

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra statistiky



Diplomová práce

**STATISTICKÁ ANALÝZA VÝVOJE CESTOVNÍHO
RUCHU V OBLASTI MLADOBOLESLAVSKA**

Bc. Kateřina Černá

© 2018 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Kateřina Černá

Hospodářská a kulturní studia

Název práce

Statistická analýza vývoje cestovního ruchu v oblasti Mladoboleslava

Název anglicky

Statistical analysis of tourist business development in the Mladoboleslavsko region

Cíle práce

Cílem práce je analyzovat pomocí statistických metod vývoj a úroveň cestovního ruchu v oblasti Mladoboleslava. Práce bude zkoumat vývoj vybraných ukazatelů cestovního ruchu na pozadí ekonomických a sociálních změn v regionu. Na základě vybraných ukazatelů bude zkoumán stav a vývoj kulturních a přírodních památek v oblasti. Z provedených analýz a zjištěných výsledků budou formulovány návrhy a doporučení na zlepšení stávající situace.

Metodika

Podkladová data budou čerpána z ČSÚ, MMR a MŽP. Součástí řešení může být dotazníkové šetření. Vytvořená databáze bude statisticky vyhodnocena pomocí metod z oblasti časových řad, indexní analýzy, popř. z oblasti analýzy závislosti kvalitativních znaků.

Harmonogram:

Studium dostupné literatury a odborných textů: 03/2017-09/2017

Předložení literární rešerše: 10/2017

Sběr dat a jejich analýza: 08/2017-01/2018

Předložení konečné podoby textu diplomové práce: 02/2018

Doporučený rozsah práce

60-80 stran

Klíčová slova

cestovní ruch, turista, kulturní památka, přírodní památka, ubytování, služby, životní prostředí, časová řada

Doporučené zdroje informací

- HESKOVÁ, Marie. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.
- HINDLS, Richard, Ilja NOVÁK a Stanislava HRONOVÁ. Metody statistické analýzy pro ekonomy. 2. přeprac. vyd. Praha: Management Press, 2000. ISBN 80-7261-013-9.
- HORNER, Susan a John SWARBROOKE. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb. Praha: Grada, c2003. Expert (Grada). ISBN 80-247-0202-9.
- INDROVÁ, Jarmila. Cestovní ruch: (základy). Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4.
- PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. Ekonomika turismu: turismus České republiky : vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky. Praha: Grada, 2011. ISBN 9788024737485.
- PETRŮ, Zdenka. Základy ekonomiky cestovního ruchu. 2., upr. vyd. Praha: Idea servis, 2007. ISBN 978-80-85970-55-5.
- SVATOŠOVÁ, Libuše a Bohumil KÁBA. Statistické metody II. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, 2008. ISBN 978-80-213-1736-9.
- VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. Geografie cestovního ruchu České republiky. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011. ISBN 978-80-7380-340-7.

Předběžný termín obhajoby

2018/19 ZS – PEF (únor 2019)

Vedoucí práce

doc. Ing. Marie Prášilová, CSc.

Garantující pracoviště

Katedra statistiky

Elektronicky schváleno dne 8. 11. 2017

prof. Ing. Libuše Svatošová, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 8. 11. 2017

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 22. 11. 2018

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Statistická analýza cestovního ruchu v oblasti Mladoboleslava" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího 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 28.11.2018

Poděkování

Ráda bych, touto cestou, poděkovala doc. Ing. Marii Prášilové, CSc. za odborné vedení a cenné připomínky při zpracovávání práce. Dále bych ráda poděkovala pracovníkům/pracovnicím vybraných turistických objektů, za ochotu při poskytování potřebných dat ke zpracování diplomové práce.

Statistická analýza vývoje cestovního ruchu v oblasti Mladoboleslavska

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá statistickou analýzou vývoje cestovního ruchu v okrese Mladá Boleslav. Statistická analýza byla vypracována na základě získaných údajů z veřejné databáze ČSÚ o hromadných ubytovacích kapacitách a z evidence vybraných turistických objektů o jejich návštěvnosti. Praktická část práce je zaměřena na analýzu vybraných ukazatelů, kterými je vývoj hromadných ubytovacích zařízení a návštěvnost vybraných turistických cílů v okrese. Kromě počtu hromadných ubytovacích zařízení v okrese Mladá Boleslav je sledováno také přenocování a skladba hostů v těchto zařízeních v letech 2000 - 2017. Další částí je analýza vývoje počtu návštěvníků vybraných turistických objektů v okrese, a to Dobrovických muzeí, muzea Benátky nad Jizerou, muzea Mladoboleslavska, ŠKODA Muzea a státního zámku Mnichovo Hradiště. U muzeí byla stanovena predikce na nejbližší budoucnost, tzn. na rok 2018 a 2019. U státního zámku Mnichovo Hradiště byla zkoumána sezónnost. Pomocí všech prováděných analýz byly formulovány návrhy a doporučení ke zvýšení zájmu turistů o okres Mladá Boleslav.

Klíčová slova: cestovní ruch, turista, návštěvník, turistický objekt, ubytování, okres Mladá Boleslav, časová řada, elementární charakteristiky, sezónnost.

Statistical analysis of tourism business development in the Mladoboleslavsko region

Abstract

The diploma thesis is dealing with travel trade development statistic analysis in the region of Mladá Boleslav. Statistic analysis was written down based on data obtained in Czech Statistical Office public database about mass accommodation capacity and register of selected turistic properties and their visit rate. Practical part of the thesis is focused on chosen turist destinantions visit rate analysis in the region. Apart from number of mass accommodation facilities in Mladá Boleslav region, overnight stays and guest type structure statistic is followed in these facilities in years 2000-2017. The next part is dedicated to visitors amount development analysis of selected touristic attractions in the region as follows: Museums in Dobruška, Benátky nad Jizerou, Mladá Boleslav and ŠKODA Museum and castle in Mnichovo Hradiště. Also in these cases years 2000-2017 were considered. The prediction regarding the nearest future at muzeums was specified i.e. for year 2018 and 2019. In addition to that the seasonal index was indetified concerning the castle in Mnichovo Hradiště. With the help of all processed analyzes the suggestion and recommendation was provided with the aim to increase a touristic interest in visiting of Mladá Boleslav region.

Keywords: travel trade, tourist, visitor, touristic attraction, accommodation, Mladá Boleslav region, timeline, elementary description, seasonal index.

Obsah

1	Úvod	11
2	Cíl a metodika práce.....	13
2.1	Cíl práce	13
2.2	Metodika práce.....	13
3	Teoretická východiska.....	15
3.1	Základní charakteristika cestovního ruchu.....	15
3.2	Vývoj cestovního ruchu	15
3.3	Předpoklady rozvoje cestovního ruchu	16
3.3.1	Motivy a cíle cestování	18
3.4	Typologie cestovního ruchu.....	18
3.4.1	Druhy cestovního ruchu.....	19
3.4.2	Formy cestovního ruchu	19
3.5	Typologie účastníků cestovního ruchu.....	20
3.5.1	Podle aplikace v marketingu.....	21
3.6	Služby cestovního ruchu	22
3.6.1	Charakteristika služeb cestovního ruchu	22
3.6.2	Poskytovatelé služeb cestovního ruchu	25
3.7	Marketing cestovního ruchu.....	26
3.7.1	Propagace území	26
3.8	Trh cestovního ruchu.....	27
3.8.1	Nabídka na trhu cestovního ruchu	28
3.8.2	Poptávka na trhu cestovního ruchu.....	28
3.9	Statistika v cestovním ruchu	29
3.9.1	Satelitní účet cestovního ruchu	29
3.10	Programy pro regionální rozvoj.....	29
3.11	Legislativní rámec	30
3.11.1	Živnostenskoprávní aspekty podnikání v cestovním ruchu.....	30
3.11.2	Propagace služeb v oblasti cestovního ruchu	31
4	Charakteristika okresu Mladá Boleslav	32
4.1	Mladá Boleslav - obec s rozšířenou působností.....	34
4.2	Mnichovo Hradiště - obec s rozšířenou působností	34
4.3	Projekty ke zvýšení zájmu turistů o okres Mladá Boleslav	35
4.3.1	Metalové sympozium v Mladé Boleslavi	35
4.3.2	Metalová cesta - naučná stezka městem	35
4.4	Ubytovací kapacity v okrese Mladá Boleslav	36

4.5	Vybrané turistické cíle v okrese Mladá Boleslav.....	37
4.5.1	Dobrovická muzea	37
4.5.2	Muzeum Benátky nad Jizerou.....	38
4.5.3	Muzeum Mladoboleslavska	38
4.5.4	ŠKODA Muzeum	39
4.5.5	Státní zámek Mnichovo Hradiště.....	39
5	Analytická část	41
5.1	Hromadná ubytovací zařízení v okrese Mladoboleslavsko.....	41
5.1.1	Vývoj počtu HUZ v okrese Mladoboleslavsko.....	42
5.1.2	Vývoj počtu hostů v HUZ v okrese Mladoboleslavsko	44
5.1.3	Vývoj počtu přenocování v HUZ v okrese Mladoboleslavsko	46
5.1.4	Počet hostů nerezidentů v HUZ ve Středočeském kraji	48
5.2	Vybrané turistické atraktivity v okrese Mladoboleslavsko.....	49
5.2.1	Statistická analýza vývoje počtu návštěvníků Dobrovických muzeí v letech 2010 - 2017	49
5.2.2	Statistická analýza vývoje počtu návštěvníků v muzeu Benátky nad Jizerou v letech 2000 - 2017.....	52
5.2.3	Statistická analýza vývoje počtu návštěvníků muzea Mladoboleslavska v letech 2000 - 2017.....	54
5.2.4	Statistická analýza vývoje počtu návštěvníků ŠKODA Muzea v letech 2000 - 2017	56
5.2.5	Statistická analýza vývoje počtu návštěvníků státního zámku Mnichovo Hradiště v letech 2000 - 2017	59
5.3	Návrhy a doporučení	61
6	Závěr	65
7	Zdroje.....	68
7.1	Knižní zdroje.....	68
7.2	Internetové zdroje.....	69
8	Přílohy.....	72
8.1	Seznam příloh.....	72

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Administrativní členění Středočeského kraje	32
Obrázek 2 - Administrativní rozdělení okresu Mladá Boleslav	33
Obrázek 3 - Mapa - vybrané památky v okrese Mladá Boleslav	37

Seznam tabulek

Tabulka 1 - Členění předpokladů cestovního ruchu	17
Tabulka 2 - Druhy cestovního ruchu	18
Tabulka 3- Struktura cestujících podle závěrů mezinárodní konference o statistice CR (Ottawa, 1991)	21
Tabulka 4 - Služby v cestovním ruchu	23
Tabulka 5 - Počet HUZ v okrese Mladá Boleslav rozdělený dle typu zařízení.....	36
Tabulka 6 - Vývoj počtu HUZ v okrese Mladoboleslavsko v letech 2000 - 2017	42
Tabulka 7 - Vývoj počtu hostů v HUZ v okrese Mladoboleslavsko v letech 2000 - 2017..	44
Tabulka 8 - Vývoj počtu hostů (rezidentů, nerezidentů) v HUZ v letech 2012 - 2017	45
Tabulka 9 - Vývoj počtu přenocování v HUZ za roky 2000 - 2017	46
Tabulka 10 - Vývoj počtu přenocování rezidentů a nerezidentů v HUZ v letech 2012 - 2017	48
Tabulka 11 - Vývoj počtu návštěvníků Dobrovických muzeí v letech 2010 - 2017	50
Tabulka 12 - Bodový odhad počtu návštěvníků Dobrovických muzeí pro roky 2018 - 2019	51
Tabulka 13 - Vývoj počtu návštěvníků muzea Benátky nad Jizerou v letech 2000 - 2017..	52
Tabulka 14 - Bodový odhad počtu návštěvníků muzea Benátky nad Jizerou v roce 2018 a 2019	53
Tabulka 15 - Vývoj počtu návštěvníků v muzeu Mladoboleslavska v letech 2000 - 2017 ..	54
Tabulka 16 - Bodový odhad počtu návštěvníků muzea Mladoboleslavska v letech 2018 a 2019	56
Tabulka 17 - Vývoj počtu návštěvníků ve ŠKODA Muzeu v letech 2000 - 2017	57
Tabulka 18 - Bodový odhad počtu návštěvníků ŠKODA Muzea v letech 2018 a 2019	58
Tabulka 19 - Vývoj počtu návštěvníků na zámku Mnichovo Hradiště v letech 2000 - 2017	59
Tabulka 20 - Průměrná sezónní odchylka a sezónní index zámku Mnichovo Hradiště v letech 2000 - 2017.....	60

Seznam grafů

Graf 1 - Vývoj počtu HUZ za rok 2000 - 2017	43
Graf 2 - Vývoj počtu hostů v HUZ v letech 2000 - 2017	45
Graf 3 - Vývoj počtu přenocování v HUZ v letech 2000 - 2017	47
Graf 4 - Počet hostů nerezidentů v HUZ ve Středočeském kraji řazených dle země	48
Graf 5 - Vývoj počtu návštěvníků Dobrovických muzeí v letech 2010 - 2017	51
Graf 6 - Vývoj počtu návštěvníků muzea Benátky nad Jizerou v letech 2000 - 2017.....	53
Graf 7 - Vývoj počtu návštěvníků muzea Mladoboleslavska v letech 2000 - 2017	55
Graf 8 - Vývoj počtu návštěvníků ŠKODA Muzea v letech 2000 - 2017	58

1 Úvod

Cestovní ruch je významnou součástí života lidí na celém světě. Stal se oblíbeným už od počátků středověku, kdy se ještě objevoval pouze mezi šlechtou. Má vliv v mnoha hospodářských odvětvích, tudíž má i velký podíl na světové ekonomice. V regionech vytváří pracovní místa, rozvíjí infrastrukturu, i např. stavební průmysl. Tím, že se potřeba lidí cestovat stále zvětšuje, se odvětví cestovního ruchu bude nadále inovovat a rozvíjet. Když lidé cestují, zpravidla dočasně opouštějí místo svého trvalého bydliště, za účelem odpočinku, či poznání a to je také důvodem prolínání různých kultur.

Na národní i regionální úrovni je cestovní ruch významnou ekonomickou činností. Zaměstnává už více než 231 tisíc osob, což je skoro 5% podíl na zaměstnanosti v České republice. V současné době se toto odvětví na hrubém domácím produktu podílí přibližně 3%. Cestovní ruch má na zaměstnanost a hospodářský růst velmi dobrý dopad. Rozvoj cestovního ruchu v České republice je zapříčiněn mírným podnebím bez extrémních výkyvů počasí. Dalším důvodem je bez pochyby i poloha České republiky v srdci Evropy. Česká republika má velmi dobré předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu i v budoucnu.

K rozvoji cestovního ruchu v České republice také přispělo, že se tato země v roce 2007 stala součástí Schengenského prostoru, což umožňuje lidem více cestovat. Díky této dohodě lze překračovat hranice členských států bez kontrol i mimo hraniční přechody. Rozvoj cestovního ruchu je mimo jiné také způsoben zvyšující se životní úrovní obyvatel a snižující se nedosažitelností vzdálenějších cílů světa.

Česká republika má velké množství všech druhů památek, jak historických, kulturních, tak i technických a přírodních. Cestovní kanceláře a agentury tak mají dostatek příležitostí vytvořit zajímavé produkty cestovního ruchu, které budou turisty, jak ze zahraničí, tak i z tuzemska, stále lákat.

Okres Mladá Boleslav se nachází v severní části Středočeského kraje a sousedí s okresem Praha - východ, Nymburk, Mělník, dále s okresy Česká Lípa, Liberec, Semily a Jičín. Mladoboleslavský okres má dvě obce s rozšířenou působností a pověřeným obecním úřadem, a to Mladou Boleslav a Mnichovo Hradiště. Hlavní město České republiky Praha, je vzdálené od Mladé Boleslavi přibližně 65 kilometrů, což je pro Mladou Boleslav výhodné umístění. Turisté cestující do hlavního města mohou navštívit i mladoboleslavský okres, který nabízí mnoho zajímavých turistických cílů, jako je např. kulturně historická památka, zámek Mnichovo Hradiště nebo několik zajímavých muzeí. Mladoboleslavský okres láká hlavně milovníky automobilového průmyslu. Dominantou je

zde automobilka ŠKODA AUTO, a.s., která turistům nabízí v Mladé Boleslavi prohlídku ŠKODA Muzea, či exkurze přímo do samotného závodu výroby automobilů. Okres disponuje i faktem, že do jeho území patří i část turisty velmi navštěvované oblasti Český ráj. Lidé, cestující za přírodními památkami, či za cykloturistikou nebo pěší turistikou v Českém ráji, mohou svou výpravu spojit také s poznáním kulturních a historických památek na Mladoboleslavsku. Jak už bylo zmíněno, okres Mladá Boleslav sousedí také s horskými okresy, jako je Liberec, či Semily, tudíž ho mohou navštívit také turisté cestující za sportovním vyžitím. Oblast Mladoboleslavska nabízí návštěvníkům dobrou dopravní obslužnost s vybudovanou sítí hromadné dopravy mezi jednotlivými městy okresu.

2 Cíl a metodika práce

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je analýza vývoje cestovního ruchu v okrese Mladá Boleslav pomocí vybraných ukazatelů cestovního ruchu. První skupinou ukazatelů je počet a struktura hromadných ubytovacích zařízení, počet jejich hostů a počet přenocování v letech 2000 - 2017. Další ukazatel je návštěvnost vybraných turistických objektů, konkrétně Dobrovických muzeí, muzea Benátky nad Jizerou, muzea Mladoboleslavska, ŠKODA Muzea a státního zámku Mnichovo Hradiště, v letech 2000 - 2017. U ukazatelů bude dynamika dosavadního vývoje popsána pomocí elementárních charakteristik časových řad, pomocí nichž budou hledány významné faktory a vlivy na cestovní ruch v této oblasti. Práce bude posuzovat sezónnost v návštěvnosti zámku Mnichovo Hradiště a na základě vývojových tendencí bude stanovena předpověď návštěvnosti turistických objektů v nejbližších dvou letech. Výsledkem diplomové práce bude zhodnocení perspektivy cestovního ruchu v okrese Mladá Boleslav pomocí všech prováděných analýz a zformulování návrhů a doporučení ke zvýšení zájmu turistů o tento okres.

2.2 Metodika práce

Ke zpracování teoretické části práce byly použity poznatky získané prostudováním odborné literatury a internetových zdrojů uvedených v seznamu publikací. Byly využity internetové stránky Ministerstva pro místní rozvoj, Českého statistického úřadu.

Praktická část práce byla vypracována na základě sběru dat z veřejné databáze Českého statistického úřadu a od správců vybraných turistických objektů. K vypracování praktické části byla použita především analýza časových řad za vybraná období. K postupným výpočtům statistických metod byl použit program MS Excel 2010.

Časová řada je množina pozorování kvantitativní (číselné) charakteristiky uspořádaná v čase. Sestavena je směrem od minulosti k přítomnosti. K analýze či prognóze časové řady se využívá souboru metod, které slouží ke stanovení výsledků analýzy či předpovědi do budoucnosti.

Ke sledování vývoje ukazatelů v časových řadách byly využity následující elementární charakteristiky časových řad a průměry těchto charakteristik:

- absolutní přírůstek (d_{yt}) - stanovuje se jako rozdíl dvou sousedních členů časové řady. Znárodnuje přírůstek nebo úbytek zkoumaného ukazatele v určitém roce (období) proti roku (období) bezprostředně předcházejícímu:

$$dy_t = y_t - y_{t-1} \quad t = 2, 3, \dots, n,$$

- koeficient růstu (k_t) - je podíl jednoho členu časové řady a jeho předchůdce. Charakterizuje, zda hodnoty časové řady rostou, či klesají. Zobrazuje, kolikrát hodnota jednoho ukazatele daného období převyšuje hodnotu ukazatele bezprostředně předcházejícího období. Pokud se vyjadřuje v procentech, mluví se o tempu růstu/poklesu:

$$k_t = \frac{y_t}{y_{t-1}} \quad t = 2, 3, \dots, n .$$

Stanoven byl také průměrný koeficient růstu pomocí vzorce:

$$\bar{k} = \sqrt[n-1]{k_2 k_3 \dots k_n} ,$$

- bazický index (BI) - vyjadřuje změny hodnot daného členu časové řady k výchozímu členu časové řady. Výchozí člen je zpravidla první člen časové řady

$$BI = \frac{y_t}{y_0} \quad t = 2, 3, \dots, n .$$

U ukazatelů, kde byla data získána ročně, byl stanoven bodový odhad na nejbližší následující dva roky, rok 2018 a 2019, pomocí kvadratické trendové funkce:

$$y_i' = a + bt + ct^2,$$

kteřá vykazovala nejvyšší hodnotu indexu determinace.

Sezónní složka byla určována u dat získaných měsíčně. Sezónní složka popisuje periodické kolísání v časové řadě, které se každý rok odehrává ve stejném období. Sezónní kolísání je způsobeno různými vlivy, např. střídáním ročních období, na tom závislé formě a druhu cestovního ruchu.

Pro stanovení intenzity sezónních vlivů byly použity sezónní odchylky a sezónní indexy. Sezónní odchylka udává, o kolik měrných jednotek (absolutní vyjádření) se v daném období liší hodnota sledovaného ukazatele vzhledem k hodnotě trendu. Součet všech sezónních odchylek musí být roven 0.

$$s_o = \overline{y_{m\acute{e}s.}} - \overline{y_{oo}}$$

Sezónní index je bezrozměrné číslo (relativní vyjádření) udávající, kolikrát je hodnota časové řady větší (menší) než trendová hodnota. Součet všech indexů v rámci sledované řady je vždy roven počtu sezón.

$$s_i = \frac{\overline{y_{m\acute{e}s.}}}{\overline{y_{oo}}}$$

3 Teoretická východiska

3.1 Základní charakteristika cestovního ruchu

Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu mimo svůj trvalý pobyt a to na dobu kratší, než je stanovena Světovou organizací cestovního ruchu (WTO - World Tourism Organization). Stanovenou dobou se v mezinárodním cestovním ruchu myslí jeden rok a v domácím cestovním ruchu šest měsíců. Hlavní účel cesty do destinace je jiný, než vykonávání výdělečné činnosti. Definice WTO z cestovního ruchu vylučuje pobyt v rámci místa trvalého bydliště, dočasné přestěhování se za prací, dlouhodobou migraci či pravidelné služební cesty do zahraničí. [5, 13]

Cestovní ruch se považuje za významný společensko-ekonomický fenomén a každoročně představuje obrovský pohyb populace za rekreací a poznáváním. Způsob života obyvatel cestovní ruch zahrnuje především ve vyspělých zemích. V současnosti ho zkoumá mnoho vědních oborů, např. ekonomie, geografie, sociologie, psychologie apod. Má tak interdisciplinární charakter a je předmětem zkoumání každé této disciplíny. V ekonomii cestovního ruchu se zkoumají ekonomické aspekty cestovního ruchu, v rámci realizace služeb a produktů cestovního ruchu. Geografie cestovního ruchu zkoumá teritoria a interakci mezi cestovním ruchem a krajinou. Sociologie cestovního ruchu poukazuje na sociální chování a spolupráci sociálních skupin jako návštěvníků destinace. Psychologie cestovního ruchu se zabývá motivací návštěvníků na účasti cestovního ruchu. [5]

Cestovní ruch samozřejmě přispívá k rozvoji místa, kde vytváří pracovní a podnikatelské příležitosti a zvyšuje životní úroveň. Ovšem naopak vyžaduje i určitou úroveň služeb, ubytovacích a stravovacích zařízení, infrastruktury apod. [4]

3.2 Vývoj cestovního ruchu

Rozvoj novodobého cestovního ruchu se datuje do 19. až 20. století, ovšem prvopočátky cestovního ruchu jsou spojovány už s průmyslovou revolucí. [5]

Starověk a středověk

Cestování a poznávání rozvíjelo starověké civilizace, jako jsou Sumerové, Peršané, Asyřané, Egypťané. Např. civilizace Féniciánů byla založena na obchodu a cestování. Ve starověku také začaly vznikat mapy, ty zachycovaly tehdejší země a jejich popis. [5]

Ve středověku bylo cestování životním stylem šlechty, později se ho mohli zúčastnit i bohatí měšťané a kupci. Vznikaly zde mapy, významné cestopisy, kde byla zobrazena představa o kulatosti Země. V 16. století vznikaly také první tištěné průvodce, díky vynálezu knihtisku. [5]

Novověk

Počátek moderního cestovního ruchu se datuje do 17. a 18. století, především díky cestám šlechticů a tovaryšů za získáním zkušeností. Od 17. století se také objevovaly první zmínky o průvodcích. Úlohou těchto průvodců bylo chránit poutníky před přepadením a ulehčovat cestu získanými znalostmi a poznatky o ubytování, zemi i národních zvycích. Nejznámějším průkopníkem organizovaného cestovního ruchu a zakladatelem moderního cestovního ruchu byl Angličan Thomas Cook, který organizoval první zájezdy v podobě dnešních. [5]

Dále vznikaly tištěné průvodce, tzv. baedekery, kterým dal současnou podobu Němec Karl Baedeker. Tyto knihy obsahovaly mapky, plány tras, údaje o památkách, ubytování, dopravní spojení a praktické rady pro cestování. [5]

Novodobý cestovní ruch v Evropě

Novodobý cestovní ruch se začal formovat na přelomu 20. století. Cestovní ruch už pomalu zasahuje do všech sociálních subjektů a nabývá stále výrazněji masovosti a dynamiky. V mnoha regionech se zakládala centra letní i zimní turistiky. Od přelomu 70. a 80. let se lidé začali více zaměřovat na standardizaci některých služeb. [11]

3.3 Předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Předpoklady či faktory, které ovlivňují rozvoj cestovního ruchu, se obvykle člení dle P. Mariota do následujících oblastí (Tabulka 1):

- lokalizační předpoklady,
- selektivní předpoklady,
- realizační předpoklady.

Tabulka 1 - Členění předpokladů cestovního ruchu

Předpoklady cestovního ruchu				
lokalizační		selektivní	realizační	
přírodní	kulturně-municipální	administrativní	komunikační	materiálně-technické
		demografické		
		urbanizační		
		sociologické		
		ekologické		
		personální		
		politické		

Zdroj: *Drobná a Morávková, 2004*

Lokalizační předpoklady rozvoje cestovního ruchu se dělí na přírodní atraktivity, kam může být zařazen povrch území, podnebí, vodstvo, fauna a flóra apod., a na kulturní (kulturně-municipální-historické), které jsou výsledkem tvořivé činnosti člověka a jsou spjaté s historií území. V zájmu turistů se objevují architektonické památky, muzea a galerie, archeologické lokality, technické památky apod. [3]

Selektivní předpoklady rozvoje cestovního ruchu záleží na způsobilosti společnosti daného území podílet se na cestovním ruchu přijímáním účastníků cestovního ruchu, ale i účastníky se stávat. Selektivní předpoklady se dělí na objektivní a subjektivní. Mezi objektivní patří politické a bezpečnostní faktory, ekonomická a životní úroveň obyvatel a stav životního prostředí. Subjektivní předpoklady ovlivňují lidi o účasti na cestovním ruchu. Zahrnují rodinné poměry účastníka, příslušnost k sociální a profesní skupině, ale také závisí na psychologických faktorech. Hraje zde roli také módnost území, vliv reklamy a propagace oblasti. [3]

Realizační předpoklady umožňují realizovat cestovní ruch v dané oblasti. Mezi základní podmínky patří dopravní předpoklady, které umožňují cestovat do těchto míst, mluví o možnosti dopravního spojení, ale i hustotě dopravní sítě. Další složkou jsou materiálně-technické předpoklady, které zahrnují ubytovací, stravovací, zábavní, kulturní, sportovní a další zařízení, která slouží k uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu. [3]

3.3.1 Motivy a cíle cestování

Psychologické a fyzické potřeby člověka ovlivňují motiv účasti na cestovním ruchu. Zjištění motivace pro cestování je důležitým faktorem pro organizaci cestovního ruchu. Nejčastější příčinou motivace k cestování jsou:

- a) přírodní a klimatické motivy - lidé nejčastěji cestují za sluncem, vzduchem, vodou, rostlinstvem, krajinným rázem apod. Zde se rozvíjejí určité druhy cestovního ruchu, jako je přímořský, sportovní, horský atd. Obyvatelstvo zde hledá odpočinek, zábavu a rekreaci.
- b) Kulturní motivy - patří sem kulturní a historické dědictví země. Jsou to historická místa, archeologické památky, muzea, galerie. V České republice je nejčastěji motivem návštěvy území poznání kulturně-historických atraktivit. [1]

3.4 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch se v každodennosti objevuje v různých druzích a formách. Rozvíjejí se v závislosti na poptávce účastníků cestovního ruchu. O druzích cestovního ruchu (Tabulka 2) se mluví v souvislosti s motivací účastníků cestovního ruchu, s účelem, pro který cestují. Naopak o formách cestovního ruchu (viz Příloha 1) hovoříme, pokud jako základ jeho posuzování vezmeme různé příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které cestovní ruch přináší. [5]

Formy cestovního ruchu se dělí z geografického hlediska, podle počtu, věku, místa pobytu účastníků, podle způsobu organizování, podle délky účasti, ročního období, použitého dopravního prostředku, z hlediska dynamiky a sociologického hlediska.

Tabulka 2 - Druhy cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu	
Rekreační cestovní ruch	Lázeňský cestovní ruch
Sportovní cestovní ruch	Zdravotní cestovní ruch
Dobrodružný cestovní ruch	Obchodní cestovní ruch
Myslivecký a rybářský cestovní ruch	Kongresový cestovní ruch
Náboženský (poutní) cestovní ruch	Stimulační cestovní ruch

Zdroj: Hesková, 2011

3.4.1 Druhy cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu se vymezují z hlediska motivace účasti člověka na cestovním ruchu. Je to zejména rekreační, sportovní, dobrodružný, myslivecký a rybářský, kulturní a náboženský, lázeňský a zdravotní, obchodní, kongresový a stimulační cestovní ruch. V praxi se druhy cestovního ruchu propojují do vzájemných kombinací. Například rekreační cestovní ruch se nejčastěji vyskytuje se sportovním cestovním ruchem. [5]

Součástí rekreačního cestovního ruchu je tematický cestovní ruch. Zaměřuje se na uspokojování odborných a rekreačních potřeb účastníka. Existují individuální i organizované formy. Účastníci mají specifické zájmy a potřeby, např. navštěvování technických památek, zajímavostí, sakrálních staveb apod. [5]

Kulturním cestovním ruchem lidé uspokojují své duchovní potřeby. Chtějí poznávat kulturní dědictví, kultury a způsob života rezidentů cílových destinací, apod. Účastníci tohoto druhu cestovního ruchu navštěvují muzea, galerie, výstavy, kulturní pamětihodnosti, archeologická naleziště, hudební, divadelní a filmové festivaly atd. Existuje zde symbióza mezi vzděláváním a účelným trávením volného času. Účastníci jsou seznámeni s historií a kulturou vlastního národa nebo i ostatních národů, a i se sociální a ekonomickou situací daného místa. Kulturní cestovní ruch se často kombinuje s dalšími druhy cestovního ruchu, jako je např. lázeňský cestovní ruch. [5]

3.4.2 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu jsou velmi důležité pro správné připravení produktu cestovního ruchu a jeho nabízení na trhu a vhodné cílové skupině. Formy cestovního ruchu pomáhají blíže určit potřeby a cíle jeho účastníků. [5]

Z geografického hlediska, konference v kanadské Ottawě v roce 1991, rozdělila 3 kategorie cestovního ruchu, a to vnitřní, který zahrnuje domácí cestovní ruch, což znamená cestování lidí v rámci své země. Zahrnuje také příjezdový zahraniční cestovní ruch a návštěvy cizinců. Další kategorií je národní cestovní ruch, který se skládá z domácího a výjezdového cestovního ruchu. A třetí kategorií je mezinárodní cestovní ruch, který rozlišuje příjezdový zahraniční a výjezdový zahraniční cestovní ruch. [4]

Podle počtu účastníků cestovního ruchu se dělí na individuální, skupinový, masový a ekologický cestovní ruch. Cestovní ruch lze také rozdělit na individuální a organizovaný, podle způsobu organizování cestování. Účastníci cestovního ruchu jsou v různém věku, proto se také dělí na cestovní ruch dětí, mládežnický, rodinný a seniorský. Z hlediska délky

účasti jde o cestovní ruch výletní, krátkodobý, víkendový a dlouhodobý. Cestovní ruch lze provádět na mnoha místech, proto se rozděluje na městský, příměstský, venkovský, horský, vysokohorský a přímořský. Cestovat lze v každém ročním období, proto existuje dělení cestovního ruchu na sezónní, mimosezónní a celoroční. Účastník cestovního ruchu se do cílové destinace dostává dopravním prostředkem, tudíž existuje motorizovaný, železniční, letecký a lodní cestovní ruch. Z hlediska dynamiky se rozlišuje pobytový (statický) a putovní (dynamický) cestovní ruch. Posledním dělením je dělení ze sociologického hlediska a zde hovoříme o návštěvách příbuzných a známých, sociálním a etnickém cestovním ruchu. [5]

3.5 Typologie účastníků cestovního ruchu

Účastník cestovního ruchu reprezentuje subjekt cestovního ruchu. Je to nositel poptávky a spotřebitel produktu cestovního ruchu. Ve struktuře cestovního ruchu mají své místo tyto účastníci (Tabulka 3):

stálý obyvatel (rezident) - dle domácího cestovního ruchu je to osoba, která alespoň šest měsíců žije v daném místě. V zahraničním cestovním ruchu tato osoba musí v daném místě žít alespoň rok. Ve shrnutí jsou to občané státu a cizinci splňující tato kritéria,

návštěvník - jde o osobu, která cestuje na jiné místo, než je její místo trvalého bydliště, na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu jde o cestující osobu do jiné země na délku nepřesahující jeden rok a její účel cesty není výdělečná činnost,

turista - tato osoba musí splňovat kritéria návštěvníka a navíc musí v místě alespoň jednu noc přenocovat. Rozlišuje se z hlediska délky pobytu na: **turistu na dovolené** - pobývá na daném místě více než určený počet nocí nebo dní (v ČR jsou to 2-3 noci), **krátkodobě pobývajícím turistu** - ten zahrnuje pobyt alespoň s jedním přenocováním a zároveň nepřekračuje určený počet nocí nebo dní,

výletník - tento účastník cestovního ruchu cestuje na dané místo na maximálně 24 hodin a nepřenocuje zde. [5]

Tabulka 3- Struktura cestujících podle závěrů mezinárodní konference o statistice CR (Ottawa, 1991)

Cestující			
Zahrnutí do statistiky CR			Nezahrnutí do statistiky CR
Stálý obyvatel			Stálí přistěhovalci (imigranti)
Návštěvník	Turista	- Turista na dovolené - Krátkodobě pobývajícím turista	Dočasní imigranti
	Výletník		Tranzitní cestující
			Místní cestující
			Diplomati a představitelé konzulátů
			Příslušníci armády v zahraničních posádkách
			Utečenci
			Kočovníci
			Pracovníci v pohraničí
			Studenti
			Cestující za prací

Zdroj: Hesková, 2011

3.5.1 Podle aplikace v marketingu

Organizace, která prodává zájezdy, musí brát v úvahu toto rozdělení turistů. Každé skupině turistů vyhovuje něco jiného a tím organizace musí nabídku služeb přizpůsobit.

Podle sociologa Cohena (1979) se turista dělí na čtyři typy:

- **organizovaný masový turista** - dovolenou si kupuje jako již vytvořený balíček služeb a volí populární destinaci. Dovolenu většinou tráví v hotelu a nepouští se do neznámých lokalit,
- **individuální masový turista** - dovolenou si kupuje taktéž v balíčku služeb, ovšem v takovém, který mu umožňuje větší svobodu pohybu. Obvykle se drží známých lokalit, ale je ochotný se pustit i do odvážnějších akcí,
- **turista - průzkumník (objevitel)** - cesty si plánuje sám a pokouší se seznamovat s místními obyvateli. Při pobytu ovšem dbá na určitý komfort a bezpečnost,
- **turista - tulák** - chce být součástí místní komunity. Nemá žádný předem připravený plán a nechce být zařazen do jakékoliv formy cestovního ruchu. [7]

Cohen (1979) dále dělí turisty dle typu zážitků, které hledají:

- **rekreační turista** - tento turista se chce fyzicky zregenerovat a nevyhledává kulturní nebo společenskou náplň,
- **diverziální turista** - hledá rozmanitost a snaží se tímto zapomenout na strasti každodenního života,

- **zážitkový turista** - vyhledává autentické zážitky,
- **experimentální turista** - vyhledává užší kontakty s místními obyvateli,
- **existenciální turista** - chce se plně ponořit do cizích kultur a životních stylů. [7]

Další dělení je podle Smitha (1995) na sedm typů turistů:

- **objevitelé** - je to celkem malá skupina, která objevuje ještě nepoznaná místa, kterých je stále méně a méně,
- **elitní turisté** - toto jsou zkušené cestovatelé, kteří si vybírají drahé, jim vyhovující cesty,
- **nekonvenční turisté** - nechtějí být součástí velkých skupin turistů a snaží se jim uniknout,
- **neobvyklí turisté** - chtějí se seznámit s místní kulturou v rámci individuálních výletů mimo organizovaný program,
- **nastávající masoví turisté** - většinou cestují do rekreačních center a nevyhledávají místní kulturu,
- **masoví turisté** - očekávají stejné standardy zařízení ubytování jako mají doma a jsou už součástí masového cestovního ruchu,
- **charteroví turisté** - chtějí si užít dovolenou podle svých představ a nezajímají se o cíl cesty. Chtějí takovou úroveň komfortu, na kterou jsou zvyklí. [7]

3.6 Služby cestovního ruchu

Služby cestovního ruchu se mohou dělit podle různých hledisek. Účastníci cestovního ruchu se musejí do vybrané destinace nějak dostat, někde se ubytovat, najíst, informovat se o destinaci a chtějí využívat dalších služeb, které cestovní ruch nabízí.

3.6.1 Charakteristika služeb cestovního ruchu

Cestovní ruch klade na služby určité nároky, které je nutno respektovat, je to zejména:

- přizpůsobit strukturu služeb primární nabídce destinace (střediska) cestovního ruchu tak, aby byl co nejvhodněji využit její potenciál,
- přizpůsobit kapacitu, strukturu a kvalitu služeb požadavkům jednotlivých druhů cestovního ruchu a cílových skupin účastníků,
- zajistit vzájemnou návaznost služeb v dané lokalitě,
- zajistit přizpůsobivost nabídky služeb v závislosti na poptávce,

- zajistit cenovou dostupnost služeb. [12]

Heterogenost služeb umožňuje jejich základní rozdělení na (Tabulka 4):

- služby cestovního ruchu** - převážně uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu a produkuje je podniky cestovního ruchu,
- ostatní služby** - produkuje je podniky s polyfunkčním charakterem a jejich produkci částečně spotřebovávají účastníci cestovního ruchu. [12]

Tabulka 4 - Služby v cestovním ruchu

SLUŽBY V CESTOVNÍM RUCHU			
Služby cestovního ruchu		Ostatní služby	
Dodavatelské služby	Zprostředkovatelské služby	Specializované služby pro cestovní ruch	Služby místní infrastruktury v cílovém místě
Informační	Informační	Informační	Informační
Dopravní	Cestovních kanceláří	Pojistné	Obchodní
Ubytovací	Cestovních agentur	Směnárenské	Komunální
Stravovací		Pasových orgánů	Zdravotnické
Sportovně-rekreační		Celních orgánů	Policejní
Kulturně-společenské			Záchranné
Lázeňské			Poštovní a telekomunikační
Kongresové			
Venkovského cestovního ruchu			
Průvodcovské a asistenční			
Animační			

Zdroj: Oriška, 2010

- Informační služby** - umožňují účastníkovi cestovního ruchu zjistit informace o cílových místech, objektech cestovního ruchu a službách. Poskytování těchto služeb se může změnit až na poradenskou činnost. Poskytují je zejména turistická informační centra či počítačové informační a rezervační systémy.
- Dopravní služby** - umožňují přepravu účastníků z místa trvalého bydliště do destinace či z bodu A do bodu B. Do těchto služeb se zahrnuje i poskytování informací o dopravním spojení, rezervování míst v dopravních prostředcích, prodej dopravních cenin apod.
- Ubytovací služby** - poskytují ubytování účastníkům cestovního ruchu a umožňují přenocování nebo přechodné ubytování v destinaci. Jejich součástí jsou i služby,

kteře se vázou na pobyt, jako je např. úschova zavazadel, úschova cenností v trezoru aj. Ubytovací sluřby jsou různý ch kategorií a tříd.

- d) **Stravovací sluřby** - poskytují je zejména pohostinská zařízení a napomáhají klientovi ve vytvarenı vetřıho fondu volného času, který muře využít kuspokojovanı svý ch cestovatelský ch potřeb. Jedná se o sluřby základního stravovanı, doplnkového stravovanı, občerstvení, ale i společensko-zábavní sluřby.
- e) **Sportovně-rekreační sluřby** - tyto sluřby umozņujı pouřivat přírodní i uměle vytvořené podmínky k rozvoji sportu, rekreace a turistiky. Jejich vyuřıtı souvisí s aktivním odpoınkem účastníků cestovního ruchu. Tyto sluřby poskytují sportovně-rekreační zařízení a spojují se i s animací v cestovním ruchu.
- f) **Kulturně-společenské sluřby** - jsou spojeny s hlavním motivem kulturního a mestskeho cestovního ruchu, pojí se s poznáváním, zábavou a společenskou komunikací. Jsou tez součástí rekreačního, lazeenskeho, zdravotního a kongresového cestovního ruchu.
- g) **Lazeenske sluřby** - je to komplex aktivit související ch s lazeenskou léčbou a pobytem v lázních. V lazeensky ch střediscı ch je nutný výskyt přírodní ch lecıvy ch zdrojů a balneoterapeuticky ch zařízení. Tvoří je i sluřby doplnkove, jako je lecbna kosmetika, manikúra, pedikúra, prodej suvenýrů apod.
- h) **Kongresové sluřby** - účastníci kongresového cestovního ruchu mají předem přıpraveny odborný program. S tím je spojeno poskytovanı různý ch druhů sluřeb, jako jsou informační, ubytovací, stravovací, společensko-zábavní aj. Poskytují je profesionální organizatořı kongresový ch akcı (cestovní kancelare, kongresové hotely).
- i) **Sluřby venkovského cestovního ruchu** - poskytují je vhodná zařízení ve venkovském prostředí. Jde o ubytovací, stravovací a doplnkove sluřby na venkově.
- j) **Průvodcovské a asistenční sluřby** - jedná se o osobní sluřby, pří který ch jsou účastníci cestovního ruchu doprovázeni přıvodci a mají předem dohodnutý program. Tyto sluřby jsou spojené s poskytováním informací a peci o zákazníky.
- k) **Animační sluřby** - jsou spojeny s peci o účastníka cestovního ruchu. Jedná se o ořivenı, rozveselení a zábavu v místě pobytu. Tyto sluřby jsou součástí nabídky ubytovací ch zařízení, cestovní ch kanceları i středisek cestovního ruchu. Jsou zamerene předevřım na děti a mladeř pod odborným vedením animátora.

- l) **Zprostředkovatelské služby** - souvisejí s organizováním a zajišťováním činností umožňujících účast na cestovním ruchu a jsou výsledkem činnosti cestovních kanceláří a agentur. Zahrnují rezervaci míst v dopravních prostředcích, prodej dopravních cenin, rezervaci ubytovacích a stravovacích služeb, pojištění apod.
- m) **Pojistné služby** - účastník si může obstarat cestovní pojištění proti následkům nepředvídaných událostí během cestování a pobytu. Jedná se o výplatu peněžních prostředků na úhradu výdajů s nenadálými událostmi vzniklými při cestování.
- n) **Směnárenské služby** - jedná se o obchod s devizovými jednotkami (prodej nebo nákup devizových hodnot a jejich směna). Směnárenské služby poskytují devizové banky a devizová místa (cestovní kanceláře, hotely, směnárny apod.)
- o) **Služby pasových orgánů** - souvisejí s vydáváním cestovních dokladů (pasů) důležitých pro cestování do zahraničí. Zařazuje se do nich i kontrola na hraničních přechodech spojená se službami celních orgánů.
- p) **Obchodní služby** - souvisejí s nabídkou zboží, které vyžadují účastníci cestovního ruchu (potraviny, nápoje, sportovně-rekreační pomůcky, fotografické potřeby, mapy, knižní průvodce apod.).
- q) **Komunální služby** - jsou to služby určené nejen pro místní obyvatelstvo, ale i pro účastníky cestovního ruchu. Jedná se o služby kadeřnické, holičské, manikúra, pedikúra aj. Také služby oprav spotřebního zboží, půjčovny spotřebního zboží, služby dopravní infrastruktury, veřejně prospěšné služby apod.
- r) **Zdravotnické, policejní, záchranné, poštovní a telekomunikační služby** - jsou součástí celkové vybavenosti cílových míst. V horských oblastech k nim patří i činnost horské služby. U vodních ploch existuje vodní záchranná služba. [12]

3.6.2 Poskytovatelé služeb cestovního ruchu

Poskytovatelé služeb cestovního ruchu (subjekty) se dělí i podle odvětvového členění. Na poskytování služeb se podílí více či méně celá řada subjektů. Z hlediska národní ekonomiky se jedná o:

- hotely a podobná ubytovací zařízení,
- restaurace a podobná zařízení,
- osobní železniční dopravu,
- osobní silniční dopravu,
- osobní lodní dopravu,

- osobní leteckou dopravu,
- doplňkové služby letecké dopravy,
- pronájem dopravního zařízení/vybavení,
- cestovní agentury a podobná zařízení,
- kulturní služby,
- sportovní a ostatní rekreační služby turismu. [13]

3.7 Marketing cestovního ruchu

Rozvoj obce či regionu by měl vycházet z principů marketingu obce a marketingu cestovního ruchu. Marketing města by měl být založen na vytvořené strategii propagace oblasti (regionu) pro konkrétní aktivity. Praktickou konkretizaci marketingového přístupu k určité obci či regionu představuje marketingový mix, což je soubor kontrolovaných marketingových proměnných. Sestavuje se z toho, čím veřejná správa může ovlivnit poptávku po nabídce obce či regionu. Jedná se o známé 4P - produkt, cena (price), místo (place) a propagace (promotion). Rozšířený marketingový mix pro cestovní ruch je dle Morrisona rozšířen o další 4P - people (lidé) - zaměstnanci firmy, packaging (tvoření balíčků) - tvorba produktů a nabídka služeb, programming (naprogramování) - koncepčnost společných projektů a partnership (spolupráce) - spolupráce dodavatelů se zprostředkovateli a přepravci. Tím se myslí např. spolupráce ubytovacích a stravovacích zařízení s organizátory zájezdů a autobusovými společnostmi. [4]

3.7.1 Propagace území

Obec či region musí účastníkům cestovního ruchu nabídnout co nejvíce informací. Turista se musí na určitém místě zorientovat a vědět, kde získá potřebné informace (kde se nachází Turistické informační centrum). Nejlépe se prezentují regiony, které mohou využít přírodních či geografických útvarů nebo historických zajímavostí. [4]

Informace nabízené daným územím musí být srozumitelné. Nejčastěji využívané jsou tabule, směrovky, značky upozorňující na turisticky zajímavá místa (budovy či přírodní útvary). Umístění těchto informací musí vycházet z promyšlené koncepce, měly by být umístěny na přehledných a frekventovaných místech. [4]

Podle Paula Smitha jsou základními prostředky propagačního mixu:

- prodej,
- reklama,

- podpora prodeje,
- public relations (vztahy s veřejností a s médii),
- sponzorství,
- výstavy a veletrhy,
- balení, obaly,
- místo prodeje,
- identita (firemní, destinační),
- internet,
- ústní sdělení ("šeptanda").

Je nutné vybrat nejvhodnější prostředky na propagaci určitého území či objektu. [17]

Jedním z velmi účinných propagačních prostředků je pořádání akcí na určitém území či v určitém objektu. Většina turisticky zajímavých objektů pořádá pravidelné akce, na které láká své potenciální návštěvníky, např. noční prohlídky zámků, hradů či různé jarmarky. Jako propagaci objektu lze samozřejmě také brát výrazné slevy pro děti, studenty, seniory a zajímavé nabídky, jako je např. rodinné vstupné. Ovšem nejběžnější formou je reklama. Reklama je placená, neosobní, masová informace o produktu či samotném objektu. Velmi často je realizovaná pomocí médií, tisku, rozhlasu či televize a internetových stránek. Cílem reklamy je podat veřejnosti co nejvíce informací a nalákat je k návštěvě objektu či území. [10]

3.8 Trh cestovního ruchu

Na trhu cestovního ruchu se střetává nabídka s poptávkou po zboží a službách cestovního ruchu. Subjekty, které hrají hlavní roli na tomto trhu, jsou:

- kupující - uspokojují své potřeby tím, že nakupují služby cestovního ruchu,
- prodávající - zastupují nabídku služeb na trhu cestovního ruchu, buď jako přímí dodavatelé nebo zprostředkovatelé,
- stát - reguluje pomocí právních norem fungování trhu cestovního ruchu.

Trh cestovního ruchu také potřebuje objekty, které jsou k fungování potřebné:

- služby cestovního ruchu - ubytovací, stravovací dopravní apod.,
- zboží - má spíše doplňkový charakter (mapy, knihy, pohlednice apod.),
- volné statky - nabízí je příroda (moře, čistý vzduch, krajina apod.). [3]

3.8.1 Nabídka na trhu cestovního ruchu

Nabídkou v cestovním ruchu se rozumí:

- a) služby cestovního ruchu - sortiment služeb je velmi početný a závisí na jednotlivých formách cestovního ruchu. Služby uspokojují potřeby zákazníků. Jsou různorodé, zahrnují činnosti mnoha odvětví. Jedná se především o služby osobního charakteru a jejich poskytování je vázáno na určité místo. Projevuje se zde sezónnost a služby jsou poskytovány zpravidla komplexně. Jsou kopírovatelné, tzn., že je může využít více subjektů a jsou vzájemně zastupitelné.
- b) Atraktivita cílového místa - atraktivita závisí na předpokladech rozvoje cestovního ruchu (Příloha 1) na určitém území. Existují např. kulturní atraktivity, které jsou výsledkem tvořivé činnosti člověka a souvisejí s historií území, jsou to tedy: architektonické památky, muzea a galerie, technické památky, památky lidové architektury apod.
- c) Vybavenost cílového místa - vybavenost zahrnuje ubytovací a stravovací zařízení, dopravní infrastrukturu, sportovně-rekreační možnosti apod. [3]

3.8.2 Poptávka na trhu cestovního ruchu

Poptávkou v cestovním ruchu se rozumí koupěschopná poptávka, která je podložena kupní silou zákazníků (účastníků cestovního ruchu). Předmětem poptávky v této oblasti jsou služby cestovního ruchu vyvolané potřebami účastníků cestovního ruchu. Poptávka má komplexní charakter, tzn., aby zákazník uspokojil své potřeby, je nutné, aby zakoupil celý "balík" služeb. Má sezónní charakter a je velmi pružná k rychlým a častým změnám. Je rozmanitá, tak jako potřeby lidí. Vývoj poptávky ovlivňují tyto faktory:

- cena nabízených produktů - poptávka je cenově pružná,
- úroveň nabídky - záleží na přístupu dodavatelů,
- vývoj peněžních příjmů obyvatelstva - poptávka je příjmově pružná,
- spotřeby a zvyklosti lidí - móda, životní styl, volný čas apod.,
- politická, ekonomická a sociální situace na určitém území. [3]

3.9 Statistika v cestovním ruchu

Cestovní ruch je po celém světě dynamicky se rozvíjející odvětví a se svým objemem tržeb se řadí na přední příčky. Proto je nutné toto odvětví statisticky sledovat a analyzovat jeho pozitivní či negativní vliv na ekonomiku celého světa.

3.9.1 Satelitní účet cestovního ruchu

Satelitní účet cestovního ruchu, označovaný jako TSA (Tourism Satellite Account) je účet ekonomických ukazatelů cestovního ruchu. Prokazuje a identifikuje ekonomické přínosy cestovního ruchu pro národní ekonomiku. Definiuje řadu globálních standardů, podle kterých měří skutečný přínos cestovního ruchu pro národní hospodářství. Zaměřuje se na:

- procentuální podíl cestovního ruchu na tvorbě hrubého domácího produktu (HDP),
- jak se cestovní ruch podílí na vytváření pracovních míst,
- objem kapitálových investic vyvolaných cestovním ruchem,
- daňové příjmy z aktivit cestovního ruchu,
- jak cestovní ruch ovlivňuje platební bilanci státu.

V České republice se statistikou cestovního ruchu zabývá Český statistický úřad (ČSÚ), Ministerstvo pro místní rozvoj, Česká národní banka a agentura Czech Tourism. [3]

Česká republika patří k zemím, které akceptovaly turistický satelitní účet. Bez něho by nebylo možné vykazovat přínosy cestovního ruchu do ekonomiky země. Přínosy jsou zaznamenávány v podrobné struktuře. Dřívější vykazování výkonů cestovního ruchu se zaměřovalo především na počty příjezdů turistů a jejich charakteristiky, na tržby hromadných ubytovacích zařízení za ubytování zahraničních či domácích hostů nebo na strukturu podnikatelských subjektů v cestovním ruchu. [5]

3.10 Programy pro regionální rozvoj

Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky nyní pracuje s Národním programem podpory cestovního ruchu v regionech (2016-2020). Cílem tohoto dotačního programu je zvýšit potenciál a konkurenceschopnost regionů v zemi, usnadnění pohybu návštěvníků v destinacích, rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu, rozproštění návštěvnosti, rozvoj kvality služeb a např. podpora socioekonomických přínosů cestovního ruchu apod. Tento dotační titul je spolufinancován z prostředků

státního rozpočtu. Zahrnuje dva programy: Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu a Marketingové aktivity v cestovním ruchu. [24]

Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu - rok 2018

Program má za cíl podpořit novou nebo zkvalitnit stávající infrastrukturu cestovního ruchu v regionech. Účelem programu je podpořit rozvoj investic do cestovního ruchu, zvýšení kvality poskytovaných služeb apod. Cílí také na rozprostření turistů i do méně navštěvovaných destinací České republiky a na nabídku aktivit i mimo sezónu. Budou podporovány aktivity zaměřené na vybavenost turistických tras (cyklistických, pěších, lyžařských a dalších) nebo na monitoring návštěvníků apod. Přiznané dotace musejí být vyčerpané do konce roku 2018. [25]

Marketingové aktivity v cestovním ruchu - rok 2018

Druhým programem podpory cestovního ruchu v regionech je "Marketingové aktivity v cestovním ruchu". Cílem tohoto programu je zvýšení povědomí o nabídce cestovního ruchu v destinacích za účelem zvýšení návštěvnosti, zkvalitnění a rozšíření produktové nabídky o nové produkty, komunikační kampaně, zkvalitnění strategického rozhodování a zlepšení koordinace nabídky v destinacích. Budou zde podpořené aktivity na podporu řízení destinací, realizaci marketingových výzkumů, zavádění inovací v cestovním ruchu či podporu distribuce produktů cestovního ruchu. Akce mohou být realizovány do konce roku 2019. [26]

3.11 Legislativní rámec

Jako každé hospodářské odvětví, je i cestovní ruch omezen legislativním rámcem České republiky. Podnikatelé v cestovním ruchu musí mít živnostenské oprávnění, díky kterému tuto činnost mohou vykonávat. Legislativním rámcem je upravena i propagace (reklama), která se cestovního ruchu také týká, ať už při nabízení "balíčků" cestovními kancelářemi nebo propagování akcí pořádaných objekty cestovního ruchu.

3.11.1 Živnostenskopravní aspekty podnikání v cestovním ruchu

Oprávnění k výkonu podnikatelské činnosti týkající se cestovního ruchu upravuje zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů. Další specifika cestovního ruchu jsou dále zohledněna v zákoně č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění

pozdějších předpisů. Živnostenský zákon upravuje výkon následujících činností bezprostředně související s cestovním ruchem:

- provozování cestovní kanceláře,
- provozování cestovní agentury,
- průvodcovská činnost,
- ale také provozování hostinské činnosti,
- poskytování ubytovacích služeb.

Další podmínky pro podnikání v oblasti cestovního ruchu stanoví zákon uveden výše, č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů. Tento zákon upravuje především ochranu spotřebitele - zákazníka cestovních kanceláří v souvislosti s prodejem a realizací zájezdu. Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, v ustanovení § 852a až § 852k upravuje cestovní smlouvu zákazníka cestovní kanceláře. V ustanovení § 760 až § 762 upravuje smlouvu o přepravě osob, od ustanovní § 754 až § 759 upravuje smlouvu o ubytování. [27]

3.11.2 Propagace služeb v oblasti cestovního ruchu

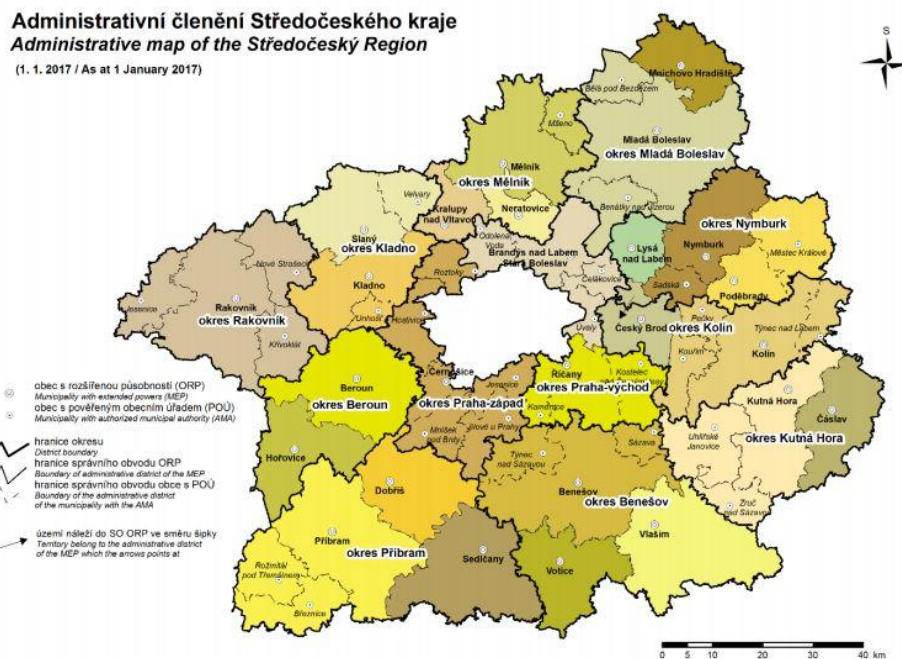
Reklama je nedílnou součástí marketingového mixu, jak už bylo zmíněno v kapitole 3.7. V České republice lze očekávat nárůst reklamy, tudíž je její regulace nutná. Regulace reklamy v ČR je upravena především zákonem č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů. Hlavní změny přinesl zákon č. 138/2002 Sb., který do národní právní úpravy transportoval řadu směrnic. [27]

4 Charakteristika okresu Mladá Boleslav

Mladoboleslavsko se nachází v severní části Středočeského kraje (Obrázek 1) a řeka Jizera ho rozděluje na dvě části. Svým nejnižším místem zasahuje téměř až k samému Labi. Na jihu sousedí s okresy Praha-východ a Nymburk, na západě s okresy Mělník, na severu s okresy Česká Lípa, Liberec a Semily, na východě sousedí s okresem Jičín. [20]

Okres Mladá Boleslav má rozlohu 1 023 km² a je třetím největším okresem Středočeského kraje. Člení se na dva správní obvody obcí s rozšířenou působností, to je Mladá Boleslav a Mnichovo Hradiště a čtyři správní obvody obcí s pověřeným obecním úřadem, což je také Mladá Boleslav, Mnichovo Hradiště, Benátky nad Jizerou a Bělá pod Bezdězem (Obrázek 2). [20]

Obrázek 1 - Administrativní členění Středočeského kraje



Zdroj: Statistická ročenka Středočeského kraje, 2017

Obrázek 2 - Administrativní rozdělení okresu Mladá Boleslav

Administrativní rozdělení okresu Mladá Boleslav - stav k 1.1.2007



Zdroj: ČSÚ, 2012

Okres Mladá Boleslav má mnoho historických a kulturních památek ve všech stavebních slozích. Od románského přes gotický, renesanční, barokní i slohy moderní doby. Mladoboleslavsko je bohaté na počet hradů a zámků. Nejznámější je knížecí hrad v Mladé Boleslavi, ze zámeckých staveb renesance a baroka to jsou zámky v Mnichově Hradišti a Benátkách nad Jizerou. [20]

Turisticky přitažlivé jsou četné architektonické památky, zvláště hrady, zříceniny a zámky - Zvířetice, Mnichovo Hradiště, část turistické oblasti Český ráj s pískovcovými skalními městy - Drábské světničky, vrchol Mužský. Turisté samozřejmě také cestují do samotné Mladé Boleslavi, kde se nachází mnoho památek a několik muzeí, např. ŠKODA Muzeum, Letecké muzeum a muzeum Mladoboleslavska na hradě. [8]

4.1 Mladá Boleslav - obec s rozšířenou působností

Mladá Boleslav leží severně, asi 50km od Prahy ve Středočeském kraji. Je to průmyslové město, ve kterém sídlí jeden z největších podniků České republiky - automobilka Škoda Auto, a.s. Historie Mladé Boleslavi sahá až do 2. poloviny 10. století. Kníže Boleslav II. tehdy založil nad soutokem Klenice a Jizery hradiště. Na jižní straně ostrohu vznikl kamenný hrad, který v Mladé Boleslavi nad údolím řeky Jizery dominuje dodnes a sídlí v něm Muzeum Mladoboleslavska. Mladá Boleslav má mnoho památek, na Staroměstském náměstí můžeme najít arciděkanský kostel Nanebevzetí Panny Marie, renesanční starou radnici, jejíž průčelí zdobí sgrafity se scénami ze Starého a Nového zákona, najdeme zde také novou radnici a uprostřed náměstí sloup Panny Marie. Další památkou je pozdně gotický městský palác Templ a v ulici Na Karmeli stojí barokní budova bratrské školy a bývalý klášterní kostel sv. Bonaventury. Na Náměstí Míru se nachází barokní kostel sv. Jana Nepomuckého. Na Českobratrském náměstí lze najít stavbu bývalého sboru jednoty bratrské a nedaleko tohoto náměstí stojí kostel sv. Havla. V místní části Podolec se nachází židovské muzeum, kde jsou zajímavé náhrobky ze 17. až 20. století. [14] Roku 1895 zde Václav Laurin a Václav Klement založili původně malou dílnu na výrobu a opravy jízdních kol. Po velocipédech se začaly vyrábět motocykly a roku 1905 brány tohoto podniku opustil první automobil. Dnes ŠKODA AUTO, a.s. patří k největším podnikům svého druhu na světě. Výroba automobilů v tomto okrese vytlačila textilní a jinou výrobu a stala se hlavním ekonomickým fenoménem ve městě. [9]

4.2 Mnichovo Hradiště - obec s rozšířenou působností

Město Mnichovo Hradiště leží asi 12 km severně od Mladé Boleslavi při řece Jizeře. Historie města je spojena s rodem Valdštejnů, kteří i vlastnili renesanční zámek, který byl do dnešní podoby upraven za Arnošta Josefa z Valdštejna. U zámku je francouzský park, anglický park a k areálu také patří kapucínský klášter s kostelem sv. Tří králů. Na tento klášter navazuje bohatě zdobená kaple sv. Anny, kde je dnes umístěno lapidárium a ostatky Albrechta z Valdštejna. Ve druhém poschodí zámku sídlí Městské muzeum. [14]

4.3 Projekty ke zvýšení zájmu turistů o okres Mladá Boleslav

4.3.1 Metalové sympozium v Mladé Boleslavi

V Mladé Boleslavi se schází umělci pracující s kovem už od roku 2010. Začalo to výstavou uspořádanou v tomto roce ve Sboru českých bratří. Rekordní návštěvnost pomohla ke schválení vybudování Metalové cesty v Mladé Boleslavi. Celé Metalové sympozium má na starosti vedoucí mladoboleslavského infocentra Gérard Keijsper, který každý rok zve do Mladé Boleslavi umělce z ciziny, kteří na dvoře a v dílnách Střední průmyslové školy vytvářejí svá díla, která jsou poté rozmístěna na určená místa po Mladé Boleslavi. [9]

4.3.2 Metalová cesta - naučná stezka městem

V roce 2008 mělo Infocentrum Mladá Boleslav za úkol zvýšit zájem turistů o památky města. Dříve většina turistů mířila pouze do ŠKODA muzea a památky města je nezajímaly. Proto byla vytvořena naučná stezka, která začíná právě u ŠKODA muzea a pokračuje k dalším zajímavostem a památkám Mladé Boleslavi. Po celé cestě jsou rozmístěny informační panely, které obsahují texty v několika jazycích. Obsluha panelu je interaktivní a zábavná. [9]

4.4 Ubytovací kapacity v okrese Mladá Boleslav

Počet hromadných ubytovacích zařízení v okrese Mladá Boleslav a jejich počet lůžek, je zaznamenán v Tabulce 5, která je rozdělena podle typu zařízení. V roce 2017 okres Mladá Boleslav disponoval 75 HUZ s 3 309 lůžky. Nejvíce rozšířeným typem HUZ zde jsou penziony, které nabízejí turistům 603 lůžek. Nachází se zde i 8 kempů, které jsou v posledních letech v letních měsících hojně využívané hlavně rodinami s dětmi. V okrese Mladá Boleslav není žádný hotel 5* pro náročnější klientelu. Nekonají se zde žádné kongresy a podobně velké akce, tudíž by tento typ ubytovacího zařízení nenašel v této oblasti své využití. Typ ubytování jako je hotel, motel, hotel ** a hotel garni 4*, 3*, **, * se zde nachází po jednom zařízení, tudíž údaje o počtu pokojů a lůžek jsou individuální a Českým statistickým úřadem nemohou být zveřejněny (zkratka i.d. v Tabulce 5).

Tabulka 5 - Počet HUZ v okrese Mladá Boleslav rozdělený dle typu zařízení

Typ zařízení	Počet zařízení	Počet pokojů	Počet lůžek	Počet míst pro stany, karavany
Hotel *****	0	0	0	0
Hotel, motel, hotel ****	5	125	250	0
Hotel, motel, hotel ***	12	244	488	0
Hotel, motel, hotel **	1	i.d.	i.d.	0
Hotel, motel, hotel *	0	0	0	0
Hotel garni 4*****	1	i.d.	i.d.	0
Penzion	21	241	603	0
Kemp	8	84	298	621
Chatová osada	8	110	441	0
Turistická ubytovna	4	34	136	0
Ostatní HUZ	15	213	975	0
HUZ celkem	75	1 117	3 309	621

Zdroj: ČSÚ, 2018

4.5 Vybrané turistické cíle v okrese Mladá Boleslav

Ke zpracování statistických analýz byly vybrány turistické cíle vyznačené na mapě (Obrázek 3): Dobrovická muzea, muzeum Benátky nad Jizerou, muzeum Mladoboleslavska, ŠKODA Muzeum a státní zámek Mnichovo Hradiště. Všechny turistické objekty se nachází v okrese Mladá Boleslav. Dvě památky mohou turisté navštívit přímo v Mladé Boleslavi, jednu v Benátkách nad Jizerou, Mnichově Hradišti a malém městečku Dobrovici nedaleko Mladé Boleslavi.

Obrázek 3 - Mapa - vybrané památky v okrese Mladá Boleslav



Zdroj: Mapy.cz, vlastní zpracování

4.5.1 Dobrovická muzea

Dobrovická muzea obsahují muzeum cukrovarnictví, lihovarnictví, řepařství a města Dobrovice. V muzeu se návštěvníci mohou seznámit s vývojem výroby českého cukru, který se proslavil po celém světě. Muzea dávají ucelený obraz v kombinaci s návaznými obory, jako je šlechtění a pěstování cukrové řepy pro výrobu cukru, ale i lihu. Expozice města veškeré informace dává do širšího kontextu vývoje regionu. Oblast okolo malého města Dobrovice je kolébkou pěstování cukrové řepy, proto byla tato muzea vybudována zde. Cukr se tu nepřetržitě vyrábí už od roku 1831. Muzea dokonce nabízejí i vzdělávací programy pro základní a mateřské školy. [22]

Expozice cukrovarnictví (Příloha 2) má za úkol představit historii výroby cukru v českých zemích od svých prvopočátků. Expozice lihovarnictví představuje už jeho počátky od 14. století. Jsou zde znázorněny jednotlivé fáze výroby lihu i samotné výrobní postupy. Expozice řepářství návštěvníky provází vývojem pěstování cukrové řepy v českých zemích, které se zde rozvinulo už před 200 lety. Je zde vysvětleno, co je dobré pro růst řepy, jaké způsoby sklizně jsou nejlepší i jak na šlechtění řepy. Poslední expozice muzea města Dobrušky nabízí artefakty spjaté s Dobruškou a okolím, veškeré dokumenty spjaté se životem na tomto území. Návštěvníci zde také mohou získat návod na vytvoření sladkosti jménem dobrušské řepánky. [22]

4.5.2 Muzeum Benátky nad Jizerou

Muzeum Benátky nad Jizerou (Příloha 3) je pobočkou muzea Mladoboleslavsko. Veřejnosti se zpřístupnilo v roce 1937, to muzeum ještě sídlilo v Okresním domě na náměstí. Od roku 1955 benátské muzeum sídlí v prostorách zámku v Benátkách nad Jizerou. Vstupní sál muzea je věnován známým rodákům Benátska a malá expozice návštěvníky seznamuje s dějinami a vývojem benátského muzea. Další expozicí je Příroda Benátska, poté Pravěká a středověká astronomie, další je Bronzový poklad, tato expozice zahrnuje soubor bronzových dýk a kruhů, části nádob, kamenné sekery apod., z 19. - 18. století před Kristem. Muzeum také vystavuje rodokmen pánů z Dražic, či vlastní expozici o dánském astronomovi Tychonovi Brahe. Na zámku se zachoval tzv. "Benátský poledník", který vyměřil právě Tycho Brahe. Další expozice je o Janovi z Werthu, který zámek zásadně přestavěl. V muzeu je také výstava o historii benátského panství. Další velmi zajímavá a pro návštěvníky velmi oblíbená expozice je věnována významnému benátskému rodákovi Jaroslavu Vanclovi, který se proslavil jako konstruktér a vynálezce světově známé stavebnice Merkur. K muzeu také patří obrazová galerie, síň bratří Bendů a Bedřicha Smetany. Od roku 2003 každé tři roky muzeum otevírá novou interaktivní expozici, což je pro návštěvníky zábavnější systém poznávání. Turisté si zde mohou vyzkoušet okovat koně a obléci se do rytířského brnění. [23]

4.5.3 Muzeum Mladoboleslavsko

V roce 1885 byl založen Krajský muzejní spolek, který se skládal z učitelů, středoškolských profesorů z Mladé Boleslavi, městských radních, živnostníků apod. První sbírky byly složeny převážně ze zápůjček členů muzejního spolku. Nejprve mělo muzeum budovu Na Valech, poté v pozdně gotickém paláci Templu v Mladé Boleslavi, zde byla

veřejnosti zpřístupněna první expozice. V roce 1906 se muzeum přestěhovalo do budovy bývalého bratrského sboru, kde se mohly umístit veškeré sbírkové předměty muzea. V roce 1972 se muzeum přestěhovalo do prostor mladoboleslavského hradu (Příloha 4), kde sídlí dodnes. [9]

Muzeum vlastní velmi rozsáhlé sbírkové fondy obsahující desítky tisíc archeologických nálezů z Pojizeří. Dále je vlastníkem velmi cenné sbírky cínových předmětů saské provenience, sbírky lidového textilu, která obsahuje na 500 čepců, 300 plen a šátků a desítky lidových krojů tohoto regionu. Sbírkou obsahuje také zemědělské nářadí a stroje. Nejcennější částí sbírky je míšeňský porcelán z přelomu 18. a 19. století a ukázky ručně malovaného porcelánu z českých podniků. Muzeum obsahuje také knihovnu, která má přibližně 4 000 tisků z 16. až 18. století. Mladoboleslavské muzeum má také sbírku chladných a palných zbraní, mincí a pečetidel. Expozice muzea je rozdělena na dvě části s názvy Paměť města a Venkov v proměnách času. [9]

4.5.4 ŠKODA Muzeum

ŠKODA Muzeum, dříve pod názvem Škoda Auto muzeum, funguje už od roku 1975. Muzeum disponuje moderně uspořádanou expozicí na více než 1 800 m² výstavní plochy v historických výrobních halách (Příloha 5). Muzeum pořádá prohlídky v mnoha jazycích, ale nabízí i doplňkové služby, např. pro rodiny s dětmi. Ideální rozšíření k propojení historie automobilů, je prohlídka přílehlých výrobních procesů, kterou muzeum také nabízí. Sbírkou muzea nyní čítá zhruba 340 položek ve formě osobních vozů sériové výroby, závodních speciálů a prototypů. Vystaveny jsou zde i motory, či motocykly nebo kola. Automobily jsou udržovány v optimálních podmínkách ve speciálně vybudovaném depozitáři. Sbírkou postupně restauruje oddělení ŠKODA Muzea či najaté externí firmy. V prostorách ŠKODA Muzea se také nachází velký moderní a multifunkční sál pojmenovaný po zakladatelích automobilky, Laurin & Klement Forum, ve kterém se pořádají kulturní akce. [31]

4.5.5 Státní zámek Mnichovo Hradiště

Původně pozdně gotická věžovitá tvrz byla počátkem 17. století Václavem Budovcem z Budova přestavěna na dvoukřídlý renesanční zámek. Panství po Budovcovi získal Albrecht z Valdštejna a v jeho rodě zůstal až do roku 1945. Zámek byl na konci 17. století přestavěn na barokní objekt nynější podoby (Příloha 6). Stojí na vyvýšenině nad okrajem města Mnichovo Hradiště. Zámek má tři křídla a je podkovovitého půdorysu

s hranolovou věží. Zámek má interiér přístupný veřejnosti, lze tam najít místnosti s původním vybavením z 18. století. Nachází se zde i sbírka originálního míšeňského porcelánu. Objekt obklopuje africký park a francouzská zahrada. Lze zde najít i barokní terasu či dlouhé objekty koníren vystavěné při barokní přestavbě zámku. [2]

5 Analytická část

V analytické části se práce zabývá statistickou analýzou vývoje hromadných ubytovacích zařízení v okrese Mladá Boleslav a jejich návštěvností (počtem přenocování hostů) v letech 2000 - 2017. Vychází zejména z dat zveřejněných na internetových stránkách Českého statistického úřadu. Ovšem také ze statistické ročenky Středočeského kraje z roku 2017, kde je zmíněn projekt Ministerstva pro místní rozvoj "Zkvalitnění informací o vybraných sektorech cestovního ruchu" a aktualizace Registru hromadných ubytovacích zařízení ČSÚ, díky které došlo od roku 2012 ke zpřesnění dat o kapacitách a návštěvnosti.

Další částí je analýza návštěvnosti vybraných turistických objektů v okrese Mladá Boleslav v letech 2000 - 2017. K analýze byla vybrána Dobrovická muzea, muzeum Benátky nad Jizerou, muzeum Mladoboleslavsko a státní zámek Mnichovo Hradiště. Data o návštěvnosti jednotlivých turistických cílů byla získána především od správců objektů.

5.1 Hromadná ubytovací zařízení v okrese Mladoboleslavsko

Hromadné ubytovací zařízení (HUZ) s minimálně pěti pokoji a zároveň deseti lůžky, poskytuje přechodné ubytování hostům, za účelem dovolené, zájezdu, služební cesty, táborů pro děti apod. Ubytovací zařízení se člení podle kategorie, která určuje druh a třídu ubytovacího zařízení. Lůžka v ubytovacích zařízeních zahrnují pouze stálá lůžka sloužící pro cestovní ruch. Místa pro stany a karavany určují počet ploch pro umístění obytných přívěsů, karavanů a stanů. [18]

Hostem v ubytovacím zařízení je každá osoba, která využila služeb poskytovaných ubytovacím zařízením k přechodnému ubytování. Do těchto statistik se nezapočítávají osoby, které využívají služeb pro přechodné ubytování za účelem studia či zaměstnání. Doba přechodného ubytování, kdy lze hosta považovat za účastníka cestovního ruchu, je do jednoho roku. Hosté ubytovacích zařízení se rozdělují na rezidenty a nerezidenty. Rezidentem je osoba, která má trvalé bydliště na území České republiky. Může to být Čech, ale i cizinec. Nerezidentem se rozumí osoba, která má trvalé bydliště mimo území České republiky a na území České republiky se zdržuje méně než jeden rok. [18]

Prvním ukazatelem je počet hromadných ubytovacích zařízení v okrese Mladá Boleslav, dalším je počet hostů v HUZ a poslední je počet přenocování v HUZ v tomto

okrese, v letech 2000 - 2017. Základní statistické charakteristiky sledované časové řady popisují vývoj ubytovacích zařízení.

5.1.1 Vývoj počtu HUZ v okrese Mladoboleslavsko

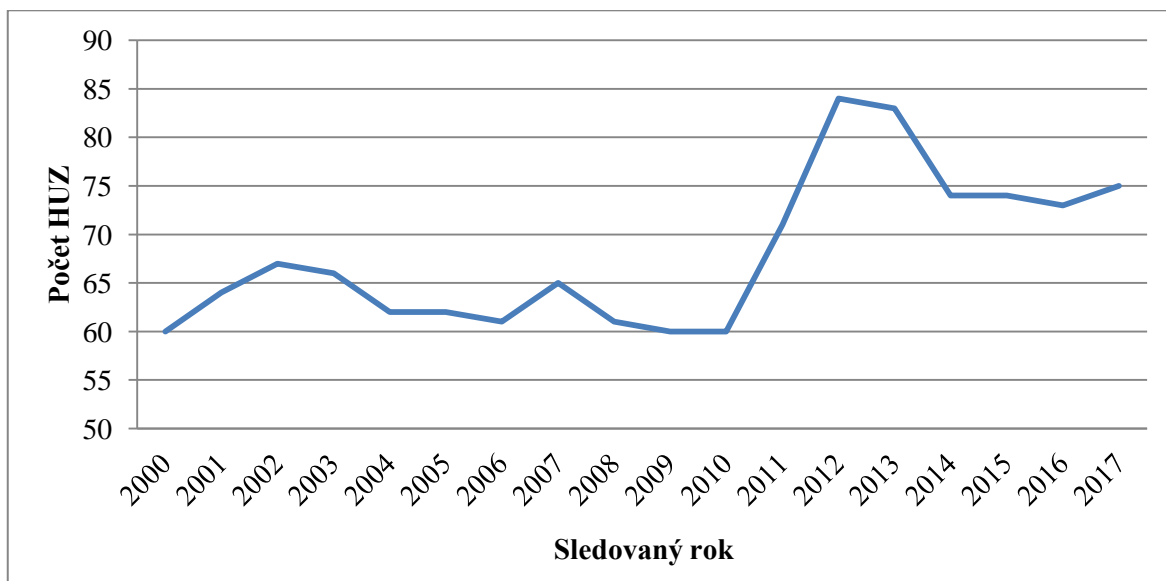
Tabulka 6 - Vývoj počtu HUZ v okrese Mladoboleslavsko v letech 2000 - 2017

Rok	Počet HUZ	Absolutní přírůstek	Koeficient růstu	Bazický index
2000	60	x	x	x
2001	64	4	1,067	1,067
2002	67	3	1,047	1,117
2003	66	-1	0,985	1,100
2004	62	-4	0,939	1,033
2005	62	0	1,000	1,033
2006	61	-1	0,984	1,017
2007	65	4	1,066	1,083
2008	61	-4	0,938	1,017
2009	60	-1	0,984	1,000
2010	60	0	1,000	1,000
2011	71	11	1,183	1,183
2012	84	13	1,183	1,400
2013	83	-1	0,988	1,383
2014	74	-9	0,892	1,233
2015	74	0	1,000	1,233
2016	73	-1	0,986	1,217
2017	75	2	1,027	1,250
Průměr	67,889	0,882	1,013	x

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Tabulka 6 zobrazuje vývoj počtu hromadných ubytovacích zařízení v letech 2000 - 2017 v okrese Mladoboleslavsko. V roce 2012 v tomto okrese bylo nejvíce zařízení a to 84. Od roku 2011 začaly počty ubytovacích zařízení růst, protože končila ekonomická krize, tudíž se začaly budovat nové hotely, penziony, začalo se rekonstruovat a celkově se do ubytovacích služeb zapojilo více živnostníků. Následující rok 2013, zaznamenává druhý největší počet, 83 zařízení. V roce 2012 byl největší meziroční nárůst ubytovacích zařízení, o 18,31% oproti předchozímu roku. Průměrný meziroční nárůst hromadných ubytovacích zařízení v okrese Mladá Boleslav je 1,3%. Bazický index udává zvyšování počtu zařízení oproti výchozímu roku 2000. Největší navýšení počtu ubytovacích zařízení zaznamenal rok 2012, kde se zvýšil počet oproti výchozímu roku 2000 o 40%, což může být způsobeno mimo jiné příznivou ekonomickou situací spojenou s doznívající ekonomickou krizí.

Graf 1 - Vývoj počtu HUZ za rok 2000 - 2017



Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Graf 1 znázorňuje vývoj počtu hromadných ubytovacích zařízení v okrese Mladá Boleslav za rok 2000 - 2017. Tento graf navazuje na data uvedená v Tabulce 6. Je zde patrný vzrůst počtu ubytovacích zařízení od roku 2000. Nejvíce ubytovacích zařízení v tomto okrese bylo v roce 2012, kde byl od roku 2011 výrazný skok. Od roku 2013 je zaznamenán menší pokles počtu ubytovacích zařízení, ovšem od roku 2016 má opět vzrůstající tendenci. Se vzrůstajícím počtem HUZ vzrůstá i počet lůžek nabízených turistům k přenocování. Tím by v budoucnu mohl být zvýšen také počet návštěvníků okresu Mladá Boleslav, protože budou mít více možností, kde se v oblasti ubytovat.

5.1.2 Vývoj počtu hostů v HUZ v okrese Mladoboleslavsko

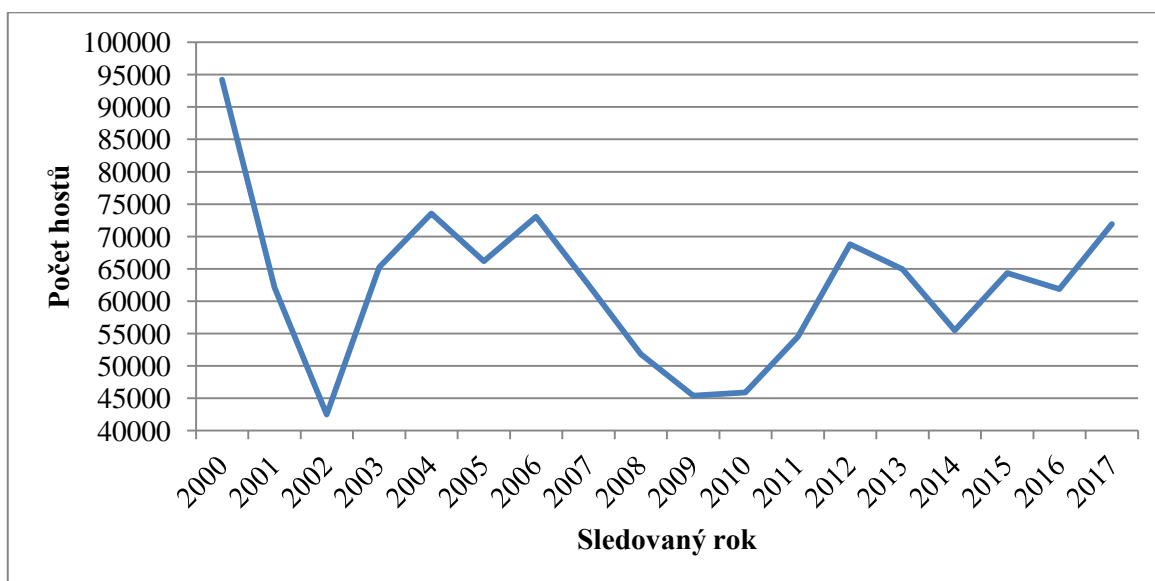
Tabulka 7 - Vývoj počtu hostů v HUZ v okrese Mladoboleslavsko v letech 2000 - 2017

Rok	Počet hostů v HUZ	Absolutní přírůstek	Koeficient růstu	Bazický index
2000	94 243	x	x	x
2001	62 096	-32 147	0,659	0,659
2002	42 443	-19 653	0,684	0,450
2003	65 249	22 806	1,537	0,692
2004	73 525	8 276	1,127	0,780
2005	66 165	-7 360	0,900	0,702
2006	73 069	6 904	1,104	0,775
2007	62 516	-10 553	0,856	0,663
2008	51 839	-10 677	0,829	0,550
2009	45 393	-6 446	0,876	0,482
2010	45 859	466	1,010	0,487
2011	54 486	8 627	1,188	0,578
2012	68 798	14 312	1,263	0,730
2013	64 952	-3 846	0,944	0,689
2014	55 464	-9 488	0,854	0,589
2015	64 362	8 898	1,160	0,683
2016	61 869	-2 493	0,961	0,656
2017	71 889	10 020	1,162	0,763
Průměr	62 456,5	-1 314,941	0,984	x

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Tabulka 7 zobrazuje vývoj počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v okrese Mladá Boleslav za roky 2000 - 2017. Počet hostů má od roku 2000 kolísavý charakter. Nejvíce ubytovaných hostů bylo právě v roce 2000, jejich počet byl 94 243 hostů, poté to byl rok 2004, kdy v hromadných ubytovacích zařízeních bylo ubytováno 73 525 lidí. Nejméně hostů těchto zařízení bylo v roce 2002 a to 42 443. Největšího nárůstu v absolutním vyjádření bylo dosaženo v roce 2003, kde byl meziroční nárůst o 22 806 hostů, což je 53,73% oproti předcházejícímu roku. Velmi výrazný pokles zaznamenal rok 2001 oproti předešlému roku a to o 32 147 hostů, což je 34,11% pokles. Průměrný koeficient růstu dokazuje, že průměrný mezi roční pokles počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních je 1,6%, což může být způsobeno průběhem světové finanční krize, kvůli které měli lidé malé finanční prostředky, které mohli vynaložit na cestování. Bazický index znázorňuje, snižování počtu hostů hromadných ubytovacích zařízení oproti výchozímu roku 2000.

Graf 2 - Vývoj počtu hostů v HUZ v letech 2000 - 2017



Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Graf 2 zobrazuje vývoj počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v okrese Mladoboleslavsko za roky 2000 - 2017. Počet hostů má od roku 2002 mírně rostoucí vývoj. Do roku 2002 počet hostů rapidně klesal. Pokles hostů v roce 2002 může být důsledkem katastrofických záplav, které zasáhly Českou republiku a dotkly se i Mladoboleslavského okresu. Tento živel měl vliv jak na samotný cestovní ruch, tak na celkovou ekonomiku České republiky. Od roku 2003 je zaznamenán opět vzrůst počtu hostů ubytovacích zařízení. Roky 2004 a 2006 už byly pro cestovní ruch přínosné a v těchto zařízeních se ubytovalo už kolem 73 000 hostů, což je nejvíce po roce 2000, kde bylo ubytováno přes 94 000 lidí. Významný pokles zaznamenaly roky 2007, 2008 a 2009, což mohlo být zapříčiněno hospodářskou a ekonomickou krizí, která trvala od roku 2007. Od roku 2010 počet lidí, majících zájem o ubytování, opět začal růst.

Tabulka 8 - Vývoj počtu hostů (rezidentů, nerezidentů) v HUZ v letech 2012 - 2017

Rok	Hosté celkem	Rezidenti v %	Nerezidenti v %
2012	68 798	66,94	33,06
2013	64 952	67,79	32,21
2014	55 464	67,45	32,55
2015	64 362	71,71	28,29
2016	61 869	70,07	29,93
2017	71 889	71,04	28,96
Průměr	64 555,67	69,17	30,83

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Tabulka 8 zobrazuje procentuální vývoj počtu hostů hromadných ubytovacích zařízení v okrese Mladá Boleslav za rok 2012 - 2017, rozdělených na rezidenty (osoby, které mají trvalý pobyt na území České republiky) a nerezidenty (osoby, které trvale žijí v jiné zemi). Počet hostů rezidentů a nerezidentů je uveden v Příloze 7. Nejvíce lidí bylo ubytováno v roce 2017, kdy se zvýšil zájem turistů o mladoboleslavský okres. V okrese Mladá Boleslav převažují hosté rezidenti. Na celkovém počtu hostů průměrné zastoupení rezidentů činí 69,17%, nerezidenti pouhých 30,83%. Z toho je zjevné, že okres Mladoboleslavsko navštěvuje spíše skupina domácích turistů, než zahraničních.

5.1.3 Vývoj počtu přenocování v HUZ v okrese Mladoboleslavsko

Tabulka 9 - Vývoj počtu přenocování v HUZ za roky 2000 - 2017

Rok	Počet přenocování v HUZ	Absolutní přírůstek	Koeficient růstu	Bazický index	Průměr počtu přenocování
2000	240 834	x	x	x	2,6
2001	170 789	-70 045	0,709	0,709	2,8
2002	132 208	-38 581	0,774	0,549	3,1
2003	200 585	68 377	1,517	0,833	3,1
2004	220 399	19 814	1,099	0,915	3,0
2005	164 687	-55 712	0,747	0,684	2,5
2006	202 955	38 268	1,232	0,843	2,8
2007	166 067	-36 888	0,818	0,690	2,7
2008	135 018	-31 049	0,813	0,561	2,6
2009	113 947	-21 071	0,844	0,473	2,5
2010	108 975	-4 972	0,956	0,452	2,4
2011	131 595	22 620	1,208	0,546	2,4
2012	180 203	48 608	1,369	0,748	2,6
2013	170 415	-9 788	0,946	0,708	2,6
2014	137 688	-32 727	0,808	0,572	2,5
2015	161 867	24 179	1,176	0,672	2,5
2016	141 805	-20 062	0,876	0,589	2,3
2017	174 271	32 466	1,229	0,724	2,4
Průměr	164 128,22	-3 915,47	0,981	x	2,633

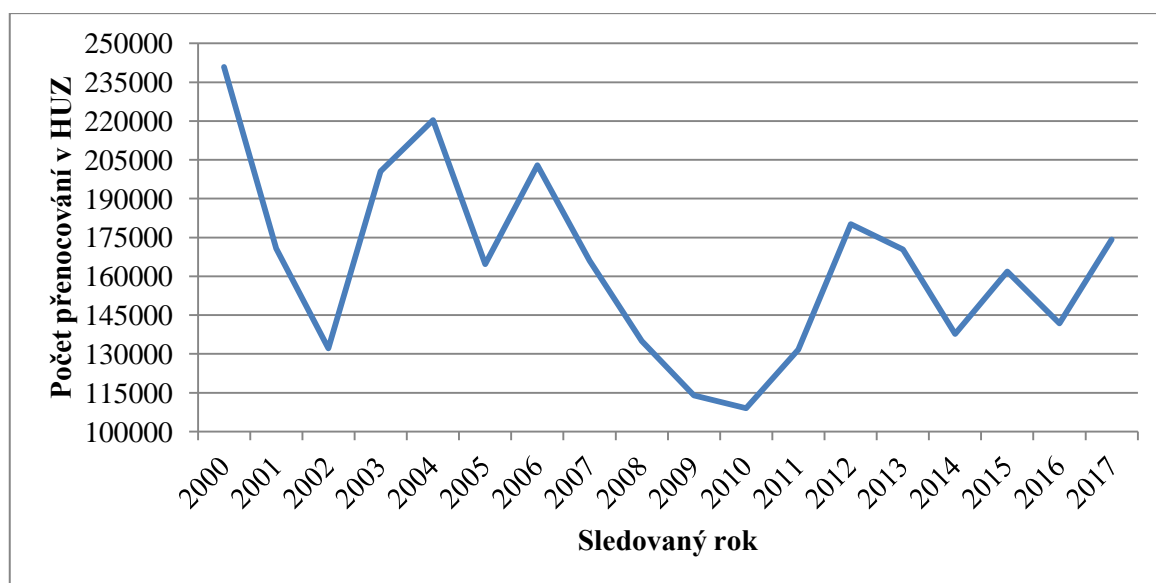
Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Tabulka 9 informuje o vývoji počtu přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v okrese Mladoboleslavsko v letech 2000 - 2017. Stejně tak, jako počet hostů v zařízeních, tak i počet přenocování klesá. Nejvíce přenocování bylo zaznamenáno v roce 2000, což je i výchozí rok pro elementární charakteristiky. Nejméně turistů v okrese Mladoboleslavsko přenocovalo v roce 2010, bylo to necelých 109 000 přenocování, což je

důsledkem již zmiňované světové hospodářské a ekonomické krize. Zde byl úbytek přenocování o 4,36% oproti předešlému roku, ovšem oproti výchozímu roku 2000 je to o 45,25%, jak udává bazický index. Bazický index také poukazuje na to, že počet přenocování se oproti výchozímu roku snižuje u každého dalšího roku. Největší nárůst počtu přenocování oproti předchozímu roku zaznamenal rok 2003, zde byl nárůst oproti roku 2002 o 51,72%. Průměrný koeficient růstu ukazuje, že průměrný meziroční pokles počtu přenocování v okrese Mladá Boleslav je 1,9%.

V okrese Mladá Boleslav turisté průměrně strávili 2,6 noci. Nejspíše se jednalo o víkendové pobyty, či o prodloužené víkendové pobyty, což lze z celkového pohledu na cestovní ruch zařadit ke krátkodobým pobytům. Středočeský kraj celkově vykazuje nižší průměrnou dobu ubytování, tudíž se tímto odráží i nízký počet přenocování v mladoboleslavském okrese.

Graf 3 - Vývoj počtu přenocování v HUZ v letech 2000 - 2017



Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Graf 3 vychází z dat Tabulky 9 o vývoji počtu přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v okrese Mladá Boleslav za roky 2000 - 2017. Počet přenocování má od roku 2006 klesající tendenci, z důvodu pomalu začínající hospodářské krize. Zpět k růstu se vrací až v roce 2011.

V okrese Mladoboleslavsko převládá krátkodobý cestovní ruch, turisté zde stráví v průměru 2,6 dne. Rezidenti nejčastěji jezdí na prodloužené víkendy a zpříjemňují si takto svůj volný čas.

Tabulka 10 - Vývoj počtu přenocování rezidentů a nerezidentů v HUZ v letech 2012 - 2017

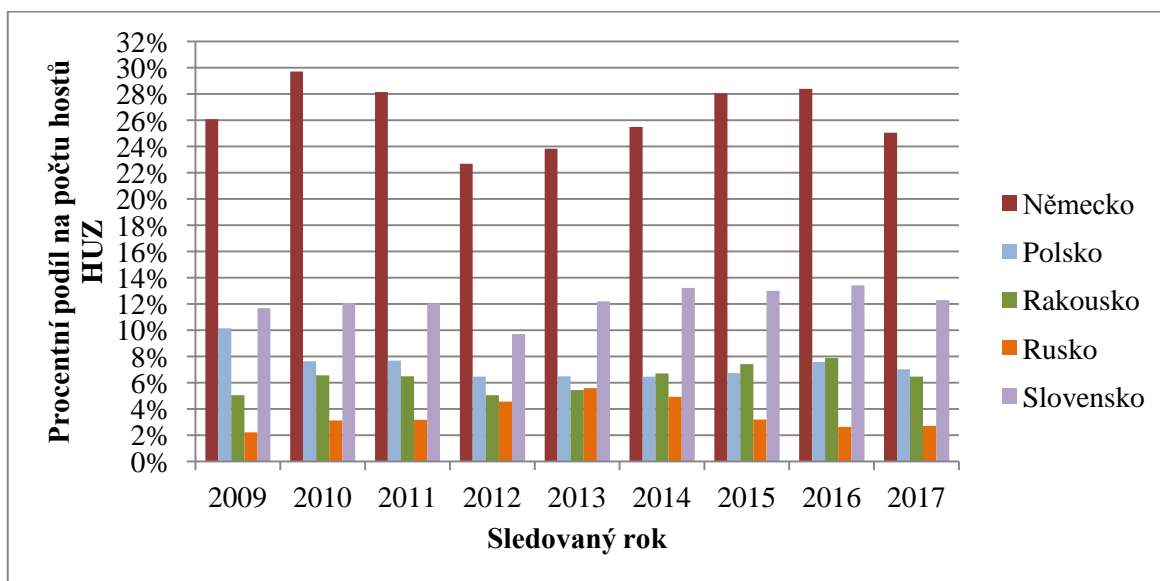
Rok	Přenocování celkem	V tom		Průměrný počet přenocování	
		rezidenti	nerezidenti	rezidenti	nerezidenti
2012	180 203	115 739	64 464	2,5	2,8
2013	170 415	117 374	53 041	2,7	2,5
2014	137 688	97160	40 528	2,6	2,2
2015	161 867	121 869	39 998	2,6	2,2
2016	141 805	101 984	39 821	2,4	2,2
2017	174 271	128 921	45 350	2,5	2,2
Průměr	161 041,5	113 841,167	47 200,333	2,55	2,36

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Tabulka 10 znázorňuje všechna přenocování za rok 2012 - 2017 s rozdělením na přenocování rezidentů a nerezidentů. Průměrný počet přenocování rezidentů a nerezidentů byl vypočítán s pomocí Tabulky 8. Průměrný počet přenocování rezidentů byl zjištěn, jako podíl počtu přenocování rezidentů a počtu hostů rezidentů za určitý rok. Stejný postup byl použit i s daty nerezidentů. V okrese Mladá Boleslav více využívají přenocování rezidenti, oproti nerezidentům. Převažují zde domácí turisté, kteří zde stráví v průměru 2,5 dne. Zahraniční turisté v tomto okrese stráví v průměru 2,4 dne. Za poslední sledované 4 roky počet přenocování nerezidentů stagnuje.

5.1.4 Počet hostů nerezidentů v HUZ ve Středočeském kraji

Graf 4 - Počet hostů nerezidentů v HUZ ve Středočeském kraji řazených dle země



Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Graf 4 vychází z Přílohy 8. Zobrazuje počet hostů nerezidentů v hromadných ubytovacích zařízeních Středočeského kraje, řazených podle státní příslušnosti, za roky 2009 - 2017. Nejvíc zahraničních turistů navštěvujících tento kraj pochází z Německa a Slovenska. Je to dáno tím, že jsou to sousední země České republiky, tudíž turisté nemusí překonávat velkou vzdálenost. Počet turistů z Německa vykazuje průměrně 26% podíl na celkovém počtu hostů nerezidentů ve Středočeském kraji. Menší, průměrně 12% podíl na celkovém počtu hostů nerezidentů ve Středočeském kraji, zaznamenává počet turistů ze Slovenska. Polsko a Rakousko jsou další země jejichž obyvatelé navštěvují Středočeský kraj nejčastěji. Na dalším místě se objevují turisté původem z Ruska, které je od České republiky vzdálené více než 5000 km. Zájem ruských občanů o Českou republiku je, mimo jiné, dána historickým aspektem. Návštěvy turistů z ostatních koutů světa jsou, už vzhledem k průměrnému podílu na celkovém počtu hostů nerezidentů, zanedbatelné.

5.2 Vybrané turistické atraktivity v okrese Mladoboleslavsko

Tato podkapitole se zabývá statistickou analýzou vývoje návštěvnosti čtyř vybraných turistických cílů Mladoboleslavska. U čtyř atraktivit cestovního ruchu jsou data návštěvnosti z let 2000 - 2017, u jedné z let 2010 - 2017. Pro výzkum byly vybrány tyto turistické cíle: Dobrovická muzea, Muzeum Benátky nad Jizerou, Muzeum Mladoboleslavska, ŠKODA Muzeum a státní zámek Mnichovo Hradiště. U vybraných objektů byly vypočítány elementární charakteristiky časových řad, které popisují vývoj jejich návštěvnosti. Následně byla sestavena predikce návštěvnosti pro další 2 období a to rok 2018 a 2019. U státního zámku Mnichovo Hradiště byla posuzována sezónnost.

5.2.1 Statistická analýza vývoje počtu návštěvníků Dobrovických muzeí v letech 2010 - 2017

Dobrovická muzea byla slavnostně otevřena v roce 2010 a od tohoto roku má tato turistická atraktivita evidenci roční návštěvnosti, tudíž nelze získat starší informace. Dobrovická muzea zahrnují muzeum cukrovarnictví, lihovarnictví, řepářství a města Dobruška. Cukrovarnická expozice návštěvníkům přibližuje historii výroby cukru v Českých zemích, lihovarnictví nabízí ukázky vývojové fáze výroby lihu. Muzeum řepářství zájemce seznamuje s vývojem pěstování cukrové řepy a i metodami šlechtění a muzeum Dobruška má ve své expozici artefakty tohoto města. Po prohlídce muzeí mohou návštěvníci zavítat i na exkurzi po samotném cukrovaru.

Tabulka 11 - Vývoj počtu návštěvníků Dobrovických muzeí v letech 2010 - 2017

Rok	Počet návštěvníků	Absolutní přírůstek	Koeficient růstu	Bazický index
2010	8 700	x	x	x
2011	11 306	2 606	1,300	1,300
2012	15 412	4 106	1,363	1,771
2013	17 515	2 103	1,136	2,013
2014	17 262	-253	0,986	1,984
2015	12 942	-4 320	0,750	1,488
2016	16 037	3 095	1,239	1,843
2017	16 210	173	1,011	1,863
Průměr	14 423	1 072,857	1,093	x

Zdroj: evidence Dobrovických muzeí, vlastní zpracování

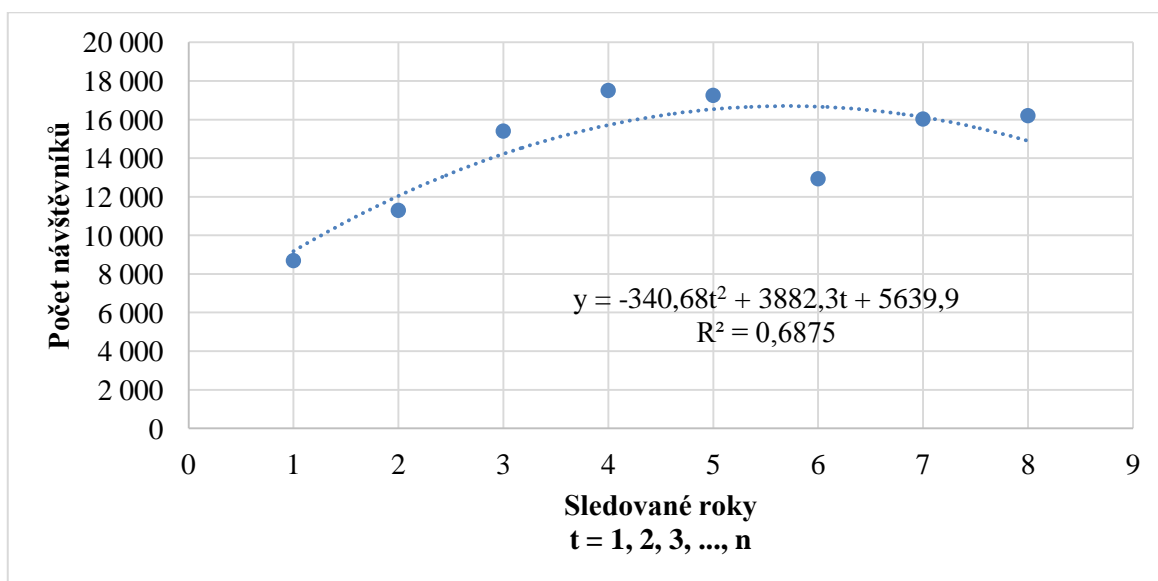
Tabulka 11 zaznamenává elementární charakteristiky počtu návštěvníků Dobrovických muzeí od roku 2010 do roku 2017. Od otevření těchto muzeí počet návštěvníků rostl do roku 2013. V tomto roce dosáhl počet návštěvníků maxima, a to 17 515 návštěvníků. Nejméně lidí muzea navštívilo v roce otevření 2010, a to pouze 8 700. Toto bude zapříčiněno tím, že muzea byla otevřena v květnu roku 2010, tudíž se návštěvnost počítala od května do konce roku. Největší meziroční nárůst byl zaznamenán v roce 2012, kde počet hostů vzrostl o celkových 4 106 lidí, což je o 36,32% více oproti předchozímu roku. V tomto roce začali lidé celkově více cestovat, protože se zlepšila ekonomická situace. Největší pokles návštěvníků zaznamenal rok 2015, kdy oproti roku předešlému Dobrovická muzea navštívilo o 4 320 lidí méně, což je o 25,03% pokles. Takto prudký pokles byl způsoben nenadálou situací, kterou byla exploze lihovaru, po níž musela být Dobrovická muzea uzavřena. Průměrný meziroční nárůst návštěvníků udává průměrný koeficient růstu na 9,3%. Bazický index udává, že od výchozího roku každý další rok přibývá návštěvníků. Oproti výchozímu roku 2010 jich nejvíce přibylo v roce 2013 a to o 101,32%.

Odhad počtu návštěvníků Dobrovických muzeí v letech 2018 - 2019

Pro predikci návštěvnosti Dobrovických muzeí v letech 2018 a 2019 bylo využito dat z Tabulky 11. Návštěvnost Dobrovických muzeí nejlépe vystihuje kvadratická trendová funkce, která popisuje model z 68,75%. Výsledná trendová funkce má tvar:

$$y' = 5639,9 + 3882,3t - 340,68t^2.$$

Graf 5 - Vývoj počtu návštěvníků Dobrovických muzeí v letech 2010 - 2017



Zdroj: evidence Dobrovických muzeí, vlastní zpracování

Graf 5 znázorňuje vývoj počtu návštěvníků Dobrovických muzeí v letech 2010 - 2017. Od roku 2010 do roku 2013 má vývoj rostoucí charakter, od roku 2013 do 2014 mírně klesající a v roce 2015 počet návštěvníků meziročně prudce klesl, kvůli výbuchu zařízení v lihovaru. Od roku 2015 už návštěvnost nabírá opět rostoucí tendenci.

Tabulka 12 - Bodový odhad počtu návštěvníků Dobrovických muzei pro roky 2018 - 2019

Rok	Počet návštěvníků
2018	12 986
2019	10 395

Zdroj: vlastní zpracování

Pro rok 2018 byla predikce stanovena na 12 986 návštěvníků muzeí, jak lze vyčíst z Tabulky 12, což je o 19,89% méně, než v roce 2017. Pro rok 2019 byla predikce stanovena na 10 395 návštěvníků, což je o 19,95% méně, než v roce 2018. Předpověď návštěvnosti Dobrovických muzeí v následujících letech není příznivá, tudíž by se muzea měla zaměřit na udržení úrovně počtu návštěvníků zavedením zlepšujících opatření. Dobrovická muzea by mohla zavést tzv. free days, kdy návštěvníci neplatí vstupné. Tento krok by mohl do muzeí nalákat více návštěvníků.

5.2.2 Statistická analýza vývoje počtu návštěvníků v muzeu Benátky nad Jizerou v letech 2000 - 2017

Muzeum Benátky nad Jizerou se veřejnosti otevřelo v roce 1937. Sídlí na zámku v Benátkách nad Jizerou, kde pobýval Tycho Brahe, bratři Bendové a Bedřich Smetana. V muzeu se nachází mimo jiné i zajímavé interaktivní expozice např. Jana z Werthu. Je zde mnoho možností, jak zaujmout děti i dospělé. Lidé si zde mohou vyzkoušet okovat koně, či obléci se do rytířského brnění. Muzeum pořádá i speciální programy pro děti na základních, či středních školách k doplnění výuky.

Tabulka 13 - Vývoj počtu návštěvníků muzea Benátky nad Jizerou v letech 2000 - 2017

Rok	Počet návštěvníků	Absolutní přírůstek	Koeficient růstu	Bazický index
2000	5 022	x	x	x
2001	4 188	-834	0,834	0,834
2002	6 328	2140	1,511	1,260
2003	6 628	300	1,047	1,320
2004	4 963	-1 665	0,749	0,988
2005	4 944	-19	0,996	0,984
2006	8 113	3 169	1,641	1,615
2007	9 474	1 361	1,168	1,886
2008	9 513	39	1,004	1,894
2009	9 159	-354	0,963	1,824
2010	8 339	-820	0,910	1,660
2011	8 596	257	1,031	1,712
2012	8 725	129	1,015	1,737
2013	8 165	-560	0,936	1,626
2014	9 255	1 090	1,133	1,843
2015	6 539	-2 716	0,707	1,302
2016	7 010	471	1,072	1,396
2017	6 704	-306	0,956	1,335
Průměr	7 314,722	98,941	1,017	x

Zdroj: evidence muzea Benátky nad Jizerou, vlastní zpracování

Tabulka 13 udává počty návštěvníků muzea Benátky nad Jizerou v letech 2000 - 2017 a jejich elementární charakteristiky. Je patrné, že návštěvnost tohoto muzea má mezi určitými roky vzrůstající, ale i kolísavý charakter. Nejvíce turistů zaznamenal rok 2008, kdy muzeum navštívilo 9 513 turistů. Bazický index udává, že oproti výchozímu roku 2000 je to o 89,43% více. Naopak nejméně turistů zde bylo v roce 2001, a to 4 188, což je

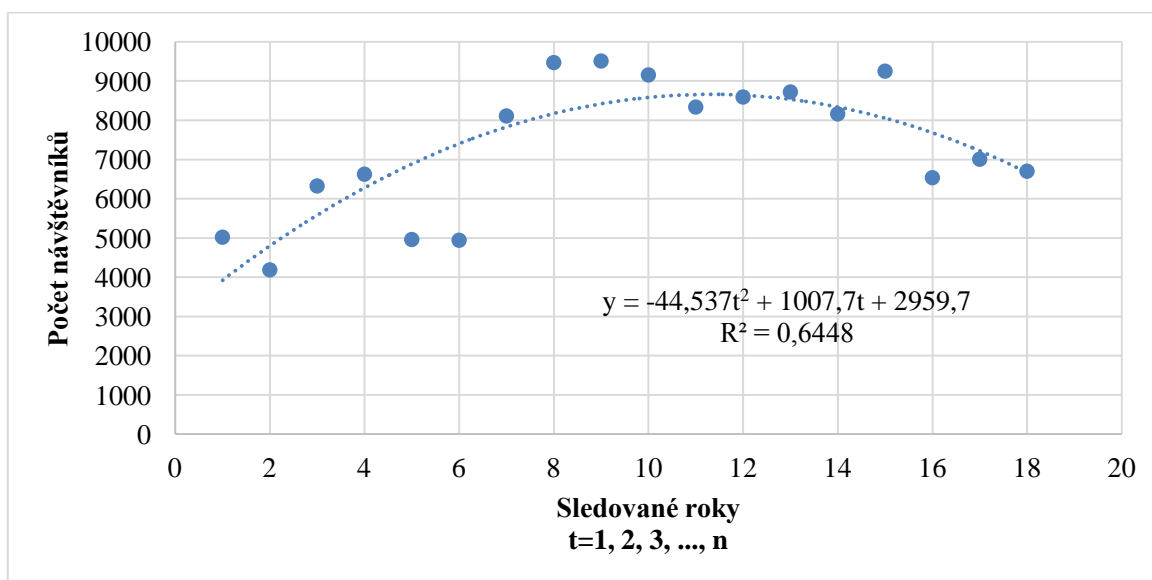
oproti předchozímu roku o 16,61% méně. Průměrný koeficient růstu napovídá, že návštěvnost má mírně rostoucí charakter a to mezi ročním vzrůstem o 1,7%.

Odhad počtu návštěvníků muzea Benátky nad Jizerou v letech 2018 - 2019

Pro odhad počtu návštěvníků muzea Benátky nad Jizerou v letech 2018 a 2019 byla využita data z Tabulky 13. Model z 64,48% popisuje kvadratická trendová funkce, která byla stanovena, jako nejvhodnější pro předpověď počtu návštěvníků v roce 2018 a 2019. Výsledná trendová funkce má tvar:

$$y' = 2959,7 + 1007,7t - 44,537t^2.$$

Graf 6 - Vývoj počtu návštěvníků muzea Benátky nad Jizerou v letech 2000 - 2017



Zdroj: evidence muzea Benátky nad Jizerou, vlastní zpracování

Graf 6 zaznamenává, že největší mezi roční růst byl v roce 2006, kdy byla otevřena nová zajímavá expozice muzea, která nalákala řadu nových návštěvníků. Největší pokles návštěvníků byl v roce 2015, který mohl být příčinou rekonstrukce jedné z expozic muzea. V roce 2008 návštěvnost dosáhla svého vrcholu.

Tabulka 14 - Bodový odhad počtu návštěvníků muzea Benátky nad Jizerou v roce 2018 a 2019

Rok	Počet návštěvníků
2018	6 028
2019	5 299

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 14 zobrazuje bodový odhad počtu návštěvníků muzea Benátky nad Jizerou v roce 2018 a 2019. Stejně jako u Dobrovických muzeí lze, podle zvoleného modelu, očekávat klesající tendence v návštěvnosti. Muzeum Benátky nad Jizerou by proti tomuto poklesu mělo také bojovat např. pomocí organizování různorodých akcí v průběhu celého roku. V roce 2018 by návštěvnost měla dosáhnout 6 028 turistů, což je o 10,08% méně než v roce 2017. Při použití parabolického trendu k popsání časové řady lze očekávat, že v roce 2019 muzeum navštíví pouze 5 299 turistů.

5.2.3 Statistická analýza vývoje počtu návštěvníků muzea Mladoboleslavska v letech 2000 - 2017

Muzeum Mladoboleslavska se od roku 1972 nachází v prostorách Mladoboleslavského hradu. Působení muzea zasahuje už do dřívějších let, ovšem stále se stěhovalo do jiných prostor. Expozice je věnovaná dějinám Mladé Boleslavi i dějinám celého regionu. Muzeum exponuje i různými sbírkami, např. sbírkou archeologie, cínových předmětů, či obsáhlou sbírkou lidového textilu a mnoha dalšími.

Tabulka 15 - Vývoj počtu návštěvníků v muzeu Mladoboleslavska v letech 2000 - 2017

Rok	Počet návštěvníků	Absolutní přírůstek	Koeficient růstu	Bazický index
2000	46 218	x	x	x
2001	42 156	-4 062	0,912	0,912
2002	43 343	1 187	1,028	0,938
2003	24 097	-19 246	0,556	0,521
2004	20 915	-3 182	0,868	0,453
2005	22 777	1 862	1,089	0,493
2006	33 511	10 734	1,471	0,725
2007	40 967	7 456	1,222	0,886
2008	39 399	-1 568	0,962	0,852
2009	27 185	-12 214	0,690	0,588
2010	26 471	-714	0,974	0,573
2011	23 545	-2 926	0,889	0,509
2012	26 352	2 807	1,119	0,570
2013	21 168	-5 184	0,803	0,458
2014	25 019	3 851	1,182	0,541
2015	49 122	24 103	1,963	1,063
2016	47 576	-1 546	0,969	1,029
2017	29 071	-18 505	0,611	0,629
Průměr	32 716,222	-1 008,647	0,973	x

Zdroj: evidence Mladoboleslavského muzea, vlastní zpracování

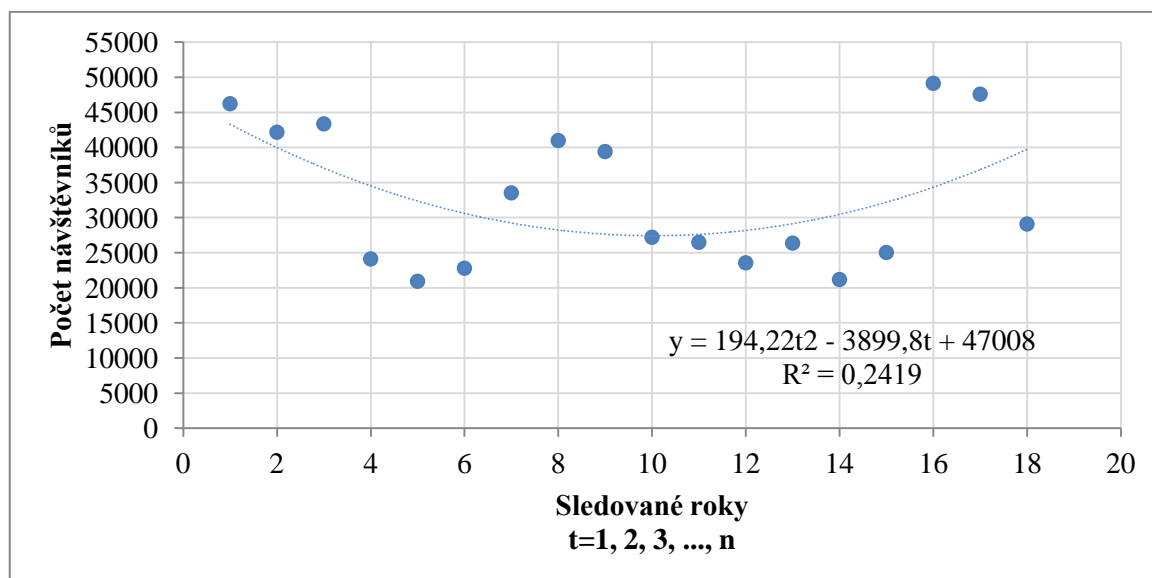
Počty návštěvníků muzea Mladá Boleslav za léta 2000 - 2017, jsou vidět v Tabulce 15. Je zde zaznamenáno, že největší meziroční nárůst návštěvníků byl v roce 2015, a to o celých 24 103 návštěvníků, což je o 96,34% více než v roce předchozím. Největší meziroční úbytek počtu návštěvníků byl v roce 2003, kdy muzeum navštívilo o 44,4% méně lidí než v roce 2002. Z průměrného koeficientu růstu je patrné, že návštěvnost muzea Mladoboleslavska vykazuje klesající tendenci o v průměru 2,7%. Bazický index zaznamenává, že největší výkyv oproti výchozímu roku 2000 má v podobě vyšších hodnot rok 2015. V roce 2015 muzeum navštívilo o 6,28% lidí více než v základním roce 2000. Naopak v roce 2004 muzeum zaznamenalo oproti výchozímu roku pokles návštěvníků o 54,75%.

Odhad počtu návštěvníků muzea Mladoboleslavska v letech 2018 a 2019

Data z Tabulky 15 byla využita pro stanovení předpovědi návštěvnosti muzea Mladoboleslavska na rok 2018 a 2019. Návštěvnost muzea Mladoboleslavska nejlépe vystihuje kvadratická trendová funkce, která popisuje model pouze z 24,19%, tudíž predikce návštěvnosti je nepřesná. Výsledná trendová funkce má tvar:

$$y' = 47008 - 3899,8t + 194,22t^2.$$

Graf 7 - Vývoj počtu návštěvníků muzea Mladoboleslavska v letech 2000 - 2017



Zdroj: evidence muzea Mladoboleslavska, vlastní zpracování

Graf 7 znázorňuje, že návštěvnost muzea Mladoboleslavska má velmi kolísavý charakter. Největší propad počtu návštěvníků byl v roce 2003. Od roku 2005 do roku 2007

má návštěvnost rostoucí charakter, což signalizuje zájem turistů o tento objekt. Největšího vzrůstu návštěvníků dosáhl rok 2015, což v grafu znázorňuje nejvýše umístěný bod. V roce 2015 muzeum Mladoboleslavsko vystavovalo obrazové i písemné dokumenty a další exponáty k 70. výročí tragického konce 2. světové války a nacistické okupace v Mladé Boleslavi. O tuto výstavu byl mezi turisty velký zájem, proto se návštěvnost muzea meziročně zvýšila o více než 24 000 návštěvníků. Od začátku roku 2017 návštěvnost muzea opět prudce klesá.

Tabulka 16 - Bodový odhad počtu návštěvníků muzea Mladoboleslavsko v letech 2018 a 2019

Rok	Počet návštěvníků
2018	43 025
2019	46 700

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 16 zaznamenává bodový odhad návštěvnosti muzea Mladoboleslavsko v roce 2018 a 2019. Předpověď návštěvnosti pro muzeum Mladoboleslavsko je velmi příznivá. Podle zvoleného trendu, lze očekávat růst návštěvnosti, která by v roce 2018 měla dosáhnout 43 025 lidí, což je o 48% více než v roce 2017. Predikce pro rok 2019 byla stanovena na 46 700 návštěvníků, což je podle očekávání 8,54% růst oproti roku 2018.

5.2.4 Statistická analýza vývoje počtu návštěvníků ŠKODA Muzea v letech 2000 - 2017

ŠKODA Muzeum je nejnavštěvovanějším turistickým cílem na Mladoboleslavsku. Bylo založeno v roce 1975. Muzeum je situováno na autentickém místě - v bývalých výrobních halách v Mladé Boleslavi, ve kterých se až do roku 1928 vyráběly automobily. Muzeum je koncipováno jako "výkladní skříň" značky, která poutavě, interaktivně prochází historií firmy. Sběrka muzea má nyní 340 exponátů, mezi nimiž převažují osobní vozy sériové výroby, závodní speciály a prototypy, ale také motory a motocykly.

Tabulka 17 - Vývoj počtu návštěvníků ve ŠKODA Muzeu v letech 2000 - 2017

Rok	Počet návštěvníků	Absolutní přírůstek	Koeficient růstu	Bazický index
2000	87 748	x	x	x
2001	94 110	6 362	1,073	1,073
2002	86 371	-7 739	0,918	0,984
2003	104 510	18 139	1,210	1,191
2004	118 682	14 172	1,136	1,353
2005	127 875	9 193	1,077	1,457
2006	132 087	4 212	1,033	1,505
2007	117 307	-14 780	0,888	1,337
2008	115 856	-1 451	0,988	1,320
2009	112 737	-3 119	0,973	1,285
2010	106 177	-6 560	0,942	1,210
2011	88 096	-18 081	0,830	1,004
2012	68 743	-19 353	0,780	0,783
2013	166 136	97 393	2,417	1,893
2014	185 409	19 273	1,116	2,113
2015	208 053	22 644	1,122	2,371
2016	242 062	34 009	1,163	2,759
2017	254 143	12 081	1,050	2,896
Průměr	134 228	9 788	1,065	x

Zdroj: evidence ŠKODA Muzea, vlastní zpracování

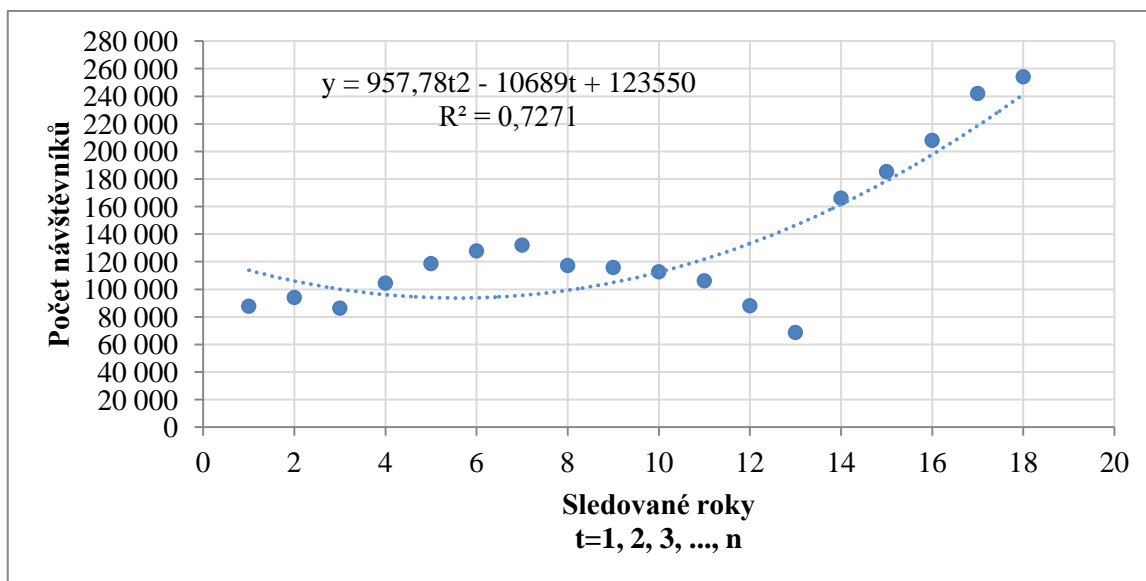
Tabulka 17 popisuje vývoj návštěvnosti ŠKODA Muzea v letech 2000 - 2017. Byly stanoveny elementární charakteristiky časové řady. Muzeum navštívilo nejvíce lidí v roce 2017, a to 254 143 návštěvníků. Naopak největší meziroční pokles byl v roce 2012, kdy návštěvnost klesla oproti předchozímu roku o 21,97%. Pokles návštěvnosti v roce 2011 a 2012 byl zapříčiněn rekonstrukcí muzea, kvůli níž byla část expozice uzavřena. Největší meziroční růst zaznamenal rok 2013, o 141,68% z důvodu znovuotevření zrekonstruovaného muzea a velkého zájmu návštěvníků o tento typ expozice. Průměrný koeficient růstu znázorňuje, že návštěvnost ŠKODA Muzea má rostoucí tendenci, a to v průměru o 6,5%. Z bazického indexu lze určit, že největší nárůst návštěvnosti oproti výchozímu roku 2000, byl v roce 2017, a to o 286,9%, tzn., že návštěvnost muzea během 17 let vzrostla téměř 3 krát oproti roku 2000.

Odhad počtu návštěvníků ŠKODA Muzea v letech 2018 a 2019

Pro predikci počtu návštěvníků ŠKODA Muzea byla použita Tabulka 17, která zaznamenává data návštěvnosti tohoto objektu. Návštěvnost muzea nejlépe vystihuje kvadratická trendová funkce, která popisuje model z 72,71%. Výsledná trendová funkce má tvar:

$$y = 123550 - 10689t + 957,78t^2.$$

Graf 8 - Vývoj počtu návštěvníků ŠKODA Muzea v letech 2000 - 2017



Zdroj: evidence ŠKODA Muzea, vlastní zpracování

Graf 8 vizuálně znázorňuje návštěvnost ŠKODA Muzea. Vychází z dat Tabulky 17. Největší výkyv návštěvnosti nastal od roku 2012, kdy zde návštěvnost strmě vzrůstala. V roce 2017 návštěvnost muzea dosáhla téměř 260 000 návštěvníků. Vzrůst zájmu o muzeum podpořila mimo jiné i rozsáhlá rekonstrukce, která zmodernizovala prostory a zpřehlednila expozice celého muzea. ŠKODA Muzeum patří k nejnavštěvovanějším turistickým objektům ve Středočeském kraji.

Tabulka 18 - Bodový odhad počtu návštěvníků ŠKODA Muzea v letech 2018 a 2019

Rok	Počet návštěvníků
2018	266 218
2019	292 882

Zdroj: vlastní zpracování

V Tabulce 18 je zobrazen bodový odhad návštěvnosti ŠKODA Muzea, který je z hlediska počtu turistů, kteří navštíví muzeum, velmi příznivý. V roce 2018 je očekáváno 266 218 turistů, což je 4,75% nárůst oproti roku 2017. Podle zvoleného parabolického trendu lze očekávat rostoucí návštěvnost i v roce 2019. Tam by počet návštěvníků měl dosáhnout 292 882 lidí, což je o 10% více než v roce 2018.

5.2.5 Statistická analýza vývoje počtu návštěvníků státního zámku Mnichovo Hradiště v letech 2000 - 2017

Státní zámek Mnichovo Hradiště byl postaven původně jako renesanční stavba, slavným šlechticem Václavem Budovcem z Budova. Po Bitvě na Bílé hoře byl převeden do vlastnictví Albrechta z Valdštejna. V 17. století byl přestaven do nynější podoby barokního zámku. Valdštejnské interiéry obohacují vzácné sbírky, jako např. míšeňský, japonský a čínský porcelán. Od roku 1946 je zámek v majetku státu a patří pod správu Národního památkového ústavu.

Tabulka 19 - Vývoj počtu návštěvníků na zámku Mnichovo Hradiště v letech 2000 - 2017

Rok	Počet návštěvníků	Absolutní přírůstek	Koeficient růstu	Bazický index
2000	19 186	x	x	x
2001	21 659	2 473	1,129	1,129
2002	20 931	-728	0,966	1,091
2003	23 986	3 055	1,146	1,250
2004	25 633	1 647	1,069	1,336
2005	31 394	5 761	1,225	1,636
2006	20 733	-10 661	0,660	1,081
2007	22 863	2 130	1,103	1,192
2008	21 304	-1 559	0,932	1,110
2009	18 412	-2 892	0,864	0,960
2010	21 847	3 435	1,187	1,139
2011	20 863	-984	0,955	1,087
2012	17 848	-3 015	0,855	0,930
2013	15 950	-1 898	0,894	0,831
2014	18 732	2 782	1,174	0,976
2015	17 954	-778	0,958	0,936
2016	20 501	2 547	1,142	1,069
2017	18 961	-1 540	0,925	0,988
Průměr	21 042,056	-13,235	0,999	x

Zdroj: evidence zámku Mnichovo Hradiště, vlastní zpracování

Tabulka 19 popisuje vývoj návštěvnosti státního zámku Mnichovo Hradiště v letech 2000 - 2017 a elementární charakteristiky. Ze sledovaných 18 let nejvíce turistů zámek navštívilo v roce 2005, a to 31 394 lidí. Tento rok zaznamenal i největší meziroční růst o 22,45% oproti předchozímu roku. Naopak nejméně lidí navštívilo zámek v roce 2013. Bylo to 15 950 návštěvníků. Největší meziroční úbytek turistů zaznamenal rok 2006, kdy oproti roku 2005 na zámek přišlo o 10 661 lidí méně, což je o 33,96% méně, než v roce předchozím. Průměrný koeficient růstu poukazuje na to, že návštěvnost zámku Mnichovo Hradiště má mírnou klesající tendenci, a to v průměru 0,1%. Bazický index udává, že největšího růstu oproti roku 2000, což je rok výchozí, se dočkal rok 2005. Návštěvnost zde vzrostla o 63,63% oproti výchozímu roku. Na druhé straně, největší úbytek návštěvníků zaznamenal rok 2013 oproti roku výchozímu, o 16,87%.

Měsíční počty návštěvníků za sledované roky 2000 - 2017 na zámku Mnichovo Hradiště lze nalézt v Příloze 9. Státní zámek Mnichovo Hradiště má pro veřejnost otevřeno od dubna do října. Nejvíce návštěv vykazují letní měsíce červenec a srpen. Je to dáno tím, že děti mají letní prázdniny, tudíž celé rodiny jezdí na dovolené, případně prodloužené víkendy po České republice a navštěvují turistické objekty. Návštěvnost tohoto objektu ovlivňuje i počasí, zámek má krásnou zahradu, do které lidé v dešti nepůjdou. Vůbec největšího počtu návštěvníků za sledované roky a měsíce se dočkal měsíc červenec roku 2005. Na zámek přišlo 9 020 turistů. Nejméně lidí zámek navštívilo v říjnu roku 2009, pouze 734 turistů, což bylo nejspíše ovlivněno špatným počasím.

Sezónnost návštěvnosti zámku Mnichovo Hradiště

V odvětví cestovního ruchu je možné sledovat sezónní kolísání. Každá destinace má hlavní sezónu v jiném období. Liší se to podle oblastí a zaměřením destinace. U historických památek je stanovena hlavní sezóna většinou na letní měsíce, kdy jsou letní prázdniny. Měsíce, ve kterých je jednoznačně největší návštěvnost, jsou červenec a srpen, poté červen a září.

Tabulka 20 - Průměrná sezónní odchylka a sezónní index zámku Mnichovo Hradiště v letech 2000 - 2017

	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen
$\bar{y}_{\text{měsíční}}$	1 157,722	2 963,278	3 240,944	5 205,444	5 026,611	2 402,5	1 045,556
S_o	-1 848,29	-42,7302	234,9365	2 199,437	2 020,603	-603,508	-1 960,45
S_i	0,385	0,986	1,078	1,732	1,672	0,799	0,348
\bar{y}_{oo}	3 006,008						

Zdroj: vlastní zpracování

Zámek čelí z hlediska sezónnosti a návštěvnosti turistů významným rozdílem mezi jednotlivými měsíci roku. V zimních měsících má zámek Mnichovo Hradiště zavřeno. V Tabulce 20 lze vidět, že nadprůměrnou návštěvnost vykazovaly tři měsíce, a to červen, červenec a srpen. Nejvyšší návštěvnost byla v červenci a srpnu. Červenec dosahoval hodnoty 73,17% nad průměrem a srpen hodnoty 67,22% nad průměrem. Důvodem jsou určitě letní prázdniny, které školy mají. V tomto období zámek pořádá řadu akcí pro zpestření návštěvy turistů. Ostatních pět měsíců bylo z hlediska návštěvnosti podprůměrných. Nejslabším měsícem v návštěvnosti zámku Mnichovo Hradiště byl říjen, který zaznamenal 65,22% podprůměrnou návštěvnost. V tomto měsíci už zámek nepořádá žádné podpůrné akce, proto je zde návštěvnost nízká. Říjen je posledním měsícem v roce, kdy má zámek otevřeno.

5.3 Návrhy a doporučení

Okres Mladá Boleslav je region s bohatou historií, krásnou přírodou a nabízí množství kulturních i sportovních aktivit. Mladoboleslavský okres disponuje přírodními parky, jako je Lom u Chrástu či přírodními rezervacemi, jako jsou např. Příhrazské skály. Nachází se zde také národní přírodní památky Radouč nebo Rečkov, ale také části chráněných krajinných oblastí Český ráj nebo Kokořínsko. Kromě přírodních atraktivit zde lze také najít mnoho historických a kulturních památek. Mezi nejoblíbenější patří ŠKODA Muzeum nebo státní zámek Mnichovo Hradiště, který je pod záštitou Národního památkového ústavu.

Podle statistik ČSÚ v roce 2017 mladoboleslavský okres navštívilo téměř 72 000 turistů. Pro srovnání, do Středočeského kraje zavítalo 1 021 000 turistů. Návštěvnost okresu Mladá Boleslav činí přibližně 7% podíl za rok 2017 z návštěvnosti Středočeského kraje. Největší koncentrace kulturních a historických objektů je v Mladé Boleslavi, či ve větších městech okresu, jako např. v Mnichově Hradišti, Benátkách nad Jizerou nebo Bělé pod Bezdězem.

Na základě provedených analýz v letech 2010 - 2017, byla pomocí průměrného koeficientu růstu zjištěna rostoucí návštěvnost u Dobrovických muzeí. U analýz v letech 2000 - 2017 byla podle průměrného koeficientu růstu stanovena rostoucí návštěvnost u muzea Benátky nad Jizerou a ŠKODA Muzea. Klesající návštěvnost v průběhu let zaznamenalo muzeum Mladoboleslavsko a státní zámek Mnichovo Hradiště. Muzeum Benátky nad Jizerou je objektem, který má průměrnou roční návštěvnost ze všech

sledovaných objektů (u kterých se sledovalo rozmezí let 2000 - 2017) nejnižší. Přesto návštěvnost tohoto turistického cíle vykazuje rostoucí tendence. Nejnavštěvovanější památkou v tomto okrese je ŠKODA Muzeum, jehož průměrná roční návštěvnost dosahuje 134 200 návštěvníků.

Návštěvnost historických památkových objektů je celkově vyšší v letních měsících a v zimních měsících klesá. Toto závisí také na otevírací době hradů a zámků, protože v České republice mají v zimních měsících tyto objekty většinou zavřeno. Sledovaný zámek Mnichovo Hradiště má otevřeno od dubna do října. Byla u něj provedena analýza návštěvnosti, prostřednictvím které došlo ke stanovení působení sezónní složky. V dnešní době hrady a zámky pořádají ke zvýšení své návštěvnosti různé akce, např. středověké jarmarky, rytířské turnaje, noční prohlídky a podobně. Na nádvořích těchto objektů je velmi oblíbené pořádání divadelních představení a koncertů, které jsou směřovány do letních měsíců (hlavní návštěvní sezóny), kvůli počasí. Počasí velmi ovlivňuje čísla návštěvnosti na těchto akcích. Tím, že se na jaře a na podzim tyto akce nepořádají, je návštěvnost těchto typů turistických cílů v jarních a podzimních měsících mnohem menší než v letních. U sledovaného zámku Mnichovo Hradiště návštěvnost v letních měsících sahá až k 9 000 návštěvníků a v jarních či podzimních měsících se pohybuje pouze v řádu stovek či jednoho tisíce. Pro přilákání turistů i v těchto měsících by bylo vhodné uskutečnit nějaké podobné akce i mimo hlavní sezónu. Zámek by mohl zorganizovat doprovodné akce založené na zážitku návštěvníka, či se zaměřit na zlepšení pohádkových okruhů pro děti, např. zorganizováním vědomostní či jiné soutěže pro děti a jejich rodiče. S pořádáním těchto akcí také souvisí propracovaná reklama, která na akce přiláká více návštěvníků. Akce by se měla propagovat pomocí tištěných letáků a plakátů vylepených na příslušná místa, nejen v okolních městech, ale i na větším území. Akce musí být zveřejněna také na internetových stránkách objektu, v turistických informačních centrech, ale i na dnes velmi oblíbených sociálních sítích. Reklama by samozřejmě měla být sdělena s dostatečným předstihem před konáním akce. Turisté, kteří nejsou z blízkého okolí a chtějí v destinaci přespát, musí získat čas na zajištění ubytování.

U vybraných muzeí je důležitá hlavně jejich propagace. Muzeum ŠKODA dává za příklad velmi propracovaný systém reklamy. Má přehledné, propracované internetové stránky, na kterých se návštěvník dozví vše, co potřebuje vědět k plánování návštěvy tohoto objektu. O pořádaných akcích dává vědět na sociálních sítích, ale i pomocí plakátů, ovšem dokonce i v regionálních rozhlasových vysíláních. Povědomí o tomto turistickém

cíli zvyšuje spojení s oblíbenou automobilkou, známou po celém světě. ŠKODA Muzeum připravuje pestrý program v podobě hudebních akcí či výstav ve svých prostorách. Svou expozici má doplněnou naučnými i historickými filmy, které doplňují představu o vzniku celé automobilky a rozvoji jejích produktů.

Muzeum Mladoboleslavsko je další hojně navštěvovanou památkou v okrese Mladá Boleslav. Pod svou záštitou má muzeum Benátky nad Jizerou, muzeum Podbezdězí a Letecké muzeum Metoděje Vlacha, které se v Mladé Boleslavi veřejnosti slavnostně otevřelo v roce 2015. Muzeum Mladoboleslavsko pořádá různé akce pro veřejnost nebo školy. Před Vánoci otevírá vánoční dílny, ve kterých si děti mohou vlastními silami něco vyrobit. Pro dospělé zprostředkovává různorodé kurzy, např. kurz drátování. Pro zvýšení zájmu veřejnosti by mělo přistoupit na některá opatření. Do svých expozic by mělo zařadit interaktivní prvky nebo naučná videa a filmy. Tento systém by zvýšil zajímavost celého muzea, které je jinak založeno na klasické muzejní formě. Mělo by organizovat více akcí pro rodiny s dětmi, na které je nyní trendem se zaměřovat. Muzeum by také mělo zvážit vybudování bezbariérových přístupů, které jsou nyní pouze do přízemí, kde se nachází výstavní síň.

Muzeum Benátky nad Jizerou je méně navštěvovaným objektem v okrese Mladá Boleslav. Může to být dáno malým povědomím o tomto muzeu, tudíž by se mělo zaměřit hlavně na svou propagaci. I přes to, že je muzeum v menším městě, kam mnoho turistů nezavítá, má šanci na zlepšení své návštěvnosti. Disponuje totiž nově zrekonstruovanými výstavními prostory, ve kterých používá i audiovizuální techniku pro zajímavější prezentaci expozice. Nabízí i praktické ukázky různých činností, které si návštěvník může vyzkoušet, a pro školy jsou zajímavé doplňkové výukové programy.

Dobrovická muzea v sobě zahrnují muzeum cukrovarnictví, lihovarnictví, řepařství a města Dobruška. I když je město Dobruška velmi malé, je známé po celé České republice právě svým cukrovarem a lihovarem. V roce 2015 provoz Dobrovických muzeí nečekaně zastavil výbuch lihovaru. Muzea musela být dočasně uzavřena a během let ztratila své návštěvníky. Přestože mají muzea v posledních letech vzrůstající návštěvnost, měla by se zaměřit na cykloturisty, kteří okolo projíždějí po oblíbené cyklotrase. V areálu muzeí by měl být zajištěn dostatek odstavných ploch pro kola cyklistů.

Od května 2018 je v regionu spuštěn projekt "Regionální karta hosta Mladoboleslavsko a Český ráj". Jedná se o kartu, kterou si může turista zakoupit v příslušném infocentru a čerpat na ní systém benefitů, slev a dalších výhod. Ve vybraných

ubytovacích zařízeních ji hosté dostanou jako bonus k pobytu. V muzeu Mladoboleslavsko, muzeu Benátky nad Jizerou a Dobrovických muzeí mají majitelé této karty slevu 50% na vstupném. ŠKODA Muzeum a státní zámek Mnichovo Hradiště zatím do tohoto projektu zapojeni nejsou. Pokud by se do projektu zapojili a za předložení regionální karty poskytovali slevu na vstupném, určitě by se jejich oblíbenost a návštěvnost ještě zvýšila.

Dalšími sledovanými ukazateli byl vývoj počtu hromadných ubytovacích zařízení, počtu hostů v HUZ a počtu přenocování v HUZ v okrese Mladoboleslavsko. Největší nárůst HUZ byl zaznamenán v roce 2012, kdy Český statistický úřad zpřísnil registrování HUZ. Průměrný koeficient růstu určil růst počtu ubytovacích zařízení. Pro další rozvoj cestovního ruchu v okrese Mladá Boleslav je nutné zachování růstu počtu HUZ a zlepšování jejich kvality vybavenosti a kvality poskytovaných služeb tak, aby odpovídala evropským standardům. V okrese zcela chybí Hotely *****, ovšem ty využívá pouze náročnější klientela, na kterou tento okres není zaměřen. Pro zvýšení zájmu turistů o ubytování v HUZ v tomto okrese by jim mělo být nabízeno dnes už obvyklých služeb, jako je např. wellness, sauna, půjčovna kol a podobně. HUZ by také měla nabízet vlastní stravování, což je pro klienty pohodlnější, než se chodit stravovat do jiného objektu. Okres Mladá Boleslav by se měl více zaměřit na klientelu nerezidentů, kteří do okresu mohou přinést více finančních prostředků. S tím souvisí zlepšení jazykové vybavenosti pracovníků objektů.

6 Závěr

Diplomová práce se zabývala statistickou analýzou cestovního ruchu v oblasti Mladoboleslavska. Vývoj cestovního ruchu byl pomocí jednotlivých ukazatelů sledován v letech 2000 - 2017. Byla provedena analýza počtu hromadných ubytovacích zařízení v okrese Mladá Boleslav, počtu hostů a přenocování v nich. Hosté byli zkoumáni, jako rezidenti a nerezidenti. Dále byla provedena analýza vývoje návštěvnosti v kulturních a historických památkách: Dobrovická muzea, muzeum Benátky nad Jizerou, muzeum Mladoboleslavska, ŠKODA Muzeum a státní zámek Mnichovo Hradiště. U všech objektů byl predikován vývoj návštěvnosti v následujících dvou letech a u zámku Mnichovo Hradiště byla identifikována sezónnost. Podkladová data pro analýzy byla získána z veřejné databáze Českého statistického úřadu a od správců turistických objektů. K analýze vývoje cestovního ruchu v okrese Mladá Boleslav byly využity základní charakteristiky časových řad, které zkoumaly meziroční podíly a rozdíly v počtech návštěvníků HUZ, i rozdíly mezi výchozím a posledním zkoumaným rokem.

Analýza počtu hromadných ubytovacích zařízení byla provedena v letech 2000 - 2017. Ve srovnání s rokem 2000 došlo k celkovému zvýšení počtu HUZ, konkrétně o 15 (rok 2017) za uplynulých 18 let. Největší nárůst nastal v roce 2012, kdy oproti výchozímu roku 2000 přibýlo 24 HUZ, to už Česká republika byla mimo hospodářskou krizi a Český statistický úřad zpřísnil podmínky registru HUZ. Ke stagnaci počtu HUZ oproti roku 2000 došlo v letech 2009 a 2010, což mohlo být způsobeno ekonomickou krizí, která v České republice doznívala. Celkově se počet HUZ v průměru každým rokem zvyšoval o 1,3%. V roce 2017 bylo v okrese Mladá Boleslav celkem 75 hromadných ubytovacích zařízení s 3 309 lůžky. Okres má velmi zaostalou síť hotelů pro náročnější klientelu. Disponuje 21 penziony, které turistům nabízejí 603 lůžek k obsazení.

Analýza počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v období roku 2000 - 2017 prokázala, že rezidentů, kteří navštívili okres Mladá Boleslav, bylo dvakrát více, než nerezidentů cestujících do této oblasti. Největší počet hostů rezidentů zaznamenal rok 2017 ze sledovaných let 2012 - 2017. V tomto roce se v HUZ ubytovalo 51 071 rezidentů. Největší pokles počtu hostů rezidentů byl v rámci sledovaných let v roce 2014, kdy jejich počet oproti předchozímu roku klesl o 6 618 lidí, což je o 15%. Nejvíce návštěvníků nerezidentů vykázal rok 2012, kde se v HUZ ubytovalo 22 744 nerezidentů. Návštěvnost hostů nerezidentů ve sledovaných letech 2012 - 2017 je v průměru 31% z celkového počtu hostů v HUZ. Průměrný počet přenocování rezidentů v okrese vykazuje 2,5 dne,

nerezidentů 2,36 dne. Důvodem jsou, mimo jiné, prodloužené víkendy, které jsou v dnešní společnosti velmi populární nebo zastávky v průběhu cesty do cílové destinace. Celkový počet hostů v HUZ, který byl sledován v letech 2000 - 2017 má meziročně klesající tendenci, v průměru o 1,6%, což může být zapříčiněno malým zájmem o ubytování v tomto okrese z důvodu nízké kvality ubytovacích zařízení, která by měla nabízet více služeb, jež jsou dnes v jiných oblastech standardem.

Podle analýzy výsledků návštěvnosti vybraných turistických objektů (Dobrovických muzeí, muzea Benátky nad Jizerou, muzea Mladoboleslavska, ŠKODA Muzea a zámku Mnichovo Hradiště) se největší oblíbenosti turistů může těšit ŠKODA Muzeum. Za sledovaných 18 let muzeum v průměru navštívilo 134 200 turistů. Návštěvnost muzea meziročně stále vzrůstala o 6,5%. To dokazuje i fakt, že je tato památka nejnavštěvovanější z celého okresu Mladá Boleslav. Největší průměrné tempo růstu z památek, které byly zkoumané v letech 2000 - 2017, vykazuje právě ŠKODA Muzeum. Naopak největší meziroční pokles zaznamenává muzeum Mladoboleslavska. Problémem u zámku Mnichovo Hradiště je sezónnost, která je ovlivněna hlavně počasím a společenskými zvyky. Tento objekt je hojně navštěvován v letních měsících, hlavně v období školních prázdnin, kdy objekt připravuje bohatý doprovodný program. V hlavní návštěvní sezóně, kterou jsou měsíce červenec a srpen, návštěvnost vykazuje nadprůměrné hodnoty. Dalším silným měsícem je měsíc červen, kdy byla návštěvnost také nadprůměrná. Na vysoké návštěvnosti těchto měsíců měli největší podíl domácí turisté, kteří do tohoto okresu cestují v převaze nad nerezidenty. Ostatní měsíce jsou, oproti těmto, méně populární pro návštěvu hradů a zámků, ovšem to může ovlivnit organizování různorodých akcí i mimo hlavní sezónu, např. na Velikonoce či Vánoce. Nejnižší návštěvnost byla v průběhu let 2000 - 2017 v měsíci říjnu. Zámek Mnichovo Hradiště je v zimních měsících uzavřen.

Provedené predikce návštěvnosti turistických cílů v roce 2018 a 2019 prokázaly, že objekty, u nichž je předpokládán růst návštěvnosti jsou: muzeum Mladoboleslavska a ŠKODA Muzeum. U Dobrovických muzeí a muzea Benátky nad Jizerou lze předpokládat v následujících letech 2018 a 2019 propad v počtu návštěvníků. Návštěvnost všech objektů byla nejlépe popsána kvadratickou trendovou funkcí. Nejlépe byl model popsán u ŠKODA Muzea, a to z 72,71%.

Na základě výsledků provedených analýz byly stanoveny návrhy a doporučení pro rozvoj cestovního ruchu v oblasti Mladoboleslavska. V okrese Mladá Boleslav je celková

návštěvnost ovlivněna hlavně turisty žijícími na území České republiky, tj. rezidenty. Ti se soustředí hlavně na jednodenní až krátkodobé pobyty. Cílem je zvýšit popularitu okresu mezi turisty, k čemuž by mělo napomoci rozšíření a zkvalitnění služeb nabízených hromadnými ubytovacími zařízeními nebo zapojení více objektů do projektu tzv. Regionální karty hosta. Ke zvýšení zájmu o památky by mělo napomoci zlepšení doprovodných služeb, které objekty nabízejí, tzn. zajištění bezbariérového přístupu či zavedení různých slevových akcí na vstupné objektů. U památek byla mnohdy zjištěna nedostatečná propagace, kterou by objekty měly určitě zlepšit, protože je v dnešní době jeden z nejdůležitějších nástrojů úspěchu. Propagace může mít různé formy, ovšem dnes je nejúčinnější pomocí internetových stránek nebo sociálních sítí.

Okres Mladá Boleslav má pro rozvoj cestovního ruchu dobré předpoklady, protože disponuje množstvím přírodních, kulturních, technických i historických památek, ale i dobrou, rozšířenou infrastrukturou, která je pro rozvoj cestovního ruchu důležitá. Historie se zde propojuje s automobilovým průmyslem, čímž je tato oblast jedinečná. V zimních měsících se okres nemá kam dále rozvíjet, protože nedisponuje přírodními předpoklady pro zimní aktivity. Tímto mu konkurují jiné části České republiky, ale i zahraniční oblasti. K rozvoji cestovního ruchu mimo hlavní sezónu může tento okres využít hlavně muzeí, která jsou zde otevřena celoročně a mohou nalákat více turistů svou rozvíjející se propracovaností a originalitou.

7 Zdroje

7.1 Knižní zdroje

- [1] BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.
- [2] DAVID, Petr a Vladimír SOUKUP. *888 hradů, zámků, tvrzí České republiky: [historie, interiéry, zámecké parky, pověsti, praktické informace, atlas ČR 1:200 000]*. Praha: Kartografie, 2002. ISBN 80-7011-709-5.
- [3] DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7168-901-7.
- [4] FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2001. Manažer. ISBN 80-247-0207-x.
- [5] HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.
- [6] HINDLS, Richard. *Statistika pro ekonomy*. 8. vyd. Praha: Professional Publishing, 2007. ISBN 978-80-86946-43-6.
- [7] HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada, c2003. Expert (Grada). ISBN 80-247-0202-9.
- [8] HRALA, Václav, ŠAFAŘÍK, Viktor, ed. *Geografie cestovního ruchu*. 6., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Idea servis, 2013. ISBN 978-80-85970-79-1.
- [9] KOCOUREK, Jaroslav a kol. *Boleslav - mladá a krásná*. Mladá Boleslav: Kultura města Mladá Boleslav, a.s., 2018. ISBN 978-80-2704-222-7
- [10] KUČEROVÁ, Irah. *Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch*. Praha: Idea servis, 1997. ISBN 80-85970-14-7.
- [11] LACINA, Karel. *Tendence vývoje cestovního ruchu ve dvacátém a na počátku 21. století*. V Praze: Vysoká škola finanční a správní Praha, o.p.s. *Veřejná správa: sborník abstraktů: Seč u Chrudimi*, Pardubice: Univerzita Pardubice, 2014. ISBN 978-80-7395-334-8. Dostupné na: <https://dk.upce.cz/handle/10195/38015>
- [12] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. V Praze: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.

- [13] PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5.
- [14] PODHORSKÝ, Marek. *Středočeský kraj*. 2. vyd. v českém jazyce. Praha: Freytag & Berndt, 2006. ISBN 807316261X.
- [15] SVATOŠOVÁ, Libuše a Bohumil KÁBA. *Statistické metody II*. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, 2008. ISBN 978-80-213-1736-9.
- [16] SVATOŠOVÁ, Libuše a Marie PRÁŠILOVÁ. *Statistické metody v příkladech*. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, 2007. ISBN 978-80-213-1673-7.

7.2 Internetové zdroje

- [17] BÁBÍK, Josef, Václav DANČO a Zdeněk TŮMA. *Propagace destinace z pohledu veřejné správy: Odborná školení a vzdělávání pracovníků územní veřejné správy pro oblast cestovního ruchu* [online]. Praha: RDM Brno, 2007 [cit. 2018-10-08]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/7eada698-f94b-406c-b550-acc243b4bb6d/GetFile6_1.pdf
- [18] *Statistická ročenka Středočeského kraje: Statistical yearbook of the Středočeský region* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2017 - 2010 [cit. 2018-10-19]. ISBN 978-80-250-2789-9. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/45964058/33011017.pdf/d496901c-629e-4ba3-9a40-dcc93b621188?version=1.5>
- [19] *Český statistický úřad: Veřejná databáze* [online]. [cit. 2018-10-01]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&katalog=31742&str=v115&c=v3~8_RP2017&u=v115_VUZEMI_101_40223
- [20] *Český statistický úřad: Charakteristika okresu Mladá Boleslav* [online]. 16.06.2017 [cit. 2018-10-15]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xs/charakteristika_okresu_mlada_boleslav

- [21] Administrativní rozdělení okresu Mladá Boleslav. In: *Český statistický úřad* [online]. 2012, 2007 [cit. 2018-10-28]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xs/mlada_boleslav_s_nazvy_obci
- [22] *Dobrovická muzea: O muzeu* [online]. 2015 [cit. 2018-10-29]. Dostupné z: <https://www.dobrovickamuzea.cz/o-muzeu>
- [23] *Muzeum Benátky nad Jizerou: Historie* [online]. 2018 [cit. 2018-10-29]. Dostupné z: <http://www.muzeumbenatky.cz/historie.html>
- [24] *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR: Národní program podpory cestovního ruchu v regionech (2016-2020)* [online]. 2018 [cit. 2018-11-09]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/Narodni-dotace/Cestovni-ruch/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-v-regione>
- [25] *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR: Rok 2018 - Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu* [online]. 2018 [cit. 2018-11-09]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/Narodni-dotace/Cestovni-ruch/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-v-regione/Rok-2018-Rozvoj-zakladni-a-doprovodne-infrastruktury>
- [26] *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR: Rok 2018 - Marketingové aktivity v cestovním ruchu* [online]. 2018 [cit. 2018-11-09]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/Narodni-dotace/Cestovni-ruch/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-v-regione/Rok-2018-Marketingove-aktivity-v-cestovnim-ruchu>
- [27] *Školení a vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu: Legislativa pro cestovní ruch* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006 [cit. 2018-11-09]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/c35ac714-7f76-4a20-9146-e8b6604f8c4c/Legislativa-pro-cestovni-ruch.pdf>
- [28] *Mnichovo Hradiště: Oficiální webová prezentace státního zámku - Fotogalerie* [online]. [cit. 2018-11-11]. Dostupné z: <https://www.zamek-mnichovohradiste.cz/cs/cs/fotogalerie/8230-exterie>
- [29] *Muzeum Mladoboleslavsko: O muzeu* [online]. [cit. 2018-11-11]. Dostupné z: <https://www.muzeummb.cz/>
- [30] *Muzeum Mladoboleslavsko: Muzeum Benátecka* [online]. [cit. 2018-11-11]. Dostupné z: <https://www.muzeummb.cz/muzeum-benatecka/>
- [31] *ŠKODA: Muzeum* [online]. [cit. 2018-11-11]. Dostupné z: <http://museum.skoda-auto.cz/muzeum>

[32] *Mladá Boleslav: ŠKODA Muzeum* [online]. [cit. 2018-11-11]. Dostupné z:
<https://www.mladaboleslav.cz/skoda-muzeum/>

8 Přílohy

8.1 Seznam příloh

Příloha 1 - Formy cestovního ruchu	73
Příloha 2 - Dobrovická muzea - expozice cukrovarnictví	74
Příloha 3 - Muzeum Benátky nad Jizerou.....	74
Příloha 4 - Muzeum Mladoboleslava	75
Příloha 5 - ŠKODA Muzeum.....	75
Příloha 6 - Státní zámek Mnichovo Hradiště.....	76
Příloha 7 - Vývoj počtu hostů (rezidentů, nerezidentů) v HUZ v letech 2012 - 2017.....	76
Příloha 8 - Počet hostů nerezidentů v HUZ ve Středočeském kraji, řazených podle státní příslušnosti, v letech 2009 - 2017	77
Příloha 9 - Měsíční počet návštěvníků zámku Mnichovo Hradiště v letech 2000 - 2017 ...	77

Příloha 1 - Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu	
1. z geografického hlediska	2. podle počtu účastníků
Domácí cestovní ruch	Individuální cestovní ruch
Zahraniční cestovní ruch	Skupinový cestovní ruch
Mezinárodní cestovní ruch	Masový cestovní ruch
Vnitřní cestovní ruch	Ekologický cestovní ruch
Národní cestovní ruch	
Regionální cestovní ruch	
3. podle způsobu organizování	4. podle věku účastníků
Individuální cesty	Cestovní ruch dětí
Organizovaný zájezd/pobyt	Mládežnický cestovní ruch
Klubový cestovní ruch	Rodinný cestovní ruch
	Seniorský cestovní ruch
5. podle délky účasti	6. podle převažujícího místa pobytu
Výletní cestovní ruch	Městský cestovní ruch
Krátkodobý cestovní ruch	Příměstský cestovní ruch
Víkendový cestovní ruch	Venkovský cestovní ruch
Dlouhodobý cestovní ruch	Agroturistika (ekoagroturistika)
	Horský, velehorský cestovní ruch
	Přímořský cestovní ruch
7. podle ročního období	8. podle použitého dopravního prostředku
Sezonní (zimní, letní) cestovní ruch	Motorizovaný cestovní ruch
Mimosezonní cestovní ruch	Železniční cestovní ruch
Celoroční cestovní ruch	Letecký cestovní ruch
	Lodní cestovní ruch
9. z hlediska dynamiky	10. ze sociologického hlediska
Pobytový (statický) cestovní ruch	Návštěvy příbuzných a známých
Putovní (dynamický) cestovní ruch	Sociální cestovní ruch
	Komerční cestovní ruch
	Etnický cestovní ruch

Zdroj: Hesková, 2011

Příloha 2 - Dobrovická muzea - expozice cukrovarnictví



Zdroj: www.dobrovickamuzea.cz, 2018

Příloha 3 - Muzeum Benátky nad Jizerou



Zdroj: www.muzeummb.cz/muzeum-benatecka/, 2018

Příloha 4 - Muzeum Mladoboleslavska



Zdroj: www.muzeummb.cz, 2018

Příloha 5 - ŠKODA Muzeum



Zdroj: www.mladaboleslav.cz, 2018

Příloha 6 - Státní zámek Mnichovo Hradiště



Zdroj: www.zamek-mnichovohradiste.cz, 2018

Příloha 7 - Vývoj počtu hostů (rezidentů, nerezidentů) v HUZ v letech 2012 - 2017

Rok	Hosté celkem	V tom		Rezidenti v %	Nerezidenti v %
		rezidenti	nerezidenti		
2012	68 798	46 054	22 744	66,94	33,06
2013	64 952	44 028	20 924	67,79	32,21
2014	55 464	37 410	18 054	67,45	32,55
2015	64 362	46 153	18 209	71,71	28,29
2016	61 869	43 350	18 519	70,07	29,93
2017	71 889	51 071	20 818	71,04	28,96
Průměr	64 555,67	44 677,67	19 878	69,17	30,83

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Příloha 8 - Počet hostů nerezidentů v HUZ ve Středočeském kraji, řazených podle státní příslušnosti, v letech 2009 - 2017

Rok	Nerezidenti celkem	V tom cizinci zemí:				
		Německo	Polsko	Rakousko	Rusko	Slovensko
2009	148 183	26,07%	10,15%	5,05%	2,22%	11,67%
2010	142 575	29,72%	7,63%	6,55%	3,10%	12,08%
2011	161 254	28,15%	7,67%	6,49%	3,16%	12,05%
2012	203 515	22,68%	6,46%	5,03%	4,55%	9,70%
2013	204 106	23,83%	6,48%	5,44%	5,58%	12,20%
2014	183 809	25,50%	6,45%	6,70%	4,92%	13,23%
2015	208 289	28,06%	6,72%	7,40%	3,18%	13,00%
2016	212 547	28,41%	7,59%	7,88%	2,62%	13,42%
2017	243 368	25,07%	7,01%	6,46%	2,71%	12,29%

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Příloha 9 - Měsíční počet návštěvníků zámku Mnichovo Hradiště v letech 2000 - 2017

Měsíc / Rok	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Celkem
2000	987	2 821	2 813	5 484	4 093	1 951	1 037	19 186
2001	1 244	3 343	3 377	5 467	4 932	2 235	1 061	21 659
2002	1 013	3 111	3 273	4 923	5 152	2 348	1 111	20 931
2003	1 028	4 316	4 396	5 959	4 561	2 848	878	23 986
2004	1 447	4 063	3 809	6 058	6 001	2 978	1 277	25 633
2005	1 301	3 322	5 751	9 020	7 523	2 940	1 537	31 394
2006	1 338	2 588	3 086	4 205	5 898	2 407	1 211	20 733
2007	1 226	2 936	3 046	5 627	5 742	3 109	1 177	22 863
2008	1 037	3 046	2 384	5 565	6 142	2 308	822	21 304
2009	941	3 394	2 350	4 625	4 222	2 146	734	18 412
2010	1 224	3 566	2 538	5 630	5 210	2 635	1 044	21 847
2011	1 099	2 624	4 259	5 276	4 424	2 425	756	20 863
2012	1 306	1 930	3 985	4 051	3 717	1 956	903	17 848
2013	762	2 561	1 974	3 779	4 200	1 758	916	15 950
2014	935	2 621	2 421	4 306	5 021	2 386	1 042	18 732
2015	1 227	2 464	2 525	4 054	4 560	1 993	1 131	17 954
2016	1 366	2 189	3 332	5 064	4 827	2 573	1 150	20 501
2017	1 358	2 444	3 018	4 605	4 254	2 249	1 033	18 961

Zdroj: evidence zámku Mnichovo Hradiště, vlastní zpracování