

Vysoká škola hotelová v Praze  
katedra cestovního ruchu

---

# **Základy cestovního ruchu**

**studijní opora pro kombinovanou formu studia**

- pracovní text -

**Ing. Petr Studnička**

**Praha 2011**

## **Výuka předmětu CR 017 Základy cestovního ruchu v kombinované formě studia**

### Identifikace předmětu

**Znak:** ZCR

**Název:** Základy cestovního ruchu

**Určení:** Gastronomie, hotelnictví a turismus – Management destinace cestovního ruchu

**Autor:** Ing. Petr Studnička

**Rozsah:** Výuka probíhá ve třech modulech, celkem 24 hodin (8-8-8). Formou atestace je zkouška (9 kreditů).

**Garant:** Ing. Pavel Attl, Ph.D.

- Přednášející: Ing. Pavel Attl, Ph.D., Ing. Jiří Sysel
- Cvičící: Ing. Pavel Attl, Ph.D., Mgr. Věra Fišerová, Mgr. Monika Klímová,  
Ing. Petr Studnička
- Zkoušející: Ing. Pavel Attl, Ph.D.

### **Vymezení cíle předmětu**

Cílem předmětu je seznámit studenty se základy a systémem cestovního ruchu, mikroekonomickým a makroekonomickým prostředím a principy, ve kterém cestovní ruch jako interdisciplinární jev funguje. Předmět je zaměřen na základy cestovního ruchu, jeho historii, vývoj a řízení z pohledu veřejné správy i soukromého sektoru, ve kterém cestovní ruch funguje jako jedna ze složek terciárního sektoru národního hospodářství. V oblasti služeb je předmět zaměřen jednak na obecné pochopení specifík sektoru služeb a dále pak konkrétně na definice, typologii, vývoj, současný stav a trendy základních a doplňkových služeb cestovního ruchu. Důraz je kladen na aktuální trendy a projekty v cestovním ruchu, které jsou v současné době realizovány především v České republice. Pozornost je věnována i dvěma vztahovým kategoriím, a to vztahu geografie a cestovního ruchu a vztahu hotelnictví a cestovního ruchu.

### **Celkový studijní čas**

- 234 hod.

## **Harmonogram**

- Předmět je zařazen do 1. semestru
- Přednášky: září – listopad – leden
- Odevzdání cvičení ze seminářů: leden

## **Vybavení**

- PC
- Internet

## **Návod práce se studijními texty**

Studijní oporu předmětu Základy cestovního ruchu je nezbytné chápat jako výchozí studijní materiál, který doplňuje vlastní výuku předmětu v prezenční formě studia. Posluchačům by studijní opora měla jednak pomoci orientovat se v základní problematice a jednak by je měla motivovat k aktivní práci s informačními zdroji. Na konci každé kapitoly jsou uvedeny otázky k procvičování, které by měli čtenářům nahradit přímou výuku, která probíhá v rámci seminářů v prezenční formě studia.

## Obsah

<b>1.1 Úvodní tutoriál.....</b>	<b>5</b>
1.1.1 Průvodce kurzu.....	5
1.1.2 Organizace studia .....	7
<b>1.2 Průvodce studiem modulu „Základy teorie cestovního ruchu“ .....</b>	<b>10</b>
1. kapitola: Obecné vymezení pojmů volný čas a cestovní ruch.....	10
2. kapitola: Předpoklady rozvoje cestovního ruchu .....	20
3. kapitola: Trh cestovního ruchu.....	26
4. kapitola: Základy řízení cestovního ruchu v České republice.....	31
<b>1.3 Průvodce studiem modulu „Služby cestovního ruchu“ .....</b>	<b>37</b>
5. kapitola: Typologie služeb v cestovním ruchu.....	37
6. kapitola: Základní služby cestovního ruchu .....	44
7. kapitola: Doplňkové služby cestovního ruchu .....	49
8. kapitola: Služby cestovních kanceláří a cestovních agentur .....	53
<b>1.4 Průvodce studiem modulu „Cestovní ruch jako vztahová kategorie“ .....</b>	<b>57</b>
9. kapitola: Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu .....	57
10. kapitola: Aktuální trendy a projekty v cestovním ruchu .....	63
11. kapitola: Vztah hotelnictví a cestovního ruchu .....	71
12. kapitola: Geografie cestovního ruchu .....	80
<b>Správné odpovědi a řešení cvičení v jednotlivých kapitolách .....</b>	<b>88</b>

# 1. modul = 8 hodin

## 1.1 Úvodní tutoriál

### 1.1.1 Průvodce kurzu

#### Obsahová náplň předmětu

1. **Obecné vymezení pojmů volný čas a cestovní ruch** (volný čas a cestovní ruch, struktura volného času, typologie cestovního ruchu)
2. **Předpoklady rozvoje cestovního ruchu** (potenciál území, předpoklady rozvoje cestovního ruchu, Mariotova funkčně chronologická metoda)
3. **Trh cestovního ruchu** (subjekty a objekty trhu, nabídka a poptávka, potřeby a spotřeba)
4. **Základy řízení cestovního ruchu v České republice** (vývoj, současný systém řízení, aktivity státních orgánů)
5. **Typologie služeb v cestovním ruchu** (klasifikace a znaky služeb, druhové členění, specifika služeb)
6. **Základní služby cestovního ruchu** (dopravní, ubytovací, stravovací, sektor hospitality)
7. **Doplňkové služby cestovního ruchu** (lázeňské, sportovně-rekreační, peněžní, pojišťovací, pasové, celní, průvodcovské, animační, komunální)
8. **Služby cestovních kanceláří a cestovních agentur** (zprostředkovatelé v cestovním ruchu, legislativní úprava, cestovní smlouva)
9. **Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu** (turistická informační centra, internet, sociální sítě, globální distribuční systémy)
10. **Aktuální trendy a projekty v cestovním ruchu** (trendy v oblasti technologií, služeb a regionální, projekty mezinárodní a celostátní, veřejná podpora)
11. **Vztah hotelnictví a cestovního ruchu** (hotelnictví a parahotelnictví, hromadná ubytovací zařízení, kategorizace a klasifikace)
12. **Geografie cestovního ruchu** (geografie, destinace cestovního ruchu, kartografie, seznam UNESCO)

## Studijní literatura

### **a) Povinná literatura**

- ATTL, P.; NEJDL, K. (2004). *Turismus I*. Praha : VŠH, 2004. 178 s. (pouze kapitola 1), ISBN 978-80-86578-37-8.
- HESKOVÁ, M. a kol. (2006). *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha : Fortuna, 2006. 223 s. (kapitoly 3, 4, 8, 9). ISBN 978-80-7168-948-3.
- ORIEŠKA, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha : Idea Servis, 2010. 405 s. (kapitoly 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8). ISBN 978-80-85970-68-5.
- RYGLOVÁ, K. (2009). *Cestovní ruch*. Ostrava : KEY Management, 2009. 3. rozšířené vydání. 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.
- TOUŠEK, V.; KUNC, J.; VYSTOUPIL, J. a kol. (2008). *Ekonomická a sociální geografie*. Plzeň : Aleš Čeněk, 2008. 411 s. (kapitola 8) ISBN 978-80-7380-114-4.
- Časopis *Czech Hospitality and Tourism Papers – Hotelnictví, lázeňství, turismus*. Praha : VŠH, 2005 – 2011. ISSN 1801-1535.

### **b) Doporučená literatura**

- HAMERNEHOVÁ, I. (2008). *Geografie cestovního ruchu*. Plzeň : Aleš Čeněk, 2008. 271 s. ISBN 978-80-7380-093-2.
- *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013*. Praha : MMR, 138 s.
- PÁSKOVÁ, M.; ZELENKA, J. (2002). *Cestovní ruch – výkladový slovník*. Praha : MMR, 2002. 448 s.
- *Ročenka cestovního ruchu, ubytování a pohostinství*. Praha : MagConsulting.
- *Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách a činnostech v oblasti cestovního ruchu ve znění pozdějších předpisů*
- Časopis *Ekonomická revue cestovního ruchu*. Banská Bystrica : EF UMB, 2005 – 2011. ISSN 0139-8660.

### **c) Důležité internetové zdroje**

- [www.mmr.cz](http://www.mmr.cz), [www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz), [www.kolegiumcr.cz](http://www.kolegiumcr.cz), [www.czso.cz](http://www.czso.cz),  
[www.cnb.cz](http://www.cnb.cz), [www.vsh.cz/chtpr](http://www.vsh.cz/chtpr), [www.hotelstars.cz](http://www.hotelstars.cz), [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

## Cíle výuky předmětu

Po úspěšném a aktivním absolvování výuky:

- a) **Student získá** základní přehled o systému cestovního ruchu a jeho fungování v mikroekonomickém a makroekonomickém prostředí. Porozumí předpokladům nezbytným k jeho rozvoji na trhu cestovního ruchu včetně geografických aspektů. Bude znát specifika služeb cestovního ruchu a jejich členění s důrazem na aktuální trendy. Pochopí hlavní činnosti subjektů působících v cestovním ruchu jak v oblasti veřejné správy, tak v soukromé sféře.
- b) **Student bude umět** analyzovat vývoj cestovního ruchu a zpracovat prognózu pro další období. Dokáže identifikovat zvláštnosti služeb cestovního ruchu a specifika subjektů působících na trhu cestovního ruchu. Bude umět aplikovat aktuální projekty v cestovním ruchu ve vybrané destinaci k zlepšení jejího rozvoje.
- c) **Student bude schopen** vyhodnocovat směr vývoje cestovního ruchu ze statistického hlediska na různých územních úrovních (kraj, země, EU/Evropa, svět) včetně jejich komparace. Na základě disponibilních informačních zdrojů dokáže vyhodnotit efektivnost projektů v cestovním ruchu. Bude schopen interpretovat vztah cestovního ruchu a hotelnictví. V rámci tutoriálů si student bude kultivovat své argumentační schopnosti a bude veden k průběžnému sledování aktuální situace v cestovním ruchu s důrazem na Českou republiku.

## Požadavky ke zkoušce

Předmět CR 017 Základy cestovního ruchu je ukončen zkouškou, která má formu písemného testu. Předpokladem pro její složení je:

- aktivní účast na výuce v jednotlivých modulech,
- prostudování základní literatury a studijní opory,
- splnění korespondenčních úkolů, resp. případové studie.

### *1.1.2 Organizace studia*

Výuka předmětu CR 017 Základy cestovního ruchu (semestrální kurz) je rozdělena na kontaktní a distanční část a probíhá ve třech modulech. Kontaktní výuka (24 hodin) je realizována v rámci tří soustředění, jde o 8+8+8 hodin přímé výuky. V každém soustředění se uskuteční výuka jednoho modulu, který tvoří dvě povinné části: „**Tutoriál**“ a „**Průvodce studiem**“.

Převážná část kombinované formy studia předmětu CR 017 má sice distanční formu, avšak z hlediska pedagogického přístupu ke studentům a jejich možnostem spolupracovat s vyučujícím (tutorem), jde o průběžnou výuku. Na tutoriálech a ve studijních materiálech jsou zadávány úkoly, jejichž splněním student dokládá průběžnost svého studia. Komunikace s vyučujícím je zajištěna přes Internet (studnicka@vsh.cz) a v průběhu semestru může student navštívit konzultační hodiny učitele. V případě problémového tématu má možnost navštívit přednášky či semináře prezenčního studia. Pokud mu nestačí konzultace telefonická či prostřednictvím výukového prostředí (Informační systém VŠH, dále jen „IS“), může si student domluvit individuální (event. kolektivní) konzultaci. Administrativu studia zajišťuje příslušná referentka studijního oddělení. Všechny kontakty mezi tutorem a studujícím probíhají v rámci IS.

#### Časový harmonogram výuky a obsahové zaměření modulů

Předmět je zařazen do 1. semestru 1. ročníku bakalářského stupně studia oboru Management destinace cestovního ruchu.

1. modul (únor) = Základy teorie cestovního ruchu (1 – 4)
2. modul (březen/duben) = Služby cestovního ruchu (5 – 8)
3. modul (květen) = Cestovní ruch jako vztahová kategorie (9 – 12)

#### Tutoriály

Na **úvodním tutoriálu** na začátku semestru jsou studenti seznámeni, v rámci tzv. Průvodce kurzu, s obsahem předmětu, s časovým rozvržením výuky jednotlivých tematických okruhů, se zařazením předmětu ve studijním plánu oboru, s povinnou literaturou, cílem výuky a s požadavky ke zkoušce. Je zde vysvětlen přístup k tzv. studijním oporám (studijní materiály, metodické listy) a způsob odevzdávání korespondenčních kontrolních úkolů v IS. Studentům je objasněn způsob hodnocení kontrolních úkolů a termíny jejich odevzdání. Je probrána celková organizace výuky.

Na **průběžném tutoriálu** (uprostřed semestru) tutor vyhodnocuje dosavadní práci studentů. Studenti musí zaslat vyřešené úkoly elektronicky před zahájením týdenního soustředění. Tutor upozorní na závažné nedostatky a v případě potřeby obtížná témata vysvětlí.

Na **závěrečném tutoriálu** na konci semestru učitel vyhodnotí uložené úkoly z minulého tutoriálu a práci studentů za celý semestr. Upozorní na problémové otázky tematických



okruhů k písemnému zkouškovému testu. Podle potřeby proběhne společná konzultace. Studenti jsou seznámeni s časovým harmonogramem zkoušek.

### Průvodce studiem

V této kontaktní části studia je proveden metodický výklad (přednáška) daného tematického celku. Studenti jsou seznámeni s tím, co budou studovat z povinné literatury (musí být k dispozici pro studenty), jaká úskalí je čekají při samostudiu a jak jim bude tutor pomáhat při studiu. Velká pozornost je věnována jejich práci se studijními oporami, které jim nahrazují bezprostřední kontakt s vyučujícím na seminářích. Studijní opory jsou připraveny pro každý tematický okruh. Jejich součástí jsou: cíle, úvod, vlastní výklad tématu, shrnutí vyložené problematiky, klíčové pojmy, úkoly k zopakování a procvičení, odkazy na další studijní zdroje a hodnocení. Studijní opory jsou vloženy v rámci IS do části předmětu CR 017, sekce **Manipulace se studijními materiály**. Zpětnovazební prvky výuky (korespondenční úkoly) vyučující vkládají v IS do sekce **Odpovědníky**. Jejich zadání musí být jednoznačné a nesmí umožňovat různá řešení. Vypracované úkoly studenti vkládají do **Odevzdávárny**.

Při studiu předmětu CR 017 student využívá tři informační zdroje:

- metodologický výklad učitele, který vychází z předepsaných učebnic,
- kontaktní výuku v rámci tutoriálu a samostudia,
- předepsané učebnice a metodické materiály.

## 1.2 Průvodce studiem modulu „Základy teorie cestovního ruchu“

Modul tvoří čtyři tematické okruhy. Každý je probírán samostatně:

1. Obecné vymezení pojmů volný čas a cestovní ruch (typologie, systém)
2. Předpoklady rozvoje cestovního ruchu (selektivní, lokalizační, realizační)
3. Trh cestovního ruchu (nabídka, poptávka, mikro- a makroekonomické hledisko)
4. Základy řízení cestovního ruchu v České republice (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, CzechTourism, Celostátní kolegium cestovního ruchu ČR, profesní asociace)

Výklad vychází z učebnice ATTL, P.; NEJDL, K. (2004). *Turismus I*. Praha : VŠH, 2004  
(kapitola 1: str. 7 – 73; kapitola 5: str. 146 – 161)

### 1. kapitola: Obecné vymezení pojmů volný čas a cestovní ruch

#### Studijní cíle:

- vysvětlit vztah mezi volným časem a cestovním ruchem
- definovat druhy a formy cestovního ruchu
- popsat postavení cestovního ruchu v sociálně-ekonomickém systému

#### Klíčová slova:

Cestovní ruch, druhy cestovního ruchu, formy cestovního ruchu, volný čas

#### Úvod

Od 50. let 20. století se cestovní ruch stal samozřejmou součástí existence hospodářsky vyspělých zemí světa. Miliony lidí se vydávají ve svém volném čase na cesty za účelem poznání, odpočinku, nejrůznějších aktivit tělesných i duševních, navázání nových kontaktů, určité seberealizace, alespoň krátkodobé změny životního prostředí a stylu života. K základním podmínkám rozvoje cestovního ruchu patří svoboda člověka cestovat, disponibilní fond volného času a dostatek volných finančních prostředků.

#### Studijní text

Použijte literaturu:  
ATTL, P.; NEJDL, K. (2004). *Turismus I*. Praha : VŠH, 2004; kapitola 1: str. 7 – 65

### ***1.1 Vymezení pojmu volný čas***

Volný čas je část mimopracovní doby, v níž člověk nevykonává žádnou nutnou činnost a kterou podle vlastního rozhodnutí využívá pro oddech, rozvoj osobnosti a pro různé formy zájmové činnosti. Volný čas je vymezen tak, že se z mimopracovní doby vyčlení čas nutný pro přepravu do zaměstnání a na nákupy, nezbytný k vykonání domácích prací a věnovaný k uspokojení potřeby jídla, spánku ad.

Množství volného času je relativní, protože společnost vyvíjí tlak na zvyšování fondu volného času na vzdělávání, rozvoj duševních a tělesných schopností člověka a na naplňování jeho sociálních funkcí.

Struktura využití volného času je následující:

1. vzdělávání a společenská činnost
2. aktivní odpočinek (četba, poslech, návštěva kulturních zařízení)
3. zájmová činnost
4. výchova dětí
5. sport
6. pasivní odpočinek

V minulosti bylo využití volného času pro mnoho lidí spojeno s náboženstvím, prvními cestovateli byli poutníci. Ve středověku cestovali příslušníci nejvyšší vrstvy šlechty. Rok 1841 je spojován s počátky novodobého cestovního ruchu, protože byl zorganizován první hromadný výlet téměř 600 účastníků vlakem v Anglii. Později se začalo rozvíjet lázeňství, kdy lidé cestovali do lázní nejen za zdravím, ale také ze společenských a prestižních důvodů. Ještě později se přidala kultura. Cestování se stalo dostupnější pro širší vrstvy obyvatel s rostoucí úrovní mezd, se zlepšením pracovních podmínek, s růstem fondu volného času, s rozvojem dopravy a tím i se zrychlením přepravy mezi jednotlivými místy.

H. Opaschowský identifikoval tři fáze ve vývoji volného času po druhé světové válce:

1. Od války do konce 50. let dominovala fáze volného času, která byla zaměřena na zotavení (regenerace pracovní síly).
2. Volný čas v 60. letech se soustředil na spotřebu (volný čas = spotřeba).
3. V 80. letech začíná fáze volného času, která se zaměřuje na zážitky.

Volný čas plní tři základní funkce – instrumentální (regenerace sil, příprava na plnění povinností), humanizační (tvůrčí uplatnění každého jedince) a zábavná (touha užívat si života).

**Pojem k zapamatování:**

**Volný čas** je prostor, ve kterém nemá jedinec vůči ničemu a nikomu žádné povinnosti. Činnost prováděná ve volném času přináší jedinci uspokojení v podobě zážitků. Průměrný Čech má 31 hodin volného času týdně, který nejraději tráví se svou rodinou a známými, návštěvou kulturních zařízení, sportem či posezením v gastronomickém zařízení. V současné době je **cestovní ruch nedílnou součástí trávení volného času**.

### *1.2 Vymezení pojmu cestovní ruch*

Cestovní ruch je sociálně-ekonomický jev, jehož subjektem je člověk (skupina lidí, společnost) a zároveň je součástí obecné kategorie ekonomika jak na úrovni mikroekonomické, tak na úrovni makroekonomické. Základním charakteristickým rysem cestovního ruchu je mnohoovětvovost (interdisciplinarita), protože na vytváření jeho podmínek, předpokladů a vlastní realizaci se podílí celá řada odvětví národního hospodářství.

**Pojem k zapamatování:**

**Cestovní ruch** je činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (obvyklé prostředí), a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.

Z výše uvedené definice je nutné blíže specifikovat vybrané pojmy:

- **místo mimo běžné prostředí** – rozumí se jím místo mimo trvalé bydliště a také místo mimo trvalé bydliště, kde se však osoba zdržuje pravidelně (např. místo trvalého pracovního poměru),
- **doba kratší, než stanovená** – v mezinárodním cestovním ruchu činí 1 rok, v domácím cestovním ruchu činí 6 měsíců,
- **jiný účel než výdělečná činnost** – výdělečná činnost v navštíveném místě není založena na pracovním poměru (vyloučeny tedy nejsou cesty služební, obchodní apod., které mají zdroj úhrady z pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště či firmy).

Na výsledcích cestovního ruchu jsou odvětví přímo zainteresovaná nebo zprostředkovaně závislá (např. hotelnictví, cestovní kanceláře a cestovní agentury, doprava, památky) nebo odvětví, jejichž počínání je na cestovním ruchu zcela nezávislé, která však stanovují závazné podmínky a často i bariéry a determinují tak budoucí vývoj cestovního ruchu.

#### **Pojmy k zapamatování:**

**Průmysl cestovního ruchu** vyjadřuje všechny ekonomické aktivity, jež přímo uspokojují poptávku účastníků cestovního ruchu (např. hromadná ubytovací zařízení, cestovní kanceláře).

**Ekonomika cestovního ruchu** vyjadřuje souhrn ekonomických aktivit souvisejících s přímou poptávkou (průmysl cestovního ruchu) a aktivit, které průmysl cestovního ruchu vyvolal a ovlivňuje (např. prádelny pro hotely, vybavení pro stravovací zařízení).

Charakteristickými rysy cestovního ruchu jsou:

- **změna místa pobytu**, tj. cestování z místa běžného do místa mimo běžné prostředí (doprava se stává nezastupitelnou součástí cestovního ruchu),
- **dočasný pobyt v místě**, které není místem běžného prostředí (služby přechodného ubytování se stávají základní součástí cestovního ruchu),
- **hlavní účel cesty není výdělečná činnost** (vyloučeny jsou cesty za prací v pracovním poměru, ale zahrnují se služební pracovní cesty),
- realizace se uskutečňuje převážně **ve volném čase** účastníka cestovního ruchu,
- **vytváření vztahů mezi lidmi**, tj. mezi účastníky cestovního ruchu a rezidenty, mezi účastníky cestovního ruchu navzájem a mezi účastníky cestovního ruchu a zprostředkovateli.

#### 1.2.1 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch není ve skutečnosti realizován v obecné podobě, ale nabývá určité podoby. Teorie cestovního ruchu rozeznává určité skupiny, které mají více společných vlastností než jenom obecné, což umožňuje vnitřní rozlišování cestovního ruchu podle určitých kritérií. Nejčastěji se používá rozdělení na formy a druhy cestovního ruchu. Odborná literatura se však neshoduje na jejich charakteristice a různorodost označení vede k nejednoznačnému výkladu.

Nejčastěji se používá rozlišení na:

- **formy cestovního ruchu**, u kterých se uplatňuje motivační hledisko (hledání motivů k účasti na cestovním ruchu),

Tabulka 1 – Formy cestovního ruchu

<i>Forma cestovního ruchu</i>	<i>Stručná charakteristika</i>
Rekreační	Regenerace a reprodukce fyzických a psychických sil člověka
Kulturně poznávací	Poznávání historie, kultury, tradic, zvyků
Zdravotně orientovaný	Léčba nemocí, rekonvalescence, prevence, relaxace
Sportovně orientovaný	Aktivní sportovní činnost, pasivní účast na sportovních akcích
Dobrodružný	Sjíždění divokých řek, extrémní lyžování, potápění v moři
Lovecký a rybolovný	Lov zvěře a chytání ryb
S profesní motivací	Profesní činnost účastníků cestovního ruchu
Specificky orientovaný	Specifické motivy účastníků (nákupy, politické akce)

Zdroj: ATTL, P.; NEJDL, K. (2004).

- **druhy cestovního ruchu**, u kterých se uplatňuje hledisko způsobu realizace v závislosti na konkrétních podmínkách.

Tabulka 2 – Druhy cestovního ruchu

<i>Druhy cestovního ruchu</i>	<i>Stručná charakteristika</i>
Podle území	Domácí, zahraniční (výjezdový, příjezdový)
Podle vztahu k platební bilanci	Aktivní, pasivní
Podle délky pobytu	Krátkodobý, dlouhodobý
Podle počtu účastníků	Individuální, skupinový
Podle věku účastníků	Děti, rodiny s dětmi, mládež, produktivní věk, senioři
Podle způsobu zabezpečení	Organizovaný, neorganizovaný
Podle způsobu financování	Komerční, sociální
Podle charakteru místa pobytu	Městský, venkovský, ve střediscích, lázeňský
Podle ročního období	Letní, zimní, sezónní, mimosezónní
Podle vlivu na životní prostředí	Tvrký, měkký

Zdroj: ATTL, P.; NEJDL, K. (2004).

Zvláštní hledisko pro členění cestovního ruchu využívá Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO), která používá následující dělení – volný čas, rekreace, dovolená; návštěva známých a příbuzných; obchod a profesionální zájmy; zdravotní cestovní ruch; náboženský/poutní cestovní ruch; ostatní.

**Pojmy k zapamatování:**

U **forem cestovního ruchu** se uplatňuje **hledisko motivační**, hledání motivů k účasti na cestovním ruchu.

U **druhů cestovního ruchu** se uplatňuje **hledisko způsobu realizace** v závislosti na konkrétních podmínkách.

### 1.2.2 Postavení cestovního ruchu v sociálně-ekonomickém systému

Sociálně-ekonomický jev cestovní ruch je soubor vnímatelných vlastností podstaty cestovního ruchu, tzn. relativně stabilních vztahů a vazeb. Tyto vnitřní vztahy a vazby tvoří **systém cestovní ruch**, který se skládá z dvou subsystémů, které mohou existovat relativně samostatně. Avšak cestovní ruch je souhrnem podstat obou subsystémů, tzn., že ke své existenci potřebuje oba subsystémy (jeden nestačí).

**K zapamatování:**

Systém cestovní ruch je součástí globálně-ekonomického systému. **Systém cestovní ruch** se skládá z 2 subsystémů, kterými jsou **subjekt** (= účastník cestovního ruchu) a **objekt** (= destinace cestovního ruchu, podniky cestovního ruchu, institucionální aparát se vztahem k cestovnímu ruchu).

Cestovní ruch je otevřený systém, na který výrazně působí vnější prostředí. Stejně tak toto okolí ovlivňuje cestovní ruch. Více či méně ovlivňují cestovní ruch politické, ekonomické, sociální, technologické a ekologické prostředí.

**Politické prostředí** tvoří především mírové podmínky v jednotlivých státech a ve světě jako celku. Mír je nevyhnutelnou podmínkou rozvoje cestovního ruchu. Závislost je dána rovněž od společenského zřízení státu, ve kterém se cestovní ruch rozvíjí, protože stát je nositelem politiky cestovního ruchu. Významné je odstraňování bariér v podobě cestovních formalit.

**Ekonomické prostředí** je pro rozvoj cestovního ruchu velmi významné, protože se v něm odráží vlivy ekonomického růstu, nezaměstnanosti, inflace, stability měny a úrokové míry. Cestovní ruch se podílí na tvorbě HDP (v ČR aktuálně cca 2,6 %), pracovních příležitostí (v ČR cca 230 tisíc osob), daňové výtěžnosti, ovlivňuje saldo platební bilance a podporuje regionální rozvoj.

**Sociální prostředí** je dáno společenským zřízením., které ovlivňuje rozdělování hrubého domácího produktu, pracovní a mimopracovní podmínky a sociální politiku státu. Zpětná vazba cestovního ruchu na sociální prostředí se projevuje např. diferenciací nabídky produktu tak, aby umožnila účast na cestovním ruchu i sociálně slabším vrstvám obyvatelstva, včetně zdravotně handicapovaných.

**Technologické prostředí** vyjadřuje technologickou vybavenost umožňující rozvoj cestovního ruchu. Jedná se jak o dopravní infrastrukturu, tak o nové technologie, které urychlují výměnu informací. V cestovním ruchu se jedná například o globální distribuční systémy, národní informační a rezervační systémy atp.

Rozvoj cestovního ruchu je závislý na atraktivním prostředí, protože se rozvíjí v těch místech, kde jsou vhodné atraktivity (přírodní, kulturně-historické). Závislost cestovního ruchu na **ekologickém prostředí** je větší než ve většině jiných hospodářských aktivit

### Shrnutí kapitoly

Cestovní ruch je nedílnou součástí trávení volného času a v současné době představuje významný společensko-ekonomický fenomén. Aktivity cestovního ruchu se realizují zpravidla ve volném čase, mimo místo obvyklého prostředí, bez výdělečného účinku s cílem získání komplexního zážitku. Typologie cestovního ruchu používá dělení na formy (motivace) a druhy (způsob realizace) cestovního ruchu. Systém cestovního ruchu tvoří dva subsystemy, kterými jsou subjekt a objekt. Zároveň je cestovní ruch ovlivňován svým okolím, které tvoří politické, ekonomické, sociální, technologické a ekologické prostředí.

### Pojmy k zapamatování

**cestovní ruch** (turismus, zkratka CR, angl. tourism) = souhrn aktivit osob cestujících do míst mimo jejich běžné prostředí a pobývajících v těchto místech po dobu ne delší než jeden rok, za účelem trávení volného času, podnikání či jiným účelem (UNWTO).



**turismus** (angl. tourism) = alternativní pojem pro cestovní ruch

**turistika** (angl. hiking, hike) = forma cestovního ruchu, kdy se účastník pohybuje vlastní silou (případně s využitím síly zvířat, ale nemotorizovaně), jde tedy o aktivní formu účasti účastníků na cestovním ruchu

**volný čas** (angl. leisure time) = část mimopracovní doby, v níž člověk nevykonává žádnou nutnou činnost a kterou podle vlastního rozhodnutí využívá pro oddech, rozvoj osobnosti a pro různé formy zájmové činnosti.

## Úkoly k zopakování a procvičení

Prostřednictvím úkolů si ověříte, zda jste porozuměli obsahu kapitoly. Kontrola znalostí získaných studiem kapitoly je základem Vašeho sebehodnocení. Splnění požadavků uvedených v „**hodnocení**“ je předpokladem pro studium další kapitoly.

### **1. Označte, zda je výrok pravdivý (P) či nepravdivý (N) /7 bodů/**

a/ Charakteristickým rysem cestovního ruchu je jeho interdisciplinarita. P / N

b/ Cestovní ruch je dnes nedílnou součástí trávení volného času. P / N

c/ Cestuje-li Čech s trvalým bydlištěm v Praze po České republice nepřetržitě sedm měsíců, je turistou a zahrnuje se do aktivit cestovního ruchu. P / N

d/ Služební cesty se nezahrnují do aktivit cestovního ruchu, protože jsou součástí výdělečné činnosti. P / N

e/ Formy cestovního ruchu vyjadřují motivační hledisko, naopak druhy cestovního ruchu způsob realizace. P / N

f/ Systém cestovního ruchu tvoří 5 subsystémů, a to prostředí politické, ekonomické, sociální, technologické a ekologické.

g/ Podíl cestovního ruchu na HDP České republiky je v současné době cca 2,6 %.

### **2. Doplňte text s využitím schématu /3 body/**



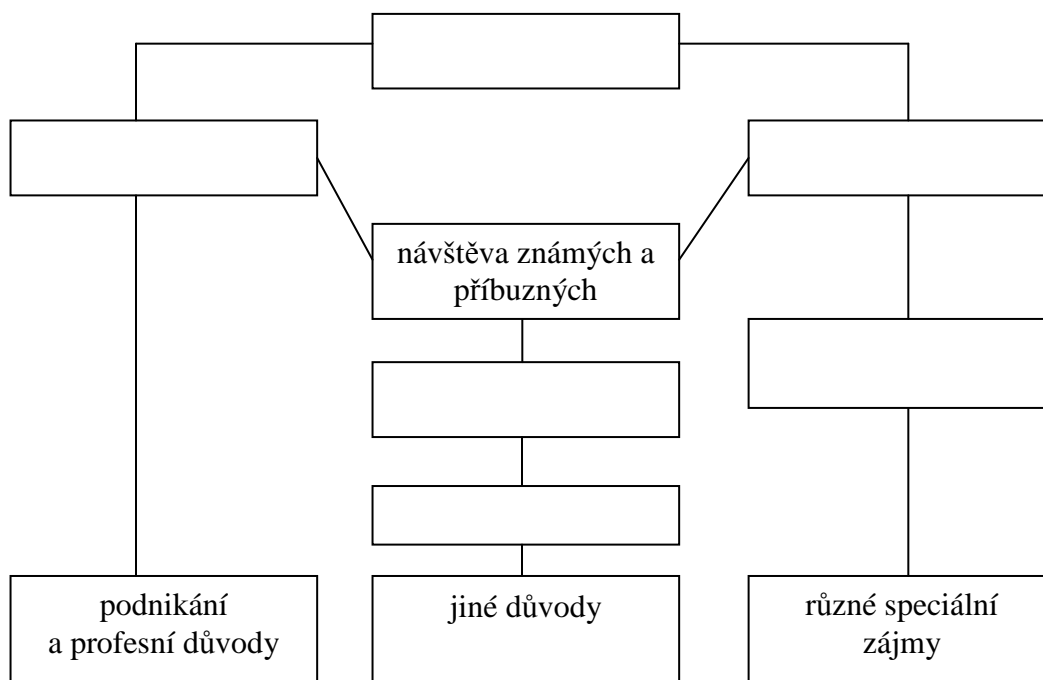
..... cestovní ruch zahrnuje veškerý cestovní ruch na území jednoho státu, tj. domácí a příjezdový cestovní ruch.

Výjezdový cestovní ruch ovlivňuje platební bilanci státu .....

Označení „incoming/inbound tourism“ se používá pro .....

### 3. Doplňte do schématu vhodné pojmy /6 bodů/

Náboženství – Povinnost – Dovolená a rekreace – Potěšení – Zdraví – Cestování



Zdroj: JAKUBÍKOVÁ, D. (2009).

### 4. Přiřad'te k jednotlivým pojům odpovídající vymezení /4 body/

#### Pojmy

a/ rezident

b/ návštěvník

c/ turista

d/ jednodenní návštěvník

1/ V hromadném ubytovacím zařízení nestráví ani jednu noc, a to jak v mezinárodním, tak domácím cestovním ruchu.

2/ V mezinárodním cestovním ruchu se jedná o osobu, která cestuje do jiné země, než má své trvalé bydliště na dobu nepřekračující 12 měsíců, v domácím cestovním ruchu se jedná o osobu, která má trvalé bydliště v dané zemi a cestuje na jiné místo v zemi mimo její obvyklé prostředí na dobu nepřekračující 12 měsíců.

3/ V mezinárodním cestovním ruchu se jedná o osobu, která žije v zemi minimálně jeden rok před příjezdem do jiné země. V domácím cestovním ruchu se jedná o osobu, která žije v určitém místě nepřetržitě 6 po sobě jdoucích měsících.

4/ V mezinárodním cestovním ruchu se jedná o návštěvníka, který v zemi stráví alespoň jednu noc v hromadném ubytovacím zařízení. V domácím cestovním ruchu se jedná o návštěvníka, který v místě stráví rovněž alespoň jednu noc v hromadném ubytovacím zařízení.

Za každou správnou odpověď si připočtete 1 bod. **Celkem můžete získat 20 bodů.**

Splnění úkolů k zopakování a procvičení přispělo k prohloubení a upevnění Vašich znalostí získaných studiem kapitoly. Pokud jste v rámci sebehodnocení získali 14 – 20 bodů, můžete přistoupit ke studiu další kapitoly. Jestliže jste získali méně než 14 bodů, pokuste se zlepšit studijní výsledek pozornějším studiem kapitoly, event. se spojte s tutorem předmětu.

### **Další studijní zdroje**

[1] HESKOVÁ, M. a kol. (2006). *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha : Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 978-80-7168-948-3.

[2] JAKUBÍKOVÁ, D. (2009). *Marketing v cestovním ruchu*. Praha : Grada Publishing, 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.

## **2. kapitola: Předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

### **Studijní cíle:**

- vysvětlit rozdíl mezi potenciál a předpoklady rozvoje cestovního ruchu
- definovat rozdíl mezi selektivními, lokalizačními a realizačními faktory

### **Klíčová slova:**

Mariotova funkčně-chronologická metoda, potenciál cestovního ruchu, předpoklady cestovního ruchu

### **Úvod**

Cestovní ruch potřebuje ke svému vzniku, existenci a vývoji splnění předpokladů obecně platných pro rozvoj všech prvků globálního sociálně-ekonomického systému. Jedná se tedy o obecné předpoklady – sociální a ekonomické a specifické předpoklady – objektové a subjektové. Současná teorii nejčastěji používá Mariotovu funkčně chronologickou metodu, která dělí předpoklady rozvoje cestovního ruchu na selektivní, lokalizační a realizační.

### **Studijní text**

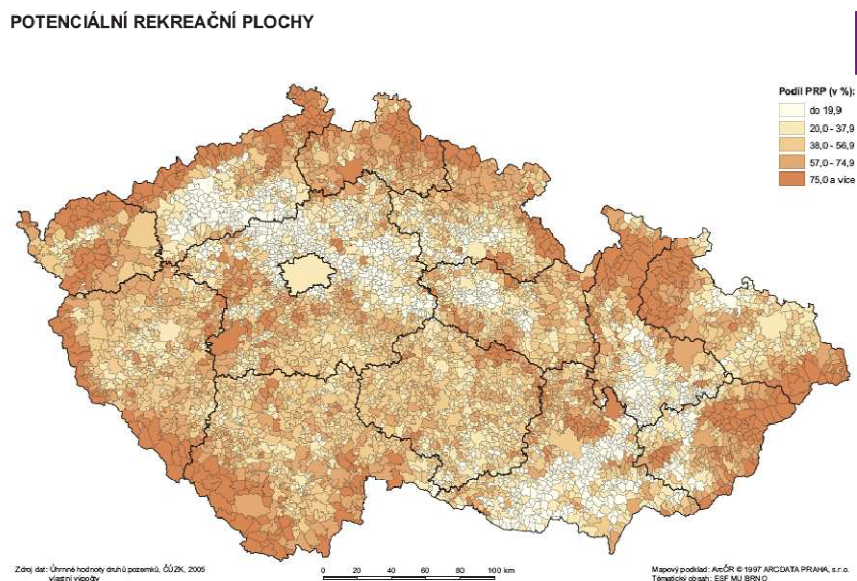
Použijte literaturu:

ATTL, P.; NEJDL, K. (2004). *Turismus I*. Praha : VŠH, 2004; kapitola 1: str. 66 – 70

#### ***2.1 Vymezení pojmů potenciál cestovního ruchu a předpoklady cestovního ruchu***

Potenciál cestovního ruchu je souhrnnou hodnotou všech předpokladů cestovního ruchu, oceněných na základě bodovací škály, která je snížena o zápornou hodnotu negativních faktorů rozvoje cestovního ruchu, kterými jsou např. špatné životní prostředí či nevhodné využití území. Potenciál cestovního ruchu lze vyjádřit číselnou hodnotou. V České republice existují dva základní dokumenty, kterými jsou Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v České republice (Ústav územního rozvoje, 2000) a Atlas cestovního ruchu ČR (MMR, MU, 2006). Při zpracování obou dokumentů se vycházelo z poznatků jednoho z významných územně-plánovacích dokumentů v cestovním ruchu, kterým je Rajonizace cestovního ruchu ČSSR zpracovaná v roce 1962 a aktualizovaná v roce 1981.

## Mapa 1 – Potenciál rekreační plochy území České republiky



Zdroj: VYSTOUPIL, J. (2006).

Předpoklady cestovního ruchu představují souhrn přírodních a antropogenních aspektů včetně jejich mnohoúrovňových vazeb, které vytvářejí předpoklady pro realizaci cestovního ruchu. Za základní klasifikaci se považuje Mariotova funkčně-chronologická metoda, které dělí předpoklady na:

- lokalizační – přírodní a kulturně-municipální,
- realizační – komunikační, materiálně-technické,
- selektivní – politické, demografické, administrativní, urbanizační, sociální, personální, ekologické.

### **Pojmy k zapamatování:**

**Potenciál cestovního ruchu** lze vyjádřit číselně na bodové škále, protože vyjadřuje souhrnnou hodnotu všech předpokladů cestovního ruchu.

**Předpoklady cestovního ruchu** představují souhrn přírodních a antropogenních aspektů vytvářejících podmínky pro realizaci cestovního ruchu.

## **2.2 Předpoklady rozvoje cestovního ruchu**

Metoda sociálně-ekonomického systému rozděluje předpoklady do 2 skupin:

- obecné – ekonomické (dopravní prostředky, dopravní cesty, infrastruktura pro pobyt v destinacích cestovního ruchu), sociální (volný čas, tvorba ekonomických zdrojů), příznivá politická situace, stav životního prostředí,

- specifické – objektové (existence atraktivit cestovního ruchu, infrastruktury, administrativního aparátu pro řízení cestovního ruchu), subjektové (existence lidských potřeb, sociální prostředí).

Mariotova funkčně-chronologická metoda rozčleňuje předpoklady cestovního ruchu do 3 skupin.

**Pojem k zapamatování:**

**Mariotova funkčně-chronologická metoda** dělí předpoklady cestovního ruchu na lokalizační, realizační a selektivní.

**Lokalizační předpoklady** tvoří:

- přírodní předpoklady – reliéf, krajina, klima, vodstvo, flóra, fauna,
- kulturně-municipální předpoklady – lidmi vytvořené atrakce, lidové tradice, folklór, umění, struktura státních, regionálních a místních institucí pro řízení cestovního ruchu.

**Realizační předpoklady** tvoří:

- komunikační předpoklady – dopravní síť, systém dopravy, dostupnost území,
- infrastruktura cestovního ruchu – ubytovací a stravovací zařízení (= suprastruktura cestovního ruchu), sportovní, kulturně-zábavní a další zařízení poskytující služby účastníkům cestovního ruchu.

**Selektivní předpoklady** tvoří:

- demografické předpoklady – hustota a věková struktura obyvatel,
- politické předpoklady – politická stabilita, války, bezpečnostní situace,
- sociologické předpoklady – ekonomické aktivity, sociální příslušnost, vzdělanost,
- urbanizační předpoklady – velikost a hustota sídel
- ekologické předpoklady – stav a vývoj životního prostředí,
- personální předpoklady – odbornost vedení a zaměstnanců subjektů cestovního ruchu,
- administrativní předpoklady – vízová politika, možnost pohybu po území.

## Shrnutí kapitoly

Teorie cestovního ruchu rozlišuje dva základní pojmy – potenciál a předpoklady cestovního ruchu. Potenciál cestovního ruchu lze vyjádřit číselně na bodové škále, protože vyjadřuje souhrnnou hodnotu všech předpokladů cestovního ruchu. Předpoklady cestovního ruchu představují souhrn všech přírodních a antropogenních aspektů vytvářejících podmínky pro realizaci cestovního ruchu. Pro hodnocení předpokladů cestovního ruchu se používají různé metody, z nichž nejvýznamnější jsou metoda sociálně-ekonomického systému a Mariotova funkčně-chronologická metoda. Ta člení předpoklady cestovního ruchu na lokalizační, realizační a selektivní.

## Pojmy k zapamatování

**potenciál cestovního ruchu** (angl. tourism development potential) = souhrnná hodnota všech předpokladů cestovního ruchu, oceněných na základě bodovací škály, snížená o zápornou hodnotu negativních faktorů rozvoje cestovního ruchu, zejména o špatný stav složek životního prostředí (kyselé deště, nízká kvalita vzduchu, znečištění moře, pláží aj.) a konfliktní land-use daného území

**předpoklady cestovního ruchu** (angl. prerequisites of tourism) = souhrn přírodních a antropogenních aspektů včetně jejich mnohoúrovňových vazeb, které vytvářejí předpoklady pro realizaci cestovního ruchu. Podle funkčně-chorologické metody (P. Mariot) lze členit (základní klasifikace) na lokalizační předpoklady cestovního ruchu, selektivní předpoklady cestovního ruchu a realizační předpoklady cestovního ruchu.

**rajonizace cestovního ruchu** (angl. Tourism regionalisation) = dokument direktivně plánovacího charakteru z roku 1962 (vydal Terplan), vyhodnocující předpoklady a podmínky rozvoje cestovního ruchu na území Československa. Aktualizace dokumentu proběhla v roce 1981, výsledkem rajonizace byla klasifikace regionů podle jejich vhodnosti pro cestovní ruch. V současné době může tento dokument sloužit pouze jako metodický materiál.

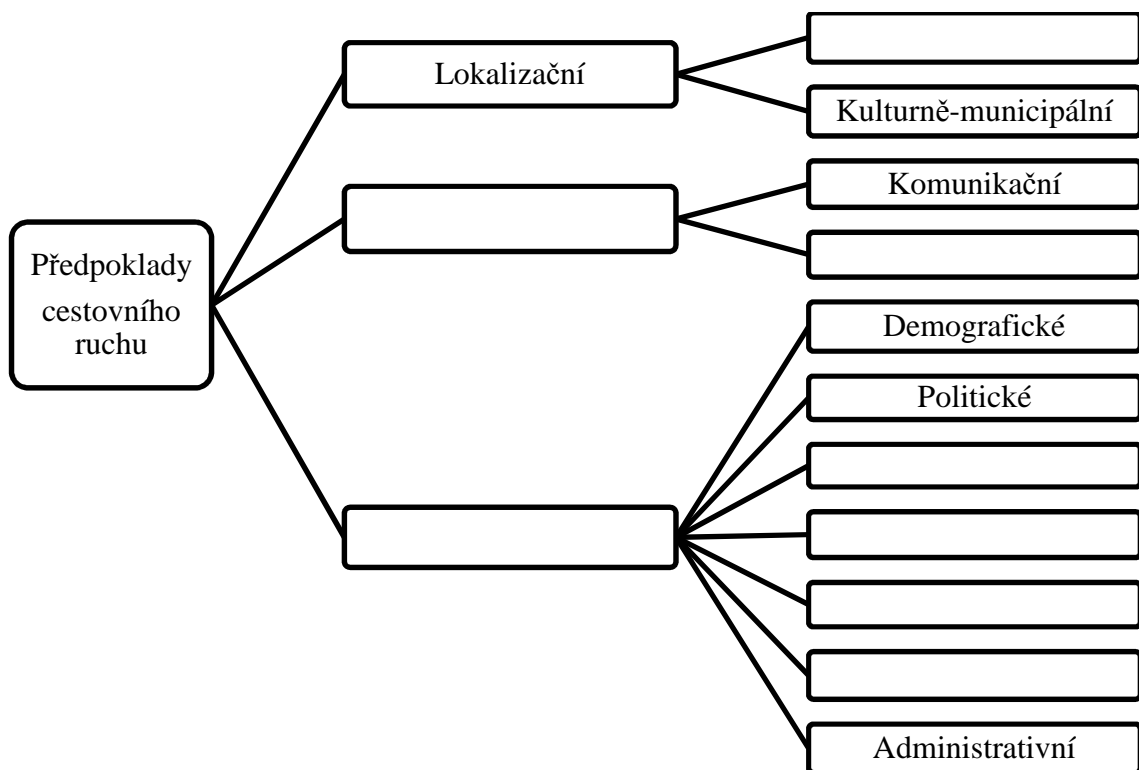
## Úkoly k zopakování a procvičení

Prostřednictvím úkolů si ověříte, zda jste porozuměli obsahu kapitoly. Kontrola znalostí získaných studiem kapitoly je základem Vašeho sebehodnocení. Splnění požadavků uvedených v „**hodnocení**“ je předpokladem pro studium další kapitoly.

### **1. Doplňte vhodná spojení do textu /2 body/**

..... cestovního ruchu představují souhrn přírodních a antropogenních aspektů vytvářejících podmínky pro realizaci cestovního ruchu. .... cestovního ruchu lze vyjádřit číselně na bodové škále, protože vyjadřuje souhrnnou hodnotu všech předpokladů cestovního ruchu.

**2. Doplňte schéma členění předpokladů cestovního ruchu /8 bodů/**



**3. Vyberte jednu správnou odpověď /5 bodů/**

1/ Suprastrukturu cestovního ruchu tvoří:

- a/ ubytovací zařízení
- b/ stravovací zařízení
- c/ obě předchozí varianty

2/ Tanec verbuňk zapsaný na Seznamu nehmotného dědictví UNESCO je předpoklad cestovního ruchu:

- a/ lokalizační
- b/ realizační
- c/ selektivní

3/ Potenciál cestovního ruchu není možné vyjádřit na bodové škole:

- a/ ano
- b/ ne
- c/ částečně

4/ Dálnice a rychlostní komunikace jsou součástí předpokladů:



- a/ selektivních, urbanizačních
- b/ lokalizačních, kulturně-municipálních
- c/ realizačních, komunikačních

5/ Metoda sociálně-ekonomického systému dělí předpoklady na:

- a/ obecné, specifické
- b/ lokalizační, realizační, selektivní
- c/ objektové, subjektové

Za každou správnou odpověď si připočtete 1 bod. **Celkem můžete získat 15 bodů.**

Splnění úkolů k zopakování a procvičení přispělo k prohloubení a upevnění Vašich znalostí získaných studiem kapitoly. Pokud jste v rámci sebehodnocení získali 11 – 15 bodů, můžete přistoupit ke studiu další kapitoly. Jestliže jste získali méně než 11 bodů, pokuste se zlepšit studijní výsledek pozornějším studiem kapitoly, event. se spojte s tutorem předmětu.

### **Další studijní zdroje**

[1] TOUŠEK, V.; KUNC, J.; VYSTOUPIL, J. a kol. (2008). *Ekonomická a sociální geografie*. Plzeň : Aleš Čeněk, 2008. 411 s. (kapitola 8) ISBN 978-80-7380-114-4.

### 3. kapitola: Trh cestovního ruchu

#### Studijní cíle:

- vymezit trh cestovního ruchu
- definovat rozdíly mezi nabídkou a poptávkou
- analyzovat vztah cestovního ruchu ke spotřebě

#### Klíčová slova:

Nabídka, poptávka, směna, spotřeba, trh cestovního ruchu

#### Úvod

Trh cestovního ruchu je reprezentován nabídkou a poptávkou, mezi kterými dochází ke směně. Nabídku a poptávku tvoří subjekty trhu, hmotné a nehmotné statky jsou objekty trhu. Z hlavních tendencí na trhu cestovního ruchu lze jmenovat individualizaci poptávky v cestovním ruchu a racionalizaci nabídky průmyslu cestovního ruchu.

#### Studijní text

Použijte literaturu:

ATTL, P.; NEJDL, K. (2004). *Turismus I*. Praha : VŠH, 2004; kapitola 5: str. 146 – 164

#### **3.1 Vymezení trhu cestovního ruchu**

Trh je místem, kde se střetává nabídka a poptávka a kde dochází ke směně zboží a služeb za účelem uspokojování lidských potřeb. Tento princip platí i pro trh cestovního ruchu. Nabídku a poptávku reprezentují konkrétní subjekty, mezi kterými dochází ke směně. Obsahem směny jsou objekty trhu, kterými jsou hmotné a nehmotné statky.

#### **Pojmy k zapamatování:**

**Nabídku a poptávku** na trhu cestovního ruchu reprezentují **subjekty**, mezi kterými dochází ke směně. Obsahem **směny** jsou **objekty**, kterými jsou hmotné a nehmotné statky.

**Subjekty** na trhu cestovního ruchu jsou prodávající (doprováci, poskytovatelé ubytovacích služeb, restaurace ad.), kupující (účastníci cestovního ruchu) a zprostředkovatelé (cestovní kanceláře a cestovní agentury, organizátoři léčebných pobytů apod.).

**Objekty** trhu cestovního ruchu jsou hmotné statky (zboží), nehmotné statky (služby) a volné statky (přírodní statky, které nejsou výsledkem ekonomické činnosti, ale jsou vyhledávány jako důvod k návštěvě – vodní plochy, horstvo, krajina).

**K zapamatování:**

Z hlediska subjektů je na trhu cestovního ruchu významná role **zprostředkovatelů**. Z hlediska objektů tvoří rozhodující část **služby**. **Volné statky** vstupují na trh cestovního ruchu pouze zprostředkovaně, ve spojení se službami a aktivitami cestovního ruchu (pěší turistika, cykloturistika ad.).

Specifické rysy trhu cestovního ruchu jsou dány zvláštnostmi v podobě:

- podstaty cestovního ruchu,
- služeb cestovního ruchu,
- potřeb uspokojovaných cestovním ruchem.

Trh cestovního ruchu je v rozhodující míře trhem služeb, prodej zboží je jen doplňkovým komplementem. Ve srovnání se standardním trhem je trh cestovního ruchu více ovlivňován subjektivním vnímáním a postoji konkrétního účastníka cestovního ruchu. Ve své nabídkové části je trh cestovního ruchu místně vázaný a zároveň je ve značné míře ovlivňován faktorem času (sezónnost) a poptávková část je nucena tuto skutečnost akceptovat, navíc směna předchází spotřebu (finanční prostředky jsou vynakládány předem). Na trh cestovního ruchu více působí i mimoekonomické vlivy. Jedná se např. o přírodní katastrofy, politickou situaci či globalizaci.

**K zapamatování:**

Vzájemný vztah nabídky a poptávky na trhu cestovního ruchu je obrácený. Zatímco na standardním trhu putuje nabídka k poptávce, na **trhu cestovního ruchu musí poptávka putovat za nabídkou**. V současné době je **určující poptávka**, trh cestovního ruchu je v současnosti trhem kupujícího. Rozsah nabídky stále roste.

### 3.1.1 Nabídka cestovního ruchu

V cestovním ruchu představuje nabídka souhrn atraktivit, služeb, hmotných statků a užitečných efektů, které jsou v určitém místě a čase k dispozici pro uspokojení potřeb účastníka cestovního ruchu a které chtějí prodávající na trhu cestovního ruchu realizovat. Nabídka se rozděluje na 2 skupiny – atraktivity cílových míst a vybavenost míst zařízeními cestovního ruchu. Služby primární a sekundární nabídky se vzájemně doplňují a podmiňují.

Tabulka 1 – Rozdělení nabídky cestovního ruchu

<i>Atraktivita cílových míst (primární nabídka)</i>	<i>Vybavenost míst (sekundární nabídka)</i>
Přírodní (reliéf, klima, vodstvo, flóra)	Všeobecná infrastruktura (doprava, zásobování energiemi)
Kulturně-historické (hrady, galerie, rozhledny, bojiště)	Suprastruktura cestovního ruchu (ubytovací a stravovací zařízení)
Kulturně-společenské (festivally, slavnosti, sportovní akce)	Infrastruktura cestovního ruchu (např. turistická informační centra)
Sociální (tradice, zvyky, jazyk, gastronomie)	---

Zdroj: ATTIL, P.; NEJDL, K. (2004), upraveno autorem.

Základní rysy nabídky cestovního ruchu jsou komplexnost (komplexní produkt, který vychází ze spolupráce jednotlivých subjektů) a komplementárnost. Rovněž je determinována sezónností, místní a časovou vázaností a lidským faktorem, protože je stále převážně realizována lidskou pracovní silou.

### 3.1.2 Poptávka v cestovním ruchu

Poptávka v cestovním ruchu vyjadřuje projev potřeb účastníka cestovního ruchu podložený koupěschopností. Jde o uspokojení subjektivního užítku, a proto důvody, které poptávku ovlivňují, jsou vedle racionálních pohnutek také iracionální. K charakteristickým rysům poptávky v cestovním ruchu patří komplexnost, sezónnost, pružnost, masovost, diferenciací a subjektivnost. Poptávka v sobě zahrnuje vždy motiv účasti na cestovním ruchu vycházející z potřeb účastníků cestovního ruchu, požadované služby a zboží nezbytné pro naplnění motivace a požadavky na místo a prostředí, v němž má dojít k uspokojování potřeb. Na mezinárodním trhu cestovního ruchu se z pozice poptávky stala rozhodující jednotkou destinace, která vytváří svým obsahem a strukturou specifickou destinační poptávku.

### 3.1.3 Vztah cestovního ruchu ke spotřebě

Spotřebou se rozumí fáze, v níž se výrobky a služby stávají předmětem používání, resp. prostředkem uspokojení potřeb. Cestovní ruch je součástí osobní spotřeby (uspokojování potřeb) a společenské spotřeby (účast na určitých typech cestovního ruchu). Předmětem spotřeby jsou v cestovním ruchu **služby, zboží a volné statky**, které uspokojují motivační

potřeby. Cestovní ruch uspokojuje vždy v rámci jedné účasti větší či menší počet potřeb. Spotřeba v cestovním ruchu se uskutečňuje v převážné míře v jiném místě, většinou však na více místech mimo běžné prostředí. Motivace ke spotřebě v cestovním ruchu je odlišná od motivace ke spotřebě v běžném prostředí, protože jsou kladeny vyšší nároky na kvalitu. Rozhodující složku tvoří služby a zboží je jejich doplňkem.

### **Shrnutí kapitoly**

Na trhu cestovního ruchu reprezentují nabídku a poptávku subjekty. Těmi jsou prodávající, kupující a zprostředkovatelé. Mezi nimi dochází ke směně. Obsahem směny jsou objekty (služby, zboží, volné statky). Trh cestovního ruchu je v rozhodující míře trhem služeb. Poptávka na trhu cestovního ruchu musí putovat za nabídkou, kterou tvoří atraktivita cílových míst a vybavenost zařízeními cestovního ruchu. Poptávku představují účastníci cestovního ruchu. Ze specifických rysů na trhu cestovního ruchu lze jmenovat komplexnost, komplementaritu, sezónnost, místní a časovou vázanost či vliv lidského faktoru.

### **Pojmy k zapamatování**

**atraktivita cestovního ruchu** (angl. tourist attraction, visitor attraction) = zajímavá součást přírody, sportovní, kulturní nebo společenský objekt, kulturní, sportovní, společenská nebo jiná událost, které přitahují účastníky cestovního ruchu. Lze je dělit na přírodní a společenské, hmotné (např. přírodní úkazy, historické objekty) a nehmotné (genius loci, společenské události, životní styl aj.).

**nabídka cestovního ruchu** (angl. tourism supply) = maximální množství produktu cestovního ruchu na trhu, které má určitý subjekt (nebo souhrn subjektů) v úmyslu prodat za danou cenu. Funkce nabídky – za jinak stejných podmínek (tedy vyloučí-li se mimocenové, níže uvedené faktory) vyjadřuje poměr mezi maximálním množstvím produktu, které subjekt hodlá prodat, a jeho cenou).

**poptávka v cestovním ruchu** (angl. tourism demand) = množství dané služby nebo zboží cestovního ruchu, které kupující (jedinec – individuální poptávka, nebo skupina jedinců), zajímající se o dané služby nebo zboží, hodlá koupit (koupěschopná poptávka) za danou cenu na daném trhu a v daném čase. Funkce poptávky – za jinak shodných podmínek poměr mezi množstvím poptávaných produktů a jejich cenou. Zpravidla klesající je průběh závislosti ceny na množství poptávaného zboží, kde změna polohy křivky (a jejího průběhu, tvaru) je dána necenovými faktory (sezóna, politické vztahy, přírodní katastrofy, sociálně-ekonomická situace atd.).

### **Úkoly k zopakování a procvičení**

Prostřednictvím úkolů si ověřte, zda jste porozuměli obsahu kapitoly. Kontrola znalostí získaných studiem kapitoly je základem Vašeho sebehodnocení. Splnění požadavků uvedených v „**hodnocení**“ je předpokladem pro studium další kapitoly.

### 1. Vyberte správnou odpověď /4 body/

- a/ \_\_\_\_\_ (Subjekty/Objekty), které vstupují na trh, jsou prodávající, kupující a zprostředkovatelé.
- b/ \_\_\_\_\_ (Volné statky/Vázané statky) nejsou výsledkem ekonomické činnosti, ale jsou vyhledávány jako důvod k návštěvě určitého místa.
- c/ V současné době je na trhu cestovního ruchu určující \_\_\_\_\_ (nabídka/poptávka). Z její pozice se stala rozhodující jednotkou \_\_\_\_\_ (služba/destinace).
- d/ Primární nabídku tvoří \_\_\_\_\_ (atraktivita/zařízení).

### 2. Vysvětlete /6 bodů/

- a/ specifické znaky nabídky cestovního ruchu!
- b/ specifické znaky poptávky cestovního ruchu!

Za každou správnou odpověď v bodu 1 si připočtete 1 bod, v bodu 2 si připočtete za úplnou správnou odpověď 3 body. **Celkem můžete získat 10 bodů.**

Splnění úkolů k zopakování a procvičení přispělo k prohloubení a upevnění Vašich znalostí získaných studiem kapitoly. Pokud jste v rámci sebehodnocení získali 7 – 10 bodů, můžete přistoupit ke studiu další kapitoly. Jestliže jste získali méně než 7 bodů, pokuste se zlepšit studijní výsledek pozornějším studiem kapitoly, event. se spojte

### Další studijní zdroje

[1] HESKOVÁ, M. a kol. (2006). *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha : Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 978-80-7168-948-3.

## 4. kapitola: Základy řízení cestovního ruchu v České republice

### Studijní cíle:

- popsat řízení cestovního ruchu na jednotlivých teritoriálních úrovních v České republice
- vyjmenovat nejvýznamnější subjekty řídící cestovní ruch v České republice

### Klíčová slova:

Ministerstvo, národní centrála cestovního ruchu, profesní asociace, řízení cestovního ruchu

### Úvod

Problematice řízení cestovního ruchu se v České republice začala věnovat pozornost v 90. letech minulého století. V roce 1993 byla ministerstvem hospodářství zřízena příspěvková organizace ministerstva Česká centrála cestovního ruchu, jejímž úkolem bylo především zabezpečovat část marketingu cestovního ruchu na celostátní úrovni, především prezentovat v zahraničí Česko jako přívětivou destinaci s bohatou a rozmanitou nabídkou. K 1. 11. 1996 bylo zřízeno Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, do jehož gesce spadají kompetence v cestovním ruchu na celostátní úrovni.

### Studijní text

Použijte literaturu:

HESKOVÁ, M. (2006). *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha : Fortuna, 2006; kapitola 3: str. 55 – 57, kapitola 4: str. 88 – 95

#### ***4.1 Vývoj a současný systém řízení cestovního ruchu v České republice***

S rozvojem aktivit, které dnes pojmenováváme jako cestovní ruch, se začaly postupně rozvíjet organizační struktury sdružující provozovatele a poskytovatele služeb cestovního ruchu v destinacích cestovního ruchu (místa, regiony, země, kontinenty). Nejprve se začali sdružovat návštěvníci Alp (Německo, Rakousko). V Praze byl v roce 1888 založen **Klub českých turistů** (KČT) s celostátní působností. Kluby vydávaly mapy, značily turistické cesty apod. Z provozovatelů se jako první začali sdružovat poskytovatelé ubytování především v horských oblastech a lázeňských místech. Později začaly vznikat mezinárodní organizace s působením v oblasti cestovního ruchu.

V Československu byl zřízen nejprve Koordinační výbor pro otázky cestovního ruchu, který se v roce 1963 přetransformoval na Vládní výbor pro cestovní ruch, který byl poradním ústředním orgánem vlády ČSR pro organizaci a řízení cestovního ruchu. Na nižších člancích řízení byly ustaveny komise cestovního ruchu při krajských národních výborech. V souvislosti s federálním uspořádáním republiky byl Vládní výbor zrušen a řízení cestovního ruchu bylo svěřeno do kompetence ministerstva obchodu a cestovního ruchu. Stejně tak tomu bylo i po roce 1989. V rámci reorganizace státní správy bylo k 31. 12. 1991 zrušeno Ministerstvo obchodu a cestovního ruchu. Od 1. 1. 1992 byla problematika cestovního ruchu svěřena do působnosti Ministerstva hospodářství ČSR. Dne 1. 4. 1993 byla založena **Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism** s cílem prezentace destinace Česká republika na zahraničních trzích. V listopadu 1996 byla zakotvena nová soustava ústředních orgánů státní správy. Ze zrušeného ministerstva hospodářství se kompetence v oblasti cestovního ruchu přenesly pod nové **Ministerstvo pro místní rozvoj ČR**.

#### **K zapamatování:**

V současné době má v České republice cestovní ruch v gesci **Ministerstvo pro místní rozvoj ČR**, které zřizuje příspěvkovou organizaci, **Českou centrálu cestovního ruchu – CzechTourism**.

Vzhledem k meziodvětvovému charakteru cestovního ruchu jej ovlivňují i další ministerstva a orgány ústřední správy:

- ministerstvo obchodu a průmyslu v oblasti živnostenského podnikání,
- ministerstvo dopravy v dopravě vertikální i horizontální a při budování infrastruktury,
- ministerstvo zdravotnictví určováním systému lázeňské péče,
- ministerstvo kultury ochranou a udržováním památkového fondu,
- ministerstvo životního prostředí ochranou přírody a krajiny,
- ministerstvo vnitra prostřednictvím policie,
- ministerstvo financí daňovou politikou,
- ministerstvo zahraničních věcí prezentací republiky v zahraničí,
- Český statistický úřad zpracováním statistických dat,
- Česká národní banka kurzovou politikou.

Řízení cestovního ruchu je založeno na vzájemném působení 3 typů subjektů.



Tabulka 1 – Systém řízení cestovního ruchu v České republice

<i>Typ systému</i>	<i>Podsystemy</i>
Oficiální řídicí systém	Nejvyšší stupeň (stát)* – MMR, Podvýbor pro cestovní ruch PSP ČR Střední stupeň* – krajské úřady Nižší stupeň – městské a obecní úřady
Profesně zájmový systém	Profesní asociace* – AHR ČR, SOCR ČR, ACK ČR, AČCKA, SLM ČR, A.T.I.C. ČR, AP ČR, ATUR ČR
Regionální podsystém	Podnikatelské subjekty Regionální uskupení* – sdružení, regionální rozvojové agentury, organizace destinačního managementu

Pozn.: \*Poradním sborem ministerstva pro místní rozvoj, který sdružuje zástupce Ministerstva pro místní rozvoj ČR, agentury CzechTourism, profesních asociací a regionálních uskupení, je Celostátní kolegium cestovního ruchu České republiky.

Zdroj: vlastní zpracování.

#### **4.2 Aktivity MMR, agentury CzechTourism a Celostátního kolegia cestovního ruchu**

Podpora rozvoje cestovního ruchu spadá do kompetence **Ministerstva pro místní rozvoj** (MMR), kde dnes působí Odbor cestovního ruchu. MMR zpracovalo vládou schválený strategický dokument – Koncepti státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013, Prováděcí dokument ke Koncepti a nově zpracovává každoročně Konsolidovaný plán podpory cestovního ruchu, který reaguje na dopady hospodářské krize v cestovním ruchu. MMR realizuje vybrané projekty cestovního ruchu financované z Integrovaného operačního programu (např. národní systém kvality služeb v cestovním ruchu, národní rezervační a informační systém) a je zodpovědné za řízení Národního programu podpory cestovního ruchu. Je činné v mezinárodní spolupráci (např. UNWTO, OECD) a má legislativní pravomoci (v současné době připravuje návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení cestovního ruchu).

#### **K zapamatování:**

Celostátním strategickým dokumentem pro oblast cestovního ruchu, který byl schválen vládou v listopadu 2007, je **Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013**.

Příspěvkovou organizací MMR je **Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism**. Je národní centrálou cestovního ruchu (NTO = National Tourist Office) a Českou republiku zastupuje v Evropské komisi cestovního ruchu (ETC). V letech 1993 – 2003 bylo jejím hlavním úkolem vytvářet v zahraniční dobré povědomí o České republice jako přívětivé destinaci cestovního ruchu. Od roku 2003 má na starost i podporu rozvoje domácího cestovního ruchu. Vypracovává marketingovou strategii a každoročně aktualizovaný marketingový plán. Řídí svá zahraniční zastoupení, zajišťuje marketingovou komunikaci v podobě tištěných materiálů, elektronických kanálů, press a fam tripů či účastí na výstavách a veletrzích. Je realizátorem marketingových průzkumů (např. monitoring návštěvníků) a spolupracuje s regionálními organizacemi cestovního ruchu. Spravuje internetové portály [www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz) pro odborníky v cestovním ruchu, [www.czechtourism.com](http://www.czechtourism.com) pro potenciální návštěvníky a [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz) pro podporu domácího cestovního ruchu.

Dne 22. června 2010 bylo zřízeno na základě rozhodnutí ministra pro místní rozvoj č. 112/2010 zřízeno **Celostátní kolegium cestovního ruchu**. Jedná se o poradní orgán ministerstva pro místní rozvoj v oblasti podpory rozvoje cestovního ruchu ke spolupráci ministerstva, jím zřizovaných organizací, profesních asociací, sdružení a dalších subjektů působících v oblasti cestovního ruchu na celostátní úrovni. Předsedou kolegia je ministr pro místní rozvoj, místopředsedy kolegia vždy ředitel Odboru cestovního ruchu MMR a ředitel agentury CzechTourism. Bližší informace jsou uvedeny na [www.kolegiumcr.cz](http://www.kolegiumcr.cz).

### **Shrnutí kapitoly**

Řízení cestovního ruchu v České republice na celostátní úrovni je v gesci Ministerstva pro místní rozvoj České republiky, na kterém působí Odbor cestovního ruchu. Ministerstvo má legislativní pravomoci, zastupuje ČR v mezinárodních organizacích, řídí dotační programy v oblasti cestovního ruchu, realizuje vybrané projekty financované z IOP a zpracovává koncepci státní politiky cestovního ruchu a konsolidovaný plán podpory cestovního ruchu. Jednou z příspěvkových organizací ministerstva je Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, která provádí marketingovou prezentaci destinace Česká republika na zahraničních i domácím trhu cestovního ruchu. Poradním orgánem ministerstva v oblasti cestovního ruchu je Celostátní kolegium cestovního ruchu.

## Pojmy k zapamatování

**destinace** (angl. destination) = místo navštívené účastníkem cestovního ruchu. Pro mezinárodní návštěvníky je destinací buď celá navštívená země, nebo její některý region, případně město. Pojem destinace je často používán relativně volně.

## Úkoly k zopakování a procvičení

Prostřednictvím úkolů si ověřte, zda jste porozuměli obsahu kapitoly. Kontrola znalostí získaných studiem kapitoly je základem Vašeho sebehodnocení. Splnění požadavků uvedených v „**hodnocení**“ je předpokladem pro studium další kapitoly.

### **1. Uveďte, zda je výrok pravdivý (P) či nepravdivý (N) /10 bodů/**

- a/ V České republice je cestovní ruch řízen Vládním výborem pro cestovní ruch. P / N
- b/ Agentura CzechTourism byla zřízena dříve než ministerstvo pro místní rozvoj. P / N
- c/ Poradním orgánem ministerstva v oblasti cestovního ruchu jsou jednotlivé profesní asociace a sdružení. P / N
- d/ Koncepti státní politiky cestovního ruchu zpracovává ministerstvo pro místní rozvoj. P / N
- e/ Agentura CzechTourism provádí marketingovou prezentaci jen na zahraničních trzích, do roku 2003 ji prováděla i na domácím trhu cestovního ruchu. P / N
- f/ Z ústředních orgánů státní správy mají pro cestovní ruch největší význam Česká národní banka, Český statistický úřad a Česká geografická společnost. P / N
- g/ Na středním stupni oficiálního řídicího systému cestovního ruchu vykonávají svou činnost krajského úřady, resp. pražský magistrát. P / N
- h/ Jednou z profesních asociací, která zastupuje hotely a restaurace v České republice, je Národní federace hotelů a restaurací. P / N
- i/ Agentura CzechTourism je tzv. NTO (National Tourist Office). P / N
- j/ Národní program podpory cestovního ruchu řídí ministerstvo pro místní rozvoj. P / N

### **2. Doplňte správné výrazy do textu /5 bodů/**

Činnost podniků cestovního ruchu byla historicky regulována a usměrňována různými zákony, vládními nařízeními, vyhláškami a směrnicemi. Jedním z prvních organizovaných spolků byl v roce 1888 v Praze založený (1) .....

Legislativní pravomoci v oblasti cestovního ruchu náleží (2) .....

Projekt (3) ..... je zaměřen na prezentaci zemí Visegrádské čtyřky na vzdálených zdrojových trzích. Základním strategickým vládním dokumentem pro cestovní

ruch je v období let 2007 – 2013 (4) .....  
Dopady hospodářské krize na cestovní ruch jsou zpracovány v (5)  
.....

Za každou správnou odpověď v bodu 1 si připočtete 1 bod. **Celkem můžete získat 15 bodů.**

Splnění úkolů k zopakování a procvičení přispělo k prohloubení a upevnění Vašich znalostí získaných studiem kapitoly. Pokud jste v rámci sebehodnocení získali 11 – 15 bodů, můžete přistoupit ke studiu další kapitoly. Jestliže jste získali méně než 11 bodů, pokuste se zlepšit studijní výsledek pozornějším studiem kapitoly, event. se spojte

### Další studijní zdroje

[1] ATTL, P.; NEJDL, K. (2004). *Turismus I*. Praha : VŠH, 2004. 178 s. ISBN 978-80-86578-37-8.

[2] *Celostátní kolegium cestovního ruchu České republiky*. Dostupné na internetu: <<http://www.kolegiumcr.cz>>

[3] *Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism*. Dostupné na internetu: <<http://www.czechtourism.cz>>

[4] *Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky*. Dostupné na internetu: <<http://www.mmr.cz>>

### Korespondenční úkol

S využitím získaných informací zpracujte esej v rozsahu 3 normostran, ve které zhodnotíte:

- současné postavení České republiky na mezinárodním trhu cestovního ruchu,
- význam cestovního ruchu pro českou ekonomiku,
- současný systém řízení cestovního ruchu v České republice,
- předpoklady cestovního ruchu v místě Vašeho bydliště.

Zpracovaný esej uložte v PDF pod Vaším UČO (např. 1289.pdf) a vložte do IS, sekce CR 017, část Odevzdávárna nejpozději 7 dní před příštím modulem. Na dalším tutoriálu obdržíte hodnocení, které je nezbytnou podmínkou pro složení zkoušky z předmětu Základy CR.

## 2. modul = 8 hodin

### 1.3 Průvodce studiem modulu „Služby cestovního ruchu“

Modul tvoří čtyři tematické okruhy. Každý je probírán samostatně:

5. Typologie služeb v cestovním ruchu (z hlediska marketingu, členění)
6. Základní služby cestovního ruchu (ubytovací, stravovací, dopravní)
7. Doplnkové služby cestovního ruchu (průvodcovské, animační, informační)
8. Služby cestovních kanceláří a cestovních agentur

Výklad vychází z učebnice ORIEŠKA, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha : Idea Servis, 2010. (kapitola: 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, str. 7 – 163, 174 – 266)

#### 5. kapitola: Typologie služeb v cestovním ruchu

##### Studijní cíle:

- definovat podstatu a specifika služeb v cestovním ruchu
- klasifikovat služby cestovního ruchu
- určit hlavní znaky služeb cestovního ruchu

##### Klíčová slova:

Potřeby v cestovním ruchu, produkt cestovního ruchu, služby cestovního ruchu

##### Úvod

Naplnění očekávání z účasti na cestovním ruchu napomáhají mj. i služby cestovního ruchu, jejichž nabídka a kvalita patří k nejvýznamnějším faktorům ovlivňujícím spokojenost účastníků cestovního ruchu. Účastí na cestovním ruchu dochází k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu prostřednictvím volných statků, služeb, zboží a veřejných statků. Jejich souhrn tvoří produkt cestovního ruchu. Rozhodující součástí produktu jsou služby, které produkuje a nabízí destinace cestovního ruchu (primární nabídka) a podniky cestovního ruchu (sekundární nabídka).

## Studijní text

Použijte literaturu:

ORIEŠKA, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha : Idea Servis, 2010. (kapitola 1: str. 7 – 25)

**Služby** je možné charakterizovat jako proces vynakládání práce, při němž nevzniká hmotný výrobek, nýbrž užitiný efekt. Službami obecně se rozumějí ekonomické statky, které mají převážně nehmotný charakter. V cestovním ruchu mají služby **průřezový charakter**, protože je neprodukují jen podniky cestovního ruchu, ale i další subjekty veřejného a soukromého sektoru.

Tabulka 1 – Klasifikace služeb

<i>Služby terciární</i>	<i>Služby kvartární</i>	<i>Služby kvintární</i>
Služby dříve vykonávané doma	Služby usnadňující rozdělení práce	Služby zdokonalující jejich příjemce
Ubytovací a stravovací Holičství a kadeřnictví Kosmetické Prádelny aj.	Doprava Obchod Komunikace Finance aj.	Zdravotní péče Vzdělávání Rekreace aj.

Zdroj: JAKUBÍKOVÁ, D. (2009).

### **K zapamatování:**

**Služby** představují ekonomické statky, které mají převážně nehmotný charakter, v cestovním ruchu je navíc tento charakter průřezový.

Tabulka 2 – Znaky služeb

<i>Obecné znaky služeb</i>	<i>Specifické znaky služeb cestovního ruchu</i>
Nemateriální charakter	Časová a místní vázanost
Vysoká spotřeba živé práce	Komplexnost a komplementárnost služeb
Začlenění vnějšího faktoru	Substituce služeb
Soulad poskytování služeb se spotřebou	Mnohooborový charakter služeb
Pomíjivost služeb	Sezónnost poptávky po službách
	Nezbytnost poskytování informací

Zdroj: ORIEŠKA, J. (2010).

Nemateriální charakter služeb vyjadřuje skutečnost, že je nemůžeme vnímat smysly tak jako výrobek, což souvisí s vysokou spotřebou živé práce. Do procesu poskytování služby je začleněn i vnější faktor, kterým je zákazník. Protože služby nelze produkovat do zásoby, platí soulad poskytování služeb s jejich spotřebou. Pomíjivost služeb označuje stav, že služby nelze před použitím testovat jako běžné spotřební předměty.

Jedním z významných specifických znaků služeb cestovního ruchu je jejich časová a místní vázanost na primární nabídku cestovního ruchu. Dalším významným prvkem je komplexnost a komplementarita, které označují rozličné kombinace vzájemně se podmiňujících služeb. Zastupitelnost (substituce) služeb umožňuje nahradit jednu službou druhou. Mnohooborový charakter označuje množství různorodých služeb, které jsou v cestovním ruchu poskytovány. Mimořádně velký vliv na poptávku po službách má sezónnost. Nezbytnost informací o službách cestovního ruchu a jejich kvalitě vyplývá z požadavků zákazníků, jejichž rozhodnutí o účasti na cestovním ruchu jsou podmíněna právě dostatečným objemem věrohodných informací. Účastník cestovního ruchu vystupuje zpravidla na trhu jako neanonymní.

### **5.2 Klasifikace služeb cestovního ruchu**

Vzhledem k tomu, že služby poskytované v cestovním ruchu jsou velmi nesourodé, je možné je klasifikovat z různých hledisek.

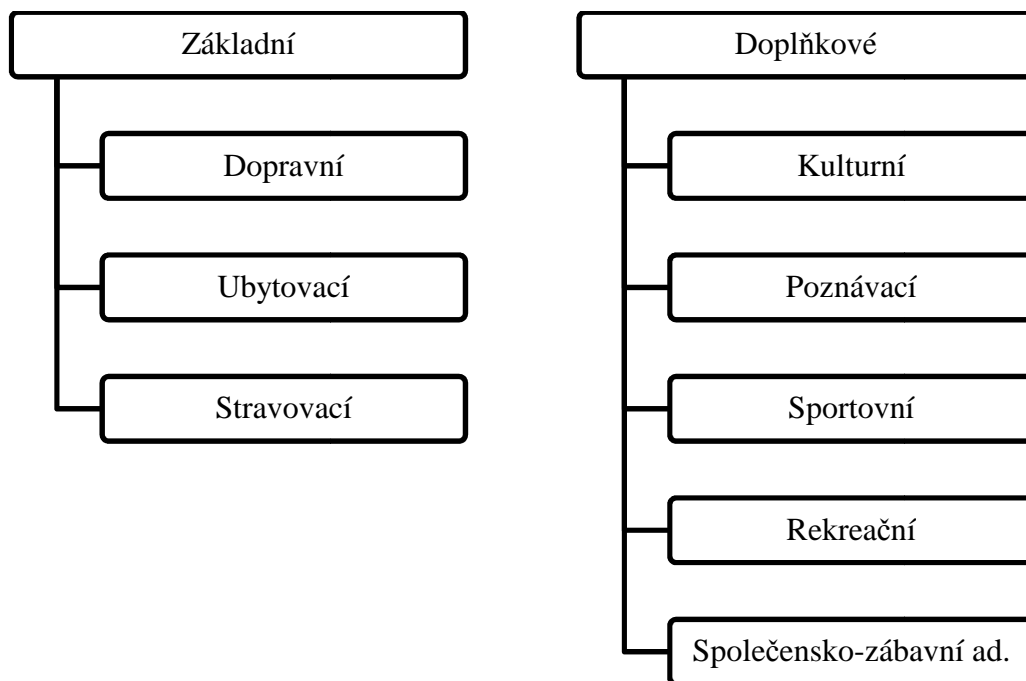
Jedním z možných hledisek dělení služeb cestovního ruchu je **charakter spotřeby**. Služby se člení na osobní (odnesení zavazadel) – užitný efekt se dostaví bezprostředně a na věčné (úprava lyžařského výstroje) – užitný efekt se dostaví zprostředkovaně hmotným statkem. Podle **způsobu úhrady** se dělí služby na placené a neplacené. Z hlediska **místa poskytování** se dělí služby na poskytované v místě běžného prostředí, služby poskytované během přepravy a služby poskytované v rekreačním prostoru.

Významným hlediskem pro klasifikaci služeb cestovního ruchu je **druhé členění**:

- **služby cestovního ruchu**

- dodavatelské služby – informační, dopravní, ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, průvodcovské a asistenční, animační,
- zprostředkovatelské služby – informační, cestovních kanceláří, cestovních agentur,
- **ostatní služby**
  - specializované služby pro cestovní ruch – informační, pojistné, směnářské, pasových a celních orgánů,
  - služby místní infrastruktury – informační, obchodní, komunální, zdravotnické, policejní, záchranné, poštovní, telekomunikační.

Schéma 1 – **Podle významu ve spotřebě** účastníků cestovního ruchu



Pozn.: Toto členění vzhledem k významu slov neodpovídá realitě; motivační důvody jsou pro účast na cestovním ruchu hlavní, a tudíž by se neměly označovat jako „doplňkové“.

Zdroj: vlastní zpracování.

**Pojmy k zapamatování:**

**Základní služby** cestovního ruchu jsou služby dopravní, ubytovací a stravovací. **Doplňkové služby** cestovního ruchu jsou např. služby kulturní, poznávací, sportovní či rekreační.



Při poskytování služeb v cestovním ruchu je nutná jejich komplexnost a koordinace:

- v daném rekreačním prostoru vzhledem k přirozeným předpokladům rozvoje cestovního ruchu, jeho funkci a významu,
- v daném času v zájmu zabezpečení úspěšného průběhu jednotlivých pobytů, zájezdů, výletů a jiných akcí,
- z hlediska funkcí služeb cestovního ruchu, tedy věcné náplně služeb v závislosti na formách a druzích cestovního ruchu.

Kvalita služeb cestovního ruchu vyjadřuje souhrn jejich užitných vlastností (znaků), které jim dávají schopnost uspokojovat potřeby a naplňovat očekávání účastníků cestovního ruchu. Znakem kvality jsou užité vlastnosti. Tyto znaky mohou být měřitelné (kvantitativně) a porovnatelné (kvalitativně). Znaky kvality služeb z hlediska poptávky jsou např. spolehlivost, serióznost, dojem, orientace na zákazníka či zodpovědnost. Znaky kvality služeb z hlediska nabídky jsou pracovníci, technická vybavenost, pracovní postupy, marketing nebo poskytování informací zákazníkům.

### **Shrnutí kapitoly**

Předmětem koupě a prodeje na trhu cestovního ruchu jsou objekty, kterými jsou hmotné a nehmotné statky. Rozhodující objektovou částí trhu jsou služby. V cestovním ruchu mají služby průřezový charakter, protože nejsou produkovány jen podniky cestovního ruchu, ale i subjekty veřejného a soukromého sektoru. Vedle základních znaků služeb vykazují služby cestovního ruchu i další specifika, kterým jsou např. komplexnost, komplementarita, sezónnost, zastupitelnost či neanonymita. Existuje řada hlediska pro klasifikaci služeb cestovního ruchu, z nichž nejčastěji se používá dělení podle významu ve spotřebě (základní, doplňkové) a druhové členění (služby cestovního ruchu, ostatní služby). Významným faktorem pro hodnocení služeb jak z hlediska kvantitativního, tak kvalitativního je jejich kvalita.

### **Pojmy k zapamatování**

**služby** (angl. services) = ekonomické statky, které mají převážně nehmotný charakter. Jedná se o proces vynakládání práce, při němž vzniká užitný efekt. V cestovním ruchu je produkovány nejen podniky cestovního ruchu, ale i subjekty veřejného a soukromého sektoru.

## Úkoly k zopakování a procvičení

Prostřednictvím úkolů si ověříte, zda jste porozuměli obsahu kapitoly. Kontrola znalostí získaných studiem kapitoly je základem Vašeho sebehodnocení. Splnění požadavků uvedených v „**hodnocení**“ je předpokladem pro studium další kapitoly.

### **1. Uved'te ke službě odpovídající číslo /8 bodů/**

1 terciární	2 kvartární	3 kvintární
... doprava	... obchod	... vzdělávání
... ubytování	... zdravotnictví	... finance
		... prádelny
		... stravování

### **2. Vyberte správnou odpověď /4 body/**

1/ Základními službami cestovního ruchu jsou služby:

- a/ ubytovací, stravovací, informační
- b/ dopravní, informační, průvodcovské
- c/ ubytovací, stravovací, dopravní

2/ Služby placené a neplacené vyjadřují hledisko:

- a/ významu ve spotřebě
- b/ způsobu úhrady
- c/ druhové

3/ Znakem kvality služeb je/jsou:

- a/ užité vlastnosti
- b/ cena
- c/ včasné poskytnutí

4/ Specifickým znakem služeb cestovního ruchu není:

- a/ časová a místní vázanost
- b/ nemateriální charakter
- c/ komplexnost a komplementarita

### **3. Doplňte vhodné výrazy do textu /3 body/**

Naplnění očekávání z účasti na cestovním ruchu napomáhají mj. i služby cestovního ruchu, jejichž ..... a ..... patří k nejvýznamnějším faktorům

ovlivňujícím spokojenost účastníků cestovního ruchu. Účastí na cestovním ruchu dochází k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu prostřednictvím volných statků, služeb, zboží a veřejných statků. Jejich souhrn tvoří .....

Za každou správnou odpověď si připočtete 1 bod. **Celkem můžete získat 15 bodů.**

Splnění úkolů k zopakování a procvičení přispělo k prohloubení a upevnění Vašich znalostí získaných studiem kapitoly. Pokud jste v rámci sebehodnocení získali 11 – 15 bodů, můžete přistoupit ke studiu další kapitoly. Jestliže jste získali méně než 11 bodů, pokuste se zlepšit studijní výsledek pozornějším studiem kapitoly, event. se spojte s tutorem předmětu.

### **Další studijní zdroje**

[1] ATTL, P.; NEJDL, K. (2004). *Turimus I*. Praha : VŠH, 2004. 178 s. ISBN 978-86578-37-2.

## 6. kapitola: Základní služby cestovního ruchu

### Studijní cíle:

- vymežit základní služby cestovního ruchu
- popsat dopravní služby
- popsat ubytovací služby
- popsat stravovací služby

### Klíčová slova:

Dopravní služby, stravovací služby, ubytovací služby, základní služby cestovního ruchu

### Úvod

Základním předpokladem efektivního rozvoje cestovního ruchu je vedle atraktivit území také jeho vybavenost základní a doprovodnou infrastrukturou a nabízenými službami. Základní vybaveností destinace musí být dopravní infrastruktura, protože existenci cestovního ruchu podmiňuje doprava, která je oporou prostorových a funkčních vztahů. Podstatnou část infrastruktury tvoří ubytovací a stravovací zařízení, které tvoří tzv. suprastrukturu cestovního ruchu.

### Studijní text

Použijte literaturu:

ORIEŠKA, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha : Idea Servis, 2010. (kapitola 3, 4, 5: str. 37 – 163)

### **6.1 Dopravní služby**

Dopravní služby umožňují **přepravu** účastníka cestovního ruchu z místa běžného prostředí do destinace cestovního ruchu a zpět a rovněž pohyb v navštíveném místě. Osobní doprava je jednou z hlavních příčin cestování a cestovního ruchu. V určitých případech je doprava samotným cílem cesty (zážitkové vlaky, okružní plavby ad.). V cestovním ruchu má významné místo jak doprava veřejná, tak individuální.

Výkonem dopravy je přeprava. Každý druh dopravy se uskutečňuje dle požadavků specifikovaných v přepravních podmínkách, jejichž souhrn se označuje jako přepravní řád (jízdní, letový, plavební). Seznam cen a souhrn podmínek, podle nichž se přeprava

uskutečňuje, obsahuje přepravní tarif. Při použití dopravního prostředku je cestující povinen zajistit si dopravní ceninu (jízdenka, letenka, místenka), u kterých sílí tendence k jejich elektronizaci (e-ticket).

**K zapamatování:**

**Doprava** je nezbytným předpokladem rozvoje cestovního ruchu. Je jednou z hlavních příčin cestování a někdy i samotným cílem cesty. Výkonem dopravy je **přeprava**.

Dopravní služby se dělí podle různých hledisek.

- **podle druhu** – železniční, silniční, letecká, vodní, speciální,
- **podle použitého dopravního prostředku** – pozemní (silniční, železniční), letecká, vodní, ostatní,
- **z teritoriálního hlediska** – vnitrostátní, mezistátní,
- **z hlediska periodicity** – pravidelná, nepravidelná (charterová).

Dalším kritériem je rozdělení dopravy na horizontální (např. silniční, železniční) a vertikální (lanovky, vleky).

## **6.2 Ubytovací služby**

Posláním ubytovacích služeb je umožnit přenocování nebo přechodné ubytování účastníkům cestovního ruchu mimo místo jejich běžné prostředí, včetně uspokojení dalších potřeb, které s přenocováním nebo přechodným ubytováním souvisejí, především potřeby stravování. Materiálně-technickými podmínkami poskytování ubytovacích služeb rozumíme zejména existenci veřejně přístupných ubytovacích zařízení, která fungují na principu vytváření zisku (komerční zařízení) nebo na principu neziskovém (podniková rekreační zařízení) a poskytují ubytování většímu počtu účastníků cestovního ruchu.

**K zapamatování:**

**Ubytovací služby** slouží k přenocování či přechodnému ubytování účastníků cestovního ruchu. Podílejí se značným rozsahem na zajištění a realizaci cestovního ruchu.

Budují se buď společně s dalšími úseky (např. hotel, motel) nebo jako samostatná ubytovací zařízení (např. turistická ubytovna, chatová osada). Mimo tato ubytovací zařízení lze využít i

ubytování v soukromí (chata, rekreační chalupa, prázdninový byt) nebo ubytovací prostředky (stan, obytný přívěs, rotel).

Ubytovací zařízení se člení podle:

- **charakteru zařízení** – pevná (hotel), pohyblivá (lůžkové vozy),
- **časového využití** – dvousezónní, jednosezónní,
- **provozovatele** – zařízení volného času, zařízení vázaného cestovního ruchu (lázeňské léčebny),
- **velikosti** – malá (5 – 100 pokojů), střední (101 – 250 pokojů), velká (251 a více pokojů), resp. dle metodiky UNWTO a EU na **hromadná** a individuální.

### 6.3 Stravovací služby

Stravovací služby umožňují uspokojování základní potřeby výživy, přispívají k zotavení a vytvářejí větší fond volného času využitelného k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Jedná se o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení a společensko-zábavní služby. Stravovací služby poskytují různá hostinská zařízení. Pohostinská zařízení poskytují služby účastníkům cestovního ruchu nejen v destinaci cestovního ruchu, ale i během cestování, kdy se poskytují buď v dopravních prostředcích, nebo při silničních tazích.

#### **K zapamatování:**

**Stravovací služby** uspokojují především potřebu výživy. Jsou poskytovány nejen v pohostinských zařízeních v destinaci cestovního ruchu, ale i během cestování v dopravních prostředcích a při silničních tazích.

**Společné stravování** je označení pro činnost spojenou s hromadnou výrobou, prodejem a spotřebou jídel a nápojů pro velké skupiny lidí. Formy společného stravování jsou ovlivněny rozvojem a stupněm zavádění nových technologií, změnami ve způsobu života obyvatel, jejich tradicemi, rozvojem automobilismu a v neposlední řadě možnostmi disponibilních důchodů obyvatelstva.

Společné stravování je:

- **účelové (uzavřené)** – závodní, školní, nemocniční apod.,

- **veřejné (restaurační)** – nejen stravovací služby, ale i společenská funkce.

Účast na cestovním ruchu je spojena také s poznáváním gastronomie. V případě, že poznávání gastronomie je jedním z hlavních cílů účasti na cestovním ruchu, můžeme hovořit o gastronomickém (gurmánském) cestovního ruchu. Jeho účastníci jsou motivováni požítkem z konzumace, kultury stolování, testování a seznamování se s vybranými pokrmy a nápoji. Odpovídající produkt cestovního ruchu je označován jako zážitková gastronomie.

Označení **hospitality** nemá přesný český ekvivalent. Je používáno pro označení jednoho ze sektorů cestovního ruchu. Jeho úlohou je tvorba a poskytování ubytovacích a stravovacích služeb.

### **Shrnutí kapitoly**

Dopravní, ubytovací a stravovací služby jsou základními službami cestovního ruchu a představují sekundární nabídku cestovního ruchu. Dopravní služby umožňují přepravu účastníka cestovního ruchu z místa běžného prostředí do destinace cestovního ruchu a zpět a rovněž pohyb v navštíveném místě. Posláním ubytovacích služeb je umožnit přenocování nebo přechodné ubytování účastníkům cestovního ruchu mimo místo jejich běžné prostředí. Stravovací služby uspokojují především potřebu výživy. V českém jazyce neexistuje přesný ekvivalent označení „hospitality“, ale uvádí se, že jeho úlohou je tvorba a poskytování ubytovacích a stravovacích služeb.

### **Úkoly k zopakování a procvičení**

Prostřednictvím úkolů si ověříte, zda jste porozuměli obsahu kapitoly. Kontrola znalostí získaných studiem kapitoly je základem Vašeho sebehodnocení. Splnění požadavků uvedených v „**hodnocení**“ je předpokladem pro studium další kapitoly.

#### **1. Přiřaďte k jednotlivým pojmům odpovídající vymezení /6 bodů/**

##### Pojmy

a/ Botel

b/ Orient-Express

c/ Rikša

d/ TR 10

e/ Infant

f/ Rotel

1/ dítě do 2 let věku uváděné na letence

2/ obytná loď

3/ zážitkový vlak, který je často cílem samotné cesty

4/ vozík na dvou kolech tažený osobou na kole

5/ Tarif Českých drah pro vnitrostátní přepravu cestujících a zavazadel

6/ autobus, který cestujícím poskytuje také možnost přenocování

## 2. Uved'te, zda je výrok pravdivý (P) či nepravdivý (N) /5 bodů/

1/ Označení „hospitality“ se používá pro označení zdravotních služeb. P / N

2/ Ubytovací služby se realizují v hromadných a individuálních ubytovacích zařízeních. P / N

3/ K pohyblivým ubytovacím zařízením patří lůžkové vozy. P / N

4/ V současné době je v České republice zhruba 120 tisíc HUZ. P / N

5/ Přenosným ubytovacím zařízením je např. karavan. P / N

## 3. Doplňte vhodné výrazy do textu /4 body/

Stravování souvisí s uspokojováním potřeby (1) ..... člověka. Společné stravování se dělí na účelové a (2) ..... Základními kategoriemi restauračních zařízení dle metodiky EU jsou (3) ..... a bary (denní, noční, pivnice, kavárny, vinárny). Gastronomie je nauka o (4) ..... a kuchařském umění.

Za každou správnou odpověď si připočtete 1 bod. **Celkem můžete získat 15 bodů.**

Splnění úkolů k zopakování a procvičení přispělo k prohloubení a upevnění Vašich znalostí získaných studiem kapitoly. Pokud jste v rámci sebehodnocení získali 11 – 15 bodů, můžete přistoupit ke studiu další kapitoly. Jestliže jste získali méně než 11 bodů, pokuste se zlepšit studijní výsledek pozornějším studiem kapitoly, event. se spojte s tutorem předmětu.

## Další studijní zdroje

[1] *Czech Hospitality and Tourism Papers – Hotelnictví, lázeňství, turismus*. Praha : VŠH, 2005 – 2011. ISSN 1801-1535.



## **7. kapitola: Doplnkové služby cestovního ruchu**

### **Studijní cíle:**

- vymežit doplňkové služby cestovního ruchu
- charakterizovat vybrané doplňkové služby cestovního ruchu

### **Klíčová slova:**

Doplňkové služby cestovního ruchu, motivační důvody, producenti, zprostředkovatelé

### **Úvod**

Označení doplňkových služeb cestovního ruchu neodpovídá realitě. Doplnkové služby zahrnují totiž služby motivační k cestě a návštěvě konkrétního místa a přispívají ke komplexnímu uspokojení účastníků cestovního ruchu. Paradoxní je, že jsou vlastně hlavními službami cestovního ruchu, protože motivační důvody jsou pro účast na cestovním ruchu stěžejní.

### **Studijní text**

Použijte literaturu:

ORIEŠKA, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha : Idea Servis, 2010. (kapitola: 1, 2, 8, str. 16 – 36, 253 – 275)

#### ***7.1 Doplnkové služby cestovního ruchu***

Doplňkovými službami jsou jak služby producentů služeb (např. lázeňské, sportovně-rekreační, kulturně-společenské), tak zprostředkovatelů služeb (cestovní kanceláře, cestovní agentury, turistická informační centra, distribuční systémy). Rovněž se sem zahrnují služby s polyfunkčním charakterem (např. peněžní, pojišťovací, pasové, celní) a služby místní infrastruktury (obchodní, komunální, zdravotní, poštovní, bezpečnostní ad.).

#### **K zapamatování:**

**Doplňkové služby** cestovního ruchu jsou např. služby lázeňské, sportovně-rekreační, cestovních kanceláří a agentur, peněžní, pojišťovací, pasové, celní, původcovské, animační či komunální.

## **7.2 Charakteristika vybraných doplňkových služeb**

**Sportovně-rekreační služby** lze z hlediska účasti na cestovním ruchu považovat za jednu z nejvýznamnějších služeb. Umožňují aktivně využívat přírodní i uměle vytvořené podmínky k rozvoji sportu, rekreace a turistiky.

**Kulturně-společenské služby** jsou spojeny s poznáváním, zábavou a společenskou komunikací. Často bývají spojeny s činností animátorů. **Animační služby** jsou spojeny s péčí o návštěvníka. Animace znamená oživení, rozveselení, zábavu.

**Lázeňské služby** představují komplex činností souvisejících s lázeňskou léčbou a pobytem v lázních. Jejich poskytování vyžaduje existenci přírodních léčivých zdrojů.

**Kongresové služby** jsou určeny k uspokojování potřeb účastníků kongresových akcí, které mají předem připravený odborný program kombinovaný s doprovodnými akcemi.

**Průvodcovské a asistenční služby** jsou osobní služby spojené s doprovázením skupin nebo jednotlivých účastníků cestovního ruchu. Jejich obsah je určen dohodnutým programem a standardem služeb a je spojen s poskytováním informací.

**Pojistné služby** umožňují účastníkům cestovního ruchu obstarat si cestovní pojištění proti následkům nepředvídaných událostí během cestování a pobytu v tuzemsku a zahraničí.

**Směnářské služby** jsou součástí obchodu s devizovými hodnotami, kterým se rozumí nákup nebo prodej devizových hodnot a jejich směna.

**Služby pasových orgánů** souvisejí s vydáváním cestovních dokladů (pasů) při cestách do zahraničí a jejich kontrolu na hraničních přechodech za účelem identifikace cestujících. Na hraničních přechodech jsou spojeny se **službami celních orgánů**, které uskutečňují celní kontrolu zaměřenou na ochranu ekonomiky státu.

**Obchodní služby** jsou předpokladem komplexního uspokojení potřeb cestujících. Souvisejí s nabídkou takového zboží, které požadují účastníci cestovního ruchu.

**Komunální služby** představují sortiment různorodých služeb určených nejen pro místní obyvatelstvo, ale i pro účastníky cestovního ruchu. Jedná se o osobní služby (kadeřnictví), služby oprav spotřebního zboží, půjčovny spotřebního zboží, služby dopravní infrastruktury (taxislужba, půjčovny aut, autoservis), veřejně prospěšné služby (čištění ulic, veřejné osvětlení, odvoz odpadků, úprava veřejných prostranství).

**Zdravotnické služby, policejní, záchranné, poštovní a telekomunikační služby** jsou součástí komplexní vybavenosti destinací cestovního ruchu. V horských střediscích k nim patří i činnost horské služby. U vodních ploch se jedná o vodní záchrannou službu.

### **Shrnutí kapitoly**

Doplňkové služby mají v cestovním ruchu významné postavení, protože často vyjadřují motiv k účasti na cestovním ruchu. Doplňkovými službami cestovního ruchu jsou služby producentů a zprostředkovatelů služeb, služby s polyfunkčním charakterem a služby místní infrastruktury. Z významných doplňkových služeb lze jmenovat např. informační, kulturně-společenské, průvodcovské či směnářské služby.

### **Úkoly k zopakování a procvičení**

Prostřednictvím úkolů si ověříte, zda jste porozuměli obsahu kapitoly. Kontrola znalostí získaných studiem kapitoly je základem Vašeho sebehodnocení. Splnění požadavků uvedených v „**hodnocení**“ je předpokladem pro studium další kapitoly.

#### **1. Ke zkratce (pojmu) uveďte, o kterou doplňkovou službu cestovního ruchu se jedná**

**/10 bodů/**

PIS – \_\_\_\_\_

HS – \_\_\_\_\_

SIXT – \_\_\_\_\_

KČT – \_\_\_\_\_

Itinerář – \_\_\_\_\_

CCB – \_\_\_\_\_

Peloidy – \_\_\_\_\_

Střed – \_\_\_\_\_

AVE CZ – \_\_\_\_\_

Vízum – \_\_\_\_\_

#### **2. Vyberte správnou odpověď /5 bodů/**

1/ Významnými destinacemi náboženského cestovního ruchu jsou:

a/ Vatikán, Santiago do Compostella, Czestochowa

b/ Králíky, Dolní Morava, Červený Potok

c/ Liberec, Litoměřice, Litomyšl

2/ Česká republika má na Seznamu UNESCO:

a/ 12 hmotných a 3 nehmotné památky

b/ 11 hmotných a 1 nehmotnou památku

c/ 12 hmotných a žádnou nehmotnou památku

3/ Označení animace pochází z latinského slova:

a/ animare – kreslit (animovaný film)

b/ anima – duše

c/ animozae – předrážděnost

4/ V současné době je v České republice ... míst s lázeňským statutem:

a/ 17

b/ 27

c/ 37

5/ Mezi státy, které používají euro jako vlastní měnu, aniž by byly členy EU, jsou:

a/ Velká Británie, Dánsko, Norsko

b/ Černá Hora, Kosovo, Monako

c/ Slovinsko, Slovensko, Tunisko

Za každou správnou odpověď si připočtete 1 bod. **Celkem můžete získat 15 bodů.**

Splnění úkolů k zopakování a procvičení přispělo k prohloubení a upevnění Vašich znalostí získaných studiem kapitoly. Pokud jste v rámci sebehodnocení získali 11 – 15 bodů, můžete přistoupit ke studiu další kapitoly. Jestliže jste získali méně než 11 bodů, pokuste se zlepšit studijní výsledek pozornějším studiem kapitoly, event. se spojte s tutorem předmětu.

### **Další studijní zdroje**

[1] *Czech Hospitality and Tourism Papers – Hotelnictví, lázeňství, turismus*. Praha : VŠH, 2005 – 2011. ISSN 1801-1535.

## 8. kapitola: Služby cestovních kanceláří a cestovních agentur

### Studijní cíle:

- určit rozdíl mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou
- vyjmenovat základní činnosti cestovních kanceláří

### Klíčová slova:

Cestovní agentura, cestovní kancelář, cestovní smlouva, zájezd, zákon

### Úvod

Jednou ze základních charakteristik služeb cestovního ruchu je možnost a často i potřeba jejich zprostředkování, které vyplývá z místního a časového odstupu mezi nabídkou a poptávkou v cestovním ruchu. Významnými zprostředkovateli služeb v cestovním ruchu jsou cestovní kanceláře a cestovní agentury.

### Studijní text

Použijte literaturu:

ORIEŠKA, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha : Idea Servis, 2010. (kapitola: 7, str. 174 – 252)

### **8.1 Činnost cestovních kanceláří a cestovních agentur**

Zprostředkování a obstarávání služeb cestovního ruchu, které jsou výsledkem činnosti dodavatelských podniků a organizací, zajišťují hlavně cestovní kanceláře a cestovní agentury. **Cestovní kanceláře** tyto služby navíc organizují do balíčků služeb, proto se označují i jako organizátoři cest (touroperátoři). **Cestovní agentury** se podílejí na distribuci těchto služeb, a proto se obvykle označují jako zprostředkovatelé (prodejci).

Ze základních funkcí cestovních kanceláří a cestovních agentur lze jmenovat funkce zprostředkovatelskou, organizační, transformační, překlenování prostoru a času, kontaktní, informační, kontrolní, realizační a výchovnou.

### **8.2 Legislativní úprava činnosti cestovních kanceláří a cestovních agentur**

V souvislosti s úpadky cestovních kanceláří na konci 90. let minulého století byl vyvíjen tlak na posílení ochrany zákazníka přijetím zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Přijetí tohoto zákona navázalo na aktivity Evropské

unie v oblasti ochrany spotřebitelů včetně účastníků cestovního ruchu. Ke zpřehlednění terminologie používané v cestovním ruchu přispívá i norma ČSN EN 13809 Služby cestovního ruchu – Cestovní agentury a cestovní kanceláře (touroperátoři) – Terminologie.

Kvůli velkému množství subjektů se v České republice formalizují formy spolupráce v činnosti asociací, kterými jsou Asociace cestovních kanceláří ČR (ACK ČR) a Asociace českých cestovních kanceláří a agentur (AČCKA).

Zatímco cestovní kancelář je oprávněna organizovat, nabízet a prodávat zájezdy konečnému spotřebiteli, s nímž musí uzavřít cestovní smlouvu, cestovní agentura je oprávněna prodej zájezdů pouze zprostředkovávat. Vlastní **zájezdy** cestovní kanceláře musí být povinně pojištěny pro případ jejího úpadku. Cestovní pojištění klientů (léčebné výlohy, krádež zavazadel, odpovědnost ad.) jsou jiným druhem pojištění než povinné pojištění cestovní kanceláře proti úpadku.

#### **Pojmy k zapamatování:**

Činnost cestovních kanceláří a cestovních agentur je v České republice upravena **zákonem č. 159/1999 Sb. Cestovní kancelář** je oprávněna organizovat, nabízet a prodávat zájezdy, naopak **cestovní agentura** je oprávněna prodej zájezdů pouze zprostředkovávat.

**Zájezdem** se rozumí předem sestavená kombinace alespoň dvou z následujících služeb, je-li prodávána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu a je-li služba poskytována po dobu přesahující 24 hodin, nebo když zahrnuje ubytování přes noc – doprava, ubytování, jiné služby cestovního ruchu, jež jsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část zájezdu nebo jejichž cena tvoří alespoň 20 % souhrnné ceny zájezdu.

### **8.3 Cestovní smlouva**

Bez uzavření **cestovní smlouvy** nemůže být zájezd prodán. Cestovní kancelář je povinna před uzavřením cestovní smlouvy v katalogu nebo případně jinou prokazatelnou formou pravdivě, srozumitelně, úplně a řádně informovat o všech skutečnostech, které jsou jí známy a které mohou mít vliv na rozhodnutí zájemce o koupi zájezdu. Jedná se zejména o termín zahájení a ukončení zájezdu, cenu zájezdu včetně časového rozvrhu plateb a výši zálohy, místo určení cesty nebo pobytu, druh dopravního prostředku, ubytování, stravování, předpokládanou trasu cesty, pasové a vízové požadavky, stanovení minimálního počtu zákazníků, rozsah a podmínky pojištění, program v místě pobytu ad.

Cestovní smlouva musí dále obsahovat způsob, jakým má zákazník uplatnit své nároky plynoucí z porušení právní povinnosti cestovní kanceláře, výši odstupného a další platby za služby.

### **Shrnutí kapitoly**

Významnými subjekty, které zprostředkovávají služby cestovního ruchu, jsou cestovní kanceláře a cestovní agentury. Jejich činnost je v České republice upravena zákonem č. 159/199 Sb. a novelizovaným zákonem č. 214/2006 Sb. Cestovní kancelář je oprávněna organizovat, nabízet a prodávat zájezd. Cestovní agentura může prodej zájezdů pouze zprostředkovávat. Zájezd je kombinace minimálně dvou služeb (zpravidla doprava, ubytování), které jsou nabízeny za souhrnnou cenu a jsou-li služby poskytovány více než 24 hodin. Zájezd nemůže být prodán bez uzavřené cestovní smlouvy.

### **Pojmy k zapamatování**

**zájezd** (angl. tour) = předem sestavená kombinace alespoň dvou z následujících služeb, je-li prodávána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu a je-li služba poskytována po dobu přesahující 24 hodin, nebo když zahrnuje ubytování přes noc – doprava, ubytování, jiné služby cestovního ruchu, jež jsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část zájezdu nebo jejichž cena tvoří alespoň 20 % souhrnné ceny zájezdu.

### **Úkoly k zopakování a procvičení**

Prostřednictvím úkolů si ověříte, zda jste porozuměli obsahu kapitoly. Kontrola znalostí získaných studiem kapitoly je základem Vašeho sebehodnocení. Splnění požadavků uvedených v „**hodnocení**“ je předpokladem pro studium další kapitoly.

#### **1. Doplňte vhodné výrazy do textu /5 bodů/**

Cestovní kanceláře – organizátoři, resp. (1) ..... organizují služby do balíčků služeb. (2) ..... se podílejí hlavně na distribuci služeb, a proto se obvykle označují jako zprostředkovatelé služeb. Zájezd je kombinace minimálně dvou služeb (nejčastěji se jedná o dopravu a (3) .....). Žádný zájezd nesmí být prodán bez uzavřené (4) ..... Činnost cestovních kanceláří a cestovních agentur v České republice je legislativně upravena zákonem (5) č. ....

#### **2. Jmenujte 2 nejvýznamnější asociace sdružující cestovní kanceláře a cestovní agentury v České republice /4 body/**

- a) \_\_\_\_\_  
b) \_\_\_\_\_

### 3. Uveďte, zda je výrok pravdivý (P) či nepravdivý (N) /6 bodů/

- a/ Za zakladatele cestovní kanceláře v dnešním slova smyslu je považován Angličan Thomas Cokk. P / N
- b/ Forfaitový zájezd je zpracován v katalogu a je určen pro náročné zákazníky, kterým nevyhovuje standardní rozsah služeb. P / N
- c/ Princip allotmentu znamená, že jde o přidělení kapacity, kterou lze po určitou dobu disponovat a nejčastěji se využívá při kontrahování kapacit ubytovatelů a dopravců. P / N
- d/ V České republice jsou všechny cestovní kanceláře a cestovní agentury povinny uzavřít pojištění proti úpadku. P / N
- e/ Zájezd je kombinací vždy dvou služeb, kterými jsou ubytování a stravování. P / N
- f/ Gratuitou může být např. bezplatná účast jednoho účastníka na určený počet ostatních účastníků skupiny. P / N

Za každou správnou odpověď v bodu 1 si připočtete 1 bod. **Celkem můžete získat 15 bodů.**

Splnění úkolů k zopakování a procvičení přispělo k prohloubení a upevnění Vašich znalostí získaných studiem kapitoly. Pokud jste v rámci sebehodnocení získali 11 – 15 bodů, můžete přistoupit ke studiu další kapitoly. Jestliže jste získali méně než 11 bodů, pokuste se zlepšit studijní výsledek pozornějším studiem kapitoly, event. se spojte

### Další studijní zdroje

[1] Internetové portály dostupné na [www.ackcr.cz](http://www.ackcr.cz), [www.accka.cz](http://www.accka.cz)

### Korespondenční úkol

**Ve vybrané destinaci cestovního ruchu České republiky zhodnoťte formou eseje v rozsahu 3 normostran:**

- rozsah nabídky základních služeb cestovního ruchu,
- rozsah nabídky doplňkových služeb cestovního ruchu,

Zpracovaný esej uložte v PDF pod Vaším UČO (např. 1289.pdf) a vložte do IS, sekce CR 017, část Odevzdávárna nejpozději 7 dní před příštím modulem. Na dalším tutoriálu obdržíte hodnocení, které je nezbytnou podmínkou pro složení zkoušky z předmětu Základy CR.



### 3. modul = 8 hodin

#### 1.4 Průvodce studiem modulu „Cestovní ruch jako vztahová kategorie“

Modul tvoří čtyři tematické okruhy. Každý je probírán samostatně:

9. Informační a komunikačních technologie v cestovním ruchu
10. Aktuální trendy a projekty v cestovním ruchu
11. Vztah hotelnictví a cestovního ruchu
12. Geografie cestovního ruchu

Výklad vychází z učebnice ORIEŠKA, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha : Idea Servis, 2010. (kapitola: 2, 4; str. 26 – 36, 116 – 136)

a

TOUŠEK, V.; KUNC, J.; VYSTOUPIL, J. a kol. (2008). *Ekonomická a sociální geografie*. Plzeň : Aleš Čeněk, 2008. 411 s. (kapitola: 8, str. 295 – 332)

#### 9. kapitola: Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu

**Studijní cíle.** V této kapitole se seznámíte:

- určit význam informačních služeb v cestovním ruchu
- klasifikovat informační a komunikační technologie v cestovním ruchu

#### **Klíčová slova:**

Informace, komunikace, technologie

#### **Úvod**

Význam informačních a komunikačních technologií v cestovním ruchu dlouhodobě stoupá. Vedle turistických informačních center patří k významným zdrojům informací internet, sociální sítě, globální distribuční systémy. Jedním z projektů virtuálního světa v cestovním ruchu je tzv. Second Life.

#### **Studijní text**

Použijte literaturu:

ORIEŠKA, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha : Idea Servis, 2010. (kapitola: 2, str. 26 – 36)

### **9.1 Informační služby**

Informace je údaj, zpráva, kterou člověk nebo jiný zdroj předává jinému člověku. Je základem komunikace, člověk jejím prostřednictvím získává nové poznatky. V cestovním ruchu patří významná úloha v poskytování informací turistickým informačním centrům, informačním a rezervačním systémům a v dnešní době především **internetu**. Informační služby využívají účastníci cestovního ruchu v místě svého bydliště ve fázi rozhodování, kterou destinaci cestovního ruchu navštíví. Prostorové informace jsou využívány během cesty (např. informační tabule, hnědé cedule). V destinaci pak využívají účastníci cestovního ruchu například **turistických informačních center (TIC)**.

#### **Pojem k zapamatování:**

**Informace** je zpráva, která snižuje nevědomost příjemce sdělení.

TIC jsou účelová zařízení cestovního ruchu, která mají charakter veřejné služby. Jejich hlavní činností je bezplatné poskytování informací, doplňkovou činností jsou služby poskytované za úplatu. V České republice jsou TIC rozdělena do 4 kategorií – A (republikové), B (oblastní), C (místní) a D (sezónní). TIC se mohou sdružovat v Asociaci turistických informačních center České republiky (A.T.I.C. ČR).

V cestovním ruchu jsou v hojné míře využívány počítačové informační systémy, které poskytují informace například o dopravním spojení, ubytovacích zařízeních, otevírací době atraktivit cestovního ruchu a zároveň umožňují provádět rezervace či provádět úhrady vybraných služeb. Větší objem informací a rezervačních kapacit poskytují centrální rezervační systémy (CRS), které se postupně spojují s **globálními distribučními systémy (GDS)**. Z nejznámějších GDS lze jmenovat např. Amadeus, Galileo, Sabre nebo Worldspan. Stále vzrůstající podíl při zjišťování informací má internet, který umožňuje přístup k rozsáhlým databázím ze všech oborů lidské činnosti.

### **9.2 Informační a komunikační technologie**

Informační technologie, které se později integrovaly do informačních a komunikačních technologií se staly v cestovním ruchu nástrojem realizace a zvyšování komfortu, kvality a standardu služeb cestovního ruchu se synergickým efektem na rozvoj a dokonce i na vznik nových služeb (online dostupnost informací, možnost rezervace, virtuální rezervace).

Postupně se jejich aplikace rozšiřovaly na marketing a výzkum trhu, management a podporu rozhodování, logistiku, zvyšování bezpečnosti služeb, elektronický obchod včetně platebního styku, vytváření informačních toků v médiích, tvorbu statických informací (knihy, brožury, časopisy, mapy), komunikaci ad.

V cestovním ruchu se prosazují informační systémy na kvalitních webových prezentacích a sílí tendence **e-business**. UNWTO pokládá za nejvýznamnější článek pro cestovní ruch v oblasti informačních a komunikačních technologií internet. V České republice se již řadu let hovoří o vybudování národního informačního a rezervačního systému (NIRES), jehož vznik by měl být financován za pomoci prostředků z IOP.

V rovině nově uplatňovaných marketingových přístupů se prosazuje Web 2.0. Tento web druhé generace je médiem, které vytváří nové příležitosti pro uplatnění inovativních webových aplikací, často s využitím virálního marketingu. V současné době se rovněž vybrané destinace prezentují ve virtuálním internetovém prostředí, tzv. **Second Life**. Jako první využilo této možnosti Švédsko. Vybrané aktivity v cestovním ruchu mají výrazný vztah k informačním technologiím. Jedná se např. o geocaching (GPS), blogging (vytváření a správa elektronických zápisníků na webových stránkách pro výměnu zkušeností mezi spotřebiteli) apod.

Stále více sílí tendence k využívání sociálních sítí jako jedné ze součástí **webu 2.0**. Aplikace pro sociální sítě umožňují vzájemnou online i offline komunikaci a sdílení znalostí, emocí, zážitků apod. pro rozsáhlejší a různě do nich zapojené komunity uživatelů a využívají vhodné technologie, aktuálně především webu. Vlastní sociální sítě jsou založeny na přímém a aktivním vstupu uživatelů při jejich kolektivním využívání a při vytváření jejich obsahu a případně i funkcionality. Sociální sítě mají (nejen) pro potenciálního účastníka cestovního ruchu silnou motivační rovinu, neboť naplňují zejména komunikační, poznávací, emoční, sociální a bezpečnostní potřeby jejich uživatelů. Sociální sítě plní následující funkce:

- sdílení zkušeností z návštěv destinací, s možností využít již dostupná či v komunitě vyžádaná doporučení pro destinace či služby, vyhledání služeb a destinací na základě doporučení cestovatelské komunity,
- sdílení fotografií, videí z návštěv destinací – speciální weby pro sdílení fotografií a videí,

- vyhledání přátel na cestu, komunikace s nimi, sdílení znalostí, zkušeností, stimulace na cestu, překonávání problémů v přípravě, obav z cesty atd.,
- kontaktování a komunikace s přáteli a známými v rámci cesty, což vede k pocitům být současně na cestách i doma, ke změně fenoménu domova a změně způsobu prožívání dovolené,
- cestování a komunikování ve virtuálních světech (modely reálného světa včetně mimozemských oblastí, světy fantazie) – s pomocí jednoduchých předdefinovaných avatarů personifikace virtuální skutečnosti jako předstupeň plně virtuálních komunit (pravá virtuální realita),
- sdílení odkazů na zajímavé zdroje z cestovního ruchu – destinace, ubytovací kapacity, další sociální sítě apod.,
- předávání zkušeností s kvalitou služeb; již vznikly komplexní celosvětově působící komunitní weby.

### **Shrnutí kapitoly**

V cestovním ruchu mají informační a komunikační technologie rostoucí význam. Za nejvýznamnější články jsou považovány internet, sociální sítě a v oblasti informačních služeb i turistická informační centra. Vzhledem k neustále zvyšujícímu se objemu informací a množství rezervací se stále více prosazují globální distribuční systémy (GDS), z nichž nejvýznamnější jsou Amadeus, Galileo, Sabre a Worldspan.

### **Úkoly k zopakování a procvičení**

Prostřednictvím úkolů si ověříte, zda jste porozuměli obsahu kapitoly. Kontrola znalostí získaných studiem kapitoly je základem Vašeho sebehodnocení. Splnění požadavků uvedených v „**hodnocení**“ je předpokladem pro studium další kapitoly.

#### **1. Uveďte, zda je výrok pravdivý (P) či nepravdivý (N) /4 body/**

1/ V České republice se turistická informační centra (TIC) dělí do 4 kategorií. P / N

2/ Jednou z prvních zemí, která začala využívat virtuální prostředí Second Life, byla Česká republika. P / N

3/ Portál [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz) je národním informačním a rezervačním systémem v domácím cestovním ruchu. P / N

4/ Informace je zpráva snižující nevědomost příjemce. P / N

**2. Vyberte správnou odpověď /6 bodů/**

1/ Zkratka GDS označuje

- a/ globální dálniční systémy
- b/ globální distribuční systémy
- c/ guerillový dynamický systém

2/ K nejvýznamnějším GDS nepatří

- a/ IDOS
- b/ AMADEUS
- c/ GALILEO

3/ Geocaching označuje

- a/ hru na pomezí sportu a turistiky využívající GPS
- b/ vyhledávání geografických informací na internetu
- c/ projekt hledání pokladů prostřednictvím zeměpisných souřadnic

4/ Prostorovou informací je např.

- a/ Twitter
- b/ hnědá cedule
- c/ Youtube

5/ Statickou informací jsou např.

- a/ hnědé cedule
- b/ statistická data
- c/ časopisy a brožury

6/ Při využívání informačních a komunikačních technologií by se neměla vytratit podstata cestovního ruchu, kterou je

- a/ cestování
- b/ turismus
- c/ turistika

Za každou správnou odpověď v bodu 1 si připočtete 1 bod. **Celkem můžete získat 10 bodů.**

Splnění úkolů k zopakování a procvičení přispělo k prohloubení a upevnění Vašich znalostí získaných studiem kapitoly. Pokud jste v rámci sebehodnocení získali 7 – 10 bodů, můžete přistoupit ke studiu další kapitoly. Jestliže jste získali méně než 11 bodů, pokuste se zlepšit studijní výsledek pozornějším studiem kapitoly, event. se spojte

### **Další studijní zdroje**

[1] KOLEKTIV AUTORŮ (2011). *Aktuální trendy cestovního ruchu v kontextu řešení regionálních disparit*. Praha : VŠH, 2011. 154 s. ISBN 978-80-87411-12-4.

## 10. kapitola: Aktuální trendy a projekty v cestovním ruchu

### Studijní cíle:

- vyjmenovat aktuální trendy v cestovním ruchu
- popsat aktuální projekty v cestovním ruchu
- zhodnotit veřejnou podporu cestovního ruchu

### Klíčová slova:

cestovní ruch, projekt, region, trend, veřejná podpora

### Úvod

Pro efektivní rozvoj cestovního ruchu v regionech je nutné věnovat zvýšenou pozornost aktuálním trendům a tendencím v cestovním ruchu. Nové trendy a prognózy je potřebné sledovat, aby se subjekty cestovního ruchu dokázaly připravit na změny, které nastanou v budoucnu a zůstaly tak nadále konkurenceschopnými. V kontextu nových trendů by měly být podporovány nové projekty v cestovním ruchu, které jsou financovány z národních zdrojů a fondů Evropské unie, která iniciuje realizaci projektů unijního charakteru i v cestovním ruchu.

### Studijní text

Použijte literaturu:

KOLEKTIV AUTORŮ (2011). *Aktuální trendy cestovního ruchu v kontextu řešení regionálních disparit*. Praha : VŠH, 2011. 154 s. ISBN 978-80-87411-12-4.

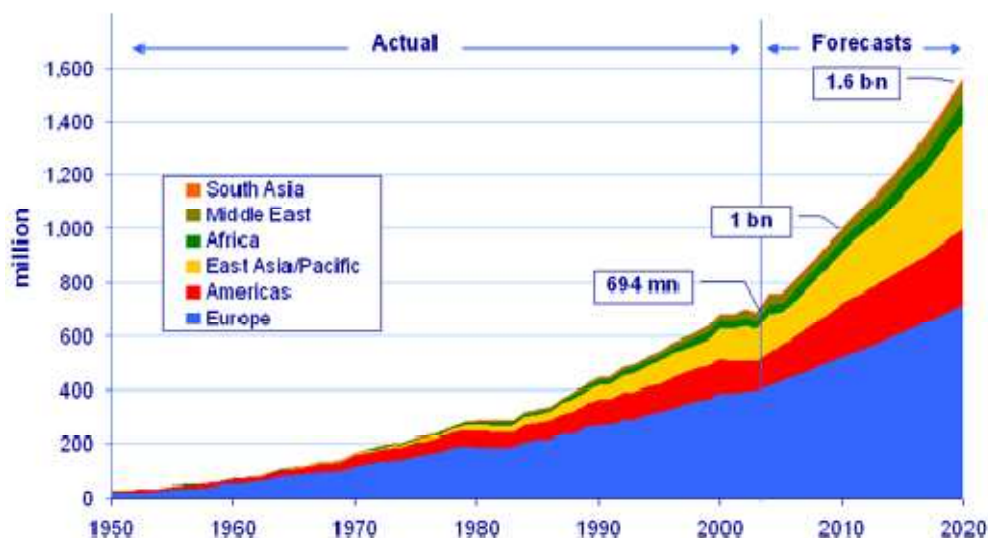
#### **10.1 Aktuální trendy v cestovním ruchu**

Cestovní ruch je výrazně ovlivňován rychlým rozvojem **internetu a sociálních sítí**. Roste význam nejen nových komunikačních prostředků (mobilní telefon s různými funkcemi, iPad), ale i navigačních prostředků (GPS) a audiovizuálních prostředků (audioguide). Sílí tendence k rozvoji e-tourism, CRS (customer relationship) a k využívání GDS (globální distribuční systémy). Zároveň se zvyšuje množství a rychlost přenášených dat.

U služeb cestovního ruchu lze za základní trendy označit jejich **diverzifikaci, globalizaci a standardizaci**. Navíc sílí tendence k využívání **nízkonákladových** služeb, a to především v oblasti dopravy, i když se k této filozofii přidávají i další odvětví. Lze konstatovat, že je snahou zvyšovat kvalitu poskytovaných služeb.

V tabulce níže jsou uvedeny údaje počtu cest za jednotlivé světové makroregiony cestovního ruchu v roce 1995 a jejich odhady pro rok 2020, jak je předpokládá Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO).

Schéma 1 – Prognóza vývoje světového cestovního ruchu do roku 2020



Zdroj: UNWTO (1996).

Očekává se, že posílí svůj význam oblast východoasijská a pacifická, naopak v novodobé historii cestovního ruchu poprvé klesne význam Evropy pod 50 %. Světovou destinací cestovního ruchu se do roku 2020 stane Čínská lidová republika.

Tabulka 1 – Předpokládané regionální trendy v cestovním ruchu

Území	Počet cest v mil.		Podíl trhu v %	
	1995 (základ)	2020 (odhad)	1995 (základ)	2020 (odhad)
<b>Svět</b>	<b>565</b>	<b>1.561</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Afrika	20	77	3,6	5,0
Severní a Jižní Amerika	110	282	19,3	18,1
Východní Asie a Pacifik	81	397	14,4	25,4
Evropa	336	717	59,8	45,9
Blízký Východ	14	69	2,2	4,4
Jižní Asie	4	19	0,7	1,2

Zdroj: UNWTO (1996).



Z hlediska zvyšování zájmu o nové destinace cestovního ruchu na celosvětové úrovni lze očekávat, že bude slít význam těchto regionů:

- východní a jihovýchodní Asie – Čína a dále Jižní Korea, Japonsko, Filipíny, Indonésie, Vietnam, Thajsko,
- indický subkontinent – Indie a dále Nepál, Srí Lanka, Pákistán,
- jihoamerická oblast – Brazílie a dále Peru, Chile, Bolívie, Argentina,
- africká oblast – Maroko a dále Keňa, Jihoafrická republika,
- země střední a východní Evropy – Ukrajina a dále země Visegrádské čtyřky.

Není bez zajímavosti, že nejen v oblasti ekonomiky, ale i cestovního ruchu se očekává rychle rostoucí potenciál zemí **BRIC**, tedy Brazílie, Ruska, Indie a Číny. Předpokládá se, že tyto čtyři země se do roku 2050 stanou dominantními ekonomikami světa.

Z hlediska motivace k účasti na cestovním ruchu se rozvíjí řada nových forem cestovního ruchu:

- **dobrovolnický cestovní ruch** (volunteers tourism) – motivací je nezištná pomoc, např. tzv. Green Holiday = pomoc při zlepšování životního prostředí;
- **dobrodružný cestovní ruch** (adventure tourism) – motivací je touha po dobrodružství, např. bouldering, zorbing, rafting, paintball, paragliding, bungee jumping, canyoning;
- **diaspora tourism** – motivací je návrat lidí, kteří kdysi emigrovali, do svých mateřských zemí, kam přijíždějí jako turisté;
- **dark tourism** – motivací je poznání míst lidských tragédií (např. Osvětim, Hirošima, Terezín);
- **asketický cestovní ruch** (ascetical tourism) – motivací je potřeba změny životního stylu, hledání dobrodružství, bolesti (např. drsný dietní režim, armádní výcvik, vězeňské hotely);
- **geocaching** – hra na pomezí sportu a turistiky, která spočívá v použití navigačního systému GPS při hledání skryté schránky.

Druhy cestovního ruchu vyjadřují podmínky a způsob realizace cestovního ruchu. Z nejvýznamnějších lze jmenovat:

- **sociální cestovní ruch** – zaměřuje se na znevýhodněné skupiny obyvatel, které se člení do 4 skupin (mládež, rodiny s dětmi s nízkými příjmy, senioři, handicapovaní), v EU se jedná o projekt Calypso, v České republice byl v roce 2010 Národní program podpory cestovního ruchu zaměřen ve svém podprogramu na „Cestovní ruch pro všechny“;
- **gay and lesbian tourism** – cestovní ruch, jehož účastníky jsou homosexuálně a lesbicky orientovaní lidé, kteří jsou považováni za velmi bonitní klientelu;
- **kosmický cestovní ruch** (space tourism) – cestovní ruch odehrávající se ve vesmírném prostoru;
- **halal tourism** – cestovní ruch odpovídající svými službami islámu (bez alkoholu, hotely pouze pro ženy, korán, speciální modlitebny);
- **košer tourism** – cestovní ruch odpovídající svými službami judaismu (oddělení mléčné a masné kuchyně, mikve, modlitebna);
- **slow tourism** – „zpomalený“ cestovní ruch (např. slow food v gastroturismu, nenáročná fyzická aktivity);
- **couchsurfing** – bezplatné ubytování cestovatelů založené na vzájemné reciprocitě;
- **responsible tourism** – cestovní ruch s minimalizací dopadů na životní prostředí, důraz na jeho udržitelný rozvoj akcentující vedle životního prostředí i ekonomický a sociální pilíř.

### *10.2 Aktuální projekty v cestovním ruchu na mezinárodní úrovni*

Česká republika je prostřednictvím agentury CzechTourism zapojena do tří mezinárodních projektů v cestovním ruchu. Jedná se o projekty EDEN, European Quartet a Visiteurope.com.



Projekt **EDEN** (European Destinations of Excellence) garantuje Evropská komise, která první ročník vyhlásila v roce 2006. Cílem projektu je podpora méně známých a méně navštěvovaných destinací cestovního ruchu, ve kterých jsou uplatňovány principy udržitelného rozvoje a existuje v nich organizace řídící cestovní ruch (např. DMO – organizace destinačního managementu). Česká republika se k projektu připojila od roku 2008. První destinací EDEN v ročníku 2008/2009, který byl zaměřen na cestovní ruch a chráněná území, se stalo České Švýcarsko. Tématem druhého ročníku byla voda jako turistický cíl a vítěznou destinací se stalo Bystřicko. Třetí ročník je zaměřen na cestovní ruch a obnovu

hmotného dědictví, tedy na technické památky. Podrobné informace o projektu jsou uvedeny na [www.eden-czechtourism.cz](http://www.eden-czechtourism.cz).

Projektem, který se zaměřuje na prezentaci zemí Visegradské čtyřky (Česko, Slovensko, Polsko, Maďarsko) na vzdálených zdrojových trzích se zaměřením na cestovní ruch, je **European Quartet**. Do projektu jsou zapojeny všechny 4 národní centrály cestovního ruchu (NTO – národní



centrála cestovního ruchu). Společné aktivity jsou prezentovány na trzích Japonska, Číny, USA, v asijské části Ruska a nově budou zaměřeny i na další země BRIC, konkrétně na Brazílii a Indii. Mezi hlavní marketingové aktivity patří produkce propagačních materiálů s tematikou regionálního zaměření V4 či UNESCO včetně map v příslušných jazykových mutacích, statistická brožura V4 a propagační film o zemích V4. Ve vybraných destinacích organizují země V4 společnou účast na veletrzích cestovního ruchu, realizují workshopy, roadshow či zvou subjekty cestovního ruchu na „study tours“ do střední Evropy. Veškeré informace o regionu zemí V4 jsou k dispozici rovněž v elektronické podobě na webovém portálu [www.european-quartet.com](http://www.european-quartet.com).



Portál **Visiteurope.com** je společným projektem všech 39 NTO, které jsou členy Evropské komise cestovního ruchu (ETC), která vznikla v roce 1948 a nemá nic společného s orgány Evropské unie. Portál je zaměřen zejména na obyvatele Kanady, USA, Japonska a dalších asijských zemí a má za úkol propagovat Evropu jako celek a lákat k její návštěvě. Poskytuje základní informace o každé zemi, odkazy na oficiální prezentace a agentury cestovního ruchu a nabízí přehled největších evropských kulturních dominant. Více informací je zveřejněno na [www.visiteurope.com](http://www.visiteurope.com).

### **10.3 Aktuální projekty v cestovním ruchu na celostátní úrovni**



**Kudy z nudy** je projektem České centrály cestovního ruchu – CzechTourism, jehož cílem je oživení domácího cestovního ruchu. Soukromým podnikatelům a provozovatelům atraktivit působícím v oblasti cestovního ruchu nabízí [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz) možnost bezplatně prezentovat své aktivity. Zájemci o tento druh propagace si mohou své aktivity do katalogu sami zadat pomocí formuláře. Další možností spolupráce je projekt 133 premiér, který představuje novinky – tipy

na výlety a novou infrastrukturu v České republice – od historických památek přes hotely, lázně a muzea až po golfové hřiště, pivovary, cyklotrasy, lyžařské areály a sportovní centra.

Projekt **Ochutnejte Českou republiku! – Czech Specials** je zaměřen na podporu regionální gastronomie v České republice. Garanty projektu jsou Asociace hotelů a restaurací ČR, Asociace kuchařů a cukrářů ČR a agentura CzechTourism. Je rozdělen na národní speciality (např. svíčková na smetaně, bramborové knedlíky plněné uzeným masem, vepřová pečeně s knedlíkem a zelím) a regionální speciality v jednotlivých turistických regionech (např. brčálka, trhanec s borůvkami, frgály, valašská kyselica). Podrobné informace jsou uvedeny na [www.czechspecials.cz](http://www.czechspecials.cz).



#### ***10.4 Veřejná podpora cestovního ruchu v České republice***

Systémová veřejná podpora cestovního ruchu nemá v České republice dlouhou tradici. Její počátky lze datovat až po roce 1995. V současné době je definována v Koncepti státní politiky cestovního ruchu České republiky na období 2007 – 2013, nejnověji na národní úrovni v Integrovaném operačním programu (IOP) na období 2007 – 2013 a na regionální úrovni v Regionálních operačních programech (ROP) regionů soudržnosti NUTS II na období 2007 – 2013. V IOP jsou na cestovní ruch alokovány 2 mld. Kč, v ROP cca 25 mld. Kč.

Z IOP jsou podporovány projekty celostátního charakteru. Jedná se například o sběr informací o domácím cestovním ruchu, marketingové aktivity ke zvýšení povědomí o domácím cestovním ruchu, monitoring zahraničních návštěvníků v krajích, upevnění postavení České republiky a její konkurenceschopnosti v cestovním ruchu či zavádění standardů kvality služeb ve vybraných segmentech.

V ROP jsou podporovány projekty regionálního charakteru na úrovni regionů soudržnosti NUTS II, které jsou příjemcem finanční podpory ze strukturálních fondů Evropské unie a skládají se z krajů ČR (NUTS III). Podporovány jsou projekty se zaměřením na marketing a tvorbu produktů cestovního ruchu, ubytovací zařízení, sportovně-rekreační infrastrukturu, muzea a galerie, kulturně-historické památky, cyklostezky, lázeňskou infrastrukturu, zoologické zahrady či turistická informační centra.

Ve finančním vyjádření je veřejná podpora cestovního ruchu ze strukturálních fondů EU neporovnatelná s národními zdroji. V letech 2001 – 2007 byl cestovní ruch podporován ze Státního programu podpory cestovního ruchu ve výši 1,4 mld. Kč. V roce 2010 byl schválen Národní program podpory cestovního ruchu, který byl zaměřen na sociální cestovní ruch (100 mil. Kč). Tento druh cestovního ruchu je podporován i Evropskou komisí v rámci projektu **Calypso**.

### **Shrnutí kapitoly**

Z důvodu rozvoje cestovního ruchu je nutné neustále sledovat a vyhodnocovat trendy v jeho vývoji a sledovat další prognózy především v oblasti služeb, informačních a komunikačních technologiích a na různých teritoriálních úrovních. V cestovním ruchu se průběžně prosazují jak nové formy cestovního ruchu, tak jeho nové druhy. Česká republika se zapojuje do projektů v cestovním ruchu podporovaných Evropskou unií.

### **Úkoly k zopakování a procvičení**

Prostřednictvím úkolů si ověříte, zda jste porozuměli obsahu kapitoly. Kontrola znalostí získaných studiem kapitoly je základem Vašeho sebehodnocení. Splnění požadavků uvedených v „**hodnocení**“ je předpokladem pro studium další kapitoly.

#### **1. Podtrhněte projekt, kterému odpovídá příslušná charakteristika /5 bodů/**

a/ Na sociální cestovní ruch se zaměřuje projekt:

EDEN                                      CALYPSO                                      EUROPEAN QUARTET

b/ Země Visegrádské čtyřky realizují projekt:

EUROPEAN QUARTET      VISITVISEGRAD4                                      CALYPSO

c/ Domácí cestovní ruch v České republice podporuje portál

CZECH.CZ                                      CZECHTOURISM.CZ                                      KUDYZNUDY.CZ

d/ Udržitelný rozvoj cestovního ruchu v méně známých destinacích podporuje projekt

CZECH SPECIALS                                      EDEN                                      KUDY Z NUDY

e/ Evropská komise cestovního ruchu řídí projekt

EDEN                                      CALYPSO                                      VISITEUROPE.COM

## 2. Doplňte do textu vhodný výraz z příslušné nabídky /7 bodů/

- a/ Projekt (1) ..... (Calypso/EDEN), který řídí (2) .....  
(Evropská komise/Evropská komise cestovního ruchu, se zaměřuje na méně známé a méně navštěvované destinace cestovního ruchu, ve kterých jsou uplatňovány principy (3) ..... (udržitelného/sociální). První destinací v České republice v rámci tohoto projektu se stalo (4) ..... (Bystřicko/České Švýcarsko).
- b/ K novým formám cestovního ruchu patří např. (5) ..... (dark/diaspora tourism), kdy účastníci cestovního ruchu navštěvují místa lidských tragédií.
- c/ K novým druhům cestovního ruchu patří např. (6) ..... (geocaching/couchsurfing), kdy si cestovatelé nabízejí recipročně bezplatné ubytování.
- d/ Velký potenciál růstu i v cestovním ruchu se očekává u zemí BRIC, mezi které se řadí Brazílie, Rusko, Indie a (7) ..... (Čína/Chile).

## 3. Doplňte správné číslo /3 body/

Veřejná podpora cestovního ruchu v České republice nemá dlouhou tradici. V letech 2001 – 2007 byl cestovní ruch podporován ze Státního programu podpory cestovního ruchu v úhrnné výši \_\_\_\_ mld. Kč. Největší finanční alokace pro prioritu Cestovní ruch je v regionálních operačních programech, která v programovacím období 2007 – 2013 činí \_\_\_\_ mld. Kč. Pro celostátní projekty cestovního ruchu jsou finanční prostředky vyčleněny v Integrovaném operačním programu ve výši \_\_\_\_ mld. Kč.

Za každou správnou odpověď si připočtete 1 bod. **Celkem můžete získat 15 bodů.**

Splnění úkolů k zopakování a procvičení přispělo k prohloubení a upevnění Vašich znalostí získaných studiem kapitoly. Pokud jste v rámci sebehodnocení získali 11 – 15 bodů, můžete přistoupit ke studiu další kapitoly. Jestliže jste získali méně než 11 bodů, pokuste se zlepšit studijní výsledek pozornějším studiem kapitoly, event. se spojte s tutorem předmětu.

### Další studijní zdroje

[1] *Czech Hospitality and Tourism Papers – Hotelnictví, lázeňství, turismus*. Praha : VŠH, 2005 – 2011. ISSN 1801-1535.

## 11. kapitola: Vztah hotelnictví a cestovního ruchu

### Studijní cíle:

- dokázat vztah hotelnictví a cestovního ruchu
- popsat rozdělení ubytovacích zařízení z kvalitativního hlediska

### Klíčová slova:

Hotelnictví, kategorizace, klasifikace, parahotelnictví, ubytovací zařízení

### Úvod

Význam hotelnictví pro cestovní ruch je stěžejní. Ubytovací služby totiž umožňují ubytování a přenocování během cestování v místech mimo běžné prostředí. Ubytovací zařízení se dělí na hotelová a parahotelová. Z hlediska statistického mají zásadní význam tzv. hromadná ubytovací zařízení. Cílem hotelnictví je efektivní prodej ubytovacích kapacit, který lze vyhodnocovat pomocí poměrových ukazatelů, kterými jsou např. RevPAR a GOPPAR.

### Studijní text

Použijte literaturu:

ORIEŠKA, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha : Idea Servis, 2010. (kapitola: 4, str. 116 – 136)

#### **11.1 Sektory Hospitality a hotelnictví**

Úlohou sektoru **hospitality** je poskytování ubytovacích a stravovacích služeb. Funkcí ubytovacích služeb je umožnit ubytování mimo místo běžného prostředí účastníka cestovního ruchu včetně uspokojení jeho dalších potřeb, které s přenocováním nebo přechodným pobytem souvisejí. Ubytovací zařízení se člení na hotelová a parahotelová zařízení. Ubytovací zařízení se rovněž člení podle druhu do kategorií a podle vybavenosti, kvality a rozsahu služeb do tříd označených jednou až pěti hvězdičkami.

#### **Pojmy k zapamatování:**

**Kategorie** určuje druh ubytovacího zařízení (hotel, hotel garni, depandance, penzion, motel).

**Třída** (\*\*\*\*\*) stanoví minimální požadavky na vybavení, úroveň a rozsah služeb spojených s ubytováním.



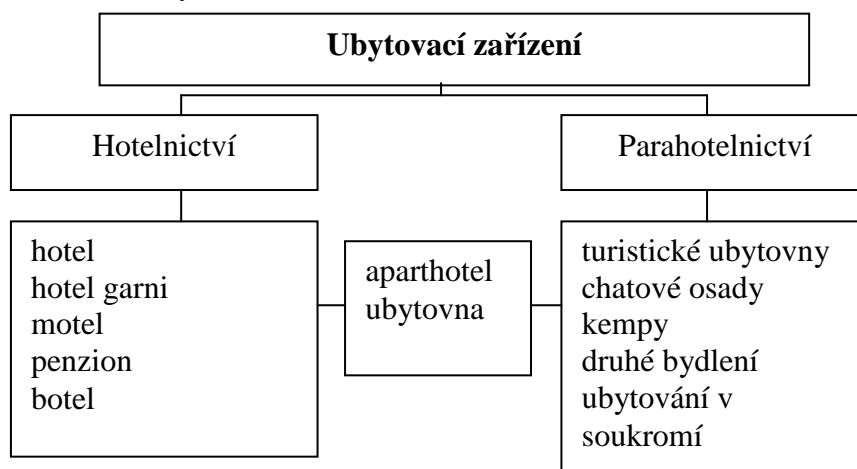
Členění ubytovacích zařízení do jednotlivých kategorií se označuje pojmem kategorizace. Dodržováním požadavků zařazení do kategorií a tříd má garantovat minimální kvalitu, rozsah a úroveň služeb v ubytovacích zařízeních. Kategorizace je ve většině zemí Evropské unie dobrovolná. V České republice v současné době platí Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky pro období 2010 – 2012 a vztahuje se na kategorie hotel, hotel garni, motel, penzion, hotel a specifická ubytovací zařízení.



Klasifikaci připravila Asociace hotelů a restaurací České republiky ve spolupráci s UNIHOST (Sdružení podnikatelů v pohostinství, ubytovacích a stravovacích službách), Ministerstvem pro místní rozvoj ČR a Českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism. Tato klasifikace se stala od ledna 2010 součástí mezinárodního systému Hotelstars Union, který v současné době sjednocuje kritéria v 10 evropských zemích, kterými jsou Česko, Německo, Rakousko, Švédsko, Maďarsko, Švýcarsko, Nizozemsko, Litva, Lotyšsko a Estonsko. Pod patronací konfederace HOTREC (Hotely, Restaurace & Kavárny v Evropě) zavádějí tyto země společná klasifikační kritéria. Současný trh Hotelstars Union představuje trh zahrnující již 18.000 klasifikovaných hotelů a více než 150 milionů obyvatel.

Předmětem hotelnictví je výstavba, řízení a organizace hotelů i velkých hotelových řetězců, zabezpečování jejich provozu a poskytování hotelových služeb.

Schéma 1 – Rozdělení ubytovacích zařízení



Zdroj: KASPAR, C. (2009), upraveno autorem.



Vymezení kategorií ubytovacích zařízení v sektoru hotelnictví vychází v České republice z Vyhlášky Ministerstva pro místní rozvoj České republiky ze dne 12. 8. 2009, která je platná pro zařízení nově stavěna, kolaudovaná a rekolaudovaná. V souladu s platnou legislativou jsou jednotlivé kategorie ubytovacích zařízení charakterizovány takto:

- **hotel** – ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených (zejména stravovací), člení se do pěti tříd,
- **hotel garni** – má vybavení jen pro omezený rozsah stravování (nejméně snídaně), člení se do čtyř tříd,
- **motel** – ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji vybavené pro služby poskytované motoristům, zařízení se nachází v blízkosti pozemních komunikací s možností parkování, člení se do čtyř tříd,
- **penzion** – ubytovací zařízení s nejméně 5 pokoji a maximálně 20 pokoji pro hosty s omezeným rozsahem služeb, člení se do čtyř tříd,
- **botel** – ubytovací zařízení umístěné v trvale zakotvené osobní lodi, člení se do čtyř tříd,
- **specifická ubytovací zařízení** – lázeňský (spa) hotel, wellness hotel a resort, golf resort hotel, depandance (vedlejší budova ubytovacího zařízení bez vlastní recepce ve vzdálenosti menší než 500 m).

**Pojem k zapamatování:**

**Hotel** je ubytovací zařízení **hotelového typu** s nejméně 10 pokoji pro hosty, které je vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených (zejména stravovacích). Ze statistického hlediska se jedná o **hromadné ubytovací zařízení**. Člení se do pěti tříd.

Klasifikace specifikuje pro každou třídu (pokoj a lůžko) povinné a povinně volitelné požadavky, celkem existuje 270 hodnotících kritérií.

Tabulka 1 – Třídy ubytovacích zařízení

<i>Třída</i>	<i>Označení</i>
Tourist	*
Economy	**

Standard	***
First Class	****
Luxury	*****
Superior	De facto ½* (odlišuje nadstandardně vybavené hotely v každé kategorii)

Zdroj: vlastní zpracování.

Ze statistického přístupu v cestovním ruchu je ubytovacím zařízením věnována zvýšená pozornost. **Hromadná ubytovací zařízení** jsou zařízení, která mají minimálně pět pokojů nebo deset lůžek. Jedná se o hotely, motely, botely, penzions, turistické ubytovny, chatové osady, kempy a ostatní hromadná ubytovací zařízení. Mezi posledně jmenované patří např. rekreační zařízení podniků, školicí střediska, kulturně-historické objekty, lázeňská zařízení a jiná ubytovací zařízení, která vyčleňují lůžkovou kapacitu pro cestovní ruch. Kromě hromadných ubytovacích zařízení působí na trhu i malá ubytovací zařízení, která nesplňují kapacitní podmínku pro zařazení do hromadných ubytovacích zařízení, obvykle o nich hovoříme jako o individuálních ubytovacích zařízeních (nebo jako o ubytování v soukromí).

V České republice je zhruba 7.500 hromadných ubytovacích zařízení, ve kterých je k dispozici 180.000 pokojů a zhruba 460.000 lůžek.

Tabulka 2 – Kapacity hromadných ubytovacích zařízení v ČR v letech 2000 a 2009

<i>Rok</i>	<i>Česká republika celkem</i>			
	<i>počet zařízení</i>	<i>počet pokojů</i>	<i>počet lůžek</i>	<i>počet míst pro stany a karavany</i>
2000	7.469	169.655	437.440	41.692
2009	7.557	181.026	463.087	50.605
<b>Index 2009/2000 v %</b>	<b>101,2</b>	<b>106,7</b>	<b>105,9</b>	<b>121,4</b>

Zdroj: HELLEROVÁ, A., LEJSEK, Z. (2010).

Tabulka 3 – Počty hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie ubytovacího zařízení a krajů v roce 2009

<i>Rok</i>	<i>Celkem</i>	<i>z toho</i>					
		<i>hotely *****</i>	<i>hotely ****</i>	<i>hotely ***</i>	<i>penziony</i>	<i>kempy</i>	<i>ostatní jinde neuve- dená</i>
Hlavní město Praha	653	37	163	193	110	21	60
Středočeský kraj	529	1	27	105	132	59	105
Jihočeský kraj	974	1	28	96	343	126	228
Plzeňský kraj	488	1	20	58	185	36	90
Karlovarský kraj	400	5	77	78	106	19	69
Ústecký kraj	377	0	16	57	133	31	61
Liberecký kraj	835	0	9	88	325	27	243
Královéhradecký kraj	958	0	16	106	356	40	285
Pardubický kraj	359	0	3	30	123	18	88
Vysočina	354	0	10	51	86	30	96
Jihomoravský kraj	507	1	18	100	147	39	93
Olomoucký kraj	338	0	8	40	112	9	86
Zlínský kraj	338	0	15	60	91	16	88
Moravskoslezský kraj	447	0	15	63	122	14	119
<b>ČR</b>	<b>7.557</b>	<b>46</b>	<b>425</b>	<b>1.125</b>	<b>2.371</b>	<b>485</b>	<b>1.711</b>

Zdroj: HELLEROVÁ, A., LEJSEK, Z. (2010).

V členských státech Evropské unie je možné sledovat např. návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení na úrovni regionů soudržnosti (NUTS II). Při pohledu na regionální úroveň je patrné, že tři nejdůležitější regiony s největším počtem přenocování (souhrnně data pro rezidenty i nerezidenty) tvořily zhruba celou jednu desetinu všech nocí realizovaných v EU 27 v roce 2008. Konkrétně je jednalo o Kanárské ostrovy (85 mil. přenocování), pařížský region Ile de France (67,5 mil.) a Katalánsko (63,2 mil.). Obecně je z následující tabulky patrné, že žebříček TOP 10 evropských destinací ovládly především regiony španělské, italské a francouzské. Společně s rakouským Tyrolskem činil podíl těchto regionů souhrnně více než čtvrtinu všech nocí strávených v hromadných ubytovacích zařízeních

v Evropské unii. A zajímavé je také zjištění, že čtyři nejnavštěvovanější regiony Španělska (Kanárské ostrovy, Katalánsko, Baleárské ostrovy a Andalusie) zaznamenaly dohromady 263 mil. přenocování, což bylo 11,4 % z EU 27 jako celku a například 7x více než byl počet přenocování v HUZ v celé České republice.

Tabulka 4 – Top 10 evropských regionů NUTS 2 dle přenocování v HUZ v roce 2008 (v tis.)

<i>Poř.</i>	<i>Region NUTS 2 (Země)</i>	<i>Rezidenti (tis.)</i>	<i>Nerezidenti (tis.)</i>	<i>Celkem</i>
	<b>EU 27</b>	<b>1.333.305</b>	<b>901.885</b>	<b>2.235.189</b>
1.	Canarias (ES)	15.219	69.796	85.015
2.	Île de France (FR)	30.232	37.297	67.529
3.	Cataluña (ES)	23.874	39.326	63.200
4.	Veneto (IT)	25.415	36.115	61.530
5.	Illes Balears (ES)	7.737	52.901	60.638
6.	Andalucía (ES)	28.624	25.654	54.278
7.	Toscana (IT)	21.733	19.963	41.696
8.	Emilia-Romagna (IT)	29.180	8.994	38.175
9.	Comunidad Valenciana (ES)	20.756	17.350	38.105
10.	Provence-Alpes-Côte d'Azur (FR)	21.017	14.138	35.155

Pozn. Seřazeno dle počtu přenocování v HUZ (společně rezidenti a nerezidenti); italské regiony – data 2007

Zdroj: LEJSEK, Z. (2011).

Ekonomické přínosy hotelnictví lze vyjádřit různými postupy. Vždy je však potřeba mít k dispozici ukazatele, které změří buď v hmotných, nebo finančních ukazatelích výkony cestovního ruchu. Návazně je nezbytné absolutní číselné údaje doplňovat relativními ukazateli, protože s jejich pomocí dostaneme výsledek zohledňující efektivitu procesů, které vytvořily hodnocený výsledek. Původně to byly jednoduché ukazatele poměrové či průměrové, které přecházejí v sofistikovanější.

V hotelnictví se jedná především o **efektivitu prodeje ubytovací kapacity**. Zpočátku bylo měřeno průměrným využitím lůžkové kapacity. S uplatňováním zásad marketingu a potřebou uspokojovat lépe očekávání a přání hostů týkající se ubytování a potřebou prohloubit

efektivitu výstavby hotelů, která se promítla do vnitřní architektury hotelových pokojů (standardizace uspořádání a velikosti pokoje, zejména jeden typ lůžka tzv. „grand lit“, kde je to možné), jež umožnila obsazovat stejný pokoj někdy jednou osobou, jindy dvěma podle momentální poptávky.

Využití ubytovací kapacity se měří využitím pokojů. Protože cílem podnikání i v hotelu je zisk a nikoliv obsazení pokoje za jakoukoliv cenu, je nutné se více zaměřit na výnosovost obchodních operací a do hodnocení hotelů je implementován ukazatel „Revenue per available room“ (**RevPAR**) – **příjem na disponibilní pokoj** (který lze momentálně využít). Rostoucí tlak na efektivitu podnikání v hotelnictví dal vzniknout aktuálnímu ukazateli o hospodaření s ubytovací kapacitou, a to „Gross operated profit per available room“ (**GOPPAR**) – **hrubý provozní zisk na disponibilní pokoj**.

### Shrnutí kapitoly

Ubytovací zařízení se dělí na hotelového a parahotelového typu. U zařízení hotelového typu se využívá pro jejich kategorizaci Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení, která má od roku 2010 mezinárodní charakter. V České republice se nachází zhruba 7.500 hromadných ubytovacích zařízení, tedy zařízení s nejméně pěti pokoji, resp. deseti lůžky. Cílem hotelnictví je efektivní prodej ubytovací kapacity. Výnosovost operací se hodnotí pomocí poměrových ukazatelů, kterými jsou např. příjem na disponibilní pokoj či hrubý provozní zisk na disponibilní pokoj.

### Pojmy k zapamatování

**druhé bydlení** (angl. second houses, second home, holiday home, residences, second housing) = souhrn jevů a procesů, spojených s objektem (nebo jeho částí), který je přechodným místem pobytu vlastníka či uživatele, využívajícího tento objekt převážně k rekreačním účelům.

**hromadné ubytovací zařízení cestovního ruchu** (angl. collective tourism accommodation establishment) = ubytovací zařízení poskytující přenocování v pokoji nebo v jiné ubytovací jednotce, počet poskytnutých míst musí být větší než určené minimum pro skupiny osob přesahující jednu rodinnou jednotku a všechny ubytovací jednotky musí podléhat stejnému řízení

**objekt individuální rekreace** (angl. individual recreation object) = rekreační objekt ve vlastnictví účastníka cestovního ruchu (resp. jeho přátel či příbuzných), který umožňuje realizaci rekreačních aktivit spadajících mimo veřejné formy cestovního ruchu. Jedná se o objekty tzv. druhého bydlení, zejména chaty (chata trvalá, chata dočasná, zahradní domky, nevyužívané byty, rekreační domky), chalupy (vyřazené i nevyřazené z bytového fondu), vinařské domky, další objekty (hausbóty, maríngotky, vagóny aj.).

## Úkoly k zopakování a procvičení

Prostřednictvím úkolů si ověříte, zda jste porozuměli obsahu kapitoly. Kontrola znalostí získaných studiem kapitoly je základem Vašeho sebehodnocení. Splnění požadavků uvedených v „**hodnocení**“ je předpokladem pro studium další kapitoly.

### **1. Odpovězte na otázky s využitím údajů z Tabulek 1 – 4 v této kapitole /5 bodů/**

- a/ Nejvíce pětihvězdičkových hotelů se nachází v \_\_\_\_\_.
- b/ V hromadných ubytovacích zařízeních ČR se nachází zhruba \_\_\_\_\_ lůžek.
- c/ Nejvíce přenocování v zemích Evropské unie na úrovni regionu NUTS II bylo v roce 2008 realizováno v/na \_\_\_\_\_.
- d/ Třída \*\*\*\* se označuje jako \_\_\_\_\_.
- e/ Nejvíce hromadných ubytovacích zařízení v ČR se nachází v kraji \_\_\_\_\_.

### **2. Vysvětlete zkratky v anglickém a českém jazyce /4 body/**

RevPAR

Anglicky: \_\_\_\_\_

Česky: \_\_\_\_\_

GOPPAR

Anglicky: \_\_\_\_\_

Česky: \_\_\_\_\_

### **3. Vyškrtněte to zařízení, které nepatří do řady /4 body/**

- a/ K parahotelovým zařízením patří turistické ubytovny, chatové osady, motely, kempy, chaty a chalupy.
- b/ Hromadnými ubytovacími zařízeními jsou hotely, hotely garni, motely, botely, rotely a penziony.
- c/ Specifickými ubytovacími zařízeními jsou hotely garni, depandance a lázeňské hotely.
- d/ Na pomezí mezi hotelnictvím a parahotelnictvím jsou ubytovny, apart-hotely a ubytování v soukromí.

### **4. Doplňte do textu vhodné výrazy /2 body/**

\_\_\_\_\_ stanoví minimální požadavky na vybavení, úroveň a rozsah služeb spojených s ubytováním. \_\_\_\_\_ určuje druh ubytovacího zařízení.

Za každou správnou odpověď si připočtete 1 bod. **Celkem můžete získat 15 bodů.**

Splnění úkolů k zopakování a procvičení přispělo k prohloubení a upevnění Vašich znalostí získaných studiem kapitoly. Pokud jste v rámci sebehodnocení získali 11 – 15 bodů, můžete přistoupit ke studiu další kapitoly. Jestliže jste získali méně než 11 bodů, pokuste se zlepšit studijní výsledek pozornějším studiem kapitoly, event. se spojte s tutorem předmětu.

### **Další studijní zdroje**

[1] *Czech Hospitality and Tourism Papers – Hotelnictví, lázeňství, turismus*. Praha : VŠH, 2005 – 2011. ISSN 1801-1535.

[2] Internetové portály [www.ahrcr.cz](http://www.ahrcr.cz) a [www.hotelstars.cz](http://www.hotelstars.cz)

[3] KOLEKTIV AUTORŮ (2011). *Aktuální trendy cestovního ruchu v kontextu řešení regionálních disparit*. Praha : VŠH, 2011. 154 s. ISBN 978-80-87411-12-4.

## 12. kapitola: Geografie cestovního ruchu

**Studijní cíle.** V této kapitole se seznámíte:

- definovat význam geografie pro cestovní ruch
- vyjmenovat významné turistické cíle České republiky

### **Klíčová slova:**

Cestovní ruch, destinace, geografie, kartografie, makroregion, seznam UNESCO

### **Úvod**

Geografie cestovního ruchu je jednou z nejmladších vědeckých disciplín v oblasti geografie. Její rozvoj je spjat především s rostoucím významem rekreace a volného času. Zabývá se především prostorovými aspekty cestovního ruchu. V současném pojetí cestovního ruchu hrají významnou roli především destinace cestovního ruchu, které se definují dle různých teritoriálních úrovní. Mezi nejnavštěvovanější turistické cíle patří ve většině zemí světa památky zapsané na seznamu UNESCO.

### **Studijní text**

Použijte literaturu:

TOUŠEK, V.; KUNC, J.; VYSTOUPIL, J. a kol. (2008). *Ekonomická a sociální geografie*. Plzeň : Aleš Čeněk, 2008. 411 s. (kapitola: 8, str. 295 – 332)

### ***12.1 Vymezení geografie a geografie cestovního ruchu***

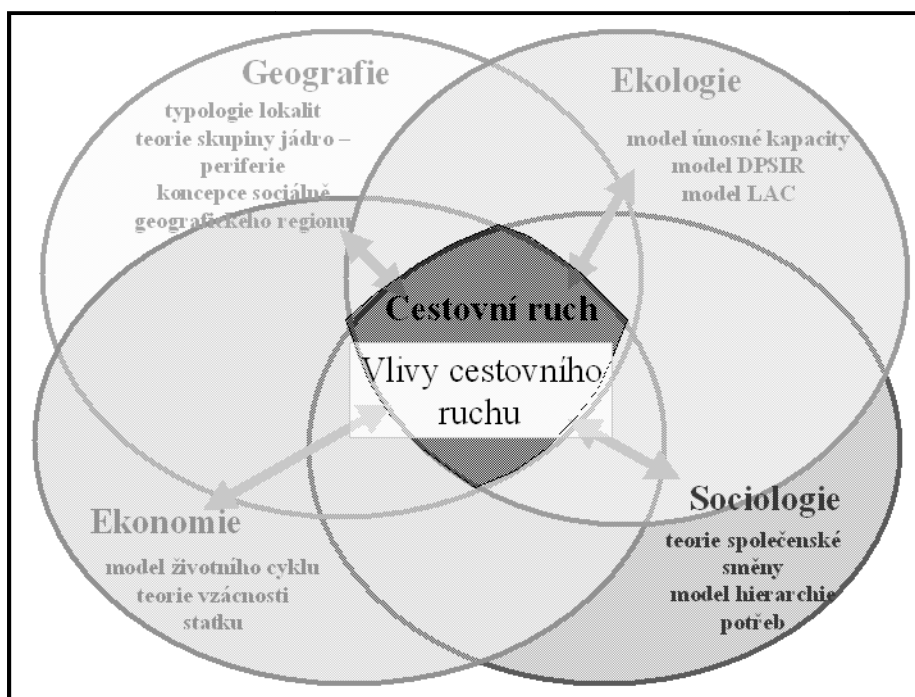
**Geografie** je věda studující prostorové rozšíření jevů na Zemi, jejich vzájemnou interakci a vývoj v čase. Současně studuje jevy a procesy přírodní a socioekonomické části geosféry. Geografie se dělí na všeobecnou a regionální. Dalším hlediskem je rozdělení geografie na fyzickou a socioekonomickou.

**Geografie cestovního ruchu** je součástí socioekonomické geografie, konkrétně její ekonomické části. Jedná se o jednu z nejmladších vědních disciplín geografie, jejíž počátky se datují do 30. let 20. století v souvislosti s rozvojem rekreace a nárůstem volného času. Na kongresu Mezinárodní geografické unie (IGU) byla v roce 1972 ustavena pracovní komise Geografie cestovního ruchu, která v roce 1980 získala statut řádné komise.



Ve svém problémovém zaměření se věnuje analýze a hodnocení základních faktorů a podmínek rozvoje cestovního ruchu, prostorové analýze cestovního ruchu, geografické analýze hlavních forem cestovního ruchu či geograficko-kartografickým přístupům a metodám v cestovním ruchu.

Schéma 1 – Interdisciplinarita studia teoretických přístupů k cestovnímu ruchu



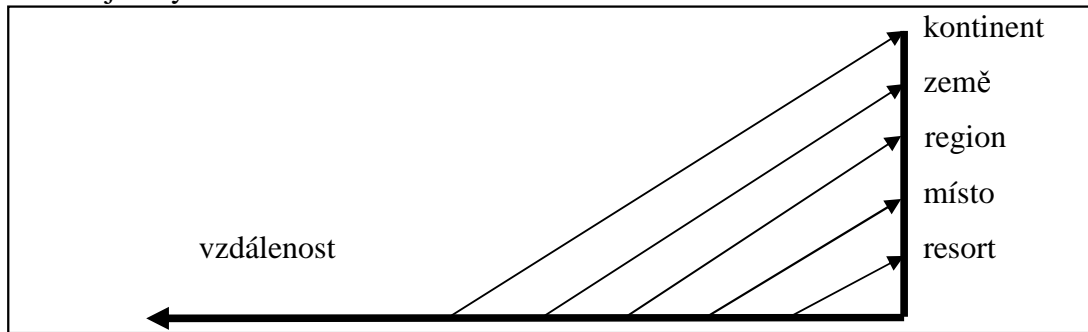
Pramen: Zelenka, J., Pásková, M. (2002).

Základním úkolem geografie cestovního ruchu je studium a komplexní hodnocení potenciálu krajiny pro cestovní ruch.

### 12.2 Destinace cestovního ruchu

Destinace cestovního ruchu je charakterizována jako geografický prostor, který si klient (návštěvník) vybírá jako cíl své cesty. Disponuje atraktivitami cestovního ruchu (primární nabídka) a komplexem poskytovaných služeb (sekundární nabídka). Územní velikost destinace je relativní, je závislá na motivace a vzdálenosti potenciálních účastníků cestovního ruchu.

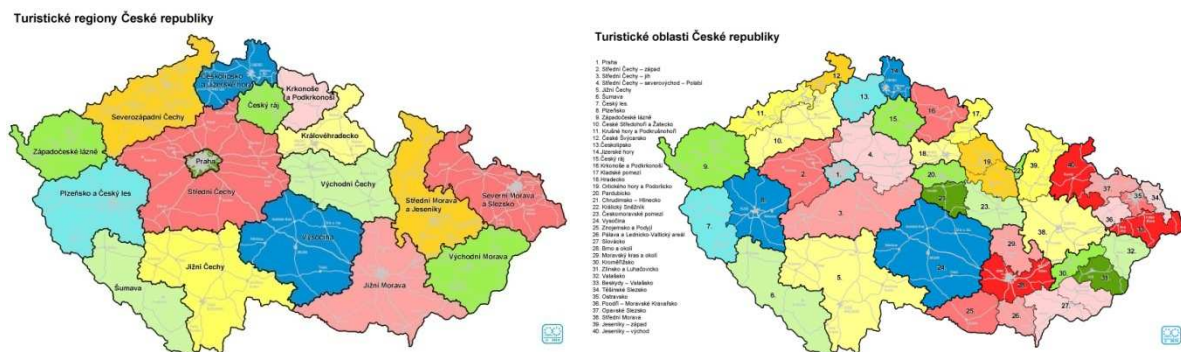
Schéma 2 – Vzájemný vztah vzdálenosti a velikosti destinace



Zdroj: Nejdrl, K., 2010 s využitím Bieger, T. (2008).

Od 1. 1. 2010 je Česká republika pro potřeby marketingu v cestovním ruchu rozdělena na 17 turistických regionů a 40 turistických oblastí. Turistické regiony slouží především pro prezentaci České republiky v zahraničí, naopak turistické oblasti jsou definovány pro potřeby domácího cestovního ruchu.

Schéma 3 – Turistické regiony a turistické oblasti České republiky



Zdroj: Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, 2010.

**Kartografie** je věda, která se zabývá technikou věrného zobrazení zemského povrchu do map a plánů, jejich obsahem, používáním, rozmnožováním a dějinami. Mapa je definována jako zmenšený generalizovaný (zjednodušený) obraz Země, nebeských těles, kosmu, či jejich částí, převedený do roviny pomocí matematicky definovaných vztahů, ukazující podle zvolených hledisek polohu, stav a vztahy přírodních, socioekonomických a technických objektů a jevů. Pokud se jedná o zobrazení na kouli, jedná se o globus.

Základními prvky map jsou matematické, fyzicko-geografické, socioekonomické a doplňkové prvky. K matematickým prvkům patří kartografické zobrazení, geodetické podklady, měřítko mapy, souřadnicové sítě, rám mapy, klad listů a kompozice mapy. Přírodní složky (reliéf,

horstvo, vodstvo, vegetace, půdy apod.) jsou součástí fyzicko-geografických prvků. Socioekonomické prvky tvoří sídla, komunikace, hranice, objekty (zemědělské, průmyslové) a další výtvoři lidské činnosti. Mezi doplňkové prvky map patří popis, legenda, tiráž a další doplňující informace.

### **12.3 Česká republika**

**Památkami UNESCO** rozumíme kulturní dědictví uvedené na oficiálním seznamu světového dědictví (dále jen seznam), které se vyznačují výjimečnou světovou hodnotou a jejichž zachování má pro budoucnost lidstva mimořádný význam deklarovaný mezinárodními smlouvami i společenským zájmem. Seznam rozlišuje hmotné (materiální) dědictví a dědictví nehmotné (nemateriální) povahy. Na zařazení do seznamu mohou být nominovány pouze území, lokality nebo stavby, na které se v dané zemi vztahuje nejvyšší statut přírodní nebo památkové ochrany (např. z vesnických lokalit pouze vesnické památkové rezervace, z městských sídel městské památkové rezervace, ze staveb pouze národní kulturní památky atd.). S ohledem na rozlohu naší země je možné považovat počet našich památek na seznamu UNESCO za mimořádný úspěch České republiky. Tak vysokou koncentraci památek UNESCO, jakou máme, se může pochlubit jen málokterá jiná země.

Podle mezinárodní Úmluvy o ochraně světového kulturního a přírodního dědictví, která byla přijata ve Stockholmu v roce 1972, můžeme rozlišit hmotné památkové dědictví UNESCO na památky přírodního dědictví, památky kulturního dědictví nebo památky smíšeného charakteru. Za památku nehmotného (nemateriálního) kulturního dědictví považujeme podle Úmluvy o zachování nemateriálního kulturního dědictví památku uvedenou v seznamu UNESCO, jehož oficiální název zní Mistrovské dílo ústního a nemateriálního dědictví lidstva.

V současné době Česko na seznamu UNESCO reprezentuje 12 památek hmotného dědictví lidstva a 3 památky nehmotného charakteru. Celkově je na seznamu světového kulturního dědictví uvedeno na 911 památek UNESCO, nacházejících se ve více než 187 státech světa.

Tabulka 1 – Přehled hmotných památek UNESCO v České republice

<i>Místo</i>	<i>Zápis</i>
Praha	Historické jádro, park v Průhonicích
Český Krumlov	Historické jádro

Telč	Historické jádro
Žďár nad Sázavou	Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře
Kutná Hora	Historické jádro, kostel sv. Barbory a katedrála Panny Marie
Lednicko-valtický areál	Přírodní areál
Kroměříž	Arcibiskupský zámek, zahrady
Holašovice	Vesnice selského baroka
Litomyšl	Renesanční zámek
Olomouc	Sloup Nejsvětější Trojice
Brno	Vila Tugendhat
Třebíč	Židovská čtvrť, bazilika sv. Prokopa

Zdroj: vlastní zpracování.

Schéma 4 – Památky a biosférické oblasti UNESCO v České republice



Zdroj: Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism (2010).

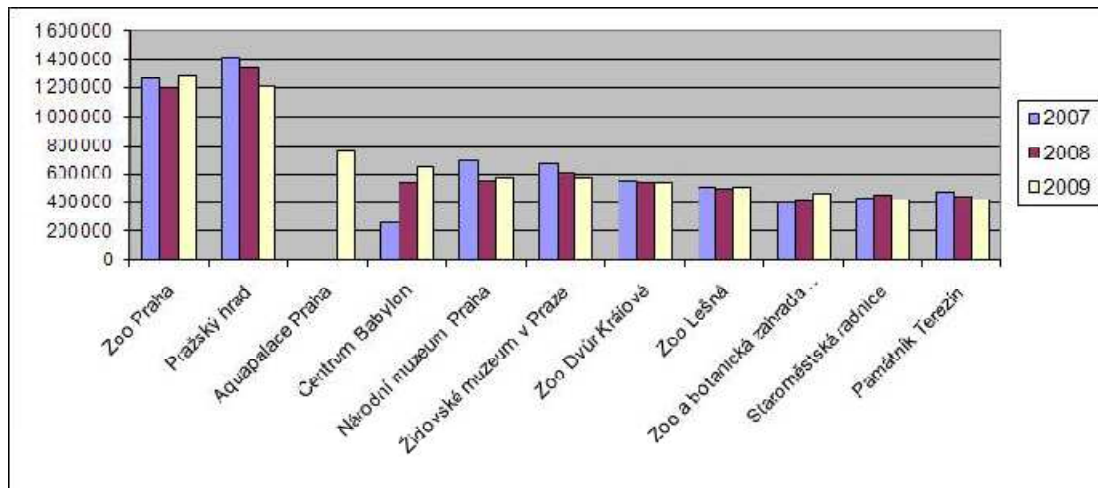
Česká republika se zároveň prezentuje jedním geoparkem UNESCO, kterým je Český ráj. Českým národním geoparkem je Egeria. Tyto významné přírodní lokality doplňují 4 národní parky – Krkonoše, Šumava, Podyjí a České Švýcarsko.

Z nehmotných památek jsou na seznamu UNESCO za Českou republiku zapsány lidový slovácký tanec verbuňk, masopustní průvody na Hlinecku a sokolnictví.

O zápis na seznam UNESCO usilují další lokality. Jedná se například o západočeský lázeňský trojúhelník, renesanční domy ve Slavonicích, ruční papírnu ve Velkých Losinách, treboňskou

rybníční soustavu, průmyslové areály v Ostravě, pevnost v Terezíně, lázně v Luhačovicích či město chmele Žatec.

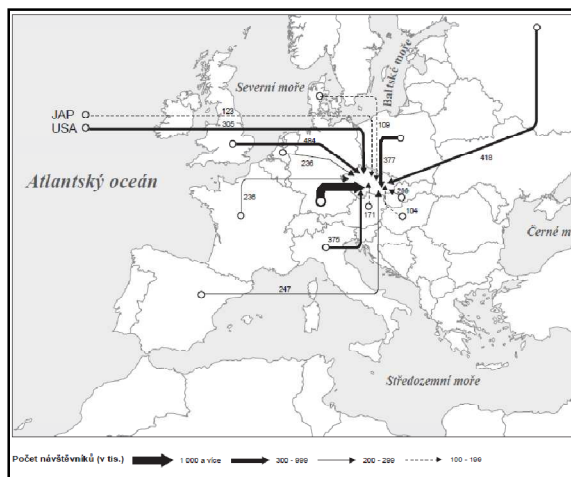
Graf 1 – Nejnavštěvovanější turistické cíle v České republice v letech 2007 – 2009



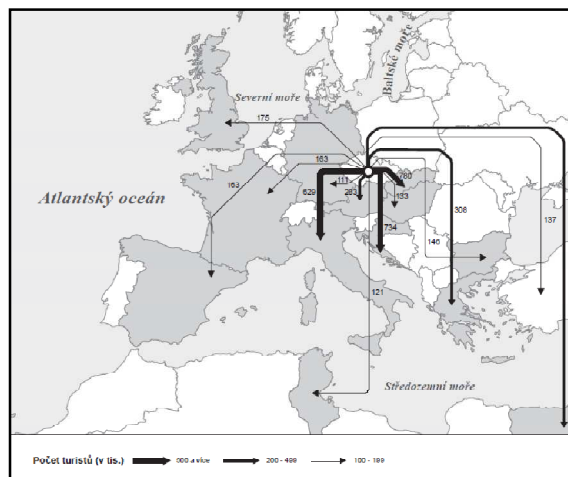
Zdroj: Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism (2010).

Až do roku 2008 byl nejnavštěvovanějším turistickým cílem Pražský hrad. Od roku 2009 drží první příčku pražská zoologická zahrada.

Schéma 5 – Hlavní proudy turistů do/z České republiky (Evropa, 2008)



Příjezdy (zdrojové trhy)



Výjezdy (cílové trhy)

Zdroj: VYSTOUPIL, J. (2011).

Největší návštěvnost zahraničních návštěvníků do České republiky směřuje dlouhodobě ze Spolkové republiky Německo. Češi realizují nejvíce výjezdů z České republiky do Chorvatska a na Slovensko.

## Shrnutí kapitoly

Ubytovací zařízení se dělí na hotelového a parahotelového typu. U zařízení hotelového typu se využívá pro jejich kategorizaci Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení, která má od roku 2010 mezinárodní charakter. V České republice se nachází zhruba 7.500 hromadných ubytovacích zařízení, tedy zařízení s nejméně pěti pokoji, resp. deseti lůžky. Cílem hotelnictví je efektivní prodej ubytovací kapacity. Výnosovost operací se hodnotí pomocí poměrových ukazatelů, kterými jsou např. příjem na disponibilní pokoj či hrubý provozní zisk na disponibilní pokoj.

## Pojmy k zapamatování

**geografie cestovního ruchu** (angl. geography of tourism) = obor zabývající se studiem zákonitostí prostorových aspektů interakce mezi cestovním ruchem a rekreací na straně jedné a krajinou na straně druhé, zákonitostí a faktickým rozmístěním cestovního ruchu v oblastech různé hierarchie, studiem činitelů rozvoje cestovního ruchu.

**makroregion cestovního ruchu** (angl. tourist macroregion, global tourism regions) = mezinárodní region cestovního ruchu. Pro statistické účely CR stanovila UNWTO následujících šest makroregionů cestovního ruchu: Evropa, Amerika, Východní Asie a Pacifik, Afrika, Střední východ, Jižní Asie.

## Úkoly k zopakování a procvičení

Prostřednictvím úkolů si ověříte, zda jste porozuměli obsahu kapitoly. Kontrola znalostí získaných studiem kapitoly je základem Vašeho sebehodnocení. Splnění požadavků uvedených v „**hodnocení**“ je předpokladem pro studium další kapitoly.

### **1. Přiřad'te k pojmům vhodnou definici /4 body/**

#### Pojmy

- a/ resort
- b/ kontinent
- c/ globus
- d/ turistické regiony a turistické oblasti

- 1/ zobrazení zemského povrchu na kouli
- 2/ nejmenší jednotka destinace
- 3/ 17:40
- 4/ největší jednotka destinace

## 2. Uveďte, zda je výrok pravdivý (P) či nepravdivý (N) /6 bodů/

a/ Česká republika má na seznamu UNESCO 12 hmotných a 3 nehmotné památky. P / N

b/ Nejvíce Čechů vyjíždí každoročně do Německa. P / N

c/ Významnými cílovými trhy České republiky jsou Chorvatsko a Slovensko. P / N

d/ V České republice se nacházejí 2 geoparky – Český ráj a Egeria. P / N

e/ Česká republika je rozdělena na 15 turistických regionů a 43 turistických oblastí. P / N

f/ O zápis na seznamu UNESCO usiluje Kroměříž se svými zahradami. P / N

Za každou správnou odpověď si připočtete 1 bod. **Celkem můžete získat 10 bodů.**

Splnění úkolů k zopakování a procvičení přispělo k prohloubení a upevnění Vašich znalostí získaných studiem kapitoly. Pokud jste v rámci sebehodnocení získali 7 – 10 bodů, můžete přistoupit ke studiu další kapitoly. Jestliže jste získali méně než 7 bodů, pokuste se zlepšit studijní výsledek pozornějším studiem kapitoly, event. se spojte s tutorem předmětu.

### Další studijní zdroje

[1] KOLEKTIV AUTORŮ (2011). *Aktuální trendy cestovního ruchu v kontextu řešení regionálních disparit*. Praha : VŠH, 2011. 154 s. ISBN 978-80-87411-12-4.

### Korespondenční úkol

Zpracujte případovou studii o rozsahu 3 normostran, ve které charakterizujete vybrané ubytovací zařízení v konkrétní destinaci v rámci České republiky:

- druh a třída ubytovacího zařízení,
- umístění ubytovacího zařízení,
- počet pokojů a lůžek včetně vybraných poměrových ukazatelů,
- rozsah nabízených služeb.

Zpracovaný esej uložte v PDF pod Vaším UČO (např. 1289.pdf) a vložte do IS, sekce CR 017, část Odevzdávárna nejpozději 7 dní před příštím modulem. Na dalším tutoriálu obdržíte hodnocení, které je nezbytnou podmínkou pro složení zkoušky z předmětu Základy CR.

## **Správné odpovědi a řešení cvičení v jednotlivých kapitolách**

### 1. kapitola

**Cvičení 1** – *Správné odpovědi: a – P, b – P, c – N, d – N, e – P, f – N, g – P*

**Cvičení 2** – *Správné odpovědi: Vnitřní, záporně, příjezdový*

**Cvičení 3** – *Správné odpovědi: Nahoře: Cestování, Levý sloupec: Povinnost, Prostřední sloupec: Zdraví, náboženství, Pravý sloupec: Potěšení, dovolená a rekreace*

**Cvičení 4** – *Správné odpovědi: a – 3, b – 2, c – 4, d – 1*

### 2. kapitola

**Cvičení 1** – *Správné odpovědi: Předpoklady, potenciál*

**Cvičení 2** – *Správné odpovědi: Prostřední sloupec – Realizační, selektivní, Pravý sloupec – Přírodní, infrastruktura, sociologické, urbanizační, ekologické, personální*

**Cvičení 3** – *Správné odpovědi: 1 – c, 2 – a, 3 – b, 4 – c, 5 – a*

### 3. kapitola

**Cvičení 1** – *Správné odpovědi: a/ Subjekty, b/ Volné statky, c/ poptávka – destinace, d/ atraktivita*

**Cvičení 2** – *Správné odpovědi: a/ Základní rysy nabídky cestovního ruchu jsou komplexnost, komplementárnost, sezónnost, místní a časová vázanost. b/ K charakteristickým rysům poptávky v cestovním ruchu patří komplexnost, sezónnost, pružnost, masovost, diferenciací a subjektivnost.*

### 4. kapitola

**Cvičení 1** – *Správné odpovědi: a – N, b – P, c – N, d – P, e – N, f – N, g – P, h – N, i – P, j – P*

**Cvičení 2** – *Správné odpovědi: 1 – Klub českých turistů, 2 – ministerstvo pro místní rozvoj, 3 – European Quartet, 4 – Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice, 5 – Konsolidovaný plán podpory cestovního ruchu*

### 5. kapitola

**Cvičení 1** – *Správné odpovědi: 1. řádek – 2, 2, 3, 1; 2. řádek – 1, 3, 2*

**Cvičení 2** – *Správné odpovědi: 1 – c, 2 – b, 3 – a, 4 – b*



**Cvičení 3** – *Správné odpovědi: nabídka/sortiment, kvalita, produkt cestovního ruchu*

#### 6. kapitola

**Cvičení 1** – *Správné odpovědi: a – 2, b – 3, c – 4, d – 5, e – 1, f – 6*

**Cvičení 2** – *Správné odpovědi: 1 – N, 2 – P, 3 – P, 4 – N, 5 – N*

**Cvičení 3** – *Správné odpovědi: výživy, veřejné, restaurace, labužnictví*

#### 7. kapitola

**Cvičení 1** – *Správné odpovědi: Levý sloupec – informační, komunální, průvodcovské, lázeňské, komunální; Pravý sloupec – záchranné, sportovně-rekreační, kongresové, směnářské, pasové*

**Cvičení 2** – *Správné odpovědi: 1 – a, 2 – a, 3 – b, 4 – c, 5 – b*

#### 8. kapitola

**Cvičení 1** – *Správné odpovědi: 1 – touroperátoři, 2 – cestovní agentury, 3 – ubytování, 4 – cestovní smlouvy, 5 – 159/1999 Sb., 214/2006 Sb.*

**Cvičení 2** – *Správné odpovědi: a) Asociace cestovních kanceláří ČR, b) Asociace českých cestovních kanceláří a agentur*

**Cvičení 3** – *Správné odpovědi: a – P, b – N, c – P, d – N, e – N, f – P*

#### 9. kapitola

**Cvičení 1** – *Správné odpovědi: 1 – P, 2 – N, 3 – N, 4 – P*

**Cvičení 2** – *Správné odpovědi: 1 – b, 2 – a, 3 – a, 4 – b, 5 – c, 6 – a*

#### 10. kapitola

**Cvičení 1** – *Správné odpovědi: 1 – Calypso, 2 – European Quartet, 3 – Kudyznudy.cz, 4 – EDEN, 5 – Visiteurope.com*

**Cvičení 2** – *Správné odpovědi: a/ EDEN, Evropská komise, udržitelného, České Švýcarsko, b/ dark, c/ couchsurfing, d/ Čína*

**Cvičení 3** – *Správné odpovědi: 1,4; 25; 2*

#### 11. kapitola

**Cvičení 1** – *Správné odpovědi: a/ Praze, b/ 460 tisíc, c/ Kanárských ostrovech, d/ First Class, e/ Jihočeském*

**Cvičení 2** – *Správné odpovědi: RevPAR – Revenue per available room (příjem na disponibilní pokoj), GOPPAR – Gross operated profit (hrubý provozní zisk na disponibilní pokoj)*

**Cvičení 3** – *Správné odpovědi: a/ motely, b/ rotely, c/ hotely garni, d/ ubytování v soukromí*

**Cvičení 4** – *Správné odpovědi: Třída, Kategorie*

## 12. kapitola

**Cvičení 1** – *Správné odpovědi: a – 2, b – 4, c – 1, d – 3*

**Cvičení 2** – *Správné odpovědi: a – P, b – N, c – P, d – P, e – N, f – N*

Název: Základy cestovního ruchu

Studijní opora pro kombinovanou formu studia

Autor: Ing. Petr Studnička

2. přepracované vydání

Elektronická verze na Vysoké škole hotelové v Praze 8, spol. s r.o.

v Informačním systému VŠH na [www.vsh.cz](http://www.vsh.cz)

© Ing. Petr Studnička

ISBN 978-80-87411-30-8