

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra statistiky



Bakalářská práce

Analýza cestovního ruchu v Libereckém kraji

Dominik Noel

© 2021 ČZU v Praze

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Dominik Noel

Hospodářská politika a správa
Podnikání a administrativa

Název práce

Analýza cestovního ruchu v Libereckém kraji

Název anglicky

Analysis of tourism in Liberec region

Cíle práce

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou cestovního ruchu v Libereckém kraji. Hlavním cílem je provést analýzu cestovního ruchu. Rozčlenit a analyzovat konkrétní oblasti území nebo se například zaměřit na návštěvnost různých atraktivních míst. Pomocí analýzy časových řad se bude práce zabývat vývojem ukazatelů charakterizujících cestovní ruch v Libereckém kraji za určité období. Po podrobné analýze území se práce bude snažit vyhodnotit analýzu a vyvodit závěry o území a jeho situaci v cestovním ruchu.

Metodika

Bakalářská práce je rozdělena na 2 části na teoretickou a praktickou část. První část je tvořena literární rešerší, která se zaměřuje na zpracování textu z vybrané literatury a jiných odborných zdrojů. Teoretická část má za úkol, představit a vysvětlit pojem cestovní ruch a další pojmy nebo odvětví spjatá s touto problematikou. Praktická část je zaměřena na analýzu cestovního ruchu v Libereckém kraji, využijeme metodu časových řad nebo doplňkovou marketingovou metodu SWOT. V praktické části se vychází především ze vstupních dat z Českého statistického úřadu.

Doporučený rozsah práce

40 stran

Klíčová slova

Cestovní ruch, Liberecký kraj, analýza časových řad, predikce, destinace, marketing v cestovním ruchu

Doporučené zdroje informací

CYHELSKÝ, L. – HINDLS, R. – KAHOUNOVÁ, J. *Elementární statistická analýza*. Praha: Management Press, 1999. ISBN 80-7261-003-1.

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. ODBOR STATISTIKY SLUŽEB (PRAHA). *Návštěvnost v ubytovacích zařízeních cestovního ruchu v ČR a jejich kapacity v roce 1994*. Praha: ČSÚ, 1995.

HESKOVÁ, M. *Cestovní ruch : pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.

HINDLS, R. *Statistika pro ekonomy*. Praha: Professional Publishing, 2007. ISBN 978-80-86946-43-6.

INDROVÁ, J. – VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE. FAKULTA MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ. *Cestovní ruch : (základy)*. V Praze: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4.

JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-3247-3.

PALATKOVÁ, M. *Marketingový management destinací : strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.

RYGLOVÁ, K. – BURIAN, M. – VAJČNEROVÁ, I. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

Předběžný termín obhajoby

2020/21 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Zuzana Dlubalová, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra statistiky

Elektronicky schváleno dne 2. 10. 2020

prof. Ing. Libuše Svatošová, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 19. 10. 2020

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 01. 03. 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Analýza cestovního ruchu v Libereckém kraji" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15.3.2021

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval Ing. Zuzaně Dlubalové, Ph.D. za odborné vedení, cenné rady a vstřícnost při konzultacích, které mi pomohly při zpracování bakalářské práce.

Analýza cestovního ruchu v Libereckém kraji

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou cestovního ruchu v Libereckém kraji. Cílem práce je analyzovat vývoj regionů a zhodnotit současný stav cestovního ruchu v kraji. Práce se dělí na teoretickou a praktickou část. V teoretické části se definuje pojem cestovní ruch a další spojené pojmy s tímto odvětvím. Dále jsou uvedeny základní druhy a formy cestovního ruchu nebo faktory, které ovlivňují atraktivnost území. Poté se práce věnuje rajonizaci v cestovním ruchu nebo marketingu, který je velmi důležitým faktorem pro dobré fungování destinace. Na závěr teoretické části jsou uvedena pozitiva a negativa, která cestovní ruch přináší a možná budoucnost tohoto odvětví.

Praktická část se věnuje přímé analýze cestovního ruchu v Libereckém kraji. Území je nejdříve charakterizováno a rozčleněno na několik oblastí, které se poté zkoumají pomocí analýzy časových řad. Přesněji za pomoci elementární charakteristiky. Dále jsou vymezeny lokalizační a realizační faktory daných oblastí. Veškeré výsledky jsou shrnuty a jsou vyvozena doporučení, která by mohla pomoci destinacím k dlouhodobému rozvoji cestovního ruchu. Pro lepší orientaci je ještě provedena SWOT analýza, která uvádí silné a slabé stránky destinace nebo příležitosti a hrozby, které rozvoj cestovního ruchu může přinést.

Klíčová slova: cestovní ruch, Liberecký kraj, analýza časových řad, destinace, marketing v cestovním ruchu

Analysis of tourism in Liberec region

Abstract

This report aims to evaluate the tourism sector in the region of Liberec. The report is structured into two major parts, the first is the theoretical and the second is the practical part. The theoretical part aims to define the meaning of the tourism sector and other connected sectors. Followed by distinctions between separate types of tourism or factors which affect the attractiveness of certain areas. Afterward, the report takes a look at zoning in tourism or marketing, which is a very important factor for the good functioning of the destination. In the conclusion of the theoretical part, the report takes a critical look at the positives and negatives in connection with the industry and its future outlook.

The practical part is focused on the direct analysis of the region of Liberec. Firstly, the region is characterized and divided into separate areas, which are then dissected through the use of times series, in other words by elementary characteristics. This is followed by division into localized and realization factors of the separate areas. All the findings are then summed up and then recommendations that could help the region's tourism development are drawn up. To provide further structure, the report also makes use of the SWOT analysis, showing the strengths and weaknesses followed by opportunities and threats, which the subsequent growth in the tourism industry can bring.

Keywords: Tourism industry, Region of Liberec, times series analysis, destination, marketing in the tourism industry

Obsah

1 Úvod.....	12
2 Cíl práce a metodika	13
2.1 Cíl práce	13
2.2 Metodika	14
3 Teoretická část.....	15
3.1 VYMEZENÍ CESTOVNÍ RUCHU	15
3.1.1 Vymezení pojmu cestovní ruch	15
3.1.2 Další pojmy spojené s cestovním ruchem.....	15
3.1.3 Typologie cestovního ruchu.....	16
3.1.4 Formy cestovního ruchu	17
3.1.5 Druhy cestovního ruchu.....	19
3.2 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ CESTOVNÍ RUCH.....	20
3.2.1 Lokalizační faktory	21
3.2.2 Realizační faktory	21
3.2.3 Selektivní (stimulační) faktory	22
3.3 RAJONIZACE CESTOVNÍHO RUCHU, KLASIFIKACE A VYMEZENÍ ÚZEMÍ ČR.....	23
3.3.1 Rajonizace cestovního ruchu	23
3.3.2 Klasifikace a vymezení území ČR.....	23
3.4 MARKETING V CESTOVNÍM RUCHU.....	27
3.4.1 Úvod do marketingu	27
3.4.2 Marketingové analýzy – SWOT analýza	28
3.4.3 Marketingový mix.....	30
3.5 VÝHODY A NEVÝHODY CESTOVNÍHO RUCHU	30
3.5.1 Výhody cestovního ruchu	31
3.5.2 Nevýhody cestovního ruchu	31
3.6 BUDOUCNOST, ROZVOJ A TRENDRY V CESTOVNÍM RUCHU.....	32
4 Praktická část	34
4.1 PŘEDSTAVENÍ OBLASTI (KRAJE)	34
4.2 CESTOVNÍ RUCH V LIBERECKÉM KRAJI	35
4.3 KONCEPT ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V LIBERECKÉM KRAJI	39
4.3.1 Subjekty řídicí cestovní ruch a jejich potenciální partneři	39
4.4 ÚZEMNÍ ROZLOŽENÍ.....	41
4.4.1 Rozdělení podle okresů.....	41
4.4.2 Turistické oblasti (DMO).....	42

4.4.3	Specifická území Libereckého kraje	43
4.4.4	Rozdělení Podle NUTS	44
4.5	PŘEDPOKLADY CESTOVNÍHO RUCHU V DANÝCH OKRESECH	44
4.6	POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU V OKRESU ČESKÁ LÍPA	45
4.6.1	Představení oblasti	46
4.6.2	Statistiky návštěvnosti.....	49
4.6.3	SWOT analýza	50
4.6.4	Doporučení pro rozvoj cestovního ruchu v okrese Česká Lípa.....	51
4.7	POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU V OKRESU JABLONEC NAD NISOU 52	
4.7.1	Představení oblasti	52
4.7.2	Statistiky návštěvnosti.....	55
4.7.3	SWOT analýza	56
4.7.4	Doporučení pro rozvoj cestovního ruchu v okrese Jablonec nad Nisou...	57
4.8	POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU V OKRESU LIBEREC.....	58
4.8.1	Představení oblasti	58
4.8.2	Statistiky návštěvnosti.....	61
4.8.3	Swot analýza	62
4.8.4	Doporučení pro rozvoj cestovního ruchu v okrese Liberec	63
4.9	POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU V OKRESU SEMILY	64
4.9.1	Představení oblasti	64
4.9.2	Statistiky návštěvnosti.....	67
4.9.3	SWOT analýza	68
4.9.4	Doporučení pro rozvoj cestovního ruchu v okrese Semily	69
4.10	NEJNAVŠTĚVOVANĚJŠÍ MÍSTA V LIBERECKÉM KRAJI	69
4.11	ZÁVĚREČNÉ HODNOCENÍ CESTOVNÍHO RUCHU V LIBERECKÉM KRAJI.....	71
5	Závěr.....	73
6	Seznam použitých zdrojů.....	75
7	Přílohy	78
7.1	Porovnání krajů	78
7.2	Analýza okresů	78
7.3	Nejnavštěvovanější místa Libereckého kraje	85

Seznam obrázků

Obrázek 1: Liberecký kraj – okresy	42
Obrázek 2: Turistické oblasti	42
Obrázek 3: Okres Česká Lípa	45
Obrázek 4: Okres Jablonec nad Nisou	52
Obrázek 5: Okres Liberec	58
Obrázek 6: Okres Semily	64

Seznam tabulek

Tabulka 1: Porovnání okresů Libereckého kraje	41
Tabulka 2: Chráněné krajinné oblasti	43

Seznam grafů

Graf 1: Návštěvnost Libereckého kraje za rok 2019	36
Graf 2: Zahraniční návštěvníci v Libereckém kraji za rok 2019	36
Graf 3: Vývoj počtu návštěvníků z vybraných zemí	37
Graf 4: Průměrný počet přenocování 2019	38
Graf 5: Počet návštěvníků v daných okresech za rok 2019	45
Graf 6: Kapacity ubytovacích zařízení v okrese Česká Lípa	48
Graf 7: Vývoj počtu návštěvníků od roku 2000 do roku 2019 okres Česká Lípa	49
Graf 8: Ubytovací kapacity okres Jablonec nad Nisou	55
Graf 9: Vývoj počtu návštěvníků od roku 2000 do roku 2019 v okrese Jablonec nad Nisou	55
Graf 10: Kapacity ubytovacích zařízení okres Liberec	60
Graf 11: Vývoj počtu návštěvníků od roku 2000 do roku 2019 okres Liberec	61
Graf 12: Kapacita ubytovacích zařízení okres Semily 2019	66
Graf 13: Vývoj počtu návštěvníků od roku 2000 do roku 2019 okres Semily	67
Graf 14: Vývoj návštěvnosti u vybraných míst s nejvyšší návštěvností v Libereckém kraji	70

1 Úvod

Tématem této bakalářské práce je analýza cestovního ruchu v Libereckém kraji. Na úvod je důležité si představit cestovní ruch a jeho důležitost v současném světě. Cestovní ruch má v dnešní době obrovský význam a patří mezi nejvíce se rozvíjející odvětví. Důvodem tohoto rozmachu je především technologický rozvoj, zvláště vývoj v přepravě osob, ale také cenová dostupnost této přepravy pro širší vrstvy obyvatelstva. Další důležitý předpoklad, který předurčil rychlý vývoj cestovního ruchu, je celosvětová politika, která podporuje mobilitu populace a plynulý přechod přes hranice jednotlivých států. Potřeba objevovat nové věci, komunikovat s novými lidmi a vzdělávat se je jednou z hlavních potřeb lidského chování. Tyto podněty vedou k úspěšnému fungování a rozvoji cestovního ruchu na celosvětovém trhu.

Cestovní ruch se jako jedna ze složek národního hospodářství stává velmi důležitým faktorem dynamického rozvoje ekonomiky a jeho význam se také odráží na růstu HDP.

Proto je velmi důležité toto odvětví podporovat a výrazně investovat do jeho rozvoje.

Rozvoj cestovního ruchu přináší mnoho výhod, jak hospodářských, tak také sociálních. Jeho vliv pozitivně podporuje zachování původních kultur a tradic a má velký vliv na ochranu životního prostředí. Díky rozvoji cestovního ruchu se také vytváří mnoho nových pracovních míst, například v horských oblastech, kde chybí těžký i lehký průmysl a místní obyvatelé musejí dojíždět za prací do větších měst.

Odvětví cestovního ruchu patří mezi nejvýznamnější součásti národního i celosvětového trhu. Stejně tak je cestovní ruch významným faktorem regionálního rozvoje. Proto je velmi žádoucí, aby každá země, region nebo oblast využila svůj potenciál a stala se úspěšnou destinací, která může nabídnout pestrou nabídku služeb s dostatečnou dopravní infrastrukturou.

Tato práce se zabývá oblastí Libereckého kraje a jeho působením na trhu cestovního ruchu. Pro zkoumanou oblast je cestovní ruch jedním z hlavních pilířů ekonomiky, a proto je důležité, aby oblast v tomto odvětví dobře fungovala a stále se rozvíjela. Jak je na tom region aktuálně a jak se rozvíjel za posledních 20 let pomůže zjistit provedená analýza, která se zaměří na několik kategorií. Zásadní údaje se týkají návštěvnosti daných okresů nebo nejnavštěvovanějším místům kraje.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Práce se zabývá problematikou cestovního ruchu v Libereckém kraji. Cestovní ruch je neodmyslitelnou součástí kraje a jeho pozitivní i negativní důsledky ovlivňují životy obyvatel v oblasti. Cestovní ruch je velmi složité odvětví, které má mnoho definic a členění, proto je cílem práce nejdříve přiblížit problematiku tohoto odvětví. Zaměřit se na druhy a formy cestovního ruchu nebo se zabírat faktory, které ovlivňují cestovní ruch v destinaci. Poté vysvětlit rajonizaci cestovního ruchu, kdy je území děleno na několik oblastí. Nebo přiblížit problematiku marketingu, který velmi ovlivňuje úspěšnost turistických regionů.

V další části se práce zabývá analýzou (detailním rozborem) cestovního ruchu v Libereckém kraji. Nejdříve se práce snaží oblast představit a územně rozdělit na několik oblastí, které se poté budou dále detailně zkoumat. Cílem práce je zhodnotit a analyzovat různé faktory, které ovlivňují dané oblasti. Jedná se především o lokalizační a realizační faktory. Dalším zkoumaným prvkem je návštěvnost a kapacity hromadných ubytovacích zařízení. Pomocí analýzy v podobě elementární charakteristiky se bude práce snažit hledat vývojové odchylky, které zapříčinily konkrétní události v dané oblasti.

Na závěr je důležité shrnout zjištěné informace a vyvodit konkrétní rady a doporučení, aby rozvoj regionů byl co nejideálnější a cestovní ruch v oblastech prosperoval. K dosažení tohoto cíle je použita i SWOT analýza.

2.2 Metodika

Bakalářská práce je rozdělena na 2 části, na teoretickou a praktickou část. První část je tvořena literární rešerší, která se zaměřuje na zpracování textu z vybrané literatury a jiných odborných zdrojů. Teoretická část má za úkol představit a vysvětlit pojem cestovní ruch a další pojmy, vymezit účastníky nebo popsat formy a druhy cestovního ruchu. Dále se teoretická část zabývá faktory, které ovlivňují atraktivnost destinace. V druhé polovině teoretické části se práce zabývá územním rozložením nebo marketingem, který je velmi důležitým prvkem dobře fungující destinace. Na závěr teoretické části se práce věnuje výhodám a nevýhodám, které toto odvětví přináší a novým trendům, které ovlivňují cestovní ruch.

Druhá část je praktická. V této části se práce zaměřuje na přímou analýzu současného stavu cestovního ruchu a na jeho předešlý vývoj v Libereckém kraji. Na úvod je stručně představena oblast spolu s konceptem řízení, které je dohledatelné na stránkách Libereckého kraje. Dále se práce věnuje územnímu rozložení na turistické oblasti a okresy. Rozdělení na okresy je v další části práce zásadní, protože získaná vstupní data z Českého statistického úřadu jsou členěna právě podle nich. Každý okres je nejdříve charakterizován, jsou specifikovány lokalizační a realizační faktory, které ovlivňují kvalitu území pro cestovní ruch. Poté je provedena metoda časových řad, přesněji elementární charakteristika ohledně návštěvnosti rezidentů a nerezidentů, kapacit ubytovacích zařízení a počtu přenocování v daném okrese. Vstupní data jsou získána od roku 2000 do roku 2019. Elementární charakteristika se skládá z posouzení dynamiky vývoje časových řad, tedy z první diference ($d_{y_t} = y_t - y_{t-1}$), druhé diference ($d_{y_t}(2) = d_{y_t} - d_{y_{t-1}}$), bazického indexu ($z_t = \frac{y_t}{y_0}$), koeficientu růstu ($k_t = \frac{y_t}{y_{t-1}}$). (Hindls, 2007)

Tyto výpočty vedou ke zjištění o kolik se návštěvnost změnila oproti předešlému roku, o kolik se změnila hodnota od počátečního měření nebo v případě koeficientu růstu o kolik procent se změnila návštěvnost od minulého období. Výsledky těchto výpočtů vedou k analyzování oblasti a k zjištění vývoje návštěvnosti a kapacit hromadných ubytovacích zařízení. Součástí každé analýzy okresu je také shrnutí a doporučení pro danou oblast. K lepší orientaci je v práci ještě použita doplňková marketingová metoda SWOT. Na konci práce se totožná analýza provádí i pro nejnavštěvovanější místa Libereckého kraje.

3 Teoretická část

3.1 VYMEZENÍ CESTOVNÍ RUCHU

3.1.1 Vymezení pojmu cestovní ruch

Definovat jednou větou pojem cestovní ruch je velmi obtížné a téměř nereálné. Z každé pozice může být cestovní ruch chápán jinak. Rozdílně pohlíží na cestovní ruch například osoby, které v tomto odvětví podnikají oproti osobám, které se stávají spotřebiteli cestovního ruchu a poskytované služby využívají (návštěvníci destinace). Na cestovní ruch pohlíží jinak také lidé z jiných finančních sfér nebo jiné věkové kategorie. Proto říci, co přesně se dá představit pod pojmem cestovní ruch, je komplikované. Zaručeně lze tvrdit, že cestovní ruch patří mezi významné ekonomické a sociální jevy v současné moderní společnosti.

(Rýglová a kol., 2011)

Velmi zdařilou definici uvedla například světové organizaci UNWTO (United Nations World Tourism Organization – Světová turistická organizace): „*Cestovní ruch zahrnuje aktivity osob cestujících do míst či přebývajících v místech, která se nacházejí mimo jejich obvyklé prostředí, a to ne déle než jeden rok, za účelem dovolené, pracovních závazků či z jiných důvodů*“ (Goeldner, Richie, 2014)

3.1.2 Další pojmy spojené s cestovním ruchem

Další velmi důležité pojmy spojené s cestovním ruchem jsou:

Průmysl cestovního ruchu: je celek podnikatelských aktivit spjatých s cestováním. Do této skupiny patří soubor ubytovacích a stravovacích služeb, činnosti cestovních kanceláří a ostatní služby. Mezi ostatní služby můžeme řadit obrovské množství činností od výroby suvenýrů až po finanční služby, průvodcovské služby nebo průmysl zábavy.

Ekonomika cestovního ruchu: Tento pojem značí kromě přímých ekonomických aktivit uvedených v průmyslu cestovního ruchu i nepřímé ekonomické aktivity, které jsou spojené

s fungováním cestovního ruchu (stavební průmysl, výroba pohonných hmot, kultura, vzdělávání).

Cestování je mnohem širší pojem než cestovní ruch. Mezi cestování nemusí patřit jenom turistika a celkově účelová cesta za poznáváním nových věcí v jiném prostředí. Cestování může být i cesta vlakem do práce nebo cesta do školy. Tyto motivy však do cestovního ruchu nepatří.

Turistika je jednou částí, podkategorií cestovního ruchu. Jedná se o část, kdy se účastníci zaměřují na pohybovou aktivitu. Jejich hlavním cílem je poznat určité území pouze pomocí jejich pohybu (horská turistika, cykloturistika, ...).

Návštěvník je osoba, která cestuje do určité lokality, mimo území svého trvalého bydliště. Doba pobytu je kratší než 1 rok a jeho hlavní důvod návštěvy není výdělečná činnost. Návštěvníkem může být buď **turista** – osoba, která je na území alespoň 24 hodin (minimálně 1 přenocování) nebo **výletník**, což je osoba, která je na území méně než 24 hodin (žádné přenocování).

Rezident – stálý obyvatel, je osoba, která na daném území žije alespoň 1 rok. Cílem rezidenta může být i výdělečná činnost.

Destinace je turistický cíl, turistická oblast. Území na tolik zajímavé, že se ho rozhodne návštěvník navštívit a poznat.

(Rýglová a kol., 2011)

3.1.3 Typologie cestovního ruchu

Typologie se používá, aby se daná problematika prozkoumala co nejpodrobněji. Znamená to, si daný jev kategorizovat a rozčlenit na jednotlivé formy a druhy. Formy cestovního ruchu jsou děleny podle potřeb svých účastníků a jejich motivací k účasti na cestovním ruchu. Druhy cestovního ruchu jsou rozděleny podle místa čerpání služeb, podle druhu financování

nebo délky pobytu. Toto rozdělení není ustálené a je dost problematické, proto se v praxi děje, že se druhy s faktory prolínají. (Hesková a kol., 2006)

3.1.4 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu lze rozdělit na základní formy, které se zabývají klasickými potřebami účastníka a specifickými potřebami, které uspokojují nejrůznější požadavky účastníků. (Rýglová a kol., 2011)

Základní formy:

Rekreační cestovní ruch

Je to velmi častá a hojně využívaná forma cestovního ruchu. Charakteristické pro tento cestovní ruch je pasivní, či aktivní odpočinek v ideálním prostředí. Často se jedná o rekreační místa v lesích, u vody nebo v horách. Pobyt v tomto prostředí pomáhá k dodání obnovy fyzických a psychických sil, které je potřeba dodat kvůli stále se zhoršujícím podmínkám, například ve velkých městech. Součástí rekreace bývají procházky na čerstvém vzduchu, nenáročné sportovní aktivity, táboření v přírodě, houbaření ale i velmi oblíbené chalupaření. (Hesková a kol., 2006)

Kulturně-poznávací cestovní ruch

Zaměřuje se na poznávání kulturně-historických památek (hrady, zámky), přírodních památek (jeskyně, vodopády), kulturních akcí (festivaly, slavnosti) nebo kulturních zařízení (muzea, výstavy). (Rýglová a kol., 2011)

Sportovně-turistický cestovní ruch

Zaměřuje se na populaci, která se ráda hýbe a vnímá pohyb jako aktivní odpočinek. Jedná se hlavně o turistiku, kterou lze rozdělit podle toho, jakým způsobem a v jakém prostředí se účastníci pohybují. Patří sem pěší turistika, vodní turistika, cykloturistika, horská turistika. Do této formy cestovního ruchu patří i pasivní účast na sportovních akcích (mistrovství světa, olympijské hry). (Rýglová a kol., 2011)

Léčebně-lázeňský cestovní ruch

Hlavním záměrem tohoto typu cestovního ruchu jsou cesty do lázeňských zařízení za účelem léčby, regenerace a cílem zlepšit svůj zdravotní stav. Do lázeňských zařízení se může jezdit také preventivně nebo pouze za odpočinkem. V těchto zařízeních je pro klienty připraveno mnoho procedur, masáží, ale i pobyt ve velmi příznivém prostředí (lesy, hory).

(Rýglová a kol., 2011)

Specifické formy:

Jsou méně časté, ale jejich rozmanitost a počet je rozsáhlý. Tyto formy se zaměřují na uspokojení nejrůznějších potřeb účastníků. Nabídka se bude neustále rozšiřovat podle nejnovějších trendů v cestovním ruchu a potřeb klientů. Mezi tyto formy může patřit ekoturismus, vzdělávací cestovní ruch a kulturní a náboženský cestovní ruch.

(Rýglová a kol., 2011)

Přírodní cestovní ruch – ekoturismus

Tento směr se zaměřuje na pobyt v přírodě. Účastníkům velmi záleží na životním prostředí a snaží se chovat co nejšetrněji. Mezi hlavní aktivity patří: pozorování a fotografování živočichů, rostlinstva a pěší turistika v národních parcích a přírodních rezervacích. Na rozmachu jsou také pobyty na farmách nebo v ekocentrech.

(Drobná, Morávková, 2004)

Vzdělávací cestovní ruch

Cílem je oslovit zákazníky, kteří jsou motivováni k získání znalostí a dovedností intenzivní formou. Po celou dobu jsou jejich činnosti zaměřeny na rozvíjení určité dovednosti. V této formě cestovního ruchu se nejvíce nabízí jazykové pobyty.

(Rýglová a kol., 2011)

Kulturní a náboženský cestovní ruch

Je určený pro skupiny lidí, kteří se zajímají o poznávání kulturního dědictví, kultury a způsobu života rezidentů navštívených lokalit. Tato forma je také velmi spjata se vzdělávacím cestovním ruchem, protože hlavním cílem těchto cest je obohacení se o nové poznatky. Podkategorie kulturního cestovního ruchu je například náboženský cestovní ruch. Tato forma je spojena s tradicemi světových náboženství. Hlavní část jsou cesty na poutnická místa. Lidé, kteří se vydají na takovéto cesty, se nenazývají turisté, ale poutníci. (Hesková a kol., 2006)

3.1.5 Druhy cestovního ruchu

Druhy jsou velmi spjaté s realizací a chodem cestovního ruchu, dělí se podle jednotlivých faktorů:

Podle místa dělíme cestovní ruch na:

Vnitřní cestovní ruch – skládá se z domácího cestovního ruchu (cesty obyvatel na území jejich státu) a z příjezdového cestovního ruchu (příjezd zahraničních turistů do daného území).

Národní cestovní ruch – zahrnuje domácí cestovní ruch a výjezdový cestovní ruch (obyvatelé daného státu cestují do cizích destinací).

Mezinárodní cestovní ruch – veškerý cestovní ruch, který překročí hranice daného státu. Buď při cestě z domácího území, nebo naopak při cestě na domácí území.

Tranzitní cestovní ruch – jedná se o pouhý přejezd daným státem. Stát není finální destinace.

Podle způsobu financování, dělíme na:

Volný cestovní ruch – účastník si cestu hraří ze svých vlastních prostředků (dovolená).

Vázaný cestovní ruch – účastník je vázaný splněním podmínek, úkolů. Cesta je buď z části, nebo kompletně hrazená (pracovní cesta).

Podle vztahu k platební bilanci státu, dělíme na:

Aktivní cestovní ruch – příjezdy zahraničních návštěvníků -> devizové příjmy

Pasivní cestovní ruch – odjezdy domácích obyvatel do zahraničí -> devizové výdaje

Podle délky pobytu, dělíme na:

Krátkodobý – pobyt je kratší, maximálně 3 noci.

Dlouhodobý – pobyt musí být delší jak 3 noci.

Podle počtu účastníků na:

Individuální – cestování probíhá individuálně, maximálně s rodinou nebo jednotlivě.

Kolektivní – cestování probíhá v kolektivu, ve větším počtu osob.

Podle zabezpečení cesty a pobytu na:

Organizovaný – cestu a pobyt plánuje třetí osoba, například cestovní kancelář.

Neorganizovaný – vše si zařizuje každý sám. Účastníci jsou nezávislí na cestovních kancelářích.

Podle ročního období dělíme cestovní ruch na:

Sezonní – sezóna je období s vysokou koncentrací návštěvníků -> nejvíce atraktivní místa v nejlepší možný čas.

Mimosezonní – menší koncentrace návštěvníků. Méně vhodná doba pro návštěvu dané lokality.

(Rýglová a kol., 2011)

3.2 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch ovlivňují 3 faktory, které jsou na sobě závislé a proplétají se mezi sebou. Jedná se o faktory lokalizační (území, zajímavá místa). Tyto faktory jsou zaměřeny na poptávku návštěvníků. Zaměřují se na specifická místa, která chtějí navštívit. Návštěvníci musí mít co poznávat. Jak se na takováto místa dostat, kde přespat a co sníst? O tyto věci se starají faktory realizační. Poslední faktory, které ovlivňují cestovní ruch, jsou selektivní faktory (politika, spolupráce). Souhrn a fungování těchto faktorů je velmi důležité, protože se od nich odvíjí ekonomická situace. Kvůli důležitosti se musí faktory často analyzovat, poměřovat a posuzovat.

(Rýglová a kol., 2011)

3.2.1 Lokalizační faktory

Jsou to faktory nebo podmínky, které nelze zcela ovlivnit a jsou neměnné. Jedná se o faktory územní. Hlavní roli zde hraje atraktivnost lokality pro cestovní ruch. Lokalizační faktory dělíme na 2 části. V jedné části jsou rozhodující přírodní podmínky – klima, charakter a modelace terénu, vodní poměry, přírodní atraktivita, živočichové. V druhé části se jedná o společenskou atraktivitu. To jsou činnosti, které vznikly pomocí člověka – památky, zvyky, slavnosti, gastronomie. Zjednodušeně se dá říci, že lokalizační faktory jsou to, co návštěvník může na daném území vidět a čím se může stát lokalita výjimečná.

Lokalizační faktory mají velký vliv na to, jaký druh cestovního ruchu bude na určitém území převládat a pro jaké aktivity je lokalita nejvýhodnější a nejzajímavější. Například pro horské prostředí bude převládat nabídka na zimní sezónu a zimní aktivity. V létě pak na horskou turistiku a letní aktivity. Pomocí lokalizačních faktorů lze docílit i odlišení jednotlivých území (turistické regiony, oblasti, destinace). (Rýglová a kol., 2011)

3.2.2 Realizační faktory

Realizační faktory mají důležité postavení pro konečnou fázi cestovního ruchu všech norem. Ovlivňují dopravu (dopravní infrastruktura) do dané destinace a využití materiálně-technické základny v dané destinaci. Do materiálně-technické základny patří:

- ubytovací zařízení
- společné či veřejné stravování
- sportovně rekreační zařízení
- účelová zařízení
- cestovní kanceláře

(Ryglová, 2009)

Bez dostatečné kapacity a kvality těchto služeb a dobře vytvořené dopravní infrastruktury (autobusy, vlakové spojení, kvalitní silnice) není možné využít celkový potenciál dané lokality. (Ryglová a kol., 2011)

Pro hodnocení úrovně realizačních faktorů využíváme řadu ukazatelů:

- počet a skladba návštěvníků v určitém prostoru
- počet ubytovacích zařízení, počet lůžek, počet míst u stolu
- ukazatelé kvality ubytovacích a stravovacích zařízení
- velikost přepravních kapacit a jejich kvalita
- orientační rámec rekreační návštěvnosti
- limit využití území z pohledu materiálně-technické základny
- profitabilita zařízení pro obce,
- občanská vybavenost (bankomat, obchod)
- stupeň modernizace a restrukturalizace

3.2.3 Selektivní (stimulační) faktory

Selektivní (stimulační) faktory jsou zaměřeny na vznik a rozvoj cestovního ruchu. Dělí se na objektivní a subjektivní. Tyto faktory souvisejí především se spotřebitelským chováním, které je ovlivňováno čtyřmi základními psychologickými faktory – motivací, vnímáním, učením a postoji.

Objektivní faktory

Jsou to faktory, které nemohou organizace cestovního ruchu zcela ovlivnit. Mezi ně patří tyto kategorie:

- Politické – mírové uspořádání světa, vnitropolitická situace, pohyb osob.
- Ekonomické – směnitelnost měny, výše reálné mzdy, míra investice do rozvoje dané lokality (možnost čerpat evropské dotace).
- Demografické – počet obyvatel, ekonomická aktivita, délka života.
- Administrativní – soubor právních předpisů, zákonů a vyhlášek o cestovním ruchu např. celní a devizové předpisy, pasové a vízové podmínky, ...).
- Sociální – životní úroveň, životní styl, fond volného času.
- Ekologické – kvalita životního prostředí.

Subjektivní faktory

Do této kategorie patří hlavně faktory, které ovlivňuje psychika potenciálních zákazníků. Podle těchto faktorů se často klient rozhoduje a vybírá si danou destinaci. Velký vliv zde má reklama, propagace, módnost, renomé destinace nebo zkušenosti s destinací.

(Rýglová a kol., 2011)

3.3 RAJONIZACE CESTOVNÍHO RUCHU, KLASIFIKACE A VYMEZENÍ ÚZEMÍ ČR

3.3.1 Rajonizace cestovního ruchu

Rajonizace dělí území podle předpokladu daného místa pro rekreaci. Řeší rozvoj cestovního ruchu na konkrétních místech. Rajonizace dělí území na oblasti s ideálními přírodními podmínkami a vhodností na rekreaci nebo na oblasti s nevhodnými vlastnostmi na rekreaci.

Česká republika má 47 územních jednotek označených jako oblasti cestovního ruchu I., II., III., IV. Zde uvedené kategorie obsahují 79% rozlohy našeho území.

Největším rozdílem mezi kategoriemi je vhodnost daného území pro cestovní ruch, časová využitelnost a udržitelnost cestovního ruchu. První kategorie jsou ty nejlépe hodnocené oblasti cestovního ruchu v ČR.

(Ryglová, 2009)

3.3.2 Klasifikace a vymezení území ČR

Každé území je rozděleno na několik částí a oblastí. ČR je součástí Evropské unie, která na oficiální administrativní členění využívá systém NUTS. Dále se Česká republika dělí na několik mikroregionů, turistických regionů nebo euroregionů. Nakonec je území děleno podle destinací, což jsou velmi zajímavá a navštěvovaná místa, využívaná k rekreaci. Například (Bieger, 2005) definuje destinaci jako: „*Prostor (místo, region), který si host (nebo segment hostů) vybírá jako cíl své cesty. Disponuje všemi nezbytnými zařízeními pro bydlení, stravování a zábavu. Tím se stává produktem a jednotkou hospodářské soutěže, která musí být jako taková strategicky řízená*“ (Ryglová a kol., 2011)

3.3.2.1 NUTS

Evropská unie člení územní celky podle systému tzv. NUTS (fr. La Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques, nomenklaturní jednotky teritoriální statistiky). Systém NUTS se

používá jednotně v celé EU pro potřeby statistiky a hodnocení úrovně regionů nebo pro rozdělení výše dotací ze společných prostředků. V praxi cestovního ruchu se s termínem NUTS setkávají hlavně žadatelé o dotace. V České republice nese normalizovaná klasifikace územních celků název CZ-NUTS. Dělí se na tyto úrovně:

NUTS 0 = stát (ČR), počet = 1

NUTS 1 = území (ČR), počet = 1

NUTS 2 = oblast (sdružené kraje – regiony soudržnosti, například Moravskoslezsko), počet = 8

NUTS 3 = kraj (vyšší samosprávné celky, například Liberecký kraj), počet = 14

NUTS 4 = okres (například, okres Česká Lípa), počet = 77

NUTS 5 = obec (základní územní jednotka, například Křížany), počet = 6254

(Ryglová a kol., 2011)

3.3.2.2 Mikroregiony, turistické regiony, euroregiony

Mikroregiony

Tento pojem je spíše geografický a nepatří mezi žádné oficiální administrativní členění země. Mikroregion je definován jako území, které je tvořené spojením správních obvodů několika obcí. Tyto oblasti jsou vytvořeny dobrovolně, bez příkazu nadřízeného orgánu nebo ze zákona. Jde spíše o spolupráci několika obcí, které se snaží dosáhnout společného cíle a stát se zajímavou a hojně navštěvovanou oblastí cestovního ruchu.

Turistické oblasti

Turistické regiony jsou definovány jako území, kde cestovní ruch spojuje a sjednocuje jednotlivé typické prvky dané oblasti, ale zároveň je i odlišuje od ostatních regionů. Jedná se především o chráněné krajinné oblasti nebo seskupení kulturních památek. Podle statistického úřadu má ČR 40 turistických oblastí a 17 turistických regionů. Mezi turistické regiony patří například Český sever, který se dále dělí na Frýdlantsko, Máchův kraj, Jizerské hory, Lužické hory a Ještědský hřeben. (ČSÚ, 2009)

Euroregiony

Euroregiony jsou územní oblasti několika států, které mají společné hranice a rozhodly se spolupracovat v přeshraniční spolupráci. Ať už jde o dopravu v těchto oblastech, cestovní ruch nebo různé kulturní akce. Příkladem je Euroregion Nisa, kde ke spolupráci přistoupily vesnice a regiony v okolí řeky Nisy, a to rovnou ze 3 států, kterými jsou Česká republika, Německo a Polsko. (Mintálová, 2016) definuje tyto subjekty přeshraniční spolupráce ve své práci Evropská unie a euroregiony II. takto: „*Euroregiony představují geograficky limitované území zahrnující části území dvou a více států, jejich místní či regionální orgány územní samosprávy se dohodly na koordinaci své činnosti v rozličných oblastech vyznačující se dobrovolnou přeshraniční spoluprací v ekonomické, sociální, kulturní a jiných oblastech.*“

Destinace

Destinace cestovní ruchu se může definovat jako cílová oblast v daném regionu. Typická pestrou nabídkou služeb, které jsou centralizované v dané oblasti a zvyšují tím atraktivnost místa. Velká důraz je kladen na podpůrné služby cestovního ruchu jako jsou například wellness centra, půjčovny sportovního vybavení, lanovky.

Takto zní definice světové organizace cestovního ruchu WTO z roku 2002:

„Lokální destinace cestovního ruchu je fyzický prostor, ve kterém turista stráví nejméně jedno přenocování. Zahrnuje turistické produkty tvořené atraktivitami cestovního ruchu a podpůrnými službami (tj. službami, které umožňují využít atraktivitu cestovního ruchu) a soubor možností zábavy pro jednodenní návštěvníky. Má přírodní a administrativní hranice, jež vymezují její řízení, image a vnímání, které definují její tržní konkurenceschopnost. Lokální destinace zahrnují i hostitelskou komunitu a mohou být součástí větších destinací“.
(Nejdl, 2011)

U destinace je velmi zásadní kvalita řízení. Důležité je se zaměřit na spolupráci mezi subjekty a koordinovat vývoj cestovního ruchu tak, aby byl udržitelný a nezasahoval do života místních obyvatel. Společné cíle destinace by měly být výše postavené než velké investice investorů, kteří se snaží pouze o podnikatelský zisk v dané destinaci. Někteří

investoři neberou ohled na to, jaký vliv má jejich působení na životní prostředí a kulturu místních obyvatel. Pokud chce být destinace úspěšná a konkurenceschopná v nabídce cestovního ruchu, musí mít silný destinační management, který bude postavený na kvalitě služeb, dobrém marketingu a vzájemné spolupráci mezi všemi zúčastněnými subjekty. (Rašovská, Rýglová, 2017)

Podle (Buhalis, 2003) má každá destinace svoje charakteristické komponenty. Tyto základní komponenty jsou označovány jako tzv. **šest A**.

- **Attractions (atraktivita)** – základní primární nabídka cestovního ruchu, která svou kvalitou a množstvím přírodních, kulturně-historických památek zvyšuje potenciál oblasti (lokalizační podmínky).
- **Accessibility a ancillary services (dostupnost a doplňkové služby)** – všeobecná infrastruktura (doprava do destinace). Dále i služby, které využívají především rezidenti, ale mohou i návštěvníci (zdravotnické, bankovní služby).
- **Amenities (vybavenost)** – sekundární nabídka cestovního ruchu, která se zabývá pobytem návštěvníků v destinaci a využitím jejich aktivit (realizační podmínky).
- **Available packages (dostupné balíčky)** – připravené produkty a produktové balíčky (např. nabídka pořádaných výletů).
- **Activities (aktivity)** – rozmanité aktivity specifické pro danou destinaci.

(Rašovská, Rýglová, 2017)

3.3.2.3 Specifické území

Za specifické území považujeme území, které je něčím významné a musí se chránit. Tyto oblasti a místa jsou velmi vyhledávaná a stávají se nejčastěji využívanými lokalitami pro cestovní ruch.

V České republice leží mnoho chráněných území. Tato místa jsou chráněna zákonem o ochraně přírody. Patří sem:

- NP – Národní park: velkoplošné chráněné území, která vyhláší parlament zákonem. V ČR máme 4 NP (Šumavský, Krkonošský, Podyjský a Národní park České Švýcarsko – rozkládají se na 1,4 % našeho území).
- CHKO – Chráněná krajina oblast – vyhláší vláda, v ČR máme 26 CHKO (rozloha 14,42 z celkové rozlohy státu).
- NPR – Národní přírodní rezervace – vyhláší Ministerstvo životního prostředí.
- národní přírodní rezervace

- přírodní rezervace
- přírodní památka
- přírodní útvar

V České republice jsou také chráněné kulturní památky, které vyhláší organizace UNESCO (14 chráněných kulturních památek zapsaných v seznamu UNESCO).

- Historické centrum města Český Krumlov
- Historické centrum města Praha – vedle Pražské památkové rezervace zahrnuje i zámek a park v Průhoncích
- Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené Hoře
- Historické centrum města Kutná Hora s kostelem sv. Barbory a katedrálou Panny Marie v Sedleci
- Lednicko – Valtický areál (kulturní krajina)
- Zahrady a zámek v Kroměříži
- Vesnická historická (památková) rezervace v Holašovicích
- Zámek v Litomyšli
- Sloup sv. Trojice v Olomouci
- Vila Tugendhat v Brně
- Židovská čtvrť a bazilika sv. Prokopa v Třebíči
- Hornický region Erzgebirge/Krušnohoří – přeshraniční sériová nominace se Saskem
- Krajina pro chov a výcvik ceremoniálních kočárových koní v Kladrubech nad Labem

3.4 MARKETING V CESTOVNÍM RUCHU

3.4.1 Úvod do marketingu

Marketing je v dnešní době velmi častý a významný pojem, a to především v podnikatelské sféře. Hlavním úkolem marketingu je poznat, vyhodnotit a zaměřit se na uspokojení potřeb spotřebitelů. Čím lépe se podaří uspokojit potřeby klientů, tím více bude podnik (destinace) prosperovat a získá lepší postavení na trhu. Mezi další úlohy marketingu patří propagace a distribuce dané služby nebo výrobku.

(Biňovec, 2001)

d

V cestovním ruchu tomu není jinak. I zde je hlavním úkolem marketingu uspokojit veškerá přání a požadavky návštěvníků. V cestovním ruchu se jedná hlavně o nabídku služeb. Právě služby v cestovním ruchu během návštěvy konkrétních destinací hrají jednu z hlavních rolí. Návštěvníci kromě atraktivního prostředí oceňují i doprovodné služby a kvalitní servis v místě ubytování.

(Morrison, 1996) definuje marketing cestovního ruchu „ jako plynulý proces plánování, zkoumání, naplňování, kontroly a vyhodnocování činností potřebných k zajištění jak zákaznických potřeb a požadavků, tak i cílů organizace. K dosažení největší účinnosti vyžaduje marketing úsilí každého jednotlivce a jeho účinnost se dále může zvýšit či snížit činnostmi dalších komplementárních organizací“.

(Jakubíková, 2012)

3.4.2 Marketingové analýzy – SWOT analýza

Hlavní nástroj pro dosažení kvalitní marketingové strategie je potřeba být skvěle informovaní o tom, co naši potenciální zákazníci požadují. Nejlepších výsledků dosahují marketingové výzkumy (dotazníková šetření). Cílem je získat informace a tyto informace náležitě analyzovat.

Podle (Ryglové, 2009) bychom se měli zaměřit v marketingové analýze na:

- *potřeby a postoje zákazníků (požadavky, preference)*
- *konkurenční nabídku (co nabízejí naši konkurenti)*
- *lokalizační a realizační faktory*

Hlavní součástí analýzy je využívání metod, díky kterým se co nejlépe zorientujeme v dané problematice. Mezi tyto metody řadíme například Porterovu metodu, metodu STEP nebo SWOT analýzu

Metoda SWOT patří mezi nejčastější a nejzákladnější nástroj zaměřený na charakteristiku hlavních faktorů, které ovlivňují celé postavení organizace na trhu. Cíl SWOT analýzy definovala (Jakubíková, 2012) která uvádí „ že cílem této metody je identifikovat to, do jaké míry je současná strategie firmy a její specifické silné a slabé místa relevantní a schopná se vyrovnat se změnami, které nastávají v prostředí.“

Název metody SWOT vychází stejně jako metoda STEP z prvních počátečních písmen výrazů, které charakterizují celou metodu (S – strengths, W – weaknesses, O – opportunities, T – threats). Metodu můžeme také rozdělit na 2 části – analýza vnitřního prostředí nebo vnějšího prostředí.

Do analýzy vnitřního prostředí patří:

- silné stránky (S – strengths)

Zde si organizace (destinace) musí uvědomit, co jí odlišuje od konkurence a může pomoci k tomu stát se lepší a zajímavější než jiná destinace (atraktivnost prostředí, blízkost památek, zajímavých míst, dostatečné místo pro rozvoj destinace (pozemky camp, sportovní areál).

- slabé stránky (W – weaknesses)

Do této skupiny patří negativní stránky destinace, ve kterých je potřeba něco změnit (zastaralost objektů, nedostatek finančních prostředků, špatná dopravní infrastruktura).

Do analýzy vnějšího prostředí patří:

- příležitosti (O – opportunities)

Patří jsem možné příležitosti, jak zvýšit potenciál destinace a poptávku po ni (využití fondů z EU na modernizaci a rozvoj destinace, spolupráce a propojenost podnikatelských aktivit v destinaci).

- hrozby (T – threats)

Jedná se o rozhodnutí, která mohou snížit zájem o destinaci. Organizace se musí dobře rozhodnout, zda činnosti, které chtějí uskutečnit, neohrozí místo na trhu cestovního ruchu.

(Rýglová a kol., 2011)

Na základě této analýzy by měla destinace vyhodnocovat další své řízení a využít své silné stránky. Při této strategii ale musí organizace dbát i na hrozby, které mohou ovlivnit chod destinace.

3.4.3 Marketingový mix

Při hodnocení silných a slabých stránek se jako základ šetření mohou využívat k hodnocení kritérií i nástroje marketingového mixu. Marketingový mix je základní specifikace celé problematiky marketingu. Pokud chce podnik (destinace) uspokojit potřeby svých zákazníků, musí se držet jednoduché koncepce. Tuto koncepci shrnula (Rýglová,, 2009) *organizace musí nabídnout správný produkt za správnou cenu propagovaný správným způsobem na ideálním místě.*'' Z této věty vychází tradiční schéma marketingového mixu, který se skládá z tzv. 4P:

- Product – produkt;
- Price – cena;
- Place – distribuce;
- Promotion – propagace (marketingová komunikace).

V cestovním ruchu se kromě základního 4P využívají další prvky, které pomáhají k lepšímu uspokojení potřeb návštěvníků, a to:

- People – lidé;
- Packing – balíčky služeb;
- Programming – tvorba programů;
- Partnership – spolupráce, partnerství;
- Processes – procesy;
- Physical evidence – fyzické charakteristiky;
- Public opinionum – veřejný pohled (mínění)

3.5 VÝHODY A NEVÝHODY CESTOVNÍHO RUCHU

Cestovní ruch jako oblast podnikání sebou nese několik pozitiv a negativ. Tyto výhody a nevýhody nejvíce zasahují konkrétní destinace a turistické oblasti s největším výskytem návštěvníků. Obrovský nárůst turistů, kteří chtějí navštívit ty nejproslulejší a nezajímavější místa, může znamenat pro oblast obrovské finanční výnosy, ale také způsobit rozsáhlé ztráty přírodních a kulturních památek. Nejdůležitější je tedy trvale udržet rozvoj, který však nenarušuje přírodu ani sociální a kulturní prostředí.

3.5.1 Výhody cestovního ruchu

Cestovní ruch má pro některé země obrovský význam a stává se hlavním příjmem státní pokladny. Rozvoj cestovního ruchu přináší několik výhod, které zlepší zázemí pro život rezidentů. Pokud vede oblast dobře fungující management, vyplývá z cestovního ruchu několik výhod v těchto oblastech:

Ekonomické přínosy

- Zlepšení platební bilance státu prostřednictvím příjezdového cestovního ruchu;
- poplatky a daně spjaté s cestovním ruchem (zvyšují státní i místní rozpočty);
- podpora pro rozvoj malých a středních podnikatelů (služby v cestovním ruchu);
- více pracovních míst;
- investice a rozvoj daných oblastí (dotace).

Sociální přínosy

- Vytváření pracovních míst -> zmírňování chudoby, lepší životní úroveň;
- poznávání nových kultur;
- zvyšování životního standartu -> modernizace destinací (výhoda i pro rezidenty);
- udržování tradic, řemesel.

Ekologické přínosy

- Příjmy pro Národní parky a chráněná území (poplatky, vstupné) -> využití na udržování životního prostředí;
- uznání důležitosti ochrany životního prostředí;
- atraktivností některých míst, vznikají nová chráněná území;
- regulace návštěvníků v chráněných oblastech.
(Rýglová, 2009)

3.5.2 Nevýhody cestovního ruchu

Cestovní ruch má mnoho výhod, bohužel stejnou měrou narůstají i negativa. Příliš velký tlak na destinace dokáže zcela změnit ráz života v destinaci. Management, který se řídí pouze ziskovostí, může zapříčinit přírodní i kulturní katastrofy. Je patrné, že nadměrný rozvoj cestovního ruchu vyvolává mnoho problémů. Tyto problémy se řadí podle odvětví, kterých se týkají:

Ekonomické problémy

- Finanční závislost regionů na cestovním ruchu;
- sezónnost některých prací, a tedy i příjmů;
- regionální disparity.

Sociální problémy

- Změna způsobu života místních obyvatel;
- změny ve struktuře komunity ale také rodiny;
- zvyšování kriminality;
- komercializace tradic, víry, umění;
- vytváření konfliktů mezi místními a návštěvníky.

Ekologické problémy

- Obrovská koncentrace návštěvníků v jedné destinaci (nadměrná spotřeba vody apod.);
- znečišťování a fyzické ničení životního prostředí;
- zmenšování lesů, zasahování do svévolné přírody.

(Rýglová, 2009)

3.6 BUDOUCNOST, ROZVOJ A TRENDY V CESTOVNÍM RUCHU

Jak bylo uvedeno, pro cestovní ruch je zásadní jeho trvalý udržitelný rozvoj. Jak uvádí (Rýglová, 2009), *„cestovní ruch zařídíme mezi největší odvětví světové ekonomiky a v budoucnu se předpokládá stále růst jeho produkce v globálním měřítku, tak si musíme uvědomit, že úspěch prodeje produktů cestovního ruchu. Je závislý na kvalitě a životního prostředí a nezničené přírodě, proto se musí zvyšovat morální odpovědnost tohoto průmyslu ke kvalitě životního prostředí a k trvale udržitelnému rozvoji“*. Kromě ochrany přírody ale musí destinace, také splňovat předpoklady pro technický rozvoj a snažit se jít s novými trendy v cestovním ruchu.

Mezi předpoklady rozvoje cestovního ruchu řadí (Štemberk, 2009) několik nezbytných podmínek, které musí subjekty cestovního ruchu splňovat. Do jedné skupiny řadí návštěvníky a hosty daných destinací. Zde uvádí, že záleží hlavně na fondu volného času a volných prostředků, které je návštěvník ochoten zaplatit za služby poskytované v cestovním

ruchu. Do budoucna je tedy důležité, aby návštěvníci měli stále dost volného času pro rekreaci a zvyšovaly se i jejich příjmy. Do druhé skupiny se řadí podmínky, které musí splnit destinace pro rozvoj a budoucnost cestovního ruchu. Zde se jedná hlavně o moderní destinace s ideálním zázemím (stravování, ubytování, volnočasové aktivity), dopravní dostupností nebo kvalitní informativností pro návštěvníky. V neposlední řadě se jedná také o propagaci. Tyto podmínky musí splňovat každá destinace, která se chce stále zlepšovat a mít předpoklady pro rozvoj v cestovním ruchu.

(Štemberk, 2009)

Poslední věci, kterou se musí subjekty cestovního ruchu řídit pro slibnou budoucnost, jsou nové trendy, které jsou vyvolány především specifickou poptávkou a požadavky zákazníků v cestovním ruchu. Například Kotíková ve své knize *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu* cituje evropskou komisi, která v roce 2003 uvedla 10 základních trendů, které ovlivňují cestovní ruch v dalších desetiletích. Do těchto faktorů patří: volný čas, demografie, doprava, udržitelný rozvoj, životní styl, vzdělávání, zdraví, jistota, bezpečnost a informační technologie. Pokud tyto faktory srovnáme se současností, pořád jsou tyto trendy aktuální. Obrovskou sílu získaly hlavně informační technologie (sociální sítě, internetový obchod, reklama na internetu apod.), které jsou v dnešní době zásadním trendem cestovního ruchu.

(Kotíková, 2003)

Pokud bude nahlíženo na nové trendy podle formy cestovního ruchu, lze uvést jako příklad **gastronomický cestovní ruch**, který zažívá v tuzemsku, ale i celosvětově obrovský rozkvět. Tento cestovní ruch je orientovaný na kulinářské zážitky. Cestovní ruch v sobě nese stravování jako základní službu, která je součástí každé rekreace. Gastronomický cestovní ruch však stravování bere jako hlavní cíl cesty. Patří sem různé degustace (vína), gastronomické veletrhy, kurzy vaření ale i návštěvy uznávaných restaurací, bister nebo kaváren. Důležitá je autentičnost a originalita dané kuchyně nebo stravovacího zařízení.

(Kotíková, 2003)

4 Praktická část

4.1 PŘEDSTAVENÍ OBLASTI (KRAJE)

Analýza se zaměřuje na území Libereckého kraje. Území kraje je v porovnání s ostatními kraji velmi malé. Se svými 3163 km² patří hned po Praze na druhé místo, coby nejmenší kraj v ČR (4 % z celkové rozlohy ČR). U počtu obyvatel je na tom kraj totožně, jen zde je na prvním místě kraj Karlovarský (444 000 obyvatel). Liberecký kraj, jako vyšší územní samosprávný celek, byl vytvořen v roce 2000 a sídlem byl určen Liberec, kde sídlí krajský úřad.

Oblast se nachází na severu České republiky. Tvoří státní hranici s Německem a Polskem. Tuto hranici propojuje řeka Nisa, která pramení v Jizerských horách. Protéká krajem a poté tvoří hranici mezi Německem a Polskem. Svoji cestu končí řeka v polském městě Gubin, kde se vlévá do řeky Odry. Kvůli spolupráci vyplývající z tohoto trojmezí vznikl euroregion Nisa – Neisse – Nysa, nazvaný právě po řece Nise. Na našem území sousedí kraj se třemi kraji, a to se Středočeským, Ústeckým a Královohradeckým.

Liberecký kraj patří již od počátku mezi průmyslové kraje. Dříve zde byl rozvinut ve velké míře textilní průmysl, kdy města obklopovaly továrny na textil. Spolu s textilním průmyslem bylo v kraji rozvinuto sklářství a výroba bižuterie. Sklo a bižuterie si svoji pozici udrželo a v kraji má stále své místo (Preciosa, Lasvit). Textilní průmysl z oblasti Libereckého kraje zcela vymizel. V současné době zaměstnávají nejvíce obyvatel společnosti, které jsou zaměřeny na zpracovatelský průmysl, který je spjatý s výrobou automobilů. Jedná se převážně o firmy Magna, Denso, Matador a spousta dalších.

Kraj je velmi proslulý svou přírodou a kulturními památkami. Návštěvníci zde najdou mnoho možností. V letní sezóně mohou navštívit horské oblasti, jako jsou Jizerské hory, Lužické hory nebo západní část Krkonoš. V těchto oblastech se často návštěvníci věnují turistice, jízdě na kole a dalším letním aktivitám. Pro návštěvníky, kteří preferují odpočinkové dovolené, jsou k dispozici jezera a kempy, ve kterých lze trávit velmi pohodové dny. Mezi nejproslulejší lokality patří okolí Máchova jezera nebo Hamr na jezeře. V zimní

sezóně kraj nabízí spoustu možností, jak pro sjezdové lyžování, tak i pro běh na lyžích. Mezi nejznámější patří Skiareál Ještěd, který se tyčí nad městem Liberec. Pro běžkařské tratě je velmi proslulý Bedřichov, kde se každoročně pořádá Jizerská 50.

Na území kraje se nachází také mnoho kulturních památek. Mezi nejvíce navštěvované patří zámek Sychrov a hrad Trosky. Kraj je plný divadel, galerií, kin nebo muzeí, velmi významné je divadlo F. X. Šaldy nebo turnovské Muzeum Českého ráje. Co se týče sportu v Liberci a Jablonci nad Nisou sídlí dva prvoligové fotbalové kluby s bohatou historií, nedílnou součástí Liberce je i jeho hokejový klub Bílí tygři Liberec.

(Krajský úřad Liberec, 2011)

4.2 CESTOVNÍ RUCH V LIBERECKÉM KRAJI

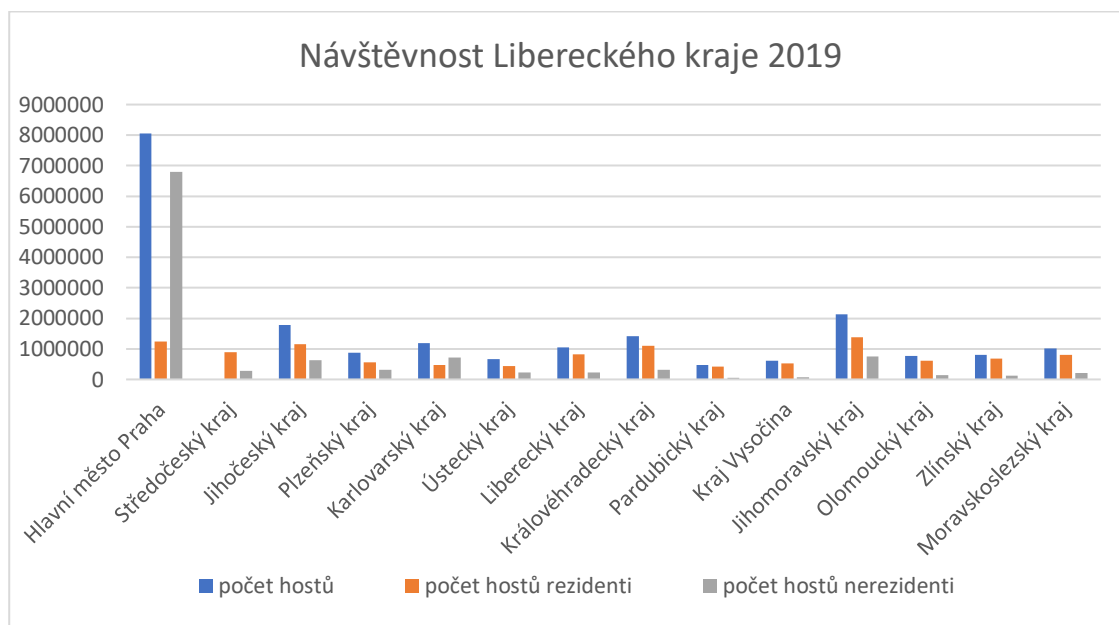
Cestovní ruch je neodmyslitelnou součástí kraje, je to jeden z hlavních pilířů ekonomiky oblasti. Výnosy z cestovního ruchu jsou v některých regionech hlavním příjmem obcí. Na fungování tohoto odvětví je závislých i mnoho soukromých podnikatelských subjektů jako jsou hotely, restaurace nebo jiné doprovodné služby v cestovním ruchu.

Podle údajů návštěvnosti kraje je zřejmé, že Liberecký kraj je velmi atraktivní pro rezidenty, ale i zahraniční hosty. Přestože Liberecký kraj patří k nejmenším, svojí roční návštěvnostní patří k nejoblíbenějším. Za rok 2019 zaznamenal kraj 1 048 865 návštěvníků, z tohoto 826 423 bylo rezidentů a 222 442 zahraničních návštěvníků.

Z grafu na graf je zřejmé, že oblast si oblíbili hlavně tuzemští turisté, na rozdíl například od Prahy, kde zahraniční návštěvníci zcela převyšují rezidenty.

(ČSÚ, 2020)

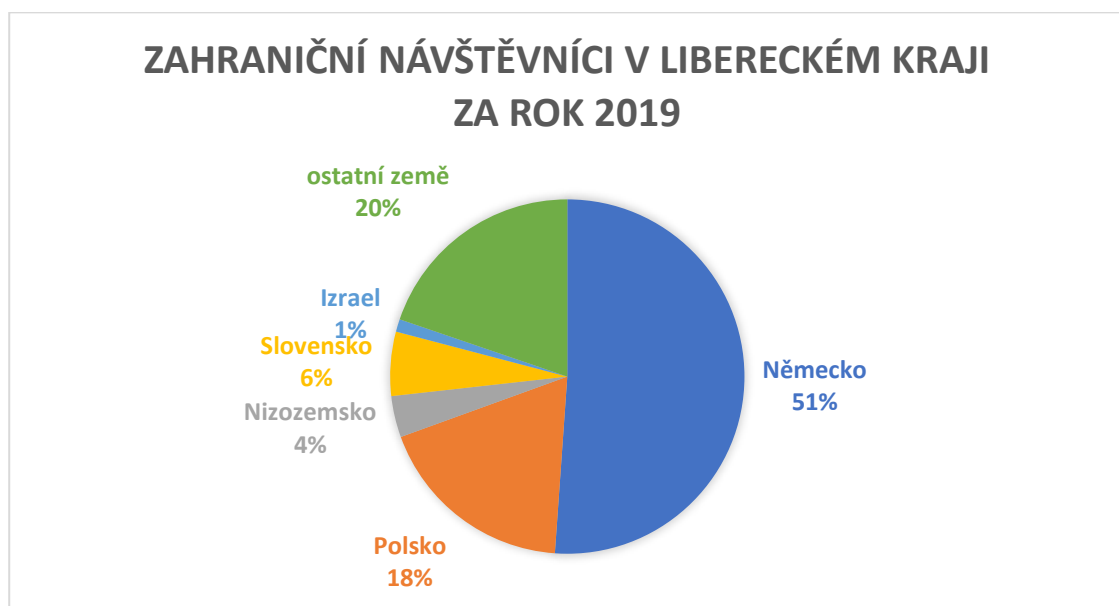
Graf 1: Návštěvnost Libereckého kraje za rok 2019



Zdroj: vlastní zpracování dle dat z ČSÚ, 2020

Pro Liberecký kraj jsou hlavními zahraničními hosty turisté z Německa, Polska a Slovenska. Pro lepší pohled na rozložení turistů z cizích zemí je použit vytvořený graf.

Graf 2: Zahraniční návštěvníci v Libereckém kraji za rok 2019

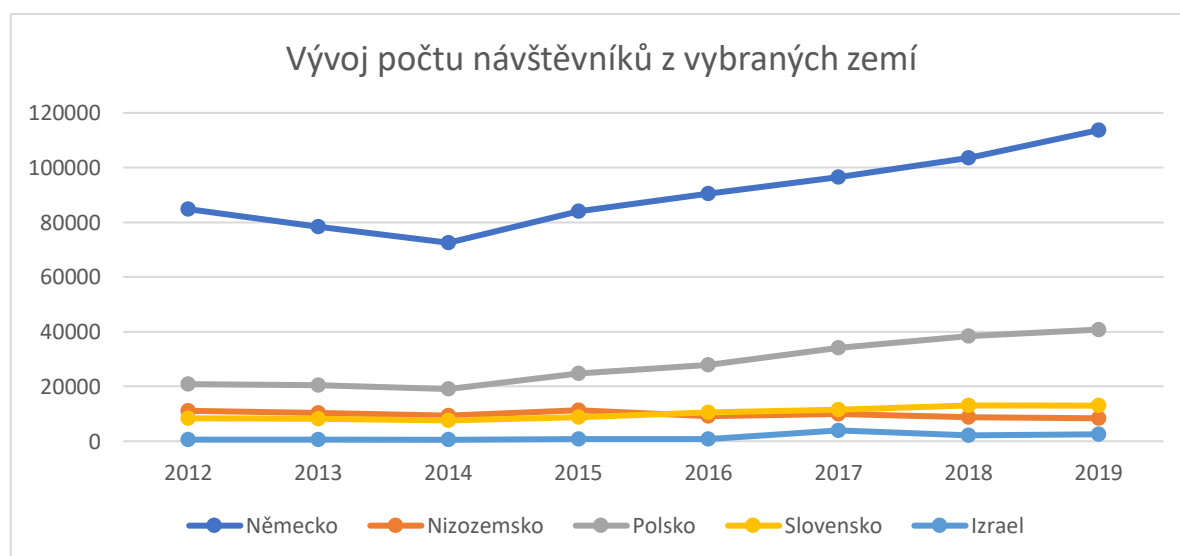


Zdroj: vlastní zpracování dle dat z ČSÚ, 2020

Podle grafu lze říci, že přibližně polovina nerezidentů pochází ze sousedního Německa, pro které jsou hlavně hraniční oblasti, jako jsou Lužické hory nebo Jizerské hory, velkým lákadlem. Některé oblasti se dokonce německým turistům zcela poddávají, mají na hotelech a restauracích například německé nápisy. Zájem z německé strany je ovlivněný i tím, že velká část Libereckého kraje patřila pod Sudety a žilo zde před válkou velké množství německého obyvatelstva. Přes čtvrtinu návštěvníků je z Polska. I zde region profituje z polohy u hranic. Poláci hojně navštěvují horské oblasti, a to hlavně Jizerské hory a Krkonoše. Větší množství turistů putuje do regionu i z Dánska, Nizozemska a Slovenska. Velkého nárůstu se těší Liberecký kraj nově i návštěvníkům z Izraele, kteří jezdí za židovskými památkami.

Na německé, polské, slovenské, nizozemské a izraelské návštěvníky jsem se zaměřil v podrobnější analýze.

Graf 3: Vývoj počtu návštěvníků z vybraných zemí



Zdroj: vlastní zpracování dle dat z ČSÚ, 2020

Z grafu je zřejmé, že vývoj počtu turistů nejdříve trochu klesal. Změna přišla s rokem 2015, kdy počet návštěvníků začal znovu stoupat. Tímto pravidlem se dá řídit jak u Německa, Polska i turistů ze Slovenska. Což jsou země s největším zastoupením turistů. Růst je poměrně pravidelný koeficient růstu se pohybuje mezi roky 2012-2019 kolem 10 %.

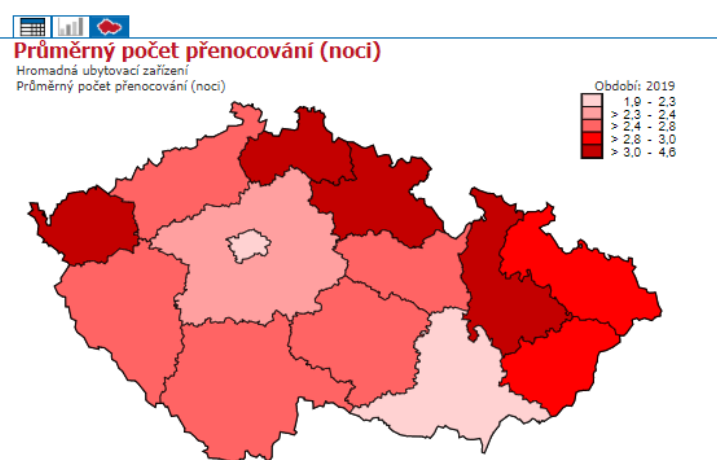
Což například u Německa znamená pro kraj každý rok o 6 000 – 10 000 turistů více než rok předešlý. Návštěvníci z Nizozemska jsou naopak jediní, kteří si Liberecký kraj a celkově

Českou republiku vybírají čím dál tím méně. Největší změna byla zaznamenána u turistů z Izraele v roce 2017 se počet návštěvníků téměř zpětinásobil. V roce 2012 se počet návštěvníků pohyboval pouze kolem 600 návštěvníků za rok. V roce 2017 už to bylo téměř 4000 návštěvníků. V současnosti se počet návštěvníků pohybuje kolem 2500 osob za rok. Za velký nárůst může dlouhodobá spolupráce a propagace obou zemí jak v průmyslu, tak i v cestovním ruchu. Izraelci považují Českou republiku za bezpečnou a zajímavou destinaci s bohatou historií, ale i místo se spoustou židovských památek. Liberecký kraj těží hlavně z toho, že izraelští turisté spojí návštěvu kraje s návštěvou Prahy, kterou považují za jedno za nejzajímavějších míst vůbec. (zastupitelský úřad ČR v Tel Avivu, 2020)

Při analýze nerezidentů z pohledu počtu přenocování. zjistíme, že průměr u německých, polských a slovenských hostů se pohybuje okolo 3 přenocovaných nocí. Důvodem je dobrá dostupnost a kratší dojezdová vzdálenost oproti jiným státům. U návštěvníků z Nizozemska a Izraele se průměrná návštěva rovná 4-5 přenocovaným nocím. I zde je určující poloha, protože je pro tyto návštěvníky horší dostupnost a návštěvníci proto volí delší dobu pobytu.

Když celkově porovnáme dobu přenocování návštěvníků s ostatními regiony České republiky, je zřejmé, že návštěvníci v Libereckém kraji setrvávají delší dobu než je průměr ČR. Důvodem může být, že v Libereckém kraji je mnoho horských oblastí, kde návštěvníci tráví dlouhodobé pobyty.

Graf 4: Průměrný počet přenocování 2019



Zdroj: ČSÚ, 2020

4.3 KONCEPT ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V LIBERECKÉM KRAJI

Důvodem úspěšného působení na místním trhu v cestovním ruchu zcela určitě vypovídá i o vysoké kvalitě služeb, které poskytuje soukromý sektor. Proto je velmi důležitá celková spolupráce a vzájemná podpora mezi veřejnou správou a soukromými podniky. Činnosti, které vedou k rozvoji turismu v oblasti a celkovému fungování všech sfér cestovního ruchu, můžeme označit jako koncept rozvoje cestovního ruchu.

Pro fungování turismu v oblasti je velmi důležité mít určitý směr a strategii. Hlavním útvarem, který se stará o cestovní ruch, je Krajský úřad v Liberci, který přímo spolupracuje s dalšími státními útvary, menšími správními celky, podnikatelskou sférou a neziskovými organizacemi. Celkovou strategii můžeme rozdělit na krajskou a národní úroveň. (krajský úřad Liberec, 2011)

4.3.1 Subjekty řídicí cestovní ruch a jejich potenciální partneři

4.3.1.1 Krajský úřad

Na Krajském úřadě v Liberci sídlí oddělení cestovního ruchu, které je součástí odboru kultury, památkové péče a cestovního ruchu. Má za úkol podporovat cestovní ruch, ať už finanční pomocí, propagací úzce spojenou s marketingem nebo celkově vedením nových projektů. Funguje zde přímá spolupráce s agenturou CzechTourism, portálem Kudy z nudy a dalšími organizacemi.

Náplň činností oddělení:

- Realizuje programy na podporu rozvoje cestovního ruchu, plní národní strategický plán, provádí analýzy stávající situace a návrhy na nové programy;
- zajišťuje koordinaci činnosti subjektů cestovního ruchu v kraji (koordinuje a vymezuje fungování sdružení, koordinuje aktivity obcí a regionů v cestovním ruchu);
- propagace cestovního ruchu v daném kraji (reklamy, programy, informační centra);
- podílí se na realizaci grantových schémat kraje;

- podává žádosti o finanční podporu z fondů.

(Liberecký kraj, 2020)

4.3.1.2 Sdružení pro rozvoj cestovního ruchu v Libereckém kraji

je vytvořený statut, který má za cíl podpořit rozvoj cestovního ruchu v kraji. Má podobné cíle jako krajský úřad. Mezi hlavní priority patří společná propagace, společné určování nabídky nebo podpora údržby stávající turistické infrastruktury a její smysluplné rozšiřování. Další důležitá věc je partnerství a podpora mezi subjekty sdružení, ale i mimo něj.

Do sdružení patří například:

- Sdružení Český ráj, Krajská hospodářská komora Liberec, Jizerské hory, Lužické hory, Máchův kraj, Technická univerzita Liberec, Lesy České republiky, Město Turnov, Město Česká Lípa, Asociace hotelů a restaurací ČR, ...

(Sdružení pro rozvoj cestovního ruchu v Libereckém kraji, 2015)

4.3.1.3 Podnikatelská sféra

Do podnikatelské sféry lze zařadit veškeré subjekty, které se zapojují do cestovního ruchu. Jedná se zejména o ubytovací zařízení a stravovací zařízení (hotely Pytloun, Grand hotel Zlatý Lev, Hotel a restaurace Ještěd). Ale i podniky, které spravují dopravu (Arriva – vlaková doprava, Busline – autobusová doprava, ...), průvodcovské služby, zážitková centra (Babylon, ...) nebo skiareály.

Liberecký kraj nabízí podnikatelům několik programů na jejich podporu.

- Dotační pomoc → finanční podpora pro podnikatele podle různých kategorií, které vypíše kraj (například → dotační program pro řemeslnou a zážitkovou turistiku, dotační program na podporu informačních center). Další možností je, že si může zažádat subjekt o individuální dotační podporu.
- Veletrhy s tematikou cestovního ruchu → Liberecký kraj se účastní několika veletrhů a nabízí bezplatnou spolupráci některým podnikatelským subjektům, kterým umožní

propagovat svoji nabídku na veletrzích (veletrhy – Holiday word Praha, MTT Wrocław, Canatto Dráždany, ...).

- Společný datový sklad → pravidelně analyzovaná databáze informací o cestovním ruchu v kraji.

(Liberecký kraj, 2020)

4.3.1.4 Neziskový sektor

Mezi potenciální partnery, s kterými je taky velmi důležité komunikovat a zabezpečovat některé plány, mohou být i neziskové organizace, které jsou čistě závislé na finančním sponzoringu. Patří mezi ně například Klub českých turistů (KČT)

4.4 ÚZEMNÍ ROZLOŽENÍ

4.4.1 Rozdělení podle okresů

Liberecký kraj je jeden z nejmenších krajů, proto se jeho území dělí pouze na čtyři okresy – okres Liberec, okres Jablonec nad Nisou, okres Semily a okres Česká Lípa.

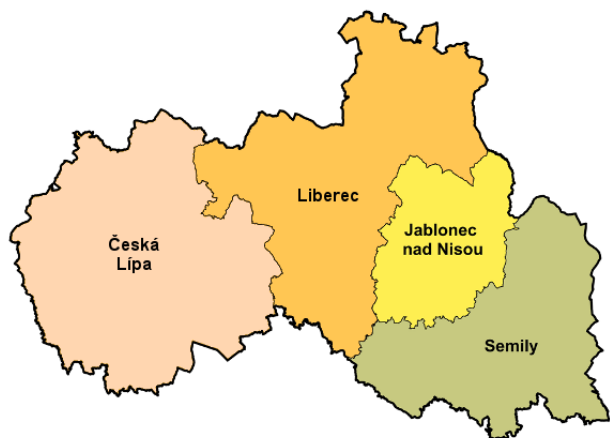
Tabulka obsahuje rozlohy každého z krajů. Další porovnání je v počtu obcí a počtu obyvatel. Rozlohou je nejmenší okres Jablonec nad Nisou, naopak největší je okres Česká Lípa. V počtu obcí je nejpočetnější okres Semily, který má na svém území 65 registrovaných obcí. Při pohledu na počet obyvatel je však zřejmé, že okres Semily je jasně poslední. Je to, tím že větší část okresu je v horských oblastech a na území není žádné velké město, které by mělo přes 15 tisíc obyvatel.

Tabulka 1: Porovnání okresů Libereckého kraje

	Kraj celkem	v tom okresy			
		Česká Lípa	Jablonec nad Nisou	Liberec	Semily
ZÁKLADNÍ ÚDAJE (k 1. 1. 2020)					
Rozloha (km ²)	3 163	1 073	402	989	699
Obce	215	57	34	59	65
Počet obyvatel ²⁾	443 209	103 125	90 425	175 598	74 061

Zdroj: ČSÚ, 2020

Obrázek 1: Liberecký kraj – okresy

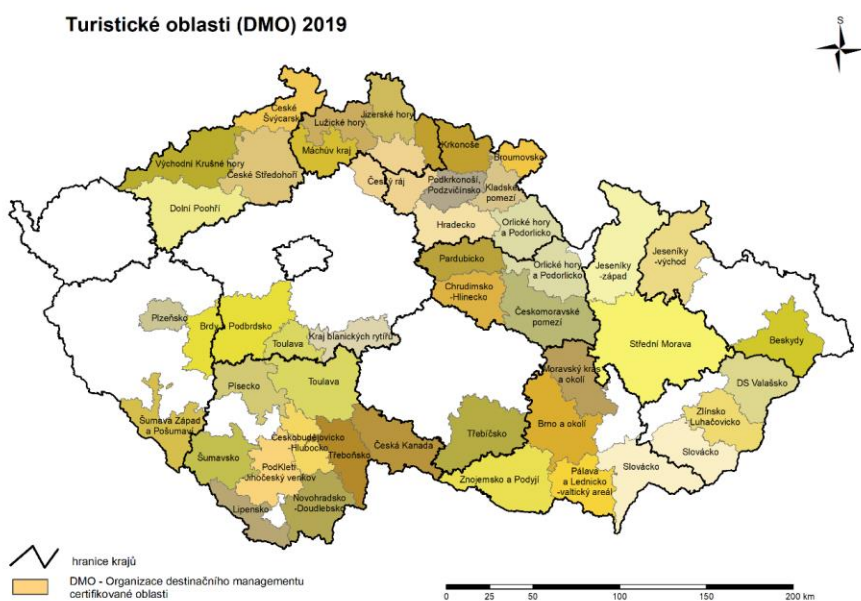


Zdroj: ČSÚ, 2007

4.4.2 Turistické oblasti (DMO)

Liberecký kraj je kompletně pokrytý turistickými oblastmi. Na východě jsou oblasti Lužické hory a Máchův kraj. Na severu je turistická oblast Jizerské hory. Jižní stranu kraje lemuje destinace Český ráj, která zároveň zasahuje i do Středočeského a Královohradeckého kraje. Na západní straně kraje pak pokrývá území menší část Krkonoš, které se pak rozkládají na území Královohradeckého kraje.

Obrázek 2: Turistické oblasti



Zdroj: ČSÚ, 2019

4.4.3 Specifická území Libereckého kraje

Liberecký kraj je plný přírodních i kulturních památek. Přírodní památky jsou velmi zranitelné a je velmi důležité je chránit, proto se tvoří chráněné oblasti, národní parky, přírodní rezervace. Počet těchto chráněných území na území Libereckého kraje je vyobrazena v přiložené tabulce.

Tabulka 2: Chráněné krajinné oblasti

Kategorie	Počet	Rozloha (ha)
Chráněná krajinná oblast	5	81 238
Národní park	1	11 200
Národní přírodní rezervace	8	2 426,260
Národní přírodní památka	9	430,170
Přírodní rezervace	36	1 945,950
Přírodní památka	72	742,192
Přírodní park	3	13 315

Zdroj: Liberecký kraj, 2015

CHKO – CHKO Jizerské hory, CHKO Lužické hory, CHKO Český ráj, CHKO Kokořínsko – Máchův kraj (do Libereckého kraje zasahuje pouze Máchův kraj), CHKO České středohoří (pouze malá část spadá pod Liberecký kraj)

NP – Krkonošský národní park (Harrachov, Rokytnice nad Jizerou, Vítkovice v Krkonoších, ...)

Národní přírodní rezervace (NPR) – NPR Břehyně – Pecopala, NPR Jezevčí vrch, NPR Jizerskohorské bučiny, NPR Karlovske bučiny, NPR Novozámecký rybník, NPR Rašeliniště Jizerky, NPR Rašeliniště Jizery

Národní přírodní památka (NPP) – NPP Bozkovské dolomitické jeskyně, NPP Čertova zeď, NPP Jestřebské slatiny, NPP Kozákov, NPP Suché skály, NPP Panská skála, NPP Peklo, NPP Strážník, NPP Swamp

Přírodní rezervace (PR) – PR Hruboskalsko, PR Klíč, PR Hamrštejn, PR Nová louka, PR Meandry Smědé, ...

Přírodní památky (PP) – PP Bílé kameny, PP Fojtecký mokřad, PP Farská louka, PPHusa, PP Stohánek,

Přírodní parky – Přírodní park Ještěd, Přírodní park Maloskalsko, Přírodní park Peklo (MZP, 2020)

4.4.4 Rozdělení Podle NUTS

Na úvod je důležité zmínit, že rozdělení Nuts má několik kategorií:

Nuts 0: vyjadřuje **stát Česká republika**

NUTS 1: vyjadřuje **území České republiky**

Nuts 2: vyjadřuje území sdružených krajů

Liberecký kraj je součástí sdruženého **území Severovýchod** spolu s Královohradeckým a Pardubickým krajem.

Nuts 3: **Liberecký kraj** (zkoumaná lokalita)

Nuts 4, 5 → se od roku 2008 převedl do systému LAU – **Local Administrative Units (Místní samosprávné jednotky)**

LAU 1: **okres Liberec, okres Semily, okres Česká Lípa, okres Jablonec nad Nisou**

LAU 2: **konkrétní obce – 215 obcí (Zdislava, Kořenov, Svor)**

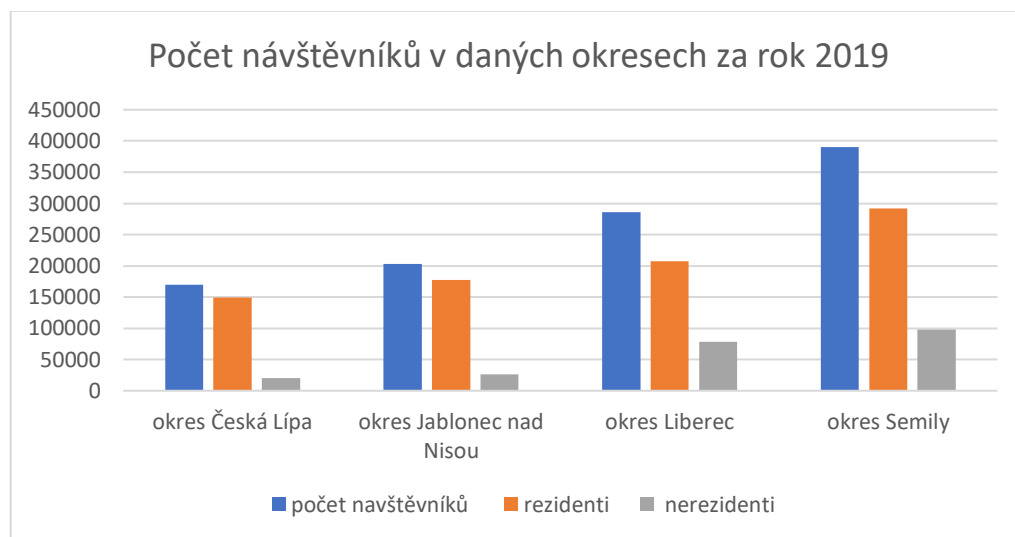
(Portál územního plánování, 2020)

4.5 PŘEDPOKLADY CESTOVNÍHO RUCHU V DANÝCH OKRESECH

Všechny okresy v Libereckém kraji mají veliký potenciál a vysoké ambice být oblíbenou destinací cestovního ruchu. Analýza je zaměřena na několik částí. Nejdříve se zaměřuje na lokalizační faktory, kdy sleduje přírodní a kulturní podmínky v regionu. Poté sleduje realizační faktory, u kterých se zkoumá kvalita a kapacita ubytovacích zařízení. Další důležitá složka materiálně-technické základny je možnost trávení volného času, tedy zážitkový turismus, jako je lyžování, zábavná centra, kulturní akce v regionu. V neposlední řadě je důležitá dopravní infrastruktura a úroveň informativnosti například pomocí informačních center. Druhá část analýzy je věnována statistickým údajům ohledně návštěvnosti a kapacit ubytovacích zařízení. Na závěr je provedena SWOT analýza.

Graf ukazuje, počet návštěvníků v roce 2019, pro porovnání mezi okresy. Čísla jsou použita z Českého statistického úřadu.

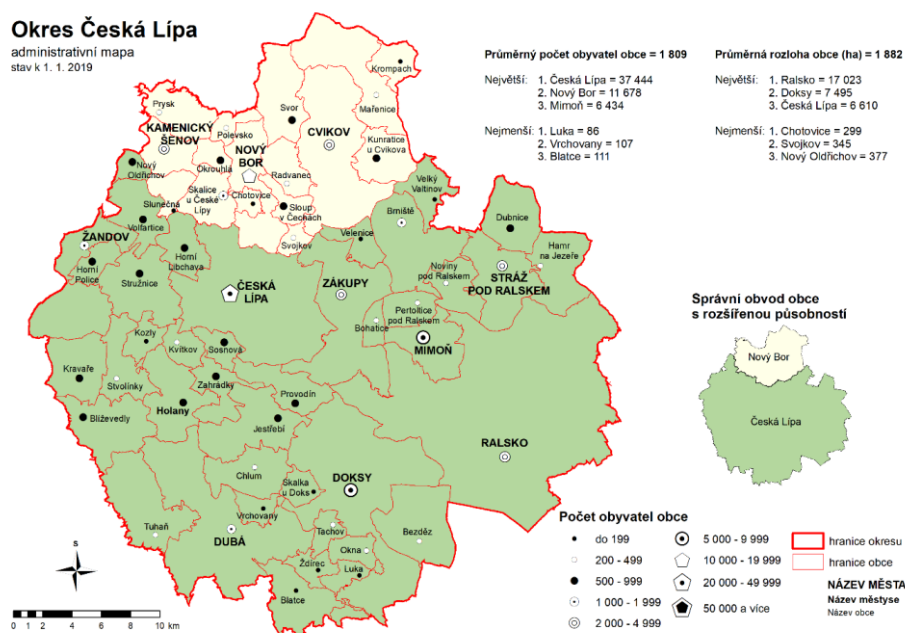
Graf 5: Počet návštěvníků v daných okresech za rok 2019



Zdroj: vlastní zpracování dle dat z ČSÚ, 2020

4.6 POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU V OKRESU ČESKÁ LÍPA

Obrázek 3: Okres Česká Lípa



Zdroj: ČSÚ, 2019

4.6.1 Představení oblasti

Okres Česká Lípa se nachází na západní straně kraje, sousedí s Ústeckým a Středočeským krajem. Na severu pak tvoří státní hranici s Německem. Svou rozlohou patří okresu první místo v Libereckém kraji. Oblast se dělí na dvě části. Na správní obvod obce s rozšířenou působností Česká Lípa, který tvoří většinu okresu. Na tomto území leží obvody pověřených obcí Česká Lípa, Doksy a Mimoň. Druhá oblast se nazývá správní obvod obce s rozšířenou působností Nový Bor, zde jsou pouze dvě obce s rozšířenou působností, a to Nový Bor a Cvikov.

V okresu k 31.12.2019 žilo 103 300 obyvatel, nachází se zde 57 vesnic, z toho 11 má statut města. Právě ve městech žije většina obyvatel, téměř 80 %, největší města jsou Česká Lípa, Mimoň, Doksy a Nový Bor.

Cestovní ruch je neodmyslitelnou součástí kraje. Za rok 2019 navštívilo okres přes 170 000 návštěvníků. Většinou se jednalo o tuzemské turisty. V porovnání s ostatními okresy má sice region největší rozlohu, v počtu návštěvníků je ale poslední. (ČSÚ, 2020)

4.6.1.1 Lokalizační faktory

Přírodní podmínky

Terén v této oblasti je velmi členitý a je možné ho rozdělit do 3 pásem. Na jihu regionu se rozprostírá nížinné pásmo (do 300 m. n. m.). To je oblast Máchova kraje, kde je hlavním cílem pro hosty Máchovo jezero. Místo, kam jezdí lidé hlavně za rekreací a vodními sporty. Kolem jezera jsou i krásné lesy, které se hodí na cyklistiku a turistiku. Střední část okresu zaujímá podhorské pásmo (300-500 m. n. m.), v této oblasti mohou návštěvníci navštívit například bývalý vojenský prostor Ralsko, který byl dlouhá léta nepřístupný nebo skalní město ve Sloupu v Čechách. Na severu okresu převažuje horský pás (nad 500 m. n. m.), v této oblasti se nachází Lužické hory, ve kterých se návštěvníci pohybují jak v létě za cyklistikou a turistikou nebo v zimě za lyžařskými aktivitami. Pro lyžaře je hlavní oblastí Polevsko, kde jsou připravené tratě na běžecké lyžování nebo sjezdovka s vlekem na sjezdové lyžování. Hlavní turistická místa jsou hora Klíč, Panská skála nebo hora Luž, nejvyšší vrchol Lužických hor. (ČSÚ, 2020)

Kulturní podmínky

Území kraje je bohaté i na kulturní památky. Nejnavštěvovanější historickou památkou je hrad Bezděz, který se tyčí kousek od Máchova jezera. V této oblasti najdeme i další velmi oblíbený hrad Houska. Region byl velmi uznávaný a závislý na sklářství a sklárnách. Právě Muzeum sklářství v Novém Boru nebo Kamenickém Šenově patří k oblíbeným atrakcím oblasti. Pro děti je velmi častým cílem Muzeum Čtyřlístku v Doksech. Kolem Máchova jezera bývají proslulé hudební festivaly a další kulturní akce.

4.6.1.2 Realizační faktory

Dopravní infrastruktura

Region se nachází přesně mezi 2 dálničními úseky, úsekem D8 z Prahy směr Ústí nad Labem a D10 z Prahy směr Turnov a dále Liberec. Přímo do okresu vede několik silnic první třídy ze směru z Liberce, Mladé Boleslavi, Litoměřic, Mělníka a Děčína. Další hojně využívaná doprava je železniční a autobusová. Síť těchto linek pokrývá většinu oblasti.

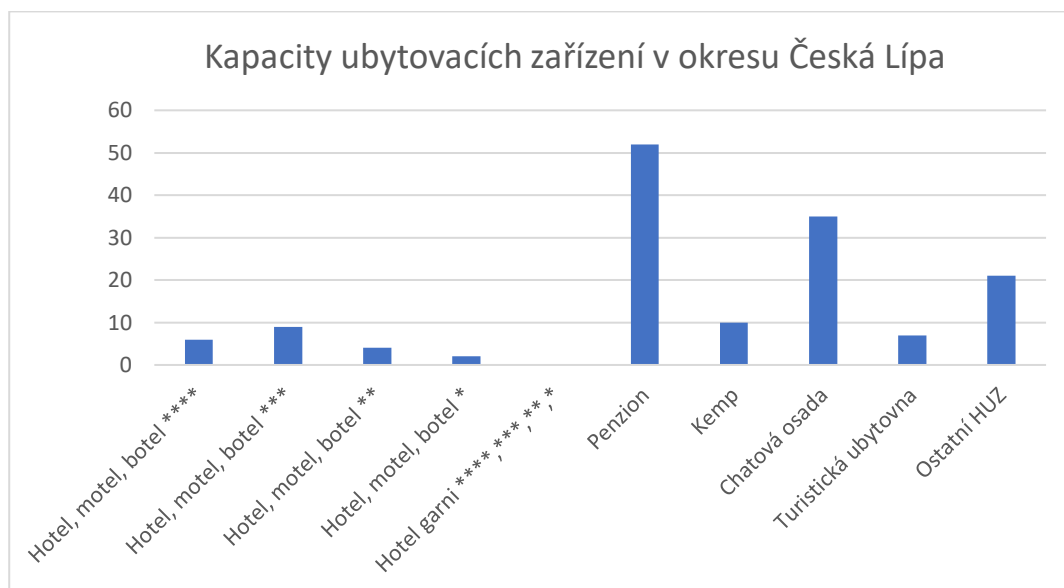
Zábavný a zážitkový průmysl

Region je plný sportovišť od cyklistických tratí po sportoviště vodních sportů v oblasti Hamru na Jezeře nebo u Máchova jezera až po lyžařský areál Polevsko v Lužických horách. U Máchova jezera můžeme také narazit na aquapark, lanové centrum a další zážitkové aktivity. Pro dobrou informativnost je v okrese několik informačních středisek.

4.6.1.3 Ubytovací a stravovací zařízení

Návštěvníci mají mnoho možností, kde se v regionu ubytují nebo budou stravovat. Takto vypadaly kapacity pro rok 2019. V oblasti bylo celkově možné se ubytovat ve 146 zařízeních.

Graf 6: Kapacity ubytovacích zařízení v okrese Česká Lípa

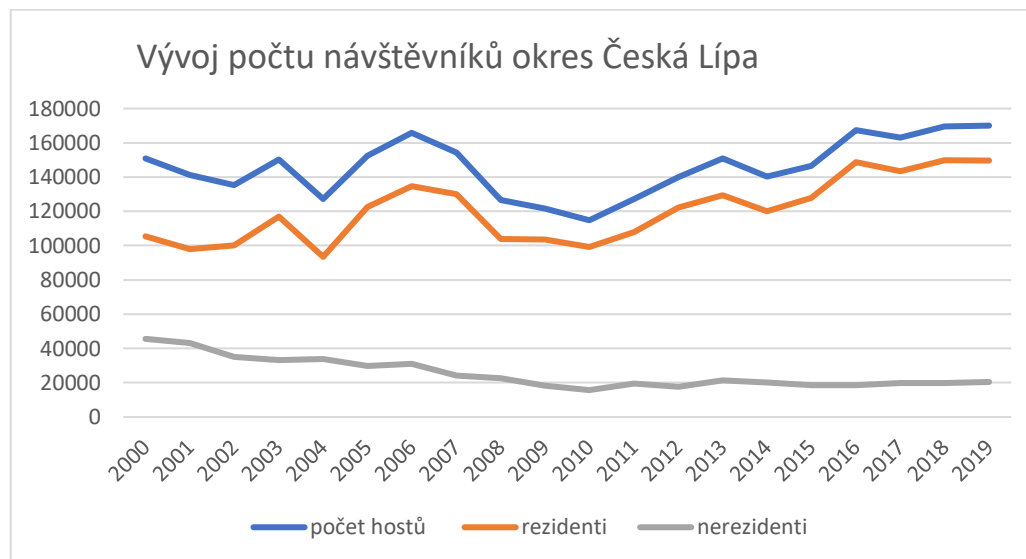


Zdroj: vlastní zpracování dle dat z ČSÚ, 2020

Podle grafu je zřejmé, že nejčastější možné ubytovací zařízení je penzion. Jejich počet v oblasti přesahuje 50 objektů. V okrese se vyskytuje také mnoho chatových osad a kempů. Hlavně kempy a chatové osady kolem Máchova jezera jsou velmi oblíbené jak pro klasické návštěvníky, tak i pro dětské tábory nebo školy v přírodě. Při zaměření na vývoj počtu ubytovacích zařízení v regionu lze zjistit, že stav začátkem 21. století se současným stavem je téměř totožný. V roce 2000 se dalo ubytovat ve 152 zařízeních. V současnosti se pohybuje počet objektů kolem 146 zařízení.

4.6.2 Statistiky návštěvnosti

Graf 7: Vývoj počtu návštěvníků od roku 2000 do roku 2019 okres Česká Lípa



Zdroj: vlastní zpracování dle dat z ČSÚ, 2020

Počet návštěvníků v regionu Česká Lípa za daný počet let mírně kolísá. Nejvyšší zaznamenaná návštěvnost byla v posledním roce šetření, a to 170 000 návštěvníků. Nejméně návštěvníků navštívilo region v roce 2010, kdy návštěvnost činila přibližně 115 000 tisíc návštěvníků. Vývoj počtu hostů téměř kopíruje vývoj počtu rezidentů. Z toho vyplývá, že je region navštěvován převážně českými turisty. Počet hostů z jiných zemí stále klesá. Od roku 2000 se návštěvnost zmenšila více jak o polovinu. Pokles nerezidentů může být přikládán zvýšení nabídky cestovního ruchu ve světě.

Elementární charakteristika nám také poukázala, že nejnižší koeficient růstů byl zaznamenán v roce 2008. Počet návštěvníků klesl téměř o 20 %, což znamenalo snížení návštěvnosti o 27 663 hostů. Tento pokles ale neznačí nezáměr o region, ale spíše administrativní změny. Od roku 2008 totiž byla malá část oblasti okresu přesunuta pod okres Liberec. Jednalo se o Jablonné v Podještědí a okolí, do kterého například patří oblíbený státní zámek Lemberk. Rok 2010 byl v návštěvnosti sice nejhorší, ale během roků 2011 a 2012 se návštěvnost znovu zvyšuje. Koeficient růstu je v těchto letech kolem 10 %. Na tomto zvýšení mohou mít zásluhu dvě události. První je z roku 2011, kdy se oblíbený hudební festival "Mácháč" z jednoho dne mění na dvoudenní festival. Návštěvnost festivalu se pohybuje kolem 10 tisíc na den. Proto jeho prodloužení mohlo ovlivnit celkovou návštěvnost. Druhá událost se váže

k roku 2012, kdy v Doksech vzniká Muzeum Čtyřlístku. Muzeum Čtyřlístku v roce 2019 navštívilo 26 000 návštěvníků, proto jde vyvodit, že otevření muzea v prosinci 2011 také ovlivnilo počty návštěvníků. (Muzeum Čtyřlístku,2020)

4.6.3 SWOT analýza

<p>Silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> • pestrost regionu (Máchův kraj, Lužické hory) • výhodná geografická poloha (státní hranice s Německem) • velký počet kulturních akcí (Máchův kraj) • dostatek ubytovacích zařízení (spíše nižší třídy -> chatové osady, kempy) • velké množství přírodních a kulturních památek • kvalitní dopravní infrastruktura • dostatek zážitkových atrakcí (Máchovo jezero) 	<p>Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> • závislost regionu na cestovním ruchu, hlavně v turistických oblastech • nedostatek kvalitních HUZ a celkově vybavenost oblasti • znečištění kolem Máchova jezera • nevyužitelnost potenciálu Lužických hor → špatná propagace oblasti • horší dopravní infrastruktura v okrajových oblastech a celkově horší kvalita komunikací nižší třídy • špatná informativnost
<p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • vytvoření kombinovaných balíčků • zlepšení stavu a rozšíření některých komunikací a železničních sítí • propagační spoty, brožury a nové programy na podporu cestovního ruchu • dostatek prostoru pro nové projekty • modernizace a rozšíření vodního světa na Máchově jezeře, využití potenciálu Lužických hor (lyžování) • modernizace ubytovacích zařízení • přeshraniční spolupráce • lepší informativnost (značení) rozšiřování cyklostezek a turistických tras 	<p>Hrozby</p> <ul style="list-style-type: none"> • nevyzpytatelnost počasí -> nedostatek sněhu v Lužických horách, příliš mnoho srážek v létě • špatný technický stav památek • růst turistického tlaku může vést k poškozování památek a životního prostředí • pokles zájmu o danou oblast (špatný návrat investic) • nedostatečná modernizace a propagace destinaci • velké finanční nároky na udržitelnost oblasti • při velkém nárůstu návštěvníků nedostatek kvalitního zázemí, míst k ubytování, nedostatek parkovacích míst

4.6.4 Doporučení pro rozvoj cestovního ruchu v okrese Česká Lípa

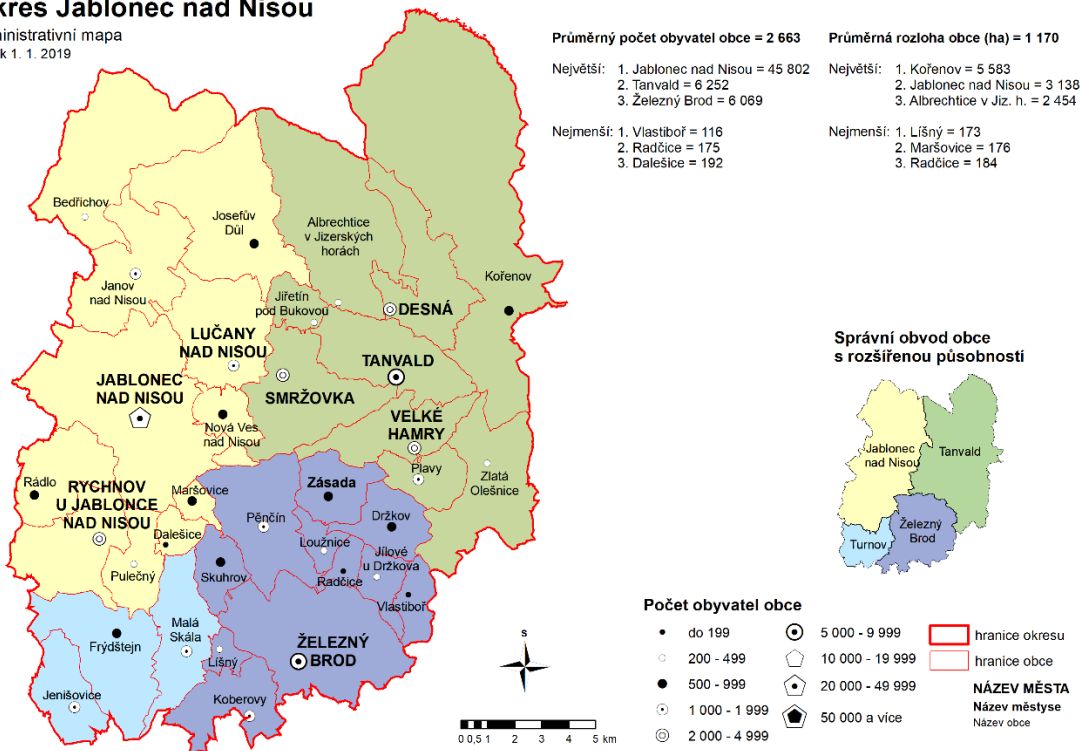
Okres Česká Lípa je nejméně navštěvovaný region Libereckého kraje. Pokud se chce oblast přibližovat ostatním regionům, musí využít co nejvíce své možnosti rozvoje a co nejlépe investovat finanční prostředky na podporu regionu. Rozloha okresu je dostatečná pro nové investice, proto si myslím, že by měl okres využít potenciál a přilákat nové investory, kteří by mohli vybudovat nová moderní ubytovací zařízení nebo zlepšit stávající stav rekreačních zařízení. Mnoho objektů kolem Máchova jezera je svým stavem nedostačující pro většinu potenciálních hostů. Proto je velmi důležité se zaměřit na jejich modernizaci a údržbu. Zážitek atrakce nedosahují úrovně, kterou nabízí konkurence, i zde by se mělo postupně modernizovat, aby nebyl patrný odsun návštěvníků. Velkým problémem je nepořádek a velká produkce odpadu kolem jezera. Jen rychlý zásah může ochránit rostlinné a živočišné druhy v zasažených oblastech. Turistická oblast Máchův kraj má mnoho kulturních i přírodních památek, které doplňují zážitkové atrakce, proto by mohla oblast vytvořit balíček výhod prostřednictvím slevové karty, kterou by návštěvníci získali při ubytování. Tento produkt by mohl rovnoměrně zatížit místa cestovního ruchu a zároveň podpořit finančně i místa, která nemají takovou návštěvnost. Další prostor ke zlepšení vidím v propagaci. Například vytvoření brožury s aktuální nabídkou nebo vytvoření novodobého průvodce s mnoha informacemi a kvalitními fotografiemi. Stávající stav brožur, map nebo průvodců je velmi zastaralý a nedostačující. Co se oblastem podařilo? Je to vytvoření aktualizovaných a jednoduchých internetových stránek, které jsou pro regiony přínosem. K dobré propagaci patří také spravování sociálních sítí. V tomto velmi pokulhává oblast Máchova kraje, zde bych doporučil vytvořit aktivní facebookový a instagramový profil. Velmi obdobné projekty by mohly pomoci také oblasti Lužických hor.

4.7 POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU V OKRESU JABLONEC NAD NISOU

Obrázek 4: Okres Jablonec nad Nisou

Okres Jablonec nad Nisou

administrativní mapa
stav k 1. 1. 2019



(ČSÚ, 2019)

4.7.1 Představení oblasti

Okres Jablonec nad Nisou je svou celkovou rozlohou nejmenší region Libereckého kraje. Počtem obyvatel je však srovnatelný s ostatními oblastmi, například hustotou zalidnění 225,4 obyvatele na km² se řadí okres na první příčky v ČR. Při zaměření na polohu okres leží mezi libereckým a semilským okresem a na severu tvoří 18,1 km dlouhou státní hranici s Polskem. Okres se dělí na 4 části. Nejdůležitější je správní celek obce Jablonec nad Nisou, který je centrem celého okresu. Dále je zde území správní obvod obce Železný Brod, pod který spadají i obce Frýdštejn a obec Malá Skála. Tyto obce jinak patří pod správní obvod obce Turnov s rozšířenou působností. Na severu regionu je správní obvod obce Tanvald, tento obvod zasahuje i do okresu Semily.

V regionu se nachází 34 obcí, z toho 8 měst. Podle dat z ČSÚ má okres Jablonec nad Nisou kolem 90 000 obyvatel, z toho právě 80 % žije ve městech. Největší město je právě Jablonec nad Nisou s 45 000 obyvateli, což je polovina všech obyvatel regionu.

Cestovní ruch je jeden z hlavních příjmů celé oblasti. V roce 2019 okres navštívilo přes 200 000 návštěvníků, což se regionu podařilo naposledy v roce 2002. Region těží především z jeho geografické polohy, kdy region pokrývají z velké části Jizerské hory. Malá část regionu zasahuje i do Českého ráje. (ČSÚ, 2020)

4.7.1.1 Lokalizační faktory

Přírodní podmínky

Terén celé oblasti je velmi členitý. Hlavní oblastí okresu jsou Jizerské hory, které se rozprostírají po celé severní straně, na východní hranici okresu přechází hornaté pásmo z Jizerských hor na západní stranu Krkonoš. Jizerské hory jsou ideálním místem pro turisty v letním období, kdy návštěvníci preferují pěší turistiku nebo jízdu na kole. V zimních měsících jsou Jizerské hory proslulé běžkařskými trasami (Jizerská magistrála) nebo sjezdovým lyžováním. Pro turisty je také velkým zpestřením návštěva rozhleden, kterých je na území velké množství. Nejznámějšími jsou například rozhledny Štěpánka, Královka, Slovanka nebo Černá studnice. Mezi přírodní krásy Jizerských hor také patří nespočet rašelinišť nebo vodopádů. Na jižní straně je oblíbené údolí řeky Jizery, které navštěvují hlavně vodáci. Poblíž údolí se také nachází NPP Suché skály nebo PP Maloskalsko.

Kulturní podmínky

Region je spíše hornatý, a proto na jeho území nenalezneme tolik hradů a zámků jako u ostatních regionů. Výjimkou je hrad Frýdštejn, který patří mezi velmi oblíbené cíle regionu nebo hrad Vranov – Pantheon, z kterého je nádherný výhled na řeku Jizeru. Velmi navštěvované je i Muzeum ozubnicové dráhy v Kořenově nebo sklářská osada Kristiánov. Součet návštěvníků těchto dvou míst se ročně pohybuje kolem 10 tisíc. Centrem kultury je i město Jablonec nad Nisou, které láká na hudební koncerty, divadelní představení nebo sportovní utkání.

4.7.1.2 Realizační faktory

Dopravní infrastruktura

Region je dobře dostupný pro veškeré návštěvníky. Do okresu vede téměř přímo dálnice D10 z Prahy do Turnova. Dobré je i železniční pokrytí, kdy přes region vedou hlavní spoje jako je Liberec – Pardubice, Praha – Tanvald nebo mezistátní spoj Liberec – Sklářská Poręba. Ideální spojení do horských oblastí poskytují skibusy a cyklobusy vyjíždějící převážně z Liberce nebo Jablonce nad Nisou.

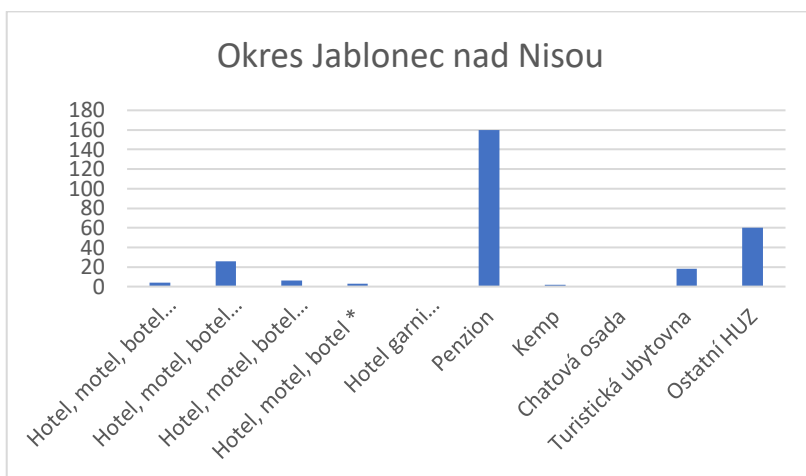
Zábavný a zážitkový průmysl

Velké možnosti nabízí Jablonec nad Nisou, kde je možnost navštívit nejrůznější sportoviště a další atrakce. Na Malé Skále funguje projekt, kdy návštěvníci jedou část cesty lodí po řece Jizeře a na zpáteční cestu si vypůjčí koloběžky. Další možnosti nabízejí Jizerské hory, kde najdeme lanovky, půjčovny kol a jiného vybavení nebo možnost koupání s wellness. Velký význam pro oblast má každoroční závod Jizerská 50, která každý rok přivede tisíce závodníků a fanoušků. V roce 2019 se závodů zúčastnilo více jak 5000 závodníků všech věkových kategorií. (JIZ 50 SKI, 2020)

4.7.1.3 Ubytovací a stravovací zařízení

Celková kapacita okresu Jablonec nad Nisou činí 279 ubytovacích zařízení. Většina ubytovacích zařízení se nachází v Jizerských horách nebo přímo v Jablonci nad Nisou. Zde je k dispozici graf kapacit v regionu s údaji za rok 2019.

Graf 8: ubytovací kapacity okres Jablonec nad Nisou

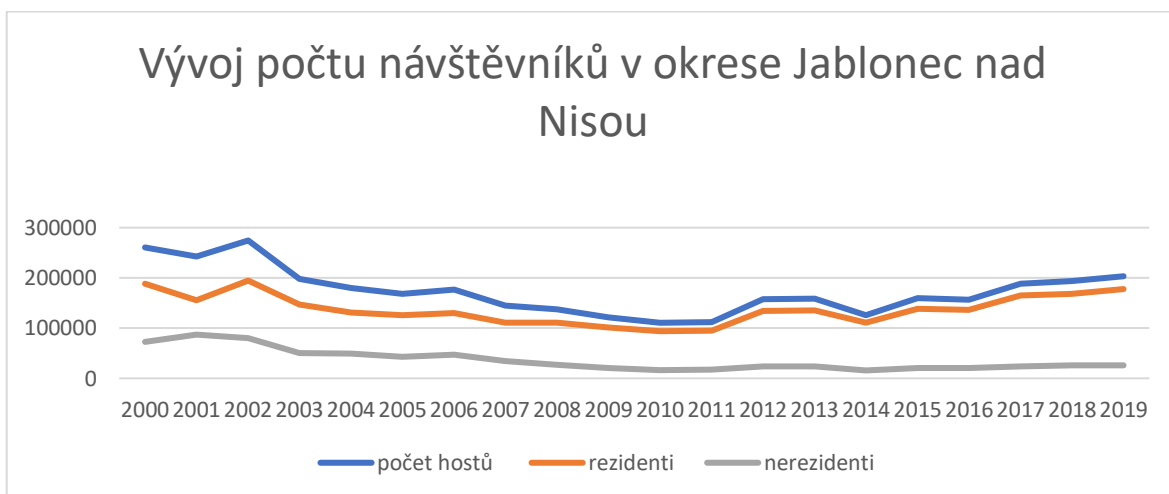


Zdroj: vlastní zpracování dle dat z ČSÚ, 2020

Je zřejmé, že nejčastějším ubytovacím zařízením jsou penzióny, kterých je v oblasti 160. Velmi časté je také pronajímání horkých chalup, které lze zařadit mezi ostatní HUZ. Ve městech je nejčastější typ ubytování v hotelu.

4.7.2 Statistiky návštěvnosti

Graf 9: Vývoj počtu návštěvníků od roku 2000 do roku 2019 v okrese Jablonec nad Nisou



Zdroj: vlastní zpracování dle dat z ČSÚ, 2020

Vývoj turismu v dané oblasti se dostává zpátky na výsluní, za rok 2019 navštívilo oblast 200 000 hostů. V roce 2002 navštívilo okres za posledních 20 let nejvíce návštěvníků, bylo to téměř 275 000 hostů.

Po větším poklesu, který gradoval v roce 2010 (110 000 návštěvníků), tedy přichází příslib do budoucna. Při porovnání diferencí je zřejmé, že největší pokles byl mezi lety 2002 a 2003. Jedním z důvodů bylo, že počet zahraničních turistů klesl téměř o 30 tisíc hostů. Nabídka v cestovním ruchu je velmi pestrá a stále se rozrůstá. Zastaralost horských středisek a dalších nabízených služeb, mohla být důvodem stagnace přílivu zahraničních hostů. Další pokles přichází kolem roku 2008. Tato situace je zapříčiněná celkovou hospodářskou krizí, kdy lidé celkově méně cestují. V neposlední řadě je důvod znovu pokles zájmu o Českou republiku jako destinaci cestovního ruchu. V této době byl bazický index na hodnotě 0,42, což znamená pokles od roku 2000 více jak o polovinu. (Ministerstvo vnitra, 2010)

Největšího nárůstu návštěvnost dosáhla v roce 2012, kdy byl koeficient růstu kolem 40 %. Důvodem bylo opadnutí hospodářské krize, ale i nové projekty v regionu. Například vznik cyklostezky kolem Jizery a nápad propojení jízdy lodí a půjčování koloběžek.

Návštěvnost v této lokalitě, a hlavně v Jizerských horách, je také velmi závislá na počasí, kdy v zimní sezóně jde o dostatek sněhu. Naopak v létě o co nejmenší množství srážek. (Greenway – Jizera, 2020)

4.7.3 SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • výhodná geografická poloha (státní hranice s Polskem) • atraktivní oblasti pro návštěvníky (Jizerské hory) • využitelnost cestovního ruchu v zimě i v létě (zima – lyžování, léto – cyklistika, turistika) • dobrá silniční i železniční infrastruktura • dostatek přírodních a kulturních památek (PP Maloskalsko, CHKO Jizerské hory) • dostatečná kapacita HUZ • dobrá informativnost (sít' IC, naučné stezky) • Jizerky card (zážitková karta) 	<ul style="list-style-type: none"> • konkurence u ubytovacích zařízeních (přebytek HUZ) • velká závislost na cestovním ruchu (Jizerské hory) • nedostatečné množství ploch pro investice • nedostatek parkovacích míst v turistických oblastech • narušení přírodních podmínek Jizerských hor • horší kvalita služeb a zastaralost některých HUZ

Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • neustále rozšiřování a zdokonalování služeb pro návštěvníky regionu (modernizace skiareálů, hotelů,) • připravenost na vyšší návštěvnost rezidentů i nerezidentů • modernizace některých silničních komunikací hlavně 2 a 3. tříd • vytvoření marketingové strategie (nové programy na podporu, reklama) • rozšiřování cyklostezek kolem Jizery, vytváření nových naučných stezek v Jizerských horách 	<ul style="list-style-type: none"> • růst turistického ruchu může vést k poškozování chráněného přírodního území (Jizerské hory) • závislost regionu na cestovním ruchu (nestabilní odvětví) • nevyzpytatelnost počasí -> nedostatek sněhu v Jizerských horách • velké finanční nároky na udržitelnost oblastí • velká konkurence na trhu cestovního ruchu (sousední Krkonoše, Lužické hory) • nenávratnost vysokých investic (vysoké investice do horských hotelů)

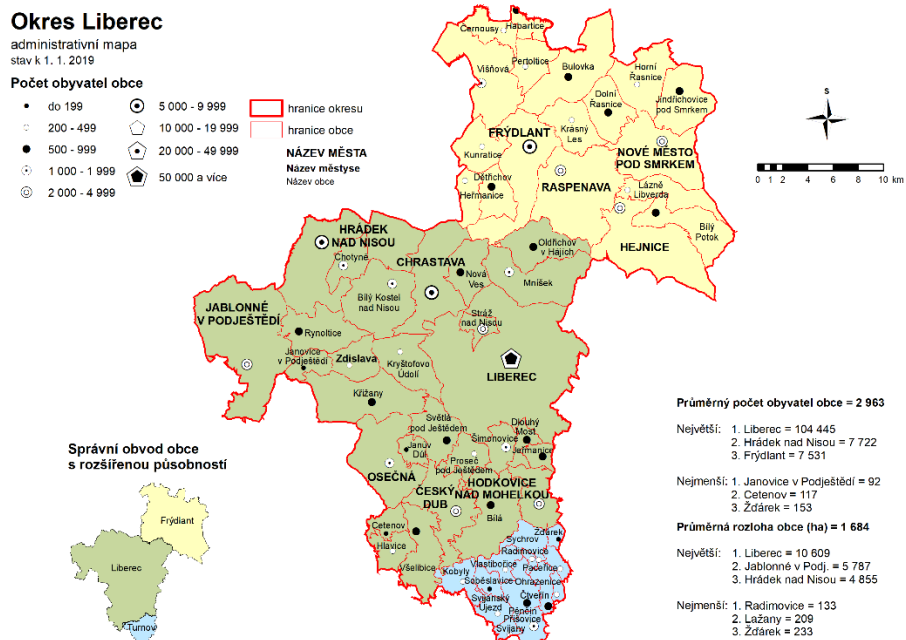
4.7.4 Doporučení pro rozvoj cestovního ruchu v okrese Jablonec nad Nisou

Cestovní ruch v tomto okrese má dlouholetou tradici. I přesto byly u regionu při analýze návštěvnosti za sledované období zjištěny největší rozdíly a velké kolísání v počtu hostů. V posledních letech však region zažívá opět dobré časy a jeho návštěvnost roste. Aby tento trend pokračoval, musí okres vynaložit dostatek úsilí a finanční podpory do rozvoje cestovního ruchu. Velký důraz by měl být kladen na modernizaci hromadných ubytovacích zařízení a stravovacích zařízení, velká množství objektů působí zastarale a neshodují se s požadavky spotřebitelů. Skiareály v Jizerských horách jsou také spíše zastaralé a návštěvníci dávají přednost modernějším areálům například v Krkonoších. I zde by měla být dostatečná podpora podnikatelů a hledání možných investorů. V Jizerských horách také chybí dostatek parkovacích míst. Tento problém by mohlo vyřešit rozšíření stávajících parkovacích ploch nebo zvýšit pravidelnost autobusových spojení z Liberce a Jablonce nad Nisou.

Důležitá součást rozvoje cestovního ruchu je dobře fungující marketingová strategie. Proto by měla propagace regionu projít dostatečnými změnami, např. zmodernizovat internetové stránky, využívat sociální sítě. Nedostatečná je i propagace pro zahraniční návštěvníky. Reklama by měla oslovit převážně sousedící země, tedy Německo a Polsko. Reklamní spoty nebo účast na veletrzích v těchto zemích může vést k přívalu nových návštěvníků.

4.8 POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU V OKRESU LIBEREC

Obrázek 5: Okres Liberec



Zdroj: ČSÚ, 2019

4.8.1 Představení oblasti

Okres Liberec je sídlem krajského a zároveň největšího města oblasti Liberce. Celkově je okres velmi důležitý pro fungování celé oblasti. Rozlohou 989 km² je region těsně na druhém místě za okresem Česká Lípa. Počtem obyvatel, ale zcela převyšuje ostatní regiony, důvodem je město Liberec, které má přes 100 tisíc obyvatel. Okres Liberec hraničí se všemi ostatními regiony. Na západní straně sousedí s okresem Česká Lípa. Na východě pak s okresem Jablonec nad Nisou a na jihovýchodní straně s okresem Semily. Na severu region tvoří státní hranici s Německou i Polskou republikou. Na jihu pak se Středočeským krajem. Oblast regionu se dělí na 2 správní celky. Na správní celek obce Liberec s rozšířenou působností a na správní celek obce Frýdlant s rozšířenou působností, na jihu zasahuje i do správního celku obce Turnov.

V oblasti se nachází 59 obcí, z toho 11 má statut města. Kromě už zmíněných měst se v regionu nachází města Chrastava, Hodkovice nad Mohelkou nebo Nové Město pod Smrkem. Jako u ostatních okresů je přes 80 % obyvatel z městských částí. (ČSÚ, 2020)

4.8.1.1 Lokalizační faktory

Přírodní podmínky

Jako u předešlých okresů je povrch velmi členitý. Na severu se rozprostírá část Jizerských hor s nejvyšší horou Smrk (1124 m. n. m.), která se vypíná přímo u polských hranic. Jizerské hory turisty lákají, jak na své přírodní památky, tak na terén, který je vhodný pro turistiku a cyklistiku nebo zimní sporty. Na severozápadě se rozprostírají Lužické hory. Zde se stává vyhledávaným cílem například PP Bílé kameny. Ve střední části regionu, nad městem Liberec, se tyčí nejznámější místo celého kraje. Jedná se o televizní vysílač a hotel Ještěd. Tento symbol oblasti je nejvyšší bod Ještědsko – Kozákovského hřebene.

Kulturní podmínky

Hlavním kulturním centrem regionu je město Liberec. Ve městě sídlí Severočeské muzeum nebo Technické muzeum. Na náměstí Dr. Edvarda Beneše stojí krásná novorenesanční radnice z roku 1893. Hned vedle je také možné navštívit významné divadlo F. X. Šaldy. Součástí okresu je několik zámku a hradů, mezi nejnavštěvovanější patří zámek Sychrov nebo zámek a hrad Frýdlant. V Liberci se koná také jeden z největších hudebních festivalů v ČR, nazývaný Benátská noc.

4.8.1.2 Realizační faktory

Dopravní infrastruktura

Do okresu vede dálnice D10, která končí v Turnově a plynule se mění na silnici R35 směřující do Liberce. Silnice dále pokračuje přes Chrastavu až do Německa. Velmi využívané je autobusové spojení na lince Liberec – Praha, Černý most, která konkurenčně poráží železniční dopravu. Ta se zaměřuje spíše na trasy Liberec – Pardubice nebo Liberec – Ústí nad Labem.

Zábavný a zážitkový průmysl

V Liberci lze najít jedno z největších zábavných center v České republice. Jedná se o centrum Babylon. Tento objekt v sobě zahrnuje aquapark, lunapark, IQpark. Součástí komplexu je i hotel a několik restaurací. Do areálu patří vedlejší budova, ve které sídlí

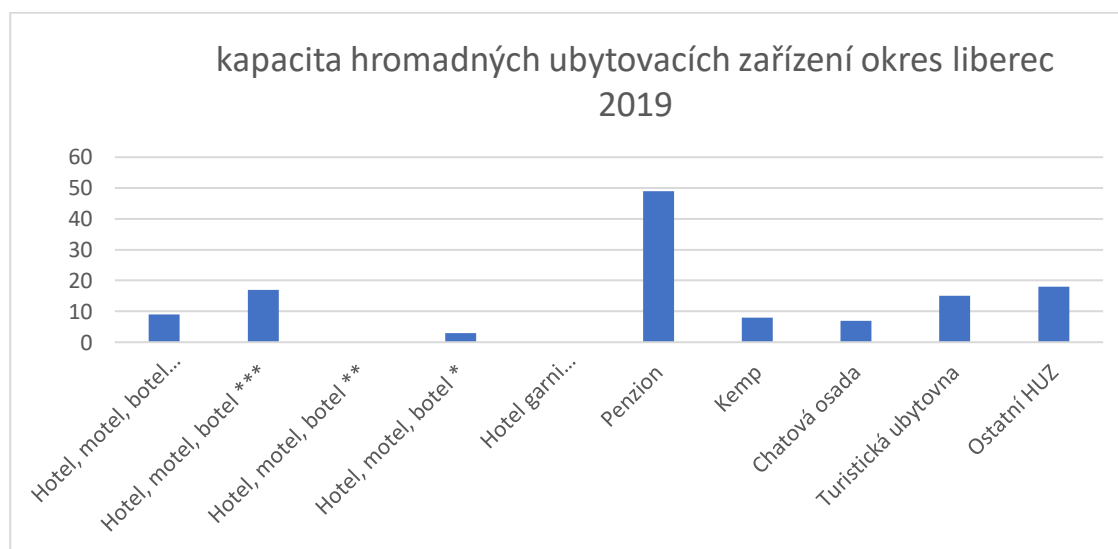
liberecká IQlandie, která naučnou formou baví své návštěvníky. Liberec je také město lyžování, Ski areál Ještěd patří k největším lyžařským střediskům v tuzemsku. Velkým tahákem pro návštěvníky je také nejstarší zoologická zahrada v ČR. Po celém regionu lze najít několik cyklostezek, sportovišť nebo půjčoven sportovního vybavení. Pro informativnost fungují v každém městě infocentra pro turisty.

4.8.1.3 Ubytovací a stravovací zařízení

Celková kapacita ubytovacích zařízení v okrese Liberec byla pro rok 2019 přesně 126 objektů. Za zkoumané roky, tedy od roku 2000, je počet zařízení poměrně konstantní. Propad přišel kolem hospodářské krize, kdy mezi lety 2008–2011 se stav snížil až na 72 objektů. V tomto období upadal zájem o cestovní ruch a nabídka přesahovala poptávku. V roce 2012 však nárůst kapacit stoupl o 62 objektů a koeficient růstu činil přibližně 80 %.

V daném okrese je nejvíce penzionů a hotelů. Počet hotelů je vyšší i kvůli tomu, že součástí oblasti je velké město, kde je výskyt hotelů častější.

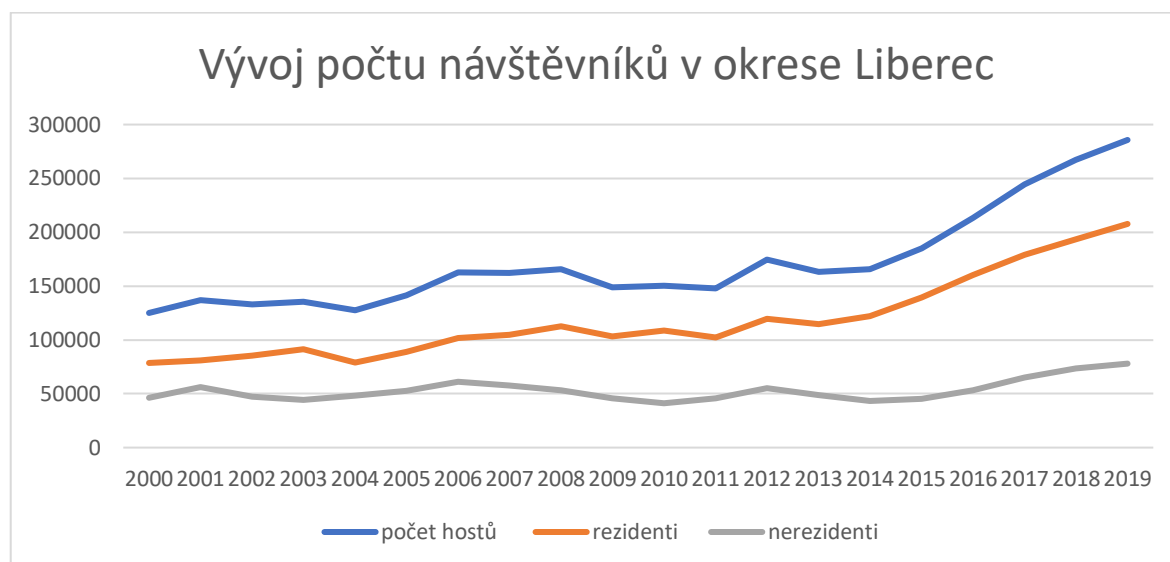
Graf 10: Kapacity ubytovacích zařízení okres Liberec



Zdroj: vlastní zpracování dle dat z ČSÚ, 2020

4.8.2 Statistiky návštěvnosti

Graf 11: Vývoj počtu návštěvníků od roku 2000 do roku 2019 okres Liberec



Zdroj: vlastní zpracování dle dat z ČSÚ, 2020

Na rozdíl od ostatních okresů se návštěvnost v okrese Liberec za zkoumané období příliš nesnižovala. Počet návštěvníků se od roku 2000 více jak zdvojnásobil, to dokazuje i bazický index, který se roce 2019 rovnal 2,2844. Počet návštěvníků v roce 2019 dosahoval 285 694 hostů. Většina návštěvníků jsou rezidenti, ale na rozdíl od ostatních regionů i počet nerezidentů je na svém maximu. Koeficient růstu se poslední roky drží kolem 10 % nárůstu za rok. Je tedy zřejmé, že o destinaci je zájem a každým rokem přibývají návštěvníci. Tento růst určitě poznamenalo několik událostí v regionu. Například v roce 2006 (koeficient růstu 16 %) se otevřela multifunkční sportovní aréna, která od svého vzniku pořádala několik kulturních i sportovních událostí, které pomohly zájmu o Liberec. (Sport park Liberec, 2020)

Kolem roku 2009 přišla mírná stagnace, která je zřejmá u všech okresů. Tato stagnace je ovlivněna hospodářskou krizí, kdy cestovní ruch procházel horším obdobím. Reakcí na snížení zájmu o oblast bylo v roce 2013 představení Jizerky Card, která láká turisty na mnoho výhod. (Jizerky, 2020)

Okresu také pomohl přesun největšího hudebního festivalu v kraji, a to Benátské noci, která se konala v Liberci poprvé v roce 2012 (koeficient růstu v tomto roce 18 %). Festival navštívilo například v roce 2019 za víkend 40 000 fanoušků. (Benátská noc, 2020)

Poslední velmi významnou událostí v cestovním ruchu v regionu bylo otevření nového komplexu IQlandia. Ta se stala hned po svém otevření hitem. Protože je region velmi spjatý se zimními sporty, je pro návštěvnost velmi důležitá zimní sezóna. Ta je z velké části ovlivněna sněhovými podmínkami.

4.8.3 Swot analýza

<p>Silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> • výhodná geografická poloha (státní hranice s Polskem i Německem -> euroregion Nisa) • různorodost krajiny s turistickými oblastmi (Jizerské hory, Lužické hory) • výborná silniční infrastruktura (přímé spojení s Prahou, Německem, Polskem) • dobré finanční zázemí region (Liberec) • dostatečná kapacita HUZ • marketingová strategie • vysoký počet atraktivních míst v regionu (Ještěd, ZOO, Babylon) 	<p>Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> • velké turistické zatížení atraktivních turistických míst • nedostatek parkovacích míst • velká konkurence pro hoteliéry a majitele restaurací • zastaralá železniční infrastruktura • regionální disparita (upřednostňování Liberecka před Frýdlantskem) • rozšiřování průmyslových center
<p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • místo pro nové investice (okolí Liberce) • připravenost na zvýšenou návštěvnost rezidentů i nerezidentů • modernizace silniční i železniční infrastruktury (přímá železniční trať do Prahy) • nové marketingové programy, kampaně, letáky • rozšiřování lyžařského střediska Ještěd • výstavba nových hotelových komplexů • využívání nástrojů regionální politiky pro podporu malých a středních podniků • zvyšování atraktivity Frýdlantska 	<p>Hrozby</p> <ul style="list-style-type: none"> • velké finanční náklady na udržitelnost cestovního ruchu • růst turistického tlaku může vést k poškozování památek a životního prostředí • nenávratnost investovaných finančních prostředků do regionu • konkurence ostatních oblastí (úbytek turistů) • nejistota sněhových podmínek ve skiareálech (Ještěd) • zhoršující technický stav památek a jiných zařízení v cestovním ruchu

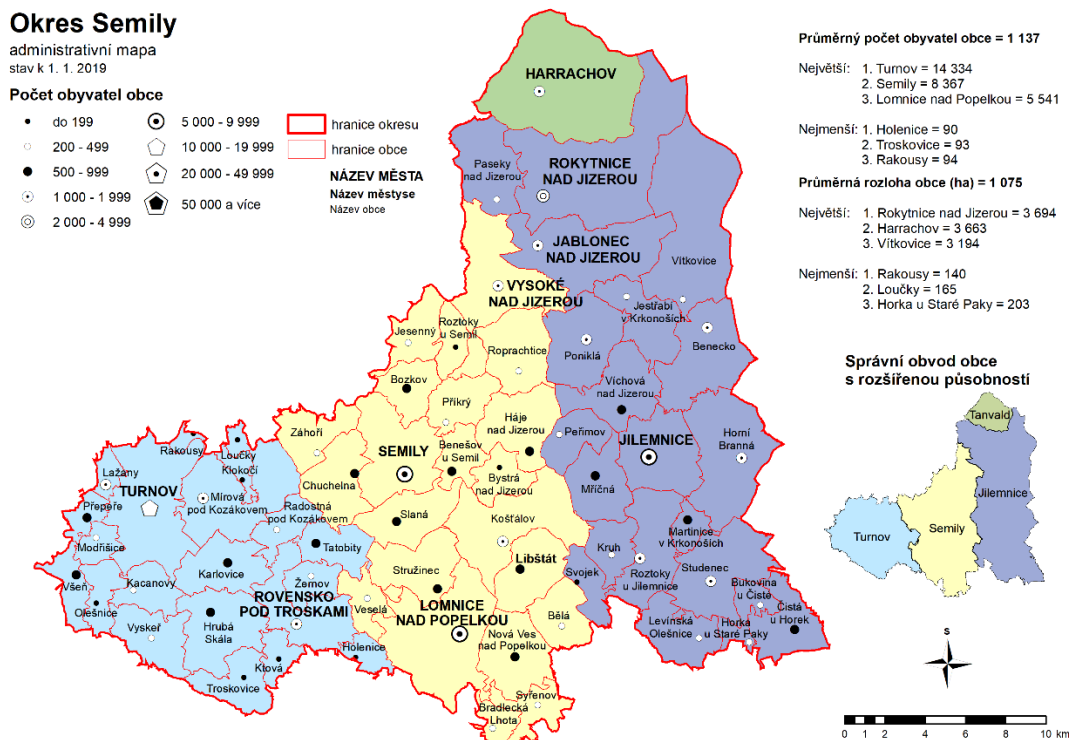
4.8.4 Doporučení pro rozvoj cestovního ruchu v okrese Liberec

Velkým problémem okresu je regionální disparita, kdy je Liberecko upřednostňované před Frýdlantskem. Rozdíly jsou patrné jak v cestovním ruchu, kdy návštěvnost Frýdlantska je několikrát menší, ale i úrovní života rezidentů. Na Frýdlantsku není tolik pracovních míst a kvalita služeb není na tak dobré úrovni. Myslím si, že by bylo vhodné podpořit region finanční podporou, ale i vybudováním dobrého zázemí pro rozvoj cestovního ruchu. Za podpory investorů by bylo možné například vytvořit rekreačního středisko v blízkosti Nového Města pod Smrkem. Nové Město pod Smrkem je výchozím bodem pro túry do Jizerských hor nebo nástupním místem singltrekových tratí pro horská kola. V blízkosti města se nachází lázně Libverda, které by potřebovaly zmodernizovat. Velký problém je také nedostatečná propagace oblasti. Proto by měl investovat kraj do marketingové kampaně na podporu tohoto regionu.

V Liberci patří k nejnavštěvovanějším místům ZOO Liberec, která ale značně pokulhává ve svém rozvoji. Výběhy pro zvířata jsou malé a pavilony nedostačující, proto by měla i zoologická zahrada projít dostatečnou rekonstrukcí a rozšířením areálu do vedlejších lesů. Poslední možné doporučení je ohledně modernizace železniční infrastruktury. Například železniční spoj do Prahy je zcela nedostačující a délka jízdy je téměř dvakrát delší než autobusovými spoji. Proto by se měl kraj snažit najít řešení v modernizaci této trati, která by mohla zajistit větší nárůst návštěvníků regionu.

4.9 POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU V OKRESU SEMILY

Obrázek 6: Okres Semily



Zdroj: ČSÚ, 2019

4.9.1 Představení oblasti

Okres Semily se rozprostírá na západní straně kraje. Na severu tvoří okres krátkou hranici s Polskem (14 km). Na východní straně sousedí s okresem Liberec a okresem Jablonec nad Nisou. Na jihu pak sousedí se Středočeským krajem, na západě hraničí s Královéhradeckým krajem. Rozlohou 699 km² patří k menším okresům. Region se skládá ze 3 hlavních částí, ze správního obvodu obce Turnov, který zasahuje i do okresu Liberec. Další správní obvod s obcí s rozšířenou působností tvoří město Semily. V okrese se nachází 69 obcí, z toho je 9 měst. Na rozdíl od ostatních okresů, kde většina obyvatel žije ve městech, v okrese Semily je rozložení rovnoměrné – ve městech žije 56 % obyvatel. (ČSÚ, 2020)

4.9.1.1 Lokalizační faktory

Přírodní podmínky

Jako ostatní oblasti i okres Semily má velmi členitý terén. Oblast je rozdělena na 3 základní pásma. První pásmo je horské, jedná se o oblast Krkonoš, které se rozprostírá na severní straně regionu. Oblast je velmi oblíbená mezi turisty, kteří navštěvují převážně horská střediska v Harrachově, Rokytnice nad Jizerou nebo Benecku. Krkonošský národní park má mnoho přírodních skvostů. Jeden z nich se nachází na okraji Harrachova, jedná se o Mumlavské vodopády. Ve střední části okresu se rozkládá pásmo podhorské, které zaujímá hlavně Semilsko a Jilemnicko. Toto území se nazývá Podkrkonoší. Na jižní straně se objevuje pásmo mírně zvlněné a nížinaté. Jedná se o oblast Českého ráje. Je to území, které se svými přírodními krásami zapsalo jako geopark UNESCO. Hlavní atrakcí pro turisty jsou pískovcové skály a skalní města. Další přírodní dominantou okresu jsou Bozkovské jeskyně.

Kulturní podmínky

Oblast Českého ráje je plná hradů a zámků. Dominantou je hrad Trosky, který patří mezi nejnavštěvovanější místa celého kraje. O historii a zajímavostech Českého ráje informuje Muzeum Českého ráje v Turnově. K dalším muzeím patří například Krkonošské muzeum ve Vysokém nad Jizerou. V regionu se koná mnoho kulturních akcí. Každý rok se v Turnově pořádají Staročeské řemeslnické trhy nebo v obci Sedmihorky letní hudební koncerty.

4.9.1.2 Realizační faktory

Dopravní infrastruktura

Město Turnov je důležitým silničním i železničním uzlem. Z Prahy vede do města dálnice D10, která dále navazuje na silnici do Liberce. Z Turnova je dobré spojení i do Jičína nebo Hradce Králové. Tyto linky fungují i v železniční infrastruktuře. Horší dostupnost a kvalita silnic je oblasti Podkrkonoší. V Krkonoších velmi dobře fungují skibusy a cyklobusy.

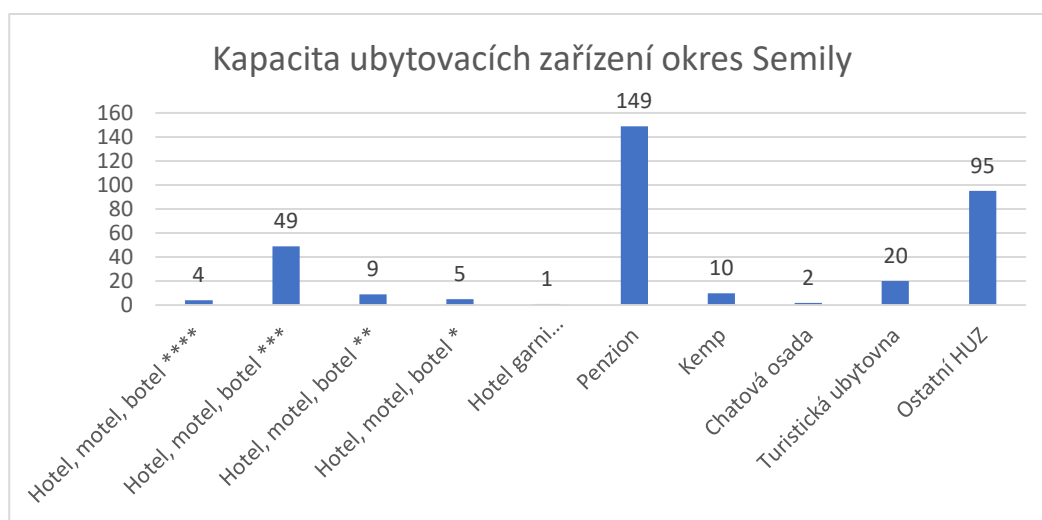
Zábavný a zážitkový průmysl

Okres je plný cyklostezek a sportovišť. V Krkonoších převažují lyžařské vleky, lanovky a půjčovny lyží nebo horských kol. Největší areály lze najít v Harrachově a Rokytnici nad

Jizerou, kde se vyskytují kromě lanovek další volnočasové možnosti jako jsou např. bobová dráha, bowlingové dráhy nebo fun-park pro děti. V Českém ráji se velké oblíbenosti těší horolezectví. Pro děti je v oblasti možnost navštívit areál Šťastné země – největší přírodní zábavní dětský areál v ČR. V celém okrese je připraveno několik naučných stezek, které mají návštěvníka obeznámit o důležitostech dané oblasti. (Český ráj, 2019)

4.9.1.3 Ubytovací a stravovací zařízení

Graf 12: Kapacita ubytovacích zařízení okres Semily 2019

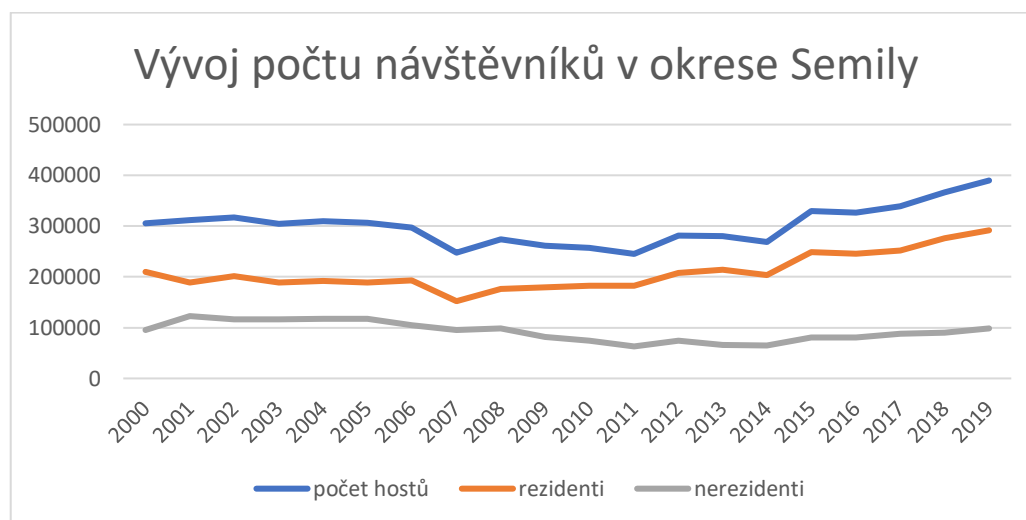


Zdroj: vlastní zpracování dle dat z ČSÚ, 2020

Podle statistik lze z grafu vyčíst, že jako v ostatních regionech, je nejvíce objektů ve stylu penzionu. Jedná se téměř o 149 zařízení, která za rok 2019 navštívilo 72 600 hostů. Tím, že se penziony řadí mezi menší ubytovací zařízení, tak jejich počet hostů téměř o polovinu převyšují hotely. Hotelů, kterých je patrně méně (přesněji 68 objektů všech možných kategorií), navštívilo přes 200 000 hostů. Při vyhodnocení vývoje kapacit hromadných ubytovacích zařízení za zkoumané období je zřejmé, že s mírnými výkyvy je aktuální stav stejný jako v roce 2000.

4.9.2 Statistiky návštěvnosti

Graf 13: Vývoj počtu návštěvníků od roku 2000 do roku 2019 okres Semily



Zdroj: vlastní zpracování dle dat z ČSÚ, 2020

Počet návštěvníků ubytovaných na území okresu Semily v roce 2019 dosáhl hodnoty 390 000 návštěvníků, což je rekordní a nejvyšší návštěvnost za sledované období, a to i ve srovnání s ostatními okresy. Dle grafu lze říct, že počet návštěvníků je ovlivňován především rezidenty, kterých v posledních letech hodně přibývá. U návštěvnosti nerezidentů vidíme poměrně konstantní křivku, která se pohybuje kolem 100 tisíc návštěvníků ročně. Lokalita využívá hlavně ideální polohy, kdy součástí okresu jsou oblasti Českého ráje a části Krkonoš. Při analyzování dat byl zjištěn pokles v rozmezí roku 2007 až do roku 2011, například v roce 2007 byl pokles koeficientu růstu téměř o 20 %. Tento pokles je u cestovního ruchu patrný téměř na celém území republiky. V tomto období byla ekonomická krize a lidé tolik necestovali. Větší růst byl naopak zaznamenán v roce 2015, kdy koeficient růstu činil 22 %. Jeden z faktorů mohl být zvýšený zájem o destinaci Český ráj, která se v tomto roce stala součástí globální sítě geoparků UNESCO. Sdružení Českého ráje také podporuje programy, které podpoří cestovní ruch, v poslední době láká na putování za Albrechtem z Valdštejna nebo putování za pověstmi Českého ráje. Tyto programy kladně ovlivňují růst návštěvníků. (Český ráj, 2020)

Další důležitou oblastí okresu jsou Krkonoše. Návštěvnost v horských oblastech ovlivňuje hlavně počasí. Při konzultaci s panem V. Fejklem z areálu Harrachov jsem zjistil, že návštěvnost areálu ovlivňuje počasí a délka fronty u lanovek. Počet návštěvníků v létě je

o polovinu menší než v zimním období. Ideální rok je, pokud zimní sezóna trvá 110-120 dní a v létě je minimálně srážek. Pokud tento stav neplatí, na návštěvnosti se to odrazí v poklesu o 20 až 35 %. (Skiareál Harrachov, 2020)

4.9.3 SWOT analýza

<p>Silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> • výhodná geografická poloha (státní hranice s Polskem) • různorodost krajiny s turistickými oblastmi (Český Ráj, Krkonoše, Podkrkonoší) • dobré silniční a železniční spojení s velkou částí region (netýká se Podkrkonoší) • podpůrné programy (marketingová strategie -> putování za pověstmi Českého ráje, Po stopách Albrechta z Valdštejna) • kvalitní návštěva rezidentů i nerezidentů • velmi dobrý stav kulturních památek 	<p>Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> • narušení přírodních podmínek chráněných oblastí • závislost některých regionů na cestovním ruchu, jako hlavní příjem finančních prostředků (nejistota) • velké zaměření na turisty, znevýhodnění lokálních obyvatel • dopravní infrastruktura v Podkrkonoší (Jilemnice, Vysoké nad Jizerou...) • velké turistické zatížení atraktivních oblastí
<p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • připravenost na zvýšenou návštěvnost rezidentů i nerezidentů • prostor pro investory (rozšiřování nebo budování nových středisek – Krkonoše) • vytvořených výhodných balíčků (Krkonoše) • spolupráce subjektů cestovního ruchu (veřejný i soukromý sektor) • rozšiřování chráněných krajinných oblastí • propagace a podpora pro oblast Podkrkonoší • modernizace a rozšiřování HUZ 	<p>Hrozby</p> <ul style="list-style-type: none"> • velké finanční náklady na udržitelnost cestovního ruchu • růst turistického tlaku může vést k poškozování památek a životního prostředí • nejistota sněhových podmínek ve skiareálech (Harrachov, Rokytnice nad Jizerou, ...) • úbytek návštěvníků -> rezidentů i nerezidentů (velká konkurence na trhu cestovního ruchu) • nedostatečná podpora malých podnikatelů, zanikání rodinných firem (řemesla, penziony, restaurace)

4.9.4 Doporučení pro rozvoj cestovního ruchu v okrese Semily

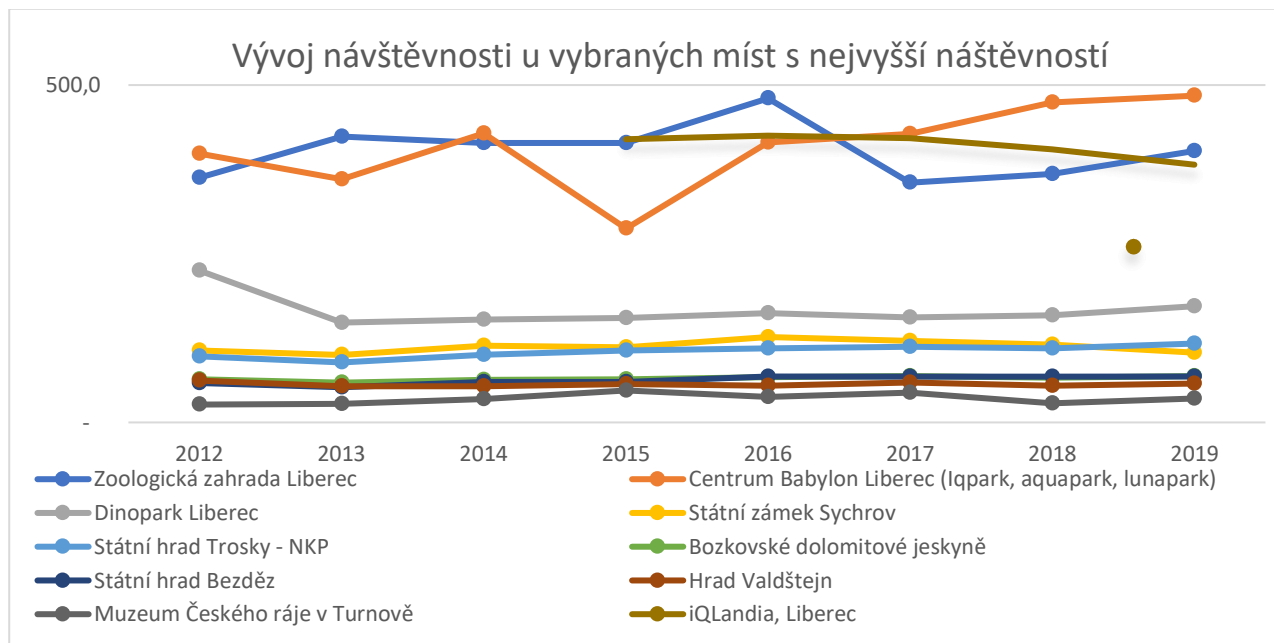
Velké turistické zatížení atraktivních oblastí představuje vysoké nároky k zachování udržitelnosti přírodních a kulturních památek. Region by se měl zaměřit na pravidelnou údržbu a podporu těchto památek. Jen tak docílí region k zachování těchto turistických míst. Důležité je také neustálé rozšiřování nabídky služeb, tím můžeme docílit rovnoměrnějšího zatížení turistických míst. V oblasti Českého ráje se nabízí tvoření nových cyklotras a naučných stezek. V případě Krkonoš i tvoření skialpinistických a běžkařských tras pro lyžaře. Za podporu stojí také oblast Podkrkonoší, do které spadá například Vysoké nad Jizerou nebo Jilemnice. Tyto regiony nejsou tak turisticky zatížené a zároveň se zde nabízí větší prostor pro investice. Myslím si, že by tato oblast mohla být více propagovaná a například ve spojení s Krkonošemi se z této oblasti může stát oblíbená destinace. Pro rozvoj této oblasti by bylo potřeba zlepšení dopravní infrastruktury. Stav některých komunikací není dostačující a jsou potřeba rozsáhlé opravy. Pro lepší dostupnost oblasti by bylo vhodné také rozšířit autobusové a železniční spoje s většími okolními městy.

4.10 NEJNAVŠTĚVOVANĚJŠÍ MÍSTA V LIBERECKÉM KRAJI

Pro porovnání nejnavštěvovanějších míst ČR lze vycházet z žebříčku, který každoročně sestavuje agentura CzechTourism. Na první pohled je zřejmé, že v turistickém ruchu vede Praha, která má z 10 nejnavštěvovanějších míst hned 6 příček. Nejnavštěvovanějším místem v ČR se stal už poněkoličaté Pražský hrad s návštěvností za rok 2019 přes 2 587 tis. návštěvníků. Největší přízvi návštěvníků se můžou těšit hlavně zoologické zahrady, protože téměř všechny se umístily v top 50. Velký zájem je zřejmý i o technické památky a zábavná centra, mezi něž patří například aquaparky nebo stezky korunami stromů. Nejinak tomu je v Libereckém kraji, kde svoje prvenství drží zábavné centrum Babylon, který se skládá z několika částí. První část je vodní svět s wellness, ve stejné budově se nachází zároveň i druhá a třetí část, jedná se o IQpark a Lunapark. Objekt celkově navštívilo v roce 2019 přibližně 484 200 návštěvníků. Druhou nejnavštěvovanější atrakcí v Libereckém kraji je Liberecká zoo, která v roce 2019 přilákala 402 200 návštěvníků. Na třetím místě v počtu návštěvníků je další zábavně vzdělávací centrum IQlandie, která navazuje na sousedící IQpark. Dále se v žebříčku umístily hlavně zámky a hrady nebo muzea. (CzechTourism, 2020)

V grafu je zachycen vývoj návštěvnosti u 10 nejoblíbenějších míst v Libereckém kraji.

Graf 14: Vývoj návštěvnosti u vybraných míst s nejvyšší návštěvností v Libereckém kraji



Zdroj: vlastní zpracování dle dat z portálu CzechTourism, 2020

Z grafu lze vyčíst, že sledované subjekty můžeme rozdělit na 2 části. První část tvoří místa, která dosahují průměrně 400 000 návštěvníků. Do této skupiny můžeme zařadit IQLandii s průměrnou roční návštěvností 410 500 návštěvníků za sledované období, což je nejvyšší průměr za všechny sledované objekty. Poté se do této skupiny řadí centrum Babylon (409 500 návštěvníků) a Zoologická zahrada Liberec (402 200 návštěvníků). Do druhé skupiny řadíme místa, která dosahují průměrné roční návštěvy na hranici nebo pod hranici 100 000 návštěvníků. Z druhé části dosahuje vyšších návštěv Dinopark Liberec, u kterého se roční návštěva pohybuje průměrně kolem 166 000 návštěvníků.

Při bližší analýze je patrné, že u zábavných centrech dochází k vyšší návštěvnosti v prvních letech, poté se snižuje (prvotní zájem). Dinopark Liberec byl otevřen v roce 2012, kdy jeho návštěva činila 225 000 návštěvníků. Hned druhý rok činil koeficient růstu 0,66, což znamená že se návštěva snížila o více, jak 30 %. To znamenalo pokles o 77 000 návštěvníků za rok. To samé lze konstatovat o IQLandii, kdy prvotní návštěva činila 425 000 návštěvníků za rok. V roce 2019 však IQLandia zaznamenala už návštěvu jen 385 000, pokles není

výrazný, ale prvotní efekt je patrný. Na rozdíl od zámků a hradů, kdy se každoroční návštěva téměř nemění. Počet hostů se také výrazně nemění u ZOO Liberec, kde je návštěvnost poměrně konstantní. Nevýhodou od ostatních míst je venkovní expozice, kterou může ovlivnit počasí. Poslední sledovaný objekt je Muzeum Českého ráje v Turnově, kde se návštěvnost poměrně mění. Důležitý prvek je, zda potenciální návštěvníky osloví některá ze speciálních expozic. Například v roce 2015 muzeum zaznamenalo roční nárůst návštěvníků o 38 %. Tento nárůst byl zaznamenán po nově otevřené expozici Horolezectví v Českém ráji. (CzechTourism, 2020)

4.11 ZÁVĚREČNÉ HODNOCENÍ CESTOVNÍHO RUCHU V LIBERECKÉM KRAJI

Celé území Libereckého kraje těží z velmi výhodné strategické polohy. Česká republika je součástí střední Evropy a je dokonce považována za úplný střed Evropy. Z tohoto umístění těží cestovní ruch, zejména kvůli dobré dostupnosti a své bezpečnosti. Přímou výhodou je všechny zkoumané regiony tvoří státní hranice s Polskem a Německem, proto se oblast těší z velmi dobré návštěvnosti zahraničních návštěvníků z těchto zemí. Další výhodou je členitost a atraktivnost území. Celý kraj je pokrytý turistickými oblastmi s přírodními i kulturními památkami.

Cestovní ruch v daných regionech má dlouholetou tradici, proto je úroveň služeb a infrastruktury na velmi dobré úrovni a stále se zvyšuje kvůli vyšším požadavkům spotřebitelů. Okresy v tomto procesu musí pokračovat a stále modernizovat stávající nabídku a neustále rozšiřovat služby pro návštěvníky turistických oblastí. Jen tak dokážou obstát na tuzemském i celosvětovém trhu cestovního ruchu. Velmi důležité je se také zaměřit na ochranu jak přírodních, tak kulturních památek v regionech. Tato opatření a celková údržba stojí obrovské finanční prostředky, proto je velmi důležitá podpora státu, ale i schopnost dobře a účelně využívat finanční podporu z Evropské Unie.

Za nedostatky můžeme považovat velkou závislost na cestovním ruchu v některých oblastech. Jedná se hlavně o horská střediska v Jizerských horách, Lužických horách nebo Krkonoších. Návštěvnost těchto oblastí je ovlivněna několika faktory. Některé se nedají

zcela ovlivnit, například vývoj počasí v letních a zimních měsících. Přitom sněhové podmínky v zimních měsících jsou zcela zásadní v návštěvnosti, a tedy i celkovém fungování cestovního ruchu. Mezi negativa některých regionů můžeme paradoxně také zařadit velké turistické zatížení, které vede k devastaci přírodních památek, které může vést k celkovému zániku některých přírodních oblastí. Velký přísun turistů zasahuje negativně také do života rezidentů. Nedostatek parkovacích míst, vyšší ceny nebo nadměrný hluk a větší produkce odpadu patří mezi časté výtky rezidentů. Mezi slabší stránky patří i nedostatečná propagace některých regionů či malý prostor pro investice. Cestovní ruch v regionu je jedním z významných faktorů ovlivňující celkovou ekonomickou situaci kraje, proto je velmi důležitá podpora tohoto odvětví. Je třeba vytvářet nové marketingové projekty na podporu turistických oblastí, podporovat vytváření nových cyklistických a turistických cest nebo finanční podpora pro regionální podnikatele nebo neziskové sektory. To vše je důležité k tomu, aby cestovní ruch v Libereckém kraji prosperoval a jeho návštěvnost měla stoupající tendenci.

5 Závěr

Hlavním cílem práce je analyzovat současný stav úrovně cestovního ruchu v Libereckém kraji, zjistit možnosti rozvoje této oblasti a zaměřit se na vývoj kraje za posledních 20 let. Práce se snaží všechny tyto otázky zodpovědět a poskytnout doporučení, která mohou vést ke zlepšení současného stavu destinace.

Z analytické části práce je patrné, že pro všechny zkoumané okresy je cestovní ruch neodmyslitelnou součástí. Proto je velmi důležité se na rozvoj tohoto odvětví zaměřit, věnovat úsilí a finanční prostředky, aby rozvoj cestovního ruchu směřoval tím správným směrem. Analýza časových řad poukázala, že ve všech oblastech má návštěvnost v posledních letech rostoucí tendenci. Nejvyšší nárůst za poslední rok zaznamenal okres Liberec, ovšem u zbylých okresů byl koeficient růstu velmi podobný a pohyboval se okolo 5% růstu oproti předešlému roku. Počet ubytovacích kapacit se nijak výrazně neměnil. U délky pobytu je dlouhodobý trend snižování počtu přenocování. Tento jev může být ovlivněn tím, že počet rezidentů zcela převyšuje návštěvnost nerezidentů. Druhá věc, která ovlivňuje tento pokles, je to, že rezidenti využívají tuzemský cestovní ruch spíše na kratší pobyty, na dlouhodobější cesty pak vyjíždí do zahraničí.

Dle analýzy je zřejmé, že celá oblast Libereckého kraje má velmi dobré předpoklady pro úspěšné působení na trhu cestovního ruchu. Kraj má velmi dobrou strategickou polohu, protože tvoří státní hranice s Polskem a Německem. Z těchto zemí proudí do oblasti velmi početná skupina návštěvníků. Jedná se téměř o 70 % všech zahraničních hostů. Návštěvníci z těchto zemí navštěvují nejčastěji horské oblasti, jako jsou Jizerské hory, Lužické hory nebo Krkonoše. Dobrá dostupnost Libereckého kraje je i pro tuzemské návštěvníky, dojezdová doba z Prahy se pohybuje kolem 1 hodiny podle dopravní situace. Území kraje je velmi členité a atraktivní, celý kraj pokrývají turistické oblasti, které jsou plné přírodních a kulturních památek. Údržba a zároveň dostatečná modernizace těchto oblastí patří mezi hlavní úkoly kraje. Další velmi důležitý aspekt je ochrana a rozšiřování chráněných krajinných oblastí, které jsou velmi zranitelné. Právě příroda, která obklopuje zkoumané území je hlavním důvodem návštěvy většiny návštěvníků. Ať už se jedná o krásné husté lesy Lužických hor, rašeliniště Jizerských hor, vysoké vrcholy Krkonoš nebo Český ráj plný pískovcových skal. Všechny tyto přírodní skvosty mají zásadní vliv na cestovní ruch v kraji a je důležité je chránit. Co se týče kvality dopravní infrastruktury, ubytovacích a

stravovacích zařízení a dalších doplňkových služeb, jsou okresy na slušné úrovni, avšak oproti vyspělejšími zemím, především západní Evropy, je zcela jistě co dohánět. Za zmínku stojí opravy a údržba silničních komunikací nižších tříd, modernizace železnic nebo zajištění pravidelnějších autobusových spojů. Hotely a stravovací zařízení se v některých regionech zastavily v čase a jejich nabídka neakceptuje požadavky spotřebitelů cestovního ruchu. Lyžařská střediska, která jsou v Libereckém kraji tak vyhlášená, potřebují částečnou modernizaci a stálý rozvoj, aby mohla konkurovat zahraničním areálům. Tyto změny je možné provést pouze tehdy pokud bude vedení kraje spolupracovat a podporovat soukromé subjekty, a to za pomoci jak státních finančních prostředků, tak podpory evropských dotačních fondů.

V závěru je důležité zmínit, že cestovní ruch velmi ovlivňuje místní obyvatele, proto je velmi důležité tuto skupinu tolerovat a najít vždy východiska, která budou vyhovovat oběma stranám. Jen společnou souhrou, lze z oblasti vybudovat oblíbenou destinaci, která bude prosperovat.

6 Seznam použitých zdrojů

LITERATURA

BIŇOVEC, Karel. *Přehled učiva k maturitě*. 3., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2012. ISBN 978-80-7373-105-2.

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

ŠTEMBERK, Jan. *Fenomén cestovního ruchu: možnosti a limity cestovního ruchu v meziválečném Československu*. Pelhřimov: Nová tiskárna ve spolupráci s Vysokou školou obchodní v Praze, 2009. ISBN 978-80-7415-021-0.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.

VAJČNEROVÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada, 2017. Manažer. ISBN 978-80-247-5021-7.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009. Management (Key Publishing). ISBN 978-80-7418-028-6.

DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7168-901-7.

NEJDL, Karel. *Management destinace cestovního ruchu*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. ISBN 978-80-7357-673-8.

GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-251-2595-3.

CYHELSKÝ, L. -- HINDLS, R. -- KAHOUNOVÁ, J. *Elementární statistická analýza*. Praha: Management Press, 1999. ISBN 80-7261-003-1.

HINDLS, R. *Statistika pro ekonomy*. Praha: Professional Publishing, 2007. ISBN 978-80-86946-43-6.

INTERNET

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD | ČSÚ. *Český statistický úřad | ČSÚ* [online].

Copyright © 2020 [cit. 11.01.2021]. Dostupné

z: <https://www.czso.cz/csu/czso/domov>

NÁRODNÍ PARKY – MINISTERSTVO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ. *Ministerstvo*

životního prostředí [online]. Copyright © 2008 [cit. 08.03.2021]. Dostupné

z: https://www.mzp.cz/cz/narodni_parky

CZECHTOURISM. *CzechTourism – Úvod* [online]. Copyright © 2020

CzechTourism [cit. 21.12.2020]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/>

BUSINESSINFO. *BusinessInfo.cz - Oficiální portál pro podnikání a export* [online].

Copyright © Zastupitelský úřad ČR v Tel Avivu [cit. 05.03.2021]. Dostupné

z: <https://www.businessinfo.cz/navody/izrael-obchodni-a-ekonomicka-spoluprace-s-cr/>

GREENWAY JIZERA. *Greenway Jizera* [online]. Copyright © 1992 [cit. 08.03.2021]. Dostupné z: <http://www.greenway-jizera.cz/>

MINIISTRESTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. *Úvodní strana – Ministerstvo vnitra České republiky* [online]. Copyright © 2020 Ministerstvo vnitra České republiky, všechna práva vyhrazena [cit. 08.03.2021]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/cestovni-ruch-ceka-dalsi-pokles.aspx>

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR – Domovská stránka [online]. Copyright ©2020 Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, všechna práva vyhrazena [cit. 25.01.2021]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/uvod>

ČESKÝ RÁJ. *Český ráj* [online]. Copyright © 1992 [cit. 08.03.2021]. Dostupné z: <https://www.cesky-raj.info/>

RODINNÁ DOVOLENÁ – JIZERSKÉ HORY. *Rodinná dovolená – Jizerské hory* [online]. Copyright © 2012 [cit. 08.03.2021]. Dostupné z: <http://www.jizerske-hory.cz/>

HOME CREDIT ARENA | SPORT PARK LIBEREC. Home Credit Arena | Sport Park Liberec [online]. Copyright © [cit. 15.12.2020]. Dostupné z: <https://www.sportparkliberec.cz/>

LIBERECKÝ KRAJ | kraj – lbc [online]. Copyright © [cit. 15.12.2020]. Dostupné z: <https://www.kraj-lbc.cz/>

7 Přílohy

7.1 Porovnání krajů

	počet hostů	rezidenti	nerezidenti	počet přenocování	rezidenti	nerezidenti	počet nocí
Česká republika	21998366	11107866	1890500	57 024 767	29 844 204	27 180 563	2,6
Hlavní město Praha	8044324	1240583	6803741	18 479 653	2 107 691	16 371 962	2,3
Středočeský kraj	1 172 951	898414	274537	2 699 378	2 104 182	595 196	2,3
Jihočeský kraj	1788911	1151946	636965	4 475 809	3 403 713	1 072 096	2,5
Pzeňský kraj	871893	557617	314276	2 131 824	1 491 795	640 029	2,4
Karlovarský kraj	1190296	473219	717077	5 400 134	1 948 133	3 452 001	4,5
Ústecký kraj	659902	436914	222988	1 743 626	1 160 201	583 425	2,6
Lberecký kraj	1048865	826423	222442	3 169 859	2 473 373	696 486	3
Královéhradecký kraj	1412307	1097480	314827	4 476 372	3 452 118	1 024 254	3,2
Pardubický kraj	480520	419808	60712	1 334 239	1 167 342	166 897	2,8
Kraj Vysočina	605326	528689	76637	1 453 860	1 282 447	171 413	2,4
Jihomoravský kraj	2137259	1379859	757400	4 228 086	2 910 112	1 317 974	2
Olomoucký kraj	761615	612855	148760	2 312 929	2 020 401	292 528	3
Zlínský kraj	808451	684764	123687	2 272 163	1 990 010	282 153	2,8
Moravskoslezský kraj	1015746	799295	216451	2 846 835	2 332 686	514 149	2,8

Zdroj: (vlastní zpracování dle ČSÚ, 2020)

7.2 Analýza okresů

Okres Česká Lípa

okres	rok	kapacity	počet hostů	rezidenti	nerezidenti	počet přenocování
Okres Česká Lípa	2000	152	150910	105290	45620	4,1
	2001	156	141373	98122	43251	3,7
	2002	156	135177	100071	35106	3,7
	2003	153	150263	117107	33156	3,7
	2004	148	127353	93465	33888	3,9
	2005	148	152333	122637	29696	3,3
	2006	144	165843	134746	31097	3,6
	2007	137	154188	129951	24237	3,2
	2008	135	126525	103837	22688	3,1
	2009	128	121647	103498	18149	3,2
	2010	127	114814	99089	15725	3,1
	2011	130	127386	107820	19566	3,2
	2012	156	139862	122201	17661	3,5
	2013	155	150809	129333	21476	3,3
	2014	135	140194	120181	20013	3,1
	2015	140	146670	127919	18751	3,1
	2016	151	167321	148793	18528	3,1
	2017	143	163073	143325	19748	3
	2018	142	169603	149826	19777	3
	2019	146	170030	149589	20441	3

Okres Jablonec nad Nisou

okres	rok	kapacity	počet hostů	rezidenti	nerezidenti	počet přenocování
Okres Jablonec nad Nisou	2000	324	260897	188339	72558	4,2
	2001	331	242091	155052	87039	3,5
	2002	339	274487	194662	79825	3,4
	2003	330	198054	147389	50665	3,6
	2004	304	180131	130801	49330	3,6
	2005	302	167707	125353	42354	3,8
	2006	306	176493	129896	46597	3,5
	2007	300	144915	110331	34584	3,7
	2008	293	137340	110900	26440	3,7
	2009	267	121686	101263	20423	3,7
	2010	243	110621	93854	16767	3,6
	2011	229	112118	94575	17543	3,5
	2012	339	157936	134272	23664	3,4
	2013	333	158385	134975	23410	3,5
	2014	280	126123	110406	15717	3,4
	2015	284	159604	138942	20662	3,2
	2016	289	156661	136382	20279	3,2
	2017	262	188704	165150	23554	3,1
	2018	273	193704	168226	25478	3,1
	2019	279	203318	177383	25935	3,1

1 diference	2 diference	bázičkový index	koeficient růstu	1 diference	2 diference	bázičkový index	koeficient růstu	1 diference	2 diference	bázičkový index	koeficient růstu
xxx	xxx	1 xxx	1 xxx	xxx	xxx	1 xxx	1 xxx	xxx	xxx	1 xxx	1 xxx
-18806	xxx	0,927917914	0,927917914	-33287	xxx	0,823260185	0,823260185	14481	xxx	1,199578268	1,199578268
32396	51202	1,052089522	1,133817449	39610	72897	1,033572441	1,255462683	-7214	-21695	1,100154359	0,917117614
-76433	-108829	0,759127165	0,721542368	-47273	-86883	0,782572914	0,757153425	-29160	-21946	0,698268971	0,634700908
-17923	58510	0,690429556	0,909504479	-16588	30685	0,694497688	0,887454288	-1335	27825	0,679869897	0,973650449
-12424	5499	0,642809231	0,931027974	-5448	11140	0,665571124	0,958348942	-6976	-5641	0,583726123	0,85858504
8786	21210	0,676485356	1,052388988	4543	9991	0,689692523	1,036241654	4243	11219	0,642203479	1,10017944
-31578	-40364	0,555449085	0,821080723	-19565	-24108	0,585810692	0,849379504	-12013	-16256	0,476639378	0,742193703
-7575	24003	0,526414639	0,947727978	569	20134	0,58883184	1,005157209	-8144	3869	0,364398137	0,764515383
-15654	-8079	0,466413949	0,886020096	-9637	-10206	0,537663469	0,913101894	-6017	2127	0,281471375	0,772428139
-11065	4589	0,424002576	0,909069244	-7409	2228	0,498324829	0,926834086	-3656	2361	0,231084098	0,820986143
1497	12562	0,429740472	1,013532693	721	8130	0,502153033	1,007682145	776	4432	0,241778991	1,046281386
45818	44321	0,60535767	1,408658735	39697	38976	0,712927222	1,419740946	6121	5345	0,326139089	1,348914097
449	-45369	0,607078656	1,002842924	703	-38994	0,716659853	1,005235641	-254	-6375	0,322638441	0,989266396
-32262	-32711	0,48342066	0,796306468	-24569	-25272	0,586208911	0,817973699	-7693	-7439	0,216612917	0,671379752
33481	65743	0,611750998	1,26546308	28536	53105	0,737722936	1,258464214	4945	12638	0,284765291	1,314627473
-2943	-36424	0,600470684	0,981560613	-2560	-31096	0,724130424	0,981575046	-383	-5328	0,279486755	0,981463556
32043	34986	0,723289267	1,204537185	28768	31328	0,876876271	1,210936927	3275	3658	0,32462306	1,161497115
5000	-27043	0,742453919	1,026496524	3076	-25692	0,893208523	1,018625492	1924	-1351	0,351139778	1,08168464
9614	4614	0,77930371	1,049632429	9157	6081	0,941828299	1,054432727	457	-1467	0,357438187	1,017937044
	průměr za rok	173548,75			průměr za rok	137407,55			průměr za rok	36141,2	

1 diference	2 diference	bázický index	koeficient růstu	1 diference	2 diference	bázický index	koeficient růstu
xxx	xxx	1	xxx	xxx	xxx	1	xxx
7	xxx	1,021604938	1,021604938	-0,7	xxx	0,833333333	0,833333333
8	1	1,046296296	1,024169184	-0,1	0,6	0,80952381	0,971428571
-9	-17	1,018518519	0,973451327	0,2	0,3	0,857142857	1,058823529
-26	-17	0,938271605	0,921212121	0	-0,2	0,857142857	1
-2	24	0,932098765	0,993421053	0,2	0,2	0,904761905	1,055555556
4	6	0,944444444	1,013245033	-0,3	-0,5	0,833333333	0,921052632
-6	-10	0,925925926	0,980392157	0,2	0,5	0,880952381	1,057142857
-7	-1	0,904320988	0,976666667	0	-0,2	0,880952381	1
-26	-19	0,824074074	0,911262799	0	0	0,880952381	1
-24	2	0,75	0,91011236	-0,1	-0,1	0,857142857	0,972972973
-14	10	0,706790123	0,942386831	-0,1	0	0,833333333	0,972222222
110	124	1,046296296	1,480349345	-0,1	0	0,80952381	0,971428571
-6	-116	1,027777778	0,982300885	0,1	0,2	0,833333333	1,029411765
-53	-47	0,864197531	0,840840841	-0,1	-0,2	0,80952381	0,971428571
4	57	0,87654321	1,014285714	-0,2	-0,1	0,761904762	0,941176471
5	1	0,891975309	1,017605634	0	0,2	0,761904762	1
-27	-32	0,808641975	0,906574394	-0,1	-0,1	0,738095238	0,96875
11	38	0,842592593	1,041984733	0	0,1	0,738095238	1
6	-5	0,861111111	1,021978022	0	0	0,738095238	1
	průměr za rok	295,35		průměr za rok	3,49		

Zdroj: (vlastní zpracování dle ČSÚ, 2020)

Okres Liberec

okres	rok	kapacity	počet hostů	rezidenti	nerezidenti	počet přenocování
Okres Liberec	2000	119	125063	78611	46452	4,7
	2001	122	136860	80856	56004	3,7
	2002	122	132888	85399	47489	3,9
	2003	120	135476	91380	44096	3,5
	2004	106	127410	78931	48479	3,4
	2005	107	141264	88751	52513	3,1
	2006	105	162757	101845	60912	3,1
	2007	110	162213	104786	57427	3,2
	2008	103	165770	112628	53142	3
	2009	92	148790	103123	45667	3,4
	2010	72	150105	108923	41182	3,2
	2011	74	147935	102284	45651	3,3
	2012	136	174658	119500	55158	3,2
	2013	134	163217	114450	48767	3,2
	2014	116	165503	122292	43211	2,9
	2015	116	184767	139638	45129	2,9
	2016	120	213092	160033	53059	2,8
	2017	124	244277	179130	65147	2,8
	2018	128	267171	193423	73748	2,6
	2019	126	285694	207720	77974	2,6

1 diference	2 diference	bázický index	koeficient růstu	1 diference	2 diference	bázický index	koeficient růstu	1 diference	2 diference	bázický index	koeficient růstu
xxx	xxx	1 xxx		xxx	xxx	1 xxx		xxx	xxx	1 xxx	
11797	xxx	1,094328458	1,094328458	2245	xxx	1,028558344	1,028558344	9552	xxx	1,20563162	1,20563162
-3972	-15769	1,062568465	0,970977641	4543	2298	1,086349239	1,056186307	-8515	-18067	1,02232412	0,847957289
2588	6560	1,083262036	1,019475047	5981	1438	1,162432738	1,070035949	-3393	5122	0,949280978	0,928551875
-8066	-10654	1,018766542	0,940461779	-12449	-18430	1,004070677	0,863766689	4383	7776	1,043636442	1,099396771
13854	21920	1,12954271	1,108735578	9820	22269	1,128989582	1,124412462	4034	-349	1,130478774	1,083211287
21493	7639	1,301400094	1,152147752	13094	3274	1,295556601	1,147536366	8399	4365	1,311289073	1,159941348
-544	-22037	1,297050287	0,996657594	2941	-10153	1,332968669	1,028877215	-3485	-11884	1,236265392	0,942786315
3557	4101	1,325491952	1,021927959	7842	4901	1,4327257	1,074838242	-4285	-800	1,144019633	0,92538353
-16980	-20537	1,189720381	0,897568921	-9505	-17347	1,311813868	0,915607131	-7475	-3190	0,983100835	0,859339129
1315	18295	1,200235082	1,00883796	5800	15305	1,385594891	1,056243515	-4485	2990	0,886549557	0,901789038
-2170	-3485	1,182883827	0,985543453	-6639	-12439	1,301141062	0,939048686	4469	8954	0,982756394	1,108518285
26723	28893	1,396560134	1,180640146	17216	23855	1,520143491	1,16831567	9507	5038	1,187419272	1,208253927
-11441	-38164	1,305078241	0,934494841	-5050	-22266	1,455903118	0,957740586	-6391	-15898	1,04983639	0,884132855
2286	13727	1,323357028	1,014005894	7842	12892	1,555660149	1,068519004	-5556	835	0,930229054	0,886070498
19264	16978	1,477391395	1,116396682	17346	9504	1,776316292	1,14184084	1918	7474	0,971518987	1,044386846
28325	9061	1,703877246	1,153301185	20395	3049	2,035758354	1,146056231	7930	6012	1,14232843	1,175718496
31185	2860	1,953231571	1,146345241	19097	-1298	2,278688733	1,119331638	12088	4158	1,402458452	1,227821859
22894	-8291	2,136291309	1,093721472	14293	-4804	2,460508071	1,079791213	8601	-3487	1,587617325	1,132024498
18523	-4371	2,284400662	1,069330129	14297	4	2,642378293	1,073915718	4226	-4375	1,678592956	1,057303249
průměr za rok				průměr za rok				průměr za rok			
		171745,5				118685,15				53060,35	

1 diference	2 diference	bázický index	koeficient růstu	1 diference	2 diference	bázický index	koeficient růstu
xxx	xxx	1 xxx		xxx	xxx	1 xxx	
3	xxx	1,025210084	1,025210084	-1	xxx	0,787234043	0,787234043
0	-3	1,025210084	1	0,2	1,2	0,829787234	1,054054054
-2	-2	1,008403361	0,983606557	-0,4	-0,6	0,744680851	0,897435897
-14	-12	0,890756303	0,883333333	-0,1	0,3	0,723404255	0,971428571
1	15	0,899159664	1,009433962	-0,3	-0,2	0,659574468	0,911764706
-2	-3	0,882352941	0,981308411	0	0,3	0,659574468	1
5	7	0,924369748	1,047619048	0,1	0,1	0,680851064	1,032258065
-7	-12	0,865546218	0,936363636	-0,2	-0,3	0,638297872	0,9375
-11	-4	0,773109244	0,893203883	0,4	0,6	0,723404255	1,133333333
-20	-9	0,605042017	0,782608696	-0,2	-0,6	0,680851064	0,941176471
2	22	0,621848739	1,027777778	0,1	0,3	0,70212766	1,03125
62	60	1,142857143	1,837837838	-0,1	-0,2	0,680851064	0,96969697
-2	-64	1,12605042	0,985294118	0	0,1	0,680851064	1
-18	-16	0,974789916	0,865671642	-0,3	-0,3	0,617021277	0,90625
0	18	0,974789916	1	0	0,3	0,617021277	1
4	4	1,008403361	1,034482759	-0,1	-0,1	0,595744681	0,965517241
4	0	1,042016807	1,033333333	0	0,1	0,595744681	1
4	0	1,075630252	1,032258065	-0,2	-0,2	0,553191489	0,928571429
-2	-6	1,058823529	0,984375	0	0,2	0,553191489	1
průměr za rok				průměr za rok			
		112,6				3,225	

Zdroj: (vlastní zpracování dle ČSÚ, 2020)

Okres Semily

okres	rok	kapacity	počet hostů	rezidenti	nerezidenti	počet přenocování
okres semily	2000	345	305087	209388	95699	3,9
	2001	358	312035	189259	122776	3,6
	2002	359	317145	201171	115974	3,7
	2003	377	304433	188406	116027	3,8
	2004	368	309286	191879	117407	3,8
	2005	371	306757	188875	117882	3,8
	2006	362	297406	192846	104560	3,7
	2007	348	247909	152158	95751	3,9
	2008	359	274152	175758	98394	3,8
	2009	348	260864	179621	81243	3,8
	2010	332	257028	182433	74595	3,7
	2011	323	245217	182162	63055	3,5
	2012	376	281476	207532	73944	3,5
	2013	367	280321	214105	66216	3,5
	2014	335	268324	203895	64429	3,3
	2015	352	329761	248750	81011	3,2
	2016	344	326446	245819	80627	3,2
	2017	332	339512	251886	87626	3,3
	2018	346	366735	276348	90387	3,2
	2019	344	389823	291731	98092	3,2

1 diference	2 diference	bázkický index	koeficient růstu	1 diference	2 diference	bázkický index	koeficient růstu	1 diference	2 diference	bázkický index	koeficient růstu
xxx	xxx	1 xxx		xxx	xxx	1 xxx		xxx	xxx	1 xxx	
13	xxx	1,022773832	1,022773832	-20129	xxx	0,903867461	0,903867461	27077	xxx	1,282939216	1,282939216
1	-12	1,039523152	1,016376368	11912	32041	0,960757063	1,062940204	-6802	-33879	1,211862193	0,944598293
18	17	0,997856349	0,959917388	-12765	-24677	0,899793684	0,93654652	53	6855	1,212416013	1,000456999
-9	-27	1,013763287	1,01594111	3473	16238	0,916380117	1,018433596	1380	1327	1,226836226	1,011893783
3	12	1,005473848	0,991823102	-3004	-6477	0,902033545	0,9843443	475	-905	1,231799705	1,004045755
-9	-12	0,974823575	0,969516588	3971	6975	0,920998338	1,021024487	-13322	-13797	1,092592399	0,886988684
-14	-5	0,812584607	0,833570943	-40688	-44659	0,726679657	0,789012995	-8809	4513	1,00054337	0,915751721
11	25	0,898602694	1,105857391	23600	64288	0,839389077	1,155101934	2643	11452	1,028161214	1,027602845
-11	-22	0,855047904	0,951530538	3863	-19737	0,857838081	1,021979085	-17151	-19794	0,84894304	0,825690591
-16	-5	0,842474442	0,98529502	2812	-1051	0,871267694	1,015655185	-6648	10503	0,77947523	0,918171412
-9	7	0,803760894	0,954047808	-271	-3083	0,869973446	0,998514523	-11540	-4892	0,658888808	0,845297942
53	62	0,922608961	1,147864952	25370	25641	0,991136073	1,139271637	10889	22429	0,772672651	1,172690508
-9	-62	0,918823155	0,995896631	6573	-18797	1,022527556	1,031672224	-7728	-18617	0,691919456	0,895488478
-32	-23	0,879499946	0,957202636	-10210	-16783	0,973766405	0,952313117	-1787	5941	0,673246324	0,973012565
17	49	1,080875291	1,228965728	44855	55065	1,18798594	1,219990681	16582	18369	0,846518772	1,257368576
-8	-25	1,070009538	0,989947265	-2931	-47786	1,173988003	0,988217085	-384	-16966	0,842506191	0,995259903
-12	-4	1,112836666	1,040024996	6067	8998	1,202962921	1,024680761	6999	7383	0,915641752	1,086807149
14	26	1,202066951	1,080182733	24462	18395	1,3197891	1,097115362	2761	-4238	0,944492628	1,031508913
-2	-16	1,277743726	1,06295554	15383	-9079	1,393255583	1,055665321	7705	4944	1,025005486	1,08524456
	půměr za rok	300985,85			půměr za rok	208701,1				půměr za rok	92284,75

1 diference	2 diference	bázický index	koeficient růstu	1 diference	2 diference	bázický index	koeficient růstu
xxx	xxx	1 xxx	xxx	xxx	xxx	1 xxx	xxx
13	xxx	1,037681159	1,037681159	-0,3	xxx	0,923076923	0,923076923
1	-12	1,04057971	1,002793296	0,1	0,4	0,948717949	1,027777778
18	17	1,092753623	1,050139276	0,1	0	0,974358974	1,027027027
-9	-27	1,066666667	0,976127321	0	-0,1	0,974358974	1
3	12	1,075362319	1,008152174	0	0	0,974358974	1
-9	-12	1,049275362	0,97574124	-0,1	-0,1	0,948717949	0,973684211
-14	-5	1,008695652	0,961325967	0,2	0,3	1	1,054054054
11	25	1,04057971	1,031609195	-0,1	-0,3	0,974358974	0,974358974
-11	-22	1,008695652	0,969359331	0	0,1	0,974358974	1
-16	-5	0,962318841	0,954022989	-0,1	-0,1	0,948717949	0,973684211
-9	7	0,936231884	0,972891566	-0,2	-0,1	0,897435897	0,945945946
53	62	1,089855072	1,164086687	0	0,2	0,897435897	1
-9	-62	1,063768116	0,97606383	0	0	0,897435897	1
-32	-23	0,971014493	0,91280654	-0,2	-0,2	0,846153846	0,942857143
17	49	1,020289855	1,050746269	-0,1	0,1	0,820512821	0,96969697
-8	-25	0,997101449	0,977272727	0	0,1	0,820512821	1
-12	-4	0,962318841	0,965116279	0,1	0,1	0,846153846	1,03125
14	26	1,002898551	1,042168675	-0,1	-0,2	0,820512821	0,96969697
-2	-16	0,997101449	0,994219653	0	0,1	0,820512821	1
	půměr za rok	352,3			půměr za rok	3,57	

Zdroj: (vlastní zpracování dle ČSÚ, 2020)

7.3 Nejnavštěvovanější místa Libereckého kraje

			první diference	druhá diference	bážícký index	koeficient růstu (řetězový index)
Zoologická zahrada Liberec	2012	362,5	xxx	xxx	1,0	xxx
	2013	423,7	61,2	xxx	1,168828	1,17
	2014	414,2	- 9,5	- 70,7	1,142621	0,98
	2015	414,2	-	9,5	1,142621	1,00
	2016	480,2	66,0	66,0	1,32469	1,16
	2017	355,3	-124,9	- 190,9	0,980138	0,74
	2018	368,2	12,9	137,8	1,015724	1,04
	2019	402,2	34,0	21,1	1,109517	1,09
Centrum Babylon Liberec (Iqpark, aquapark, Iunapark)	2012	398,5	xxx	xxx	1	xxx
	2013	360,8	- 37,7	xxx	0,905395	0,91
	2014	428,1	67,3	105,0	1,074279	1,19
	2015	287,4	-140,7	- 208,0	0,721205	0,67
	2016	415,0	127,6	268,3	1,041405	1,44
	2017	427,9	12,9	- 114,7	1,073777	1,03
	2018	474,1	46,2	33,3	1,189711	1,11
	2019	484,2	10,1	- 36,1	1,215056	1,02
Dinopark Liberec	2012	225,0	xxx	xxx	1	xxx
	2013	148,0	- 77,0	xxx	0,657778	0,66
	2014	152,4	4,4	81,4	0,677333	1,03
	2015	154,5	2,1	- 2,3	0,686667	1,01
	2016	161,8	7,3	5,2	0,719111	1,05
	2017	155,9	- 5,9	- 13,2	0,692889	0,96
	2018	159,1	3,2	9,1	0,707111	1,02
	2019	172,4	13,3	10,1	0,766222	1,08
Státní zámek Sychrov	2012	106,8	xxx	xxx	1	xxx
	2013	100,0	- 6,8	xxx	0,93633	0,94
	2014	114,0	14,0	20,8	1,067416	1,14
	2015	111,2	- 2,8	- 16,8	1,041199	0,98
	2016	126,6	15,4	18,2	1,185393	1,14
	2017	121,2	- 5,4	- 20,8	1,134831	0,96
	2018	115,5	- 5,7	- 0,3	1,081461	0,95
	2019	103,8	- 11,7	- 6,0	0,97191	0,90
Státní hrad Trosky - NKP	2012	98,3	xxx	xxx	1	xxx
	2013	88,9	- 9,4	xxx	0,904374	0,90
	2014	100,2	11,3	20,7	1,019329	1,13
	2015	106,3	6,1	- 5,2	1,081384	1,06
	2016	109,7	3,4	- 2,7	1,115972	1,03
	2017	112,1	2,4	- 1,0	1,140387	1,02
	2018	109,5	- 2,6	- 5,0	1,113937	0,98
	2019	116,9	7,4	10,0	1,189217	1,07
Bozkovské dolomitové jeskyně	2012	64,3	xxx	xxx	1	xxx
	2013	59,0	- 5,3	xxx	0,917574	0,92
	2014	62,8	3,8	9,1	0,976672	1,06
	2015	63,9	1,1	- 2,7	0,993779	1,02
	2016	67,2	3,3	2,2	1,045101	1,05
	2017	68,7	1,5	- 1,8	1,068429	1,02
	2018	66,6	- 2,1	- 3,6	1,03577	0,97
	2019	68,5	1,9	4,0	1,065319	1,03
Státní hrad Bezděz	2012	58,7	xxx	xxx	1	xxx
	2013	52,2	- 6,5	xxx	0,889267	0,89
	2014	60,0	7,8	14,3	1,022147	1,15
	2015	60,3	0,3	- 7,5	1,027257	1,01
	2016	68,1	7,8	7,5	1,160136	1,13
	2017	68,0	- 0,1	- 7,9	1,158433	1,00
	2018	67,7	- 0,3	- 0,2	1,153322	1,00
	2019	68,1	0,4	0,7	1,160136	1,01
Hrad Valdštejn	2012	62,0	xxx	xxx	1	xxx
	2013	53,6	- 8,4	xxx	0,864516	0,86
	2014	53,6	-	8,4	0,864516	1,00
	2015	56,9	3,3	3,3	0,917742	1,06
	2016	54,5	- 2,4	- 5,7	0,879032	0,96
	2017	59,1	4,6	7,0	0,953226	1,08
	2018	54,1	- 5,0	- 9,6	0,872581	0,92
	2019	57,4	3,3	8,3	0,925806	1,06
Muzeum Českého ráje v Turnově	2012	26,5	xxx	xxx	1	xxx
	2013	27,3	0,8	xxx	1,030189	1,03
	2014	34,3	7,0	6,2	1,29434	1,26
	2015	47,4	13,1	6,1	1,788679	1,38
	2016	38,0	- 9,4	- 22,5	1,433962	0,80
	2017	43,8	5,8	15,2	1,65283	1,15
	2018	28,1	- 15,7	- 21,5	1,060377	0,64
	2019	35,3	7,2	22,9	1,332075	1,26
iQLandia, Liberec	2012	xxx	xxx	xxx	1	xxx
	2013	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
	2014	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
	2015	420,0	xxx	xxx	1	xxx
	2016	425,0	5,0	xxx	1,011905	1,01
	2017	421,2	- 3,8	- 8,8	1,002857	0,99
	2018	404,4	- 16,8	- 13,0	0,962857	0,96
	2019	382,0	- 22,4	- 5,6	0,909524	0,94

Zdroj: (vlastní zpracování dle CzechTourism, 2020)