odvětvím s vysokou flexibilitou a rychlostí implementace nových technologií. Přesto existuje řada oblastí, kde by informační technologie mohly posunout cestovní ruch ještě dál. Mnoho destinací si to uvědomuje. Investice do nových technologií v souvislosti s tvorbou produktů cestovního ruchu a jejich marketingem rostou geometrickou řadou. Např. Rakousko využívá těchto technologií k efektivnějším marketingovým aktivitám, investuje do nových komunikačních kanálů (sociální sítě), realizuje elektronizaci organizačních procesů apod. Internet přispívá ke zkracování nákupního cyklu (od zájmu, přes rozhodnutí až po vlastní realizaci cesty), snižování informační nejistoty o cílových destinacích, úsporám nákladů a vede k větší individualizaci poptávky.

Organizační struktura a řídicí procesy

Evropské destinace cestovního ruchu, jakož i národní a regionální vlády přistupují k cestovnímu ruchu stále sofistikovaněji. Na základě poznatků o charakteru a povaze produktu cestovního ruchu je zřejmý kontinuální tlak na propojování a síťování aktérů cestovního ruchu. Tyto procesy jsou stále častěji postaveny na obchodně orientovaných principech. Důraz je kladen na stále větší zapojování podnikatelské sféry a maximalizaci synergických efektů vzájemné spolupráce. Řídicí procesy jsou zaměřeny na měřitelné výkony s jasně danou zodpovědností. Kvalitě institucí veřejné správy je věnována také velká pozornost.

Nové produkty cestovního ruchu

V produktové nabídce musí Evropa i ČR reagovat na kvalitativní posun v preferencích současných a budoucích spotřebitelů. Nové produkty musí založeny na výjimečných a dlouhodobě zapamatovatelných zážitcích. Vždy půjde o pestrou kombinaci nejrůznějších aktivit a prožitků. Destinace a poskytovatelé služeb také musí počítat s individualizací preferencí a díky tomu i se specializací a diferenciací nabídky. Životní cyklus produktu se zkracuje, což povede k častější a intenzivnější inovační činnosti. Dalším charakteristickým znakem nových produktů cestovního ruchu je jejich autentičnost a důraz na z místních zdrojů aktivizované prvky nabídky (začleňování místních komunit do tvorby produktu – místní producenti, původní tradice a folklór, apod.).

Literatura

- [1] Buhalis, D.- Costa, C. (2007): Tourism business frontiers: consumers, products and industry, Butterworth-Heinemann,
- [2] BMWFJ (2011): Lagebericht 2010: Bericht über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2010
- [3] Cestovní ruch – Časové řady (www.czso.cz)
- [4] Cestovní ruch – Satelitní účet cestovního ruchu (www.czso.cz)
- [5] Euromonitor Int. (2010): Is European inbound tourism in an irreversible decline?
- [6] Euromonitor Int. (2010): Travel and Tourism in an Increasingly Polarised World
- [7] Euromonitor Int. (2009): Regional Focus: Uncertain outlook for Western European tourism
- [8] Euromonitor Int. (2009): Global Travel and Tourism: Learning Lessons – The Impact of Economic Instability

- [9] Eurostat (2010): Tourism statistics in the European Statistical System 2008. Methodologies and working papers, Luxembourg: Publications Office of the European Union ISSN 1977-0375
- [10] Eurostat (2011): Hotels and similar establishments,(tabulková sestava), http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/data/main_tables
- [11] Eurostat (2011): Arrivals in hotels and similar establishments,(tabulková sestava), http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/data/main_tables
- [12] Eurostat (2011): Nights spent in hotels and similar establishments,(tabulková sestava), http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/data/main_tables
- [13] Hellerová, A. (2010): Cestovní ruch v České republice od počátku ekonomické krize. In: 1. Mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu (sborník příspěvků). Pavlov, září 2010. ESF 2010, s. 22-29.
- [14] Keller, P. (2006): "Towards an Innovation-Oriented Tourism Policy: A New Agenda?", in: Walder, B., et al. (Hrsg.), Innovation and Product Development in Tourism, Erich Schmidt-Verlag, Berlin, 2006, S. 55-70.
- [15] Lagebericht 2010 (Bericht über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2010). Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend. Wien. 77 S.
- [16] Palatková, M. (2011): Mezinárodní cestovní ruch. Praha. Grada Publishing . ISBN 978-80-247-3750-8
- [17] SBD (2011): Im Blickpunkt - Ältere Menschen in Deutschland und der Europäischen Union (EU)
- [18] Smeral, E. (2010): Tourismusstrategische Ausrichtung 2015 – Wachstum durch Strukturwandel. Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung
- [19] TourismusBank. Österreichische Hotel- und TourismusBank Gesellschaft m.b.H. 2011. Wien 2011. 11 S.
- [20] UNWTO (2007): Tourism Highlights 2006, Madrid.
- [21] UNWTO (2011): Tourism Highlights 2011, Madrid. <http://www.unwto.org/facts/menu.html>
- [22] Walder B., Weiermair K., Pérez S. A. (2006): Innovation and product development in tourism: creating sustainable competitive advantage, Erich Schmidt Verlag GmbH &
- [23] World Economic Forum (2011): The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 - Beyond the Downturn, Geneva, http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf
- [24] World Economic Forum (2009): The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 - Managing in a Time of Turbulence, Geneva
- [25] WTTC (2011): Economic Data Search Tool. Tourism Satellite Accounting. http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Data_Search_Tool/

Kontaktní údaje:

Ing. Martin Šauer, Ph.D.
Masarykova univerzita
Ekonomicko-správní fakulta
Katedra regionální ekonomie a správy
Lipová 41a
602 00 Brno
E-mail: sauer@econ.muni.cz

SYSTÉM ZPRACOVÁNÍ REGIONÁLNÍCH STRATEGICKÝCH DOKUMENTŮ CESTOVNÍHO RUCHU V ČR A JEHO INSTITUCIONÁLNÍ ZABEZPEČENÍ

Processing system of regional strategic documents of tourism in the Czech Republic and its institutional arrangements

Petr Štumpf

Abstrakt

Strategické a programové dokumenty cestovního ruchu jsou v dnešní době významným nástrojem strategického plánování rozvoje destinace a představují základ koncepce udržitelného rozvoje cestovního ruchu ve vymezeném území. Systém tvorby těchto dokumentů v České republice na regionální (krajské) úrovni není jednotný a systematický. Zpracování dokumentů tohoto charakteru je v mnohých případech ponecháno pouze na zpracovateli, který nemusí vždy disponovat dostatečnými znalostmi a zdroji informací z oboru cestovního ruchu a destinačního managementu a marketingu. Následně vznikají dokumenty, podle kterých nemohou výkonné orgány kraje provádět jednoznačná strategická rozhodnutí v oblasti cestovního ruchu. Příspěvek poskytuje informace o současném systému zpracování rozvojových dokumentů v České republice na úrovni krajů v kontextu s turistickými regiony včetně zasazení do systému na vyšší (národní) a nižší (municipální) úrovni. Dále uvádí, které orgány institucionálně zabezpečují tvorbu těchto dokumentů a jaké jsou obecné postupy při jejich tvorbě, implementaci a vyhodnocování.

Klíčová slova

cestovní ruch, kraj, destinační management, destinační plánování, destinační strategie, strategický dokument

Abstract

Strategic and programming tourism documents are nowadays an important tool of destination strategic planning and represent a basis for the concept of sustainable tourism development in a defined area. Processing system of the documents at the regional level in the Czech Republic is not unified and systematic. The processing of the documents is in many cases left only up to the processor, which may not always have sufficient knowledge and information sources in the field of tourism and destination management and marketing. Subsequently are generated the documents by which the regional executive bodies cannot make clear strategic decisions in the field of tourism. This paper provides information about current processing system of the developing documents in the Czech Republic at the regional level in the context of tourist areas, including placement in the system at higher (national) and lower (municipal) level. It is also stated which authorities ensure the creation of these documents and what are the general procedures for their creation, implementation and evaluation.

Key words

tourism, region, destination management, destination planning, destination strategy, strategic documentation

Úvod

Strategické a programové dokumenty cestovního ruchu jsou v dnešní době významným nástrojem strategického plánování rozvoje destinace a představují základ koncepce udržitelného rozvoje cestovního ruchu ve vymezeném území. Systém tvorby těchto dokumentů v České republice na regionální (krajské) úrovni není jednotný a systematický. Zpracování dokumentů tohoto charakteru je v mnohých případech ponechána pouze na zpracovateli, který nemusí vždy disponovat dostatečnými znalostmi a zdroji informací z oboru cestovního ruchu a destinačního managementu a marketingu. Následně vznikají dokumenty, podle kterých nemohou výkonné orgány kraje provádět jednoznačná strategická rozhodnutí v oblasti cestovního ruchu. Příspěvek poskytuje informace o současném systému zpracování rozvojových dokumentů v České republice na úrovni krajů v kontextu s turistickými regiony včetně zasazení do systému na vyšší (národní) a nižší (municipální) úrovni. Dále uvádí, které orgány institucionálně zabezpečují tvorbu těchto dokumentů a jaké jsou obecné postupy při jejich tvorbě, implementaci a vyhodnocování.

Literární přehled

Literární přehled tvoří teoretický základ pro analýzu současného systému zpracování rozvojových dokumentů cestovního ruchu v České republice na regionální úrovni a je členěn do 3 celků, které mají logickou návaznost na zpracovávané téma, definují základní pojmy a nahlíží na dané téma z aspektu regionálního rozvoje v návaznosti na cestovní ruch, destinačního plánování a destinačních strategií a přibližuje tvorbu strategických a programových dokumentů cestovního ruchu v ČR.

Regionální rozvoj a cestovní ruch

Region

Podle zákona 248/2000 Sb. o podpoře regionálního rozvoje se regionem rozumí územní celek vymezený pomocí administrativních hranic krajů, okresů, obcí nebo sdružení obcí. Takto obecně je region definován z hlediska rozvoje, který je podle tohoto zákona v daném území podporován.

Lacina (2007) považuje za region v nejobecnějším pojetí jakýkoliv územní celek, který je podle jednoho či více kritérií vyčlenitelný z širšího území, jenž je pomocí těchto znaků vymezován pro konkrétní účel, či jemuž v uspořádání území přísluší konkrétní funkce. V tomto smyslu se region uplatní i jako alternativa k termínům lokalita, okrsek a dalším, označujícím v zásadě již dále nedělené územní jednotky. Konkrétnější definici pojmu nabízí např. Bartoš (1996, s. 127), který rovněž chápe region jako obecný název pro menší, územně ohraničené jednotky určitého většího prostorového nebo územního celku, kterým myslí svět, světadíl či jednotlivé země. Toto širší pojetí je pak ve společenských vědách většinou specifikováno a zúženo na označení tzv. středně velkých územně rozložených a vymežitelných jednotek uvnitř státu, tedy na jednotky s rozlohou menší než stát a větší než jednotlivé lokality a základní sídelní správní jednotky – obce.

Wokoun, Malinovský et al. (2008, s. 283) se podrobně zabývají typologií a významem regionů a rozlišují regiony deskriptivní a normativní:

- *Deskriptivní regiony* se vymezují na základě situační analýzy a dále se dělí na homogenní a heterogenní. Homogenní regiony jsou vymezeny na základě výskytu určitých reprezentativních jevů, heterogenní regiony se pak vyznačují především relativní autonomií své komplexní integrity.
- *Normativní regiony* pak vznikají politickým rozhodnutím na základě požadavků legislativy nebo exekutivy, tedy administrativně správní územní jednotky.

Boháčková a Hrabánková (2009, s. 89) uvádějí význam jednotného vymezení regionů v Evropské unii. Pro efektivní regionální politiky v rámci Evropské unie je zásadní otázkou zajištění srovnatelných dat za jednotlivé regiony na různých úrovních. Jednotné vymezení územních jednotek, které vypracoval Statistický úřad Evropského společenství Eurostat v roce 1986 pod názvem Systematizace územních statistických jednotek NUTS (Nomenclature Unit of Territorial Statistics), rozděluje celé území Evropské unie v rámci jednotlivých členských států na srovnatelné územní celky. Klasifikace je hierarchická, kde rozhodujícím kritériem pro zařazení do příslušné úrovně NUTS je počet obyvatel. Největší územní celky (celé území členských států, představují NUTS I, tyto se pak dělí na menší regiony NUTS II, ty pak dále na NUTS III. O dalším členění NUTS III na nižší jednotky již rozhodují samostatně členské státy. Česká republika je pak podle tohoto členění rozdělena následovně:

- NUTS I – Česká republika
- NUTS II – 8 tzv. regionů soudržnosti
- NUTS III – 14 krajů

Destinace cestovního ruchu

Podle Světové organizace cestovního ruchu UNWTO je za destinaci považováno místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami CR, které si účastník CR nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh. (Dostupné z <http://www.unwto.org>). Z geografického hlediska vymezují destinaci rovněž Horner a Swarbrook (2003, s. 289), kteří uvádějí, že destinace cestovního ruchu existují na různých geografických úrovních, které jsou spolu ve vzájemných vztazích. Novacká (2010, s. 25) nahlíží na destinaci z aspektu produktu cestovního ruchu, který tvoří soubor služeb v určitém prostředí s cílem uspokojit potřeby účastníka cestovního ruchu. Prostor se tak stává neoddelitelnou součástí produktu cestovního ruchu a v určitém vymezeném prostoru vytváří destinaci. To potvrzuje i Palatková (2007, s. 16), která považuje za destinaci svazek různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu místa nebo oblasti. Rodríguez-Díaz a Espino-Rodríguez (2008, s. 368) považují destinaci cestovního ruchu za otevřený systém, který jako celek určuje nabídku schopnou zaujmout návštěvníky. McKercher (1999) nebo Farrell a Twining-Ward (2004) jdou v definici destinace ještě dál, když definují destinaci cestovního ruchu jako komplexní, přizpůsobivý systém, ve kterém se generuje množství vzájemných vztahů v enviromentální, sociální, přírodní a ekonomické oblasti. Z jiného pohledu pak na destinaci nahlízejí Bornhorst, Ritchie a Sheehan (2009, s. 572), kteří v procesu uspokojování potřeb zákazníka prostřednictvím cestovního ruchu považují za zásadní si uvědomit, že destinace cestovního ruchu je v tomto ohledu primárním předmětem studia a manažerských činností. Tito autoři pak uvádějí další definice destinace cestovního ruchu z různých úhlů pohledu, např. *geografický region, politická jurisdikce či významná atraktivita, které se snaží poskytnout návštěvníkům uspokojení a zapamatovatelný zážitek z návštěvy*, z pohledu návštěvníka je pak destinací cestovního ruchu *místo, které se nachází mimo místo jejich trvalého pobytu*. Bornhorst, Ritchie a Sheehan dále uvádějí, že namísto geografického vymezení, které definuje destinaci běžně jako ohrazení jednotlivých politických jurisdikcí jako je země/stát, oblast, město/obec nebo městský stát, je pak z hlediska koncepčního a manažerského efektivnější pohlížet na destinaci jako na takový geografický region, ve kterém se nachází potřebné množství nebo požadovaný soubor atraktivit, které jsou schopné poskytnout návštěvníkům takové zážitky, které je do destinace nalákají za účelem realizace cestovního ruchu.

Z aspektu trhu cestovního ruchu pak Palatková (2007, s. 17) a Bartl a Schmidt (1998, s. 3) považují destinaci cestovního ruchu za vzájemně si konkurující jednotky, jejichž společným cílem je prodej služeb v destinaci. Rozvoj a prodej destinace musí být obezřetně řízen. V této souvislosti vyjadřuje zajímavý pohled Bieger (2008, s. 93), který nahlíží na destinaci jako na virtuální podnik. V nejrůznějších odvětvích, a v cestovním ruchu především, nezávisí řetězec služeb v destinaci na jednotlivých podnicích, nýbrž na celé podnikatelské síti. Jak dále Bieger podotýká, u destinace jako virtuálního podniku se jedná o síť právně samostatných, ale ekonomicky vázaných podnikatelských subjektů. Tyto subjekty pak společně tvoří komplexní řetězec a zajišťují poskytování služeb na bázi společných zdrojů.

Destinační plánování a strategie

Destinační plánování

Bieger (2008, s. 67) v oblasti plánování destinace uvádí dva body, které jsou významné pro její rozvoj. Těmito body jsou (1) zpracování výhledu rozvoje (Entwicklungsleitbild) a (2) zpracování destinační strategie. Otázkou podle Biegera zůstává, zda tyto a další úkoly destinace zajišťuje jedna nebo více organizací uvnitř destinace, nebo zda jsou outsourcovány vnějšími subjekty. Bieger (2008, s. 285) se dále věnuje problematice destinačního plánování a k tomu potřebných nástrojů a definuje *výhled-vizi rozvoje cestovního ruchu* (Tourismusleitbild) a *destinační strategii* (Destinationstrategie).

Dále uvádí, že tyto rozvojové nástroje cestovního ruchu nemohou stát samostatně, ale musí být zasazeny mezi nadřazené dokumenty a v hierarchii systému plánování podřízené podnikatelské plány. Dále uvádí, že nositeli destinačního plánování je zajišťováno na třech úrovních - politickými orgány, turistickou organizací a jednotlivými podnikatelskými subjekty. Na úrovni politických orgánů musí být koordinovány části obecné rozvojové vize-výhledu regionu (Entwicklungsleitbild) relevantní k oblasti cestovního ruchu a dále pak další související plány konkrétních oblastí (Richtpläne) regionálního rozvoje, které mají návaznost na oblast turismu (např. doprava, sportovní zařízení apod.). Na úrovni turistické organizace pak probíhá marketingové plánování destinace a plánování jednotlivých nabídek organizace cestovního ruchu. Na úrovni jednotlivých podnikatelských subjektů pak musí být koordinovány strategie těchto podniků a jejich příspěvek ke komplexní nabídce destinace. V průřezu mezi politickou (=normativní) úrovní a samotnou realizací konkrétních činností turistické organizace (=strategickou úrovní) a podnikatelských aktivit (=operativní úrovní) pak stojí *výhled-vize rozvoje cestovního ruchu* (Tourismusleitbild).

Rodríguez-Díaz a Espino-Rodríguez (2008, s. 379) chápou destinaci jako komplexní systém, který je potřeba důkladně plánovat a modelovat pro zlepšení všeobecného managementu destinace. Jejich model strategického zhodnocení destinace cestovního ruchu zahrnuje různé faktory ovlivňující konkurenceschopnost destinace, mezi které náleží geografický, environmentální a socio-kulturní faktor, veřejná infrastruktura, poskytovatelé služeb a politický faktor, které jsou základem pro definování jedinečnosti destinace a schopnosti zaujmout návštěvníky. Formica a Kothari (2008, s. 366) dodávají, že organizace cestovního ruchu mohou získat konkurenční výhodu právě pomocí precizního plánování a výběrem integrovaného modelu, který rozšíří hodnotový řetězec pro jejich zákazníky. Podle Soteriou a Coccossise (2010, s. 196) je pro strategické plánování v destinaci nezbytné integrování zásad udržitelného rozvoje a uvádějí způsob, jakým tyto zásady začlenit do strategického plánovacího procesu. Faktory, které ovlivňují integrování zásad udržitelného rozvoje, rozdělují do tří kategorií: (1) exogenní faktory (udržitelná strategie rozvoje), (2) organizační faktory (zdroje a komise pro vrcholový management) a (3) systémové faktory (funkční integrace, komplexnost, participace, nástroje, interní a externí orientace, vnímání udržitelnosti). Další z možností, jak v procesu strategického plánování pomoci destinaci cestovního ruchu k dosažení udržitelného rozvoje, prezentují Musil a Luštický (2010, s. 109).

Z jejich pohledu je důležitá důkladná analýza potenciálu destinace, její atraktivity, zatížení cestovním ruchem, včetně systematického monitoringu chování návštěvníků a následné využití těchto dílčích analýz jako podkladů pro zpracování komplexního modelu chování návštěvníků v destinaci.

Pro tvorbu strategických dokumentů krajů České republiky z hlediska marketingového plánování hraje důležitou roli význam marketingové koncepce destinace. Novacká (2003, s. 43) uvádí, že veškeré aktivity v oblasti marketing managementu destinace vyžadují koncepční přístup k rozvoji cestovního ruchu v rámci sledovaných destinačních oblastí, i přes jejich administrativní, regionální, státní a geografické vymezení. Význam marketingové koncepce cestovního ruchu pro marketingové plánování v oblasti incomingu (tzn. z pohledu destinace) podtrhuje rovněž Bieger (2008, s. 165) a Holešinská (2007, s. 33), kteří za stěžejní část celé koncepce považují vypracování marketingové strategie destinace. V podmínkách regionů České republiky je pro regionální autority více než důležité uvědomit si fakt, který zmiňují Prideaux a Cooper (2003, s. 48). Ti ve své studii řeší vztah mezi marketingem a růstem destinace a definují faktory, které ovlivňují schopnost destinace realizovat úspěšný marketing. Mezi tyto faktory řadí mj. rozvoj jediné organizace, zodpovědné za marketing destinace a profesionalizaci destinačních marketingových strategií.

Destinační strategie

Destinační strategie zaznamenaly podle Palatkové (2006, s. 29) v západní Evropě během posledních třiceti let v závislosti na úrovni poptávky značný posun. Od fáze rozvoje (=růstu poptávky), kdy byla prosazována koncepce „sblížení zájmů“ v cestovním ruchu, přes fázi zralosti (=stagnace poptávky) s využitím turistické platformy „tržní pozice“, až k fázi poklesu (=snižování poptávky), kdy se začala prosazovat destinační strategie „rozvoje a prosazování klíčových konkurenčních výhod“. Nutností se, jak dále přibližuje Palatková, stává úzká kooperace subjektů v regionu s cílem tvorby produktu a jeho prosazení namísto konkurenčního boje osamocených subjektů mezi sebou uvnitř destinace a jejich neschopnosti prosadit se na trhu samostatně.

Formica a Kothari (2008, s. 357) přibližují současný trend, kdy formulace destinační strategie přímo souvisí s prognózováním budoucích událostí a jejich následného dopadu na destinaci. Cílem strategie destinace je podle Biegra (2008, str. 363) vybudování a udržení její konkurenceschopnosti na trhu cestovního ruchu. Podává informaci o tom, jak může dosáhnout trvalé konkurenční výhody prostřednictvím identifikace, rozvoje a využití klíčových kompetencí, jak se může vyprofilovat na trhu a na jakých trzích se chce prezentovat prostřednictvím jakých produktů. Pro příští období definuje Palatková (2006, s. 41) jako základ úspěšné strategie stále prosazování konkurenčních výhod (klíčových produktů) destinace ve smyslu jedinečného spojení schopností, a technologií vzniklých na základě kolektivního procesu učení a nabývání vědomostí a znalostí, vyznačujících se vysokou mírou nadčasovosti, hodnoty pro klienta, synergií s ostatními konkurenčními výhodami a nízkou mírou transformovatelnosti. Jinak řečeno destinační strategie musí identifikovat základní konkurenční výhody a kombinovat je tak, aby vznikaly inovace a nové produkty. Destinace se tak stává určitým druhem holdingu zajišťujícího komplexní řetězec služeb. Významná je skutečnost, že destinační strategie nepřináší jen prospěch jen turismu, ale celému regionu (zaměstnanost, infrastruktura, investice apod.). Dlouhodobá klíčová konkurenční výhoda pak musí být vhodně kombinována s krátkodobými konkurenčními výhodami (např. s rozvojem technologií).

Strategické a programové dokumenty cestovního ruchu

Podle Biegra (2008, s. 290) byl ve fázi růstu turismu jako nástroj plánování prosazován primárně obecný strategický dokument, který nebyl příliš konkrétní a obsahoval pouze vágně definované směry rozvoje cestovního ruchu v destinaci. Z těchto dokumentů pak vycházely marketingové koncepce. Vystoupil et al. (2007) uvádí některá specifika, která se vyskytují v problematice rozvojových dokumentů cestovního ruchu v České republice, a to např. *v případě dlouhodobého časového horizontu, kdy dochází ke splynutí koncepce a plánu, tj. koncepce se stává podrobnější a přebírá na sebe i požadované vlastnosti plánu, zvláště při formulaci odpovědi na otázky co, kdo, kdy a kde*. V současné době tak dochází v ČR ke sblížení strategických a programových dokumentů, ale i marketingových koncepcí. Problematikou tvorby strategických a programových dokumentů cestovního ruchu v České republice se podrobně zabývá právě Vystoupil et al. (2007), částečně pak rovněž Holešinská (2007).

Základní terminologie

Vystoupil et al. (2007, s. 7) definuje pojmy strategický dokument, programový dokument a (realizační) plán. Strategickým dokumentem je strategie (strategický plán či prognóza), která napomáhá systematicky organizovat a řídit změny v území.

Programové dokumenty jsou pak chápány jako střednědobé (taktické) prováděcí dokumenty, které naplňují obecnou rozvojovou strategii. **Program** je střednědobý (taktický) dokument k podpoře určité oblasti zájmu (např. rozvoj cestovního ruchu). Definuje přístup instituce k dané oblasti zájmu, tedy konkretizuje strategické cíle a rozvojové aktivity ve formě konkrétních opatření a projektů, určuje jejich nositele a stanoví způsob financování a implementace (...) Ze soustavy strategických a programových dokumentů vyplývá, že strategie má obecnější charakter a program je možné považovat za jakýsi nástroj dosažení/naplnění široce definovaných cílů ve strategii. (Vystoupil et al. 2007, s. 8)

Posledním uvedeným termínem v hierarchii rozvojových dokumentů destinace je krátkodobý realizační plán. **Plán** je zcela konkrétním nástrojem řízení, jehož úkolem je odpovědět jednoznačně na otázky co, kdo, kdy a kde má udělat, aby cíle koncepce měly naději na to, že budou dosaženy. (Vystoupil et al. 2007, s. 8)

Holešinská (2007, s. 73) stručně definuje obsah strategického dokumentu destinace (strategie rozvoje cestovního ruchu), který se skládá ze dvou hlavních částí – analytické a návrhové. *Analytická část* strategie se zaměřuje na analýzu vnitřního a vnějšího prostředí zkoumaného území. *Návrhová část* pak vychází z analytické části, na základě které jsou definovány strategické oblasti rozvoje cestovního ruchu v destinaci. Těm však předchází formulace *vize*, tedy všeobecně akceptované představy o budoucím stavu v předem definovaném časovém horizontu.

Cíl a metodika

Cílem tohoto příspěvku je definování současného systému zpracování rozvojových dokumentů cestovního ruchu v České republice ve vztahu k obecné rozvojové dokumentaci a regionálnímu členění České republiky. Prostřednictvím sekundárních dat, především souvisejících zákonů, platných rozvojových dokumentů a dalších odborných a vědeckých publikací, bylo analyzováno institucionální zabezpečení tvorby, implementace a vyhodnocování rozvojových dokumentů cestovního ruchu s akcentem na regionální (krajskou) úroveň. Pro doplnění potřebných údajů byla realizována strukturovaná interview s významnými odborníky, kteří se podíleli či podílejí na rozvoji cestovního ruchu v České republice či konkrétně na tvorbě a implementaci strategických dokumentů cestovního ruchu.

Na základě analýzy těchto dat pak byly formulovány obecné závěry a navržena opatření, která povedou k optimalizaci systému tvorby, implementace a vyhodnocení regionálních rozvojových dokumentů cestovního ruchu a koordinaci s tím souvisejících procesů.

Regionální rozvoj a cestovní ruch v ČR

Kraje a turistické regiony ČR

Kraj

Po znovuzavedení krajů jako územních samosprávných celků, které je vymezeno zákonem o krajích č. 129/2000 Sb. a který nabyl platnosti dne 1. ledna 2001, je Česká republika rozdělena do 14 krajů včetně Hlavního města Prahy. Kraje ČR odpovídají ve výše uvedené jednotné evropské klasifikaci územních jednotek regionům na úrovni NUTS III. Podle výše uvedeného zákona je kraj *územním společenstvím občanů, které má právo na samosprávu*, dále pak je definován jako *veřejnoprávní korporace, která má vlastní majetek a vlastní příjmy vymezené zákonem a hospodaří za podmínek stanovených zákonem podle vlastního rozpočtu a pečuje o všestranný rozvoj svého území a o potřeby svých občanů*. Kraj spravuje své záležitosti samostatně (tzn. v „samostatné působnosti“), státní správu, jejíž výkon byl zákonem svěřen orgánům kraje, vykonávají orgány kraje jako svou přenesenou působnost. Kraj je při výkonu státní správy správním obvodem. Kraj při výkonu samostatné působnosti a přenesené působnosti chrání veřejný zájem.

Česká republika je rozdělena do následujících krajů:

- | | | |
|-----------------------|-------------------------|----------------------|
| 1. Hlavní město Praha | 6. Královehradecký kraj | 11. Plzeňský kraj |
| 2. Jihočeský kraj | 7. Liberecký kraj | 12. Středočeský kraj |
| 3. Jihomoravský kraj | 8. Moravskoslezský kraj | 13. Ústecký kraj |
| 4. Karlovarský kraj | 9. Olomoucký kraj | 14. Zlínský kraj |
| 5. Kraj Vysočina | 10. Pardubický kraj | |

Obr.1: Kraje České republiky



Zdroj: www.czechtourism.cz

Turistický region

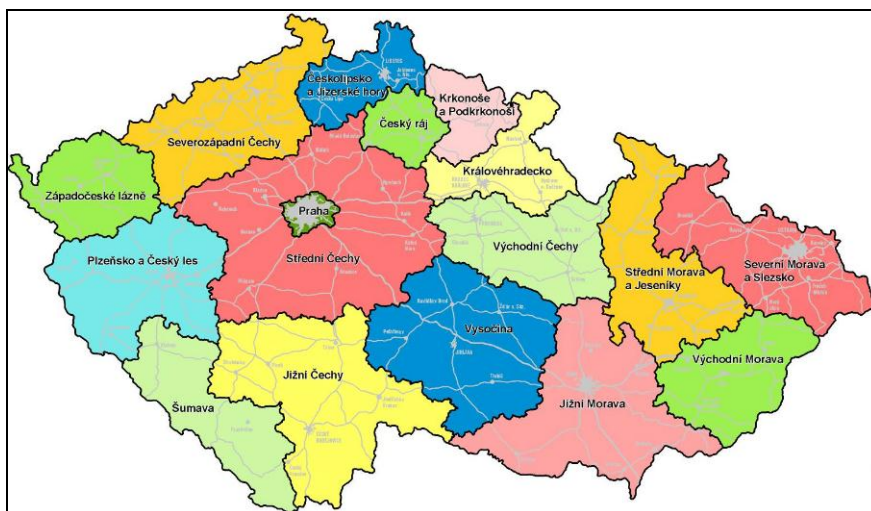
Turistický region je podle Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 až 2013 definován jako územní celek, jehož nabídka cestovního ruchu svým množstvím, kvalitou, rozmanitostí a atraktivitou vyvolává návštěvnost. Potenciál území vytváří vhodné předpoklady pro realizaci konkurenceschopné 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 České republiky. Mohou se členit na turistické oblasti.

Turistické regiony byly vymezeny v letech 1998 - 1999. Výsledkem bylo členění České republiky na 15 turistických regionů. V roce 2010 vešlo v platnost nové členění ČR na 17 turistických regionů. Přibyly dva nové turistické regiony (Východní Morava a Královehradecko), došlo ke změně názvů (např. Český Sever – Českolipsko a Jizerské hory). (dostupné z <http://www.czechtourism.cz>).

Česká republika je rozdělena do následujících turistických regionů:

- | | | |
|-------------------------|--------------------------------|----------------------------|
| 1. Praha | 7. Severozápadní Čechy | 12. Východní Čechy |
| 2. Střední Čechy | 8. Českolipsko a Jizerské hory | 13. Vysočina |
| 3. Jižní Čechy | 9. Český ráj | 14. Jižní Morava |
| 4. Šumava | 10. Krkonoše a Podkrkonoší | 15. Východní Morava |
| 5. Plzeňsko a Český les | 11. Královehradecko | 16. Stř. Morava a Jeseníky |
| 6. Západočeské lázně | | 17. Sev. Morava a Slezsko |

Obr. 2: Turistické regiony České republiky



Zdroj: www.czechtourism.cz

Jak vyplývá z výše uvedených definic, **turistické regiony** v České republice plní především úlohu realizace marketingových aktivit ve vztahu k cestovnímu ruchu v rámci České republiky. **Kraje** pak jako územní samosprávné celky podle zákona pečují o všestranný rozvoj svého území (tedy rovněž o strategický rozvoj cestovního ruchu), za který jsou také zodpovědné.

Vztah regionálního rozvoje a cestovního ruchu

Tato kapitola se na základě výše uvedené terminologie zabývá nejprve stručně charakteristikou regionálního rozvoje, dále pak jeho vztahem k rozvoji cestovního ruchu, jakým způsobem je cestovní ruch začleněn do všeobecného rozvoje regionu a jakou pozici zaujímá v rámci regionálního rozvoje v České republice s důrazem na krajskou úroveň.

Wokoun, Malinovský et al. (2008, s. 11) definuje **regionální rozvoj** ve dvou základních přístupech (1) praktickém a (2) akademickém. Dle praktického chápání, je regionálním rozvojem míněno vyšší využívání a zvyšování potenciálu daného, systematicky vymezeného území vznikající v důsledku prostorové optimalizace socioekonomických aktivit a využití přírodních zdrojů. Toto zvýšení a vyšší využití se projevuje v lepší konkurenceschopnosti soukromého sektoru, životní úrovni obyvatel a stavu životního prostředí. Akademický přístup chápe oproti tomu regionální rozvoj jako aplikaci nauk, zejména ekonomie, geografie a sociologie, řeší jevy, procesy a vztahy systematicky vymezeného území, které jsou ovlivněny přírodně-geografickými, ekonomickými a sociálními podmínkami v daném regionu. Oba přístupy jsou pak ve vzájemném vztahu k **regionální politice**, kdy akademické pojetí vytváří pro regionální politiku poznatky, které jsou následně využity pro praktické pojetí regionálního rozvoje.

Wokoun, Malinovský et al. (2008, s. 88) dále uvádějí vztah regionálního rozvoje a státní politiky, kdy regionální rozvoj je výrazně ovlivňován působením faktorů hospodářské, sociální a environmentální politiky, které nacházejí konkretizaci a specifický výraz právě v regionální politice. Jádrem všech politik je pak podle autorů politika hospodářská, která determinuje možnosti, bariéry a interaktivitu politik ostatních. Jednou z těchto politik je i **politika cestovního ruchu**. Wokoun, Malinovský et al. (2008, s. 205) řeší cestovní ruch jako jedno z nejdůležitějších světových ekonomických odvětví, které se stává stále významnějším faktorem regionálního rozvoje. Jedná se o oblast ekonomiky, která je významně fixována na místo (region) svého vzniku (destinaci cestovního ruchu), čímž podporuje stabilitu regionálních a místních ekonomik.

Regionální rozvoj v České republice, včetně vymezení hlavních oblastí podpory, upravuje zákon č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje. *Tento zákon stanoví podmínky pro poskytování podpory regionálnímu rozvoji s cílem vyváženého rozvoje státu nebo územního obvodu kraje, s tím související působnost správních úřadů, krajů a obcí a vytváří podmínky pro koordinaci a realizaci hospodářské a sociální soudržnosti.* Jednou z konkrétně vyjmenovaných oblastí podpory regionálního rozvoje v rámci zákona 248/2000 Sb. je **rozvoj cestovního ruchu** (§ 3, pís. d). Další oblasti podpory tvoří např. rozvoj podnikání, rozvoj lidských zdrojů, výzkum a technologický vývoj, zlepšování vybavení regionu infrastrukturou, zajištění dopravní obslužnosti a další.

Zákon 248/2000 Sb. dále definuje základní pojmy:

- *Strategie regionálního rozvoje*, kterou se rozumí střednědobý dokument, na období 3 - 7 let, který formuluje přístup státu k podpoře regionálního rozvoje, poskytuje potřebná východiska a stanovuje rozvojové cíle a zásady pro vypracování regionálních programů rozvoje
- *Státní program regionálního rozvoje*, kterým se rozumí střednědobý dokument, který stanoví zaměření podpory regionálního rozvoje pro jeden nebo společně pro více podporovaných regionů

Zákona 248/2000 Sb. mj. dále obecně vymezuje podporu regionálního rozvoje krajem (§ 8, odst. 1). Kraj v rámci své samostatné působnosti podporuje rozvoj regionů vymezených v programu rozvoje územního obvodu kraje podle svých konkrétních potřeb s ohledem na vyvážený rozvoj svého územního obvodu. Na základě § 9 pak kraj zpracovává **Program rozvoje územního obvodu kraje** (dále jen PRK), který konkretizuje aktivity pro podporu regionálního rozvoje ve vymezeném území. Podle výše uvedeného zákona obsahuje PRK zejména

- *analýzu hospodářského a sociálního rozvoje územního obvodu kraje, charakteristiku slabých a silných stránek jeho jednotlivých částí a hlavní směry rozvoje,*
- *vymezení regionů, jejichž rozvoj je třeba podporovat s ohledem na vyvážený rozvoj kraje, spolu s uvedením oblastí, na něž má být podpora zaměřena včetně navrhovaných opatření,*
- *úkoly a priority v rozmístění a rozvoji občanské vybavenosti, infrastruktury, životního prostředí, sociální politiky, vzdělávání a dalších odvětví v jeho samostatné působnosti.*

Oproti PRK vznik a **tvorba strategického dokumentu cestovního ruchu** na úrovni kraje **není upravena žádným zákonem** a je tedy zcela na samostatném rozhodnutí jednotlivých krajů, jak k tvorbě těchto dokumentů přistoupí.

Systém zpracování strategických dokumentů v ČR a jeho institucionální zabezpečení

Jak bylo uvedeno v předchozí kapitole, tvorbu strategických dokumentů cestovního ruchu na úrovni kraje neupravuje samostatně žádný zákon nebo norma tak, jak je tomu v případě dokumentace regionálního rozvoje obecně. Na úrovni obcí a měst je situace obdobná, kdy zákon č. 128/2000 Sb. o obcích, který jako jednu ze základních pravomocí zastupitelstva obce uvádí schvalování **Programu rozvoje obce** (§ 84, ods. 2, pís. a). Jaký je současný systém zpracování strategických a dalších rozvojových dokumentů a návaznosti na dokumenty cestovního ruchu včetně institucionálního zabezpečení z hlediska administrativně správního členění ČR ukazuje následující tabulka.

Tab. 1: Rozvojové dokumenty v ČR podle administrativně-správního členění

ÚZEMÍ	DOKUMENTACE REGIONÁLNÍHO ROZVOJE	INSTITUC. ZABEZPEČENÍ	DOKUMENTACE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU	INSTITUC. ZABEZPEČENÍ
STÁT	Státní strategie regionálního rozvoje Státní program regionálního rozvoje	MMR	Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR Prováděcí dokument ke Koncepci Konsolidovaný plán podpory cestovního ruchu	MMR
KRAJ	Program rozvoje územního obvodu kraje (Akční) Plán rozvoje kraje	Kraj	Strategie rozvoje cestovního ruchu kraje Program rozvoje cestovního ruchu kraje (Akční) Plán rozvoje cestovního ruchu kraje	Kraj / Regionální DMO
OBEC	Program rozvoje obce (Akční) Plán rozvoje obce	Obec	Strategie rozvoje cestovního ruchu obce Program rozvoje cestovního ruchu obce (Akční) Plán rozvoje cestovního ruchu obce	Obec / Místní DMO

Pozn.: MMR = Ministerstvo pro místní rozvoj; Regionální DMO = regionální organizace destinačního managementu; Místní DMO = místní organizace destinačního managementu

Pozn. 2: tučně vyznačené dokumenty jsou zakotveny ve výše uvedených zákonech

Zdroj: vlastní zpracování

Vzhledem k faktu, že dokumenty rozvoje cestovního ruchu nejsou řešeny žádnou právní úpravou, vytváří kraje základní rozvojové dokumenty cestovního ruchu samostatně a nejednotně. Již v názvech samotných dokumentů jsou znatelné značné odlišnosti, např. Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji na roky 2009 - 13, Program rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji na roky 2007-13, Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009-13. Nejčastěji jsou však používány termíny Program rozvoje cestovního ruchu a Strategie rozvoje cestovního ruchu. Institucionální zabezpečení tvorby, odpovědnosti za implementaci a vyhodnocení dokumentů regionálního rozvoje na všech úrovních administrativně-správního členění jsou jasně definovány příslušnými zákony. Tvorbu dokumentace pro strategický rozvoj cestovního ruchu institucionálně zabezpečuje na státní úrovni Ministerstvo pro místní rozvoj, které je na základě usnesení Vlády ČR pověřeno zpracováním Státní koncepce cestovního ruchu a následnou evaluací, která probíhá každé 2 roky. Na krajské a obecní úrovni jsou pak některé činnosti v systému tvorby rozvojové dokumentace cestovního ruchu zajišťovány částečně krajskými/obecními úřady či orgány, částečně pak regionálními či místními organizacemi destinačního managementu, pokud existují. Problémem však zůstává nejednoznačné rozdělení kompetencí mezi těmito institucemi při tvorbě, implementaci a vyhodnocování rozvojových dokumentů cestovního ruchu a následná duplicita některých činností.

Tato situace vyplývá také z dalšího členění ČR z hlediska marketingových aktivit v oblasti cestovního ruchu na turistické regiony a turistické oblasti. Na úrovni ČR jako destinace cestovního ruchu zabezpečuje institucionálně tyto aktivity, a tedy rovněž celkovou marketingovou koncepci, Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism, státní příspěvková organizace Ministerstva pro místní rozvoj České republiky. Na úrovni turistických regionů dochází opět k nezřetelné situaci v odpovědnosti za tvorbu, implementaci a vyhodnocení dokumentace, která řeší marketingové aktivity turistických regionů. Tato situace je dána také současným geografickým rozdělením turistických regionů, kdy od roku 2010 již převážná většina turistických regionů kopíruje geografické území krajů. V následující tabulce je uveden přehled dokumentů týkajících se marketingových aktivit destinací cestovního ruchu na jednotlivých úrovních, které však nejsou povinně vytvářeny všemi destinacemi na úrovních turistický region a nižší. Rovněž institucionální zabezpečení tvorby, implementace a vyhodnocení strategické marketingové dokumentace není na těchto úrovních zcela vyjasněno. Na úrovni turistických regionů by měla vytvářet marketingovou koncepci regionální organizace destinačního managementu. Vzhledem k výše uvedenému faktu, že v některých případech hranice turistického regionu kopírují územní vymezení krajů, zabezpečují tvorbu, příp. i implementaci a vyhodnocení dokumentů pro rozvoj marketingových aktivit jednotlivé kraje, resp. krajské úřady. V mnohých případech však není marketingová koncepce či strategie zpracována jako samostatný dokument vůbec, dochází k nahrazování marketingového dokumentu obecným strategickým nebo programovým dokumentem, kde však marketingové aktivity mohou být řešeny pouze obecně a nekonkrétně a nelze podle těchto opatření provádět jednoznačná strategická rozhodnutí v oblasti marketingu destinace.

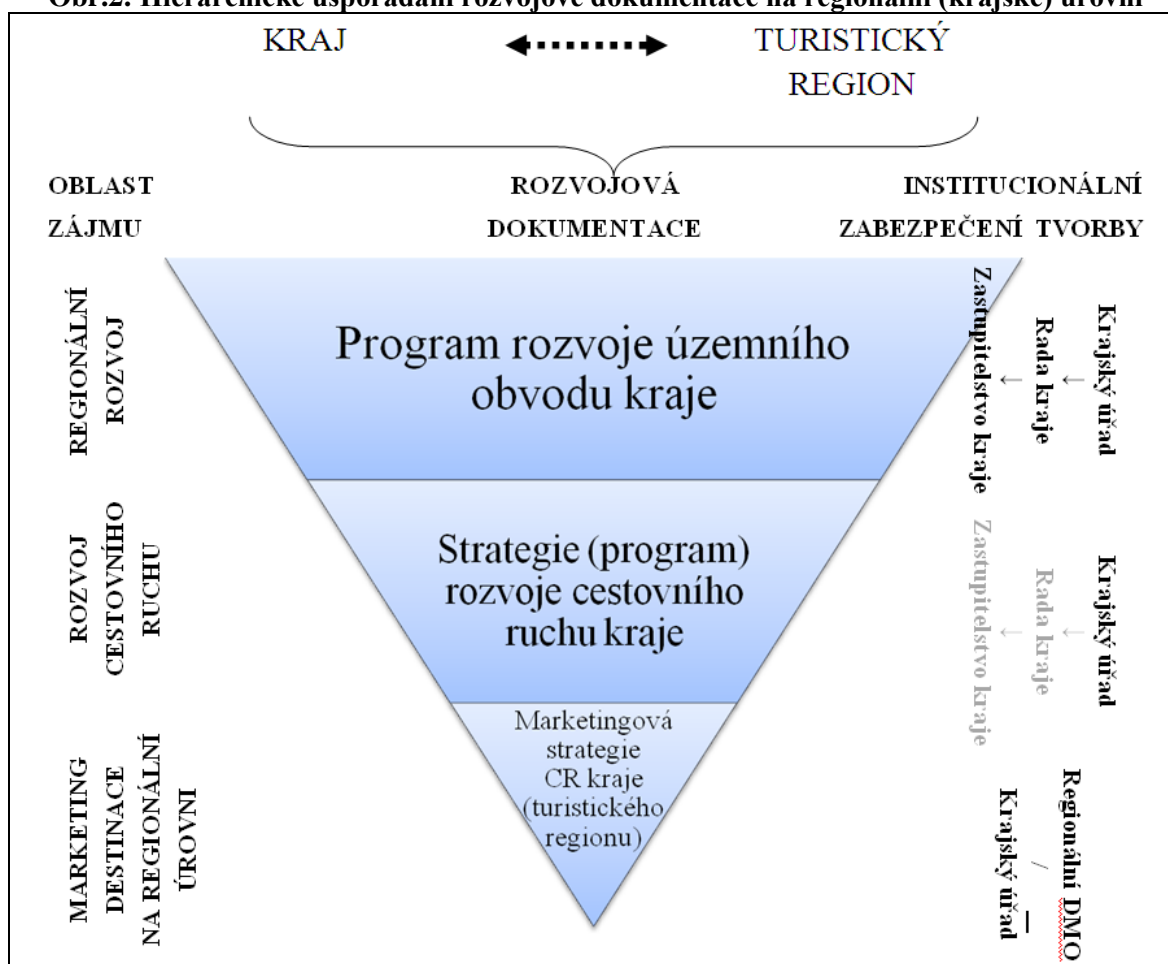
Tab. 2: Rozvojové dokumenty CR v ČR - členění z hlediska marketingových aktivit

ÚZEMÍ	MARKETINGOVÝ STRATEGICKÝ DOKUMENT CESTOVNÍHO RUCHU	INSTITUCIONÁLNÍ ZABEZPEČENÍ
ČR jako destinace CR	Strategie Agentury CzechTourism Marketingový plán (roční)	CzT
TURISTICKÝ REGION	Marketingová strategie turistického regionu (kraje)	Kraj / Regionální DMO
TURISTICKÁ OBLAST	Marketingová strategie turistické oblasti	Organizace cestovního ruchu turistické oblasti
DESTINACE CR (místo)	Marketingová strategie destinace (místa)	Obec / Místní DMO

Pozn.: CzT = Agentura CzechTourism; ; Regionální DMO = regionální organizace destinačního managementu; Místní DMO = místní organizace destinačního managementu

Zdroj: vlastní zpracování

Schéma uvádí současné hierarchické uspořádání rozvojové dokumentace na krajské (regionální) úrovni včetně institucionálního zabezpečení a oblastí zájmu, které jsou řešeny prostřednictvím uvedených dokumentů.

Obr.2: Hierarchické uspořádání rozvojové dokumentace na regionální (krajské) úrovni

Zdroj: vlastní zpracování

Z obrázku vyplývá, že Program rozvoje územního obvodu kraje je logicky nadřazen obecné rozvojové dokumentaci v oblasti cestovního ruchu. Zatímco Program rozvoje územního obvodu kraje schvaluje podle výše uvedeného zákona Zastupitelstvo kraje po projednání Radou kraje, schválení základního dokumentu rozvoje cestovního ruchu kraje není legislativně nijak řešeno. Ve většině případů však dochází k přijetí závaznosti těchto dokumentů ze strany krajských orgánů. Odlišná situace už nastává u strategických

marketingových dokumentů. Jak bylo výše uvedeno, marketingové aktivity na regionální úrovni jsou v současné době zajišťovány jak kraji, tak i turistickými regiony, resp. krajskými úřady a Regionálními DMO. Ve většině případů kraje korespondují s územím turistických regionů. V tomto případě musí být vyjasněny kompetence a odpovědnost za tvorbu a implementaci marketingových opatření, jinak dochází k častým duplicitám v činnostech obou organizací. Ještě složitější situace nastává, pokud je turistický region situován na území více krajů. Pokud je tedy vůbec Marketingová strategie CR kraje nebo turistického regionu jako samostatný dokument vytvořena, nemusí vzhledem k uvedené situaci podléhat schválení orgánů jednotlivých krajů. Jak bylo ovšem uvedeno výše, v mnohých případech dochází k nahrazování marketingového dokumentu obecným strategickým nebo programovým střednědobým dokumentem, ze kterého pak mohou vycházet krátkodobé (realizační) marketingové plány. Z výše uvedeného vyplývá, že situace v této oblasti je v současné době značně nepřehledná.

Závěry a návrhy opatření

Závěrečná část práce nejprve shrnuje výsledky předchozí části a uvádí nejdůležitější vztahy a souvislosti, které z výše uvedeného vyplývají. Další část se pak na základě těchto závěrů a poznatků zabývá návrhem opatření, která povedou k systematické a koordinované tvorbě regionálních strategických dokumentů cestovního ruchu v České republice.

Nejdůležitější závěry a souvislosti jsou definovány následovně: (1) *Územní vymezení turistických regionů se přibližuje geografickému území krajů.* Od změny ve vymezení některých turistických regionů v roce 2010 již 9 ze 14 krajů České republiky kopíruje právě území turistických regionů. Jedná se o všechny moravské kraje (tzn. Jihomoravský, Zlínský, Olomoucký, Moravskoslezský a Kraj Vysočina) a dále Ústecký, Karlovarský a Pardubický kraj a Hlavní město Praha. Turistické regiony, které přesahují v současné době území více krajů, jsou Šumava, Český ráj a Krkonoše a Podkrkonoší. V oblasti regionálního vymezení České republiky tak z hlediska rozvoje cestovního ruchu v některých krajích stále dochází k nekoncepčnímu řešení současné situace a rozvoj cestovního ruchu není ve všech krajích jednotně plánován.

(2) *Nejednotnost krajů České republiky při tvorbě, implementaci, hodnocení a kontrole rozvojových dokumentů cestovního ruchu.* Jestliže regionální a místní rozvoj v České republice a základní rozvojová dokumentace krajů a obcí jsou legislativně ošetřeny výše uvedenými zákony o regionálním rozvoji, o krajích a o obcích, rozvoj cestovního ruchu není v současné době v české legislativě zakotven. Tvorba, implementace, hodnocení a kontrola strategického dokumentu cestovního ruchu na úrovni kraje není tedy upravena žádným zákonem a je zcela na samostatném posouzení a rozhodnutí jednotlivých krajů, jak k této problematice přistoupí. To vede k nejednotnému, nepřehlednému a nekoncepčnímu nastavení strategické dokumentace cestovního ruchu krajů České republiky.

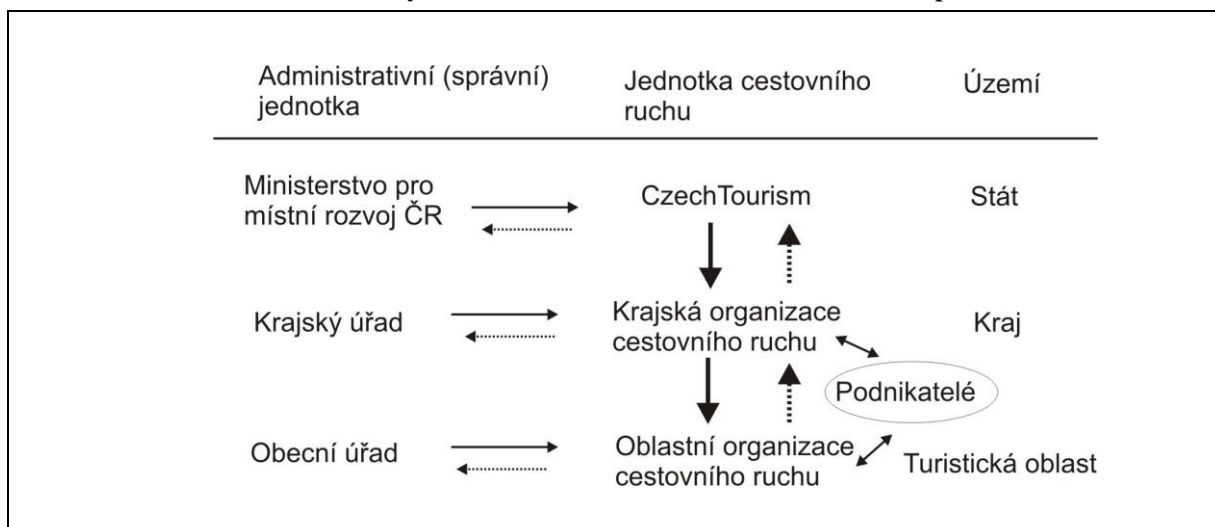
(3) *Nevyjasněné institucionální zabezpečení tvorby, implementace, hodnocení a kontroly rozvojových dokumentů cestovního ruchu na regionální úrovni.* Institucionální zabezpečení tvorby, odpovědnosti za implementaci a vyhodnocení dokumentů regionálního rozvoje na všech úrovních administrativně-správního členění (tedy i na úrovni krajů) jsou jasně definovány příslušnými zákony. Dokumentace rozvoje cestovního ruchu na krajské úrovni jsou pak zajišťovány částečně krajskými úřady či orgány, částečně pak regionálními organizacemi destinačního managementu, pokud existují. Role, kompetence a odpovědnost těchto institucí nejsou při tvorbě, implementaci, vyhodnocování a kontrole rozvojových dokumentů cestovního ruchu jednoznačně rozděleny a následně tak může docházet k duplicitě některých činností.

V návaznosti na uvedené závěry, byla navržena následující základní opatření, která povedou k zefektivnění systému tvorby rozvojové dokumentace cestovního ruchu krajů České republiky.

(1) *Sjednocení územního vymezení krajů a turistických regionů.* Od vymezení turistických regionů v roce 1998 – 99 a znovuzavedení krajů jako územních samosprávných celků v roce 2001 dochází k problémům s územním vymezením turistických regionů a kraje České republiky se potýkají s nekoncepčností strategického rozvoje cestovního ruchu svých území, který není jednotný s postupem České centrály cestovního ruchu – CzechTourism. Problémy způsobují především turistické regiony, které se nacházejí na území více krajů, jako např. Šumava nebo Krkonoše a Podkrkonoší. V roce 2010 došlo ke změně některých turistických regionů a sjednocení jejich územního vymezení s kraji. Především moravské kraje pochopily, že sjednocení geografického vymezení krajů a turistických regionů je nezbytné pro koordinovaný a systematický rozvoj cestovního ruchu na regionální úrovni. Historicky a kulturně cenná území, která mají společné hodnoty a tradice z hlediska cestovního ruchu se pak prezentují jako turistické oblasti (např. Slovácko, které bylo před rokem 2010 turistickým regionem), které tak na nižších úrovních hierarchického uspořádání mají stále možnost vyjádřit vlastní identitu a prezentovat se jako atraktivní turistická oblast (i s přesahem do více krajů). Koncepčním řešením této situace je sjednocení území všech krajů s územím turistických regionů v České republice. Významná území z hlediska rozvoje cestovního ruchu České republiky jako např. Krkonoše, Šumava, Slovácko, Valašsko nebo Český ráj se pak prezentují na nižší úrovni hierarchického uspořádání, tzn. jako turistická oblast. Tím je na regionální (=krajské) úrovni zajištěn systematický strategický rozvoj cestovního ruchu při zachování identity významných a tradičních oblastí cestovního ruchu.

(2) *Zákon o podpoře a řízení cestovního ruchu.* Jak vyplývá z výše uvedených závěrů, rozvoj cestovního ruchu není na rozdíl od regionálního a místního rozvoje obecně zakotven v zákonech České republiky. Z hlediska tvorby, implementace, hodnocení a kontroly rozvojových dokumentů cestovního ruchu to znamená, že kraje přistupují k této problematice nejednotně. Řešením této situace je přijetí zákona o podpoře a řízení cestovního ruchu, který je v současné době připravován Ministerstvem pro místní rozvoj. V současné době je projednáván návrh věcného záměru tohoto zákona, který mj. definuje povinné rozvojové dokumenty, kterými musejí všechny úrovně řízení cestovního ruchu disponovat. Navrhovaný zákon o podpoře a řízení cestovního ruchu je řešením současné nejednotnosti a nekoncepčnosti tvorby, implementace, hodnocení a kontroly rozvojových dokumentů cestovního ruchu na všech úrovních.

(3) *Jasně vymezení rolí zainteresovaných institucí při tvorbě, implementaci, hodnocení a kontrole strategických dokumentů cestovního ruchu.* Výše uvedený návrh věcného záměru zákona o podpoře cestovního ruchu uvádí následující schéma, které navrhuje možné budoucí uspořádání vazeb a kompetencí zainteresovaných subjektů na všech úrovních řízení cestovního ruchu v České republice. Tento systém vychází právě z předpokladu sjednocení území krajů a turistických regionů.

Obr. 3: Návrh systému řízení cestovního ruchu v České republice

Zdroj: MMR, Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení cestovního ruchu

Z hlediska tvorby, implementace, hodnocení a kontroly strategických dokumentů na jednotlivých úrovních řízení cestovního ruchu v České republice pak návrh tohoto zákona definuje též následující povinné dokumenty:

Tab. 3: Přehled navrhovaných povinných dokumentů rozvoje cestovního ruchu

Subjekt /typ dokumentace	Název dokumentu (platnost dokumentu)
NÁRODNÍ ÚROVEŇ	
MMR	
Strategický dokument	Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR (7 let)
Plán činnosti na rok	Akční plán rozvoje cestovního ruchu (1 rok)
Monitorovací systém	Zpráva o plnění Koncepce (1x za 2 roky)
CzechTourism	
Strategický dokument	Marketingová strategie rozvoje CR v ČR (7 let)
Plán činnosti na rok	Marketingový plán (1 rok)
Rozpočet na rok	Rozpočet (1 rok)
Monitorovací systém	Zpráva o plnění Marketingové strategie rozvoje CR ČR (1x za 2 roky)
REGIONÁLNÍ ÚROVEŇ	
Kraj	
Strategický dokument	Program rozvoje CR kraje (7 let)
Monitorovací systém	Zpráva o plnění programu rozvoje CR kraje (1x za 2 roky)
Krajská organizace CR	
Strategický dokument	Marketingová strategie rozvoje CR kraje (7 let)
Plán činnosti na rok	Marketingový plán (1 rok)
Rozpočet na rok	Rozpočet (1 rok)
Monitorovací systém	Zpráva o plnění marketingové strategie rozvoje CR kraje (1x za 2 roky)
OBLASTNÍ ÚROVEŇ	
Oblastní organizace CR	
Strategický dokument	Marketingová strategie rozvoje CR oblasti (7 let)
Plán činnosti na rok	Marketingový plán (1 rok)
Rozpočet na rok	Rozpočet (1 rok)
Monitorovací systém	Zpráva o plnění marketingové strategie rozvoje CR oblasti (1x za 2 roky)

Zdroj: MMR, Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení cestovního ruchu

Z tabulky vyplývá, že v případě přijetí uvedeného zákona budou závazně vymezeny základní úlohy, kompetence a vazby v oblasti řízení cestovního ruchu na území České republiky, potažmo definována jasná pravidla pro tvorbu, implementaci, hodnocení a kontrolu strategické dokumentace rozvoje cestovního ruchu na všech úrovních. Na regionální úrovni pak dojde k závaznému rozdělení úkolů, kompetencí a odpovědnosti mezi krajský úřad a regionální organizaci destinačního managementu (krajskou organizaci cestovního ruchu).

Literatura

- [1] Bartl, H., Schmidt, F.: Destination Management. Wien: Institut für regionale Innovation, 1998.
- [2] Bartoš, J.: Pojetí regionu v historiografii. In Acta Universitatis Palackianae Olomouensis, Facultas Philosophica: Historica 27. Brno, 1996.
- [3] Bieger, T.: Management von Destinationen. München: Oldenbourg, 2008. ISBN 978-3-486-58628-2
- [4] Boháčková, I., Hrabánková, M.: Strukturální politika Evropské unie. Praha: C.H. Beck, 2009. ISBN 978-80-7400-111-6
- [5] Bornhorst, T., Ritchie, J.R.B., Sheehan, L.: Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. Tourism Management. 2010. Vol. 31, s. 572–589.
- [6] CzechTourism [online]. Dostupné z <<http://www.czechtourism.cz/2-turisticky-potencial-regionu/>> [cit. 2010-07-08]
- [7] Farrell, B. H., and L. Twining-Ward.: Reconceptualizing Tourism. In. Annals of Tourism Research. 2004. Vol. 31, s. 274–95.
- [8] Formica, S., Kothari, T. H.: Strategic Destination Planning: Analyzing the Future of Tourism. In. Journal of Travel Research. 2008, Vol. 46, s. 355-367
- [9] Horner, S., Swarbrook, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9
- [10] Holešinská, A.: Destinační management aneb jak řídit turistickou destinaci. Brno: ESF MU, 2007. 90 s. ISBN 978-80-210-4500-2
- [11] Lacina, K.: Regionální rozvoj a veřejná správa. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2007. ISBN 978-80-86754-74-1
- [12] McKercher, B.: A Chaos Approach to Tourism. In. Tourism Management. 1999. Vol. 20, s. 425–34
- [13] MMR, Praha, ČR - Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 až 2013. 2007.
- [14] MMR, Praha, ČR – Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení cestovního ruchu. 2010
- [15] Musil, M., Luštický, M.: Modelování jako nástroj pro efektivní řízení turistické destinace I. In. Czech Hospitality and Tourism Papers. 2010. Vol. 12, s. 104-125, ISSN: 1801-1535
- [16] Novacká, Ľ.: Cestovní ruch a Európska únia. Bratislava: Sprint dva, 2010. ISBN 978-80-89393-26-8
- [17] Novacká, Ľ.: Destination Marketing Management and National tourist Organisations. In. Medzinárodná konferencia Valorizácia prostredia pre služby cestovného ruchu. Bratislava, Ekonomická univerzita v Bratislave. s. 43-45. 2003. ISBN 80-968342-4-X
- [18] Palatková, M.: Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu. Praha: Grada, 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5.

- [19] Prideaux, B., Cooper, C.: Marketing and destination growth: A symbiotic relationship or simple coincidence? In. Journal of Vacation Marketing. 2002, Vol. 9, s. 35–51.
- [20] Rodríguez-Díaz, M., Espino-Rodríguez, T. F.: A Model of Strategic Evaluation of a Tourism Destination Based on Internal and Relational Capabilities. In. Journal of Travel Research. 2008, Vol. 46, s. 368-380.
- [21] Soteriou, E. C., Coccossis, H.: Integrating Sustainability into the Strategic Planning of National Tourism Organizations. In. Journal of Travel Research. 2010, Vol. 49, s. 191-205.
- [22] UN WTO [online]. Dostupné z <<http://www.unwto.org>> [cit. 2010-06-04]
- [23] Vystoupil, J. et al.: Metody pro tvorbu strategických a programových dokumentů cestovního ruchu. Brno: ESF MU, 2007. 113 s. ISBN 978-80-210-4290-2
- [24] Wokoun, Malinovský et al.: Regionální rozvoj: východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování. Praha: LINDE PRAHA, a.s., 2008. ISBN 978-80-7201-699-0
- [25] Zákon č. 128/2000 Sb. o obcích, ve znění pozdějších předpisů
- [26] Zákon č. 129/2000 Sb. o krajích, ve znění pozdějších předpisů
- [27] Zákon č. 248/2000 Sb. o podpoře regionálního rozvoje, ve znění pozdějších předpisů

Kontaktní údaje:

Ing. Petr Štumpf
Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra ochodu a cestovního ruchu
Studentská 13
370 05 České Budějovice
E-mail: pstumpf@ef.jcu.cz

KOMPARAČNÍ ANALÝZA CÍLŮ A OPATŘENÍ KONCEPCÍ STÁTNÍ POLITIKY CESTOVNÍHO RUCHU ČR V OBDOBÍ 1999-2013

Comparative analysis of the objectives and actions of the State Tourism Policy in the period 1999-2013

Šárka Tittelbachová

Abstrakt

Koncepce státní politiky jsou strategickými dokumenty a hlavními nástroji pro realizaci národní politiky turismu. Politika turismu je významnou součástí hospodářské politiky vlády ČR, jejím subsystémem. Potřeba jasně definovat politiku turismu se stává v souvislosti se současnými směry rozvoje společnosti stále naléhavější; a to v souvislosti s očekáváními, které jsou spojovány se zvýšeným vlivem turismu na hospodářský a společenský rozvoj regionů i s rostoucími požadavky na vytváření komplexních, mezinárodně konkurenceschopných produktů turistických regionů. Stať se zabývá komparací cílů a opatření státních koncepcí politiky turismu pro období 1999-2013 a zhodnocením jejich implementace. Cílem je najít hlavní latentní problémy a navrhnout přístupy k jejich řešení v době přípravy nové strategie politiky turismu pro období 2014-2020.

Tento článek je příspěvkem pro diskusi napříč spektrem subjektů realizujících politiku turismu, která by měla vyústit v jasnou a měřitelnou strategii nové politiky turismu v ČR.

Klíčová slova

politika turismu, koncepce státní politiky turismu, cíle a opatření, implementace

Abstract

Concept of state policy and strategy documents are the main instruments for implementing the national policy of tourism. Politics tourism is an important part of economic policy of the Government of the Czech Republic, her subsystem.

The need to clearly define the politics of tourism is becoming in the context of the current directions of development more urgent, in connection with the expectations that are associated with increased influence of tourism on economic and social development of regions with increasing demands on the creation of comprehensive, internationally competitive products in tourist areas. Essay deals with comparisons of targets and measures of state policy concepts of tourism for the period 1999-2013 and appreciation their implementation. Main goal is to find latent problems and propose solutions to them at the time of the new tourism policy strategy for the period 2014-2020.

This article is a contribution for discussion across a range of entities implementing the tourism policy, which should result in clear and measurable strategy for the new tourism policy in the Czech Republic.

Keywords

tourism policy, tourism concept of state policy, objectives and measures, implementation

Úvod

Pro pochopení vývoje turismu v ČR jsou koncepce státní politiky důležité, protože odráží vývoj sektoru a také přístupy státu k této důležité součásti národní ekonomiky. Pro orientaci a posouzení podmínek, cílů a nástrojů uplatňované politiky v příslušném období a jejich dopadů do oblasti turismu, je nutné znát společensko-ekonomické podmínky relevantních pro vznik sledovaných koncepcí, legislativní rámec a kompetence, rámec finanční podpory turismu v době přípravy koncepce a základní makroekonomické a mikroekonomické ukazatele, které využívali zpracovatelé v analytických částech jednotlivých koncepčních dokumentů. Tato stat' se zabývá jednou z výše uvedených problematik: komparací cílů a opatření státních koncepcí politiky turismu pro období 1999-2013 a zhodnocením jejich implementace.

Komparace cílů a opatření koncepcí

V České republice byly po roce 1990 zpracovány a Vládou ČR vzaty na vědomí nebo přijaty celkem čtyři Koncepce státní politiky cestovního ruchu ČR, a to v roce 1999 bez udání období, pro které je koncepce zpracována, pro období 2002-2007, pro období 2004-2006 a pro období 2007-2013. Jednotlivé koncepční materiály nejsou vytvořeny podle stejné metodiky. Pro přehlednost jsou cíle a opatření jednotlivých koncepcí uvedeny v tabulce a řazeny dle problémových okruhů, kterými se koncepce zabývají.

Koncepce z roku 1999 definuje jen problémy, které byly pro účely komparace využity jako cíle. V Koncepci definovaná opatření, která mají problémy řešit, jsou formulována konkrétně a do jisté míry nahrazují běžně užívaná opatření k řešení cílů .

V Koncepci pro období 2002 – 2007 (resp. 2004 – 2006) bylo stanoveno velké množství cílů, z nichž většina nebyla podpořena vytvořením odpovídajících opatření pro jejich dosažení. Opatření jsou formulována v obecné rovině bez návaznosti na definované cíle. Pro potřeby komparace jsou opatření k jednotlivým cílům přiřazena.

Koncepce pro období 2007 – 2013 má definovanou strategickou vizi (Destinace Česká republika – jednička v srdci Evropy, globální cíl (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), strategické cíle, základní principy pro realizaci vize a strategických cílů a základní priority. Pro komparaci cílů a opatření koncepcí byl využit systém priorit a opatření k jejich naplnění.

Tab. 1: Komparace cílů koncepcí

Problematika	Cíle 1999 (14)	Cíle 2002 – 2007 (14)	Cíle 2004-2006	Priority 2007-2013 (4)
Propagace Marketing	Nedostatečný rozsah státní propagace a informovanosti o ČR v zahraničí	Zajištění účinnějšího marketingu turismu na různých stupních řízení veřejné správy	Zajištění účinnějšího marketingu turismu na různých stupních řízení veřejné správy	Marketing turismu a rozvoj lidských zdrojů Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů turismu
Strategické dokumenty	Absence strategií rozvoje turismu ve většině regionů			
Příjmy do rozpočtů (daně, poplatky)	Vysoká daň z přidané hodnoty u služeb turismu Nedokonalá správa daní a poplatků	Zvyšování příjmů státní-ho a místních rozpočtů Zvyšování devizových příjmů z turismu	Zvyšování příjmů státní-ho a místních rozpočtů Zvyšování devizových příjmů z turismu	
Statistika	Nedostatečná vypovídací schopnost statistiky			
Kompetence	Nevyjasněnost kompetencí v odvětví turismu Nedostatečná spolupráce rezortů ovlivňujících turismus	Vytvoření legislativního rámce podpory turismu z hlediska kompetencí orgánů státní správy a samosprávy	Vytvoření legislativního rámce podpory turismu z hlediska kompetencí orgánů státní správy a samosprávy	Vytváření organizační struktury turismu
Informační systém	Absence standardního informačního systému			
Vzdělávání	Nedostatečná a nejednotná úroveň odborného vzdělávání	Zdokonalení systému odborného (středního a vysokého školství v oblasti turismu Vytvoření systému celoživotního vzdělávání dospělých v oblasti turismu	Zdokonalení systému odborného (středního a vysokého školství v oblasti turismu Vytvoření systému celoživotního vzdělávání dospělých v oblasti turismu	
Kvalita služeb	Standardizace ubytovacích služeb Kvalita průvodcovské činnosti			Rozšiřování a zkvalitňování infrastruktury a služeb turismu
Financování turismu	Financování potřeb turismu	Vytvoření systému pro přijímání fin. podpory EU (strukturální fondy) v oblasti turismu	Vícezdrojová finanční podpora rozvoje turismu	

(pokračování Tab. 1)

Problematika	Cíle 1999 (14)	Cíle 2002 – 2007 (14)	Cíle 2004-2006	Priority 2007-2013 (4)
Legislativa	Ochrana spotřebitele – zákazníka CK Poskytování stravovacích služeb ubytovacích zařízení	Vytvoření legislativního rámce podpory turismu z hlediska kompetencí orgánů státní správy a samosprávy Participace na tvorbě legislativního rámce a vynucovacího práva systému ochrany spotřebitele Zabezpečení aproximace práva EU v oblasti turismu do právního systému ČR	Vytvoření legislativního rámce podpory turismu z hlediska kompetencí orgánů státní správy a samosprávy Participace na tvorbě legislativního rámce a vynucovacího práva systému ochrany spotřebitele Zabezpečení aproximace práva EU v oblasti turismu do právního systému ČR	
Infrastruktura		Zkvalitnění a rozvoj infrastruktury pro environmentálně šetrné formy turismu	Zkvalitnění a rozvoj infrastruktury pro environmentálně šetrné formy turismu	Rozšiřování a zkvalitňování infrastruktury a služeb turismu
Regionální turismus		Podpora aktivit turismu v regionech malého a středního podnikání, zejména ve strukturálně postižených a hospodářsky slabých regionech Stabilizace, resp. získání nových pracovních příležitostí v regionech	Podpora aktivit turismu v regionech malého a středního podnikání, zejména ve strukturálně postižených a hospodářsky slabých regionech Stabilizace, resp. získání nových pracovních příležitostí v regionech	Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů turismu
Potenciál pro rozvoj turismu		Přispívat k uchování a zvyšování kvality životního prostředí a udržitelného rozvoje Efektivní využití a ochrana kulturně-historického potenciálu (včetně technických památek) pro turismus	Přispívat k uchování a zvyšování kvality životního prostředí a udržitelného rozvoje Efektivní využití a ochrana kulturně-historického potenciálu (včetně technických památek) pro turismus	

Zdroj: [1,2,3,4]

Tab. 2: Komparace opatření koncepcí

Problematika	1999 (16)	2002-2007 (9)	2004 – 2006 (12)	2007 – 2013 (13)
Propagace Marketing	Zkvalitnit činnost agentury CzechTourim především v zahraničí, zvýšit její rozpočet	Pokračovat v grantové politice CzechTourim na podporu tvorby a realizace regionálních produktů turismu Podporovat tvorbu a realizaci specifických turistických produktů Zvýšit činnosti zahraniční prezentace ČR Zajistit účinnější marketing turismu	Podporovat domácí turismus Podporovat tvorbu a realizaci specifických turistických produktů Zvýšit účinnost zahraniční prezentace České republiky Zajistit účinnější marketing turismu	Marketing (propagace) turismu, na mezinárodní, národní a regionální úrovni Tvorba nosných národních produktů turismu
Strategické dokumenty	Zpracovat metodiku regionální strategie turismu ČR pro tvorbu regionálních strategií		Rozpracovávat Hodnocení potenciálu turismu na území ČR zejména s ohledem na životní prostředí a informace využívat při plánování aktivit v území	
Příjmy do rozpočtů (daně, poplatky)	Zpracovat do novely zákona č. 588/1992 snížení sazeb DPH u stravovacích a ubytovacích služeb Zpracovat návrh právní úpravy směřování daňového odvodu do místa reálného podnikání			
Statistika	Zřídít satelitní účet turismu dle Směrnice Rady ES 95/57/ES	Vytvořit satelitní účet turismu	Vytvořit satelitní účet turismu	Zkvalitnění statistiky a informací o turismu

(pokračování Tab. 2)

Problematika	1999 (16)	2002-2007 (9)	2004 – 2006 (12)	2007 – 2013 (13)
Kompetence	<p>Vyjasnit v souvislosti s reformou veřejné správy postavení orgánů veřejné správy a regionálních orgánů</p> <p>Ustavit v září 1999 mezirezortní komisi pro turismus jako poradní orgán ministra pro místní rozvoj</p>			<p>Podpora spolupráce mezi veřejným a podnikatelským sektorem, neziskovými organizacemi a profesními a zájmovými sdruženími v turismu</p> <p>Krizový management a zkvalitnění fungování správních orgánů v oblasti turismu v ČR</p> <p>Zakládání a činnost organizací turismu na regionální a oblastní úrovni</p>
Informační systém	Koordinovat tvorbu standardního informačního systému turismu	Vytvořit jednotný informační systém turismu, zahrnující všechny formy turismu	Koordinovat tvorbu integrovaného informačního systému turismu	Podpora činnosti turistických informačních center
Vzdělávání	<p>Spolupracovat na zkvalitňování profilu absolventů odborných škol</p> <p>Řešit vzdělávání dospělých v turismu</p>			<p>Zkvalitňování vzdělávání a přípravy lidských zdrojů v turismu</p> <p>Podpora výzkumu, vývoje a inovací v turismu</p>
Kvalita služeb	<p>Zpřísnit od roku 1999 kontrolu podnikání v turismu</p> <p>Zařadit průvodcovskou činnost do vázaných živností podle Živnostenského zákona</p> <p>Aplikovat standardy ubytovacích služeb do praxe a zajistit jejich kontrolu</p> <p>Zabezpečit aplikaci zákona 159/1999 Sb.</p>		Novelizovat zákon č. 159/1999 Sb.	<p>Zkvalitňování služeb turismu</p> <p>Vytváření podmínek pro realizaci šetrných forem turismu</p>

(pokračování Tab. 2)

Problematika	1999 (16)	2002-2007 (9)	2004 – 2006 (12)	2007 – 2013 (13)
Legislativa	Zpracovat do novely nařízení vlády č.28/1998 Sb. výjimku pro podávání snídaně v ubytování v soukromí do 10 lůžek	Dokončit přípravu zákona o podpoře turismu pro implementaci právních norem EU, pro stanovení systému sledování dopadů turismu na životní prostředí	Iniciovat právní úpravy pro snížení sazeb DPH u stravovacích a ubytovacích služeb Iniciace právní úpravy, pro daňového odvodu do místa reálného podnikání Zajistit implementaci právních norem EU souvisejících s oblastí turismu do právního systému ČR	
Infrastruktura				Rekonstrukce a budování kvalitní základní a doprovodné infrastruktury turismu Rekonstrukce kulturně-historických památek a zachování přírodních lokalit využívaných pro turismus
Regionální turismus			Podporovat domácí turismus	Tvorba specifických regionálních produktů turismu Zakládání a činnost organizací turismu na regionální a oblastní úrovni
Financování turismu	Předložit do konce roku 1999 návrh věcného záměru zákona o fondu na podporu rozvoje turismu Transformovat sektorový operační plán turismu do regionálních operačních plánů	Realizovat Státní program podpory cestovního ruchu		

Zdroj: [1,2,3,4]

Výsledky komparace

Některé problémy se opakují v cílech všech koncepcí, z čehož lze dovodit, že se je nepodařilo vyřešit. Jde především o problém vyjasnění kompetencí v odvětví turismu na všech úrovních veřejné správy, kdy v období 2002-2007, resp. 2004- 2006 se Koncepce snaží řešit tento problém vytvořením legislativního rámce z hlediska kompetencí orgánů státní správy a samosprávy. Z praxe víme, že se tento cíl naplnit nepodařilo. Přesto následující Koncepce 2007-2013 již formuluje cíl „jen“ jako vytváření organizační struktury turismu. Je pravda, že jej dále upřesňuje dvěma opatřeními pro podporu spolupráce mezi veřejným a podnikatelským sektorem a zakládáním organizací turismu na regionální a oblastní úrovni. Je však nutné si položit otázku, jak fungují nové organizace turismu a jak spolupracují bez legislativního vymezení kompetencí a s tím souvisejících odpovědností za rozvoj turismu?

Problém příjmů do rozpočtů a otázka daní a poplatků je řešena cíli všech Koncepcí s výjimkou Koncepce 2007-2013. Z toho by se dalo usuzovat, že problém byl vyřešen. V praxi je však situace jiná. Daně stále nesměřují v plné výši do místa svého vzniku, což je příčinou malé motivace samosprávy podporovat rozvoj turismu. Sazby DPH byly sice u ubytovacích služeb přesunuty do snížené sazby, ale od roku 2012 se vrací opět do sazby základní. Stravovací služby jsou stále v základní sazbě DPH. Tato fakta spolu s dlouhodobě podprůměrnými mzdami v oblasti stravování a ubytování a vysokou náročností na práci v uvedeném oboru nepříznivě ovlivňují i další oblast turismu - lidské zdroje. Následně pak i kvalitu poskytovaných služeb a s tím související konkurenceschopnost produktů turismu. Na tomto příkladu lze dokumentovat, jak je nutné řešit všechny problémové okruhy stejnoměrně, vyváženě a s ohledem na dopady do dalších souvisejících problémových okruhů.

Problematika financování turismu je řešena nejpodrobněji v Koncepci 1999, kdy základní definovaný problém „Financování potřeb turismu“ řeší dvěma opatřeními: „Transformovat sektorový operační plán cestovního ruchu do regionálních operačních plánů“ a „Předložit do konce roku 1999 návrh věcného záměru zákona o Fondu na podporu rozvoje turismu“. Ani jedno z uvedených opatření se nepodařilo naplnit, takže ani cíl zajištění financování potřeb turismu naplněn nebyl. Následující koncepcie reaguje na tento fakt stanovením cíle „Vytvořit systém pro přijímání finanční podpory EU (strukturální fondy)“, ke kterému nejsou definována žádná opatření. V oblasti financování turismu tato Koncepce definuje opatření „Realizovat Státní program podpory turismu“. Uvedený cíl se naplnit nepodařilo, resp. jen částečně a financování turismu v období 2002-2004 bylo na národní úrovni realizováno jen ze Státního programu podpory turismu, který se soustředil především na financování lázeňství a ročně bylo v tomto programu k dispozici v průměru 250 mil. Kč. Tato částka, která byla učena pro podporu rozvoje turismu na území celé ČR, je natolik nízká, že nemohla zajistit realizaci plánovaných cílů a opatření. Nabízí se otázka, co vedlo vládu ČR, resp. MMR k tomu, že nerealizovala vznik Fondu turismu, který by mohl zvýšit podporu turismu a zacílit ji na oblasti, které nebyly řešeny Státním programem podpory cestovního ruchu? Další výhodou státního účelového fondu byla možnost podporovat průběžně strategické priority v oblasti rozvoje turismu bez přímého vztahu ke každoročnímu schvalování státního rozpočtu. Navrhovaná struktura Fondu předpokládala především dlouhodobé návratné půjčky pro malé podnikatele v oblasti turismu, a to především pro realizaci moderních produktů turismu. Dále pak dotace pro obce (ve výši 30%) na budování infrastruktury turismu, grantovou politiku pro podporu naplnění cílů Koncepce a usnadnění přístupu subjektům turismu k finančním prostředkům EU (povinné kofinancování). Struktura hospodaření Fondu umožňovala kromě kontroly toku finančních prostředků i sledování a vyhodnocování dopadů poskytnutých finančních prostředků vzhledem ke zvyšování výkonů turismu (např. sledováním počtu ubytovaných z poplatků za hosta v hromadných ubytovacích zařízeních). Zajištění fungování Fondu (spolu s naplněním ostatních cílů a opatření

Koncepcí) bylo podloženo plánovanými opatřeními, a to především zřízením satelitního účtu a jasným vymezením kompetencí v oblasti veřejné správy.

K uvedené komparaci cílů je ještě důležité zmínit problém nedostatečné statistiky a s tím související zavedení metodiky satelitního účtu. Zřízení TSA bylo cílem všech Koncepcí do roku 2006, přesto první neúplné výsledky TSA jsou v ČR k dispozici až od konce roku 2006. Pokud lze v oficiálních dokumentech nalézt komentář k této problematice, pak jako příčina opakovaného nenaplnění cíle Koncepcí je uváděna velká pracnost a finanční náročnost na sestavení TSA. Tyto okolnosti však byly známy již při formulování cílů jednotlivých Koncepcí.

Příčinu lze hledat spíše v tom, že jednotlivé Koncepce nemají dostatečně (nebo vůbec) zpracovanou část implementace, a že nejsou stanoveni garanti plnění jednotlivých cílů, kteří by pro tuto činnost byli vybaveni dostatečnými kompetencemi a dalšími nástroji (především finančními). Koncepce jsou koncipovány jako střednědobé, ale nemají akční plány na jednotlivé roky. Formulace cílů Koncepcí nereflktuje příčiny jejich nenaplnění v předcházejících Koncepcích, a tak dochází k tomu, že některé cíle jsou postupem času vypouštěny, jiné jsou jen přeformulovány.

Nejdůležitějším výsledkem provedené komparace je zjištění, že problémy definované v první Koncepci (1999) nebyly dostatečně řešeny a v mnohých případech (statistika, kompetence) se jejich dopad negativně odráží ve výkonech turismu. Zde je možné hledat příčinu stále opakovaného konstatování, že „odvětví turismu není co do kvality a rozsahu vnímáno jako plnohodnotné odvětví národního hospodářství ČR.“

Současný reálný prostor pro implementaci cílů Koncepce 2007-2013

Státní politika turismu je deklarovaná vládou České republiky jako významná součást hospodářské politiky v dokumentu Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2007-2013, který schválila dne 7. listopadu 2007.

Vláda stanovila pro odvětví turismu globální cíl: „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.“ [3, s.7] Vláda si vymezila pro dosažení stanoveného cíle povinnost vytvářet podmínky pro rozvoj podnikání v oblasti turismu, přispívat k rozvoji trhu práce vytvářením nových pracovních míst, zajistit podmínky k rozvoji a ke zvýšení podílu domácího turismu, zkvalitnit infrastrukturu a využít potenciál turismu k řešení a překonání strukturálních změn a regionálních disparit. Dalšími úkoly je podpora základního a dalšího profesního vzdělávání, podpora marketingu a mnohostranná podpora významných subjektů a aktivit turismu. Pro realizaci politiky turismu vláda stanovila strategickou vizi a cíle, které je možné naplnit jen při zlepšení organizace a řízení turismu na všech stupních veřejné správy. Reforma veřejné správy posílila roli regionálních a místních samosprávných orgánů, které vzhledem k místu realizace turismu mají rozhodující vliv na rozvoj turismu a dosažení plánovaného stavu.

Pro přehlednost rozdělíme základní dlouhodobé problémy ČR v oblasti turismu do okruhů: legislativa, kompetence, strategické dokumenty a realizace politiky – financování a realizace politiky turismu – monitorig, hodnocení.

Legislativa

Politika turismu v podmínkách ČR nemá jasně systémově vymezený legislativní a institucionální rámec. Pro rozvoj turismu je na regionální a místní úrovni využíván rámec regionální politiky tvořený souborem zákonů přijatých v souvislosti s jednotlivými etapami reformy veřejné správy. Každý kraj musí mít zpracován podle §8, zákona č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje, v platném znění, svůj program rozvoje kraje (PRK). Tam je problematika turismu obsažena jen jako dílčí část. Zpracovat program rozvoje turismu není tímto ani jiným zákonem krajům uloženo. Zákon o krajích a zákon o obcích řadí záležitosti z oblasti rozvoje turismu do samostatné působnosti.

Implementace koncepce státní politiky tedy závisí na míře kooperace zodpovědných subjektů bez možnosti vymáhat plnění opatření, zejména v těch případech, kde jako garanti jsou uvedené kraje a jiné subjekty i mimo veřejnou správu.

Už ve státní koncepci z roku 1999 bylo jednou z priorit odstranit, resp. zmírnit nedostatky v organizování a řízení turismu, a sice rozložením kompetencí mezi jednotlivé úrovně veřejné správy. Diskuse o zákonu turismu a jeho potřebnosti pro rozvoj odvětví sahají až do 30. let a dosud nejsou ukončeny. Chybějící zákon o turismu se stále výrazněji promítá do realizace politiky turismu. Po četných a dlouhotrvajících diskusích o jeho potřebě či nepotřebě přistoupilo MMR ve spolupráci s rozhodujícími subjekty na regionální úrovni k přípravě věcného záměru zákona. Důvodem ke zpracování návrhu zákona je i „kompetenční neprovázanost institucí, které se na řízení turismu podílejí, a která je skutečně závažným kritickým momentem. Hlavním problémem je neprovázanost národní, regionální a lokální úrovně řízení turismu např. při realizaci Koncepce, ale i neprovázanost horizontální (sousední destinace nespolupracují na tvorbě regionálních produktů cestovního ruchu, nedochází k tvorbě komplexní nabídky). Dalším negativem je absence povinnosti rozvíjet cestovní ruch zejména na regionální úrovni (zákon o krajích a zákon o obcích), resp. fakt, že povinnost rozvíjet cestovní ruch, resp. celé území kraje, je formulována velmi obecně.“ [7, s.7]

V koncepci z roku 1999 bylo navrženo a vládou schváleno předložení věcného záměru zákona o fondu na podporu rozvoje turismu do konce roku 1999 usnesení vlády č. 660/1999. Byl to již druhý pokus o vytvoření systémové podpory rozvoje turismu po roce 1989 (první byl vládní návrh zákona České národní rady č. 265 o Státním fondu cestovního ruchu z roku 1991). Práce na návrhu však byly zastaveny a fond nebyl vytvořen. Legislativně jsou upraveny jen některé činnosti v oblasti turismu (zákon č. 159/1999 Sb. ve znění pozdějších předpisů, o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, zákon 348/2000 Sb., kterým se mění zákon č. 565/1990 Sb., o místních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů).

Kompetence

Zákonné rozdělení kompetencí mezi národní, regionální a místní úrovně veřejné správy bylo jedním z cílů Koncepce státní politiky cestovního ruchu z roku 1999. V tomto období se připravoval zákon o krajích a novela zákona o obcích, což byla zcela ojedinělá příležitost napravit nevyhovující stav v rozdělení kompetencí. V Koncepci byl zpracován návrh na rozdělení úkolů pro národní a regionální úroveň realizace politiky turismu mezi subjekty, které jsou za jejich naplnění zodpovědné. MMR mělo zastávat roli zastřešujícího, koordinačního a metodického orgánu regionální politiky, jejíž součástí bude politika turismu. Na národní úrovni MMR připadly zejména následující úkoly: specifikace strategie k dosažení cílů politiky turismu vytvořením legislativního rámce pro navrhovaná opatření a záměry, určení národních priorit vycházejících z regionálních analýz, vytvoření systému financování realizace priorit (rozvojové programy, dotační tituly), definování národních témat pro tvorbu

produktů turismu, metodická pomoc pro regionální orgány a další. Činnost ČCCR – CzechTourism měla být zaměřena především na metodickou pomoc při realizaci produktů turismu a jejich marketing. [5]

Těžištěm pro formulování směrů politiky turismu a kontrolním místem pro naplňování stanovených cílů a opatření měly být regionální orgány krajských samospráv. Jejich autorita měla být podepřena spoluprací s MMR při návrzích pro alokaci systémových dotací ze státního rozpočtu, přípravě dotačních titulů, přípravě na čerpání podpory ze evropských fondů a formulování regionálních operačních programů v návaznosti na národní rozvojový plán.

Plánovaného vymezení kompetencí se nepodařilo dosud dosáhnout, a tak prakticky neexistuje koordinační orgán v oblasti turismu vybavený dostatečnými kompetencemi pro přijímání a realizaci strategických cílů deklarovaných v národní koncepci rozvoje turismu.

Strategické dokumenty

V zásadě by měly národní koncepční dokumenty vycházet z koncepčních dokumentů krajů, obcí, sdružení obcí, destinačních managementů a dalších subjektů, kteří jsou nositeli politiky turismu. Nebo přesněji řečeno: Na regionální (krajské) úrovni by měla být koncipována politika turismu, která na základě znalosti podmínek jednotlivých turistických regionů a destinací na svém území stanoví rámcové podmínky pro fungování odvětví turismu, vytvoří prostor k diskusím mezi veřejným, podnikatelským a neziskovým sektorem a usnadní konsensus mezi jednotlivými subjekty při řešení konkrétních aktivit. Politika turismu na regionální úrovni musí sledovat rámcové podmínky pro rozvoj turismu (infrastruktura, podpora podnikání, rozvoj lidských zdrojů) a zároveň přesahy do ostatních oblastí, které rozvoj turismu determinují (kulturní památky, dopravní obslužnost, sociální politika). Musí být zabezpečeno vhodné institucionální zajištění řízení turismu, které by bylo přijatelné i pro subjekty z veřejného a neziskového sektoru. Zároveň je nutné zajistit systém financování aktivit, spadající do veřejného sektoru a vytvořit dostatečně motivující systém podpory pro podnikatelský a neziskový sektor.

Politiky na regionální úrovni (krajské) by měly být projednány v souvislosti s přípravou státní politiky tak, aby mohla zastřešit zásadní rozvojové priority a vytvořit pro jejich realizaci dostatečně funkční rámec (legislativní, metodický, finanční).

Cílem propojeného systému politik pro řízení turismu je podpora rozvoje turismu, jejímž výsledkem je měřitelný přínos sektoru turismu jak na národní, tak na regionální a lokální úrovni. Součástí je i efektivní využití potenciálu a finančních prostředků (veřejných i privátních), dosažení očekávaných přínosů k regionálnímu rozvoji a při řešení regionálních disparit, zvýšení podílu zaměstnanosti v odvětví, využití multiplikačního efektu a zvýšení kvality života obyvatel.

V programových dokumentech na úrovni státu i krajů chybí:

- vertikální i horizontální provázanost koncepčních dokumentů;
- profilace strategických cílů;
- přesná definice opatření k dosažení stanovených cílů podepřená o odpovědnost za jejich plnění;
- podrobný plán implementace;
- indikátory pro monitorování dosažených výsledků;
- jasná organizační struktura subjektů, odpovědných za plnění přijatých opatření a cílů a jejich kompetence;
- časové horizonty;
- pravidelné, průběžné vyhodnocování naplňování koncepcí;
- způsob přijímání opatření pro zlepšení činnosti jednotlivých odpovědných subjektů.

V místě realizace turismu, tedy na lokální úrovni, povětšinou programové dokumenty nejsou vůbec zpracovány nebo se neprovádí pravidelná aktualizace. Podniky turismu na lokální a regionální úrovni nemají prakticky žádnou možnost ovlivnit směřování politiky turismu. Využívají aktivity místní správy (prezentace v IC, na portálu obce a na veletrzích), ale na společných projektech se podílejí jen sporadicky.

Financování

Prostředky z předstupních fondů Phare CBC a Sapard byly pro rozvoj turismu využity jen v omezené míře, a to jen v některých regionech (hlavně příhraničních), kdy podpořené projekty většinou řešily vnitřní potřeby regionů bez návaznosti a koordinace z pohledu celkového rozvoje turismu v ČR.

Navíc se MMR nepodařilo prosadit připravený sektorový operační program pro období 2004-2006 a jeho transformace do Společného regionálního programu značně omezila objem finančních prostředků pro podporu turismu.

Pro období 2007-2013 je v ROPEch a IOPu alokován zatím největší objem finančních prostředků na rozvoj turismu a je nanejvýš pravděpodobné, že podobná situace se již opakovat nebude. Dá se tudíž logicky přepokládat, že budou úspěšně realizována opatření politiky turismu na regionální i národní úrovni. Zároveň lze očekávat, že se odstraní hlavní překážky v oblasti rozšiřování a zkvalitňování infrastruktury turismu, marketingu, statistiky, vzdělávání a zejména při vytváření funkční vertikální i horizontální organizační struktury řízení turismu.

Jako způsob realizace je nejčastěji uváděna „realizace konkrétních projektů“ doplněná rozšířeným popisem zaměření priority, ale bez uvedení způsobu monitoringu. U termínů plnění je ve většině případů uvedeno průběžně. Výjimkou je několik opatření, která jsou termínována přesně.

V tomto období lze hovořit o koncepční politice turismu a zároveň o bariérách této politiky, které představuje především neexistence základní legislativy pro její realizaci (zákon o turismu) a systému propojení národní úrovně s regionální podepřený jasným vymezení kompetencí a odpovědností.

Monitoring, hodnocení

V průběhu roku 2008 iniciovaly zástupci MMR a agentury CzechTourism ve spolupráci s Asociací turistických regionů (ATUR) diskuse napříč sektorem turismu k řešení zásadních problémů ve vývoji turismu v České republice, které byly završeny v březnu následujícího roku založením Celostátního kolegia cestovního ruchu České republiky.

Na jednání platformy v prosinci 2008 se účastníci dohodli, že se „cestovní ruch může stát v blízké budoucnosti jedním z pilířů regionální ekonomické stability.“ V souvislosti s tím bylo opětovně konstatováno, že „stále chybí vytváření efektivní a stabilní organizační struktury, což je přitom jedna z proklamovaných priorit vládou schválené Koncepce.“ [8]

Zástupci krajů společně konstatovali, že řízení turismu a marketing je v jednotlivých krajích řešen různým způsobem. Příčinu vidí v tom, že vláda ČR ve svém strategickém dokumentu (Koncepce státní politiky ČR pro období 2007-2013) nevytvořila jasná pravidla pro systém řízení cestovního ruchu na odpovídajících úrovních veřejné správy, jednoznačné kompetence a z nich vyplývající odpovědnost jednotlivých orgánů. Výsledkem je situace, kdy každý kraj má zaveden vlastní systém řízení cestovního ruchu vytvořený současnou politickou reprezentací. [6]

Současná situace zatím není v tomto směru příliš optimistická. MMR zpracovalo Prováděcí dokument k plnění Koncepce státní politiky cestovního ruchu pro období 2007 - 2013 a předložilo jej vládě ke schválení v červnu 2008. Uvádí se v něm, že se jedná o střednědobý akční plán obsahující konkretizaci v Koncepci schválených aktivit s vymezením subjektů, kteří jsou za jejich plnění zodpovědné včetně stanovení konkrétních nástrojů potřebných k realizaci. [6, s.4]

Dále se zde uvádí, že Prováděcí dokument byl zpracován na základě podkladových materiálů od garantů plnění jednotlivých opatření (celkem 25 subjektů - ministerstva, ČSÚ, kraje) a od potencionálních realizátorů plánovaných aktivit (18 subjektů – profesní sdružení, asociace, vzdělávací instituce). [6, s.4]

V reakci na vládou schválený dokument „Východiska z krize – politika vlády v krátkodobém a střednědobém horizontu“ ze dne 8. Února 2010 (usnesení č. 119) zpracovalo MMR Konsolidovaný plán podpory cestovního ruchu (Konsolidovaný plán), který vláda schválila dne 20. října 2010 svým usnesení č. 747. Tento plán bude zpracováván každoročně vždy k 30. červnu daného roku a součástí bude přehled plnění za uplynulé období. Sledované priority jsou: [9, s.2]

1. snaha o minimalizaci finančních nároků na státní rozpočet;
2. zjednodušení podnikání v cestovním ruchu;
3. realizace jednotlivých opatření v oblasti cestovního ruchu definovaných Koncepcí státní politiky cestovního ruchu ČR pro období 2007-2013.

Konsolidovaný plán se zabývá řadou problematik, ze kterých můžeme jmenovat: spolupráce s Podvýborem pro cestovní ruch Poslanecké sněmovny, věcný návrh zákona o turismu, podpora sociálního turismu, kvalita služeb, problematika cestovních kanceláří a průvodcovských služeb, vízová problematika, podpora výzkumu, aktivity v rámci MICE a marketingové aktivity CzechTourism.

Po přečtení dokumentu se nabízí otázka, proč se po celé desetiletí opakovaně uvádějí v dokumentech státní politiky turismu stejné problémy a nehledá se reálné řešení? Konsolidovaný plán uvádí například jako jeden z cílů: vytvoření marketingové značky a manuálu pro tvorbu produktů v turismu s tím, že „v ČR chybí střednědobá marketingová koncepce cestovního ruchu, zaměřená na konkrétní cílové skupiny návštěvníků, jejich potřeby na služby a produkty cestovního ruchu, definující, jak vybrané cílové skupiny oslovovat“ [22, s. 5] a také, že „ačkoliv pro pojem produkt cestovního ruchu existuje přesná definice, není tento zatím v povědomí pracovníků v cestovním ruchu ustálen. V souvislosti s faktem, že velké množství grantových programů operuje s produkty cestovního ruchu, resp. jejich vznik finančně podporuje, je nutné striktně definovat pravidla a postupy pro vytvoření produktu cestovního ruchu a jeho zavedení na trh.“ [22, s. 8]. A to v době, kdy jsou prakticky vyčerpané prostředky EU na podporu rozvoje turismu. K tomu lze dodat jedině: je třeba začít realizovat opatření definované v koncepčních dokumentech a jejich plnění kontrolovat sadou měřitelných indikátorů. Zároveň vyvozovat důsledky při jejich neplnění.

Otázkou je vymahatelnost plnění úkolů v současném legislativním systému, kdy kraje řeší rozvoj turismu v samostatné působnosti, jednání meziresortní komise jsou nepravidelná a ostatní subjekty (asociace, vzdělávací zařízení, organizace cestovního ruchu) nejsou k plnění opatření nijak zavázána.

Závěrem k diskusi

Množství dokumentů, prohlášení a závěrů z jednání organizací působících v oblasti turismu napříč všemi sektory vytváří dojem, že v současnosti dochází k lepšímu pochopení problematiky turismu, ke zvýšené snaze všech zainteresovaných zvrátit letitý nepříznivý vývoj turismu, k ochotě domluvit se a využít všechny prostředky k vyřešení vleklých problémů.

Ale jak je tomu ve skutečnosti?

Ochota poskytnout statistické údaje, finančně se podílet na společném projektu, zlepšit kvalitu nabízených služeb a inovovat je, dlouhodobě spolupracovat na rozvoji turismu a vytvářet partnerství s ostatními subjekty je zatím až na výjimky nereálné. Důvodů je celá řada. Mají ale společného jmenovatele. Tím je chybějící koordinátor, vybavený dostatečnými kompetencemi k realizaci záměrů pro rozvoj turismu, nevázaný na politické systémy a jejich změny, který má jasnou vizi, je důvěryhodný pro subjekty z veřejného, podnikatelského i neziskového sektoru a výsledky jeho práce odpovídají očekáváním jednotlivých subjektů. Dalším důvodem jsou změny v přístupu (někdy velmi radikální) jako důsledek politických rozhodnutí ne vždy podložených znalostí a orientací v problematice turismu.

Navíc musí aktéři turismu často přizpůsobit svoje záměry politiky definovaným prioritám, které často nereflektují skutečné a konkrétní potřeby rozvoje turismu. Do hry vstupují lobbistické skupiny, chybějící legislativa (ne)upravující zásadní kompetence a odpovědnost veřejné správy na realizaci opatření státní politiky na jednotlivých úrovních a dlouhodobá absence výzkumů v oblasti turismu, nízká vypovídající schopnost statistiky (zejména pro úroveň destinací, které jsou pro tvorbu nabídky zásadní) a v neposlední řadě kvalita vzdělání, odbornosti a aktivitě pracovníků veřejného sektoru, kteří vytvářejí rámec politiky turismu. Hodnocení projektů podpořených z veřejných zdrojů, indikátory udržitelnosti projektů, hodnocení skutečných přínosů pro rozvoj CR a celkový rozvoj regionů.

Jedním ze zásadních požadavků na realizaci politiky směřující k dlouhodobě konkurenceschopnému a udržitelnému rozvoji turismu je dosažení konsensu mezi zájmy všech nositelů politiky turismu. Role veřejnoprávních organizací je významná a nezastupitelná vzhledem k pravomocím činit politická a ekonomická rozhodnutí. Pokusy o nalezení platformy pro vytváření partnerství v oblasti turismu v České republice jsou ojedinělé a dokládají spíše nekonceptnost a nesystematičnost uplatňované politiky turismu.

Literatura

- [1] Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR 1999
- [2] Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR pro období 2002 – 2007
- [3] Postup realizace a aktualizace Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR do roku 2006
- [4] Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR pro období 2007-2013
- [5] Enterprise plc – CzechTourism: Cestovní Enterprise plc – CzechTourism: Cestovní ruch v regionech České republiky. Ostrava, 2003 ruch v regionech České republiky. Ostrava, 2003[8]
- [6] Prováděcí dokument Politiky cestovního ruchu pro období 2007-2013
- [7] Asociace krajů ČR [online]. 2011-05-28 [cit.2011-05-28] Dostupné na WWW:http://www.asociacekrajy.cz/vismo5/dokumenty2.asp?id_org=450022&id=150946&p1=52
- [8] Celostátní kolegium cestovního ruchu ČR [online]. 2011-05-28 [cit.2011-05-28] Dostupné na: WWW:<<http://www.czechtourism.cz/celostatni-kolegium-cestovniho-ruchu-ceske-republiky/>

- [9] Konsolidovaný plán podpory cestovního ruchu [online]. 2011-05-28 [cit.2011-05-28] Dostupné na: WWW:<<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Konsolidovany-plan-podpory-cestovniho-ruchu>

Kontaktní údaje:

Ing. Šárka Tittelbachová
Vysoká škola obchodní v Praze, o.p.s.
Spálená 14
110 00 Praha 1
E-mail: titsar@centrum.cz

PODPORA CESTOVNÍHO RUCHU, VÝVOJ A KOMPARACE V RÁMCI PROGRAMOVÝCH OBDOBÍ KOHEZNÍ POLITIKY EU S ASPEKTEM NA REGIONÁLNÍ PŘESHraniČNÍ SPOLUPRÁCI

Support of Tourism, Evolution and Comparison in the frame of Programming periods of EU Cohesion Policy focusing Cross Border Cooperation

Tereza Valášková

Abstrakt:

Cestovní ruch pozitivně přispívá k rozvoji evropských regionů. Přispívá k ekonomickému růstu a tvorbě pracovních míst. Podílí se na zachování a zhodnocení přírodního, kulturního dědictví a místních tradic. Cestovní ruch se jeví jako významný zejména v regionech, které mohou disponovat všeobecně nižším rozvojovým potenciálem či mají periferní charakter často v důsledku přítomnosti hranice. Cestovní ruch tak hraje důležitou roli při naplňování regionální politiky Evropské unie a snižování regionálních disparit. Je podporován finančními nástroji z Evropského rozpočtu v rámci kohezní politiky EU a je prioritou v programech přeshraniční spolupráce. Tento článek je věnován podpoře plynoucí do sektoru cestovního ruchu prostřednictvím programů kohezní politiky. Analyzuje vývoj podpory cestovního ruchu z evropského rozpočtu a nabízí komparaci v rámci programových období kohezní politiky EU. Zvláštní pozornost věnuje významu a podpoře cestovního ruchu v rámci přeshraniční spolupráce.

Klíčová slova:

Cestovní ruch, kohezní politika Evropské Unie, přeshraniční spolupráce

Abstract:

Tourism contributes in a positive way to the development of European regions. It contributes to the economic grow and employment creation. It takes part in preserving and appreciating natural, cultural heritages and local traditions. Tourism seems to be significant especially in the regions which may dispose of generally lower development potential or have peripheral character often due to the presence of a border. Therefore tourism plays a considerable role in meeting regional policy of European Union and reducing regional disparities. It is supported by financial instruments of European budget in frame of EU Cohesion policy and it is an important priority in Cross Border Cooperation programmes. This paper tackles the problematic of EU Cohesion Policy programmes' support toward tourism. It analyses the evolution of the support to tourism from the European budget and it offers its comparison in the frame of programming periods of the European Cohesion Policy. A particular attention is given to the importance and to the support of tourism in the Cross Border Cooperation.

Key words:

Tourism, Cohesion Policy of the European Union, Cross Border Cooperation

Úvod

Cestovní ruch je dle Sdělení Evropské komise z 30. června 2010⁶ považován za hospodářskou činnost, jenž má pozitivní dopad na ekonomický růst a podporu zaměstnanosti v Evropě a jeho význam pro evropské obyvatele má rostoucí tendenci. Odvětví cestovního ruchu dle údajů Evropské komise⁷ generuje v EU více než 5 % HDP s rostoucím trendem, s přibližně 1,8 miliony společnostmi zaměstnávajícími zhruba 5,2 % celkové pracovní síly (tj. přibližně 9,7 milionu pracovních míst). Včetně souvisejících odvětví je možné uvažovat přibližně o 10 % podílu na tvorbě HDP v EU a cca 12% podílu na tvorbě pracovních míst.

Cestovní ruch se podílí mj. na zachování a zhodnocení přírodního, kulturního dědictví a místních tradic. Hraje tak důležitou roli při naplňování regionální politiky Evropské unie a snižování regionálních disparit. Je podporován finančními nástroji, tzv. strukturálními fondy⁸, z Evropského rozpočtu v rámci kohezní politiky EU⁹ a je důležitou prioritou v programech přeshraniční spolupráce¹⁰.

Politika soudržnosti Evropské unie se již od osmdesátých let zaměřuje na posilování ekonomické a sociální koheze. Lisabonská smlouva a nově i strategie Evropa 2020 zavádí do politiky soudržnosti Evropské unie třetí dimenzi - územní kohezi. Územní aspekt koheze s postupným rozšiřováním území Evropské unie nabývá stále silněji na významu a v současném programovém období 2007-2013 tvoří poprvé samostatný, tzv. třetí cíl kohezní politiky EU s podporou z Evropského fondu pro regionální rozvoj. Hlavním cílem politiky koheze - ekonomické, sociální a územní soudržnosti, je přispět k posílení udržitelného a harmonického rozvoje území Evropské unie jako celku. V tomto kontextu a v rámci tzv. třetího cíle tvoří v současném období největší kapitolu rozpočtu kohezní politiky regionální přeshraniční spolupráce. Cestovní ruch se jeví jako významný právě v prioritách programů přeshraniční spolupráce, jelikož přispívá (s aspektem na úroveň ekonomického rozvoje, geografickou polohu a geomorfologický charakter příhraničních oblastí) k posílení udržitelného a harmonického rozvoje těchto regionů a ke kompaktnímu rozvoji celého území rozšířené Evropské unie. Z tohoto důvodu je programům přeshraniční spolupráce vedle analýzy programů hlavních cílů kohezní politiky věnována pozornost.

⁶ EUROPEAN COMMISSION (Brussels, 2010): Communication From The Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Europe, the world's No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe.

⁷ Studie konkurenceschopnosti odvětví cestovního ruchu v EU, (září 2009).

⁸ Strukturální fondy jsou finanční nástroje, jejichž prostřednictvím plynou z rozpočtu EU finanční prostředky na implementaci kohezní politiky a iniciativ Evropské unie.

⁹ "cohesion policy" (z angl. verze), neboli politika soudržnosti (v současnosti ekonomická, sociální a územní) je jednou z nejvýznamnějších politik Evropské unie, která se (dle čl. 174 Lisabonské smlouvy) zaměřuje na snižování disparit v úrovni rozvoje regionů EU, snižování zaostalosti nejvíce znevýhodněných regionů a posilování ekonomické, sociální a územní soudržnosti za účelem harmonického rozvoje Evropské unie. Zahrnuje tzv. cíle (strategie), v nichž je implementována.

¹⁰ Přeshraniční spolupráce byla jednou z iniciativ EU s názvem INTERREG. V programovém období 1994-1999 se jednalo o INTERREG II a v programovém období 2000-2006 o INTERREG III. V programovém období 2007-2013 došlo ke sloučení programů a iniciativ. Bývalá iniciativa INTERREG byla začleněna do třetího cíle kohezní politiky EU, do cíle „evropské územní spolupráce“.

Podpora cestovního ruchu v rámci kohezní politiky EU – komparativní analýza

Následující komparativní analýza podpory cestovního ruchu zahrnuje analýzu z pohledu finančních alokací jak v absolutních, tak v relativních hodnotách. Poskytuje komparaci vývoje regionálních a národních programů hlavních tzv. cílů kohezní politiky EU, které podporují oblast cestovního ruchu¹¹ v rámci jednotlivých programových období¹² se zvláštním aspektem na programy v rámci iniciativy přeshraniční spolupráce¹³, v jejichž prioritách cestovní ruch hraje významnou roli. Analýza reflektuje dvě minulá programová období, období 1994-1999 a 2000-2006 a současné programové období 2007-2013, v jejichž rámci je koncepční podpora cestovního ruchu poměrně srovnatelná. Analýza poskytuje komparaci jednak dle jednotlivých programových období dvacetileté kohezní politiky, jakožto komparaci podpory cestovního ruchu v rámci starých členských zemí a nových členských zemí Evropské unie.

Podpora cestovního ruchu v rámci programových období kohezní politiky EU 1994 - 1999 a 2000 - 2006

Podpora cestovního ruchu v programovém období kohezní politiky EU 1994 - 1999

V programovém období 1994 - 1999 byl cestovní ruch podporován ve většině z programů¹⁴ (66% z celkového počtu programů) v rámci kohezní politiky EU. Ze 7 cílů kohezní politiky byla věnována pozornost cestovnímu ruchu zejména v rámci cíle 1: v hospodářsky zaostávajících regionech¹⁵, v rámci cíle 2: ve strukturálně postižených regionech a v rámci cíle 5b: v hospodářsky slabých zemědělských oblastech s nízkým stupněm socio-ekonomického rozvoje¹⁶. Kromě těchto cílů byla podpora cestovnímu ruchu alokována prostřednictvím programů iniciativ EU, z nichž převážně, (z 62%), v rámci programů přeshraniční spolupráce, tzv. iniciativy INTERREG II. V rámci cílů kohezní politiky měla vysoké zastoupení podpora cestovního ruchu v programech Nizozemska, Velké Británie, Švédska, Dánska a Finska, zatímco v rámci iniciativy INTERREG II byl cestovní ruch podporován především ve velkém počtu přeshraničních programů Německa, Francie, Itálie, Švédska, Finska a Dánska (viz. tabulka č. 1).

Tab. 1: Podpora cestovního ruchu v programech kohezní politiky EU v letech 1994-1999

EU 15	1994-1999	AT	BE	DK	FI	FR	DE	EL	IT	IE	LU	NL	PT	ES	SE	UK	Celkem	CR v %
Programy kohezní politiky	celkem v cílech KP	12	12	5	5	66	32	25	75	7	3	16	18	56	6	40	378	
	z toho podpora CR	9	9	5	5	62	13	9	40	3	2	16	4	32	6	36	251	66,4
Programy INTERREG II	INTERREG celkem	7	9	7	8	22	23	5	13	4	4	10	5	8	10	8	143	
	z toho podpora CR	3	3	6	6	14	17	3	9	3	1	5	1	3	9	5	88	61,5

Zdroj: Vlastní zpracování dat zveřejněných členskými státy a Evropskou komisí.

¹¹ Podpora oblasti cestovního ruchu je často v prioritách a programech v definici „cestovní ruch a kultura“, či v jiném spojení.

¹² Kohezní politika je implementována na základě tzv. principu programování, tj. s cílem umožnění koncipování a realizaci stanovené strategie a zachování kontinuity akcí, v několikaletých tzv. programových obdobích.

¹³ v současném období 2007-2013 v rámci samostatného třetího cíle kohezní politiky EU.

¹⁴ Programy jsou koncipovány jednotlivými zeměmi, sestávají z priorit s daným rozpočtem kofinancovaným v určitém poměru ze strukturálních fondů EU.

¹⁵ regiony, v nichž HDP na obyvatele nedosahovalo 75% průměru zemí EU 15.

¹⁶ jež nebyly zahrnuty do podpory z kohezní politiky v rámci cíle 1.

V letech 1994 až 1999 sociální a kohezní politiky Evropské unie činil celkový podíl plynoucí ze strukturálních fondů na rozvoj cestovního ruchu přibližně 4,23 mld. euro¹⁷. V absolutní hodnotě v tomto období nejvíce čerpala Velká Británie (911 mil. EUR), Řecko (693 mil. EUR) a Itálie (691 EUR). Naopak Portugalsko v tomto období nečerpalo vůbec, Lucembursko čerpalo jen 3 mil. euro a Německo 23 mil. euro.

V procentním poměru k celkovým přiděleným finančním zdrojům v rámci programů ekonomické a sociální koheze byl cestovní ruch podpořen více než sedmi procenty ve třech členských zemích, nejvíce v Nizozemsku (11,4 %), dále ve Velké Británii (7,9 %) a v Rakousku (7,1 %). Naopak vůbec nebyl podpořen v Portugalsku a méně než dvěma procenty ve dvou velkých členských zemích, v Německu (0,1 %) a ve Španělsku (1,9 %). Ostatní členské země věnovaly podpoře cestovního ruchu více než dvě a méně než sedm procent z celkové finanční podpory ze strukturálních fondů EU.

Podpora cestovního ruchu v programovém období kohezní politiky EU 2000 - 2006

V tomto programovém období došlo k radikálnímu snížení počtu cílů kohezní politiky ze 7 na 3 a ke koncentraci programů a priorit v rámci jednotlivých cílů. Cestovní ruch byl tak jako v předchozím programovém období nejvíce (v absolutní hodnotě) podporován v rámci cíle 1 v hospodářsky zaostávajících regionech, dále v rámci cíle 2¹⁸ a 3¹⁹. Regionální a národní programy byly v období 2000-2006 ve starých členských zemích EU 15 zredukovány zhruba na polovinu. Počet programů iniciativy INTERREG naopak mírně narostl, avšak počet programů zaměřených na podporu cestovního ruchu v rámci této iniciativy oproti předchozímu období 1994-1999 klesl na necelou polovinu (viz. tabulka č. 2).

Tab. 2: Podpora cestovního ruchu v programech ekonomické a sociální koheze ES v programovém období 2000-200620

EU 15	2000-2006	AT	BE	DK	FI	FR	DE	EL	IT	IE	LU	NL	PT	ES	SE	UK	Σ	CR (%)
Programy kohezní pol.	celkem cíle	9	8	1	5	28	18	19	27	6	1	5	15	23	6	21	192	
	z toho CR	6	7	0	1	21	9	14	20	2	1	5	6	21	1	8	122	63,5
Programy INTERREG III	celkem	9	8	7	9	19	23	9	14	6	4	6	5	8	9	12	148	
	z toho CR	7	5	2	6	13	16	5	7	3	3	3	4	6	3	6	41	27,7

EU 12	2000-2006	CY	CZ	EE	HU	MT	PL	LV	LT	SK	SI	RO	BG	Σ	CR v %
Programy kohezní pol.	celkem cíle	1	4	1	3	1	6	1	2	3	1	-	-	23	
	z toho CR	0	1	1	1	1	3	0	0	3	1	-	-	11	47,8
Programy INTERREG III	celkem	3	6	4	5	4	10	4	4	5	5	-	-	51	
	z toho CR	2	4	1	2	1	6	1	2	3	1	-	-	13	25,5

Zdroj: Vlastní zpracování dat zveřejněných členskými státy a Evropskou komisí.

V programovém období 2000 až 2006 kohezní politiky Evropské unie dosáhla celková alokace ze strukturálních fondů téměř 6,5 mld. euro. Z tohoto 5,88 mld. euro ve starých členských zemích Evropské unie (EU 15), což představovalo nárůst téměř o 39 % oproti předchozímu období 1994-1999. S rozšířením Evropské unie o deset nových členských zemí v roce 2004 bylo pro tyto země na podporu cestovního ruchu vyčleněno zhruba 609 mil. euro. Celkový nárůst přidělených finančních prostředků na podporu cestovního ruchu v programovém období 2000-2006 v EU 25 tedy představoval více než 50%. Přestože

¹⁷ z důvodu usnadnění komparace v rámci programového období 1994-1999 a komparace s ostatními programovými obdobími kohezní politiky jsou v případě let 1994-1998 ECU nahrazovány Eurem v poměru 1 ECU = 1 EUR.

¹⁸ jenž zahrnoval oblasti cíle 2 a 5b předchozího programového období 1994-1999.

¹⁹ přičemž regiony vymezené pro čerpání pomoci ze strukturálních fondů v cíli 1 nejsou oprávněné čerpat v rámci jiných cílů kohezní politiky. Všechny regiony (i regiony v cíli 1), které se nacházejí v příhraničních oblastech, mohou navíc čerpat podporu v rámci programů přeshraniční spolupráce.

²⁰ V případě nových členských zemí (EU 10), které přistoupily k 1. 5. 2004, se jedná o období od tohoto data do roku 2006 v rámci programového období kohezní politiky EU 2000-2006.

podpora cestovního ruchu v absolutní hodnotě vzrostla o více než 1,6 mld. euro, relativní hodnota podpory cestovního ruchu vzhledem k celkovému navýšení finančních zdrojů v rámci kohezní politiky EU v období 2000 až 2006 mírně klesla, z 3,1 % oproti období 1994-1999 na 3,0 %.

V období 2000 až 2006 bylo přiděleno na podporu cestovního ruchu v absolutní hodnotě nejvíce Itálii (více než 1,7 mld. EUR) a Francii (0,9 mld. EUR), Řecku (615 mil. EUR), Španělsku (604 mil. EUR) a Německu (579 mil. EUR). Nejméně pak tradičně Lucembursku (3 mil. EUR), Dánsku (43 mil. EUR) a Finsku (48 mil. EUR). V poměru k celkovým finančním zdrojům plynoucím z kohezní politiky byl cestovní ruch v období 2000-2006 nejvíce podporován v Rakousku (9,4 %), v Belgii (7 %) a ve Francii (6 %). Nejméně pak ve Španělsku (1,3 %), Irsku (1,8%) a v Německu (1,8 %).

V rámci nových členských zemí (EU 10), které přistoupily k Evropské unii k 1. květnu 2004, byla věnována nejvyšší podpora cestovnímu ruchu v absolutní hodnotě v Polsku (téměř 198 mil. EUR), v České republice (přes 108 mil. EUR) a v Maďarsku (cca 81 mil. EUR). Naopak nejméně v malých zemích jako je Malta, Kypr a Estonsko. V poměru k celkovým přiděleným finančním alokacím v rámci kohezní politiky byl naopak největší podíl věnován cestovnímu ruchu v menších zemích, ale významných turistických destinací, na Kypru (21 %) a Maltě (více než 15 %), dále ve Slovinsku (12,3 %), Litvě (8,3 %) a také v České republice (7,7 %).

Podpora cestovního ruchu v současném programovém období 2007-2013

V programovém období 2007-2013 došlo k dalšímu rozšíření Evropské unie o dva nové členské státy Rumunsko a Bulharsko na 27 členských zemí (EU 27). Došlo k další koncentraci cílů kohezní politiky a začlenění iniciativy INTERREG do třetího cíle „Evropské územní spolupráce“. Byl zúžen i počet strukturálních fondů a počet priorit zejména v programech přeshraniční spolupráce. Došlo k markantnímu poklesu počtu regionálních a národních programů majících priority definované jako přímou podporu cestovního ruchu.

Tab. 3: Podpora cestovního ruchu v programech ekonomické a sociální koheze ES v programovém období 2007-2013 v EU 27

EU 15	2007-2013	AT	BE	D K	FI	F R	D E	E L	IT	IE	L U	N L	P T	E S	S E	UK	Σ	CR v %
Programy cíle 1 a 2 koh.pol.	celkem	9	4	1	5	30	18	10	27	7	1	4	10	24	8	16	174	
	z toho CR	3	0	0	0	1	1	1	5	1	0	0	1	1	0	1	15	8,6
cíl 3: územní spolupráce	celkem	10	7	6	5	17	19	5	11	5	2	6	5	6	9	11	124	
	z toho CR	2	3	4	2	8	10	0	2	1	1	1	2	2	3	3	13	10,5

EU 12	2007-2013	C Y	C Z	EE	HU	LV	LT	PL	MT	SK	SI	RO	BG	Σ	CR v %
Programy cíle 1 a 2 koh.pol.	celkem	0	14	2	13	2	1	20	1	9	2	5	5	74	
	z toho CR	0	6	0	0	0	0	11	1	0	0	1	1	20	27,0
cíl 3: územní spolupráce	celkem	2	6	3	6	4	4	9	2	6	7	3	3	55	
	z toho CR	0	5	1	1	1	2	7	0	2	2	0	0	10	18,2

Zdroj: Vlastní zpracování dat zveřejněných členskými státy a Evropskou komisí.

V zemích EU 15 došlo obecně k poklesu počtu programů kohezní politiky, z čehož k výraznému poklesu počtu regionálních a národních programů a jen k mírnému snížení počtu programů územní přeshraniční spolupráce, jež podporují cestovní ruch. V nových členských zemích EU 12 došlo k celkovému navýšení počtu programů oproti předcházejícímu období a k mírnému celkovému zvýšení počtu programů podporujících cestovní ruch oproti minulému období.

Přímá podpora cestovnímu ruchu z kohezní politiky Evropské unie v tomto období přesáhla 6 miliard euro. Z čehož starým členským zemím (EU 15) bylo přiděleno necelých 2,7 miliard euro a novým členským zemím (EU 12) přes 3 mld. euro. Necelých 584 mil. euro připadá cestovnímu ruchu v rámci třetího cíle – Evropské územní spolupráce. Oproti předchozímu období se jedná o mírný pokles celkové přímé finanční alokace připadající na podporu cestovního ruchu (přibližně o 2%).

Největšími příjemci podpory cestovního ruchu v absolutní hodnotě jsou Polsko (979 mil. EUR), Itálie (898 mil. EUR) a Česká republika (691,7 mil. EUR). Ze starých členských zemí EU 15 je to Itálie, Španělsko (467,7 mil. EUR) a Německo (361 mil. EUR), z nových členských zemí EU 12 Polsko, ČR a Maďarsko (447,8 mil. EUR). Naopak podporu z kohezní politiky vůbec nečerpají Lucembursko a Kypr, nejméně pak Irsko (3,5 mil. EUR), Dánsko (12,3 mil. EUR) a Rakousko (13 mil. EUR).

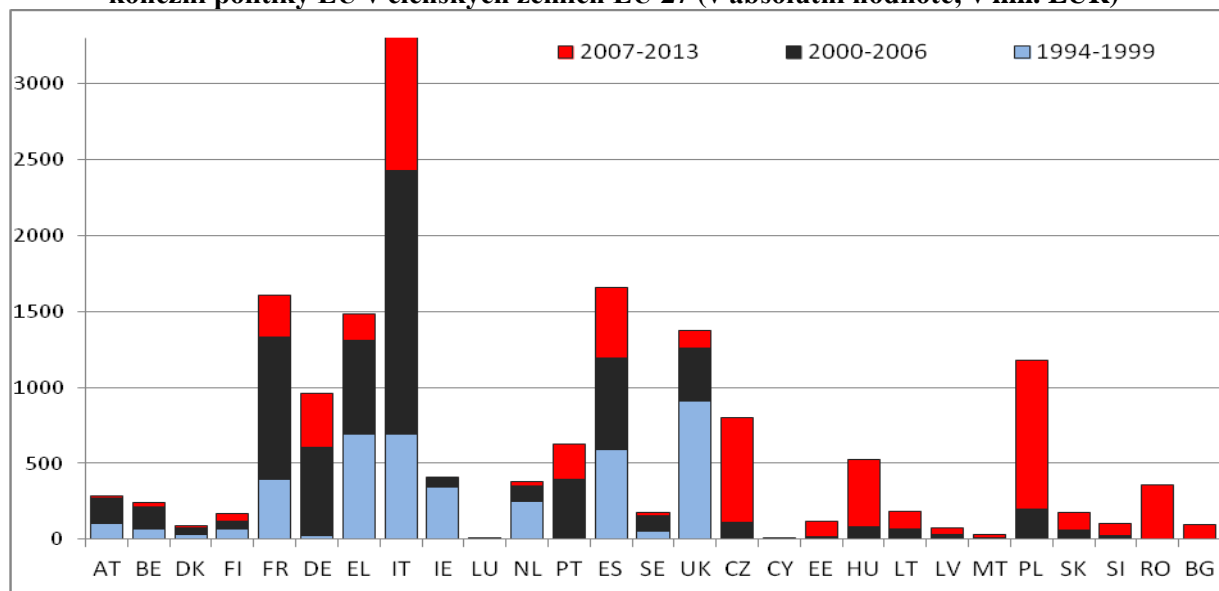
V poměru k celkovému objemu finančních zdrojů přidělených na kohezní politiku v tomto období, které byly navýšeny o více než 77 %, činí podíl podpory cestovnímu ruchu²¹ přibližně 2 %, což představuje procentní pokles vzhledem k předchozímu období. V nových členských zemích EU 12 připadá na podporu cestovního ruchu o jeden procentní bod vyšší podíl oproti zemím EU 15. Nevyšší relativní podíl věnují podpoře cestovnímu ruchu z celkových zdrojů v rámci kohezní politiky ze zemí EU 12 Estonsko (4,5%), dále Malta (4,4%) a Česká republika (4%). Z EU 15 dále Itálie a Finsko (3,2%). V ostatních zemích EU27 podpora cestovnímu ruchu nepřesahuje 3% z celkových zdrojů v rámci kohezní politiky. V rámci přeshraniční spolupráce je podíl podpory cestovního ruchu vůči celkové alokaci z kohezní politiky relativně vysoký 7,5 %. A to v porovnání s podporou v rámci ostatních cílů kohezní politiky EU a v porovnání s předchozím obdobím, kdy činil procentní podíl podpory cestovního ruchu připadající na všechny iniciativy EU 5,2 %.

²¹ po očištění o prostředky plynoucí z kohezního fondu.

Komparace podpory cestovního ruchu ve třech programových obdobích

Pro komparaci podpory cestovního ruchu v uplynulých dvou programových obdobích a v současném programovém období kohezní politiky vezmeme nejprve v úvahu celkový objem přidělených finančních prostředků v absolutní hodnotě za tři období (viz. graf č. 1).

Graf 1: Finanční alokace určená na podporu cestovního ruchu ve třech programových obdobích kohezní politiky EU v členských zemích EU 27 (v absolutní hodnotě; v mil. EUR)



Zdroj: Evropská komise, DG Regio, vlastní propočty

Z důvodu kompatibility dat pro další komparaci finančních alokací v rámci předchozích dvou a současném programovém období za EU 15 a EU 27 (v důsledku rozšíření o nové členské země EU 10 od roku 2004) jsou finanční zdroje na podporu cestovního ruchu za tři období 1994 až 2013 vyjádřeny též v průměrných ročních alokacích.

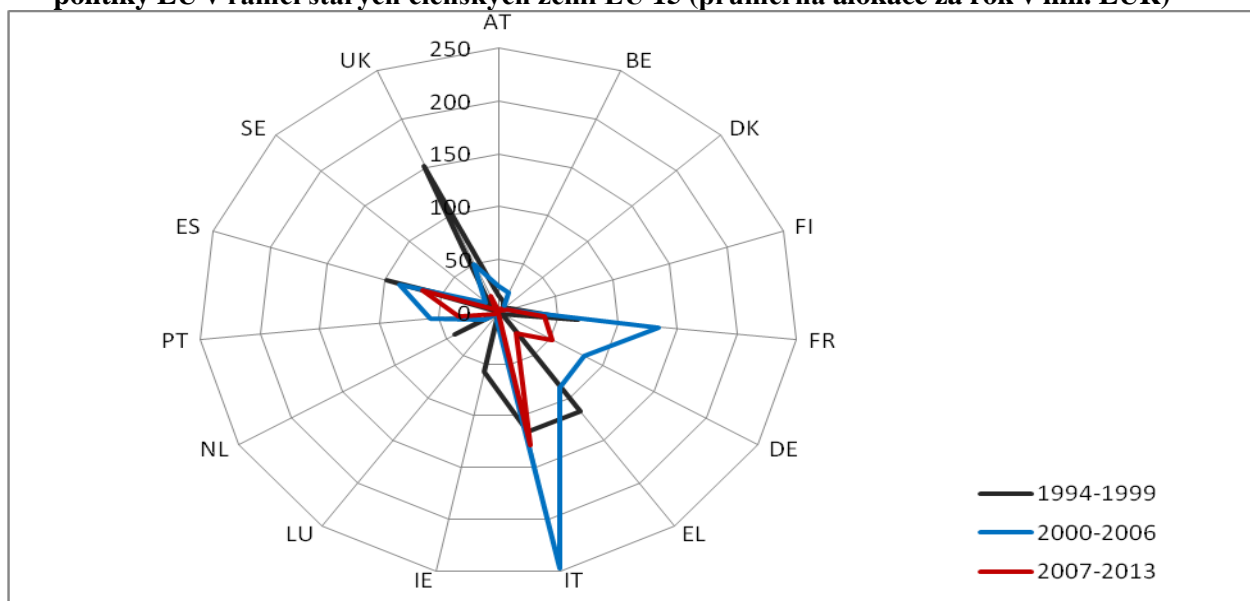
Komparace podpory cestovního ruchu ve třech programových obdobích kohezní politiky EU v rámci starých členských zemí Evropské unie

V programovém období 1994-1999 kohezní politiky EU na podporu cestovního ruchu čerpaly průměrně v absolutní hodnotě více než 100 mil. euro ročně jen tři země (Velká Británie, Řecko a Itálie). Nadpoloviční většina zemí (8 z EU15) pak čerpalo méně než 20 mil. euro ročně. V období 2000-2006 došlo k značnému navýšení celkových alokací v rámci kohezní politiky. Ze starých členských zemí (EU 15) čerpalo na podporu cestovního ruchu pouze pět zemí více jak 500 mil. euro v letech 2000-2006 celkem. Přičemž rekordní alokaci získala Itálie více než 1,7 mld. euro, tj. průměrně necelých 250 mil. euro ročně. Oproti předchozímu období 1994-1999 narostla alokace Itálii o více než jednu miliardu euro. K markantnímu navýšení zdrojů (25-ti násobnému) došlo v případě Německa²² a Francie (+2,4 krát), naopak k markantnímu poklesu v případě Velké Británie (-2,6 krát).

Celkem byla v období 2000-2006 podpora cestovnímu ruchu v EU 15 oproti předchozímu období navýšena o necelých 40 %. V současném programovém období, v důsledku významného rozšíření EU o další nové členské země EU 12, došlo k poklesu přidělených alokací původním členským zemím EU 15 o necelých 50 % na úkor značného navýšení u nových členských zemí. Celkový objem alokací určených na podporu cestovnímu ruchu oproti období 2000-2006 v případě všech členských zemí v absolutní hodnotě klesl.

²² vzhledem k nízké alokaci v letech 1994-1999.

Graf 2: Komparace podpory cestovního ruchu ve třech programových obdobích kohezní politiky EU v rámci starých členských zemí EU 15 (průměrná alokace za rok v mil. EUR)



Zdroj: Evropská komise, DG Regio, vlastní zpracování

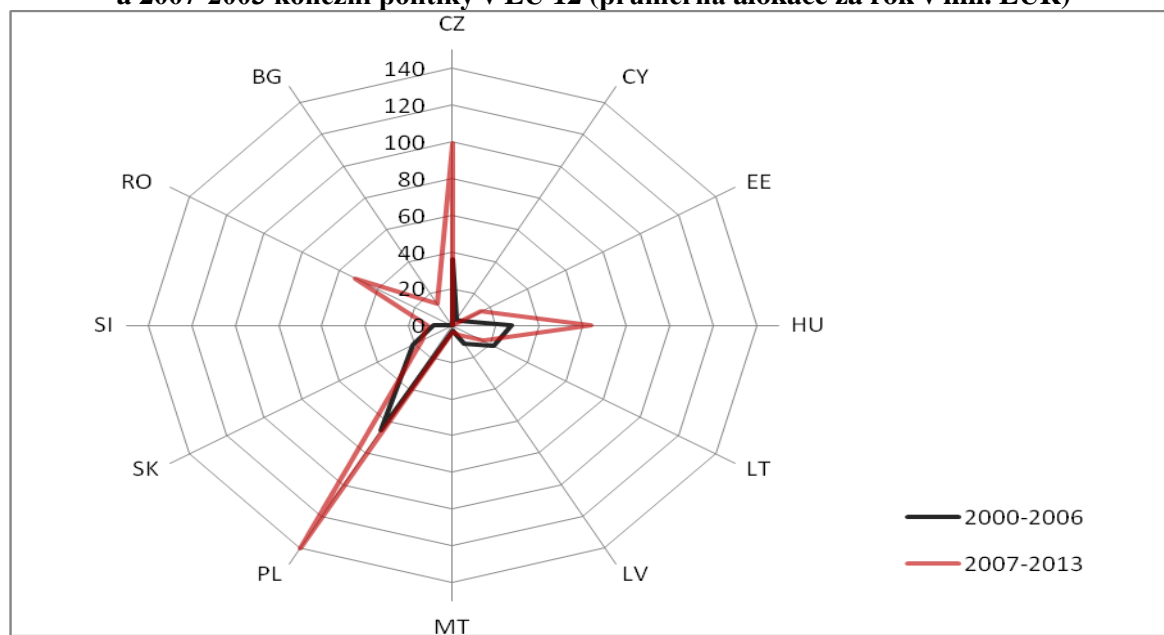
Největším příjemcem je opět Itálie (898 mil. EUR), jejíž alokace v tomto období neklesla pod absolutní hodnotu alokace v letech 1994-1999, tak jako v případě dalších zemí, Německa a Portugalska (viz. graf č. 2).

Komparace podpory cestovního ruchu v programovém období 2000-2006 a v období 2007-2003 kohezní politiky EU v rámci nových členských zemí Evropské unie

V programovém období 2000-2006, tj. od 1. 5. 2004, čerpaly nové členské země EU 10 v porovnání se starými členskými zeměmi EU 15 ročně (v absolutní hodnotě) průměrně méně finančních prostředků.

Naopak v současném programovém období, v němž přistoupily k EU další dvě země, připadlo na podporu cestovního ruchu na nové členské země EU 12 v porovnání se starými členskými zeměmi v absolutní hodnotě více finančních prostředků. Tak, jako v předchozím období si v přidělených alokacích zachovalo prvenství Polsko, jehož alokace přesáhla v absolutní hodnotě Itálii, dále Česká republika a Maďarsko. Roční alokace v absolutní hodnotě vzrostla oproti předchozímu období u poloviny členských zemí EU 12. Snížila se v případě malých zemí EU 12 (viz. graf č. 3).

Graf 3: Komparace finanční podpory cestovního ruchu v programovém období 2000-2006 a 2007-2003 kohezní politiky v EU 12 (průměrná alokace za rok v mil. EUR)



Zdroj: Evropská komise, DG Regio, vlastní zpracování

Z provedené komparativní analýzy a z uvedeného grafu č. 1 názorně vyplývá, že některé nové členské země EU12 mohou celkově během deseti let minulého (od r. 2004) a současného programového období dosáhnout na finanční alokaci v absolutní hodnotě ve srovnatelném či vyšším objemu oproti celkovým alokacím připadajícím na podporu cestovního ruchu ve většině zemí EU 15 za tři programová období od roku 1994. Jedná se o země jako je Polsko, Česká republika a Maďarsko. Například Polsko se řadí v objemu alokace na podporu cestovního ruchu v absolutní hodnotě za neúplná dvě programová období za Itálii, Španělsko, Francii, Řecko a Velkou Británii (z EU 27 v sestupném pořadí), vezmeme-li v úvahu celá tři programová období v případě zemí EU15. Z nových členských zemí EU 12 následuje Česká republika, která se v přidělené alokaci (v absolutní hodnotě z EU27 celkem za 3 sledovaná programová období) řadí na 8. místo za Německo.

Komparace průměrné roční podpory cestovního ruchu na obyvatele v rámci zemí EU 15 a EU 12 ve třech programových obdobích kohezní politiky Evropské unie

Zajímavý pohled nabízí komparace průměrných ročních alokací na podporu cestovního ruchu přidělených na jednoho obyvatele. V případě EU 15 dosahuje v období 1994-1999 na rekordní alokaci Irsko (15,5 EUR na obyvatele) a Španělsko (10,63 EUR/obyv.). Podíl ostatních zemí EU 15 nedosahuje 3 euro na obyvatele. V období 2000-2006 byly celkové zdroje na podporu cestovního ruchu navýšeny, na průměrnou roční alokaci převyšující 3 euro na obyvatele dosahují jen 4 země Řecko (8,06 EUR), Portugalsko (5,58 EUR), Itálie (4,35 EUR) a Rakousko (3,09 EUR). V současném programovém období po výrazném snížení alokací na podporu cestovního ruchu dosahuje na alokaci převyšující 3 euro na obyvatele jen Portugalsko (3,12 EUR). U většiny zemí (10 z EU15) nepřesahuje roční průměrná alokace na obyvatele 1 euro.

Tab. 4: Průměrná roční podpora cestovního ruchu na obyvatele v rámci kohezní politiky EU v programových obdobích v letech 1994 až 2013 v členských zemích EU15 (v EUR/obyvatele)

EU15 /období	AT	BE	DK	FI	FR	DE	EL	IT	IE	LU	NL	PT	ES	SE	UK	EU 15
1994-1999	2,12	1,09	1,04	2,20	1,10	0,05	10,63	2,02	15,50	1,17	2,64	0	2,46	1,04	2,59	2,30
2000-2006	3,09	2,00	1,15	1,33	2,21	1,01	8,06	4,35	2,16	0,99	0,90	5,58	2,15	1,58	0,84	2,73
2007-2013	0,22	0,43	0,32	1,38	0,60	0,63	2,20	2,17	0,12	0	0,26	3,12	1,50	0,37	0,29	1,20

Zdroj: Evropská komise, DG Regio, vlastní propočet.

V případě nových členských zemí EU 12 je v obou dvou programových období let 2000-2013 průměrná roční podpora na obyvatele v porovnání se zeměmi EU15 vyšší. V přepočtu na jednoho obyvatele připadá v letech 2004-2006 nejvyšší podíl na podporu cestovního ruchu na obyvatele na Litvě (9,22 EUR) a na Maltě (7,63 EUR). Naopak Polsku na rozdíl od předchozí analýzy provedené v absolutní hodnotě v optice tohoto propočtu připadá na obyvatele nejméně (1,71 EUR). V současném programovém období kohezní politiky je na jednoho obyvatele přidělena nejvyšší alokace v Estonsku (11,1 EUR), dále v ČR (9,61 EUR) na Maltě 8,48 EUR na obyvatele (viz. tab. č. 5).

Tab. 5: Průměrná roční podpora cestovního ruchu na obyvatele v rámci kohezní politiky EU v letech 2000 až 2013 v členských zemích EU 12 (v EUR/obyvatele)

EU 12 /období	CZ	CY	EE	HU	LT	LV	MT	PL	SK	SI	RO	BG
2000-2006	3,51	4,83	3,45	2,64	9,22	3,23	7,63	1,71	3,91	4,33	-	-
2007-2013	9,61	0	11,10	6,36	7,30	1,79	8,48	3,67	3,02	5,68	2,38	1,77

Zdroj: Evropská komise, DG Regio, vlastní propočet.

Závěr

Z provedené analýzy podpory cestovního ruchu napříč třemi programovými obdobími kohezní politiky EU obecně plynou následující závěry:

1. Relativní podíl přímé podpory, tzn. celkový objem finančních prostředků určených na podporu cestovního ruchu z kohezní politiky, se v členských státech EU snížil v důsledku značného navýšení investic v rámci ostatních kapitol kohezní politiky EU. Přičemž k rapidnímu snížení finančních zdrojů na podporu cestovního ruchu došlo v současném programovém období v případě starých členských zemí Evropské unie (EU 15) a naopak k významnému navýšení podílu v nových členských zemích EU vyjma malých zemí.
2. Došlo ke koncentraci cílů kohezní politiky, programů a priorit v regionálních i národních programech a v důsledku toho došlo i ke sloučení kapitol, v jejichž rámci je cestovní ruch podporován. Vyšší koncentrace programů a obecnější definice priorit zároveň může v některých případech nabídnout prostor pro získání většího objemu finančních prostředků na podporu cestovního ruchu.
3. V důsledku koncentrace programů došlo v současném programovém období ke sloučení iniciativ a začlenění přeshraniční spolupráce do třetího cíle kohezní politiky EU. Vzhledem k navýšení celkového objemu finančních alokací v rámci kohezní politiky i v rámci třetího cíle – územní spolupráce a v důsledku zúžení počtu priorit s obecnější definicí se může některým příhraničním regionům otevřít možnost čerpat na podporu cestovního ruchu vyšší podíl finančních zdrojů. Programy přeshraniční

spolupráce v rámci posledních tří programových období kohezní politiky potvrdily významnou pozici při uplatňování projektů zaměřených na podporu cestovního ruchu.

Literatura

- [1] BUTOWSKI, L. Tourism Review. Tourism in the EU economic and social cohesion policy in 1994-1999 and 2000-2006 budget programming periods. In. Tourism Review. vol. 58, s. 145-159. Warsaw, 2010.
- [2] EUROPEAN COMMISSION. Communication From The Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: Europe, the world's No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe. Brusel 30.6.2010. Portál Evropské unie [online] c2010. Dostupné z http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/communications/communication2010_en.pdf
- [3] EUROPEAN COMMISSION. Survey on the attitudes of Europeans towards tourism Analytical report (2009) The Gallup Organisation [online]. c2010. Dostupné z <http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc_id=5503&userservice_id=1&request.id=0,%20respectively>.
- [4] EUROPEAN COMMISSION. Regional Policy – Inforegio. [online] c2011. Dostupné z <http://ec.europa.eu/regional_policy/country/prordn/index_en.cfm?gv_pay=DE&gv_reg=ALL&gv_obj=5&gv_the=6&gv_per=1>.
- [5] EVROPSKÁ KOMISE, Sdělení Komise : Agenda pro udržitelný a konkurenceschopný evropský cestovní ruch KOM (2007) 621 v konečném znění Portál Evropské unie [online] c2010. Dostupné z <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0621:FIN:CS:PDF>>.
- [6] EVROPSKÁ KOMISE. Sdělení Komise: Evropa 2020. Strategie pro inteligentní a udržitelný růst podporující začlenění. Brusel, 2010. Portál Evropské unie [online] c2010. Dostupné z <http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_CS_ACT_part1_v1.pdf>.
- [7] EVROPSKÁ KOMISE. Sdělení Komise : Obnovená politika EU v oblasti cestovního ruchu – Vstříc silnějšímu partnerství pro evropský cestovní ruch 2006 (v konečném znění). Portál Evropské unie [online] c2010. Dostupné z <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0134:FIN:cs:PDF>>.
- [8] ÚŘEDNÍ VĚSTNÍK EU : Lisabonská smlouva. Portál Evropské unie [online] c2011. Dostupné z <<http://eur-lex.europa.eu/JOHtml.do?uri=OJ:C:2007:306:SOM:CS:HTML>>.
- [9] VALÁŠKOVÁ, T. Podpora cestovního ruchu v rámci kohezní politiky EU. Masarykova univerzita v Brně. In. Sborník příspěvků 1. Mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu. Brno 2010. ISBN 978-80-210-5372-4.

Kontaktní údaje:

Ing. Tereza Valášková
Masarykova univerzita
Ekonomicko-správní fakulta
Lipová 41a
602 00 Brno
E-mail: valaskova@econ.muni.cz

NÁRODNÍ PROGRAM PODPORY CESTOVNÍHO RUCHU – CESTOVÁNÍ DOSTUPNÉ VŠEM

National programme for supporting of tourism – travelling accessible for all

Jiří Vaníček

Abstrakt

Příspěvek se zabývá podporou cestovního ruchu ze státního rozpočtu v rámci *Národního programu podpory cestovního ruchu pro léta 2010 až 2013*. V rámci tohoto programu byla vyhlášena první letošní výzva pro podprogram *Cestování dostupné všem*. Příspěvek popisuje typy projektů, které byly v rámci této výzvy podány, zabývá se jejich zaměřením a úrovní jejich zpracování.

Klíčová slova

Program podpory cestovního ruchu, projekty, hodnocení projektů, cestování dostupné všem

Abstract

The paper deals with funding of tourism from the state budget within the *National programme of tourism support* for 2010-2013. The first this year's invitation for sub-programme called *Travelling accessible everyone* has been announced within this programme. The paper describes types of projects submitted in response to this invitation, specifies their topics and evaluates their quality.

Key words

Programme of tourism support, projects, project evaluation, travelling accessible everyone

Úvod

Národní program podpory cestovního ruchu je jedním z nástrojů implementace Koncepce státní politiky cestovního ruchu ČR na období 2007 – 2013. Hlavním cílem Národního programu podpory cestovního ruchu je vytvořit nástroj, který efektivním způsobem přispěje k rozvoji cestovního ruchu pro všechny.

V roce 2010 byl schválen *Národní program podpory cestovního ruchu na roky 2010 - 2013*. V roce 2010 byl realizován podprogram *Cestovní ruch pro všechny* se zaměřením na tvorbu nových produktů v cestovním ruchu včetně vytvoření podmínek pro jejich realizaci a marketingu těchto produktů.

V roce 2011 je realizován podprogram *Cestování dostupné všem*. Podprogram je zaměřen na 2 oblasti podpory:

1) Rekonstrukci/vybudování odpočívadel, center služeb pro turisty a hygienického zázemí pro pěší, cyklisty a handicapované turisty podél pěších tras, naučných stezek, cyklotras a zdrojových tras pro zvýšení návštěvnosti, včetně marketingu vytvořených produktů cestovního ruchu.

2) Zpřístupnění atraktivit cestovního ruchu (musí se jednat o atraktivitu nadregionálního a regionálního významu, případně atraktivitu ležící v blízkosti pěších tras, naučných stezek, cyklotras a dálkových mezinárodních cyklotras). Projekty vztahující se k dopravě musí být zaměřené na ochranu životního prostředí a podporu environmentálně šetrných forem cestovního ruchu (rozvoj environmentálně šetrné dopravy v místě atraktivity, doprava do místa atraktivity a doprava v rámci atraktivity) včetně marketingu vytvořených produktů cestovního ruchu. Podporovány budou i aktivity zajišťující lepší orientaci po atraktivitách cestovního ruchu pro handicapované (sluchově, zrakově postižené apod.).

Podpora je poskytována formou dotace, která může dosáhnout maximální výše 50 % celkových uznatelných výdajů akce a je určena podnikatelským subjektům. Maximální výše dotace nesmí překročit 2,5 mil. Kč. Projekt musí být realizován nejpozději do konce roku 2012. Projekty mohou podávat jen podnikatelské subjekty zapsané v obchodním rejstříku anebo fyzické osoby podnikající podle živnostenského zákona. Žadatelé musí podnikat nejméně dva roky a jejich hospodaření nesmí vykazat za poslední dva roky ztrátu. Povinně bylo nutno věnovat minimálně 10 % a maximálně 20 % rozpočtových nákladů na marketing, především na propagaci nově vytvořené a nabízené služby.

Při hodnocení se dává přednost projektům, jejichž realizace přispěje k cestování především těchto cílových skupin: děti od 15 let, rodiny s dětmi, zdravotně handicapovaní a senioři nad 60 let.

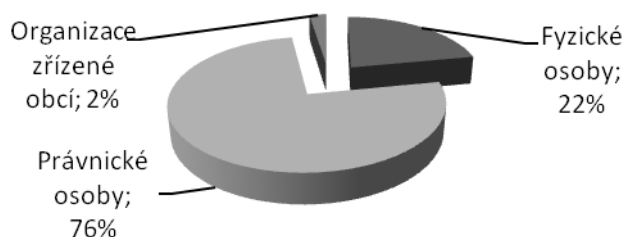
Autor měl možnost v rámci letošní výzvy hodnotit celkem 41 těchto projektů a příspěvek popisuje typy projektů, které byly v rámci této výzvy podány, zabývá se jejich zaměřením a úrovní jejich zpracování.

Které subjekty projekty podávaly?

Struktura subjektů, které podaly projekt, je patrná z obrázku 1. Převažují právnické osoby. Ve většině případů šlo o společnosti s ručením omezeným, méně bylo akciových společností, pouze v jednom případě šlo o veřejnou obchodní společnost a v jednom případě o družstvo. Fyzických osob podnikajících podle živnostenského zákona byla zhruba čtvrtina. Je patrné, že této nabídky nevyužily příliš obce. V jednom případě podala jedna akciová společnost dva projekty, avšak celkově žádala o podporu ve výši 2,5 mil. Kč. Žadatel si sám přidělal práci, protože musel zpracovat dvě žádosti a doložit dvakrát všechny přílohy.

Formální náležitosti nesplnili 4 žadatelé, tedy 10 % z podaných žádostí. Důvodem vyřazení bylo ztrátové hospodaření společností v posledních dvou letech anebo nedoložení vlastnictví nemovitosti, ve které měl být projekt realizován a nedodržení minimálně 10 % rozpočtu pro marketingové aktivity. Je překvapující, kolik žadatelů nedoložilo všechny požadované přílohy (asi 20 %) a bylo nutno je vyžádat dodatečně, což značně komplikuje hodnocení.

Obr. 1: Kdo podával projekty?



Co bylo předmětem projektu?

Aktivity, které mají být realizovány v rámci podaných projektů, byly rozděleny do pěti skupin, když některé projekty splňují pouze jednu skupinu, některé až tři skupiny realizovaných aktivit. Četnost jednotlivých skupin aktivit je uvedena na obrázku 2.

Nejčastěji se v projektech objevují záměry realizovat v rámci projektu nějaké doplňkové aktivity pro pěší a cykloturisty, případně další návštěvníky. Jsou to například lanová centra, dětská hřiště, outdoorové tělocvičny, bike-parky, lyžařská škola pro handicapované lyžaře, geocaching.

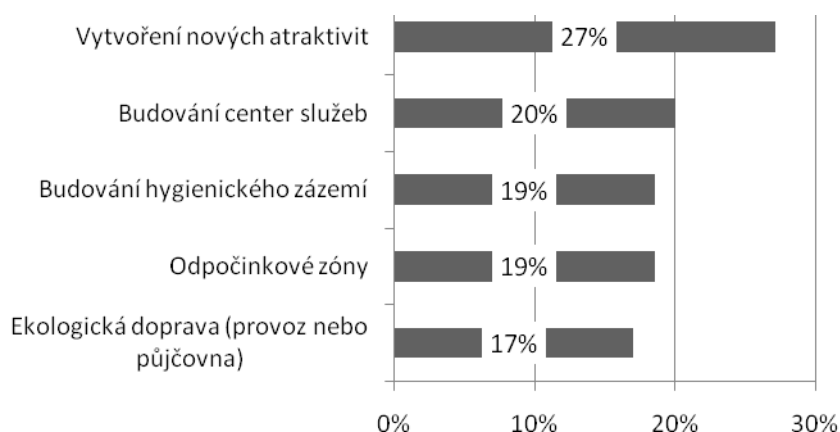
Druhá nejčastější aktivita je budování center služeb, jde většinou o poskytování informací, poskytování občerstvení, zázemí pro cyklo a pěší turisty uvnitř objektu atd. Téměř u pětiny projektů se předpokládá vybudování WC, ale i dalšího hygienického zázemí.

Ve stejném počtu záměrů se má budovat venkovní odpočinková zóna, kde jsou lavičky, parkové úpravy terénu a podobně.

I když aktivit zaměřených na dopravu s nižšími dopady na životní prostředí je relativně nejméně, jde ve většině případů o „monotematické“ projekty zaměřené pouze na dopravu. Do této skupiny byly zahrnuty jak projekty, jejichž výsledkem je doprava mezi turistickými cíly (autobusy, mikrobuses, výletní vlak, koňské povozy ap.) a půjčovny dopravních prostředků s nižšími/minimálními dopady na životní prostředí. Nejčastěji jde o půjčovnu obyčejných kol nebo elektrokol.

Překvapivě velký podíl tvoří půjčovny segway. Je sice pravda, že v Praze již můžeme potkat zahraniční turisty na těchto elektrických vozítkách. S ohledem na jejich vysoké pořizovací náklady však většina podnikatelů předpokládá vysoké částky na jejich pronájem. Je otázka, kolik se najde mimopražských turistů, kteří za půjčení segway na jeden den jsou ochotni zaplatit 4 500 Kč. Dokonce jeden podnikatel si chce pořídit „pojízdnou“ půjčovnu segway, tedy užitkové vozidlo na jejich převoz a mobilní nabíječku s tím, že v ceníku předpokládá půjčení tohoto vozítka na 5 minut za 50 Kč. Tedy jakási obdoba pouťové autodráhy. Má takovýto záměr ještě něco společného s cestovním ruchem?

Obr. 2: Četnost aktivit v podaných projektech



Metodika hodnocení projektů

Hodnocení kvality projektu provádí dva externí hodnotitelé podle níže uvedených kritérií. Hodnotící tabulka má čtyři hlavní kritéria: Kvalita akce (maximálně 60 bodů), finanční a ekonomické hodnocení akce (maximálně 20 bodů) a období využitelnosti projektu (5 bodů) a konečně naplnění horizontálních kritérií akce (15 bodů). Maximálně může projekt získat 100 bodů. Hlavní kritéria jsou pak hodnocena pomocí jednoho až šesti subkritérií.

Každý projekt hodnotí dva externí hodnotitele. Pokud se jejich hodnocení neliší o více než 20 bodů, pak výsledné hodnocení je průměrem jejich bodového hodnocení. V případě většího rozdílu provádí hodnocení třetí externí hodnotitel, tzv. arbitr a jeho hodnocení je rozhodující.

Nyní podrobněji k hodnocení jednotlivých subkritérií:

- Prokázání potřebnosti akce pro cílové skupiny (maximálně 15 bodů);
- Komplexnost realizované akce, její reálnost; popis realizovaných aktivit (15);
- Tvorba nových, případně zachování stávajících pracovních míst (10);
- Způsob propagace produktu s ohledem na cílovou skupinu (5);
- Výsledky akce jsou dlouhodobě udržitelné (10);
- Jsou zohledněna možná rizika (5);
- Rozpočet akce je jasně strukturovaný, dostatečně podrobný, obsahuje jen uznatelné náklady (10);
- Rozpočet akce je přiměřený, reálný a dostatečně hospodárný (10);
- Specifikace období využitelnosti akce - mimo sezónu, sezónu, po celý rok (5);
- Akce má pozitivní vliv na udržitelný rozvoj cestovního ruchu (10);
- Výstupy nejsou diskriminační, podporují princip rovných příležitostí a dostupnosti (5).

Výsledky hodnocení projektů

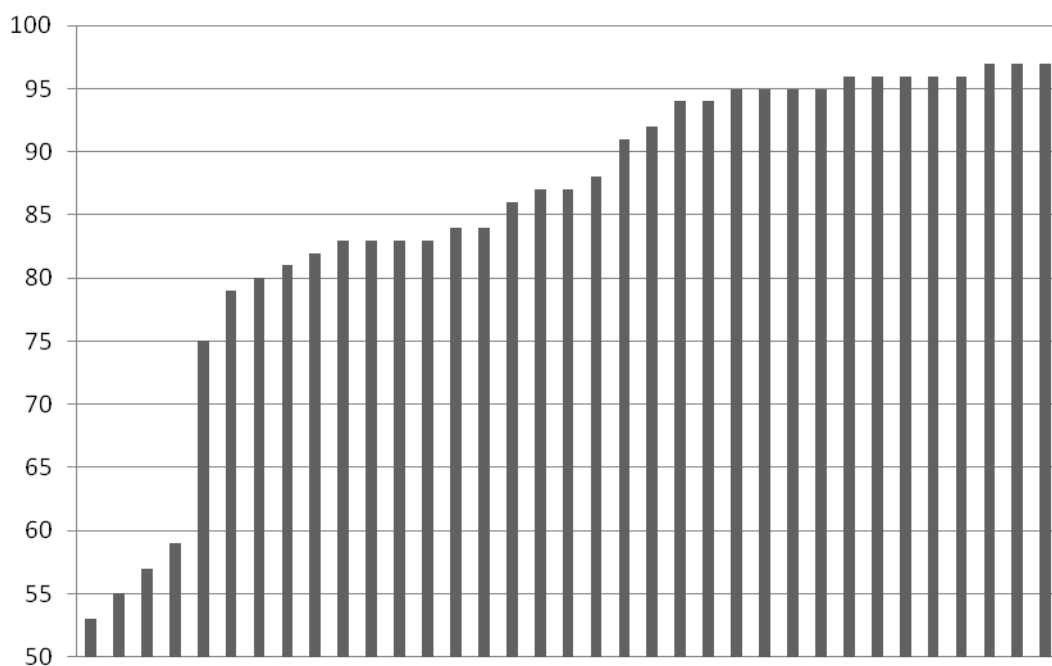
Uvádíme příklad některých slovních hodnocení:

- Vstupní analýza je provedena podrobně. V některých případech se však vztahuje na celý kraj a nemá konkrétní vazbu na řešenou lokalitu a předpokládané cílové skupiny.
- Aktivity jsou řešeny komplexně. Základní aktivitou je vybudování Centra služeb pro turisty, pro které bude využit starý zdevastovaný objekt, dále jde o vybudování odpočívadla, venkovního sportoviště a venkovního masážního a relaxačního zařízení pro seniory a bude umístěn systém značek navigující návštěvníky k centru služeb.
- V rámci centra služeb pro turisty bude vytvořeno jedno pracovní místo.
- Stručný marketingový mix je zpracován. Marketingová podpora by měla být zaměřena jak na návštěvníky penzionu, tak i na projíždějící cykloturisty.
- Žadatel počítá s dalším postupným rozšířením nabízených služeb, očekává prodloužení sezóny o 4 měsíce. Provoz a údržba Centra služeb bude financována z prostředků získaných za poskytování ubytovacích a stravovacích služeb.
- Rizika i možnosti jejich eliminace jsou podrobně popsána v podnikatelském záměru. Žadatel si slibuje nejvíce z realizace marketingové kampaně, která by měla zajistit zvýšenou návštěvnost a návratnost investice.
- Projekt je velmi podrobný, vychází z projektové dokumentace, která je součástí předloženého projektu.

- Rozpočet je podložen již zpracovaným projektem rekonstrukce objektu. Jde jen o náklady na stavbu + povinná propagace. Rozpočet je dostatečně hospodárný.
- Žadatel sice uvádí, že poskytne služby realizované tímto projektem (včetně bazénu) cykloturistům i na jaře a na podzim, případně v zimním období. Nedovedu si však představit, jak se budou návštěvníci v bazénu v zimě koupat.
- Z popisu v podnikatelském záměru je patrné, že projekt má pozitivní vliv na udržitelný rozvoj cestovního ruchu ve všech jeho aspektech.
- Projekt naplňuje cíle *Cestování dostupné všem* a navíc zvýhodňuje některé cílové skupiny, jako děti do 15 let, zdravotně handicapované a seniory.

Bodové hodnocení projektů je uvedeno na obrázku 3. Z obrázku je patrné, že pouze jeden projekt získal plný počet 100 bodů, minimální počet bodů byl 53, když projekty byly hodnoceny průměrně 86,5 body. Z hodnocení vyplývalo, že kvalita projektů je velmi rozdílná a žadatelé věnovali přípravě projektu značně rozdílnou pozornost. Řada projektů byla zpracovaná externí poradenskou firmou. Je sice pravda, že po formální a grafické úpravě projektu jsou projekty zpracované poradenskou firmou na nejlepší úrovni, ale i v tomto případě musí hodnotitel konstatovat, že obsahově jsou nejlepší ty projekty, které zpracoval přímo žadatel, který je také bude realizovat.

Obr. 3: Statistika bodového hodnocení projektů



Průměr 86,5, minimum 53, maximum 100, směrodatná odchylka 12,3 bodů

Závěry

I přesto, že v současné době existuje řada možností, jak získat prostředky na rozvoj cestovního ruchu a to jak v oblasti budování infrastruktury, tvorby produktů i marketingové podpory těchto produktů ze strukturálních fondů Evropské unie, je třeba ocenit, že Ministerstvo pro místní rozvoj ČR prosadilo finanční podporu budování infrastruktury cestovního ruchu z národního rozpočtu.

Je patrné, že podnikatelé v oblasti cestovního ruchu mají o tuto formu dotací zájem. Je to dáno tím, že zpracování projektu v rámci *Národního programu podpory cestovního ruchu pro léta 2010 až 2013* je jednodušší a vyžaduje menší časové a finanční zatížení žadatele. Je škoda, že této možnosti nevyužívají obchodní společnosti zřízené obcemi, protože je pro ně mnohem jednodušší požadovat dotaci přímo od obce než usilovat o prostředky ze státního rozpočtu. Manažeři těchto organizací nejsou dostatečně motivováni k získávání prostředků mimo rozpočet obce.

V rámci letošní výzvy zaměřené na podprogram *Cestování dostupné všem* byl ze strany podnikatelů především zájem o vytvoření doplňkových atraktivit pro pěší a cykloturisty, případně další návštěvníky. Jsou to například lanová centra, dětská hřiště, outdoorové tělocvičny, bike-parky, lyžařská škola pro handicapované lyžaře, geocaching.

Další aktivity lze rozdělit na tyto hlavní skupiny: budování center služeb, budování hygienického zázemí odpočinkové zóny a doprava s nižšími dopady na životní prostředí pro návštěvníky (provoz nebo půjčovna). Módní záležitostí se stalo využití elektrických vozítek segway, která jsou víc než formou dopravy atraktivitou pro návštěvníky. Půjčovné těchto segway je natolik vysoké, že rozhodně nepatří mezi hlavní priority podprogramu *Cestování dostupné všem*.

Literatura

- [1] Ministerstvo pro místní rozvoj ČR: Metodika hodnocení žádostí v 1. výzvě Národního programu cestovního ruchu v roce 2011, podprogram Cestování dostupné všem. Červen 2011
- [2] Webové stránky Ministerstva pro místní rozvoj České republiky, konkrétně <http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Programy-Dotace>. Ze dne 27. července 2011

Kontaktní údaje:

doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc.
Vysoká škola polytechnická Jihlava
Tolstého 16
586 01 Jihlava
tel. 567 141 130
E-mail: vanicek@vspj.cz

POJETÍ CESTOVNÍHO RUCHU

The Concept of Tourism

Josef Vlček

Abstrakt:

Tradiční pojetí cestovního ruchu, které vychází z definice Světové organizace cestovního ruchu, vede především k evidenci aktivit v této oblasti. Systémový přístup k cestovnímu ruchu umožňuje chápat tento fenomén jako proces uspokojování potřeb. Rozbor poptávky po cestovním ruchu přináší poznatky o rozhodování turistů. Analýza produktu destinace umožňuje porozumět procesu uspokojování potřeb v rámci cestovního ruchu. Na základě vymezení podmínek a procesů, které vytvářejí cestovní ruch, je tento pojem definován.

Klíčová slova:

definice cestovního ruchu, potřeby, produkt destinace

Abstract:

The traditional concept of tourism, based on the definition by the World Tourism Organization, is related primarily to the recording of activities in this area. A systemic approach to tourism allows for the understanding of this phenomenon as a process of meeting needs and demands. An analysis of the demand for tourism brings knowledge of the decisions of tourists. An analysis of the destination product allows for an understanding of the process of meeting needs within tourism. This definition of the concept is based on the determination of the conditions and processes that make up tourism.

Keywords:

definition of tourism, needs, destination product

Úvod

Cestovní ruch představuje relativně samostatnou oblast lidské činnosti, která je standardně zařazována do sféry služeb. Obsahem cestovního ruchu je, stejně jako u ostatních aktivit člověka, uspokojování jeho potřeb. Forma cestovního ruchu vyjadřuje vnitřní organizaci tohoto obsahu a v souvislosti s jeho změnami se neustále transformuje. Znamená to, že cestovní ruch je třeba chápat jako určitým způsobem uspořádaný souhrn elementů a procesů, které tvoří tento socioekonomický jev. Specifickým rysem cestovního ruchu je skutečnost, že jeho výroba a spotřeba probíhá za aktivní účasti zákazníka, a na předem určeném místě.

Z empirických poznatků vyplývá, že realita cestovního ruchu se poměrně rychle mění. Jeho současný stav je vždy jen fází přechodu minulých stavů cestovního ruchu v jeho stavy budoucí. Z hlediska potřeb, jež cestovní ruch uspokojuje, jde o meziodvětvový fenomén, jehož komplexnost závisí na ekonomické a kulturní vyspělosti lidské společnosti. Uvedené charakteristiky cestovního ruchu by měly být východiskem při vymezení tohoto pojmu, při jeho definování.²³ Na současné úrovni poznání je definice cestovního ruchu chápána také jako vymezení předmětu zkoumání tohoto jevu.

²³ Definice je jedna z hlavních součástí základů teorie. V našem případě je to vědecké vymezení jevu. Definice musí z velkého počtu znaků charakterizujících jev (cestovní ruch) vybrat a účelně uspořádat pouze ty znaky, které jsou nutné k jeho základnímu a dostatečně přesnému vymezení. Důležitou vlastností definice je její konzistentnost s pojmovým aparátem, v němž se vyskytuje.

Ve většině definic cestovního ruchu je za jeho podstatu považována dočasná změna pobytu účastníka cestovního ruchu. [6: 221] V současné době je nejčastěji používána definice cestovního ruchu, která vznikla v rámci Světové organizace cestovního ruchu (dnes UNWTO) v roce 1991. „Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její obvyklé bydliště, a to na dobu kratší, než je stanovena (v mezinárodním cestovním ruchu je to 1 rok, v domácím cestovním ruchu 6 měsíců), přičemž hlavní účel její cesty je jiný, než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě“. [5: 12] Většina autorů tuto definici parafrázuje, například Horner a Swarbrook definují cestovní ruch jako „krátkodobý přesun lidí na jiná místa než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností“. [3: 53]

Z uvedené definice vyplývá, že cestovní ruch je ztotožňován s „činností osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její obvyklé bydliště“, a účel její cesty je označen za nevýdělečný. V zásadě jde o přístup, který říká „jak chceme něco - cestovní ruch - vymezovat“. Z hlediska vědeckého jazyka jde o poznatek, který je verifikovatelný. Lze konstatovat, že je to stipulativní (dohodnutá, sjednaná) definice, která má konceptuální povahu.²⁴ Takto vymezený předmět zkoumání zužuje oblast výzkumu a podněcuje badatele v cestovním ruchu především k zjišťování údajů (dat) o cestování, o turistech.

Zdůrazňování úlohy turisty (návštěvníka) v rámci cestovního ruchu znamená, že v definici je pozornost věnována pouze zákazníkům (spotřebitelům). Z hlediska vymezení cestovního ruchu je tak sledována poptávka po jeho produktech.²⁵ Cestovní ruch se potom jeví jako proces uspokojování specifických potřeb turistů, jejichž cílem je maximalizace užitku.²⁶ Formy turismu jsou považovány za potvrzení uvedeného pojetí.

Tento jednostranný pohled „vypráví jen polovinu příběhu cestovního ruchu“ a neumožňuje komplexně vymezit jeho podstatu. Ta přece nespočívá jen v sledování pohybu turistů, ve změně místa jeho pobytu, ale i v uspokojení jeho potřeb. V další části textu se proto budeme zabývat uspokojováním potřeb člověka, přesněji „spotřebou cestovního ruchu“.

Cestovní ruch jako proces uspokojování potřeb

Cestovní ruch patří mezi sociální vědy, protože zkoumá lidské činnosti, jež vznikají na základě volby. Sociální realitu utvářejí lidé jako společenské bytosti, jako vědomě jednající aktéři. U cestovního ruchu je třeba přihlédnout k jeho specifické povaze, protože obsahuje aktivity, v nichž dochází k propojení (průniku) sociální a přírodní reality.

Potřeby jsou projevem existence a rozvoje člověka. Lidské potřeby jsou standardně vymezovány „...jako pocit, že se člověku nedostává něčeho, co je pokládáno za žádoucí a nutné. Uvědomění si tohoto nedostatku motivuje člověka k činnostem, pomocí nichž je možné tento nedostatek odstranit“. [8: 29] Vznik potřeby je vždy spojen s určitým cílem, protože k jejímu zániku dochází v procesu spotřeby. Uvědomělá potřeba vyvolává zájem člověka mít nějaký prostředek, který bude použit k dosažení určitého cíle. Potřeba spojuje subjekt (člověka) s nějakým vnějším objektem (ekonomickým statkem), který slouží k uspokojování lidských potřeb.

²⁴ Koncept je abstrakcí reprezentující objekt nebo nějaký fenomén. Koncept je základem komunikace v oboru, protože vymezuje, na co se zaměříme. Koncepty nás uvádějí do způsobu náhledu na empirický svět, jsou prostředkem klasifikace (zobecnění) a vypovídají o tom, co považujeme za důležité.

²⁵ V rámci procesu poznání jsou shromažďovány empirické poznatky a z nich se vyvozují obecné i konkrétní závěry o stavu a vývoji cestovního ruchu. Získané soubory jsou často přečeňovány (označují se za teorii), přestože nejde o nic jiného než o registrační schémata pro sledování určitých kvantitativních jevů v cestovním ruchu. Z metodologického hlediska jde o induktivní postupy, které v oblasti cestovního ruchu v ČR převažují.

²⁶ V pozadí tohoto přístupu je předpoklad, že turisté se chovají racionálně. Důkaz, že turista nakupuje služby cestovního ruchu tak, aby maximalizoval svůj užitek, a takto vyrovnával mezní užítiky, zatím nikdo nepodal.

Odpověď na otázku: „Jaké potřeby uspokojuje cestovní ruch?“ se hledá obtížně. Obvykle je tato otázka nahrazována tematickým okruhem – „předpoklady cestovního ruchu“. Jejich taxativní vymezení potom umožňuje ukázat, že rozvoj cestovního ruchu je vázán na určité podmínky. „Předpoklady“ se tak stávají podmínkou (zárukou) existence cestovního ruchu. Subjekt cestovního ruchu (návštěvník) je obvykle opomíjen a velká pozornost je věnována úloze objektu (prostoru pobytu subjektu).

Výzkumy „motivace k cestování“ vedou k značným zjednodušením a konkrétní potřeby lidí neuvádějí. Motivy objasňují sklon lidí k cestování z obecného hlediska.²⁷ Nelze z nich vyvodit volbu konkrétní destinace, ani pochopit nákupní (rozhodovací) proces turisty. Povrchní znalost potřeb, které uspokojuje turismus, vede k nedokonalé nabídce služeb „průmyslu cestovního ruchu“. Návštěvníci se proto často uchylují k individualizaci poptávky po cestovním ruchu, protože jedinečné se v této oblasti stává běžným.

Analýza uspokojování potřeb prostřednictvím cestovního ruchu musí vycházet ze složitosti současného světa a z empirické zkušenosti, že člověk není schopen porozumět všemu. Teorie omezené racionality umožňuje zkoumat jednání člověka (turisty) v přirozeném prostředí, protože vychází z následujících předpokladů.

- Turista bere v úvahu jen některé alternativy uspokojování potřeb, neboť získávání potřebných informací je časově a finančně náročné. V zásadě nikdy nelze nalézt všechny možnosti uspokojení dané potřeby.
- Turista rozhoduje v podmínkách neurčitosti. Nedostatek informací, kognitivní limity a další faktory mu znemožňují efektivně předvídat budoucí stav.
- Turista nerozhoduje optimálně: Nedokáže předem určit, jakou úroveň uspokojení (užitku) mu jeho jednání přinese. Racionálnímu rozhodování lidí brání emoce. Člověk nemá pevné pořadí svých preferencí a často je mění. Lidé přijímají a užívají informace, aniž by si ověřovali jejich platnost.

Při „spotřebě cestovního ruchu“ lidé nepostupují podle univerzálního rozhodovacího algoritmu, ale využívají jednoduché heuristiky (zkusmé řešení), které jim pomáhají orientovat se v složitém světě. Lze konstatovat, že turisté (spotřebitelé) se chovají racionálně, ale pouze v hranicích daných jejich kognitivními limity. Uspokojování potřeb v oblasti cestovního ruchu je suboptimální a zatím obtížně poznatelné.

Nabídka cestovního ruchu – produkt destinace

Cestování lidí můžeme označit za proces, který je tvořen řadou tržních transakcí. Uspokojení potřeby „cestovat“ začíná získáním potřebných informací o možném uspokojení této potřeby. Informace nejsou zadarmo a člověk je získá na základě tržní transakce. Z ekonomického hlediska jde o vztah mezi poptávkou a nabídkou. Všechna dílčí uspokojení, která v souhrnu znamenají naplnění touhy cestovat, jsou znovu tržní transakce. Stravování, doprava, ubytování, návštěva turistických atrakcí (atrakcí) – to všechno lze pořídit pouze na základě nákupu a prodeje. Znamená to, že stejnou pozornost, jakou věnujeme poptávce v rámci cestovního ruchu, musíme věnovat i nabídce „produktu“ cestovního ruchu.

Cestovní ruch patří do segmentu služeb, mezi tzv. osobní služby. „Za službu považujeme každou užitečnou činnost, která uspokojuje lidské potřeby svým samotným průběhem“. [8: 32] Výsledky služeb jsou obtížně definovatelné, protože jejich produkce a spotřeba probíhá za účasti jejich spotřebitele. Zákazník se stává součástí děje, při němž přichází do styku s obstaravatelem služby, s jeho zaměstnanci, technologiemi a postupy, které

²⁷ Nejčastěji uváděným důvodem cest do zahraničí je dovolená, odpočinek, sport, zábava a poznání (87 %). Mnohem méně často je uváděna návštěva známých nebo příbuzných (23 %) a služební cesty (21 %). Za zmínku stojí také cesty za nákupy (11 %) a návštěvy kulturních, sportovních nebo zábavních akcí (10 %). [1, 2]

používá. Vnímání služby spotřebitelem vychází nejen z její kvality, ale i ze způsobu, jakým je konečného efektu dosaženo. Zákazník přitom poměřuje úroveň poskytnuté služby se svým očekáváním.

Poptávka turistů je uspokojována spotřebou produktu cestovního ruchu, který je vždy místně vázán. [5: 29] Vymezení tohoto produktu není jednotné, ale společným jmenovatelem všech variant je konstatování, že jde o produkt destinace. „Vymezení produktu, který je nabízen a poptáván v destinaci cestovního ruchu, lze provést jen v obecné rovině. Empirické poznatky potvrzují, že v každé konkrétní destinaci má tento produkt vždy specifickou podobu. Cestovní ruch je třeba chápat jako komplexní proces, který zahrnuje nejen jeho účastníky (spotřebitele), ale i poskytovatele služeb a atraktivit v destinaci. Jde tedy o souhrn činností v oblasti cestovního ruchu, které vytvářejí nabídku v destinaci pro návštěvníky, kteří využívají svůj volný čas k rekreaci, sportu či sebevzdělání. V destinaci si zákazníci kupují nejen „produkty“, ale v podstatě i subjektivní pocit uspokojení, který je umocněn efekty vyplývajícími ze spotřeby produktů a procesů. Při hodnocení spotřebovaných produktů lidé posuzují získaný užitek a efekty podle svých znalostí a zkušeností, a to vše v kontextu způsobu spotřeby těchto statků.“ [9: 136]

Služby cestovního ruchu v destinaci nabízí řada subjektů a jejich podíl na konečném produktu destinace je proměnlivý, protože jeho konkrétní forma vždy musí odpovídat specifickým potřebám zákazníka. Produkt destinace je nabízen a poptáván na trzích dílčích produktů – doprava, ubytování, stravování, atraktivita, upomínkové předměty, činnost místní samosprávy, koordinace organizovaná cestovními kancelářemi. [viz 9: 137] „Pouze takto celostní produkt má šanci obstát v konkurenci na trhu cestovního ruchu a být nosným při rozvoji cestovního ruchu v regionu (destinaci).“ [7: 8]

Závěr: návrh definice cestovního ruchu

Cestovní ruch patří mezi sociální vědy a v současné době je výrazně interpretován (vykládán) především z hlediska marketingu a managementu. V standardně používané definici cestovního ruchu [5: 12] jsou vybrána určitá fakta, jež jsou považována za cestovní ruch. Jde o klasifikační definici, která akcentuje jeden rozměr lidských činností, a to cestování. Pojem „cestování“ je v definici přesně určen. Způsob, jak jsou alokovány a vytvářeny prostředky, které naplňují „nevýdělečný účel cesty“ v definici chybí.

Cestovní ruch je pluralitní jev. K jeho definici se můžeme dostat pouze na základě abstrakce, tzn. zevšeobecňováním, které umožňuje redukovat množství informací o daném jevu tak, aby byly vybrány jeho nejpodstatnější (základní) charakteristiky. Z hlediska vědeckého jazyka je třeba považovat cestovní ruch za pojem, jež vyjadřuje myšlenkový odraz skutečnosti. Není to pojem, který byl vytvořen pro konkrétní prvky objektivní reality, ale do značné míry pro abstraktní realitu.

Definice je přesné vysvětlení pojmu „v termínech (sloves), jejichž význam je mimo pochybnost a je všeobecně (dostatečně) známý.“ [4: 36] Definice sousloví cestovní ruch je nejen specifikací tohoto pojmu, ale i vymezením předmětu vědy o cestovním ruchu. Jestliže definujeme cestovní ruch jeho předmětem, potom to musí být provedeno v co nejobecnější rovině.

Pojem, který je definován, označujeme za definiendum. Tvrzení (výrok) určující jeho význam nazýváme definiens. Definice musí být jednoznačná, aby umožnila jasnou interpretaci jevu. Definice nesmí být vymežována kruhem, to znamená „to, čím definujeme, nesmí obsahovat pojem, který definujeme.“ [2: 31]

K vymezení cestovního ruchu je proto třeba přistoupit tak, že jako definiens uvedeme podmínky a procesy, které jej vytvářejí. **Cestovní ruch je výroba produktu destinace a jeho spotřeba turisty, oba procesy přitom probíhají současně.**

Literatura

- [1] FOJTÁCHOVÁ, H. 2010. *Analýza motivace zahraničních turistů pro cestování*. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/analyza/motivace_turistu.pdf (2. 3. 2011)
- [2] HENDL, J. 2008. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2. vydání, aktualizované. Praha: Portál 2008. 408 s. ISBN 978-80-7376-485-4.
- [3] HORNER, S., SWARBROOK, J. 2003. *Cestovní ruch, ubytování, stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [4] MERVART, J. 1977. *Základy metodologie vědy*. Praha: Nakladatelství Svoboda 1977. 187 s.
- [5] NEJDL, K. 2010. *Management destinace cestovního ruchu*. Praha: VŠH 2010. 153 s. ISBN 978-80-87411-08-7.
- [6] MICHALOVÁ, V. et al. 2001. *Služby a cestovní ruch*. Bratislava: SPRINT 2001. 523 s. ISBN 80-88848-78-4.
- [7] TITTELBACHOVÁ, Š. *Produkt cestovního ruchu – moderní marketingový nástroj prodeje turistických destinací*. Dostupné z: www.vsopraha.cz/.../jpd3-tvorba-produktu-cestovniho-ruchu-ve-zmenenych-ekonomickych-a-socialnich-podminkach-iii.pdf (2. 3. 2011)
- [8] VLČEK, J. 2009. *Ekonomie a ekonomika*. 4., zcela přepracované vydání. Praha: Wolters Kluwer 2009. 516 s. ISBN 978-80-7357-478-9.
- [9] VLČEK, J.: Analýza poptávky a segmentace trhu v marketingu destinací (metodologické poznámky), In *Czech Hospitality and Tourism Papers*, Praha: VŠH 2008, Zvláštní číslo 3. s. 135-145

Kontaktní údaje:

doc. Ing. Josef Vlček, CSc.
Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r. o.
katedra ekonomie a ekonomiky
Svídnická 506
181 00 Praha 8
T: +420 283 101 127
E-mail: vlcek@vsh.cz

GEOGRAFIE CESTOVNÍHO RUCHU – OBOROVĚ POVINNÝ PŘEDMĚT V BAKALÁŘSKÉM STUDIU OBOR CESTOVNÍ RUCH A ROLE JEHO UČITELE JAKO EXPERTA

Geography of tourism – professionally compulsory subject in the bachelor's degree in Travel/Tourism and the role of a teacher as an expert

Petr Chalupka, Eva Janoušková

Abstrakt:

Příspěvek dokazuje nezbytnost geografické gramotnosti absolventa studia oboru Cestovní ruch. V úvodu se zabývá vývojem a diferenciací vědního oboru geografie. Následuje charakteristika Geografie CR jako vědní disciplíny i jako odborného předmětu ve výuce na VŠPJ. Závěrečná část příspěvku je věnována profesní kvalifikaci vysokoškolského učitele Geografie CR a dalším požadavkům na jeho osobnost.

Klíčová slova:

Cestovní ruch, Geografie, Geografie cestovního ruchu, vysokoškolský učitel jako expert

Abstract:

The contribution demonstrates the need for geographic literacy of a graduate from studies in Travel/Tourism. The introduction specializes in the development and differentiation of geography. It is followed by characteristics of Geography of tourism as a scientific discipline and as a specialist subject in teaching. The final section of this paper is dedicated to professional qualifications of university teachers of Geography of tourism and other requirements of their personalities.

Keywords:

Travel/Tourism, Geography, Geography of tourism, university teacher as an expert

Úvod

Současná vývojová etapa lidské společnosti, bývá označována jako postindustriální. Člověk prožívá svůj život na povrchu planety Země v prostředí složitých vazeb a souvislostí. K pochopení těchto vazeb pomáhá na základní škole a na části středních škol žákům a studentům výuka zeměpisu. Zeměpis čerpá poznatky z geografie – jednoho z nejstarších vědních oborů.

Geografie je vědou o krajinné sféře planety Země, vytvořené z koncentricky uspořádaných vrstev, které jsou vzájemně propojené svými vztahy. Ve své propojenosti tvoří geosféra celostní systém, který je průnikem fyzickogeografické sféry (přírodní) a humánní sféry (socioekonomické). Předmětem geografie jsou zákonitosti vzniku, vývoje, stavby a fungování krajinné sféry. Při jejím zkoumání geografie uplatňuje dvě hlediska: prostorovost, při níž používá regionální nebo strukturální princip a syntetičnost, při níž se zkoumají horizontální nebo vertikální vzájemné vztahy.

Náš příspěvek v dalším textu poukazuje na nezbytnost geografické gramotnosti také absolventa vysokoškolského studia, konkrétně oboru cestovní ruch. Často jsou u nás i v zahraničí vedeny diskuse o nutnosti a významu zařazení geografie v bakalářském stupni vzdělávání oboru cestovní ruch. Existuje řada názorů a přístupů. Vysoké školy v České

republice i v zahraničí, které uvedené vzdělání nabízejí, mají ve studijním plánu oboru obvykle zařazen jeden nebo i více „geografických“ předmětů. Opačným příkladem jsou školy, které geografii do studijního plánu nezařazují vůbec. To je případ třeba FH Wien, která je partnerskou školou Vysoké školy polytechnické Jihlava. Vídeňská vysoká škola počítá s tím, že studenti přicházejí již ze středních škol dostatečně vybaveni znalostmi z geografie a jsou schopni je aplikovat. Autoři článku měli možnost diskutovat tuto problematiku s rakouskými učiteli i se studenty bakalářského studia. Je třeba říci, že právě rakouští studenti by, podle jejich vyjádření, výuku geografie přivítali.

Vývoj geografie jako vědní disciplíny a její diferenciaci

Pro správné pochopení současného komplexního pojetí geografie a jejího významu je třeba ve stručnosti připomenout její genezi, členěnou na tři kvalitativně odlišné fáze:

1. Vznik geografie, její popisný charakter

Geografie vznikla ve starověkém Egyptě, Mezopotámii a v antickém Řecku z praktických potřeb člověka poznat krajinu, v níž žije a vyzkoumat možnosti jejího ekonomického využití. Na řeckou geografii navázali Arabové, ale o renesanci geografie můžeme hovořit až od 15. století. Praktická upotřebitelnost geografie se projevila od následujícího století, kdy přes odpor katolické církve znovu převládl názor, že naše planeta má tvar koule a je součástí Sluneční soustavy. V důsledku toho bylo možné uskutečnit objevné plavby a největší geografické objevy, které planetárně velmi diferencovaně ovlivnily společenský vývoj až do dnešních dnů. Násilná christianizace obyvatelstva Nového světa, vznik koloniální soustavy, zformování světových obchodních cest a světových obchodních vztahů by nebyly možné bez geografických poznatků. Tyto měly v té době především popisný charakter. Mapa se stala základním informačním geografickým prostředkem, kterému je možno rozumět bez překonání jazykových bariér.

2. Vnitřní diferenciaci, analyticko-syntetický charakter geografie

Nastupující industriální období si svými společenskými požadavky vynutilo změnu geografických přístupů. Hybnou silou společenského rozvoje bylo nerostné bohatství, velikost území, počet obyvatel, strategicky významná poloha a kvantitativní úroveň národní ekonomiky. Geografie přestává být popisnou vědou, protože praxe si vyžádala systémové komplexnější (analyticko-syntetické) studium symbiotické propojenosti mezi přírodní a společenskou složkou krajiny. Geografie industriálního období tak prochází vnitřní diferenciací do dílčích fyzicko-geografických a humánních geografických disciplín, které studují detailně jednotlivé složky krajinné sféry. Roste význam člověka jako významného činitele v krajině, tvůrce a spotřebitele materiálních hodnot, což znamená rozvoj humánní geografie. Končí poznávání tzv. „bílých míst na mapě světa“ a nastupuje komplexní studium segmentů krajinné sféry (regionů), což znamená rozvoj regionální geografie.

3. Postindustriální období – aplikační role geografie

Od posledního desetiletí minulého století se geografie zabývá nejen problémy životního prostředí člověka, řešením otázek trvale udržitelného rozvoje, ale začíná studovat také záležitosti noosféry a věnuje se studiu podmínek rozvoje kvality lidských zdrojů. Příčinou této kvalitativní změny je skutečnost, že v postindustriální společnosti nové hodnoty vznikají především kreativní silou lidského mozku. Globální ekonomika, informační propojenost a technický rozvoj daly v současné geografii vzniknout třem vědeckým směrům:

- prostorový směr, který se soustřeďuje na studium prostorových aspektů vzniku, vývoje a vzájemných vztahů geografických prvků. Studuje symbiotické vztahy mezi přírodním a společenským prostředím dané pohyby lidí a toky surovin, produktů, energií a informací,

- ekologicko-environmentální směr, který řeší prostorové vzájemné vztahy mezi hospodářící společností a přírodou,
- regionální směr, který se věnuje komplexnímu studiu vyčleněných segmentů krajinné sféry.

Cestovní ruch v postindustriální společnosti

Cestovní ruch je aktivitou, jejíž kořeny sahají hluboko do historie lidské společnosti. Teprve po druhé světové válce (v období industriální společnosti) se však stává významnou součástí lidského života ve většině států a účastní se ho všechny vrstvy společnosti. Stává se významným fenoménem světové ekonomiky. V hospodářství mnoha zemí má nezastupitelnou roli. V uvedeném období zákonitě přichází potřeba specializovaného vzdělávání pracovníků v oblasti cestovního ruchu. Toto vzdělávání se rozšiřuje i do vysokoškolského studia.

V kvalitativně nové postindustriální společnosti dochází k neobvyklým společenským změnám vlivem přechodu od masovosti k individualitě, od analýzy k syntéze od „zaměstnanosti v továrnách k zaměstnanosti v domovech“, od centralizace k decentralizaci. Ekonomické síly a jejich rozvoj již nyní překračují nadnárodní integraci stávající státní rámec, což s sebou přináší vznik dalších problémů, které označujeme jako globální. Uvedené změny se týkají i oblasti cestovního ruchu. Toto odvětví navíc v postindustriálních zemích již nyní značně přispívá k rozvoji dalších sektorů, jako je např. stavebnictví, doprava nebo bankovníctví.

Nové společenské hodnoty vznikají a budou vznikat především kreativní silou lidského intelektu, což si, spolu s přeměnou technosféry, vyžaduje revolucionalizaci informosféry a kvalitativní přeměnu obsahu vzdělávání, včetně geografického. Některé moderní filosofické směry vnímají geografii jako jeden z tzv. základních (bazických) faktálních vědních oborů (spolu s fyzikálními, chemickými, biologickými a sociálními obory) a považují geografii nejen za interdisciplinární, ale také zároveň za multidisciplinární vědní obor, neboť pokrývá více výzkumných oblastí.

Geografie cestovního ruchu – součást systému geografických věd i odborný předmět na VŠ

Komplexní pojetí obsahu geografie je předpokladem toho, že se geografická gramotnost absolventa studia cestovního ruchu stane i v budoucnu nezbytností. Produktivní věk prožijí současní absolventi oboru cestovní ruch v postindustriální společnosti. Nezastupitelnou roli v jejich přípravě má zvládnutí geografie aplikované, jako součásti studijního oboru, v tomto případě geografie cestovního ruchu.

Geografie cestovního ruchu je součástí systému geografických věd. Je jednou z nejmladších disciplín socioekonomické geografie. Ve své více než osmdesátileté historii se zaměřuje na následující okruhy problémů (Toušek, 2008):

- Analýza a hodnocení základních faktorů a podmínek rozvoje cestovního ruchu,
- Prostorová analýza cestovního ruchu,
- Geografická analýza hlavních forem cestovního ruchu,
- Geografické aspekty mezinárodního cestovního ruchu,
- Koncepce a prognózy rozvoje cestovního ruchu a rekreace,
- Geograficko-kartografické přístupy a metody v cestovním ruchu,
- Udržitelný rozvoj cestovního ruchu, hodnocení vlivů cestovního ruchu na geografické prostředí.

Jak bylo uvedeno v úvodu našeho příspěvku, většina vysokých škol, které nabízejí studium oboru cestovní ruch u nás i v zahraničí, zařazují Geografii cestovního ruchu (popř. předmět pod podobným názvem) do svých studijních plánů mezi oborově povinné předměty.

Geografie cestovního ruchu je kupříkladu jedním z oborově povinných předmětů, které tvoří základ studijního plánu oboru Cestovní ruch v rámci studijního programu Ekonomika a management na Vysoké škole polytechnické v Jihlavě. Předmět je vyučován po dobu dvou semestrů vždy v rozsahu dvou hodin přednášek a jedné hodiny cvičení týdně.

Role vysokoškolského učitele Geografie cestovního ruchu jako experta

Obecně platí, že vysokoškolský učitel musí být profesně kvalifikovaný a také osobnostně komplexně kvalitní. Musí se věnovat celoživotnímu sebevzdělávání a svému profesnímu růstu. Už méně se však, bohužel, v běžné praxi klade důraz na jeho kvality pedagogické. Přitom právě způsob, jakým učitel dosahuje vysoké kvality výuky, je jedním ze základních prvků vzdělávání i na vysoké škole. I zde (nejen na základních a středních školách) má vyučující celou škálu možností, jak působit, aby studenti získali potřebné kompetence a také aby dosáhl u studentů autoregulace učení. Výuku je třeba připravit podle metakognitivních zásad (vysokoškolský student by měl být sám schopen řídit své poznávací procesy) a vést učící se subjekt k sebereflexi.

Geografie cestovního ruchu jako aplikovaná geografie čerpá ze všech tří geografických směrů (prostorového, ekologicko-environmentálního a regionálního). Vysokoškolský učitel tohoto předmětu musí mít bohaté a integrované znalosti oboru geografie a také z oblasti cestovního ruchu. Tyto znalosti je třeba neustále rozšiřovat a přizpůsobovat v souvislosti se stále se zrychlujícím tempem společenského vývoje. Stejně tak ovšem musí být schopen působit pedagogicky efektivně, to znamená být profesionálem, tedy expertem v učitelské profesi. Cílem není látku pouze „odpřednášet“, ale působit tak, aby výstupem jeho práce byl absolvent, který je schopen chápat souvislosti a vztahy a vyvozovat adekvátní závěry. Student musí mít dostatek prostoru pro vlastní aktivní přístup ke studiu. Jako velký problém se jeví slabá (nebo vůbec žádná) informovanost vysokoškolských učitelů o možnostech aplikace rozmanitých metod výuky. Argument, že na vysoké škole je podobná snaha zbytečná, neboť studenti jsou dospělí lidé, nemůže obstát. Právě při výuce geografie lze velmi dobře aplikovat takové výukové metody, jako je skupinová a kooperativní výuka, kritické myšlení, brainstorming, využití mentálních map apod. V neposlední řadě je třeba vzít v úvahu morální a etickou dimenzi učitelství, která prolíná celým výukovým procesem a je studenty citlivě vnímána.

Závěr

Geografická gramotnost je nezbytná pro dobré uplatnění absolventa bakalářského studia oboru cestovní ruch v praxi. Geografické vzdělání díky svému interdisciplinárnímu a multidisciplinárnímu charakteru umožňuje chápat vztahy mezi jevy v krajinné sféře a aplikovat poznatky v konkrétním prostředí. Je základnou pro správné rozhodování pracovníků na všech pozicích, které může absolvent studia oboru cestovní ruch ve svém profesním životě zastávat. Rámcový obsah geografických znalostí tvoří průnik tří funkcí geografie: teoretické, praktické a vzdělávací. Student může úspěšně zvládnout celou složitou problematiku pouze pod vedením experta, který je profesionálem v učitelské profesi. V této souvislosti lze velmi pozitivně hodnotit skutečnost, že v posledních desetiletích v odborných kruzích vzrůstá zájem o problematiku expertnosti v profesi učitele. Jak uvádí M. Pišová (2010), je to dáno společenskou a ekonomickou objednávkou na zvyšování kvality vzdělávání a vzdělávacích institucí a imperativem celoživotního učení.

Literatura

- [1] CHALUPA, P., NOVÁK, S. Geografie a zdraví. Škola a zdraví pro XXI. století. Masarykova univerzita, Brno 2010, 103 s. ISBN 978-80, 210-5207-9 (MU, Brno), ISBN 978-80-210-5207-9 (MSD, Brno).
- [2] JANOUŠKOVÁ, E. Aplikace vybraných klasických, aktivizujících a komplexních výukových metod v geografii cestovního ruchu. In: Aktuální problémy cestovního ruchu – Vzdělávání a výzkum v cestovním ruchu. Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2009, ISBN 978-80-87035-25-2
- [3] MAŇÁK, J., ŠVEC, V. Výukové metody. Brno: Paido, 2003.
- [4] PÍŠOVÁ, M. Učitel – expert. Přehled výzkumných trendů a jejich výsledků. Pedagogika, Praha, Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy, 2010, LX, no. 3/4, s. 242-253. ISSN 0031 -3815.
- [5] TOUŠEK, V., KUNC, J., VYSTOUPIL, J. a kol. Ekonomická a sociální geografie. Plzeň: Aleš Čeněk, 2008. 411 s. ISBN 978-80-7380-114-4.

Kontaktní údaje:

Prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc.
Vysoká škola polytechnická Jihlava
Katedra cestovního ruchu
Tolstého 16
586 01 Jihlava
Tel.: 567 151 111
E-mail: chalup10@vspj.cz

RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.
Vysoká škola polytechnická Jihlava
Katedra cestovního ruchu
Tolstého 16
586 01 Jihlava
Tel.: 567 141 111
E-mail: janouskova@vspj.cz

MASARYKOVA UNIVERZITA
EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA
Katedra regionální ekonomie a správy

doc. RNDr. Milan Víturka, CSc.
vedoucí katedry

2. Mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu

Editorka: Ing. Bc. Andrea Holešinská, Ph.D.

EDIČNÍ RADA:

L. Bauer, L. Blažek, H. Hušková, E. Hýblová,
M. Kvida, R. Lukášová, J. Menšík, J. Nekuda
A. Slaný, J. Šedová, V. Žítek

Vydala Masarykova univerzita roku 2011

1. vydání, 2011, náklad 100 kusů CD-ROM

Zhotovení CD KRES ESF MU

ISBN 978-80-210-5728-9

muni
PRESS