

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra statistiky**



**Diplomová práce**

**Analýza vývoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji  
se zaměřením na návštěvnost historických památek**

**Bc. Kristýna Málková**

© 2020 ČZU v Praze

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Kristýna Málková

Hospodářská politika a správa  
Podnikání a administrativa

Název práce

**Analýza vývoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji se zaměřením na návštěvnost historických památek**

Název anglicky

**Statistical analysis of tourism development in Středočeský Region with attention to historical monuments visits intensity**

---

### Cíle práce

Cílem práce je statistická analýza dlouhodobého vývoje cestovního ruchu a návštěvnosti významných historických památek ve Středočeském kraji na základě relevantních ukazatelů. Součástí řešení budou predikce vybraných ukazatelů a zkoumání sezónnosti. Výsledkem řešení bude formulace návrhů a doporučení pro další rozvoj cestovního ruchu ve Středočeském kraji.

### Metodika

Základní podkladová data budou získána z ČSÚ, z NPÚ a z MMR. Vytvořená databáze bude statisticky vyhodnocena pomocí metod z oblasti časových řad a indexní analýzy.

Harmonogram:

Studium dostupné literatury a odborných textů: 03/2018-09/2018

Předložení literární rešerše: 10/2018

Sběr dat a jejich analýza: 06/2018-01/2019

Předložení konečné podoby textu diplomové práce: 02/2019

## Doporučený rozsah práce

60-80 stran

## Klíčová slova

Cestovní ruch, Středočeský kraj, historické objekty, UNESCO, kultura, návštěvnost, časové řady, sezónnost, marketing, dotazníkové šetření

---

## Doporučené zdroje informací

- ARLTOVÁ, M. – ARLT, J. Ekonomické časové řady : [vlastnosti, metody modelování, příklady a aplikace]. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1319-9
- BURIAN, M. – VAJČNEROVÁ, I. – RYGLOVÁ, K. Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
- CYHELSKÝ, L. – SOUČEK, E. *Základy statistiky*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2009. ISBN 978-80-7408-013-5.
- GOELDNER, C R. – RITCHIE, J R B. *Cestovní ruch : principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0298-2.
- 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.
- HORNER, S. – SWARBROOKE, J. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času : aplikovaný marketing služeb. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0202-9.
- KOTÍKOVÁ, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.
- MORÁVKOVÁ, E. – DROBNÁ, D. *Cestovní ruch : pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna, 2010. ISBN 978-80-7373-079-6.
- 

## Předběžný termín obhajoby

2019/20 ZS – PEF (únor 2020)

## Vedoucí práce

doc. Ing. Marie Prášilová, CSc.

## Garantující pracoviště

Katedra statistiky

Elektronicky schváleno dne 24. 1. 2019

**prof. Ing. Libuše Svatošová, CSc.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 5. 2. 2019

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 26. 03. 2020

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Analýza vývoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji se zaměřením na návštěvnost historických památek" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucí diplomové 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 autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 04. 04. 2020

---

### **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala doc. Ing. Marii Prášilové, CSc. za odborné vedení, cenné rady a připomínky při vypracování diplomové práce. Poděkování patří také pracovníkům instituce Národního památkového ústavu, Českého statistického úřadu a jednotlivých historických objektů za poskytnutí potřebných dat.

# **Analýza vývoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji se zaměřením na návštěvnost historických památek**

## **Souhrn**

Diplomová práce se zabývá vývojem cestovního ruchu ve Středočeském kraji. Pozornost je věnována základním poznatkům o cestovním ruchu, především pak analýze vývoje návštěvnosti historicky významných objektů (zámků) kraje v letech 2007–2018. Praktická část práce zahrnuje statistickou analýzu vývoje hromadných ubytovacích zařízení, počtu hostů, lůžek a také návštěvnosti historických památek spolu s vývojovými tendencemi do nejbližší budoucnosti a identifikaci sezónnosti v návštěvnosti. V práci je rovněž věnován prostor analýze aktuálních on-line marketingových aktivit zvolených památkových objektů. Na základě provedených analýz jsou formulovány návrhy a doporučení, které by přispěly k regulaci budoucího rozvoje cestovního ruchu, případně ke zvýšení zájmu turistů o historické památky ve Středočeském kraji.

**Klíčová slova:** Cestovní ruch, časová řada, hromadná ubytovací zařízení, kulturní dědictví, návštěvnost, on-line marketing, památkové objekty, sezónnost, statistická analýza, Středočeský kraj

# **Statistical analysis of tourism development in Středočeský Region with attention to historical monuments visits intensity**

## **Summary**

The thesis deals with the tourism development in Středočeský Region. Attention is paid to basic knowledge about tourism and especially to the attendance development of major historic sites (castles) in the region in between the years 2007-2018. The practical part includes an analysis of accommodation establishments, guests, bed places and also the attendance of historical monuments with trends in the closest future and identification of seasonality in the attendance. There is also an analysis of on-line marketing activities created by the historical monuments provided. Based on the analysis there are recommendations and proposals formulated that could contribute to regulation of future tourism growth, or to increase the interest of tourists in historical monuments in Středočeský Region.

**Keywords:** Accommodation establishments, attendance, cultural heritage, historical monuments, on-line marketing, seasonality, statistical analysis, Středočeský Region, time series, tourism

# Obsah

<b>1 Úvod.....</b>	<b>10</b>
<b>2 Cíl práce a metodika .....</b>	<b>12</b>
2.1 Cíl práce .....	12
2.2 Metodika .....	12
<b>3 Teoretická východiska .....</b>	<b>16</b>
3.1 Definice cestovního ruchu.....	16
3.2 Základní pojmy cestovního ruchu .....	17
3.3 Systém a typologie cestovního ruchu.....	21
3.1.1 Typologie cestovního ruchu.....	23
3.4 Služby v cestovním ruchu .....	25
3.5 Postavení a ekonomické vlivy cestovního ruchu v národním hospodářství ....	27
3.6 Organizace a řízení cestovního ruchu v České republice.....	30
3.1.2 Cestovní ruch a regionální rozvoj.....	33
3.7 Marketing v cestovním ruchu.....	34
3.8 Kulturní dědictví .....	37
<b>4 Charakteristika Středočeského kraje z hlediska řešené problematiky.....</b>	<b>40</b>
4.1 Obecná charakteristika .....	40
4.2 Obyvatelstvo .....	41
4.3 Turistické zajímavosti .....	42
4.4 Kultura.....	44
4.5 Sport.....	44
4.6 Přírodní atraktivity .....	45
<b>5 Analytická část .....</b>	<b>46</b>
5.1 Vývoj počtu hromadných ubytovacích zařízení a lůžek .....	46
5.1.1 Dosavadní vývoj počtu HUZ a lůžek.....	46
5.1.2 Predikce počtu lůžek .....	49
5.2 Vývoj počtu hostů a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních.....	50
5.2.1 Dosavadní vývoj počtu hostů v HUZ .....	50
5.2.2 Predikce vývoje počtu hostů v HUZ.....	52
5.2.3 Dosavadní vývoj počtu přenocování v HUZ .....	53
5.2.4 Predikce vývoje počtu přenocování v HUZ.....	54
5.3 Vývoj návštěvnosti vybraných památkových objektů .....	55
5.3.1 Statistická analýza návštěvnosti zámku Kačina v letech 2007-2018.....	56
5.3.2 Predikce vývoje návštěvnosti zámku Kačina na roky 2019-2021 .....	57
5.3.3 Statistická analýza návštěvnosti zámku Veltrusy v letech 2009-2018 .....	58



5.3.4	Predikce vývoje návštěvnosti zámku Veltrusy na roky 2019-2021 .....	60
5.3.5	Statistická analýza návštěvnosti zámku Žleby v letech 2009-2018.....	61
5.3.6	Predikce vývoje návštěvnosti zámku Žleby na roky 2019-2021 .....	62
5.3.7	Statistická analýza návštěvnosti zámku Brandýs n. Labem v letech 2011-	
2018	.....	63
5.3.8	Predikce vývoje návštěvnosti zámku Brandýs n. Labem na roky 2019-2021	
	.....	64
5.4	Sezónnost v návštěvnosti zámků.....	66
5.4.1	Zámek Kačina .....	66
5.4.2	Zámek Veltrusy.....	69
5.4.3	Zámek Žleby .....	71
5.4.4	Zámek Brandýs nad Labem .....	73
5.5	Vnější prezentace památek v prostředí internetu .....	75
5.5.1	Zámek Kačina .....	75
5.5.2	Zámek Veltrusy.....	75
5.5.3	Zámek Žleby .....	76
5.5.4	Zámek Brandýs nad Labem .....	76
<b>6</b>	<b>Návrhy a doporučení .....</b>	<b>77</b>
<b>7</b>	<b>Závěr.....</b>	<b>81</b>
<b>8</b>	<b>Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>83</b>
8.1	Literatura .....	83
8.2	Internetové zdroje.....	84
<b>9</b>	<b>Přílohy .....</b>	<b>86</b>

# 1 Úvod

Cestovní ruch se začal nejvíce projevovat v období středověku, v 15. století, kdy probíhaly první zámořní plavby a objevy. Spolu s nimi docházelo k přesunům lidí na jiné kontinenty a jejich interakci s novým, doposud neznámým prostředím. Už tehdy vyvstaly otázky, jak lze těchto aktivit využít ku prospěchu vlastních zemí. Byly objeveny zcela nové suroviny, které se krátce na to staly vhodným obchodovatelným zbožím a byl povolen jejich vývoz. Díky tomu se stal cestovní ruch nedílnou součástí světové ekonomiky, přičemž tento fenomén trvá dodnes.

Cestovní ruch sice patří do národního hospodářství, stejně tak lze na něj ale nahlížet jako na specifické odvětví. Specifické proto, že se zde propojuje hned několik odvětví dohromady a společně tak tvoří ucelenou nabídku atraktivit, kterou reagují na neustále se měnící poptávku. Jedná se o velmi zajímavé prostředí, které nelze nijak přesněji vymezit a stanovit v něm pravidla jeho fungování. Nelze jej komplexně kontrolovat, je to prostředí dynamické, s rychlými změnami a často nepředvídatelnými novými trendy. Ve světovém měřítku přispívá k rozvoji infrastruktury a průmyslu, zároveň je vysoce cenným zdrojem financí a poskytovatelem pracovních příležitostí (a to především v oblastech, kde by jinak pracovní místa z jiných profesí vůbec být nemohla).

S příchodem dalších generací a probíhající globalizací se mění celkové životní tempo. Může se zdát, že v posledních dekádách docházelo k nezastavitelnému zrychlování, jako příčinu lze vidět technologický pokrok a lidský faktor inteligence v kombinaci s touhou poznávat stále víc a být prvním v místech, která nebyla doposud objevena. Ve světě postaveném na hmotném majetku však lidé začínají zpomalovat. Uvědomují si, že zážitek má větší přidanou hodnotu pro jejich vzpomínky, volí proto více krátkých a aktivních dovolených s cílem něco poznat, raději než dlouhé odpočívání u moře či na chatě, jako tomu bylo ještě donedávna. Zároveň lze pozorovat větší angažovanost sebe sama a upřednostnění vlastní iniciativy před nabídkou cestovních kanceláří. Je však nutné dodat, že i ty se postupně svým zákazníkům přizpůsobily a nabízí nyní více zážitků a adrenalinu. V neposlední řadě je velmi patrný vliv sociálních sítí. Ty nyní v největší míře určují životní styl milionů lidí. Od záměrné a úmyslné propagace, až po inspiraci jako vedlejší projev této aktivity.

Česká republika jako samostatný stát, nazývaný také jako „srdce Evropy“, leží ve vnitrozemí, obklopený několika dalšími státy. Svojí polohou je tak snadno dostupný všemi

dopravními prostředky. Velkým krokem kupředu byl vstup do Evropské Unie v roce 2004 a o tři roky později, v roce 2007, povolení o Schengenském prostoru. V současné době je v cestovním ruchu České republiky zaměstnáno více než 230 tisíc osob s celkovým podílem hrubého domácího produktu ve výši 2,9 % a překročenou hranici 10 milionů návštěvníků za rok. Systémově je cestovní ruch řízen Ministerstvem pro místní rozvoj a dalšími spolupracujícími organizacemi. Presentaci v tuzemsku a zahraničí zajišťuje česká centrála cestovního ruchu Czech Tourism.

Středočeský kraj je svým územním vymezením i počtem žijících obyvatel největším krajem v České republice, čítajícím 12 okresů. Díky své poloze s hustou dopravní sítí, největším zdrojem lidské pracovní síly i dodavatelskými službami je jasným cílem nejen pro obchodníky. Malebné výhledy, mírné počasí a schůdný terén jsou rozhodující faktory pro mnoho návštěvníků, kteří jej volí pro rekreaci ve svém volném čase. I když je často Středočeský kraj zmiňován v souvislosti s dalším, přidruženým a asi nejznámějším krajem Prahou, je schopný se prezentovat sám za sebe a rozhodně má mnoho pokladů a zajímavostí, které může nabídnout. Patří mezi ně, mimo jiné, i významné, historicky cenné památky či chráněné krajinné oblasti. Zdá se, že v posledních letech lidé znovu objevili jakési kouzlo v podobě návštěvy svého kulturního dědictví. Otázkou však je, zda se s narůstajícím počtem obyvatel a tím pádem i návštěvníků památek nejedná spíše o jev negativního rázu a zda jsou stát, kraj i samotné památky schopny tento jev kontrolovat a regulovat v přijatelné míře.

## **2 Cíl práce a metodika**

### **2.1 Cíl práce**

Cílem diplomové práce je analyzovat současný stav a vývoj cestovního ruchu ve Středočeském kraji prostřednictvím vybraných ukazatelů cestovního ruchu. Stěžejním sledovaným ukazatelem bude vývoj návštěvnosti vybraných historických památek, počtu hromadných ubytovacích zařízení, hostů, lůžek a přenocování včetně rozdělení na rezidenty a nerezidenty ve Středočeském kraji v letech 2007-2018. V analýzách budou identifikovány významné vlivy a faktory působící na dané ukazatele za využití elementárních charakteristik časových řad. Dále bude analyzována sezónnost v návštěvnosti čtyř zvolených historických objektů ve Středočeském kraji a vypočtena predikce do nejbližší budoucnosti pro roky 2019-2021. Následovat bude analýza a zhodnocení současných on-line marketingových aktivit jednotlivých památkových objektů. Výsledkem provedených analýz bude syntéza dosažených výsledků spolu se zhodnocením dosavadního vývoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji, jež je navíc doplněna o formulaci doporučení a návrhů týkajících se návštěvnosti vybraných historických památek a řízení cestovního ruchu v budoucnosti.

### **2.2 Metodika**

Teoretická část diplomové práce byla vypracována na základě studia doporučené odborné literatury a internetových zdrojů, jež jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Zpracování praktické části práce vycházelo z analýzy časových řad. Výpočty byly provedeny v programech MS Excel a Python, ve stejných programech byly zpracovány i grafy a tabulky. Podkladová data nezbytná pro výpočty byla získána z Národního památkového ústavu, Českého statistického úřadu, krajských ročenek Středočeského kraje a od správců jednotlivých historických objektů: zámků Kačina, Veltrusy, Žleby a Brandýs nad Labem.

## Analýza časových řad

Časová řada je charakterizována jako posloupnost hodnot zvoleného kvantitativního ukazatele, jež je časově uspořádána ve směru od minulosti do přítomnosti. Zároveň se vyznačuje svým věcným a prostorovým vymezením, čímž je umožněno hodnotit vliv časových změn na chování sledovaného ukazatele neboli jeho dynamiku. Metodika statistické analýzy časových řad se snaží popsat systematickou (deterministickou) složku chování časové řady. Samotná analýza časové řady je poté rozuměna jako soubor vybraných metod, jež jsou určeny k tomuto popisu a lze s jejich pomocí odhadovat i budoucí vývoj.

## Elementární charakteristiky časových řad

Ke sledování dynamického vývoje časové řady je v práci využito několik metod. Patří mezi ně vizuální analýza v podobě spojnicových grafů, následuje výčet základních charakteristik časových řad. Tyto charakteristiky lze dělit na absolutní a relativní, přičemž absolutní charakteristiky lze získat výpočtem první či druhé absolutní diference.

Absolutní přírůstek (**první diference**) lze vypočítat jako rozdíl dvou po sobě následujících členů časové řady. Jedná se o přírůstek či úbytek hodnoty ukazatele v určitém období oproti období bezprostředně předcházejícímu. Lze vyjádřit vzorcem

$$d_{1t} = y_t - y_{t-1}$$

kde  $t$  představuje časové období  $t = 2, 3, \dots, n$ ,  $y_t$  je hodnota časové řady v daném okamžiku při  $t = 1, 2, \dots, n$  a absolutní počet diferencí je  $n - 1$ .

Relativní charakteristiky lze zjistit pomocí výpočtů koeficientů růstu. Procentuálním vyjádřením lze poté získat i tempo takového růstu.

**Koeficient růstu** je definován jako podíl hodnoty časové řady v čase  $t$  a hodnoty v čase předcházejícím. Tento vztah je vyjadřován vzorcem

$$k_t = \frac{y_t}{y_{t-1}},$$

kde  $t = 2, 3, \dots, n$ . Jedná se o poměr mezi daným a jeho předchozím členem časové řady, čímž je vyjádřena rychlost růstu či poklesu hodnot vybrané časové řady.

Dále byl počítán **průměrný koeficient růstu**, který lze získat jako geometrický průměr koeficientů  $k_t$  pomocí vzorce

$$\bar{k}_t = \sqrt[n-1]{k_1 * k_2 * \dots * k_n}$$

**Bazický index** vyjadřuje změny v časové řadě ve vztahu k základnímu roku, kterým bývá zpravidla první člen této řady a je počítán vzorcem

$$\mathbf{BI} = \frac{y_t}{y_0}$$

kde  $t=2,3,\dots,n$ .

**Relativní přírůstek** vyjadřuje změnu hodnoty časové řady v čase  $t$  v porovnání s časem  $t-1$  a je počítán pomocí vzorce

$$r_t = \frac{y_t - y_{t-1}}{y_{t-1}}$$

### Dekompozice časových řad

Časovou řadu lze dekomponovat na 4 složky: trendovou, periodickou (sezónní a cyklickou) a náhodnou dle vzorce

$$y_t = T_t + S_t + C_t + \varepsilon_t,$$

přičemž cyklická složka nebyla v práci zahrnuta. Trendová funkce využita v práci byla kvadratická dle vztahu

$$y_t = \beta_0 + \beta_1 t + \beta_2 t^2,$$

kde jsou parametry odhadovány metodou nejmenších čtverců.

Vhodnost trendové funkce byla posuzována dle hodnoty indexu determinace  $I^2$ , kde platí, že čím více se hodnota blíží 1, tím je zvolená trendová funkce vhodnější. Vychází se ze stanoveného intervalu hodnot  $0 \leq I^2 \leq 1$ .

Statistická významnost modelu byla prokazována porovnáním zvolené hladiny významnosti a p-hodnoty, kdy při statistické významnosti platí  $p < \alpha$ . Pro výpočty v rámci diplomové práce je zvolena hladina významnosti  $\alpha=0,05$ . Jedná se o F-test nulové hypotézy

$$H_0: \beta_0 = \beta_1 = \beta_2 = 0.$$

Dále byl u lineárních modelů odhadnut vývoj časové řady do budoucnosti pomocí bodové a intervalové předpovědi. Vhodnost modelu byla posuzována dle střední absolutní procentuální chyby (zkr. MAPE)

$$MAPE = \frac{100}{n} \cdot \sum_t \left| \frac{y_t - y'_t}{y_t} \right|$$

Časové řady, které nebylo možné analyzovat lineárními modely, byly modelovány pomocí adaptivního modelu Holtova exponenciálního vyrovnávání:

$$\begin{array}{ll} \text{Forecast equation} & \hat{y}_{t+h|t} = l_t + hb_t \\ \text{Level equation} & l_t = \alpha y_t + (1 - \alpha)(l_{t-1} + b_{t-1}) \\ \text{Trend equation} & b_t = \beta^*(l_t - l_{t-1}) + (1 - \beta^*)b_{t-1}, \end{array}$$

kde  $y_t$  je hodnota řady v čase  $t$ ,  $l_t$  je odhad úrovně řady v čase  $t$ ,  $b_t$  je odhad trendu v čase  $t$ , parametr  $\alpha$  ovlivňuje úroveň vyhlazování a parametr  $\beta$  vliv celého trendu, přičemž se vychází ze stanovených intervalů  $0 < \alpha < 1$  a  $0 < \beta < 1$ , kde jsou parametry odhadovány metodou nejmenších čtverců.

U Holtovy metody exponenciálního vyrovnávání nelze z jeho podstaty odhadovat vývoj časové řady do budoucnosti pomocí intervalové předpovědi, proto byl v tomto případě vývoj zhodnocen na základě volby konstant  $\alpha$ ,  $\beta$  a výpočtu bodové předpovědi. Vhodnost modelu byla poté, stejně jako u lineárních modelů, posuzována dle střední absolutní procentuální chyby (zkr. MAPE).

### Sezónnost v časových řadách

Sezónností je rozuměno periodické kolísání v časové řadě v průběhu jednoho roku, přičemž tento jev se každý rok opakuje. Je to způsobeno různými faktory, mezi nejčastější patří střídání ročních období a lidské zvyklosti. Jeví byl modelován a popsán grafem s vyrovnanými hodnotami čtvrtletního charakteru, jež byl porovnáván s hodnotami souvisejících složek: naměřenými skutečnými hodnotami časové řady a vyrovnanými hodnotami trendu a reziduí ve. (1) (2) (8).

## 3 Teoretická východiska

### 3.1 Definice cestovního ruchu

Cestovním ruchem žijeme a sami jej tvoříme. Avšak ať už se jej snaží vymezit a definovat laik či odborník, nedojdou k jednotným závěrům. Tato skutečnost je dána obsáhlostí samotného pojmu a jeho pronikáním do dalších vědních oborů a disciplín. Proto je potřeba interdisciplinární přístup a brát ohled na to, že na cestovní ruch lze nahlížet jako na velmi komplexní socioekonomický jev. Obecně je tento pojem vázán na změnu místa pobytu spolu s vycestováním mimo obvyklé místo stálého bydliště. Nejčastěji se tak jedná o dovolenou neboli trávení volného času mimo náš domov.

Lze uvést příklady několika autorů, kteří se již od počátku minulého století snažili propojit tento nejednotný pojem s alespoň jednou vědní disciplínou či definovat jej dle klíčového faktoru. Ke zcela prvním autorům, odlišujícím pojem cestovní ruch od souvisejícího a často zaměňovaného pojmu cestování, patří Stradner (1905) a Schullern (1911). Dále lze uvést Kaspara (1975), který v něm vidí největší souvislosti s ekonomikou a také autory zaměřující se na hledisko marketingu. K těm lze řadit Kotlera (2003) a Horner & Swarbrooke (2003). (9) (14) (23).

Existuje také mnoho významných autorů současné doby, kteří se snaží o přesnější formulace. Nelze vynechat velmi detailní definici z Výkladového slovníku cestovního ruchu autorů Zelenka & Pásková (2012), kteří pojem cestovní ruch označují jako *„komplexní společenský jev, souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.“* (21).

Dále lze zmínit definice Dohnala (1965), podle nějž je cestovní ruch *“uspokojování potřeb lidí v oblasti rekreace, turistiky a kultury, pokud k němu dochází mimo běžné životní prostředí a ve volném čase“*, a podobnou definici od Kopša (1969) *„cestovní ruch je formou uspokojování potřeb, reprodukce fyzických a duševních sil člověka mimo běžné životní prostředí a ve volném čase.“* (23).

V neposlední řadě je uvedena definice autorek Drobna & Morávková, které nahlíží na cestovní ruch jako na *„činnost osoby, cestující ve volném čase na přechodnou dobu do*



*místa mimo její trvalé bydliště, a to za jiným účelem, než je vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.*“ (3).

Pro statistické účely vykazování údajů byla v roce 1991 vytvořena jednotná definice Světové organizace cestovního ruchu, která jej formuluje jako *„činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (mimo místo bydliště) a to na dobu kratší, než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.*“ (35).

Pro inspiraci lze uvést komplexní definici autora Gúčika, jež je často užívána na území České republiky a Slovenska. Ten pod pojmem cestovní ruch rozumí *„soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. Jejich cílem je odpočinek, poznávání, zdraví, rozptýlení a zábava, kulturní a sportovní vyžití, služební cesty, tj. získání komplexního zážitku.*“ (5).

Definic vymezujících tento pojem existuje opravdu mnoho a nelze je obsáhnout všechny. Při jejich tvorbě autoři často inklinují ke svému oborovému zaměření. Je však potřeba na tuto problematiku nahlížet s holistickým nadhledem a hledat vzájemné souvislosti či naopak rozdíly, případně rozhodující faktory, kterými je tento jev ovlivňován. (22).

### **3.2 Základní pojmy cestovního ruchu**

Po uvedení vybraných relevantních definic cestovního ruchu je nutné vymezit i další pojmy s ním související, a to včetně rozdílů mezi nimi. V roce 1991 na mezinárodní konferenci pořádané Světovou organizací cestovního ruchu UNWTO v Ottawě byl vytvořen a odsouhlasen seznam základních pojmů, které by bylo vhodné při řešení problematiky cestovního ruchu používat. Tyto pojmy rozšiřují autoři o své další poznatky. (35).

#### **Domácí cestovní ruch**

Uskutečňování cestovního ruchu na konkrétně vymezeném geografickém prostoru (dán zpravidla územím každého státu), přičemž nedochází k překročení hranic tohoto prostoru (státu). Nejvíce se jedná o pohyb osob mezi jednotlivými regiony jednoho státu.

### **Mezinárodní (zahraniční) cestovní ruch**

Uskutečňování cestovního ruchu na vymezeném geografickém prostoru, při kterém dochází k překročení hranic z důvodu pohybu do jiného prostoru (státu).

Mezinárodní cestovní ruch lze dále dělit na **výjezdový**, kdy obyvatelé rezidentního státu pobývají na území státu jiného, a **příjezdový**, kdy zahraniční účastníci přijíždějí na státní území rezidentů. (16).

### **Průmysl cestovního ruchu**

Veškeré podnikatelské aktivity a hmotné podmínky týkající se cestovního ruchu. V souhrnu se tedy jedná o stravovací, ubytovací a doplňkové služby spolu s činností cestovních kanceláří a agentur.

### **Ekonomika cestovního ruchu**

Zahrnuje složku průmysl cestovního ruchu a všechny ekonomické aktivity, které jsou potřebné k jeho realizaci.

### **Satelitní účet cestovního ruchu**

Zjednodušeně se jedná o propracovaný systém tabulek, který je zaměřen na sociální a ekonomické aspekty cestovního ruchu a jejich přínos. Pomocí tohoto systému je pravidelně vykazován podíl cestovního ruchu na dalších odvětvích národního hospodářství. (20).

Pro účely statistického sledování, sestavování satelitního účtu cestovního ruchu a hodnocení jeho přínosu v ekonomice státu je dále vymezen pojem účastník cestovního ruchu a jeho dělení, která se vždy liší v daném kontextu.

### **Účastník cestovního ruchu**

*“Každá osoba, která pobývá přechodně mimo místo svého běžného pobytu po dobu nepřevyšující 12 po sobě jdoucích měsíců, přičemž motivací pro cestu není výdělečná činnost v tomto místě a účastní se tedy některého druhu nebo formy cestovního ruchu.“* (21).

Ve statistikách je také uváděn jako návštěvník cestovního ruchu a pojem jemu nadřazený je cestující.

#### **Návštěvník v mezinárodním cestovním ruchu**

Osoba, která cestuje do jiné země (v níž nemá své trvalé bydliště) na dobu kratší než 12 měsíců (1 rok) a jejímž hlavním účelem cesty není výdělečná činnost.

#### **Návštěvník v domácím cestovním ruchu**

Osoba, která má v dané zemi trvalé bydliště, cestuje na jiné místo v zemi mimo své trvalé bydliště na dobu kratší než 6 měsíců a hlavním cílem cesty není výdělečná činnost. (10).

Dle délky pobytu v destinaci lze dále vymezit pojmy turista a výletník.

#### **Turista v mezinárodním cestovním ruchu**

Osoba, která cestuje do jiné země, než v které je trvale usídlena, na dobu alespoň jednoho přenocování, ne však delší než 1 rok, přičemž hlavním účelem cesty není výdělečná činnost.

#### **Turista v domácím cestovním ruchu**

Osoba, která má v dané zemi trvalé bydliště, cestuje na jiné místo v zemi mimo své trvalé bydliště alespoň jednoho přenocování, ne však delší než 6 měsíců a hlavním účelem cesty není výdělečná činnost. (19).

#### **Turista na dovolené**

Osoba, která pobývá na daném místě více než určený počet nocí či dní (v České republice se jedná o dvě až tři přenocování).

#### **Krátkodobě pobývající turista**

Osoba, která cestuje na dobu nepřekračující určený počet nocí nebo dní, ale zahrnuje pobyt alespoň s jedním přenocováním. (7).

### **Výletník v mezinárodním cestovním ruchu**

Osoba, která cestuje do jiné země, než v níž je trvale usídlena a mimo své obvyklé prostředí, aniž v dané zemi přenocuje a hlavním účelem cesty není výdělečná činnost.

### **Výletník v domácím cestovním ruchu**

Osoba, která cestuje v rámci země, v níž je trvale usídlena, do místa odlišného od jejího běžného prostředí, aniž v navštíveném místě přenocuje a hlavním účelem cesty není výdělečná činnost. (19).

Dle původu je definován pojem rezident neboli stálý obyvatel.

### **Rezident v mezinárodním cestovním ruchu**

Vzhledem k dané zemi se jedná o osobu žijící v této zemi po dobu alespoň 1 roku před příjezdem do jiné země na dobu kratší než 1 rok.

### **Rezident v domácím cestovním ruchu**

Ve vztahu k danému místu se jedná o osobu, která v tomto místě žije alespoň 6 (po sobě jdoucích) měsíců, před příjezdem do jiného místa na dobu kratší než 6 měsíců. (10).

Syntézou výše uvedených pojmů je výčet základních charakteristik, kterými lze nahlížet účastníka cestovního ruchu:

- nevýdělečný charakter prováděné činnosti,
- změna místa mimo běžné prostředí (trvalé bydliště),
- dočasný charakter cestování a pobytu. (7).

Existuje však mnoho subjektů, které do statistik cestovního ruchu evidovány nejsou. K této skupině patří:

- tranzitní cestující (projíždí územím za účelem návštěvy jiné destinace),
- pracovníci v pohraničních oblastech,
- imigranti, uprchlíci, kočovníci,
- armádní příslušníci v zahraničních posádkách,
- diplomaté a představitelé konzulátu. (5).

Do statistik domácího cestovního ruchu dále nejsou zařazeni:

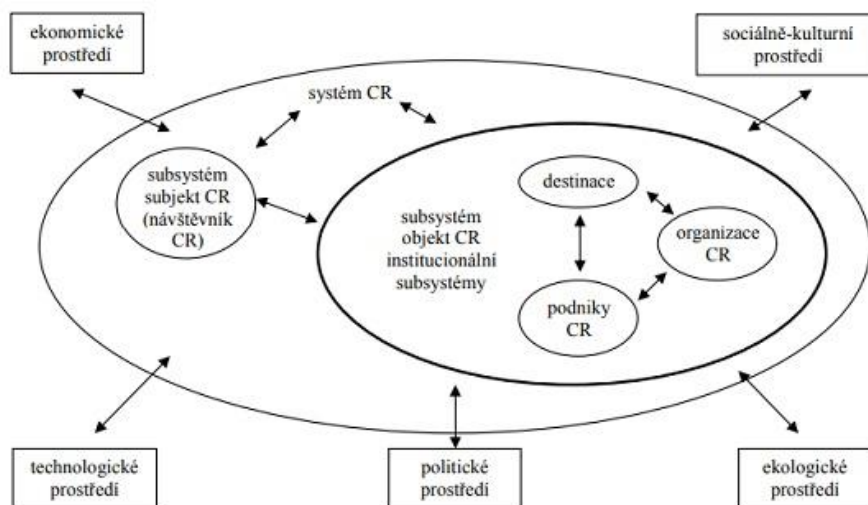
- obyvatelé bez trvalého místa bydliště,
- obyvatelé, kteří cestují v rámci své země do jiného města či regionu za účelem studia či práce,
- obyvatelé, kteří cestují za účelem změny místa svého trvalého bydliště,
- obyvatelé, kteří cestují pouze v místě svého běžného pobytu. (5).

Vymezení základních pojmů je zcela nezbytné pro účely mezinárodního sledování vývoje cestovního ruchu a jeho následné porovnávání s dalšími statistikami a jinými výkazy.

### 3.3 Systém a typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch představuje komplexní systém, jež je tvořen prvky s navzájem propojenými vazbami a vztahy. Systémová teorie cestovního ruchu má základy v ekonomii a formou modelů se snaží přiblížit skutečnost, která je jinak často tvořena pouze teoretickými poznatky. Mezi nejčastěji v literatuře uváděné modely patří ekonomický, prostorový, časový, kulturní ad. Jejich struktura a obsah vždy vychází z daných vědních disciplín a z účelu, pro který jsou konstruovány. Názorným příkladem je ekonomický model cestovního ruchu (Obrázek 1), který v roce 1995 publikoval autor Kaspar.

Obrázek 1 Cestovní ruch jako systém



Zdroj: Kaspar, 1995

Hlavní složkou tohoto modelu je dle Kaspara (1995) doprava, jež je ovlivňována několika faktory. Jsou jimi politika, hospodářství, kultura, technika ad., jež vytváří specifické prostředí a navzájem se ovlivňují. (12).

Ekonomickým prostředím lze rozumět nejen systém trhu v rámci utváření nabídky a poptávky, ale také ekonomickou situaci konkrétního státu a monitoring jejího vývoje a přínosu pro národní hospodářství. Často sledovanými ukazateli jsou úroková míra či nezaměstnanost. Sociálně – kulturní prostředí vytváří lidé a jejich vzájemné interakce jich samých se sebou a s jejich okolím. Poznávání nových kultur, změna tradičních způsobů a snaha poskytnout tyto možnosti i sociálně slabším skupinám, to vše spadá do této oblasti zájmu. Technologické zázemí tvoří dopravní prostředky, pomocí nichž se účastníci cestovního ruchu nejčastěji dostávají do cílových destinací. Spolu s informačními systémy a komunikačními kanály zajišťují moderní způsob cestování a jejich neustálý vývoj přináší zcela nové možnosti. Cílem politiky cestovního ruchu je zajistit občanskou bezpečnost, snížit potenciální cestovní bariéry v podobě zbytečných listinných dokumentů a formulářů a v neposlední řadě také navazovat a udržovat výhodnou spolupráci s ostatními státy. Environmentální dopady cestovního ruchu na krajinu a destinace řeší ekologické prostředí, jehož předmětem zkoumání je zajistit vhodné přírodní a kulturně – historické zdroje, kterými je zvyšována atraktivita daného místa. Na základě těchto potřeb vzniklo i několik organizací, které se této problematice věnují ve větším měřítku a snaží se masový cestovní ruch přetvářet na ekologický. Vliv vnějšího prostředí na otevřený a dynamický systém cestovního ruchu bude pozitivní v případě, že veškeré v něm vytvářené aktivity budou koordinované, budou fungovat na principu spolupráce a budou vycházet z aktuálních potřeb a hrozeb jak prostředí vnějšího, tak vnitřního. (23).

Systém cestovního ruchu je tvořen dvěma subsystémy, kterými jsou subjekt a objekt cestovního ruchu. Subjektem cestovního ruchu se nejčastěji rozumí účastník, jež vytváří poptávku a zároveň je spotřebitelem produktů (služeb) v cestovním ruchu. Subjektem ve schématu je tedy v toto případě člověk. Objekt cestovního ruchu je takový činitel, jež tvoří nabídku cestovního ruchu a uspokojuje tak poptávku vznikající ze strany subjektu cestovního ruchu. Konkrétně se jedná o organizace a instituce, které zahrnují destinace a další zařízení cestovního ruchu poskytující produkty (služby). (15).

Objekty lze také nazývat cílovými místy subjektů, jež mohou být dle rozmanitých funkcí následující:

- městská střediska cestovního ruchu (obchody, průmysl, správní orgány, kulturně – historické památky),
- rekreační střediska (možnost turistiky, koupání a vodních sportů),
- rekreační obce a chatové oblasti,
- lázeňská místa (s přírodními léčivými zdroji). (6).

Cílová místa tedy obecně mají podobu střediska cestovního ruchu, regionu či státu a jsou cílem cesty účastníků cestovního ruchu.

Vazby a vztahy mezi prvky celého systému nelze jednotně rozlišit, a proto existuje tolik možností, jak na tuto problematiku mohou literární prameny nahlížet. Pro modelování je nezbytné zvolit konkrétní oblast zkoumání a provést detailní analýzu teoretických východisek. Úspěšnost modelu poté závisí na jeho shodě se skutečnou situací a vhodně zvolených proměnných. (15) (23).

### 3.1.1 Typologie cestovního ruchu

Stejně jako při snaze vymezit základní definice a pojmy, ani v typologii neexistuje žádná jednotná klasifikace a lze na ni nahlížet hned několika způsoby. Jednotlivé typy je možné rozdělit či naopak sjednotit na základě jejich podobností, opět se zde vychází z preferencí každého autora a vědní disciplíně jemu blízké.

Obecně lze říci, že na území České republiky jsou nejčastěji rozlišovány formy a druhy cestovního ruchu. U forem jsou zkoumány motivy účastníků cestovního ruchu neboli co konkrétně je ovlivňuje při rozhodování kam vycestovat. Jedná se například o geografické a sociologické hledisko, dále také může záležet na věku účastníků, jejich počtu či délce pobytu. Naopak u druhů cestovního ruchu dominuje jeho jevová podstata, jsou zkoumány způsoby a účinky jeho realizace, přičemž celý tento proces je ovlivňován podmínkami vnějšího prostředí. Zde lze hovořit o dělení na rekreační, obchodní, sportovní či například lázeňský cestovní ruch. (4) (6) (10).

Pro účely komplexnější klasifikace je uvedena typologie, která jednotlivé druhy a formy naopak spojuje do sebe a vytváří tak zcela nový náhled na řešenou problematiku. Jedná se o typy cestovního ruchu dle následujících hledisek:

- geografické - domácí, zahraniční, vnitřní, národní, mezinárodní, regionální, příjezdový a výjezdový cestovní ruch,

- sociologické - návštěva přátel a příbuzných, sociální a etnický cestovní ruch
- počet návštěvníků – individuální, skupinový a masový cestovní ruch,
- věk návštěvníků - dětský, mládežnický, rodinný a seniorský cestovní ruch
- motivace – rekreační, sportovní, dobrodružný, kulturní, zdravotní a lázeňský, gastronomický obchodní, nákupní, politický, náboženský cestovní ruch,
- délka účasti - výletní, krátkodobý, víkendový a dlouhodobý cestovní ruch,
- způsob organizace – individuální cesty a organizované zájezdy,
- roční období – sezónní, mimosezónní a celoroční cestovní ruch,
- dynamika – pobytový a putovní cestovní ruch,
- dopravní prostředek – letecký, lodní, železniční, motorizovaný. (5).

Jedním z hledisek může být i převažující místo pobytu. V takovém případě je cestovní ruch dělen na městský, příměstský, venkovský, horský a přímořský.

Městský cestovní ruch probíhá v přítomnosti návštěvníka ve městě. Takový návštěvník může být motivován pracovně či turisticky, záleží také na délce jeho pobytu ve formě jednodenního výletu či delšího pobytu. Nejčastějšími aktivitami jsou návštěva kulturních památek, nákupy, obchodní schůzky, kongresy či léčebné procedury v lázních. Jedná o jeden z nejstarších typů cestovního ruchu na světě, který pro návštěvníka představuje poznání nového místa, zatímco pro město je jednou z možností, jak se lze prezentovat.

Příměstský cestovní ruch je spojen s urbanizací a rekreací, k čemuž je vyžadováno vhodné přírodní prostředí. Charakteristickými znaky jsou krátkodobý pobyt a co nejmenší vzdálenost mezi místem rekreace a místem trvalého bydliště.

Venkovský cestovní ruch vznikl na základě potřeby lidí, kteří žijí velmi rychlým životním stylem a jejich potřeby ke zpomalení v podobě návratu do klidnějšího prostředí přírody. Cílem je používat co nejmenší množství sociálních zařízení a navodit domácí atmosféru. Konkrétními příklady jsou ekoturismus, agroturismus a ekoagroturismus.

Horský cestovní ruch probíhá ve výšce do 1500 metrů nad mořem, přičemž oblíbenými aktivitami jsou turistika a zimní sporty. Při překročení hranice 1500 metrů nad mořem se jedná o vysokohorský cestovní ruch.

Přimořský cestovní ruch je dán svou sezónností a počasím, u destinací poté záleží na teplotě vody a její čistotě. Návštěvníci jsou také nároční v požadavcích na kvalitu pláží. (7)



V neposlední řadě lze také u typů cestovního ruchu rozeznávat hledisko trvalé udržitelnosti. Ekologický cestovní ruch se snaží o zmírnění dopadů masového cestovního ruchu v podobě vzdělávání v oblasti odpovědnějšího způsobu cestování, což by mělo vést ke všeobecnému zlepšení životní úrovně místních obyvatel. Kromě osvěty návštěvníků je důležité také přizpůsobení nabídky v jednotlivých regionech, a to jak ze strany institucí, tak jednotlivých soukromých podnikatelů. (19).

Při snaze porozumět náročné klasifikaci cestovního ruchu je nutné poukázat na skutečnost, že všechny zmíněné typy cestovního ruchu se s faktorem času, vývojem nových technologií a poptávkou účastníků neustále mění a vyvíjí. (13).

### **3.4 Služby v cestovním ruchu**

Službou je v cestovním ruchu rozuměn ekonomický statek, který vzniká konkrétní činností a přináší užitek tomu, kdo ji vytváří a také spotřebovává. Na rozdíl od produktů se nejedná o materiální činnost, i když je poskytována v synchronizovaném procesu spojení vnějšího faktoru (obvykle zákazník či host) s její produkcí a následnou spotřebou. Není tak možné dopředu vytvářet zásoby, ačkoli jsou pomocí služeb denně uspokojovány potřeby jednotlivců i celé společnosti.

Služby patří do materiálně – technické základny cestovního ruchu a v rámci nabídky se vyskytují na trhu služeb cestovního ruchu, kde se střetávají s poptávkou. Obecně platí, že nabídku vytváří střediska cestovního ruchu a poptávku pak jejich účastníci. Základní nabídkou trhu služeb cestovního ruchu je ubytování a stravování, tyto je možné v dalších pojetích rozšířit o dopravu, činnost cestovních kanceláří a agentur a služby doplňkové. (15) (18).

#### **Ubytovací služby**

Ubytovací služby slouží veřejnosti a jsou poskytovány v ubytovacích zařízeních, jež mohou nabývat podoby pevných či pohyblivých objektů, prostorů a ploch. Spolu se stravovacími službami tvoří základní suprastrukturu cestovního ruchu a velkou část jeho finančních příjmů. Existuje několik kritérií, dle kterých lze ubytovací zařízení členit. Podle jejich charakteru jsou rozlišována zařízení pevná (hotely, motely, penziony, ubytovny, chatové osady, kempy, ubytování v soukromí) a pohyblivá (lodě, lůžkové vozy, lehátkové vozy, botely, obytné přívěsy).

Dle časového hlediska existují zařízení, jež se dají využívat celoročně, jednosezónně (letní či zimní období) nebo dvousezónně (letní i zimní období).

Dle provozovatele jsou zařízení volného cestovního ruchu či vázaného cestovního ruchu (chaty, ubytovny, zotavovny, lázeňské léčebny).

Další možností je rozdělit zařízení dle platné metodiky České republiky na hromadná (hotel, motel, penzion, hotel, kemp, chatová osada, turistická ubytovna) a individuální (obytná místnost, soukromé ubytování, pronájem samostatných objektů). (10).

V roce 2004 byla agenturou CzechTourism a Ministerstvem pro místní rozvoj uznána nová certifikace, která si kladla za cíl vytvořit jednotná pravidla při hodnocení ubytovacích zařízení, stanovit kritéria pro zařazení objektů do kategorií a sjednotit jejich klasifikaci. Ubytovací zařízení jsou tak od daného roku rozdělována do skupin dle rozsahu a kvality služeb, které poskytují. Jako příklad lze uvést zavedenou klasifikaci hotelů, jež jsou dle mezinárodních standardů hodnoceny kategorií od jedné do pěti hvězdiček. Klasifikace je zcela dobrovolná a žadatel získá certifikát, kterým by mělo být dosaženo vyšší kvalitativní úrovně poskytovaných služeb, transparentnosti a celkově lepšího povědomí a orientace účastníků cestovního ruchu. (20).

### **Stravovací služby**

Jak již bylo zmíněno výše, stravovací služby úzce souvisí se službami ubytovacími. Tento vzájemný vztah je dán především skutečností, že nejčastěji jsou tyto služby poskytovány zcela či částečně v ubytovacích zařízeních, kde mají účastníci cestovního ruchu na výběr z několika typů stravování.

Konkrétně v cestovním ruchu se jedná o trend společného stravování, které, jak už sám název napovídá, je určeno pro větší množství lidí. Jedná se o činnost zahrnující hromadnou výrobu, prodej i spotřebu pokrmů a nápojů. Taková činnost probíhá organizovaně, v konkrétním prostoru a na základě finanční útraty ze strany zákazníka. Tímto procesem je splněna základní funkce stravovacích služeb, kterou je uspokojení potřeby výživy obyvatel. Velkou roli v tomto procesu hrají faktory místa a času, dalšími vlivy jsou úroveň rozvoje technologií, životní styl obyvatel nebo také výše jejich mzdy, od které se poté odvíjí jejich možnosti stravování.

Nejstarší formou stravování jsou restaurační služby, které kromě základní funkce plní i funkci zlepšování společenské komunikace a potenciálně i přechodného ubytování.

Mohou probíhat samostatně či být spojené s doplňkovými službami. Nejvíce rozvíjenými službami v oblasti stravování jsou již od minulého století kromě známých restaurací také catering, franchising v podobě fast foodů a bister či například bary a vinárny. (20).

### **Doplňkové služby**

Doplňkové služby mají za úkol zdokonalit nabídku základních služeb a pozvednout je tak na ještě vyšší úroveň ve způsobu jejich poskytování s cílem dosáhnout maximálního užítku. Může se jednat o služby placené (směnárny, prodej upomínkových předmětů, půjčování sportovních potřeb a osobních vozidel, přeprava či úschovna zavazadel, služby tlumočnicků a průvodců, telekomunikace) i neplacené (podání informací, úschova cenností, rezervace, zajištění náhradního ubytování). (9).

## **3.5 Postavení a ekonomické vlivy cestovního ruchu v národním hospodářství**

Cestovní ruch je jedním ze sektorů národního hospodářství a jeho postavení v něm je dáno několika faktory:

- spotřebou obyvatelstva,
- vztahem k odvětvové struktuře národního hospodářství,
- tvorbou podnikatelských příležitostí a vztahem k zaměstnanosti,
- působením na rozvoj územních celků,
- multiplikačními účinky na národní ekonomik,
- dopady globalizace na národní hospodářství. (10).

Dále lze rozpoznávat konkrétní ekonomické vlivy:

- příjmová funkce,
- funkce zvyšování zaměstnanosti v regionu i státu,
- funkce regionálního rozvoje,
- funkce vyrovnávání platební bilance. (19).

### **Příjmová funkce**

Jedná se o příjmy od účastníků cestovního ruchu, kteří spotřebovávají služby a statky cestovního ruchu, jinými slovy pomocí příjmů lze zjistit výši spotřeby. Spolu s dalšími odvětvími (ropný, chemický a automobilový průmysl) vytváří největší objem tržeb v oblasti obchodu. Podílí se na vývozu zboží, je jedním z největších zdrojů devizových příjmů. Primární příjmy z cestovního ruchu jsou rozdělovány regionům do oblastí zemědělství, obchodu a živností. Příjmy plynoucí z cestovního ruchu jsou výdaji jeho účastníků, přičemž výše těchto výdajů je ovlivněna množstvím nabytých peněžních prostředků, které mají v daný moment k dispozici. Jedná se o tzv. kupní fond spotřebitele. (15).

### **Funkce zvyšování zaměstnanosti**

Díky cestovnímu ruchu je ve světě zaměstnáno více než 100 milionů lidí, což činí toto odvětví významným zdrojem zaměstnanosti. Vzhledem ke skutečnosti, že oproti jiným odvětvím není možné všechny aktivity a služby cestovního ruchu plně automatizovat, vyniká zde lidská pracovní síla značným potenciálem a svým způsobem je nenahraditelná (v cestovním ruchu jsou nejvíce využívány osobní služby neboli takové, jež jsou zajišťovány lidskými zdroji).

Vzhledem k vysokému počtu pracovních míst není potřeba zajišťovat větší investice a cestovní ruch tak samovolně přispívá k vytváření tzv. multiplikačního efektu. Jedná se o efekt, kdy je díky vzniku určité služby vyvíjen neustálý tlak na vytvoření a poskytování služeb dalších. Lze tak hovořit o charakteristickém znaku služeb, kterým je jejich komplementarita.

Rozvoj cestovního ruchu ovlivňuje zaměstnanost přímou (primární) i nepřímou (sekundární), přičemž nejvíce lidské pracovní síly je koncentrováno v hotelnictví a pohostinství. Rizikovými faktory u zaměstnanosti v cestovním ruchu jsou sezónnost, poměrně malé mzdy a minimální požadavky na odbornost a kvalifikaci. Nevýhodou může být také převažující počet malých podniků a mikropodniků.

Měření zaměstnanosti v cestovním ruchu je možné pouze formou hrubého odhadu, což je dáno především množstvím pracovníků pocházejících z jiných odvětví. Tito pracovníci jsou tak v cestovním ruchu zaměstnáni pouze zprostředkovaně a vyvstává otázka, ve kterých případech je lze započítávat do statistik cestovního ruchu. (23).

### **Funkce regionálního rozvoje**

Regiony mohou mít konkurenční výhodu v podobě intenzivní koncentrace rekreačních a kulturních atraktivit. Platí, že čím obsáhlejší a zajímavější je nabídka, tím nabývá místní cestovní ruch na významu. Značný vliv má také ekonomické zaměření daného regionu, pomocí kterého lze zjistit, zda má cestovní ruch na takovém místě potenciál růstu či nikoliv. Atraktivitu rozhodně zvyšuje schopnost exportu a využití regionálních trhů.

Aby byl cestovní ruch pro region přínosný, je nutné provádět takovou ekonomickou činnost, která dá příležitost podnikům působícím v daném regionu, nikoli externím mimoregionálním firmám, jako tomu velmi často bývá. Tato činnost by dále měla probíhat v návaznosti na rozvoj cestovního ruchu a být tak jeho součástí. V neposlední řadě by měla zajišťovat potřebnou technickou a sociální infrastrukturu, v souhrnu se jedná například o stavební, zemědělské a dopravní podniky, telekomunikace, elektrifikace nebo také zdravotnická zařízení.

Ačkoli se cestovní ruch aktivně podílí na tvorbě a růstu regionálního HDP, jeho vývoj je zpravidla nerovnoměrný a odvíjí se od postavení a síly jednotlivých podniků, kde vždy alespoň jeden z nich je více dominantní. Cestovní ruch přidává potenciálu regionu na jeho hodnotě, čímž vznikají zcela nové příležitosti a možnosti realizace i v dalších odvětvích. (23).

### **Funkce vyrovnávání platební bilance**

Platební bilance vyjadřuje vztah mezi příjmy příjezdového a výjezdového cestovního ruchu za určité období (nejčastěji období jednoho roku). Jedná se o mezinárodní transakce, které probíhají na běžných a kapitálových účtech, jež jsou doplňovány o oficiální rezervy. Na takových účtech jsou bilancovány služby, zboží, zahraniční investice i aktivity centrální banky daného státu, jinak nazývány také jako tzv. kreditní a debetní položky. Kreditní položky vychází z vývozu (exportu), tudíž přispívají k ekonomickému bohatství. Naopak debetní položky jsou vázány na dovoz (import), čímž dochází k úbytku ekonomických statků.

Obecně je stanoveno, že platební bilance by měla být vyrovnaná neboli ve výsledném procesu sčítání příjmů, respektive výdajů, by měla být rovna nule. Bilance cestovního ruchu je řazena do bilance služeb a s její pomocí je možné kvantifikovat

ekonomický přínos cestovního ruchu v regionu i celém státu, jež je dán postavením těchto subjektů v mezinárodních podmínkách. (19).

Ekonomický vliv výše uvedených faktorů lze měřit pomocí několika nástrojů cestovního ruchu, mezi něž patří:

- Satelitní účet cestovního ruchu – jednotný statistický systém umožňující mezinárodní srovnávání,
- Input - Output modely – vychází z koncepce multiplikovaného efektu, jež se v cestovním ruchu velmi často vyskytuje,
- Matice sociálního účetnictví – sleduje strukturu ekonomiky a vzájemný vztah produkce, příjmů a poptávky,
- Modely všeobecné rovnováhy – reprezentují výsledné chování a podoby ekonomiky v případě výrazných či nečekaných zásahů a změn. (23).

### **3.6 Organizace a řízení cestovního ruchu v České republice**

K současné podobě řízení cestovního ruchu v České republice vedla dlouhá cesta, jež se vyznačovala častými změnami v organizační struktuře tehdy působících organizací a dalších orgánů. Tyto subjekty se i přes tak nestálé prostředí snažily metodicky řídit a pozitivně ovlivňovat vývoj cestovního ruchu na území České republiky. Mezi orgány České republiky činné v oblasti řízení cestovního ruchu patří:

- Poslanecká sněmovna parlamentu České republiky,
- Senát České republiky,
- Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky,
- příspěvková organizace CzechTourism,
- kraje, města, obce,
- regionální občanská sdružení,
- informační centra,
- profesní organizace a zájmová sdružení. (10).

## **Poslanecká sněmovna a Senát České republiky**

Pro potřeby legislativní působnosti cestovního ruchu v tuzemsku byl Hospodářským výborem zřízen Podvýbor pro cestovní ruch, pro zahraniční záležitosti byl Zahraničním výborem jmenován Podvýbor pro prezentaci České republiky a vnější ekonomické vztahy. Tyto orgány fungují pod záštitou Poslanecké sněmovny. (31).

Senát České republiky si pro tyto účely zřídil Podvýbor pro cestovní ruch, jež spadá pod činnost Výboru pro hospodářství, zemědělství a dopravu. Orgány tohoto typu jsou na státní úrovni a jejich úkolem není přímé řízení cestovního ruchu, ale spíše konzultační a poradenská činnost, vzhledem k tomu, že cestovní ruch je ve státě obvykle delegován více rozděleně, zpravidla na regionální a krajské úrovni. Zmíněné orgány jsou tak samosprávné a jejich role spočívá například ve schvalování právních norem týkajících se cestovního ruchu. (31).

## **Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky**

Je nejvýznamnějším centrem řízení cestovního ruchu v České republice a zároveň provádí i veškerou státní správu, kterou dříve zajišťovalo Ministerstvo obchodu a Ministerstvo hospodářství.

Pro lepší organizační možnosti si Ministerstvo pro místní rozvoj založilo speciální sekci v oblasti cestovního ruchu v podobě čtyř odborů, jež se zaměřují na evropskou územní spolupráci, rozvoj a strategie regionální politiky, veřejné dražby a cestovní ruch jako takový. Ministerstvo pro místní rozvoj zajišťuje velmi obsáhlou škálu činností, z nichž vybranými jsou:

- tvorba návrhů právních norem upravujících činnost cestovního ruchu,
- tvorba a realizace programů určených k rozvoji cestovního ruchu,
- koordinace aktivit ostatních orgánů řídících cestovní ruch,
- zisk a rozdělování finančních prostředků pro rozvoj cestovního ruchu,
- monitoring a analýza statistických údajů cestovního ruchu. (31).

## **CzechTourism**

Česká centrála cestovního ruchu funguje díky Ministerstvu pro místní rozvoj již od roku 1993. Důvodem jejího vzniku jakožto příspěvkové organizace je propagace České republiky v tuzemsku i zahraničí, s cílem vykreslit tuto zemi jako vysoce atraktivní

destinaci cestovního ruchu v Evropě. K tomu jí velkou měrou pomáhá členství v Evropské Unii a spolupráce s dalšími partnery v podobě turistických regionů, měst, obcí i podnikatelských subjektů.

Přímá propagace probíhá ve více než 25 zemích světa, převážně se jedná o země, jež jsou hlavními zdrojovými trhy příjezdového cestovního ruchu. Nejčastější formou činnosti je účast na veletrzích, výstavách a filmových festivalech, pořádání workshopů, vydávání propagačních materiálů či organizování pobytů pro pracovníky cestovních kanceláří a komunikačních médií včetně poskytování unikátních pracovních příležitostí.

Pro potřeby interního charakteru agentura zpracovává také regionální analýzy a provádí průzkumy pro Český statistický úřad a Satelitní účet cestovního ruchu formou sběru dat. (24).

## **Kraj**

Krajem se rozumí územní samosprávný celek a veřejnoprávní korporace, přičemž každý kraj vlastní určitý jemu vymezený majetek, zákonem přidělené příjmy a musí svědomitě hospodařit s vlastním rozpočtem. (10).

Orgány v kraji činné jsou zastupitelstvo, rada, hejtman a krajský úřad. Hlavním úkolem je zajišťovat územní rozvoj a pečovat o potřeby občanů. K důležitým kompetencím kraje patří následující:

- předkládání návrhů zákonů Poslanecké sněmovně,
- vydávání obecně závazných vyhlášek,
- schvalování a realizace koncepcí rozvoje cestovního ruchu,
- rozhodování o spolupráci s dalšími kraji a národy,
- schvalování rozpočtu,
- poskytování dotací subjektům působícím na území daného kraje.

K nejvýznamnějším organizacím podílejícím se na řízení cestovního ruchu v České republice lze kromě již výše zmíněných řadit například Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky, Asociaci hotelů a restaurací České republiky, Asociaci českých cestovních kanceláří a agentur, Asociaci turistických informačních center či Klub českých turistů. (15).



### **3.1.2 Cestovní ruch a regionální rozvoj**

V roce 2001 byla Česká republika dle nové legislativy rozdělena na kraje, což bylo také podnětem pro zpracování zcela nových rozvojových programů pro kraje a regiony. Od té doby je cestovní ruch vymezován a řešen v tzv. turistických regionech, což jsou území s největší koncentrací atraktivit cestovního ruchu, jež spojují prvky jemu typické a zároveň tím dochází i ke konkurenčnímu odlišení od okolních regionů. Česká republika je v současnosti rozdělena na 17 turistických regionů a zdá se, že toto rozdělení pozitivně přispělo i nadále přispívá k lepšímu fungování a komunikaci mezi jednotlivými vymezenými oblastmi. (28).

Podpora rozvoje cestovního ruchu může nabývat podoby finanční i nefinanční. Další podmínkou je, že by měla rovnoměrně plynout do všech úrovní dané země, tzn. regionální, krajské i místní. Na regionální úrovni probíhá podpora ve formě koncepcí a strategií, případně také čerpáním podpůrných programů od Evropské Unie. Odpovědnými orgány jsou zde Ministerstvo pro místní rozvoj ve spolupráci s požadavky a připomínkami ze strany agentury CzechTourism, jež v pravidelných, předem plánovaných obdobích, tvoří Koncepti státní politiky a Národní program podpory cestovního ruchu v regionech. (24) (31).

#### **Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014–2020**

Jedná se o střednědobý strategický dokument pro rozvoj cestovního ruchu v České republice s pomocí konkrétně zvolených nástrojů, který je navrhován v souladu s programovacím obdobím Evropské Unie. K hlavním cílům patří:

- vytvořit lepší systém řízení cestovního ruchu,
- zajistit podmínky pro dlouhodobé financování,
- konkretizovat role Ministerstva pro místní rozvoj, agentury CzechTourism a dalších spolupracujících organizací,
- stabilizovat regionální spolupráci veřejného, soukromého a neziskového sektoru v rámci destinačního managementu,
- naučit se lépe využívat nové finanční nástroje dotační politiky,
- realizovat marketingové koncepce jakožto hlavní pilíře v propagaci turistických regionů.

Ministerstvo pro místní rozvoj tyto cíle shrnuje do čtyřech priorit, jimiž jsou zkvalitnění nabídky cestovního ruchu, management cestovního ruchu, destinační marketing a politika cestovního ruchu. (31).

### **Národní program podpory cestovního ruchu v regionech na období 2016–2020**

Tento program je jedním z nástrojů Koncepce státní politiky. Jedná se o dotační program, který by měl v určeném období:

- zvýšit potenciál a konkurenceschopnost regionů,
- usnadnit pohyb návštěvníků v destinaci a regulovat návštěvnost,
- rozvíjet základní i doprovodnou infrastrukturu,
- zlepšovat kvalitu poskytovaných služeb,
- podporovat socioekonomické přínosy cestovního ruchu.

Program je částečně financován prostředky státního rozpočtu a obsahuje dva subprogramy. Jedním z nich je „*Rozvoj základní a dopravní infrastruktury*“, dalším jsou pak „*Marketingové aktivity v cestovním ruchu*“. (31).

### **3.7 Marketing v cestovním ruchu**

Marketing v cestovním ruchu vznikl jako odpověď na rozvoj cestovního ruchu v destinacích. Vzhledem k nutnosti odlišení se, vytvoření co nejlákavější nabídky, ale také k regulaci návštěvnosti se tak na poli cestovního ruchu vyvinula nová, ale velmi potřebná oblast.

Marketing řídí subjekty působící v cestovním ruchu. Jedná se o organizace, korporátní firmy, podnikatele a mnoho dalších. Samotné řízení však začíná už v jeho prostředí. To je tvořeno různými faktory a silami, jež jej ovlivňují ve způsobu udržování vztahů s účastníky cestovního ruchu.

Vnější prostředí lze rozdělovat na lokální, integrační seskupení (regiony), národní a světové, přičemž častěji je vnímáno jako makro a mikroprostředí. Makroprostředí přitom působí na produkty, způsoby nabídky a celý trh cestovního ruchu, zatímco mikroprostředí se zabývá formováním marketingových strategií dle charakteristických znaků daného odvětví.

Vnitřní prostředí je důležité z hlediska poskytovaných zdrojů. V odvětví cestovního ruchu je nejvíce zkoumáno, do jaké míry jsou tyto zdroje jedinečné a nenapodobitelné neboli zda jsou schopné subjektu zajistit konkurenční výhodu či nikoliv. Jde především o zdroje fyzické, lidské, finanční a zdroje nehmotné povahy a jejich míru vlivu lze zjistit pomocí vhodně zvolených analýz. (23).

Jak již bylo zmíněno dříve, prostředí cestovního ruchu je velmi dynamické a rychle se měnící, je proto nezbytné neustále jej monitorovat a v ideálním případě se snažit i předvídat jeho budoucí vývoj, což je značně komplikované.

Koordinaci činností zajišťují v marketingu marketingoví zprostředkovatelé. Jsou to firmy, které pomáhají subjektům cestovního ruchu s propagací, prodejem a distribucí jimi vytvořených služeb, většinou jde o logistické firmy obstarávající dopravu, marketingové agentury provádějící výzkumy, mediální společnosti napomáhající ve zviditelnění značky, či finanční instituce poskytující potřebné finanční prostředky. (23).

### **Marketingový informační systém (zkr. MIS)**

Informace představují základní kapitál marketingu. Je žádoucí, aby byly aktuální, pravdivé a mimo jiné také v dostačujícím množství, jelikož z nich vychází veškerá rozhodnutí. Marketingové informační systémy jsou budovány na úrovni obcí či regionů a informace v nich používané jsou získávány z vnějšího i vnitřního prostředí, proto je z nich před jejich dalším zpracováním nejprve tvořena syntéza. (11).

Marketingový informační systém má mnohooborový charakter a zpracovává informace především o nabídce a poptávce destinace cestovního ruchu. Jeho funkce jsou filtrační, třídící, získávací, prověřovací, analytická a předávací. Pro získávání informací existují zpravidla tři základní techniky sběru dat, mezi něž patří dotazování, pozorování a experiment. Systém data nejenže sbírá, ale také zpracovává a následně vyhodnocuje. Vytváří si také tzv. relační databáze, což jsou soubory, které propojují charakteristiky zákazníků s jejich reakcemi na marketingové aktivity aplikované subjekty cestovního ruchu. (11).

### **Marketingový mix**

*„Soubor marketingových nástrojů, které firma využívá k tomu, aby dosáhla svých marketingových cílů na cílovém trhu.“ (14).*

Toto slovní spojení poprvé použil E. J. McCarthy z Minnesotské univerzity Spojených států amerických. Na základě nástrojů byl vytvořen tzv. marketingový mix 4P, obsahující produkt, cenu (price), místo/distribuci (place) a komunikaci (promotion). Tento koncept je nazýván jako klasický marketingový mix (Obrázek 2):

**Obrázek 2 Klasický marketingový mix**



Zdroj: Zelenka, 2015

Stěžejní fází u nástrojů je jejich výběr, vhodná kombinace a správná aplikace. Zároveň je potřeba brát v potaz právní formu dané organizace jež chce nástroje použít, koncept její marketingové strategie včetně postavení na trhu a v neposlední řadě také situaci vnějšího i vnitřního prostředí. Klasický model lze aplikovat pro jakoukoli oblast podnikání, pro cestovní ruch destinace však musí být základní struktura rozšířena o další nástroje v něm figurující. Mluvíme tak o modelu 8P + ICT, kdy jsou ke klasické verzi 4P přidány další čtyři nástroje, jimiž jsou lidé (people), balíčky služeb (packaging), programování nabídky (programming) a spolupráce včetně koordinace činností všech subjektů (partnership,) spolu s dnes už nedílnou součástí všech služeb, což jsou informační a komunikační technologie. (17) (22).

Mezi výchozí funkce marketingového mixu patří:

- rozmístění finančních prostředků,
- využití lidských zdrojů,
- vymezení kompetencí,
- soustavné provádění analýz,

- usnadnění komunikace. (11).

### **3.8 Kulturní dědictví**

Kulturní dědictví je součástí sociálně-kulturního prostředí. Je rozdělováno na kulturu nemateriálního (nehmotného) a materiálního (hmotného) charakteru.

Nemateriální kultura je jev předávaný z generace na generaci a mění se vlivem vnějšího prostředí, především vývojem společnosti. Může mít podobu myšlenek, rčení, přísloví, citátů, hudebního díla, zvyků, tradic, vědomostí, zkušeností či řemeslných dovedností. Tyto jevy často vznikají velmi spontánně.

Naopak materiální kultura je tvořena lidskou pracovní silou a vždy má nějakou konkrétní podobu. Jedná se o památky, architekturu, sochařství, malířství, grafiku, keramiku, sklářství, literaturu, oblečení a další obdivuhodné vynálezy lidské rasy.

Pro rozvoj a zachování kulturního dědictví je stěžejní mít přístup k finančním prostředkům. Ty jsou získávány od partnerů, jimiž jsou instituce a další organizace v čele s Ministerstvem kultury a Ministerstvem financí zastupujícími Českou republiku a dále také severské země Island, Norsko a Lichtenštejnsko, jež poskytují granty specificky pro kulturní dědictví. Jmenované subjekty se podílí na konkrétních strategických programech. (33).

#### **Program „Kulturní dědictví a současné umění“**

Program zaměřující se na ochranu, obnovu a prezentaci materiálního i nemateriálního dědictví. V rámci programu jsou vypsána výběrová řízení na vytvoření projektů, jež se musí týkat problematiky návrhů restaurování, stavebních i nestavebních úprav, stabilizačních oprav či technických opatření. Pomocí těchto činností lze docílit revitalizace a uchování kulturních odkazů pro budoucí generace.

Tento program vzešel z iniciativy Ministerstva financí České republiky, konkrétně z odboru mezinárodních vztahů. Primárním cílem je materiální obnova kulturního dědictví, cílem sekundárním je jeho následné smysluplné využití. Tak by měl být zajištěn sociální a ekonomický rozvoj v dlouhodobém časovém horizontu. Konkrétní způsoby, jimiž má být těchto cílů dosaženo, jsou následující:

- podpora kulturního podnikání, navazování spolupráce,
- trvale udržitelné podnikatelské strategie,

- nové sítě vlastníků, správců a manažerů,
- podpora místních komunit, soukromého sektoru i regionální správy. (32).

K výše uvedeným patří také snaha co nejvíce zpřístupnit kulturní dědictví veřejnosti, a to ideálně novými a neotřelými cestami, například originální prezentací a propagací, a to přímo i ve spolupráci s dalšími subjekty jako jsou sociální média za současného využití moderních informačních technologií. Tím má být dosaženo zvýšení atraktivity destinací s kulturním dědictvím.

Zahájení programu je plánováno na rok 2020 a jeho realizace má trvat čtyři roky, tedy do roku 2024. Výše zamýšleného grantu je vypsána na částku 200 000 – 1 500 000 Euro, což je v přepočtu zhruba 5 200 000 – 40 500 000 Kč. (32).

### **Koncepce památkové péče v České republice na období 2017–2020**

Tato koncepce vyšla v platnost v roce 2017 a jejím autorem je Ministerstvo kultury České republiky. Instrukce ji vydává v pravidelných intervalech a navrhuje v ní zapsání a umístění nových památek daných destinací na listinu Seznam světového dědictví UNESCO. Ke světové organizaci se Česká republika připojila v roce 1991, do poloviny roku 2019 zajistila zapsání dvanácti kulturních památek:

- historické jádro města Praha,
- historické jádro města Český Krumlov,
- historické jádro města Telč,
- historické jádro města Kutná Hora včetně kostela sv. Barbory a katedrálou Panny Marie v Sedlci,
- Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené Hoře u Žďáru nad Sázavou,
- Lednicko-valtický areál,
- vesnice Holašovice,
- zámek a zahrady v Kroměříži,
- zámek v Litomyšli,
- Sloup Nejsvětější Trojice v Olomouci,
- Vila Tugendhat v Brně
- Židovské město a basilika sv. Prokopa v Třebíči. (30).

Dne 6.července 2019 rozhodl výbor pro světové dědictví UNESCO na základě návrhu zemí České republiky a Německa o zapsání dalších dvou památek. Jedná se o Hornický region Krušnohoří a Národní hřebčín Kladruby nad Labem. V současnosti se tak může Česká republika pyšnit již čtrnácti památkami zapsanými na Seznamu světového dědictví UNESCO. (26).

Kulturní památky jsou jinak primárně evidovány v Ústředním seznamu kulturních památek České republiky, jež vede Národní památkový ústav, který je jak provozovatelem státních památkových objektů, tak odbornou organizací státní památkové péče. Nejvýznamnější kulturní památky jsou poté zařazeny do speciálního Seznamu národních kulturních památek, musí však splňovat několik kritérií, aby v tomto seznamu mohly figurovat:

- přesah regionálního významu,
  - jedinečná a originální sebe prezentace,
  - dokumentování stěžejních etap vývoje lidstva,
  - vlastnosti vzácnosti a vysoké hodnoty,
  - hmotný význam pro vědní disciplíny, výzkum a vzdělávání. (30)
- (34).

## 4 Charakteristika Středočeského kraje z hlediska řešené problematiky

### 4.1 Obecná charakteristika

Obrázek 3 Mapa Středočeského kraje a jeho okresů



Zdroj: Krajský úřad Středočeského kraje, 2019

Středočeský kraj patří mezi 14 států určených a vymezených krajů. Jeho hlavním městem je Praha, jež je zároveň dalším samostatným krajem a dále je obklopen ještě 8 kraji. Ze severu Libereckým krajem, z jihu Jihočeským krajem, z východu Královohradeckým, Pardubickým krajem a Vysočinou, ze západu poté Ústeckým a Plzeňským krajem. Svoji velikostí, počtem obcí a obyvatel se řadí k největšímu kraji celé České republiky. Jeho rozloha činí 10 929 km<sup>2</sup>, což je asi 14 % celkového území státu.

Územně je Středočeský kraj vymezen 12 okresy (Obrázek 3) s 10 okresními městy. Největším okresem je Příbram zabírající 14,3 % rozlohy kraje, nejmenším je okres Praha-západ, jež zabírá 5,3 %. Od roku 2003 jsou zrušeny okresní úřady, avšak okresy jako územní jednotky byly zachovány. Navíc byly ustanoveny správní obvody obcí s rozšířenou působností, v současnosti je jich 26.

Ve Středočeském kraji je více než 1440 obcí, jejich největší koncentrace je v okresech Příbram a Mladá Boleslav. Statut města má 86 z nich, mezi největší patří



Kladno, Mladá Boleslav, Příbram, Kolín a Kutná Hora. Jako jediný nemá své krajské město, veškerá činnost spadá pod krajský úřad v Praze. (25).

Svoji výhodnou polohou velmi výrazně ovlivňuje ekonomiku, je vázán na hlavní město Prahu, pro kterou je zdrojem pracovní síly, rekreace, ale například také dodáváním potravin. Má hustou dopravní síť, která patří zároveň i k těm nejvytíženějším. Vedou tudy hlavní železniční i tranzitní sítě, včetně sítí vodní dopravy, která využívá tzv. Labsko-vltavskou vodní cestu.

Středočeský kraj má značně rozvinutou zemědělskou a průmyslovou výrobu, pyšnit se může především skvělými přírodními podmínkami v severovýchodní oblasti. Preferovaná je rostlinná výroba, pěstování obilovin či cukrovky, ve více příměstských částech je pěstováno i ovoce, zelenina a květiny. Mez nejvýznamnější průmyslové odvětví patří strojírenství, potravinářství či sklářství a keramika.

Kraj se rozkládá na území Českého masivu, jež je jednou z nejstarších částí evropské pevniny. Reliéf je spíše málo členitý, na severu a východě rovinatý, na jihu a západě převažují vrchoviny. Nejvyšším bodem je vrchol Tok v Příbrami, jež je ve výšce 865 m.n.m., nejnižším bodem je poté řečiště řeky Labe v Mělníku ve výšce 153 m.n.m. (27).

## 4.2 Obyvatelstvo

S počtem 1 365 332 obyvatel patří Středočeský kraj k nejlidnatějšímu regionu České republiky. Hustota obyvatelstva se pohybuje okolo 123 osob na km<sup>2</sup>. Nejvíce obydlenými jsou okresy Praha-východ s více než 171 000 obyvateli a Kladno s více než 100 000 obyvateli. V těchto oblastech je tak hustota obyvatelstva vyšší než 200 osob na km<sup>2</sup>. Naopak nejméně obydleným je okres Rakovník s méně než 55 000 obyvateli. Hustota zalidnění v periferiích měst je zde menší než 70 osob na km<sup>2</sup>.

Demografický vývoj se markantně začal měnit od druhé poloviny devadesátých let. Jedním z důvodů byla výstavba satelitních měst v bezprostřední blízkosti hlavního města Praha. Celkový počet obyvatel ve Středočeském kraji od té doby stále roste, kromě zmíněného také díky trendu stěhování mladších generací, které zde zakládají rodiny. Tím bylo dosaženo jevu, kdy došlo k více narozením než úmrtím, přičemž trend mladistvých byl viditelný i dle průměrného věku, který se pohyboval na hranici 41 let.

I přesto však došlo ke stárnutí populace v celorepublikovém měřítku. Začaly tak převažovat osoby starší věku 65 let nad dětmi ve věku do 14 let. (27).

Ekonomika a zaměstnanost mají dlouhodobě rostoucí tendenci, postupem let došlo k přechodu z primárního a sekundárního sektoru do sektoru terciárního neboli do oblasti služeb. I díky tomu je ve Středočeském kraji dosahováno velmi nízké nezaměstnanosti, která se pohybuje okolo 2 % a je jednou z nejnižších v celé EU. Průměrná měsíční mzda překročila hranici 34 000 Kč. (údaje k 31.12.2019) (25).

### **4.3 Turistické zajímavosti**

Ve Středočeském kraji lze navštívit mnoho historicky cenných památek. Nejvíce je jich v Kutné Hoře (konkrétně chrám sv. Barbory, Vlašský dvůr, Hrádek se stříbrnými doly, kostnice a katedrála Nanebevzetí Panny Marie a sv. Jana Křtitele v Sedlci), zároveň jsou zapsány do Seznamu světového přírodního a kulturního dědictví UNESCO. K městským památkovým rezervacím patří také město Kolín, v souhrnu se v kraji nachází 34 památkových zón a 29 národních kulturních památek. (34).

Vyhledávanými hrady jsou Karlštejn a Točnick u Berouna, Křivoklát u Rakovníku, Český Šternberk u Benešova a Kokořín u Mělníku. Zajímavé jsou také zříceniny Žebrák u Berouna a Okoř v okrese Praha-západ. Navštěvovanými zámky jsou Konopiště u Benešova, Žleby a Kačina u Kutné Hory, Loučeň u Nymburku, Lány u Rakovníku a také Mělník či Nelahozeves v dané oblasti. Nachází se zde také poutní místa, například Svatá Hora u Příbrami a památník Lidice u Kladna. K modernějším zajímavostem patří muzea ŠKODA Muzeum v Mladé Boleslavi, Hornické muzeum v Příbrami a České muzeum stříbra v Kutné Hoře. (34).

#### **Zámek Kačina**

Památk (Příloha 1) se nachází v obci Svatý Mikuláš nedaleko Kutné Hory. Výstavba začala na počátku 19. století a reprezentuje empírovou architekturu. Prohlídkové okruhy a expozice seznamují s historií vlastnického rodu Chotků, aktuálně jsou tematicky zaměřeny na Zámeckou truhlárnu, Hospodářské zázemí zámku, Zámeckou konírnu a Jak se stavěl zámek. Doprovázeny jsou výstavami Modely lidských staveb či České lidové kroje, zcela nově je také možné navštívit naučnou stezku Ze života hmyzu v přilehlém zámeckém parku. Na zámku jsou široké veřejnosti dostupné nabízené služby v podobě pořádání svateb a pronájem místní kavárny, návštěvnost rozhodně zvyšuje také každoroční doprovodný program jako open-air hudební festivaly a adventní slavnosti. (37).

### **Zámek Veltrusy**

Státní památka (Příloha 1) v barokním stylu, nacházející se ve stejnojmenné obci u Prahy, byla stavěna od počátku 16.století. Mezi současné prohlídkové okruhy patří Aristokracie – začátek konce a unikátní je také cykloprohlídka zámku a jeho okolí, kde návštěvníci poznají celý park včetně obory, která je známá díky daňkům skvrnitým a dále zajícům či bažantům. Znamé jsou také vzdělávací programy pro školy a školky, výstavy pořádané v galeriích prostorů zámku, možný je pronájem prostor pro soukromé účely, nejčastěji svatby. Zámek je známý pro své každoročně pořádané akce, mezi které patří Advent s živým betlémem, řemeslné workshopy, dožínky či tzv. Slavnost růží. (38).

### **Zámek Žleby**

Státní památka (Příloha 1) ze 13. století se nachází ve stejnojmenné obci u města Čáslav. Původně gotický hrad, později přestavěný na novogotický zámek s prvky romantismu, patřil rodu Auerspergů, kteří zde zanechali významné historické pozůstatky v podobě rozsáhlých sbírek zbraní a velmi luxusního nábytku. Zámek nabízí tři základní prohlídkové okruhy – Kouzlo romantického zámku, Život na zámku a Od gotiky k romantismu. Mezi nejoblíbenější akce doplňující prohlídky patří adventní oslavy Vánoc a Velikonoce. Spolu s poznáním zámku lze navštívit i zámecký park s oborou, kde rostou vzácné rostliny, cizokrajné stromy a keře, přivezené předchozími vlastnickými rody z celého světa a žije tam také lesní zvěř. (39).

### **Zámek Brandýs nad Labem**

Nejvýznamnější renesanční památka (Příloha 1) ze 13.století, jež obývali všichni panovníci Habsburské dynastie, se nachází ve stejnojmenném městě, a kromě jiného je výjimečná sgrafity na stěnách. Dochována je také zámecká obrazárna, knihovna a unikátní expozice uniforem a zbraní bývalé císařské kavalerie. Zámek nenabízí žádné specifické prohlídkové okruhy, pouze kompletní prohlídku památky jako takové. Pravidelně se zde konají koncerty klasické hudby, literární a recitační soutěže a Vánoční trhy, ojedinělými akcemi jsou naopak tzv. Rudolfínské slavnosti či Brandýské lovy. (36).

## 4.4 Kultura

Středočeský kraj se snaží zachovat veškeré úkazy mapující vývoj jeho území. V kulturním pojetí se jedná například o archeologické a umělecké sbírky v muzeích, galeriích a památkách. V současnosti zde působí na 19 kulturních institucí, jako zástupce lze uvést Galerii Středočeského kraje, Ústav archeologické památkové péče středních Čech, Regionální muzeum Kolín a Mělník, Polabské muzeum či České muzeum stříbra.

Podporovány jsou také knihovny, jakožto centra celoživotního vzdělávání obyvatelstva. V kraji je v součtu více než 800 poboček, z toho 104 je knihoven profesionálních. Ústřední knihovnou je Středočeská vědecká knihovna v Kladně. Jedná se o příspěvkovou organizaci plnící i další funkce, včetně metodické a poradenské činnosti sloužící ostatním knihovnám v kraji.

Kraj se angažuje i ve sféře divadelní, pravidelně financuje vlastní tvorbu a stejně tak se zaměřuje na činnost dalších spolků, amatérských souborů, festivalů, přehlídek, městských slavností či historických akcí. Při této příležitosti vydává také různé publikace s kalendářem všech plánovaných akcí. (33).

Dnes je moderní sdílet informace na internetových stránkách, ke kterým má většina obyvatel nejrychlejší přístup. Aktuální chystané akce jsou nejčastěji uváděny na následujících oblíbených portálech: [www.informuji.cz](http://www.informuji.cz), [www.atlaseska.cz](http://www.atlaseska.cz), [www.kdykde.cz](http://www.kdykde.cz), [www.akcevcz.cz](http://www.akcevcz.cz) a [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz).

## 4.5 Sport

Ve Středočeském kraji je možnost sportovního vyžití v klasických aktivitách jako tenis, fotbal, lední hokej, volejbal a basketbal, a to jak rekreačně, tak v rámci tréninků sportovních týmů. Dále je zde k dispozici 11 golfových hřišť a koňské jízdárny. Výjimku tvoří poměrně neobvyklé sporty v podobě pozemního hokeje a házené.

Kraj svým reliéfem přímo vybízí k cykloturistice. Cyklostezky a cyklotrasy jsou vedeny podél řek, historických památek a dalších atraktivit cestovního ruchu. Tato sportovní aktivita má tak rozhodně největší potenciál, i proto je jí věnována značná pozornost, například v podobě aktuálního dokumentu „*Koncepce rozvoje cyklistiky ve Středočeském kraji 2017-2023*“. Koncepce stanovuje opatření krátkodobého i dlouhodobého charakteru, jejichž cílem je efektivně rozvíjet tento sport na daném území, zařadit tento druh dopravy do celého dopravního systému a zvyšovat povědomí o

výhodách kol nejen k účelu rekreace a trávení volného času, ale také jakožto skvělého prostředku k dostání se ve všedních dnech do práce.

Dalším nástrojem je „*Koncepce sportovní politiky Středočeského kraje 2018-2025*“, jež konkretizuje možnosti získání podpor a dostupných finančních zdrojů, což přispěje ke zkvalitnění životní úrovně občanů kraje. (27).

#### **4.6 Přírodní atraktivity**

Ve Středočeském kraji se nalézá 270 maloplošných zvláště chráněných území, 19 rozsáhlých přírodních parků a šest chráněných krajinných oblastí. Mezi přírodní parky patří například Džbán, Hřebeny, Tremšín, Hornopožárský les, Chlum nebo Čížovky. Zcela novými přírodními památkami byly v roce 2017 zvoleny biotopová oblast u obce Říšnice a Stroupínský potok se vzácnými druhy vodních živočichů. Ochrana přírodních hodnot je jak morální, tak právní povinností každého občana i orgánů veřejné správy. Za tímto účelem je na určené období tvořen středně i dlouhodobý dokument „*Koncepce ochrany přírody a krajiny Středočeského kraje na období 2018-2028*“. Obsahuje pravidla a opatření, která mají přispět ke zlepšení stavu přírody a krajiny v regionálním měřítku a současně budou přihlížet ke specifikům jeho území. Hlavním principem strategie ochrany přírody a krajiny je snaha zachovávat a obnovovat biodiverzitu a ekologickou stabilitu. Tyto jsou základem udržitelného hospodaření v krajině a předpokladem udržení ekologicky vyváženého stavu za respektování měnících se podmínek prostředí. (29).

## 5 Analytická část

Analytická část práce se zabývá hodnocením vývoje časových řad vybraných ukazatelů cestovního ruchu ve Středočeském kraji v období let 2007-2018. Důraz je kladen na statistickou analýzu vývoje počtu hromadných ubytovacích zařízení, lůžek v HUZ, počtu hostů a jejich přenocování v daném kraji ve zvoleném období, včetně rozdělení na rezidenty a nerezidenty. Data jsou získána z ročenek Středočeského kraje a z veřejné databáze statistických údajů Středočeského kraje Českého statistického úřadu.

Dále je analyzována návštěvnost vybraných historických objektů (zámků) ve Středočeském kraji v období let 2007-2018. Podkladová data návštěvnosti vybraných památek jsou získána od jejich správců.

### 5.1 Vývoj počtu hromadných ubytovacích zařízení a lůžek

Popis vývoje návštěvnosti Středočeského kraje vychází z údajů o počtu hromadných ubytovacích zařízení (dále jen HUZ) a o počtu lůžek v letech 2007–2018. Vývoj je popsán pomocí základních statistických charakteristik sledované časové řady a pro rychlejší orientaci doplněn o grafy.

Pro lineární modely následuje bodová a intervalová předpověď možného vývoje sledovaného ukazatele na období let 2019-2021. V případech, kdy nebylo možné využít lineární modely, je použit model Holtovy metody exponenciálního vyrovnávání, u něhož lze provést pouze výpočet bodové predikce na stejné období.

Vhodnost použitých metod pro stanovení tohoto vývoje je u lineárních modelů posouzena pomocí chyby MAPE a indexu determinace, u Holtovy metody pouze chybou MAPE.

#### 5.1.1 Dosavadní vývoj počtu HUZ a lůžek

Tabulka 1 zobrazuje vývoj počtu HUZ ve Středočeském kraji v letech 2007–2018. Nejvyšší nárůst počtu HUZ lze pozorovat mezi lety 2011 a 2012, který je téměř čtyřnásobný oproti předešlým sledovaným obdobím a zvýšil se o 235 nových HUZ. Důvodem tohoto vysokého navýšení bylo zavedení plošného výzkumu, kterým došlo ke sčítání a doplnění registru HUZ v rámci realizace projektu Ministerstva pro místní rozvoj „Zkvalitnění informací o vybraných sektorech cestovního ruchu“ (31).

**Tabulka 1 Vývoj počtu HUZ v letech 2007-2018**

<b>Rok</b>	<b>Počet HUZ</b>	<b><math>\Delta</math>yt</b>	<b>kt</b>	<b>BI</b>	<b>rt</b>
<b>2007</b>	566	-	-	-	-
<b>2008</b>	544	-22	0,9611	0,96	-0,04
<b>2009</b>	529	-15	0,9724	0,93	-0,03
<b>2010</b>	529	0	1,0000	0,93	0,00
<b>2011</b>	579	50	1,0945	1,02	0,09
<b>2012</b>	814	235	1,4059	1,44	0,41
<b>2013</b>	805	-9	0,9889	1,42	-0,01
<b>2014</b>	668	-137	0,8298	1,18	-0,17
<b>2015</b>	669	1	1,0015	1,18	0,00
<b>2016</b>	682	13	1,0194	1,20	0,02
<b>2017</b>	667	-15	0,9780	1,18	-0,02
<b>2018</b>	706	39	1,0585	1,25	0,06
<b>Průměr 07-18</b>	646,50	12,73	1,0203	x	0,03
<b>Průměr 14-18</b>	678,40	-20	0,9816	x	-0,02

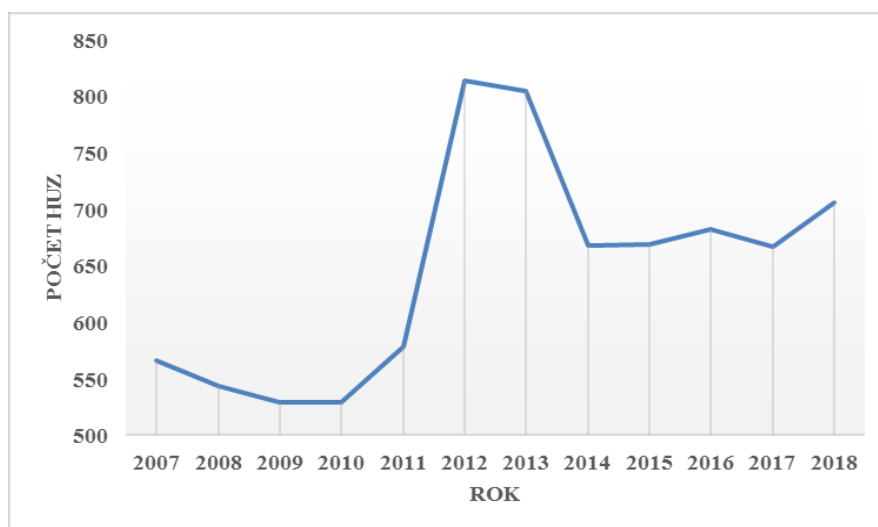
Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Účelem bylo revidovat neaktuální data o HUZ, jejich kapacitách a návštěvnosti a zajistit jednotnou klasifikaci pro lepší přehlednost. Stejný jev lze pozorovat i v letech 2013–2014, kdy byl registr nadále doplňován a docházelo k unifikaci klasifikace. Od roku 2014 se vývoj poměrně stabilizoval a nárůst nových HUZ již nezaznamenal žádné extrémní výkyvy jako v letech předešlých. Průměrně za celé sledované období 2007-2018 vzrostl počet HUZ meziročně o 2 %, za posledních 5 let v období 2014-2018 ale naopak o 2 % klesl.

Z vypočítaných průměrů jednotlivých kategorií HUZ za období 2012-2018 v Příloze 2 vyplývá, že největší zastoupení v České republice mají penziony a tříhvězdičkové hotely, motely a botely. Nejméně je naopak pětihvězdičkových hotelů a hotelů garní.

Graf 1 navazuje na Tabulku 1. Zobrazuje četnosti HUZ v jednotlivých letech a lépe ilustruje difference popsané v předchozí tabulce, především poté viditelné výkyvy v období let 2011 – 2014.

**Graf 1 Vývoj počtu HUZ v letech 2007–2018**



Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Tabulka 2 doplňuje Tabulku 1 dalším ukazatelem v podobě celkového počtu lůžek a počtu lůžek připadajících na jedno HUZ.

**Tabulka 2 Vývoj počtu lůžek v letech 2007-2018**

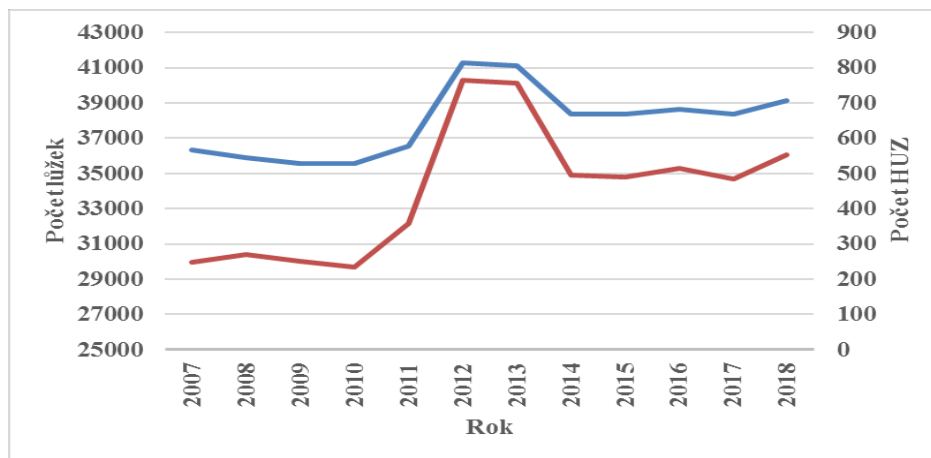
Rok	Počet lůžek	P. l. na 1 HUZ
2007	29969	52,95
2008	30407	55,90
2009	30024	56,76
2010	29677	56,10
2011	32184	55,59
2012	40311	49,52
2013	40144	49,87
2014	34900	52,25
2015	34812	52,04
2016	35303	51,76
2017	34694	52,01
2018	36050	51,06
<b>Průměr</b>	34039,58	52,98
<b>kt</b>	1,0107	0,9946

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Se zvyšujícím se počtem HUZ se zvyšuje i počet lůžek v nich a naopak, dle koeficientu růstu je to meziročně o 1 %. Vztah HUZ a lůžek lépe ilustruje Graf 2.



**Graf 2 Vývoj počtu HUZ a lůžek v letech 2007–2018**

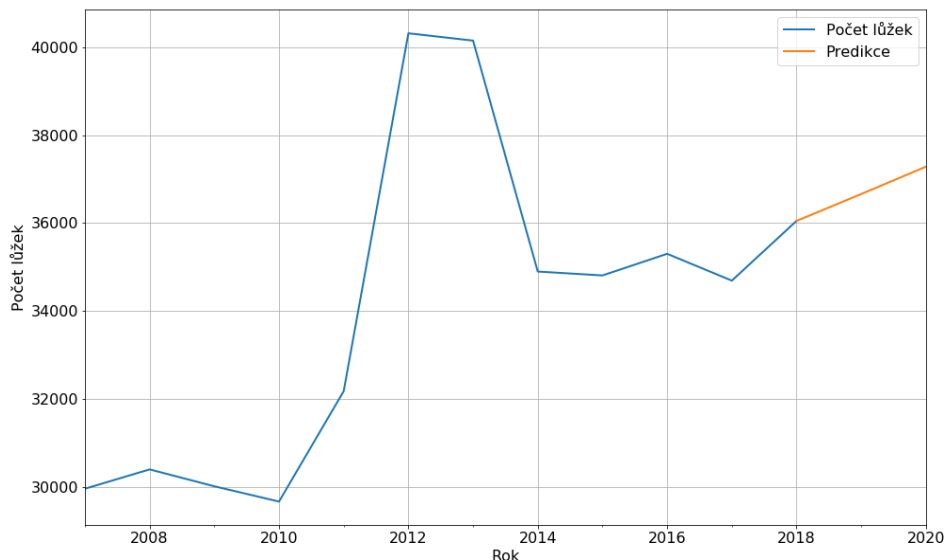


Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

### 5.1.2 Predikce počtu lůžek

Na základě podkladových dat z Tabulky 2 byla pomocí Holtovy metody exponenciálního vyrovnávání vypočtena bodová předpověď počtu lůžek v HUZ na roky 2019-2021, jak ilustrují Graf 3 a Tabulka 3, a vyrovnávací parametry  $\alpha=0,8$  a  $\beta=0,2$  viz Příloha 17.

**Graf 3 Odhad počtu lůžek v HUZ na roky 2019-2021**



Zdroj: Python, vlastní zpracování

Z Grafu 3 i Tabulky 3 je zřejmé, že počet lůžek v HUZ v následujících letech 2019, 2020 i 2021 poroste.

**Tabulka 3 Bodová předpověď počtu lůžek v HUZ na roky 2019-2021**

<b>Rok</b>	<b>Bodová př.</b>
<b>2019</b>	36099
<b>2020</b>	36366
<b>2021</b>	36633

Zdroj: Python, vlastní zpracování

Na základě chyby MAPE s hodnotou 5,55 % lze celý model považovat jako vhodný pro predikci do budoucnosti a v následujících dvou letech tedy lze očekávat nárůst počtu lůžek v HUZ ve Středočeském kraji.

## **5.2 Vývoj počtu hostů a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních**

Popis vývoje návštěvnosti Středočeského kraje vychází z údajů o počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních a jejich přenocování v letech 2007–2018. Dosavadní vývoj je popsán pomocí základních statistických charakteristik sledované časové řady.

Následuje bodová a intervalová předpověď možného vývoje sledovaného ukazatele pro roky 2019-2021 pomocí trendových funkcí a Holtovy metody exponenciálního vyrovnávání v případech, kdy nebylo možné trendové modely použít. Tato metoda je řazena k tzv. adaptivním modelům. Je také posouzena vhodnost použitých metod pro stanovení tohoto vývoje pomocí chyby MAPE a indexu determinace (využit pouze u lineárních modelů).

Zároveň je sledováno procentuální složení počtu hostů v kraji v letech 2007–2018, podle toho, zda se jedná o rezidenty (domácí návštěvníky) nebo nerezidenty (zahraniční hosty). Podkladová data pro tuto kapitolu lze nahlédnout v Přílohách 3 a 5.

### **5.2.1 Dosavadní vývoj počtu hostů v HUZ**

Tabulka 4 a Graf 4 zobrazují dosavadní vývoj počtu hostů (rezidentů i nerezidentů) v HUZ ve Středočeském kraji v letech 2007-2018.

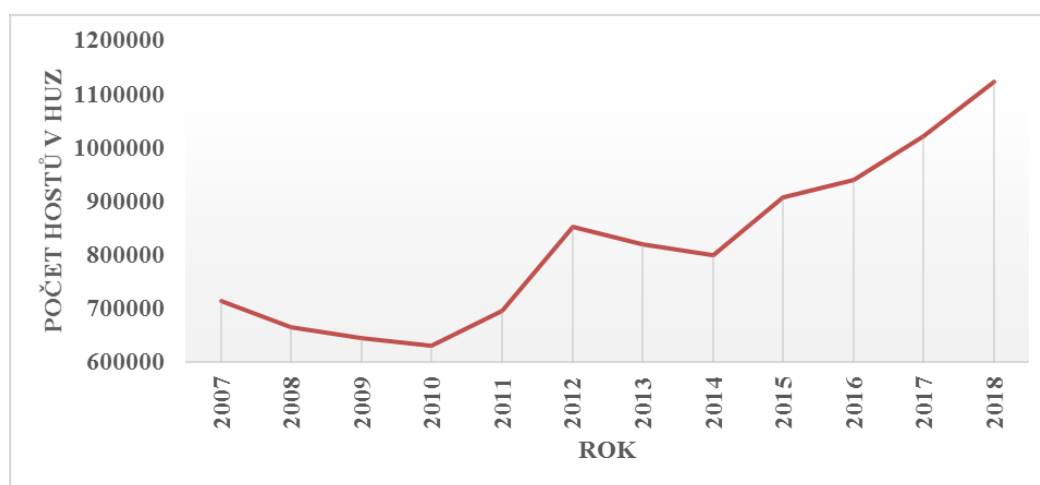
**Tabulka 4 Vývoj počtu hostů v HUZ v letech 2007-2018**

Rok	Hosté v HUZ	$\Delta$ yt	kt	BI	rt
2007	713507	-	-	-	-
2008	665178	-48329	0,9323	0,93	-0,07
2009	645443	-19735	0,9703	0,90	-0,03
2010	631356	-14087	0,9782	0,88	-0,02
2011	695113	63757	1,1010	0,97	0,10
2012	853204	158091	1,2274	1,20	0,23
2013	820141	-33063	0,9612	1,15	-0,04
2014	799530	-20611	0,9749	1,12	-0,03
2015	907567	108037	1,1351	1,27	0,14
2016	939041	31474	1,0347	1,32	0,03
2017	1021352	82311	1,0877	1,43	0,09
2018	1122095	100743	1,0986	1,57	0,10
<b>Průměr</b>	817793,92	37144,36	1,0420	x	0,05

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

V důsledku světové finanční krize klesal počet hostů v HUZ v letech 2008–2010, kdy jich v roce 2010 bylo ve sledovaném období nejméně. Od roku 2011 lze však zaznamenat postupný nárůst tohoto ukazatele, což dokládá i nejvyšší první diference v roce 2012, kdy lidé znovu začali aktivně cestovat. V předposledním sledovaném roce 2017 přesáhl počet hostů ubytovaných v HUZ 1 milion a spolu s rokem 2018 tak dosahují zatím nejvyšších hodnot v porovnání s počátečním sledovaným obdobím. Průměrně vzrostl počet hostů v HUZ meziročně o 4,2 %.

**Graf 4 Vývoj počtu hostů v HUZ v letech 2007–2018**



Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Příloha 3 obsahuje početní i procentuální rozdělení hostů v HUZ dle toho, zda se jedná o rezidenty či nerezidenty. S téměř neměnicími se hodnotami, pohybujícími se v průměru 76 % (rezidenti) a 24 % (nerezidenti), převažuje jednoznačně zastoupení domácích hostů. Důvodem může být snadná dopravní dostupnost z ostatních krajů.

### 5.2.2 Predikce vývoje počtu hostů v HUZ

Na základě podkladových dat z Tabulky 4 byla pomocí kvadratické trendové funkce vypočtena intervalová a bodová předpověď počtu hostů v HUZ na roky 2019-2021, jak ilustrují Tabulka 5 a Graf 5.

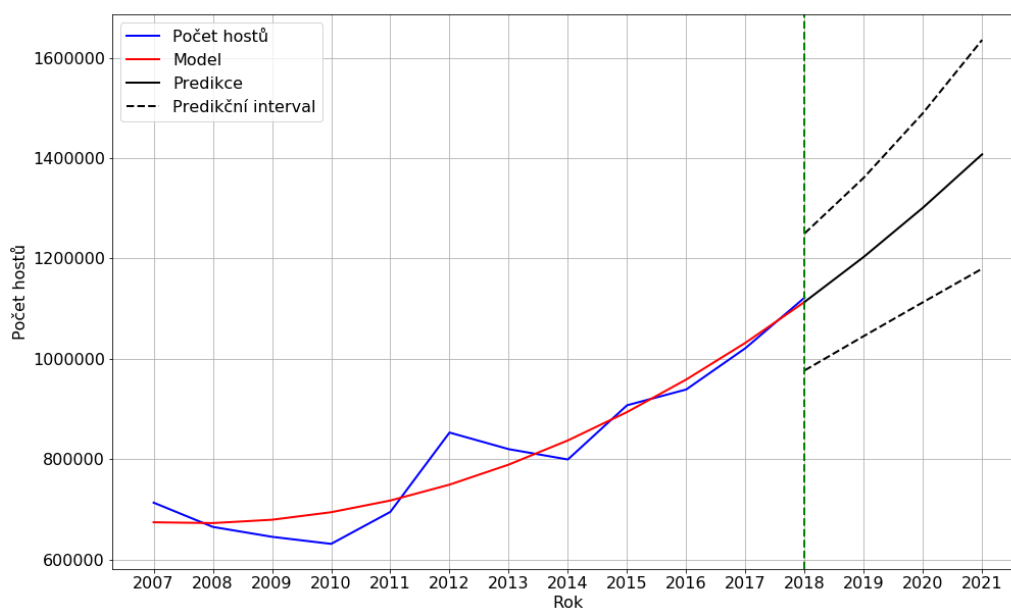
**Tabulka 5 Bodová a intervalová předpověď počtu hostů v HUZ na roky 2019-2021**

Rok	Bodová př.	Dolní mez	Horní mez
2019	1203262	1045442	1361082
2020	1301335	1112872	1489799
2021	1407716	1179732	1635701

Zdroj: Python, vlastní zpracování

Bodová i intervalová předpověď vykazuje nárůst počtu hostů do nejbližší budoucnosti 3 let. V roce 2021 by se měla hranice blížit téměř 1,5 milionu hostů, kteří se na svých cestách ubytují v HUZ, což také odpovídá výše odhadnutému intervalu.

**Graf 5 Odhad počtu hostů v HUZ na roky 2019-2021**



Zdroj: Python, vlastní zpracování

Dle p-hodnoty  $p < 0,001$ , která je menší než zvolená hladina významnosti  $\alpha=0,05$ , lze celý model považovat za statisticky významný. Rovnice použitá k výpočtu odhadu budoucího vývoje má tvar:

$$y=684332,12 - 14083,70t + 4153,95t^2$$

Na základě chyby MAPE s hodnotou 4,27 % a hodnoty indexu determinace 0,922 lze celý model považovat jako vhodný pro predikci do budoucnosti, viz Příloha 4.

### 5.2.3 Dosavadní vývoj počtu přenocování v HUZ

Tabulka 6 a Příloha 5 zobrazují dosavadní vývoj počtu přenocování hostů v HUZ v letech 2007-2018.

**Tabulka 6 Vývoj počtu přenocování v letech 2007-2018**

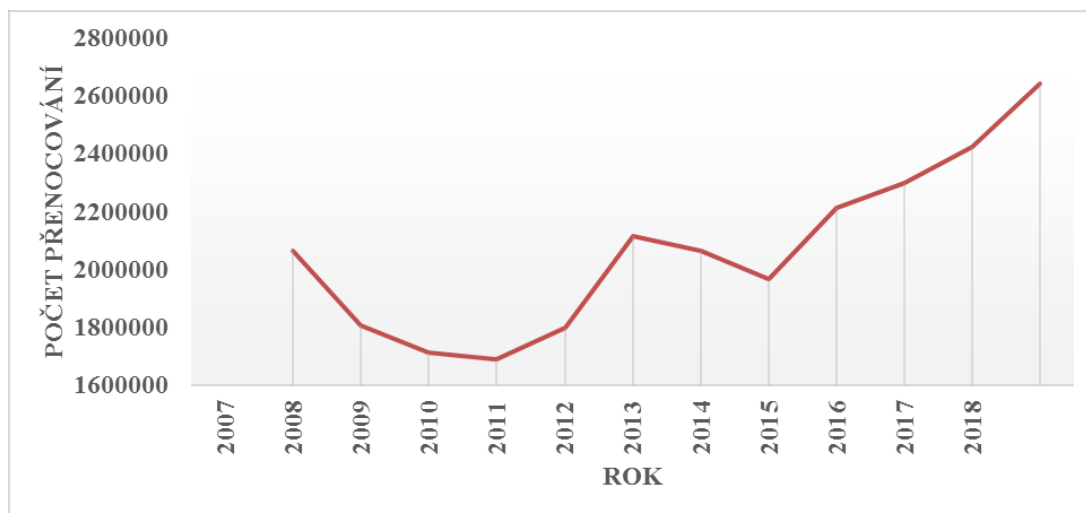
Rok	Přenocování celkem	$\Delta y_t$	kt	BI	rt	Prům.počet přenocování
2007	2064921	-	-	-	-	2,89
2008	1806363	-258558	0,8748	0,87	-0,13	2,72
2009	1713592	-92771	0,9486	0,83	-0,05	2,65
2010	1688986	-24606	0,9856	0,82	-0,01	2,68
2011	1800587	111601	1,0661	0,87	0,07	2,59
2012	2114840	314253	1,1745	1,02	0,17	2,48
2013	2066099	-48741	0,9770	1,00	-0,02	2,52
2014	1966171	-99928	0,9516	0,95	-0,05	2,46
2015	2214386	248215	1,1262	1,07	0,13	2,44
2016	2297925	83539	1,0377	1,11	0,04	2,45
2017	2425079	127154	1,0553	1,17	0,06	2,37
2018	2642741	217662	1,0898	1,28	0,09	2,36
<b>Průměr</b>	2066807,50	52529,09	1,0227	x	0,03	2,55

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Počet přenocování ve Středočeském kraji se snižoval od roku 2007 až do roku 2010 z důvodu světové hospodářské krize, která se velkou měrou podepsala právě na odvětví cestovního ruchu. Od roku 2011, kdy začaly tyto následky odeznívat, se počet postupně vyrovnával a velký skok o téměř 250 000 přenocování oproti roku 2014 lze zaznamenat v roce 2015. Důvodem tohoto nárůstu bylo doplnění registru HUZ o nová HUZ v atraktivních lokalitách kraje, čímž byla navýšena i celková kapacita lůžkových prostor.

Meziroční nárůst přenocování v HUZ se pohybuje okolo 2 %, po srovnání průměrů na počátku sledovaného období v roce 2007 a posledního sledovaného roku 2018 je však zcela jasně vidět pokles počtu přenocování v HUZ. Průměrný počet přenocování je za celé sledované období 2,55. Důvodem je především novodobý trend v podobě několika kratších dovolených, namísto jedné či dvou delších.

**Graf 6 Vývoj počtu přenocování v HUZ v letech 2007-2018**



Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Graf 6 navazuje na Tabulku 6 a lépe zobrazuje dosavadní vývoj počtu přenocování rezidentů i nerezidentů v HUZ v období let 2007-2018.

#### 5.2.4 Predikce vývoje počtu přenocování v HUZ

Na základě podkladových dat z Tabulky 6 byla pomocí kvadratické trendové funkce vypočtena intervalová a bodová předpověď počtu přenocování v HUZ na roky 2019-2021, jak ilustrují Tabulka 7 a Graf 7.

**Tabulka 7 Bodová a intervalová předpověď počtu přenocování v HUZ na roky 2019-2021**

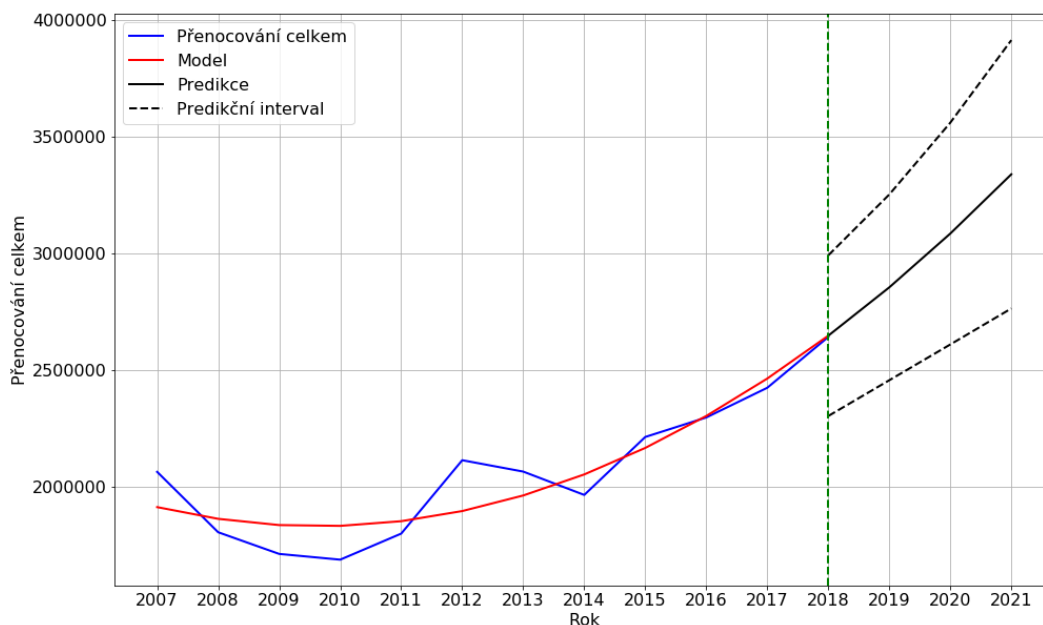
Rok	Bodová př.	Dolní mez	Horní mez
2019	2855158	2457418	3252897
2020	3085516	2610549	3560484
2021	3339248	2764680	3913816

Zdroj: Python, vlastní zpracování

Vzhledem ke zvyšujícímu se počtu HUZ a počtu hostů v nich je očekáván nárůst i u sledovaného ukazatele počet přenocování. V roce 2021 by se jeho hodnota měla blížit

k hranici 3,5 milionu. Otázkou však zůstává, zda a jak se bude měnit novodobý trend kratších dovolených.

**Graf 7 Odhad počtu přenocování v HUZ pro roky 2019-2021**



Zdroj: Python, vlastní zpracování

Dle p-hodnoty  $p < 0,001$ , která je menší než zvolená hladina významnosti  $\alpha=0,05$ , lze celý model považovat za statisticky významný. Rovnice použitá k výpočtu odhadu budoucího vývoje má tvar:

$$y=1987439,23 - 85177,12t + 11686,51t^2$$

Na základě chyby MAPE s hodnotou 4,43 % a hodnoty indexu determinace 0,859 lze celý model považovat jako vhodný pro predikci do budoucnosti, viz Příloha 6.

### 5.3 Vývoj návštěvnosti vybraných památkových objektů

Popis vývoje návštěvnosti vybraných památkových objektů (zámků) Středočeského kraje vychází z relevantních podkladových dat získaných od správců jednotlivých objektů zámků Kačina, Veltrusy, Žleby a Brandýs nad Labem. Vývoj za období 2007-2018 je popsán pomocí základních statistických charakteristik sledované časové řady.

Následuje bodová a intervalová předpověď možného vývoje sledovaného ukazatele pro roky 2019-2021 pomocí trendových funkcí a Holtovy metody exponenciálního vyrovnávání v případech, kdy nebylo vhodné trendové modely použít. Tato metoda je

řazena k tzv. adaptivním modelům. Je také posouzena vhodnost použitých metod pro stanovení tohoto vývoje pomocí chyby MAPE a indexu determinace (využit pouze u lineárních modelů).

### 5.3.1 Statistická analýza návštěvnosti zámku Kačina v letech 2007-2018

Tabulka 8 zobrazuje dosavadní vývoj počtu návštěvníků zámku Kačina v letech 2007-2018. Pro možnost srovnání návštěvnosti s ostatními památkovými objekty jsou použita data od roku 2007. Měsíční data jsou uvedena v Příloze 7.

**Tabulka 8 Vývoj počtu návštěvníků zámku Kačina v letech 2007-2018**

Rok	Počet návštěvníků	$\Delta y_t$	kt	BI	rt
2007	27676	-	-	-	-
2008	22134	-5542	0,7998	0,80	-0,20
2009	22387	253	1,0114	0,81	0,01
2010	23232	845	1,0377	0,84	0,04
2011	26428	3196	1,1376	0,95	0,14
2012	27878	1450	1,0549	1,01	0,05
2013	41216	13338	1,4784	1,49	0,48
2014	32655	-8561	0,7923	1,18	-0,21
2015	48506	15851	1,4854	1,75	0,49
2016	56680	8174	1,1685	2,05	0,17
2017	59828	3148	1,0555	2,16	0,06
2018	77033	17205	1,2876	2,78	0,29
<b>Průměr</b>	38804,41667	4487	1,0975	x	0,12

Zdroj: zámek Kačina, vlastní zpracování

Z Tabulky 8 je patrný nejdříve klesající charakter časové řady, a to od počátku sledovaného období roku 2007 po dobu dvou let, až do roku 2009 v počtu o 5542 návštěvníků ročně méně. Na zámku Kačina probíhaly v těchto letech pravidelné prohlídkové okruhy a slavnosti, mezi něž patřily Slavnosti řezníků, Slavnosti Cukrovaru, Slavnosti Pohádek a Slavnosti Hubert. Počet návštěvníků pouze těchto slavností zaujímal vždy zhruba 1/5 celkové roční návštěvnosti zámku. Příčinou klesající návštěvnosti bylo zaměření se na jednoduché prohlídkové okruhy a nedostatečná propagace zámku jako významné turistické památky. Největší kolísavé změny v návštěvnosti nastaly v rozmezí let 2012-2014. V roce 2013 stoupl počet návštěvníků památky o téměř 13,5 tisíc, což bylo dáno zvýšenou aktivitou v oblasti zavedení zcela nových konceptů slavností a akcí.



Za zmínku stojí například Hasičské slavnosti, prohlídky Klubu seniorů, dětské dny a prohlídkové programy pro základní a střední školy, Princeznovský bál, Hradozámecká noc či večerní prohlídky zámku. Nejvíce se však o navýšení návštěvnosti zasloužilo Kačinské vinobraní – jen díky této nové akci navštívilo prostory zámku 4 200 osob.

V roce 2014 ubyl počet návštěvníků o 8561 oproti roku předchozímu, což je největší pokles za celé sledované období této památky. Dělo se tak z důvodu pořádání značně menšího počtu doprovodných akcí. V dubnu se namísto několika slavností konala pouze zámecká pouť, v květnu se nekonaly hasičské slavnosti, v červnu poté žádný hudební festival. V srpnu předchozího roku zajistila nejvyšší návštěvnost ojedinělá událost Princeznovský bál. I přesto však v roce 2014 došlo k pozitivnímu posunu v podobě rozšíření služeb o pronájem prostor zámku Kačina jako atraktivního místa pro pořádání svateb. Díky této nové službě získal zámek zcela nový typ návštěvníků a zařadil se tak mezi oblíbenou lokalitu. Poměr svatebčanů z celkové návštěvnosti je od tohoto roku zhruba 5 000.

Od roku 2015 až do současnosti již docházelo k postupnému nárůstu návštěvnosti bez větších výkyvů. Kontinualita je dána pravidelným pořádáním svateb a slavností, které se staly tradicí pro mnoho návštěvníků. Patří mezi ně především večerní prohlídkové okruhy, programy pro základní a střední školy, koncerty a vinobraní. Jen díky slavnostem navštíví zámek Kačina 15-20000 lidí ročně, celkově lze zaznamenat meziroční nárůst v návštěvnosti o 9,75 %.

### 5.3.2 Predikce vývoje návštěvnosti zámku Kačina na roky 2019-2021

Na základě podkladových dat z Tabulky 8 byla pomocí kvadratické trendové funkce vypočtena intervalová a bodová předpověď počtu návštěvníků zámku Kačina na roky 2019-2021, jak ilustrují Tabulka 9 a Graf 8.

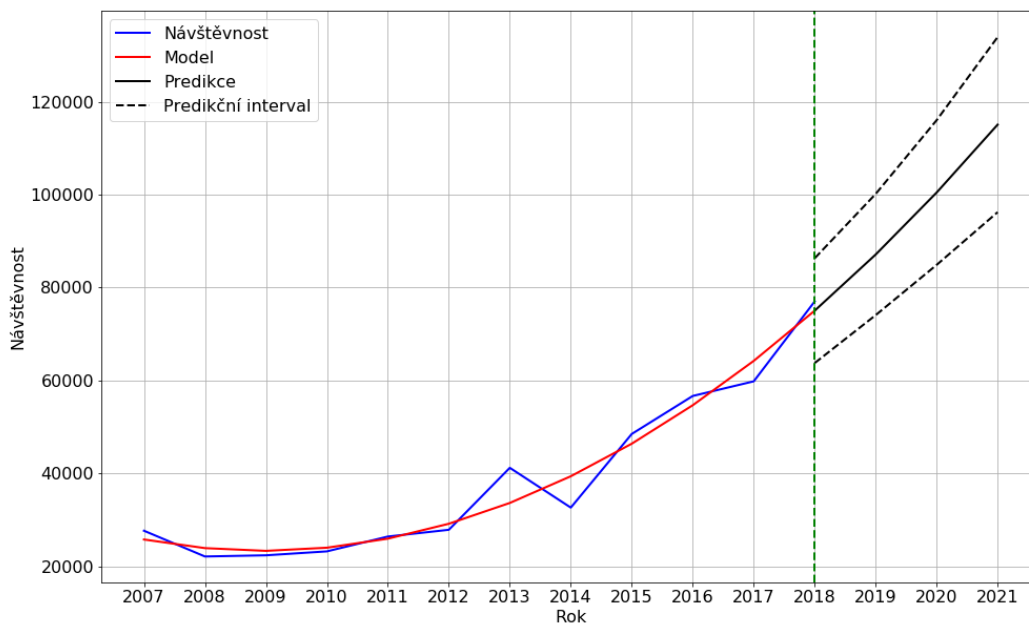
**Tabulka 9 Bodová a intervalová předpověď návštěvnosti zámku Kačina na roky 2019-2021**

<b>Rok</b>	<b>Bodová př.</b>	<b>Dolní mez</b>	<b>Horní mez</b>
<b>2019</b>	87120	74080	100161
<b>2020</b>	100465	84892	116037
<b>2021</b>	115076	96237	133914

Zdroj: Python, vlastní zpracování

Vzhledem ke zvyšujícímu se počtu návštěvníků je předpokládán postupný meziroční nárůst u sledovaného ukazatele o 14 %. V roce 2021 by se tak počet návštěvníků mohl blížit hodnotě až 115176.

**Graf 8 Odhad návštěvnosti zámku Kačina pro roky 2019-2021**



Zdroj: Python, vlastní zpracování

Dle p-hodnoty  $p < 0,001$ , která je menší než zvolená hladina významnosti  $\alpha=0,05$ , lze celý model považovat za statisticky významný. Rovnice použitá k výpočtu odhadu budoucího vývoje má tvar:

$$y=28910,70 - 3755,67t + 633,33t^2$$

Na základě chyby MAPE s hodnotou 7,15 % a hodnoty indexu determinace 0,959 lze celý model považovat jako vhodný pro predikci do budoucnosti, viz Příloha 8.

### 5.3.3 Statistická analýza návštěvnosti zámku Veltrusy v letech 2009-2018

Tabulka 10 zobrazuje dosavadní vývoj počtu návštěvníků zámku Veltrusy v letech 2009-2018. Pro možnost srovnání návštěvnosti s ostatními památkovými objekty jsou použita data od roku 2009, dřívější data nebyla ze strany památkového objektu dohledána. Měsíční data jsou uvedena v Příloze 9.

**Tabulka 10 Vývoj počtu návštěvníků zámku Veltrusy v letech 2009-2018**

<b>Rok</b>	<b>Počet návštěvníků</b>	<b><math>\Delta</math>yt</b>	<b>kt</b>	<b>BI</b>	<b>rt</b>
<b>2009</b>	7893	-	-	-	-
<b>2010</b>	10646	2753	1,3488	1,35	0,35
<b>2011</b>	8343	-2303	0,7837	1,06	-0,22
<b>2012</b>	6935	-1408	0,8312	0,88	-0,17
<b>2013</b>	4125	-2810	0,5948	0,52	-0,41
<b>2014</b>	6576	2451	1,5942	0,83	0,59
<b>2015</b>	7618	1042	1,1585	0,97	0,16
<b>2016</b>	24870	17252	3,2646	3,15	2,26
<b>2017</b>	22900	-1970	0,9208	2,90	-0,08
<b>2018</b>	23410	510	1,0223	2,97	0,02
<b>Průměr</b>	12331,6	1724,1	1,1284	x	0,28

Zdroj: zámek Veltrusy, vlastní zpracování

Klesající charakter časové řady v období let 2010-2013 zapříčinily dvě události. Dlouhodobější záležitostí byla probíhající rozsáhlá rekonstrukce památky (především jejích křídel, která byla kompletně obnovována), která tak umožnila prohlídky veřejnosti pouze v hlavní budově. Druhou nepříjemností poté byla ničivá povodeň v roce 2013, proto i v tomto čase navštívilo zámek nejméně lidí za celé sledované období, a to 4125. Do této doby poskytovala památka jen velmi základní program v podobě cyklo prohlídek s průvodcem, možnost jízdy v kočáře a na koních a externí akce typu koncert apod. Nesoustředila se tak na využití potenciálu historie památky jako takové.

Od roku 2014 se však začala těšit značné oblibě a návštěvnost prudce stoupla, především pak od roku 2016, kdy byl největší meziroční nárůst o 17252 nových návštěvníků. Příčinou byla realizace zcela nového edukačního programu s názvem „Aristokracie“. Zámek využil svého historického původu a díky tomu se více dostal do povědomí ostatních. Následující roky opět přišel mírný pokles, protože program nebyl nijak obměňován a nelákal na nové koncepty. Průměrný meziroční nárůst po zahrnutí všech sledovaných časových řad je i přesto kladný a nabývá hodnoty 12,8 %. Prostory zámku je také možné pronajmout na pořádání svateb, do budoucna by i toto mohl být jeden z faktorů, který ovlivní rostoucí tendenci ukazatele.

### 5.3.4 Predikce vývoje návštěvnosti zámku Veltrusy na roky 2019-2021

Na základě podkladových dat z Tabulky 10 byla pomocí Holtovy metody exponenciálního vyrovňování vypočtena bodová předpověď vývoje návštěvnosti zámku Veltrusy na roky 2019-2021, jak ilustrují Tabulka 11 a Graf 9, a odhadnuty parametry  $\alpha=0,9$  a  $\beta=0,8$  viz Příloha 10.

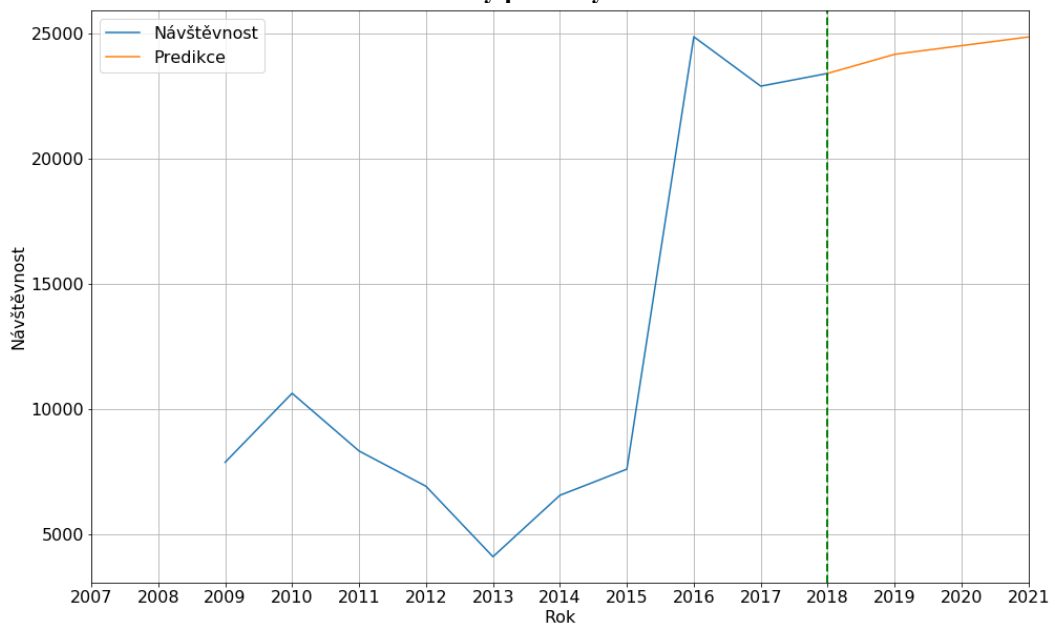
Tabulka 11 Bodová předpověď návštěvnosti zámku Veltrusy na roky 2019-2021

Rok	Bodová př.
2019	24170
2020	24516
2021	24863

Zdroj: Python, vlastní zpracování

Vzhledem k meziročnímu nárůstu sledovaného ukazatele o 2 % je očekáván mírně se zvyšující počet návštěvníků. V roce 2021 by se tak počet návštěvníků mohl blížit hodnotě 24863.

Graf 9 Odhad návštěvnosti zámku Veltrusy pro roky 2019-2021



Zdroj: Python, vlastní zpracování

Vzhledem ke zvolené metodě lze vhodnost modelu posuzovat na základě hodnoty chyby MAPE, která je 36,5 %, což dává z uvažovaných modelů nejvíce uspokojivý

výsledek a model tak lze považovat za vhodný pro predikci do budoucnosti. Pro detailnější výsledky by bylo vhodné využít složitější modely typu spline, SARIMA apod.

### 5.3.5 Statistická analýza návštěvnosti zámku Žleby v letech 2009-2018

Tabulka 12 zobrazuje dosavadní vývoj počtu návštěvníků zámku Žleby v letech 2009-2018. Pro možnost srovnání návštěvnosti s ostatními památkovými objekty jsou použita data od roku 2009. Měsíční data jsou uvedena v Příloze 11.

**Tabulka 12 Vývoj počtu návštěvníků zámku Žleby v letech 2009-2018**

Rok	Počet návštěvníků	$\Delta y_t$	kt	BI	rt
2009	45268	-	-	-	-
2010	45286	18	1,0004	1,00	0,00
2011	47797	2511	1,0554	1,06	0,06
2012	47145	-652	0,9864	1,04	-0,01
2013	42319	-4826	0,8976	0,93	-0,10
2014	53738	11419	1,2698	1,19	0,27
2015	54730	992	1,0185	1,21	0,02
2016	77475	22745	1,4156	1,71	0,42
2017	80499	3024	1,0390	1,78	0,04
2018	89101	8602	1,1069	1,97	0,11
<b>Průměr</b>	58335,80	4870,33	1,0781	x	0,09

Zdroj: zámek Veltrusy, vlastní zpracování

Známa památka se těší velké oblibě a má velmi slušnou návštěvnost v porovnání s ostatními památkami Středočeského kraje. Znatelný výkyv ve sledovaném ukazateli nastal nejprve na přelomu let 2012-2014, kdy došlo k poklesu návštěvníků o téměř 5000. Důvodem bylo 5denní natáčení filmu „Tři bratři“ ve vnitřních i vnějších prostorách zámku a současné výrazné snížení počtu zahraničních organizovaných zájezdů, konkrétně z Ruska. Druhý skokový výkyv lze zaznamenat v letech 2015-2018, potažmo i 2019. Návštěvnost se prudce zvýšila z důvodu zavedení zcela nového konceptu akcí, kterým byly tři druhy jarmarků: Velikonoční jarmark v měsících březnu a dubnu, Svatoanenský jarmark v měsících červenci a srpnu a Vánoční jarmark v měsících listopad a prosinec. Tyto akce však byly ke konci roku 2018 ukončeny a od roku 2019 lze tedy očekávat opětovný pokles v ukazateli, ačkoli meziročně rostla návštěvnost o 7,81 % a také dle predikce v Grafu 10

bude mít i nadále rostoucí tendenci. Zámecké prostory i park lze pronajímat pro pořádání svateb.

### 5.3.6 Predikce vývoje návštěvnosti zámku Žleby na roky 2019-2021

Na základě podkladových dat z Tabulky 12 byla pomocí kvadratické trendové funkce vypočtena intervalová a bodová předpověď počtu návštěvníků zámku Žleby na roky 2019-2021, jak ilustrují Tabulka 13, Graf 10 a Příloha 12.

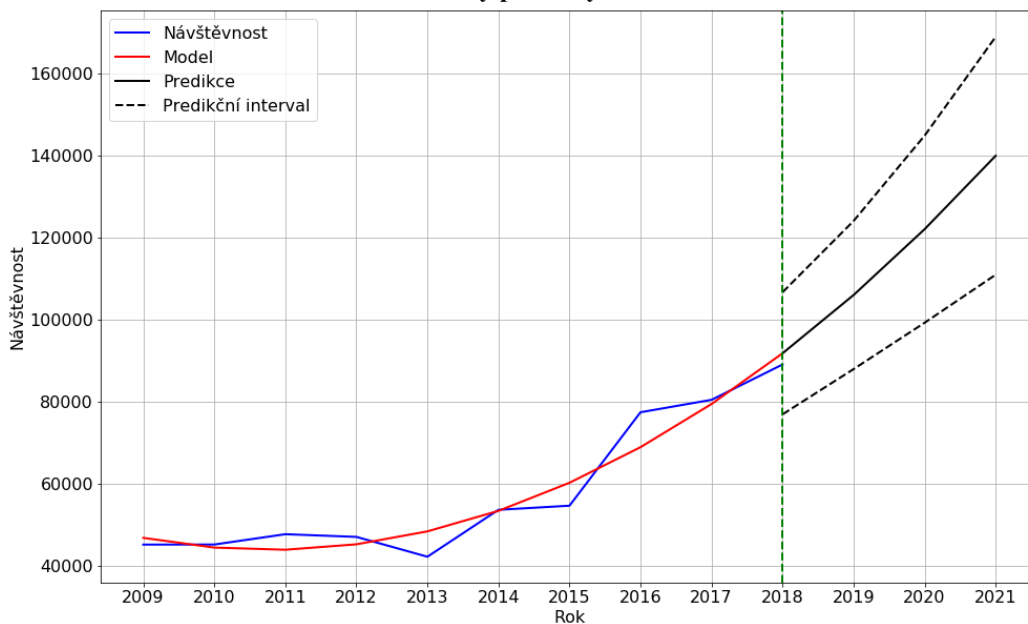
**Tabulka 13 Bodová a intervalová předpověď návštěvnosti zámku Veltrusy pro roky 2019-2021**

Rok	Bodová př.	Dolní mez	Horní mez
2019	106009	87982	124036
2020	122030	99263	144798
2021	139890	110942	168838

Zdroj: Python, vlastní zpracování

Vzhledem ke zvyšujícímu se počtu návštěvníků je předpokládán postupný meziroční nárůst u sledovaného ukazatele o 16 %. V roce 2021 by se tak počet návštěvníků mohl blížit hodnotě až 139890. Otázkou však zůstává, zda zrušení jarmarků v roce 2018 nepovede naopak k poklesu návštěvnosti v následujících měsících či letech.

**Graf 10 Odhad návštěvnosti zámku Žleby pro roky 2019-2021**



Zdroj: Python, vlastní zpracování

Dle p-hodnoty  $p < 0,001$ , která je menší než zvolená hladina významnosti  $\alpha=0,05$ , lze celý model považovat za statisticky významný. Rovnice použitá k výpočtu odhadu budoucího vývoje má tvar:

$$y=51105,65 - 5119,57t + 919,16t^2$$

Na základě chyby MAPE 5,75 % a hodnoty indexu determinace 0,936 lze celý model považovat jako vhodný pro predikci do budoucnosti.

### 5.3.7 Statistická analýza návštěvnosti zámku Brandýs n. Labem v letech 2011-2018

Tabulka 14 zobrazuje dosavadní vývoj počtu návštěvníků zámku Brandýs n. Labem v letech 2011-2018. Pro možnost srovnání návštěvnosti s ostatními památkovými objekty jsou použita data od roku 2011, dřívější data nebyla ze strany památkového objektu dohledána. Měsíční data jsou uvedena v Příloze 13.

**Tabulka 14 Vývoj počtu návštěvníků zámku Brandýs n. Labem v letech 2011-2018**

Rok	Počet návštěvníků	$\Delta y_t$	kt	BI	rt
2011	5023	-	-	-	-
2012	5579	556	1,1107	1,11	0,11
2013	106	-5473	0,0190	0,02	-0,98
2014	7882	7776	74,3585	1,57	73,36
2015	7188	-694	0,9120	1,43	-0,09
2016	8360	1172	1,1630	1,66	0,16
2017	9402	1042	1,1246	1,87	0,12
2018	12901	3499	1,3722	2,57	0,37
<b>Průměr</b>	7055,13	1125,43	1,1443	x	10,44

Zdroj: zámek Brandýs n. Labem, vlastní zpracování

Údaje v Tabulce 13 se mohou lehce lišit od skutečných hodnot z důvodu vedení evidence návštěvnosti pouze fyzicky platících návštěvníků.

Ve skutečnosti má celá časová řada sledovaného období z větší části rostoucí tendenci a každoročně se zvyšující návštěvnost (meziročně o 14 %). Viditelné výkyvy v letech 2013 a 2015 v podobě zdánlivě výrazného poklesu návštěvníků jsou zapříčiněny nedohledáním některých měsíčních záznamů návštěvnosti ze strany památkového objektu, případně sníženým zájmem ze strany návštěvníků. Konkrétně pro rok 2013 byly

poskytnuty údaje pouze za měsíce červen, červenec a srpen a v roce 2015 navštívilo zámek v měsících březen, duben a září celkem o 694 lidí méně oproti standardu předchozích let, z důvodu menšího počtu pořádaných akcí. Kvůli tomuto faktoru je ovlivněna i výsledná podoba modelu a zvolené funkce včetně výsledných hodnot v Grafu 11 a 12.

Renesanční památka je velmi dobře dostupná všemi dopravními prostředky a prohlídky lze absolvovat po celý rok. Prostory zámku lze pronajímat i za účelem pořádání svateb.

### 5.3.8 Predikce vývoje návštěvnosti zámku Brandýs n. Labem na roky 2019-2021

Na základě podkladových dat z Tabulky 14 byla pomocí Holtovy metody exponenciálního vyrovňávání vypočtena bodová předpověď vývoje návštěvnosti zámku Brandýs n. Labem na roky 2019-2021, jak ilustrují Tabulka 15 a Grafy 11 a 12, spolu s odhadnutými parametry  $\alpha=0,5$  a  $\beta=0,2$  viz Příloha 14.

**Tabulka 15 Bodová předpověď návštěvnosti zámku Brandýs n. Labem pro roky 2019-2021**

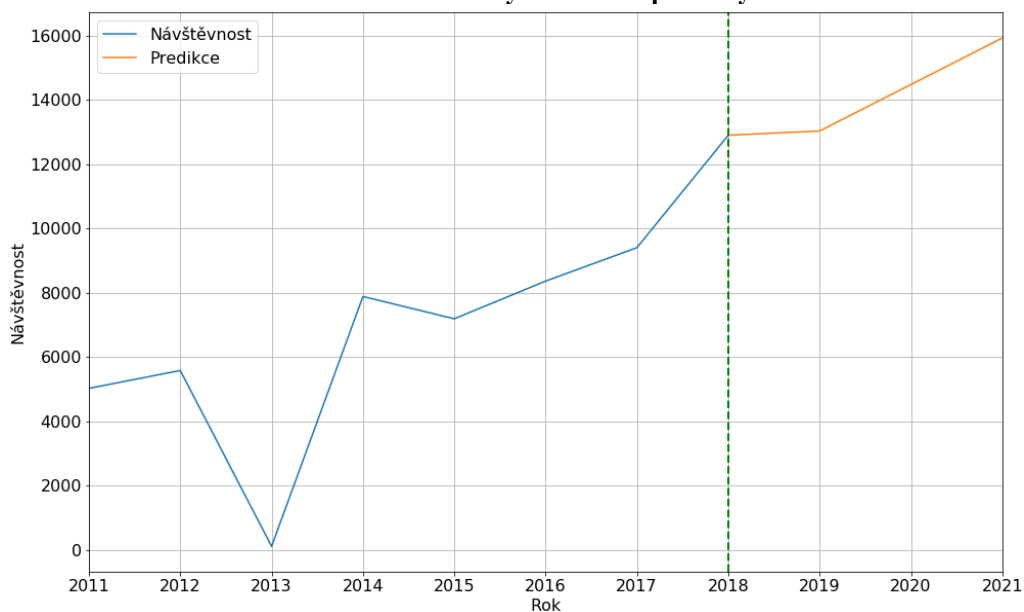
<b>Rok</b>	<b>Bodová př.</b>
<b>2019</b>	12866
<b>2020</b>	14142
<b>2021</b>	15417

Zdroj: Python, vlastní zpracování

Vzhledem ke zvyšujícímu se počtu návštěvníků je předpokládán postupný meziroční nárůst u sledovaného ukazatele o 6 %. V roce 2021 by se tak počet návštěvníků mohl blížit hodnotě až 15417. Tento ukazatel bude pravděpodobně ještě výrazněji růst z důvodů popsaných výše. Brzy by tak mohla památka pokořit hranici 20000 návštěvníků ročně.



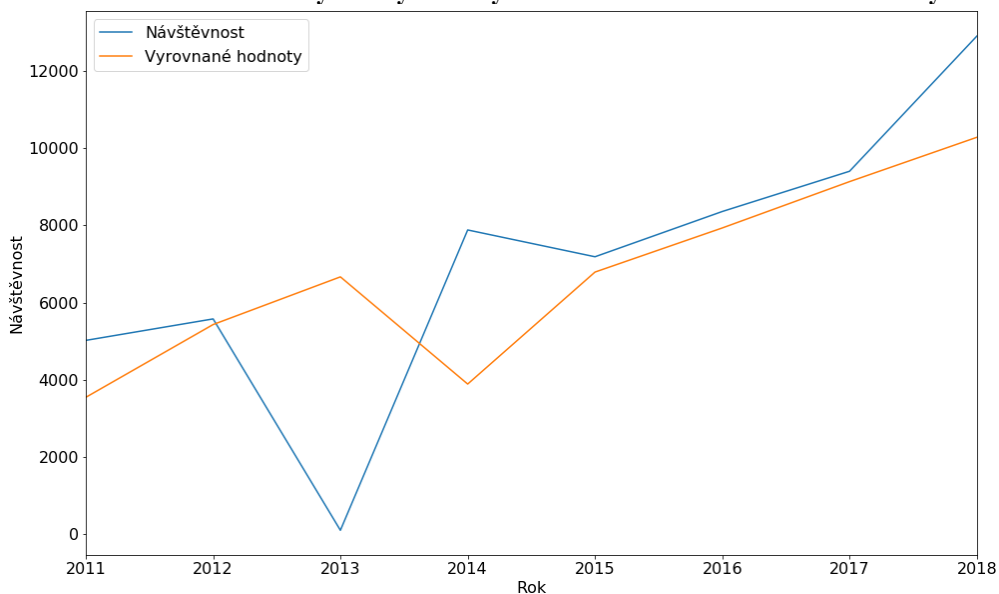
**Graf 11 Odhad návštěvnosti zámku Brandýs n. Labem pro roky 2019-2021**



Zdroj: Python, vlastní zpracování

Vzhledem ke zvolené metodě lze vhodnost modelu posuzovat na základě hodnoty chyby MAPE, která je 788,32 %, což se může nejprve zdát jako nesmysl. Tuto hodnotu lze však vysvětlit vztahem ve vzorci MAPE (viz kap. 2.2 Metodika), kde dochází k následujícímu jevu: pokud je skutečná hodnota menší než hodnota predikovaná, výsledná hodnota vyjde po vydělení těchto čísel v absolutní hodnotě vždy velmi vysoká (i v rámci stovek procent). Vzhledem k tomu, že se jedná o zcela ojedinělý výkyv tohoto typu ve sledované časové řadě, je průběh jevu v grafu odpovídající a nemá vliv na kvalitu daného modelu. Pro lepší představu je predikce doplněna o Graf 12, kde lze nahlédnout vyrovnané hodnoty předchozího sledovaného období. Pro detailnější výsledky by bylo vhodné využít složitější modely typu spline apod. Pokud by však byla dohledána chybějící měsíční návštěvnost v již výše avizovaném roce 2013, bylo by možné využít některý z lineárních modelů.

**Graf 12 Porovnání skutečných a vyrovnaných hodnot návštěvnosti zámku Brandýs n. Labem**



Zdroj: Python, vlastní zpracování

Na Grafu 12 lze vidět skutečné a vyrovnané hodnoty návštěvnosti zámku Brandýs nad Labem v období 2011-2018. Metoda exponenciálního vyrovňování zde pracuje s časovým zpožděním jednoho roku, což se odráží v pozdní reakci na výrazný výkyv roku 2013.

## 5.4 Sezónnost v návštěvnosti zámků

Sezónní kolísání v České republice velmi výrazně zasahuje do CR na všech úrovních, od místní až po celostátní. Nejvíce viditelné a lépe měřitelné pro statistické účely je u historických památkových objektů, zpravidla zámků. V práci byla zkoumána sezónnost u 4 vybraných zámků: Kačina, Veltrusy, Žleby a Brandýs nad Labem v období 2007-2018. Měsíční data byla získána od správců jednotlivých objektů a jsou uvedena v Přílohách 7, 9, 11 a 13. Pro rychlejší a přehlednější orientaci je v následujících podkapitolách sezónnost spolu s dalšími souvisejícími složkami znázorněna v podobě na sebe navazujících grafů.

### 5.4.1 Zámek Kačina

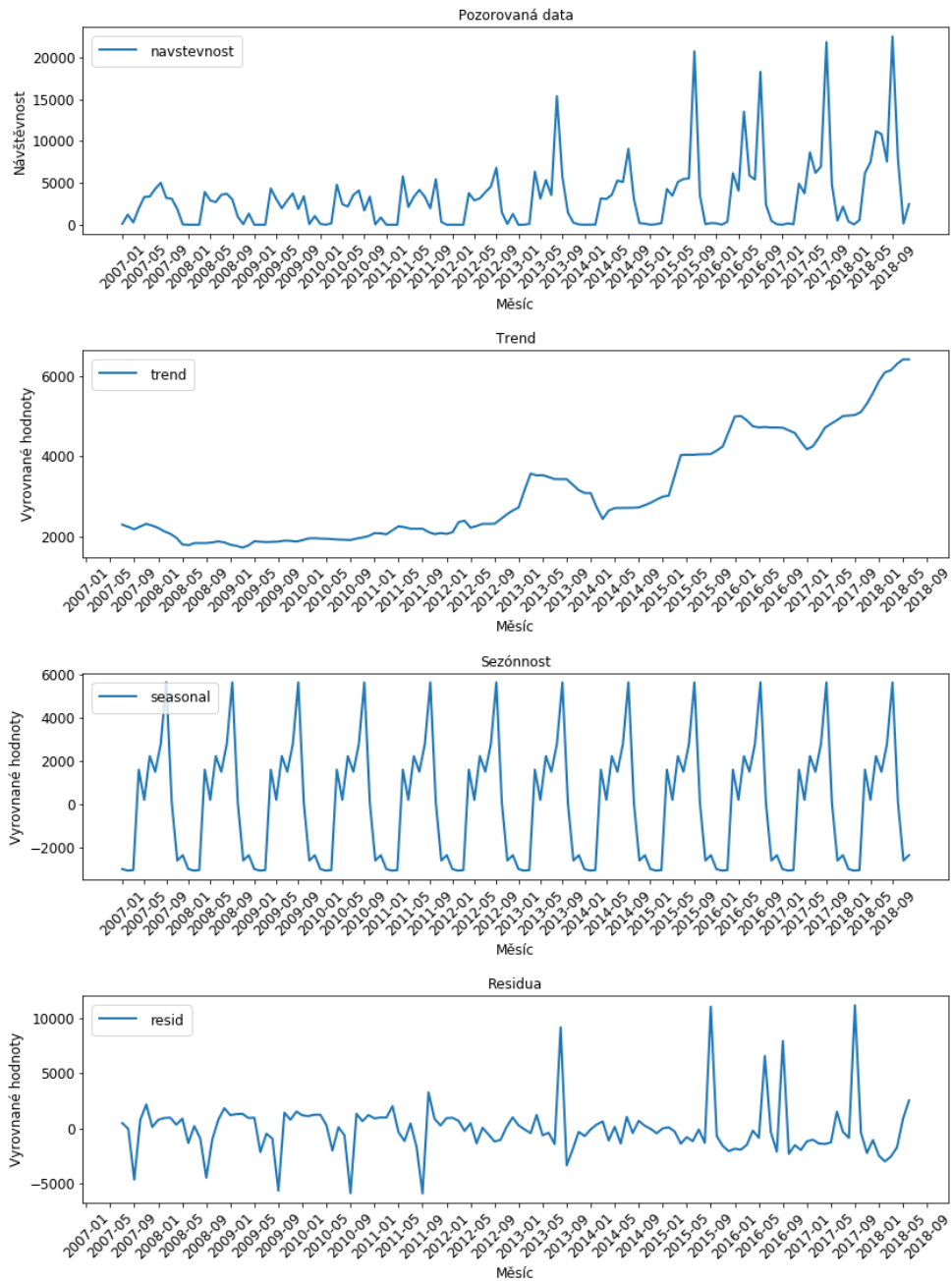
V souhrnném Grafu 13 lze jako první vidět graf skutečných hodnot. Jedná se o návštěvnost vedenou správcem zámku Kačina za období 2007-2018. Tento graf lze rozložit na další sledované složky: trend, sezónnost a rezidua.

Díky trendu (druhý graf v pořadí) lze pozorovat dlouhodobý vývoj vyrovnaných hodnot. U zámku Kačina je i přes nepatrné kolísání v rozmezí let 2013-2017 (viz kapitola 5.3.1) dobře rozeznatelná dlouhodobě rostoucí tendence.

Zámek Kačina je otevřený v období březen–prosinec. Z grafu sezónnosti (třetí graf v pořadí) a Přílohy 7 vyplývá, že nejsilnějšími měsíci jsou každý rok červen, červenec a srpen a její průběh je pravidelný. Díky zavedení akce vinobraní lze k měsícům s nejvyšší návštěvností zařadit od roku 2012 i září. Na počátku sledovaného období byl průměrný počet návštěvníků v hlavní návštěvní sezóně 4000, na konci sledovaného období stoupl na 13000. Nejslabšími měsíci jsou pak březen a listopad, kdy se průměrná návštěvnost pohybuje v rozmezí 30-350 osob.

Rezidua neboli náhodné složky (čtvrtý graf v pořadí) jsou faktory, které nelze vysvětlit pomocí trendu ani sezónnosti. Zde jsou dobře vidět určité výkyvy i mimo tzv. bílý šum (rezidua pohybující se kolem hodnoty 0), pro jejichž modelování by bylo zapotřebí složitějších metod typu SARIMA apod.

**Graf 13 Souhrnné údaje zámku Kačina za období 2007-2018**



Zdroj: Python, vlastní zpracování

### 5.4.2 Zámek Veltrusy

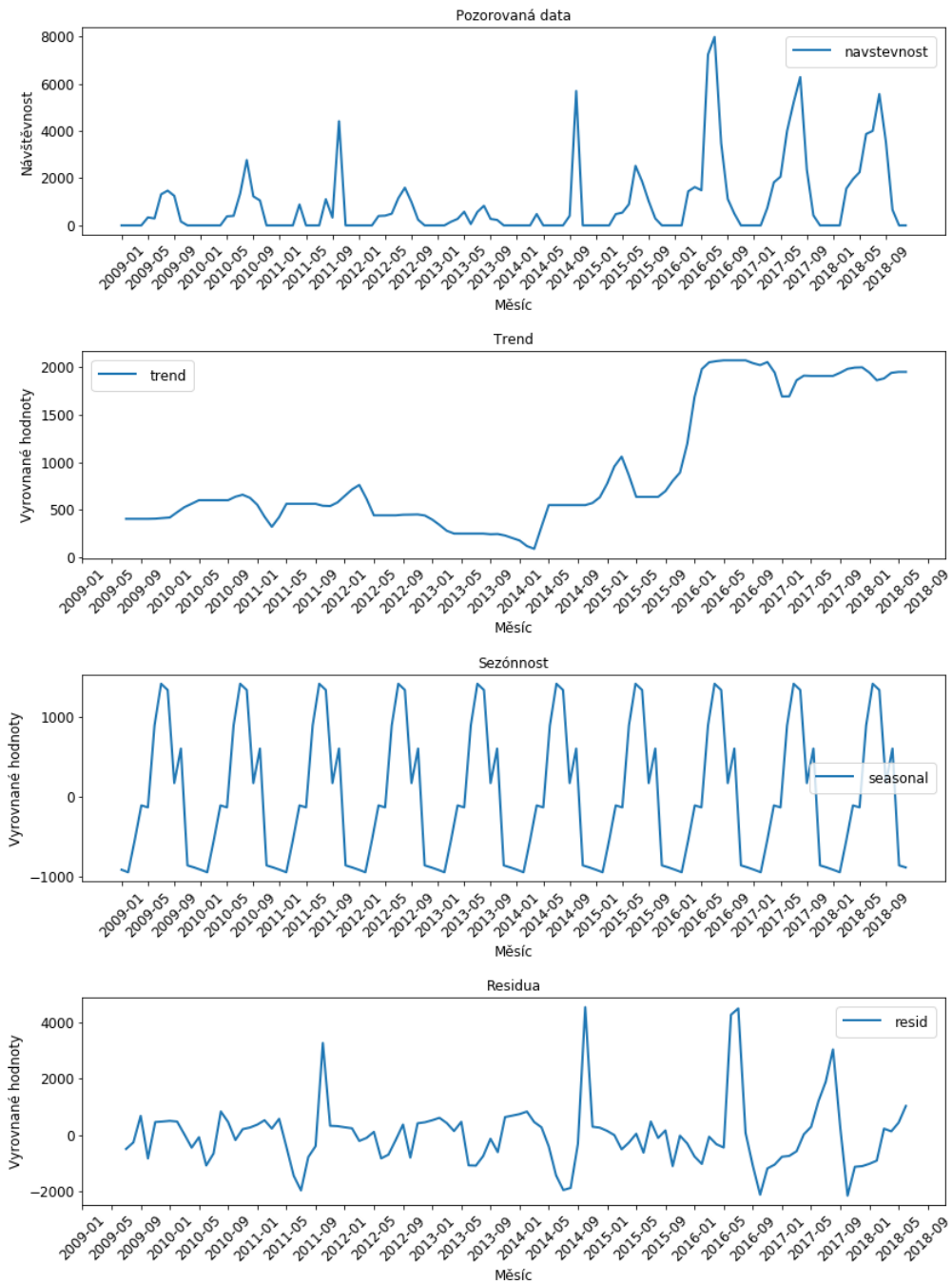
V souhrnném Grafu 14 lze jako první vidět graf skutečných hodnot. Jedná se o návštěvnost vedenou správcem zámku Veltrusy za období 2009-2018. Tento graf lze rozložit na další sledované složky: trend, sezónnost a rezidua.

Díky trendu (druhý graf v pořadí) lze pozorovat dlouhodobý vývoj vyrovnaných hodnot. U zámku Veltrusy nejprve docházelo ke kolísání v rozmezí let 2009-2014 (viz kapitola 5.3.3). Od jara 2014 je však viditelná stoupající tendence až do roku 2016, která se na poslední tři sledovaná období let 2016-2018 poměrně ustálila a je bez větších výkyvů. Velký nárůst na přelomu let 2015-2016 byl způsoben uvedením nového edukačního programu.

Zámek Veltrusy býval otevřený v období květen-říjen, od roku 2012 je zpřístupněn již od března či dubna, záleží na pořádaných akcích. Z grafu sezónnosti (třetí graf v pořadí) a Přílohy 9 vyplývá, že nejsilnějšími měsíci jsou každý rok červenec a srpen a její průběh je pravidelný. Následují další silné měsíce červen a září. Na počátku sledovaného období byl průměrný počet návštěvníků v hlavní návštěvní sezóně 2000, na konci sledovaného období stoupl na 4200. Nejslabšími měsíci jsou březen a říjen, kdy se průměrná návštěvnost pohybuje v rozmezí 80-580 osob.

Rezidua neboli náhodné složky (čtvrtý graf v pořadí) jsou faktory, které nelze vysvětlit pomocí trendu ani sezónnosti. Zde jsou dobře vidět určité výkyvy i mimo tzv. bílý šum (rezidua pohybující se kolem hodnoty 0), pro jejichž modelování by bylo zapotřebí složitějších metod typu SARIMA apod.

**Graf 14 Souhrnné údaje zámku Veltrusy za období 2009-2018**



Zdroj: Python, vlastní zpracování

### 5.4.3 Zámek Žleby

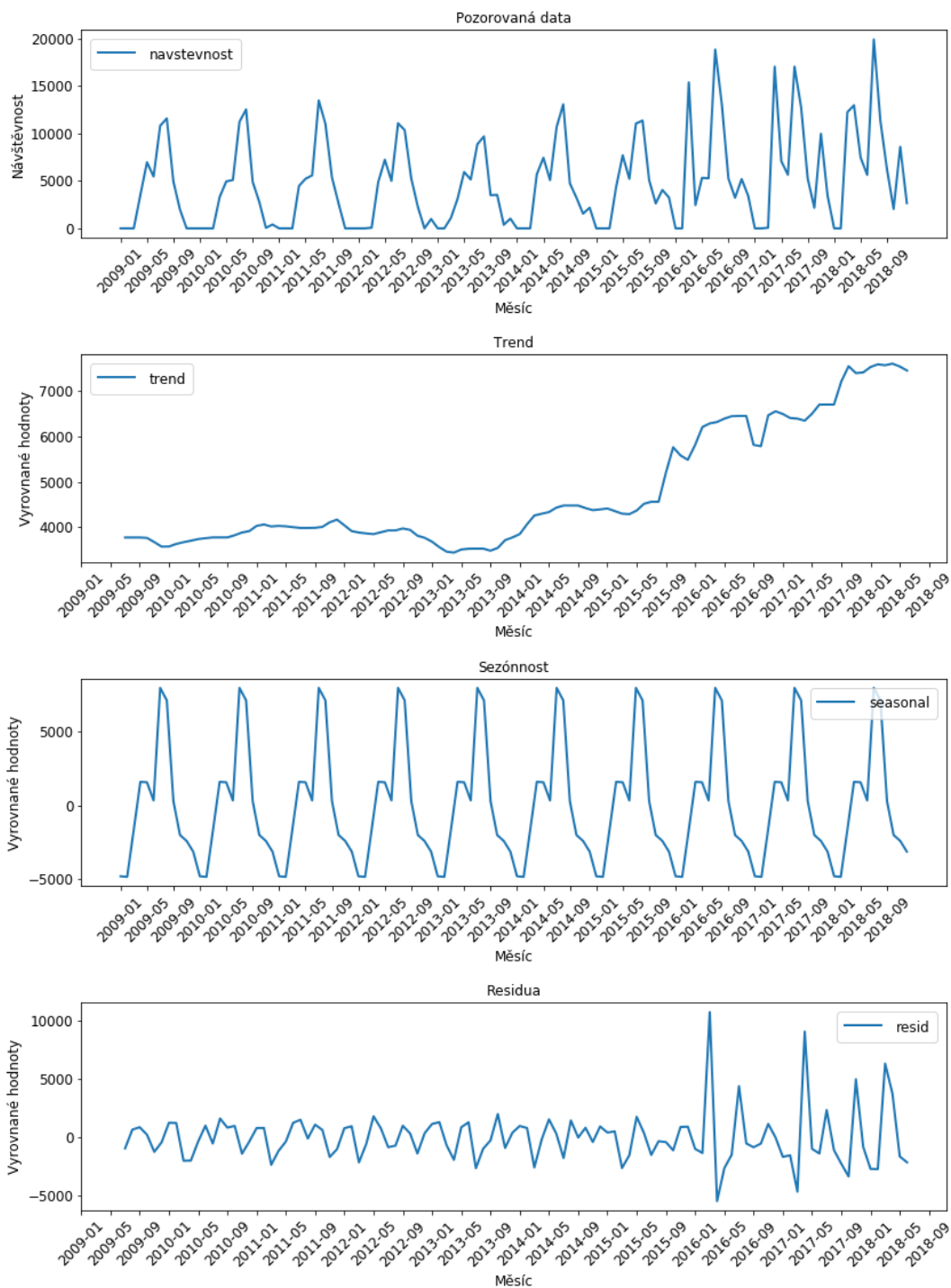
V souhrnném Grafu 15 lze jako první vidět graf skutečných hodnot. Jedná se o návštěvnost vedenou správcem zámku Žleby za období 2009-2018. Tento graf lze rozložit na další sledované složky: trend, sezónnost a rezidua.

Díky trendu (druhý graf v pořadí) lze pozorovat dlouhodobý vývoj vyrovnaných hodnot. U zámku Žleby docházelo ke střídavému kolísání v rozmezí let 2009-2015. Od poloviny roku 2015 je poté viditelná rychle stoupající tendence až do konce sledovaného období v roce 2018. Důvodem bylo zavedení a následné zrušení Velikonočního, Svatoanenského a Vánočního jarmarku. I z tohoto důvodu lze očekávat klesající tendenci do budoucnosti.

Zámek Veltrusy býval otevřený v období květen-říjen, od roku 2012 je zpřístupněn již od března či dubna, záleží na pořádaných akcích. Z grafu sezónnosti (třetí graf v pořadí) a Přílohy 11 vyplývá, že nejsilnějšími měsíci jsou každý rok červenec a srpen a její průběh je pravidelný. Následují další silné měsíce červen a září. Na počátku sledovaného období byl průměrný počet návštěvníků v hlavní návštěvní sezóně 11200, na konci sledovaného období stoupl na 15600. Nejslabšími měsíci jsou březen a říjen, kdy se průměrná návštěvnost pohybuje v rozmezí 980-2300 osob.

Rezidua neboli náhodné složky (čtvrtý graf v pořadí) jsou faktory, které nelze vysvětlit pomocí trendu ani sezónnosti. Zde je až do roku 2016 dobře vidět tzv. bílý šum (rezidua pohybující se kolem hodnoty 0). Poté se již objevují značné výkyvy, pro jejichž modelování by bylo zapotřebí složitějších metod typu SARIMA apod.

**Graf 15 Souhrnné údaje zámku Žleby za období 2009-2018**



Zdroj: Python, vlastní zpracování



#### 5.4.4 Zámek Brandýs nad Labem

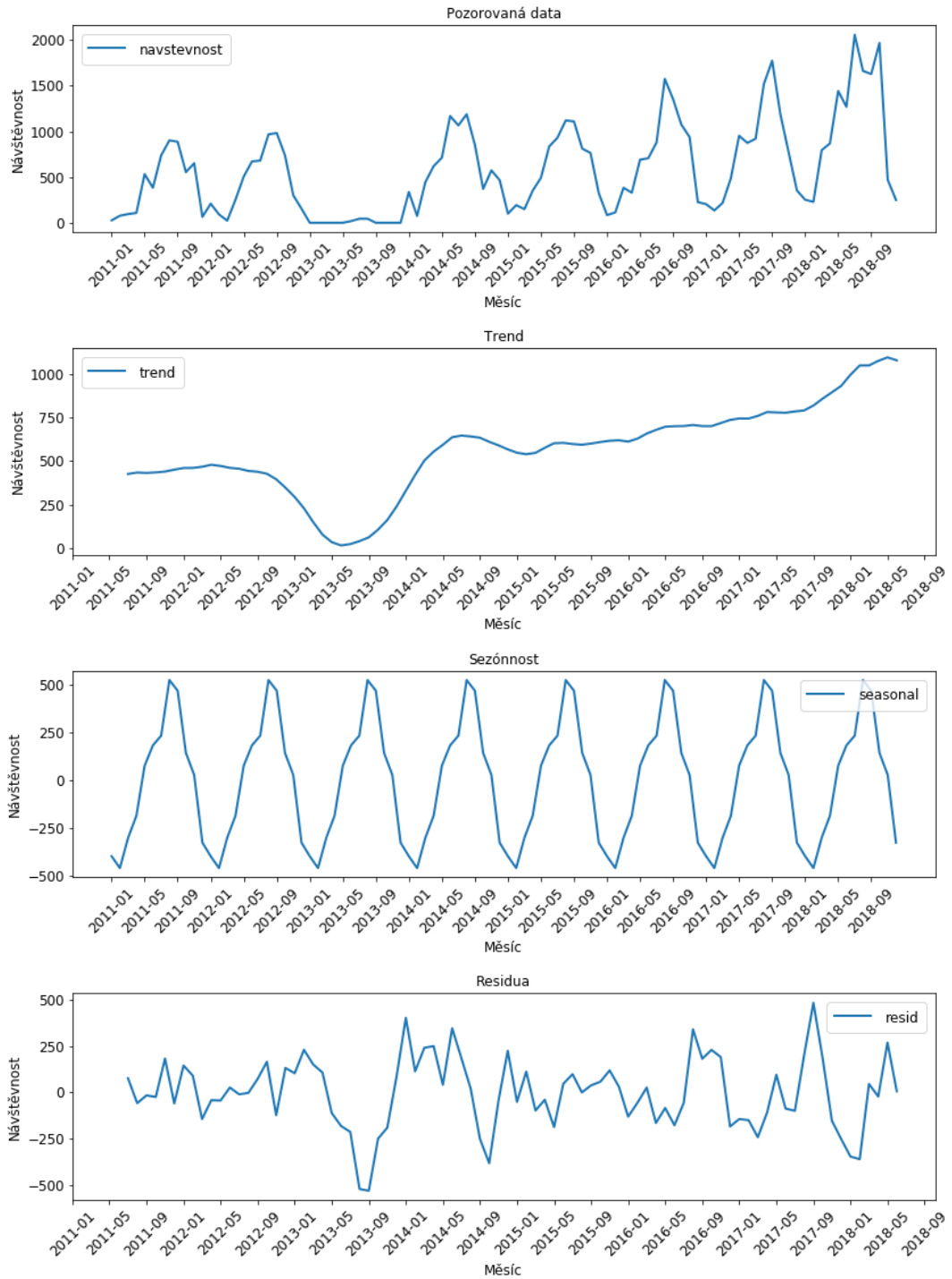
V souhrnném Grafu 16 lze jako první vidět graf skutečných hodnot. Jedná se o návštěvnost vedenou správcem zámku Brandýs nad Labem za období 2011-2018. Tento graf lze rozložit na další sledované složky: trend, sezónnost a rezidua.

Díky trendu (druhý graf v pořadí) lze pozorovat dlouhodobý vývoj vyrovnaných hodnot. U zámku Brandýs nad Labem je i přes viditelné kolísání po celý rok 2013 dobře rozeznatelná dlouhodobě rostoucí tendence. Jak již bylo vysvětleno výše, důvodem toho výkyvu byla nedohledaná měsíční data návštěvnosti. Za normálního stavu standardní návštěvnosti lze tedy počítat s tím, že tendence je stále rostoucí.

Zámek Brandýs nad Labem je jako jediný ze všech zkoumaných památek otevřený veřejnosti po celý rok, tedy 12 měsíců, v období listopad-březen však jen o víkendech. Z grafu sezónnosti (třetí graf v pořadí) a Přílohy 13 vyplývá, že nejsilnějšími měsíci jsou každý rok srpen a září a její průběh je pravidelný. Následují další silné měsíce červen a červenec. Na počátku sledovaného období byl průměrný počet návštěvníků v hlavní návštěvní sezóně 890, na konci sledovaného období stoupl na 1640. Nejslabšími měsíci jsou březen a říjen, kdy se průměrná návštěvnost pohybuje v rozmezí průměru 51-240 osob.

Rezidua neboli náhodné složky (čtvrtý graf v pořadí) jsou faktory, které nelze vysvětlit pomocí trendu ani sezónnosti. Zde jsou dobře vidět určité výkyvy i mimo tzv. bílý šum (rezidua pohybující se kolem hodnoty 0), pro jejichž modelování by bylo zapotřebí složitějších metod typu SARIMA apod.

**Graf 16 Souhrnné údaje zámku Brandýs n. Labem za období 2011-2018**



Zdroj: Python, vlastní zpracování

## 5.5 Vnější prezentace památek v prostředí internetu

V podkapitolách jsou popsány současné on-line marketingové aktivity jednotlivých analyzovaných zámků.

### 5.5.1 Zámek Kačina

Jedná se o památku, která je prezentována na poměrně mnoha informačních kanálech. Informace o aktuálním dění a fotografie má umístěné na Instagramu, Facebooku a vlastních webových stránkách, kde ji dle osobního hodnocení návštěvníků doporučuje cca 8 z 10. Dle facebookového hodnocení má tato památka 4,5 z celkem 5 možných hvězdiček, čímž je vyjádřeno, jakou měrou návštěvník danou památku doporučuje k navštívení.

Zámek Kačina je zviditelněn i na dalších přidružených webových stránkách, kterými jsou [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz), [www.cestyapamatky.cz](http://www.cestyapamatky.cz), [www.nzm.cz](http://www.nzm.cz) (Muzeum českého venkova) a [www.destinace.kutnahora.cz](http://www.destinace.kutnahora.cz).

### 5.5.2 Zámek Veltrusy

Památka má uživatelsky přehledné webové stránky, které však nejsou její vlastní. Stránky jsou vytvořeny dle obecného, předem daného motivu a spravovány NPÚ. Aktivita probíhá především na sociální síti Facebook, kde jsou pravidelně zveřejňovány zajímavosti a aktuality, zpravidla každý týden. Aktivita na Instagramu probíhala více v minulosti, nyní je účet od října 2019 neaktivní.

Zámek nabízí speciální edukační program pro základní a střední školy i veřejnost „Schola Naturalis“. Jedná se o program utvořený na míru, kde dochází k propojení historické památky a přidruženého parku, kde rostou vzácné druhy stromů a rostlin, je zde několik moderních mostů, pavilonů apod. K celému areálu patří také obora, ve které žije lesní zvěř.

Stránky, které zámku Veltrusy pomáhají k většímu dosahu mezi uživatele internetu, jsou [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz) a [www.turistickyatlas.cz](http://www.turistickyatlas.cz). Jejich podstatou je doporučovat turisticky zajímavá místa v České republice.

### 5.5.3 Zámek Žleby

Státní památka má stejně jako zámek Veltrusy vytvořené webové stránky od NPÚ, kde poskytuje základní informace typu otevírací doba, vstupné a aktuální prohlídkové okruhy.

Správci jsou velmi aktivní na sociálních sítích Facebook i Instagram, kam pravidelně umísťují zajímavé příspěvky a fotografie zámku i jeho okolí z různých akcí a ročních období. Jako jedna z mála památek využívají tuto platformu také na komunikaci s turisty a zajímají se o jejich názor a zpětnou vazbu.

Zámek je velmi známý díky své vizuální atraktivitě, i proto se objevil v mnoha filmech, např. „Tři bratři“, „Nejlepší přítel“ či „Otilie von Faber-Castell“.

K areálu zámku náleží i park se vzácnými stromy a rostlinami, a také obora s divokou lesní zvěří.

Mezi stránky, které tento historický objekt doporučují navštívit, patří [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz) a také [www.tripadvisor.cz](http://www.tripadvisor.cz), což je přední celosvětová webová stránka, kde uživatelé hodnotí místa dle mnoha faktorů a záleží zde na získaném pořadí.

### 5.5.4 Zámek Brandýs nad Labem

Tato památka má jako jedna z mála vlastní webové stránky. Velmi osobitým způsobem na nich popisuje historické pozadí a zároveň pravidelně aktualizuje informace o nových výstavách a akcích. I přesto nejsou stránky zcela moderní, na mnoha místech jsou zahlceny dlouhými texty v nevýrazných barvách.

Na sociálních sítích neprobíhá téměř žádná aktivita. Zámek má účet na Facebooku, avšak jedinými přispěvateli názorů jsou sami uživatelé, kteří objekt navštívili. Ti vidí jako největší přednost kvalitu průvodců a jejich výklad. Na Instagramu působí památka opět pouze zprostředkovaně, díky označení příspěvků návštěvníků na jejich vlastních fotografiích.

Stránky, které zámku Veltrusy pomáhají k většímu dosahu mezi uživatele internetu, jsou [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz), [www.turistickyatlas.cz](http://www.turistickyatlas.cz) a [www.brandysko.cz](http://www.brandysko.cz).

## 6 Návrhy a doporučení

Středočeský kraj je díky svému umístění velmi atraktivní a vyhledávanou oblastí pro turisty. Poskytuje příznivé podmínky pro další rozvoj CR, v současnosti nabízí nejen geografickou a dopravní dostupnost, ale díky reliéfu také nespočet možností pro aktivní i pasivní trávení volného času. Sledování vývoje CR v tomto kraji v období let 2007-2018 poskytlo mnoho informací a také prostor pro návrhy a doporučení.

Za 17 sledovaných let došlo k nárůstu HUZ i počtu hostů v nich ubytovaných. Původní počet 566 registrovaných HUZ se navýšil o 140 nových, na 706 HUZ, a podobný efekt nastal i u hostů, jejichž počet z původních 713000 překročil hranici jednoho milionu. Vzhledem k atraktivitě celého kraje a dosavadnímu vývoji CR v něm je očekáván další nárůst těchto ukazatelů i v budoucnosti.

Základní opatření pro jejich budoucí vývoj by měla být regulatorního původu, a to jak ze strany samotných subjektů, tak kraje a podpůrně i státu, v podobě orgánu MMR. Byla by vhodná kontinuální spolupráce na všech těchto úrovních řízení a stanovení konkrétních počtů HUZ i jejich hostů tak, aby odpovídala udržitelnému stavu a zároveň stále napomáhala rozvíjet CR v celé této oblasti. Lze uvést na příkladu, kdy v poměru k obydlenosti daného území rezidenty a počtu stravovacích zařízení by byl stanovený konečný počet možných HUZ i jejich hostů, který nesmí být již překročen.

Opačný efekt nastal v případě přenocování hostů, kde v měřeném průměru došlo k poklesu ukazatele. Průměrná doba je 2,55 dne, což je dáno především zkrácenými pobyty hostů v rámci jejich dovolených. Novodobým trendem je totiž více krátkodobých dovolených na úkor jedné či dvou, dlouhodobých. Tento jev lze alespoň částečně podchytit nabízením zvýhodněných ubytovacích, potažmo i stravovacích služeb na kvalitnější úrovni a také umožněním více poznat okolní krajinu a atraktivitu, které se nachází v blízkosti daného HUZ. Nabídnutím zážitků v podobě prozkoumání krajiny s místním znalým průvodcem či rodákem lze prodloužit pobyt hostů.

Ve složení hostů zcela převažují rezidenti s poměrem 76 % v porovnání s nerezidenty. Ke zvýšení počtu nerezidentů by mohlo pomoci zkvalitnění poskytovaných služeb CR. Nerezidenti často volí dražší a luxusnější způsob ubytování v podobě vícehvězdičkových hotelů, kde očekávají i často pro české poměry nadstandardní stravovací služby. Zvýšený zájem lze zajistit také uživatelsky přehlednými a atraktivními webovými stránkami, které jsou pro nerezidenty většinou zcela první informační cestou, jak se o dané lokalitě a

možnostech ubytování v HUZ dozví. Stránky by měly obsahovat aktuální a relevantní obsah, jednoduše dostupné kontakty a adresu propojenou s mapovým portálem. Zcela standardním požadavkem jsou dnes stránky s možností zvolení zdrojového jazyka, minimálním základem je kromě českého dostupnost také v anglickém, německém a ruském jazyce. Mnoho turistů se o daném HUZ dozví skrze sociální sítě, proto je vhodné mít alespoň účet na Facebooku, kde je možné uvádět i recenze. Pokud jsou sociální sítě pro subjekt nežádoucí, měla by probíhat alespoň pravidelná komunikace na vlastních webových stránkách. Zároveň by měl být v HUZ perfektně zaškolený personál s bilingvními schopnostmi. Jako přidanou hodnotu by měly subjekty zajistit dostatečné vybavení pro aktivní i pasivní trávení volného času, tudíž od wellness až po například zážitkové balíčky v podobě spolupráce s okolními podnikatelskými subjekty. Bude tak dosaženo dvojího efektu, kdy na jedné straně dojde k uspokojení potřeb zahraniční klientely a na straně druhé dojde ke zlepšení regionálního vývoje CR včetně zvýšení rozpočtu.

Návštěvnost je ovlivňována mnoha faktory, přičemž některé z nich lze ovlivnit a jiné nikoliv. Nelze úplně ovlivnit například vliv počasí či nutné rekonstrukce. Památky však mohou ovlivnit nerovnoměrnou sezónnost svojí proaktivitou směrem k turistům a dlouhodobým plánováním. Do budoucna by bylo vhodné u návštěvnosti daných památek zavést opatření týkající se částečné regulace nebo naopak zvýšení zájmu, a to podle toho, zda je očekáván prudký či mírný nárůst ukazatele, případně dokonce jeho pokles.

Regulační opatření by mohla být v podobě zavedení unikátních atraktivních akcí a programu pouze v měsících s nejslabší návštěvností, čímž by došlo k alespoň částečnému plošnému rozproštění návštěvnosti mimo hlavní návštěvní sezónu. Dalším regulačním opatřením by mohlo případně být zvýšení ceny vstupného v hlavní návštěvní sezóně. V extrémním případě by následně mohlo dojít ke stanovení maximálního denního počtu návštěvníků dané památky. Regulační opatření jsou do budoucna nutná v rámci zachování udržitelného CR.

Návrhy týkající se zvýšení zájmu o památky by mohly být v podobě efektivnější propagace tradičně oblíbených akcí, vylepšením webových stránek a aktivní komunikací na sociálních sítích. Dále by bylo vhodné zaměřit prohlídky na různé věkové kategorie, aby byly uspokojeny potřeby a zájmy co nejvíce turistů: speciální prohlídky pro seniory a střední věk, které by se více týkaly historie, na druhé straně potom prohlídky vedené

zábavnou a interaktivní formou pro děti, dospívající a celé rodiny. Památky by také měly být více propojeny s jejich okolním prostředím (parky, obory, lesy ad.), které nabízí mnohostranné využití, například v podobě cyklistických okruhů pro cyklisty, bruslaře či koloběžky. Je také možné je využít pro zavedení biologických exkurzí pro střední a vysoké školy. Interiér zámku by mohl být využit pro spolupráci se zážitkovými agenturami, které dokáží vytvořit velmi dobrodružný program s podmanivou atmosférou na míru a umožní návštěvníkovi poznat památku ze zcela nového úhlu pohledu. Stále aktuální je také možnost zavedení jednotné vstupenky pro památky v rámci celého kraje, která po zakoupení návštěvníkovi zajistí levnější vstup a další výhody. Tímto krokem lze pomoci těm památkám, které nemají potřebnou vysokou návštěvnost. Zároveň by došlo ke sjednocení vstupného, čímž by se značně zjednodušil celý systém. Vstupenky by mohly být k dispozici nejen na zámcích, ale při zajištění spolupráce také v infocentrech a agenturách CR.

U zámku Kačina je očekáván meziroční nárůst návštěvnosti o 14 %, do budoucna by tedy bylo vhodné zavést některá z výše doporučených regulačních opatření. Z marketingového hlediska by mohla památka více zviditelnit tradiční oblíbené akce (vinobraní) jinými informačními kanály, například reklamou v rádiu či natočením retrospektivního videa z již uplynulých ročníků, případně spoluprací se známými osobnostmi a propojením se sociálními sítěmi.

U zámku Veltrusy je očekáván meziroční nárůst návštěvnosti o 2 %, do budoucna by tedy bylo vhodné zavést některá z výše uvedených opatření týkajících se zvýšení zájmu o památku. Velkou výhodou má zámek ve zcela unikátním projektu „Schola Naturalis“, kterou by mohla interaktivně propojit s přilehlým parkem a oborou a zavést tak biologické či geografické exkurze pro střední a vysoké školy. Z marketingového hlediska by měla památka zainvestovat do vytvoření vlastních webových stránek a být více aktivní na dlouhodobě nespravovaném instagramovém účtu, například v podobě soutěží o nejhezčí fotografii apod.

U zámku Žleby je očekáván pokles návštěvnosti z důvodu náhlého zrušení tradičních oblíbených jarmarků, na následující měsíce či roky by tedy bylo vhodné zavést opatření týkající se zvýšení zájmu o památku. Stejně jako u zámku Veltrusy by bylo možné zavést biologické a geografické exkurze, jelikož má památka v areálu park a oboru. Zároveň by mohly být na nejslabší měsíce uvedeny jednorázové výstavy kostýmů z filmů, které zde

byly natáčeny. V neposlední řadě by bylo také vhodné znovu zařadit do programu tradiční jarmarky, které se dle statistik návštěvnosti těšily velké oblibě. Z marketingového hlediska by měl zámek investovat do vytvoření vlastních webových stránek a zlepšit aktivitu na sociálních sítích Facebook a Instagram, například v podobě soutěží o nejhezčí fotografii a následné odměně v podobě slevy na uspořádání svatby apod.

U zámku Brandýs nad Labem je očekáván meziroční nárůst návštěvnosti o 6 %, do budoucna by tedy bylo vhodné zavést některá z výše uvedených opatření týkajících se zvýšení zájmu o památku. Zámek má skvělou dopravní dostupnost ve středu malého města a prostorné nádvoří, které lze za příznivého počasí využít na pořádání hudebních a jiných umělecky zaměřených akcí. Z marketingového hlediska by bylo vhodné investovat do modernizace webových stránek, především pak co se vizuální stránky týče: uživatelsky příjemnější volba barev, méně textu, přizpůsobení pro uživatele se zrakovým či sluchovým hendikepem. Ke zvýšení zájmu by také mohla pomoci aktivita na sociálních sítích Facebook a Instagram.

Na provedenou analýzu by měl navazovat detailnější průzkum, který by sledoval budoucí vývoj a změny v CR v následujících měsících roku 2020 a dalších minimálně dvou letech, vzhledem k současné výjimečné situaci výskytu COVID-19. Vládní restriktivní opatření se nevyhnula ani HUZ a památkám, jež jsou v současnosti až do odvolání uzavřené. Pravděpodobnost nárůstu či poklesu návštěvnosti v hlavní návštěvní sezóně, ale i mimo ni, je nyní 50 na 50. Nelze s jistotou určit, zda nastalá situace povede k úplnému propadu ekonomiky CR, nebo naopak k rapidnímu nárůstu návštěvnosti rezidentů vzhledem k uzavřeným hranicím České republiky.

Další průzkum je možné provést pro Středočeský kraj, potažmo celou Českou republiku, ve spolupráci s Národním informačním a poradenským střediskem pro kulturu (zkr. NIPOS) a Českým statistickým úřadem (zkr. ČSÚ). Z Příloh 15 a 16 vyplývá závislost mezi počtem památkových objektů, počtem jejich návštěvníků a počtem pořádaných kulturních akcí. Křivky však modelují mnoho výkyvů, které by bylo vhodné odůvodnit (např. proč v roce 2013 došlo ke zvýšení počtu památkových objektů i pořádaných kulturních akcí, ale zároveň došlo ke značnému poklesu počtu návštěvníků). Po emailové a telefonické komunikaci s řídicími pracovníky NIPOS i ČSÚ bylo zjištěno, že důvody těchto výkyvů neznají, protože se této problematice doposud nikdo blíže nevěnoval.



## 7 Závěr

Diplomová práce se zabývala analýzou vývoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji v letech 2007–2018. Důraz byl kladen na statistickou analýzu vývoje počtu hromadných ubytovacích zařízení, lůžek v HUZ, počtu hostů a jejich přenocování. Data byla získána z veřejně dostupných ročenek Středočeského kraje a databáze statistických údajů Středočeského kraje Českého statistického úřadu. Dále byla analyzována návštěvnost čtyř vybraných historických objektů (zámků). Podkladová data návštěvnosti vybraných památek byla získána přímo od jejich správců. V analýze byly využity základní charakteristiky časových řad zkoumající meziroční rozdíly a podíly v počtech jednotlivých zkoumaných ukazatelů. Byly také vypočteny predikce v počtech ukazatelů na období 2019-2021.

Počet HUZ, dostupných lůžek a hostů ve Středočeském kraji by měl mít v budoucnosti rostoucí tendenci, naopak průměr přenocování je pouze 2,55 a i nadále dochází k poklesu z důvodu kratších dovolených a nedostatečně vyvinutých služeb CR. Jednoznačnou převahu v HUZ mají s 76 % rezidenti České republiky a dle rozdělení na kategorie převažují v HUZ penziony a tříhvězdičkové hotely, motely a botely.

U analyzovaných památek zámek Kačina, zámek Veltrusy a zámek Brandýs nad Labem je také očekáván meziroční nárůst v návštěvnosti, a to v rozmezí 2-14 %, vycházející z let předchozích. Výjimku tvoří zámek Žleby, kde je i přes pozitivní výsledky analýzy očekáván pokles návštěvnosti z důvodu náhlého zrušení významných akcí (jarmarků), které dlouhodobě přispívaly k vysokým hodnotám tohoto ukazatele.

Na základě výsledků analýz vznikly formulace návrhů a doporučení, zaměřující se na regulaci či zvýšení zájmu o rozvoj CR ve Středočeském kraji. Regulace by se měla týkat zavedení atraktivních akcí v měsících s nejslabší návštěvností, zvýšení ceny vstupného v nejsilnějších měsících, případně stanovení maximálního denního počtu návštěvníků památky a také maximálního počtu provozovaných HUZ v kraji. Ke zvýšení zájmu přispěje znovuzavedení a propagace tradičně oblíbených akcí, vylepšení webových stránek a aktivní komunikace na sociálních sítích. Dále prohlídky přizpůsobené různým věkovým kategoriím, větší propojení památek s jejich externím prostředím (parky, obory, lesy ad.) i interiérem (zážitkové prohlídky od agentur) nebo zavedení jednotné vstupenky pro památky v rámci celého kraje.

Středočeský kraj má velmi dobré předpoklady k rozvoji CR. Svým návštěvníkům nabízí mnoho atraktivních míst a aktivit, kterými mohou vyplnit svůj volný čas. Zároveň má v rámci České republiky velmi výhodnou geografickou polohu se snadnou dopravní dostupností. Vzhledem ke stále se zvyšující celkové návštěvnosti tohoto kraje by však mělo docházet k pravidelné a plánované regulaci v návaznosti na hlavní myšlenku udržitelného CR.

## 8 Seznam použitých zdrojů

### 8.1 Literatura

- (1) ARLTOVÁ, Markéta a Josef ARLT. *Ekonomické časové řady: vlastnosti, metody modelování, příklady a aplikace*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1319-9.
- (2) CYHELSKÝ, Lubomír a Eduard SOUČEK. *Základy statistiky*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2009. ISBN 978-80-7408-013-5.
- (3) DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2010. ISBN 978-80-7373-079-6.
- (4) FRANCOVÁ, Eva. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003. ISBN 80-244-0719-1.
- (5) GÚČIK, Marián. *Cestovní ruch: úvod do štúdia*. 1. vyd. Banská Bystrica: DALI-BB pre Slovak-Swiss Tourism, 2010. ISBN 978-80-89090-80-8.
- (6) HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.
- (7) HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.
- (8) HINDLS, Richard. *Statistika pro ekonomy*. Praha: Professional Publishing, 2007. ISBN 978-80-86946-43-6.
- (9) HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0202-9.
- (10) INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1252-5.
- (11) JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. Marketing (Grada). ISBN 8024732475.
- (12) KASPAR, Claud. *Základy cestovního ruchu*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 1995. ISBN 80-901166-5-5.
- (13) KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

- (14) KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. *Marketing*. Praha: Grada, c2004. ISBN 978-80-247-0513-2
- (15) LINDEROVÁ, Ivica. *Cestovní ruch: základy a právní úprava*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2013. ISBN 978-80-87035-82-5.
- (16) LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.
- (17) MORRISON, Alastair M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Přeložil Dana SLÁMOVÁ. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 8085605902.
- (18) ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.
- (19) PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.
- (20) RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch- podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
- (21) ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.
- (22) ZELENKA, Josef. *Cestovní ruch-marketing*. Vyd. 3., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-543-1.

### **Další zdroje**

- (23) ŠAUER, Martin a kol. *Cestovní ruch. Učební text*. Brno: Masarykova univerzita, 1.vyd. 2015.

### **8.2 Internetové zdroje**

- (24) Czech Tourism. *Česká centrála cestovního ruchu*. [Online] [Cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/zakladni-informace/>
- (25) ČSÚ. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2020-01-20]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/>
- (26) ČTK: E15 Magazín kultury. *Česko si připsalo na seznam UNESCO dvě další památky*. [Online] [Cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/magazin/kultura/cesko-si-pripsalo-na-seznam-unesco-dve-dalsi-pamatky-1360407>

- (27) Krajský úřad Středočeského kraje. *Regionální rozvoj – strategické dokumenty*. [Online] [Cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <https://www.kr-stredocesky.cz/web/regionalni-rozvoj/koncepce-rozvoje-cyklistiky-2017-2023>
- (28) Krajský úřad Středočeského kraje. *Základní informace o kraji*. [Online] [Cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <https://www.kr-stredocesky.cz/kraj>
- (29) Krajský úřad Středočeského kraje. *Životní prostředí-koncepce*. [Online] [Cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <https://www.kr-stredocesky.cz/web/zivotni-prostredi/kopksk20182028>
- (30) MKČR. *Ministerstvo kultury České republiky. Koncepce památkové péče*. [Online] [Cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/koncepce-pamatkove-pece-256.html>
- (31) MMR. *Ministerstvo pro místní rozvoj*. [Online] [Cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/Ministerstvo/Cestovni-ruch>
- (32) NPÚ. *Národní památkový ústav. Kulturní dědictví a současné umění*. [Online] [Cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <https://www.npu.cz/cs/npu-a-pamatkova-pece/npu-jako-institute/povinne-zverejnovane-informace/dotace-z-evropskych-zdroju/6551-kulturni-dedictvi-a-soucasne-umeni>
- (33) Národní ústav lidové kultury. *Elektronické publikace Národního ústavu lidové kultury*. [Online] [Cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <http://www.nulk.cz/zdroje-informaci/elektronicke-publikace-nulk/>
- (34) UNESCO. *Dvanáct českých divů světa*. [Online] [Cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <https://www.unesco-czech.cz/>
- (35) UNWTO. *United Nations World Tourism Organization*. [Online] [Cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>
- (36) Zámek Brandýs nad Labem. *Historie zámku a okolí, Informace pro návštěvníky*. [Online] [Cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <http://www.brandyszamek.cz/>
- (37) Zámek Kačina. [Online] [Cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <https://www.kacina.cz/zamek-kacina>
- (38) Zámek Veltrusy. *Historie a prohlídkové okruhy*. [Online] [Cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <https://www.zamek-veltrusy.cz/cs/o-zamku/historie>
- (39) Zámek Žleby. *O zámku a informace pro návštěvníky*. [Online] [Cit. 2019-08-10]. Dostupné z: <https://www.zamek-zleby.cz/cs/o-zamku/historie>

## 9 Přílohy

Příloha 1 Zámky Středočeského kraje .....	87
Příloha 2 Průměrné počty kategorií HUZ, 2012-2018.....	87
Příloha 3 Hosté v HUZ, 2007-2018 .....	88
Příloha 4 Hosté v HUZ, výsledky regrese .....	88
Příloha 5 Přenocování v HUZ, 2007-2018 .....	89
Příloha 6 Přenocování v HUZ, výsledky regrese.....	89
Příloha 7 Návštěvnost zámku Kačina, 2007-2018.....	90
Příloha 8 Návštěvnost zámku Kačina, výsledky regrese .....	90
Příloha 9 Návštěvnost zámku Veltrusy, 2009-2018 .....	90
Příloha 10 Návštěvnost zámku Veltrusy, výsledky analýzy.....	91
Příloha 11 Návštěvnost zámku Žleby, 2009-2018.....	91
Příloha 12 Návštěvnost zámku Žleby, výsledky regrese .....	92
Příloha 13 Návštěvnost zámku Brandýs nad Labem, 2011-2018.....	92
Příloha 14 Návštěvnost zámku Brandýs nad Labem, výsledky analýzy .....	92
Příloha 15 Statistické údaje NIPOS pro ČR, 2005-2017 .....	93
Příloha 16 Statistické údaje NIPOS pro Středočeský kraj, 2009-2017.....	93
Příloha 17 Počet lůžek, výsledky analýzy .....	93
Příloha 18 Seznam obrázků.....	94
Příloha 19 Seznam tabulek.....	94
Příloha 20 Seznam grafů.....	94

## Příloha 1 Zámky Středočeského kraje

### Zámek Kačina



Zdroj: <https://www.kacina.cz/zamek-kacina>

### Zámek Veltrusy



Zdroj: <https://www.zamek-veltrusy.cz>

### Zámek Žleby



Zdroj: <https://www.zamek-zleby.cz>

### Zámek Brandýs nad Labem



Zdroj: <http://www.brandyszamek.cz/>

## Příloha 2 Průměrné počty kategorií HUZ, 2012-2018

Kategorie HUZ	Počet
Hotel *****	2
Hotel, motel, hotel ****	37
Hotel, motel, hotel ***	135
Hotel, motel, hotel **	18
Hotel, motel, hotel *	10
Hotel garni ****, ***, **, *	9
Penzion	235
Kemp	67
Chatová osada	48
Turistická ubytovna	36
Ostatní HUZ	105

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

### Příloha 3 Hosté v HUZ, 2007-2018

Rok	Hosté v HUZ	v tom		Rezid. v %	Nerezid. v %
		rezid.	nerezid.		
2007	713507	508907	204600	71%	29%
2008	665178	488623	176555	73%	27%
2009	645443	497260	148183	77%	23%
2010	631356	488781	142575	77%	23%
2011	695113	533805	161308	77%	23%
2012	853204	649689	203515	76%	24%
2013	820141	616035	204106	75%	25%
2014	799530	615721	183809	77%	23%
2015	907567	699278	208289	77%	23%
2016	939041	726494	212547	77%	23%
2017	1021352	777984	243368	76%	24%
2018	1122095	846974	275121	75%	25%
<b>Průměr</b>	817793,9167	620795,917	196998	76%	24%

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

### Příloha 4 Hosté v HUZ, výsledky regrese

#### OLS Regression Results

```

=====
Dep. Variable:          pocet_hostu      R-squared:                0.922
Model:                  OLS              Adj. R-squared:           0.905
Method:                 Least Squares    F-statistic:              53.30
Date:                   Mon, 30 Dec 2019   Prob (F-statistic):      1.02e-05
Time:                   15:12:53         Log-Likelihood:          -144.78
No. Observations:      12              AIC:                     295.6
Df Residuals:          9              BIC:                     297.0
Df Model:               2
Covariance Type:       nonrobust
=====

```

	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
Intercept	6.843e+05	5.01e+04	13.649	0.000	5.71e+05	7.98e+05
t	-1.408e+04	1.77e+04	-0.794	0.448	-5.42e+04	2.6e+04
np.power(t, 2)	4153.9538	1327.881	3.128	0.012	1150.078	7157.829

```

=====
Omnibus:                5.041      Durbin-Watson:            1.683
Prob(Omnibus):          0.080      Jarque-Bera (JB):        2.066
Skew:                   0.950      Prob(JB):                0.356
Kurtosis:               3.724      Cond. No.                 269.
=====

```

Zdroj: Python, vlastní zpracování



### Příloha 5 Přenocování v HUZ, 2007-2018

Rok	Hosté v HUZ	v tom		Přenocování celkem	v tom		Prům.poččet přenocování
		rezidenti	nerезidenti		rezidenti	nerезidenti	
2007	713507	508907	204600	2064921	1505691	559230	2,8940445
2008	665178	488623	176555	1806363	1360560	445803	2,7156085
2009	645443	497260	148183	1713592	1346415	367177	2,6549083
2010	631356	488781	142575	1688986	1335923	353063	2,6751722
2011	695113	533805	161308	1800587	1400982	399605	2,5903515
2012	853204	649689	203515	2114840	1627638	487202	2,4787038
2013	820141	616035	204106	2066099	1567389	498710	2,5191997
2014	799530	615721	183809	1966171	1523849	442322	2,4591585
2015	907567	699278	208289	2214386	1721919	492467	2,4399146
2016	939041	726494	212547	2297925	1808050	489875	2,4470976
2017	1021352	777984	243368	2425079	1897353	527726	2,3743812
2018	1122095	846974	275121	2642741	2040482	602259	2,3551847
<b>Průměr</b>	817793,9167	620795,917	196998	2066807,5	1594687,583	472119,9167	2,5503104

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

### Příloha 6 Přenocování v HUZ, výsledky regrese

```

=====
                        OLS Regression Results
=====
Dep. Variable:          pocet_prenocovani      R-squared:                0.859
Model:                  OLS                   Adj. R-squared:           0.828
Method:                 Least Squares        F-statistic:              27.41
Date:                   Mon, 30 Dec 2019       Prob (F-statistic):      0.000149
Time:                   16:17:32             Log-Likelihood:          -155.87
No. Observations:      12                   AIC:                     317.7
Df Residuals:          9                       BIC:                     319.2
Df Model:               2
Covariance Type:       nonrobust
=====
                coef      std err          t      P>|t|      [0.025      0.975]
-----
Intercept      1.987e+06  1.26e+05   15.729   0.000     1.7e+06   2.27e+06
t               -8.518e+04  4.47e+04   -1.906   0.089    -1.86e+05  1.59e+04
np.power(t, 2)  1.169e+04  3346.532    3.492   0.007     4116.134  1.93e+04
=====
Omnibus:                1.352      Durbin-Watson:           1.507
Prob(Omnibus):          0.509      Jarque-Bera (JB):        0.963
Skew:                   0.628      Prob(JB):                 0.618
Kurtosis:               2.410      Cond. No.                 269.
=====

```

Zdroj: Python, vlastní zpracování

### Příloha 7 Návštěvnost zámku Kačina, 2007-2018

Měsíc/rok	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Leden	98	0	0	96	0	0	0	0	0	160	0	392
Únor	1200	0	0	0	0	0	0	10	51	0	155	30
Březen	272	0	0	155	0	0	90	19	184	358	48	552
Duben	1936	3914	4329	4787	5777	3770	6344	3152	4254	6145	4898	6179
Květen	3309	2898	3058	2445	2117	2899	3110	3066	3459	4063	3743	7469
Červen	3368	2700	1965	2172	3331	3151	5322	3581	5108	13500	8639	11163
Červenec	4285	3565	2897	3543	4157	3880	3528	5272	5456	5884	6195	10818
Srpen	4996	3699	3739	4088	3326	4551	15352	5093	5535	5397	6937	7538
Září	3201	3028	1885	1701	1955	6784	5735	9062	20707	18257	21802	22482
Říjen	3098	949	3395	3349	5437	1471	1457	3089	3501	2409	4768	7812
Listopad	1875	59	77	32	328	84	244	190	52	457	486	141
Prosinec	38	1322	1042	864	0	1288	34	121	199	50	2157	2457
Průměr	2306	1845	1866	1936	2202	2323	3435	2721	4042	4723	4986	6419

Zdroj: zámek Kačina, vlastní zpracování

### Příloha 8 Návštěvnost zámku Kačina, výsledky regrese

```

=====
                        OLS Regression Results
=====
Dep. Variable:          navstevnost      R-squared:                0.959
Model:                  OLS              Adj. R-squared:           0.950
Method:                 Least Squares    F-statistic:              105.9
Date:                  Wed, 22 Jan 2020      Prob (F-statistic):       5.58e-07
Time:                  18:37:07          Log-Likelihood:           -114.86
No. Observations:      12              AIC:                      235.7
Df Residuals:          9              BIC:                      237.2
Df Model:               2
Covariance Type:      nonrobust
=====
                    coef      std err          t      P>|t|      [0.025      0.975]
-----
Intercept          2.891e+04    4142.890         6.978     0.000     1.95e+04     3.83e+04
t                  -3755.6731    1465.246        -2.563     0.031    -7070.291    -441.056
np.power(t, 2)     633.3339     109.722         5.772     0.000     385.125     881.543
=====
Omnibus:              1.274      Durbin-Watson:           3.195
Prob(Omnibus):        0.529      Jarque-Bera (JB):        0.084
Skew:                  0.125      Prob(JB):                 0.959
Kurtosis:              3.323      Cond. No.                 269.
=====

```

Zdroj: Python, vlastní zpracování

### Příloha 9 Návštěvnost zámku Veltrusy, 2009-2018

Měsíc/rok	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Leden	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Únor	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Březen	0	0	0	0	155	0	0	1442	736	1560
Duben	0	0	885	398	276	480	478	1623	1824	1958
Květen	339	384	0	412	578	0	541	1489	2061	2251
Červen	295	404	0	495	57	0	895	7237	3997	3870
Červenec	1317	1352	0	1152	569	0	2523	7984	5210	4003
Srpen	1472	2769	1109	1597	831	0	1862	3480	6285	5566
Září	1251	1229	332	984	275	404	1024	1117	2364	3542
Říjen	165	1057	4412	242	232	5692	295	498	423	660
Listopad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prosinec	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Průměr	403	599,6	561,5	440	248	548	634,8	2073	1908	1951

Zdroj: zámek Veltrusy, vlastní zpracování

## Příloha 10 Návštěvnost zámku Veltrusy, výsledky analýzy

MAPE

36.50269215258837

Predikce

2019 24170.33

2020 24516.86

2021 24863.39

alpha: 0.9

beta: 0.8

Zdroj: Python, vlastní zpracování

## Příloha 11 Návštěvnost zámku Žleby, 2009-2018

Měsíc/rok	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Leden	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Únor	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Březen	0	0	0	70	1 105	2	0	15 395	67	12 258
Duben	3 518	3 305	4 467	4 894	3 107	5 705	4 354	2 439	17 051	12 979
Květen	6 974	4 952	5 231	7 233	5 946	7 452	7 709	5 321	7 087	7 477
Červen	5 462	5 099	5 587	5 000	5 155	5 087	5 223	5 285	5 652	5 641
Červenec	10 825	11 241	13 493	11 080	8 867	10 699	11 047	18 857	17 054	19 929
Srpen	11 592	12 540	11 032	10 367	9 703	13 082	11 377	13 084	12 761	11 307
Září	4 927	4 897	5 365	5 255	3 499	4 749	5 081	5 252	5 236	6 214
Říjen	1 970	2 788	2 622	2 263	3 531	3 229	2 629	3 234	2 170	2 036
Listopad	0	57	0	0	380	1553	4052	5205	9976	8597
Prosinec	0	407	0	983	1026	2180	3258	3403	3445	2663
Průměr	3772,3	3773,8	3983,1	3928,8	3526,6	4478,2	4560,8	6456,3	6708,3	7425,1

Zdroj: zámek Žleby, vlastní zpracování

## Příloha 12 Návštěvnost zámku Žleby, výsledky regrese

OLS Regression Results

```

=====
Dep. Variable:          navstevnost      R-squared:                0.936
Model:                  OLS              Adj. R-squared:           0.918
Method:                 Least Squares    F-statistic:              51.29
Date:                   Sat, 21 Mar 2020  Prob (F-statistic):       6.59e-05
Time:                   21:59:12         Log-Likelihood:          -97.454
No. Observations:      10              AIC:                     200.9
Df Residuals:          7                BIC:                     201.8
Df Model:               2
Covariance Type:       nonrobust
=====
                    coef      std err          t      P>|t|      [0.025      0.975]
-----
Intercept            5.111e+04    5808.158      8.799      0.000      3.74e+04    6.48e+04
t                   -5119.5674    2425.732     -2.111      0.073     -1.09e+04    616.377
np.power(t, 2)       919.1629     214.911      4.277      0.004      410.980    1427.346
=====
Omnibus:              0.670      Durbin-Watson:           2.495
Prob(Omnibus):        0.715      Jarque-Bera (JB):        0.231
Skew:                 0.344      Prob(JB):                0.891
Kurtosis:             2.715      Cond. No.                 202.
=====

```

Zdroj: Python, vlastní zpracování

## Příloha 13 Návštěvnost zámku Brandýs nad Labem, 2011-2018

Měsíc/rok	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Leden	26	209	0	337	100	84	204	252
Únor	77	92	0	75	193	113	135	229
Březen	95	23	0	445	149	384	217	795
Duben	108	252	0	620	352	329	488	869
Květen	533	506	0	713	493	691	953	1444
Červen	384	672	18	1169	836	707	875	1270
Červenec	738	681	44	1067	932	880	921	2060
Srpen	903	968	44	1189	1121	1576	1520	1664
Září	887	983	0	854	1110	1355	1776	1629
Říjen	555	738	0	372	812	1076	1188	1970
Listopad	652	301	0	574	765	939	771	470
Prosinec	65	154	0	467	325	226	354	249
Průměr	418,6	464,9	9	656,8	599	696,7	784	1075,1

Zdroj: zámek Brandýs nad Labem, vlastní zpracování

## Příloha 14 Návštěvnost zámku Brandýs nad Labem, výsledky analýzy

MAPE

788.3286300343177

Predikce

2019 12866.64

2020 14142.13

2021 15417.61

alpha: 0.5

beta: 0.2

Zdroj: Python, vlastní zpracování

**Příloha 15 Statistické údaje NIPOS pro ČR, 2005-2017**

<b>Rok</b>	<b>Počet PO</b>	<b>Počet návštěvníků</b>	<b>Počet kult.akcí</b>
2005	269	11 796 750	21 457
2006	271	12 108 819	20 428
2007	272	12 167 914	16 557
2008	277	11 681 124	22 014
2009	294	11 616 408	14 144
2010	284	11 324 837	13 864
2011	295	12 032 499	13 261
2012	295	11 626 624	13 393
2013	297	10 673 420	14 042
2014	308	11 991 561	12 905
2015	315	13 006 002	15 768
2016	316	14 139 512	14 946
2017	318	14 148 578	13 889

Zdroj: Ročenky NIPOS, vlastní zpracování

**Příloha 16 Statistické údaje NIPOS pro Středočeský kraj, 2009-2017**

<b>Rok</b>	<b>Počet PO</b>	<b>Počet návštěvníků</b>	<b>Počet kult.akcí</b>
2009	42	1 894 690	1 398
2010	42	1 819 278	2 012
2011	45	2 017 000	1 604
2012	46	2 123 021	1 624
2013	48	1 983 895	3 988
2014	50	2 353 056	1 797
2015	46	2 368 647	2 776
2016	45	2 440 653	2 254
2017	46	2 568 127	2 675

Zdroj: Ročenky NIPOS, vlastní zpracování

**Příloha 17 Počet lůžek, výsledky analýzy**

MAPE

5.5515864673378985

Predikce

2019: 36099.38

2020: 36366.14

2021: 36632.90

alpha: 0.8

beta: 0.2

Zdroj: Python, vlastní zpracování

## **Příloha 18 Seznam obrázků**

Obrázek 1 Cestovní ruch jako systém.....	21
Obrázek 2 Klasický marketingový mix .....	36
Obrázek 3 Mapa Středočeského kraje a jeho okresů .....	40

## **Příloha 19 Seznam tabulek**

Tabulka 1 Vývoj počtu HUZ v letech 2007-2018 .....	47
Tabulka 2 Vývoj počtu lůžek v letech 2007-2018.....	48
Tabulka 3 Bodová předpověď počtu lůžek v HUZ na roky 2019-2021 .....	50
Tabulka 4 Vývoj počtu hostů v HUZ v letech 2007-2018.....	51
Tabulka 5 Bodová a intervalová předpověď počtu hostů v HUZ na roky 2019-2021 .....	52
Tabulka 6 Vývoj počtu přenocování v letech 2007-2018.....	53
Tabulka 7 Bodová a intervalová předpověď počtu přenocování v HUZ na roky 2019-2021 ..54	
Tabulka 8 Vývoj počtu návštěvníků zámku Kačina v letech 2007-2018 .....	56
Tabulka 9 Bodová a intervalová předpověď návštěvnosti zámku Kačina na roky 2019-2021 ..57	
Tabulka 10 Vývoj počtu návštěvníků zámku Veltrusy v letech 2009-2018.....	59
Tabulka 11 Bodová předpověď návštěvnosti zámku Veltrusy na roky 2019-2021.....	60
Tabulka 12 Vývoj počtu návštěvníků zámku Žleby v letech 2009-2018 .....	61
Tabulka 13 Bodová a intervalová předpověď návštěvnosti zámku Veltrusy pro roky 2019-2021 .....	62
Tabulka 14 Vývoj počtu návštěvníků zámku Brandýs n. Labem v letech 2011-2018 .....	63
Tabulka 15 Bodová předpověď návštěvnosti zámku Brandýs n. Labem pro roky 2019-2021 ..64	

## **Příloha 20 Seznam grafů**

Graf 1 Vývoj počtu HUZ v letech 2007–2018 .....	48
Graf 2 Vývoj počtu HUZ a lůžek v letech 2007–2018 .....	49
Graf 3 Odhad počtu lůžek v HUZ na roky 2019-2021 .....	49
Graf 4 Vývoj počtu hostů v HUZ v letech 2007–2018.....	51
Graf 5 Odhad počtu hostů v HUZ na roky 2019-2021 .....	52
Graf 6 Vývoj počtu přenocování v HUZ v letech 2007-2018 .....	54
Graf 7 Odhad počtu přenocování v HUZ pro roky 2019-2021.....	55
Graf 8 Odhad návštěvnosti zámku Kačina pro roky 2019-2021 .....	58
Graf 9 Odhad návštěvnosti zámku Veltrusy pro roky 2019-2021 .....	60
Graf 10 Odhad návštěvnosti zámku Žleby pro roky 2019-2021 .....	62
Graf 11 Odhad návštěvnosti zámku Brandýs n. Labem pro roky 2019-2021 .....	65
Graf 12 Porovnání skutečných a vyrovnaných hodnot návštěvnosti zámku Brandýs n. Labem .....	66
Graf 13 Souhrnné údaje zámku Kačina za období 2007-2018 .....	68
Graf 14 Souhrnné údaje zámku Veltrusy za období 2009-2018.....	70
Graf 15 Souhrnné údaje zámku Žleby za období 2009-2018 .....	72
Graf 16 Souhrnné údaje zámku Brandýs n. Labem za období 2011-2018.....	74