

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra statistiky**



**Diplomová práce**

**Analýza cestovního ruchu v rámci ČR**

**Bc. Marie Hefnerová, DiS.**

© 2015 ČZU v Praze

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra statistiky

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Marie Hefnerová, DiS.

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

**Analýza cestovního ruchu v rámci ČR**

Název anglicky

**Analysis of tourism in the Czech Republic**

---

### Cíle práce

Cílem diplomové práce je statistická analýza ukazatelů charakterizujících cestovní ruch ve vybrané oblasti. Prostřednictvím těchto analýz bude vytvořen přehled a následné vyhodnocení poskytující základní informace o stavu cestovního ruchu dané oblasti a odhad budoucího vývoje.

### Metodika

Pro zjištění stavu a vývoje ukazatelů charakterizujících cestovní ruch dané oblasti budou použity metody explorační analýzy. Na základě jejich výsledků pak budou zvoleny vhodné statistické metody jako například metody indukční statistiky či analýzy časových řad, které umožní kvalifikované zhodnocení dané problematiky.

## Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

---

### Doporučené zdroje informací

INDROVÁ, Jarmila. Globalization and integration processes in tourism in the Czech Republic. Praha: Oeconomica, 2007, 17 s. ISBN 978-80-245-1335-5

KÁBA, Bohumil, SVATOŠOVÁ, Libuše. Statistické nástroje ekonomického výzkumu. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2012, 176 s. ISBN 978-80-7380-359-9.

KIRÁLOVÁ, Alžběta. Marketing destinace cestovního ruchu, Ekopress, Praha 2003, ISBN: 80-86119-56-4

PALATKOVÁ, Monika, ZICHOVÁ, Jitka. Ekonomika turismu, Grada Publishing, 2011, ISBN: 978-80-247-3748-5

PETRŮ, Zdenka. Základy ekonomiky cestovního ruchu, Idea Servis, Praha 2007, ISBN: 978-80-85970-55-5

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN, VAJČNEROVÁ, Ida. Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

---

### Předběžný termín obhajoby

2015/06 (červen)

### Vedoucí práce

prof. Ing. Libuše Svatošová, CSc.

Elektronicky schváleno dne 11. 9. 2014

**prof. Ing. Libuše Svatošová, CSc.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 11. 11. 2014

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 09. 03. 2015

### Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Analýza cestovního ruchu v rámci ČR" jsem vypracoval(a) samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autor(ka) uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil(a) autorská práva třetích osob.

V Praze dne datum odevzdání

---

## Poděkování

Rád(a) bych touto cestou poděkovala paní prof. Ing. Libuši Svatošové CSc., za odbornou pomoc, připomínky, cenné rady a vedení diplomové práce.

Ráda bych také poděkovala rodině za podporu a pochopení pro nedostatek volného času, který byl věnován studiu.

# **Analýza cestovního ruchu v rámci ČR**

---

## **Analysis of tourism in the Czech Republic**

### **Souhrn**

Cílem diplomové práce je analýza cestovního ruchu v rámci České republiky. Česká republika je vyhledávanou destinací pro svou velkou nabídku historických i kulturních památek. Navštěvovanou turisty je také pro svou krásnou přírodu.

Práce je rozdělena na dvě části. Teoretická část obsahuje vymezení pojmů k cestovnímu ruchu, které byly čerpány z různých odborných publikací nebo vývojem cestovního ruchu v České republice. Analytická část je vymezena pro turistickou nabídku v rámci České republiky, analýzu návštěvnosti, komparaci domácího, výjezdového a příjezdového cestovního ruchu. Bude zde provedena SWOT analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb České republiky, nakonec budou nabídnuty návrhy a doporučení, které by mohly pomoci ke zlepšení návštěvnosti České republiky.

### **Summary**

The aim of the thesis is the analysis of tourism in the Czech Republic. The Czech Republic is a popular destination for a large selection of historical and cultural monuments. It is also frequented by tourists for its beautiful nature. Work is divided into two parts. The theoretical part includes definitions of tourism, which were taken from various professional publications and the development of tourism in the Czech Republic. The analytical part is defined for the tourist offer in the Czech Republic, traffic analysis, comparison of domestic, outbound and inbound tourism. There will be a SWOT analysis analysing the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the Czech Republic. Eventually there will be offered suggestions and recommendations that could help to improve tourism in the Czech Republic.

**Klíčová slova:** analýza, cestovní ruch, Česká republika, instituce turismu, památky, příroda, typologie cestovního ruchu, turista, ubytování.

**Keywords:** analysis, tourism, the Czech Republic, tourism institutions, monuments, nature, types of tourism, tourist, accomodation.

## Obsah

1	Úvod.....	11
2	Cíl práce a metodika .....	12
2.1	Cíl práce.....	12
2.2	Metodika práce .....	12
3	Literární rešerše .....	13
3.1	Cestovní ruch.....	13
3.2	Definice a význam cestovního ruchu .....	13
3.3	Základní pojmy .....	14
3.4	Typologie cestovního ruchu .....	15
3.4.1	Typy turismu dle místa realizace .....	15
3.4.2	Typy turismu dle vztahu k platební bilanci státu .....	16
3.4.3	Typy turismu dle plátce nákladů.....	16
3.4.4	Typy turismu dle způsobu zabezpečení cesty.....	16
3.4.5	Typy turismu dle věku účastníků .....	17
3.4.6	Typy turismu dle délky pobytu .....	17
3.4.7	Typy turismu dle cílového místa pobytu .....	18
3.4.8	Typy turismu dle důvodu cesty.....	18
4	Základní charakteristika České republiky .....	20
4.1	Geografické podmínky .....	21
4.2	Obyvatelstvo .....	21
4.3	Doprava .....	22
4.3.1	Silniční síť.....	23
4.3.2	Železniční doprava .....	23



4.3.3	Letecká doprava.....	23
4.3.4	Vodní doprava.....	24
4.4	Turistické produkty .....	25
4.4.1	Městské karty.....	25
4.4.2	Produkt 3 K karta .....	25
4.4.3	Tematická trasa jako produkt .....	26
4.4.4	Trojská karta .....	26
5	Praktická část .....	28
5.1	Statistické instituce turismu v České republice .....	29
5.1.1	Český statistický úřad (ČSÚ).....	30
5.1.2	Česká Národní banka (ČNB) .....	30
5.1.3	Czech Tourism.....	30
5.1.4	Ministerstvo pro místní rozvoj.....	31
6	Turistická nabídka cestovního ruchu v rámci České republiky.....	32
6.1	Kulturně-historické předpoklady .....	33
6.2	Přírodní památky.....	40
6.3	Sportovně-rekreační předpoklady .....	47
7	Analýza návštěvnosti České republiky .....	49
7.1	Analýza domácího cestovního ruchu .....	49
7.2	Analýza pasivního (výjezdového) cestovního ruchu .....	52
7.3	Analýza aktivního (příjezdového) cestovního ruchu .....	57
7.4	Analýza ubytovacích služeb v rámci České republiky .....	62
8	SWOT analýza cestovního ruchu v České republice .....	66
8.1	Silné stránky .....	66
8.2	Slabé stránky .....	67
8.3	Příležitosti.....	67

8.4	Hrozby .....	68
9	Návrhy a doporučení .....	69
10	Závěr .....	71
	Seznam použitých zdrojů.....	73
	Seznam obrázků.....	79
	Seznam tabulek.....	79
	Seznam grafů.....	80
	Seznam příloh.....	81

# 1 Úvod

Cestovní ruch je významnou složkou pro světovou ale i domácí ekonomiku. Tvoří hlavní zdroj příjmů v určitých oblastech pro obyvatele. Ve 20. století se cestovní ruch stal běžnou záležitostí životního stylu lidí. Přináší finanční zdroje, má vliv na tvorbu hrubého domácího produktu, vliv na zaměstnanost, zvyšuje vzdělanostní úroveň obyvatelstva, ale je také spojen s negativními vlivy například v podobě škod na životním prostředí.

Mezi pozitivní dopady, které nám cestovní ruch přináší, patří tvorba pracovních míst nebo zvýšení příjmů pro regiony a obce. Negativní dopady jsou spojené s ohrožením přírodního bohatství nebo místních kultur. Je třeba se snažit minimalizovat rizika a negativa spojené s cestovním ruchem.

V dnešní době je výběr forem cestovního ruchu velký. Lidé si chtějí odpočinout na venkově od všedního shonu a stresu, chtějí nalézt nové formy jak trávit dovolenou. Cestovní ruch se rozšiřuje do všech vrstev společnosti a není již jen výsadou majetných vrstev obyvatelstva. Stává se formou využívání volného času a důležitou složkou spotřeby obyvatelstva. Cestovní ruch se rozšiřuje na území celého světa a tvoří důležitou oblast podnikatelských příležitostí, pro které vyžaduje profesně zaměřené pracovní síly.

Cestovní ruch prošel v České republice rychlým vývojem. Otevřením hranic, zjednodušením nebo odstraněním administrativních překážek, ale také ekonomickými a politickými změnami, došlo k významnému nárůstu výjezdů do sousedních zemí.

Vizi České republiky je být do budoucna destinací číslo jedna v Evropě v rámci srovnatelných zemí. Zemí, které mají podmínky srovnatelné s Českou republikou, zemí s pozitivním image a kvalitními produkty a službami.

Toto téma diplomové práce jsem si vybrala, protože mne zajímalo, co turisty láká k návštěvě České republiky, jaké památky chtějí vidět, kde jsou ubytováni a jaké zážitky a dojmy si z naší země odváží.

## **2 Cíl práce a metodika**

### **2.1 Cíl práce**

Cestování patří k člověku od počátku lidstva. Je oblíbené zejména proto, že se setkáváme s odlišnou kulturou a přírodním prostředím. Proto bych ve své diplomové práci zvolila za hlavní cíl ukázat Českou republiku jako vhodnou zemi k cestování, k návštěvě historických památek, přírodních krás ale i k poznání kultury zdejších obyvatel. Cílem této práce je zhodnotit cestovní ruch v České republice, zanalyzovat návštěvnost historických památek, provedeme analýzu zahraničních návštěvníků, analýzu ubytovacích služeb a posoudíme jakými silnými stránkami zvýšit návštěvnost České republiky.

### **2.2 Metodika práce**

Diplomová práce bude zaměřena na analýzu přehledu současného stavu cestovního ruchu v České republice. V teoretické části bude definován pojem cestovní ruch a základní charakteristika České republiky. Analytická část bude věnována statistice a komparaci číselných dat, týkající se návštěvnosti České republiky a ubytovacích zařízení v ní. Tato část bude vypracována na základě výsledků a statistik použitých z různých zdrojů a institucí tato data poskytující. K dosažení cílů bude použita metoda popisu, analýzy, komparativní výhody nebo indexní analýza. Použitou metodou zde bude také SWOT analýza, ve které bude uvedeno vše ke zlepšení návštěvnosti České republiky a eliminaci hrozeb. V příloze si ukážeme výpočty demografických ukazatelů jako hustoty obyvatelstva, index stáří nebo podíl mužů a žen. Předvedeme si také výpočty ekonomických ukazatelů jako hospodářské zatížení pracujících osob nebo míru ekonomické aktivity. Pro zpracování práce bude využita odborná literatura, průvodci nebo vlastní zkušenost. Neméně důležitým zdrojem budou elektronická data, zejména statistická, která poskytují Český statistický úřad (ČSÚ), Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR) nebo Světová rada cestování a turismu (WTTC). Na závěr se pokusíme naleznout řešení nebo návrhy pro zvýšení návštěvnosti a eliminaci negativních faktorů na cestovní ruch.

### 3 Literární rešerše

#### 3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je jedním z nejrychleji se rozvíjejících průmyslů světa. Ovlivňuje zaměstnanost, tvorbu hrubého domácího produktu, zvyšuje úroveň obyvatelstva ale je i zdrojem pro záchranu historických a kulturních památek.

Česká republika má výhodnou geografickou polohu v centru Evropy. Přesto se v porovnání se světovým a evropským vývojem cestovního ruchu na první místa návštěvnosti neřadí. Její snahou by mohlo být dosáhnout na první místo destinace Evropy. Nebo alespoň těch zemí, které jsou s Českou republikou srovnatelné, vzhledem k tomu, že nemáme moře.

#### 3.2 Definice a význam cestovního ruchu

Definici cestovního ruchu můžeme nalézt vyjádřenou více způsoby. Podle autorů Páskové a Zelenky (2012, s. 45) je popsán jako *„komplexní společenský jev, jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity“*.<sup>1</sup>

V Mezinárodním doporučení pro statistiku turismu je cestovní ruch definován jako *„činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší, než je stanovena, za jakýmkoliv hlavním účelem (obchod, trávení volného času) jiným než být zaměstnán rezidentním subjektem v navštíveném místě“*<sup>2</sup>

Nejčastěji používaným vysvětlením cestovního ruchu je zřejmě ale činnost osoby, která cestuje na přechodnou dobu do jiného místa, než je její bydliště, na dobu kratší než je stanovena, což je u mezinárodního turismu jeden rok, u domácího turismu šest měsíců, přičemž hlavní účel cesty musí být jiný než výdělečná činnost v navštívené zemi.

---

<sup>1</sup> PALATKOVÁ, MONIKA, ZICHOVÁ, JITKA, *Ekonomika turismu*, Grada Publishing, 2011, str. 45, ISBN: 978-80-247-3748-5

<sup>2</sup> PALATKOVÁ, MONIKA, ZICHOVÁ, JITKA, *Ekonomika turismu*, Grada Publishing, 2011, str. 12, ISBN: 978-80-247-3748-5

### 3.3 Základní pojmy

Co si představit pod pojmem cestovní ruch jsme si uvedli v předchozí části. K němu náleží ale pojmy další, které nemůžeme přehlédnout. Jsou jimi:

**Stálý obyvatel (resident) v mezinárodním turismu** – „ve vztahu k dané zemi osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku“<sup>3</sup>

**Stálý obyvatel v domácím turismu** – je osoba, která žije alespoň šest měsíců po sobě v dané zemi, před změnou do jiného místa na dobu, která je kratší než šest měsíců.

**Návštěvník (visitor) v mezinárodním turismu** – je osoba, která cestuje do jiné země, než kde má trvalé sídlo, na dobu, nepřesahující jeden rok a hlavní účel nebo cíl cesty musí být jiný než výdělečná činnost.

**Návštěvník v domácím turismu** – je osoba, která má trvalé usídlení v určité zemi a cestuje na místo jiné, než je jeho prostředí, na kratší dobu než šest měsíců a účel cesty musí být jiný než výdělečná činnost.

**Turista (tourist) v mezinárodním turismu** – je osoba, která cestuje do jiné země, než ve které trvale sídlí, musí alespoň jednou přenocovat, ne však déle než jeden rok a cíl cesty musí být jiný než výdělečná činnost.

**Turista v domácím turismu** – je osoba, která cestuje do jiné země, než ve které trvale sídlí, musí být ale ve své zemi, musí nejméně jednou přenocovat, ne však déle než šest měsíců, přičemž cíl nebo účel cesty musí být jiný než výdělečná činnost.

**Jednodenní návštěvník (some-day-visitor) v mezinárodním turismu** – je osoba, která cestuje do jiné země, než trvale sídlí, v dané zemi nepřenocuje a účel cesty musí být jiný než výdělečná činnost.

**Jednodenní návštěvník v domácím turismu** – je osoba, která cestuje do jiného místa a prostředí než sídlí, v dané zemi nepřenocuje a účel cesty je jiný než výdělečná činnost.

**Destinace** – je cílové místo cesty, tam kam máme namířeno<sup>4</sup>

**Zdrojová oblast** – je místo odkud vyrážíme do destinace<sup>5</sup>

**Tranzit** – je přesun, cesta z místa bydliště do destinace.

---

<sup>3</sup> PALATKOVÁ, MONIKA, ZICHOVÁ, JITKA, *Ekonomika turismu*, Grada Publishing, 2011, str. 3, ISBN:978-80-247-3748-5

<sup>4</sup> vlastní definice

<sup>5</sup> vlastní definice

**Přijímací oblast** – je místo kam se jezdí, místo určení, destinace.

**Rezident** – není účastník cestovního ruchu, je to obyvatel země, kde trvale sídlí.

**Mezinárodní turismus** – označuje turismus, kdy dochází k překročení hranice národního státu.

### 3.4 Typologie cestovního ruchu

V předešlé části byly vymezeny základní pojmy cestovního ruchu. Cestovní ruch se vyskytuje v určitých formách. Můžeme ho rozlišit v různých typech nebo druzích, se kterými se setkáváme.

#### 3.4.1 Typy turismu dle místa realizace

Podle sledované země je turismus rozdělen na domácí turismus, výjezdový turismus a příjezdový turismus.

**Domácí turismus** je „*turismus rezidentů referenční (sledované) země bez překročení hranice vlastního státu. Zahrnuje aktivity rezidentních návštěvníků na území dotčeného státu jakou součást cesty v rámci domácího turismu nebo v rámci výjezdového turismu*“<sup>6</sup>

**Výjezdový turismus** zahrnuje výjezdy občanů za hranice, dochází k překročení hranic státu.

**Příjezdový turismus** zahrnuje příjezdy návštěvníků do sledované země.

Dle místa realizace bývají používány i další pojmy jako národní turismus, vnitrostátní, světový nebo turismus světa.

**Vnitrostátní turismus** je veškerý turismus, který se realizuje na určitém území dané země, zahrnuje domácí a příjezdový turismus.

**Národní turismus** je takový, při kterém se překračují hranice státu. Jde o pohyb účastníků bez určitého teritoriálního určení.

**Světový turismus** je souhrnem jakéhokoli zahraničního turismu ve všech zemích světa, a to příjezdového nebo výjezdového.

**Turismus světa** zahrnuje souhrn domácího a zahraničního turismu. Je to veškerý turismus na světě.

---

<sup>6</sup> PALATKOVÁ, MONIKA, ZICHOVÁ, JITKA, *Ekonomika turismu*, Grada Publishing, 2011, str. 19, ISBN: 978-80-247-3748-5

### 3.4.2 Typy turismu dle vztahu k platební bilanci státu

Platební bilance je ukazatelem ekonomického vývoje a vnější ekonomické rovnováhy. Je to výčet položek, ve kterých jsou zachyceny čisté platební toky, zboží, služby, důchod, transfery nebo dlouhodobý a krátkodobý kapitál. Platební bilance zachycuje pouze zahraniční turismus aktivní a pasivní. Domácí turismus zde není zachycen, protože se nejedná o přechod zboží nebo služeb přes hranice. Platební bilanci sestavuje Česká národní banka, je sestavována čtvrtletně.

Turismus dle vlivu na platební bilanci rozeznáváme aktivní a pasivní.

**Aktivní turismus** zahrnuje příjezdy zahraničních návštěvníků do určité země.

**Pasivní turismus** zahrnuje výjezdy obyvatel určitého státu do zahraničí.

### 3.4.3 Typy turismu dle plátce nákladů

Tento turismus byl dříve nazýván jako „dle způsobu financování“. V dnešní době se význam upravil na vhodnější „dle plátce nákladů“.

Podle plátce nákladů můžeme turismus členit na komerční a sociální. **Komerční turismus** je turismus, kdy si veškeré náklady hradí účastník sám ze svých příjmů. K **sociálnímu turismu** je třeba splnit určité podmínky, neboť účastník turismu si hradí jen část svých nákladů, zbytek může být hrazen například zaměstnavatelem, pokud by se jednalo o motivační turismus, nebo komplexní či příspěvkovou lázeňskou péči, kdy část hradí pojišťovny. Do sociálního turismu zahrnujeme i sociálně nebo ekonomicky handicapované skupiny obyvatelstva (mládež, rodiny s dětmi, senioři),

### 3.4.4 Typy turismu dle způsobu zabezpečení cesty

Toto rozlišení turismu je dle toho, kdo si zajišťuje cestu nebo pobyt. Rozlišujeme organizovaný a neorganizovaný turismus.

**Organizovaný turismus** nám většinou zajistí cestovní kanceláře, školy nebo firma. Jsou to cesty, které nám někdo zprostředkuje.



**Neorganizovaný turismus** je turismus „*při kterém si účastník turismu zabezpečuje cestu a pobyt vlastními silami, což nevylučuje možnost nákupu jednotlivých služeb u zprostředkovatelského subjektu*“<sup>7</sup>

### 3.4.5 Typy turismu dle věku účastníků

V tomto rozlišení jsou zahrnuty různé věkové skupiny, které mají odlišné požadavky, potřeby nebo odlišné spotřební chování. V tomto typu turismu zahrnujeme turismus dětí, mládeže, seniorů, rodin s dětmi nebo naopak skupiny v produktivním věku a bez dětí. **Turismus dětí** je stanoven pro děti do 15 let, musí být přítomen dozor odpovědného dospělého. Patří sem výlety, školy v přírodě, sportovní kluby nebo letní tábory.

**Turismus mládeže** je označován pro děti ve věku 16-24 let, cestují již samostatně, ale nemají ještě své rodiny.

**Turismus seniorů** je turismus pro obyvatele v postproduktivním věku. Chceme-li, důchodce. Vzhledem tomu, že ne každý jednatel se v postproduktivním věku cítí být seniorem neboli důchodcem, můžeme do této skupiny řadit ty, kteří již odešli do penze.

**Turismus pro rodiny s dětmi** se řadí mezi individuální cestování. Přihlíží se zde hlavně na potřeby dětí, strukturu služeb a zábavu ve volném čase.

**Turismus pro osoby v produktivním věku** je pro skupiny osob, které jsou svobodné, nemají zatím děti, nebo necestují s dětmi, mají dostatek volného času i finančních prostředků.

### 3.4.6 Typy turismu dle délky pobytu

Dle délky pobytu turismus dělíme na jednodenní, krátkodobý či dlouhodobý.

**Jednodenní turismus** je v rámci jednoho dne, respektive v rámci 24 hodin, bez přenocování.

**Krátkodobý turismus** zahrnuje jedno až tři přenocování.

**Dlouhodobý turismus** zahrnuje více než čtyři přenocování. Z předchozí kapitoly víme, že celková délka pobytu je omezena v rámci domácího turismu ne na dobu delší šesti měsíců a v rámci mezinárodního turismu ne déle než jeden rok<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> PALATKOVÁ, MONIKA, ZICHOVÁ, JITKA, *Ekonomika turismu*, Grada Publishing, 2011, str. 22, ISBN: 978-80-247-3748-5

### 3.4.7 Typy turismu dle cílového místa pobytu

Kritériem této skupiny turismu je odlišné prostředí, různá struktura a úroveň poskytovaných služeb. Takto je možné turismus členit na městský, venkovský, lázeňský, horský, přímořský, dle různého charakteru.

**Městský turismus** je označován jako krátkodobý. Pojme si jej s návštěvou kulturních událostí nebo kulturně poznávacích míst. S městským turismem se pojí také gurmánský turismus nebo profesně orientovaný turismus.

**Venkovský turismus** se realizuje v přírodním prostředí venkova. Je spojen s poznáním života na venkově s možnostmi zapojení se do určitých pracovních aktivit. Patří sem vyjížďky na koních, agroturismus, ekoturismus, chataření i chalupaření.

**Lázeňský turismus** jsou dlouhodobé pobyty spojené s léčením.

### 3.4.8 Typy turismu dle důvodu cesty

Každý z nás si představuje dovolenou jinak. Pro jednoho může být dovolená na exotickém ostrově, kde bude poznávat zdejší život a kulturu, pro druhého je dovolená strávená aktivně například lezením po skalách nebo vzděláváním se. Lidé mají různé potřeby a dle toho hledají své uspokojení. V poslední části typologie si vysvětlíme typy turismu podle převažujícího motivu. Jsou jimi rekreační turismus, návštěva příbuzných, vzdělávací turismus, kulturně poznávací turismus, zdravotní turismus, náboženský turismus, nákupní a obchodní turismus.

**Rekreační turismus** je nejrozšířenější. Cílem je regenerace sil fyzických i psychických. Rekreační turismus nemusí být ale jen cílem k odpočinku, stále častěji je využíván k aktivním způsobům trávení dovolené. Nejčastějšími požadavky na prostředí jsou čistá příroda, lesy, hory, moře. Požadavkům na služby vévodí pohodlná doprava a komfortní ubytování v jakémkoli typu ubytování.

**Návštěva příbuzných** bývá další z nejčastějších typů turismu. Souvisí s obnovou vztahů, navazováním nebo upevňováním sociálních vazeb. Většina návštěvníků svých známých spojí návštěvu s poznáním dané země nebo města.

**Vzdělávací turismus.** Cílem je získat zkušenosti, vědomosti, osobně se rozvíjet na poli profesním i osobním.

---

<sup>8</sup> Vlastní definice

**Kulturně poznávací turismus** se zaměřuje hlavně na poznání kultury, historie, umění, zvyků, tradic. Zahrnuje návštěvu hradů, zámků, muzeí, galerií, divadelních, filmových i hudebních festivalů. Požadavkem na služby je většinou účelnost, chci být tam, kde chci i za cenu, že budu hůře ubytována.

**Zdravotní turismus** zahrnuje všechny zdravotní aktivity, které vedou k posílení nebo udržení fyzického a psychického zdraví. V současnosti se do zdravotního turismu zahrnuje také medicínský turismus, zejména chirurgické zásahy, lázeňský, který je spojen s léčebnými výkony nebo wellness, zaměřený na zdravý životní styl.

**Náboženský turismus** představuje uspokojení potřeb pomoci víry. Projevuje se návštěvou poutních míst, církevních památek, návštěvami církevních staveb nebo náboženských obřadů.

**Nákupní turismus**, jehož cílem je výhodný nákup, využívá především sousední země.

**Obchodní turismus** je obvykle realizován v pracovní době. Hlavním důvodem tohoto turismu bývají výměny informací spojené s kulturními či sportovními aktivitami. Mezi obchodní turismus se řadí také pracovní setkání, motivační pobyty, kongresy a výstavy.

**Pracovní setkání** zahrnuje semináře, kolokvia a běžné pracovní testy.

**Motivační pobyty** jsou využívány zaměstnavatelem jako stimul k pracovním výkonům nebo setrvání ve firmě. Je to forma jakési odměny pro zaměstnance, která má svou pracovní ale i společenskou část.

**Kongresy** představují setkání odborníků z oblasti politické, vědecké či společenské. Podobnou skupinou jsou konference, které mají ve srovnání s kongresem menší rozsah, význam i formálnost, ale jejich zaměření mívá konkrétnější podobu.

**Výstavy a veletrhy** slouží k vystavování a nabízení různých služeb a produktů, uzavírání obchodních kontraktů či přímému prodeji. Z nejznámějších veletrhů můžeme uvést Brněnský veletrh, pro zástupce Evropy Frankfurtský veletrh. „*Jako u předchozích pojmů ani u těchto neexistuje jejich přesné vymezení*“<sup>9</sup>

Typů turismu dle převažujícího motivu je spousta. My jsme se zaměřily jen na převažující z nich. S životním stylem a novými možnostmi vznikají nové typy turismu, aby uspokojily narůstající se a měnící se požadavky spotřebitelů, tedy účastníků turismu.

---

<sup>9</sup> PALATKOVÁ, MONIKA, ZICHOVÁ, JITKA, *Ekonomika turismu*, Grada Publishing, 2011, str. 27, ISBN:978-80-247-3748-5

## 4 Základní charakteristika České republiky

Původ jména Česká republika ukazuje na skutečnost, že tento stát je obýván převážně příslušníky české národnosti. „*Historickým jádrem české státnosti jsou Čechy. Název pocházel od slovanského kmene Čechů, latinský název Bohemia od před slovanských Bójů*“.<sup>10</sup> Nejstarší osídlení je datováno do doby před 1,7-1,6 miliony let. První obyvatelé území byli Keltové, jejichž kmen Bójů dal zemi jméno a osídlili Čechy a Moravu. Po roce 830 vznikl na území Moravy první státní útvar, Velkomoravská říše. Po zániku této říše se centrum státnosti přesunulo do Čech, kde do 14. století nastal velký politický a kulturní rozmach. Až hluboká společenská krize v 15. století vedla k husitskému hnutí. Čechy, se potýkaly s nastupující defenestrací, která byla impulsem pro stavovské povstání až po třicetiletou válku.

Po rozpadu Rakouska - Uherska byl v roce 1918 vyhlášen samostatný Československý stát. Roku 1939 nacistické Německo obsadilo zbytek Čech a Moravy, byl tak vyhlášen Protektorát Čechy a Morava. Původní hranice byly obnoveny až po 2. světové válce. Poválečný vývoj byl v roce 1948 ukončen komunistickým převratem. Česká republika prošla sovětskou okupací, komunistickým režimem až do doby, které v současnosti říkáme demokratická.

Obrázek č. 1 Mapa České republiky



Zdroj: <http://obrazky.cz/zstrebivlice.blog.cz>, [on-line], (cit. 2014-05-08)

<sup>10</sup> LIŠČÁK, VLADIMÍR, *Státy a území světa*, Libri, Praha, 2009, str. 185, ISBN: 978-80-7277-414-2

## 4.1 Geografické podmínky

Česká republika je vnitrozemským státem menší velikosti ve střední Evropě. Na západě sousedí s Německem, na severu s Polskem, na jihovýchodu se Slovenskem a na jihu se rozkládá Rakousko. Povrch je zde členitý, rozmanitý. Jsou zde přírodní hranice, které jsou tvořeny pohořími. Nejvyšší horou je Sněžka, která je vysoká 1602 metrů. Největšími řekami jsou Vltava a Labe.<sup>11</sup>

Nadmořská výška České republiky je 450 metrů nad mořem. Rozloha je 78 867 km<sup>2</sup>, z toho 2% patří vodním plochám.

**Tabulka č. 1 Výšková členitost povrchu České republiky**

Typ reliéfu	Výšková členitost	% povrchu státu
Rovina	do 30 m	4
Pahorkatina	30-150 m	50
Vrchovina	150-300 m	34
Hornatina	300-600 m	12

Zdroj: <http://www.zemepis.com/gpcr.php>, [on-line], (cit. 2014-05-08)

## 4.2 Obyvatelstvo

K 31. prosinci 2013 měla Česká republika 10 512 419 obyvatel. Česká republika je jednonárodním státem, Češi a Moravané tvoří 93% obyvatelstva, z národnostních menšin zde žijí Slováci (3%), Romové, Maďaři, Poláci a Němci.

Hustota zalidnění činí 131 obyvatel/km<sup>2</sup>.<sup>12</sup>

<sup>11</sup> Zdroj: <http://ceska-republika.orbion.cz>, [on-line], (cit. 2014-05-08)

<sup>12</sup> SEDUNKOVÁ, ALEXANDRA, *Státy světa*, Fragment, Praha, 2001, str. 64, ISBN: 80-7200-436-0

**Tabulka č. 2 Obyvatelstvo podle národnosti**

česká	9249777 obyvatel
moravská	380474 obyvatel
slezská	10878 obyvatel
slovenská	193190 obyvatel
romská	11746 obyvatel
polská	51968 obyvatel
německá	39106 obyvatel
ukrajinská + vietnamská	39574 obyvatel

Zdroj: vlastní úprava dle ČSÚ, [http:// czso.cz/](http://czso.cz/) Sčítání lidu, domů a bytů, 2001, [on-line], (cit. 2014-05-09)

Z uvedené tabulky můžeme vidět, že nejvíce obyvatel v České republice je české národnosti. Jednotlivé počty obyvatel se samozřejmě mohou lišit, dle roků a dle počtu právě přistěhovaných nebo odstěhovaných obyvatel.

### **4.3 Doprava**

Doprava má v cestovním ruchu důležitou roli. Podílí se na rozvoji cestovního ruchu, ale na straně druhé negativně ovlivňuje cestovní ruch. Jde hlavně o vliv na životní prostředí. Dopravu můžeme charakterizovat jako *„činnost spjatou s cílevědomým přemísťováním osob a hmotných předmětů v nejrůznějších objemových, časových a prostorových souvislostech za použití různých dopravních prostředků a technologií.“*<sup>13</sup>

Rozvoj dopravy je ovlivňován změnami hospodářství jednotlivých států ale i rozvojem techniky. Dopravu spojuje rychlost, bezpečnost, hospodárnost, pohodlí a kultura cestování. Kvalita dopravy je odrazem kulturní úrovně státu. Vztah dopravy a cestovního ruchu můžeme definovat jako oboustranný vztah, vždyť rozvoj forem cestovního ruchu vyvolává potřebu dopravních služeb. Můžeme tedy také říci, že doprava a cestovní ruch se vzájemně ovlivňují.

---

<sup>13</sup> ZURYNEK, JOSEF, ZELENÝ, LUBOMÍR, MERVART, MICHAL, *Dopravní procesy v cestovním ruchu*, ASPI, 2008, str. 12, ISBN: 978-80-7357-335-5

### **4.3.1 Silniční síť**

Silniční neboli automobilová doprava patří k nejmladším oborům dopravy. Délka silniční sítě činí 55 653 km, z toho 734 km tvoří dálnice, 422 rychlostní komunikace, 6 255 km silnice I. třídy. V roce 2012 se na silnicích stalo 20 504 nehod, v roce 2010 na silnicích zemřelo 802 lidí.<sup>14</sup>

V současné době je stav komunikací spíše v havarijním stavu, nedostatečná výnosnost, vyjeté koleje, trhliny, výluky. Kvalitu snižuje také náhlé zúžení vozovky, výškové vedení trasy nebo vysoký počet úrovnňových železničních přejezdů.

### **4.3.2 Železniční doprava**

Česko má jednu z nejhustších železničních sítí v Evropě. Celkový počet je 9 568 km. 6 903 km je elektrizováno, 8 733 elektrizováno není. Správcem a provozovatelem většiny železniční infrastruktury je Správa železniční dopravní cesty. Největším železničním dopravcem jsou České dráhy. Výhodou kolejové dopravy je šetrnost k životnímu prostředí, větší kapacita, je rychlejší, bezpečnější než silniční doprava. Nevýhodou můžeme zmínit vhodnost přepravy hromadných nákladů, zastaralost infrastruktury nebo omezenou dostupnost.

### **4.3.3 Letecká doprava**

Letecká doprava se v posledních letech rozvíjí. Význam letecké dopravy spočívá v rychlé a relativně bezpečné přepravě osob. Ovlivňuje cestovní ruch, poskytuje pracovní příležitosti. K výhodám patří, jak jsme se již zmínili bezpečnost, rychlost, zvyšující se přepravní kapacity letadel, rozsah poskytovaných služeb. Jako nevýhodu uvádíme negativní vliv na životní prostředí, nadměrný hluk nebo zvyšování vzdálenosti letišť od center měst a turistických lokalit. Většina letecké dopravy je realizována v České republice přes letiště Václava Havla, které ročně přepraví kolem 10 milionů pasažérů.

---

<sup>14</sup> Zdroj: ŘSD, [http://www.sydos.cz/cs/Ročenka dopravy](http://www.sydos.cz/cs/Ročenka_dopravy), 2012, [on-line], (cit. 2014-05-09)

#### 4.3.4 Vodní doprava

Vodní doprava je jednou z nejstarších forem dopravy. Její historii můžeme tradovat do období, kdy lidé používali vodní dopravu k přepravě osob a nákladů. Kladem vodní dopravy je relativní bezpečnost, nízké provozní náklady nebo vysoký přepravní objem. Zápolem je nižší rychlost, závislost na počasí nebo vodní hladině. Vodní doprava je v Česku realizována na řekách Labe a Vltava. Nejvýznamnějším provozovatelem vodní dopravy je Československá plavba labská.

V současném období prochází doprava fází velkých a rychlých změn. Možností, které dnes doprava nabízí cestujícím i přepravním je mnoho. Svoboda pohybu je ve vyspělejší části světa považována za jednu ze stěžejních a nedotknutelných svobod, mobilita osob roste s materiální životní úrovní.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> ZURYNEK, JOSEF, ZELENÝ, LUBOMÍR, MERVART, MICHAL, *Dopravní procesy v cestovním ruchu*, ASPI, 2008, s. 9, ISBN: 978-80-7357-335-5



## 4.4 Turistické produkty

Turistické produkty jsou možností, jak se uplatnit na trhu cestovního ruchu. Je třeba nabídnout produkt, který je tradiční, nový nebo vhodný pro daný region. Cílem je nalákat co nejvíce návštěvníků a turistů.

Dle Ing. Liběny Jarolímkové (2008) je „*regionální produkt takový, který využívá specifika regionu. Např. České Švýcarsko*“.<sup>16</sup>

### Produkty mohou vytvářet:

- 1) Cestovní kanceláře – zde je produktem zájezd
- 2) Touroperátor – je agentura, která předpřipravuje balíčky služeb a dál je prodává
- 3) Hotel – vytváří balíčky služeb např. víkendy pro ženy
- 4) Informační střediska
- 5) Regiony

### Ukázkou turistických produktů jsou:

#### 4.4.1 Městské karty

Městské karty jsou doménou velkých měst. Vydávají je města nebo oblast. Majitel této karty má zdarma vstup do památek, dopravu, v horských střediscích zdarma lanovky nebo vleky. Prodávají se v délce od 24 hodin do týdne. „*Městská karta je plastová kartička ve velikosti kreditní karty. Obsahuje elektronickou čipovou aplikaci s řadou informací*“<sup>17</sup>.

#### 4.4.2 Produkt 3 K karta

Tyto karty slouží jako „*vstupenky do různých památek či jako slevy v hotelu, restauraci nebo sportovním komplexu. V informačních centrech, která karty prodávají, je zájem téměř nulový. Dle informačních středisek, lidé o 3 K kartách příliš nevědí, nebo je důvodem vysoká cena karty*“<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> JEROLÍMKOVÁ, LIBĚNA, Přednáška z *Ekonomiky cestovního ruchu*, VOŠ, Praha, 2008

<sup>17</sup> Zdroj: <http://tepvos.cz/special-view/mestska-karta/>, [on-line], (cit. 2014-09-02)

<sup>18</sup> Zdroj: <http://zpravy.kurzy.cz/154031-slevove-3k-karty-turisty-nelakaji/>, [on-line], (cit. 2014-09-02)

### **4.4.3 Tematická trasa jako produkt**

Cílem tohoto produktu je využít specifika daného regionu. Uvedeme si ukázkou pár příkladů.

#### **4.4.3.1 Rýnská stezka**

Rýnskou stezku nalezneme v Německu, měří 1 320 km. Ocení ji historici, cyklisté ale i milovníci přírody a vína.

#### **4.4.3.2 Moravské vinařské stezky**

*„Provedou vás na kole nebo pěšky malebnou krajinou mezi vinohrady od starobylého Znojma až po Slováckou metropoli Uherské Hradiště. 1200 km dlouhá síť je tvořena deseti okruhy pojmenovanými podle hlavních vinařských měst a obcí“<sup>19</sup>*

#### **4.4.3.3 Pivní stezky**

Záměrem je *„spojit sportování na kole s možností občerstvení pivem z regionálního pivovaru“<sup>20</sup>*. Pivní stezky jsou známé v Jihočeském kraji, Středočeském kraji, Pardubickém kraji, Moravskoslezském kraji, Beskydech nebo na Vysočině.

### **4.4.4 Trojská karta**

*„Je zvýhodněná společná vstupenka do Botanické zahrady hlavního města Prahy, Zoologické zahrady hlavního města Prahy a Zámku Troja. Svého držitele opravňuje k jednomu vstupu do všech tří areálů“<sup>21</sup>*

---

<sup>19</sup> Zdroj: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Na-kole,-koni,-pesky/>, [on-line], (cit. 2014 - 09 -02)

<sup>20</sup> Zdroj: <http://pivni.info/glosy/1108-pivni-turistika-v-ceske-republice/>, [on-line], (cit. 2014-09-02)

<sup>21</sup> Zdroj: <http://www.botanicka.cz/hlavni-stranka/trojska-karta/>, [on-line], (cit. 2014-09-02)

**Tabulka č. 3 Ceny a období platnosti Trojské karty**

<b>Rok</b>	<b>Platnost</b>		<b>Vstupné (v Kč)</b>		
	<b>od</b>	<b>do</b>	<b>dospělí</b>	<b>děti</b>	<b>rodinné</b>
2011	1. dubna	2. října	250	130	650
2012	1. dubna	30. září	280	160	750
2013	1. dubna	30. září	280	160	750
2014	1. dubna	30. září	280	160	750

Zdroj: <http://www.botanica.cz/hlavni-stranka/trojska-karta>, [on-line], (cit. 2014-09-02)

*„Turistické produkty je třeba dostat do povědomí současných i potenciálních návštěvníků. To, čím je region typický, je třeba shrnout do jednoduchých slovních hesel a zahrnout ho do vizuálního loga regionu“<sup>22</sup>*

Těžištěm produktů v České republice by se mělo stát poznávání kultury, historie a tradic.

---

<sup>22</sup> MIŠKOVSKÝ, JOSEF, SRB, JAN, TOMSA, TOMÁŠ, *Agentura regionálního rozvoje, Návrh produktů cestovního ruchu, 2002, str. 4*

Zdroj: [cesky-raj.info/filemanager/files/file.php?file=1212](http://cesky-raj.info/filemanager/files/file.php?file=1212), [on-line], (cit. 2014-09-02)

## 5 Praktická část

Analýzou cestovního ruchu v rámci České republiky se zabývala také paní Ing. Markéta Vogelová, která se v oblasti analýz pohybuje již více než 7 let. 5 let pracovala v agentuře CzechTourism, nyní pracuje jako vedoucí oddělení marketingového výzkumu. Zároveň působí jako Tourism expert při UNWTO, kde sestavuje krátkodobé predikce vývoje cestovního ruchu a dále jako člen pracovní skupiny Market Intelligence Group, která je součástí European Travel Commission.

Ing. Vogelová prováděla segmentační výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch, který byl proveden metodou osobního dotazování. Cílem výzkumu bylo zjistit hlavní segmenty na poptávkové straně trhu domácího cestovního ruchu, jejich spotřebitelské preference, cestovatelské zvyklosti a způsob rozhodování o výběru destinace.

Hlavním zjištěním bylo:

- Nejčastější inspirací k cestování je doporučení známých, na druhém místě pak internet.
- Nejaktivnějším turistickým segmentem jsou tzv. „Aktivní památkáři“.<sup>23</sup>
- Dalším významným segmentem jsou sportovci, lázeňští turisté, pasivní památkáři.

Analýza domácího cestovního ruchu v mé diplomové práci bude probíhat na základě zpracování dostupných statistických údajů nebo internetových zdrojů a na závěr bude uvedeno hodnocení a zjištění.

Monitoring zahraničních turistů z Ruska, kterým se také zabývala Ing. Vogelová, mapuje motivaci turistů z Ruska. Výzkum probíhal ve dvou fázích. Formou kvantitativního a kvalitativního výzkumu. V kvantitativním výzkumu se uskutečňoval telefonickým dotazováním v domácnostech, délka rozhovoru trvala 20 – 30 minut, zpracování probíhalo z 5 tisíc rozhovorů. Kvalitativní výzkum probíhal v rámci skupinové diskuze o 8 – 10 obyvatel vybraného města. Délka diskuze trvala 90 – 120 minut, respondenti byli rozděleni dle věku, pohlaví, příjmu a vztahu k cestování.

---

<sup>23</sup> Aktivní památkáři jsou tací, kteří vyjíždějí za památkami všeho druhu.

Hlavním zjištěním bylo:

- Vysoká míra spokojenosti ruských návštěvníků v České republice.
- Česká republika je vysoce atraktivní destinací pro Rusy, kteří mají zájem o poznávání.
- V porovnání s jinými národy vysoký zájem o návštěvy regionů.
- Překážkou cesty do České republiky je vízová povinnost.

Incomingový cestovní ruch v České republice jsem se rozhodla analyzovat všeobecně, nezaměřovat se jen na určitou skupinu turistů nebo národ. Budu se zajímat o celkovou návštěvnost turistů naší země, a to pomocí statistických zdrojů, ročenek nebo formou emailového kontaktu s různými odbornými institucemi. Závěrem budou opět uvedeny mé postřehy a poznatky.

Je možné provádět různé monitoriny v oblasti cestovního ruchu např. návštěvnost prostřednictvím zbytkových dat mobilních operátorů nebo místa UNESCO, lázeňská místa, České hory. Možností je spousta, ale o ta se ve své práci zajímat nebudu. Mým cílem je všeobecně zhodnotit domácí cestovní ruch, incoming a outgoing v rámci České republiky.

## 5.1 Statistické instituce turismu v České republice

Pojem statistický monitoring turismu „označuje proces sběru, třídění, zpracování a interpretace dat, která odrážejí reálné procesy probíhající v ekonomické sféře. Cílem statistického monitoringu je získání časově i prostorově srovnatelných údajů popisujících *ex post* dění v turismu za sledované období ve sledované destinaci či zdrojovém trhu“<sup>24</sup>

K hlavním institucím, které se monitoringem zabývají v České republice je ČSÚ, ČNB, MMR a Czech Tourism.

---

<sup>24</sup> PALATKOVÁ, MONIKA, ZICHOVÁ, JITKA, *Ekonomika turismu*, Grada Publishing, 2011, str. 80, ISBN: 978-80-247-3748-5

### 5.1.1 Český statistický úřad (ČSÚ)

Tento úřad je hlavním orgánem státní správy České republiky. Byl zřízen 8. ledna 1969.

Cílem je poskytovat informace z ekonomického, sociálního, demografického, ale i ekologického vývoje turismu v České republice a porovnání s mezinárodními informacemi.

Mezi hlavní sledované zdroje patří kapacita ubytovacího zařízení, návštěvnost ubytovacích zařízení, domácí a výjezdový turismus nebo činnost kulturního zařízení.

Hlavními dokumenty ČSÚ jsou revidovaná Doporučení ke statistice v turismu, Ročenky nebo Metodické doporučení pro tvorbu satelitního účtu.

### 5.1.2 Česká Národní banka (ČNB)

Česká Národní banka je centrální bankou České republiky a orgánem, který vykonává dohled nad finančním trhem. Zřízena byla Ústavou České republiky. „*Nejvyšším orgánem ČNB je bankovní rada, jejímiž členy jsou guvernér, dva viceguvernéři a čtyři další členové bankovní rady*“<sup>25</sup>

Hlavním cílem ČNB je určovat měnovou politiku, vydávat mince a bankovky, poškozené bankovky z oběhu stahovat, dohlíží na kapitálový trh, zpracovává a vytváří statistické informace.

### 5.1.3 Czech Tourism

Česká centrála cestovního ruchu je „*státní příspěvková organizace zřízená rozhodnutím ministra hospodářství z 18. března 1993. Zřizovatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj*“<sup>26</sup>

Cílem Czech Tourism je propagovat Českou republiku na domácím trhu i v zahraničí.

K nejčastějším studiím, která Czech Tourism provádí, patří:

- Studie o příjezdovém cestovním ruchu
- Vnímání destinace Česká republika a motivace cest do České republiky
- Výzkumy o domácím cestovním ruchu
- Monitoring návštěvníků v turistických regionech

---

<sup>25</sup> Zdroj: ČNB, <http://www.cnb.cz/cs/index>, [on-line], (cit. 2014-09-03)

<sup>26</sup> PALATKOVÁ, MONIKA, ZICHOVÁ, JITKA, *Ekonomika turismu*, Grada Publishing, 2011, str. 83, ISBN: 978-80-247-3748-5

#### **5.1.4 Ministerstvo pro místní rozvoj**

*„Ministerstvo je metodickým a koordinačním orgánem pro všechny subjekty působící v oblasti cestovního ruchu“<sup>27</sup>*

Od roku 2005 MMR provádí průzkum na hraničních přechodech, který navazuje na průzkum realizovaný agenturou Czech Tourism. Cílem je zjištění spotřebního chování návštěvníků, což slouží jako vstupní údaj pro kalkulaci satelitního účtu turismu. Průzkum probíhá ve čtvrtletních intervalech a měl by probíhat až do roku 2015.

Statistický monitoring turismu České republiky prošel od začátku 90. let velkými změnami. Problémem byla nesouvislost časových řad sledovaných ukazatelů, absence ukazatelů, špatně uváděné údaje za strany dotazovaných i nízká věrohodnost. V současnosti turismus monitoruje i řada soukromých firem, a to většinou na zakázku od veřejného či soukromého sektoru.

---

<sup>27</sup> Zdroj: MMR, <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Regionalni-politika/>, [on-line], (cit. 2014-09-03)

## 6 Turistická nabídka cestovního ruchu v rámci České republiky

Nabídka cestovního ruchu by měla splňovat dvě důležité součásti:

- Primární nabídku
- Sekundární nabídku

Primární nabídkou je myšlena atraktivita cílového místa. Má za úkol přilákat návštěvníky do určité destinace.

Atraktivita jsou většinou děleny:

- Přírodní atraktivita (moře, lesy, zoo)
- Kulturně-historické atraktivita (hrady, lidové stavby)
- Organizované atraktivita (plesy, veletrhy)
- Společenské atraktivita (zabíječka, zvyky)

Atraktivita jsou hlavním motivem účasti na cestovním ruchu, jsou místně vázány a kapacitně omezeny.

Sekundární nabídka poskytuje vybavenost cílové destinace a služby.

Sekundární nabídku lze rozdělit:

- Materiálně technickou základnu (hotely, vleky, koupaliště)
- Dostupnost (dopravní, časová, informační)
- Image (např. roubená chata se nehodí na sídliště)
- Animace<sup>28</sup>

Turistická nabídka se neustále rozšiřuje, nabídka převyšuje poptávku, prodlužuje se sezóna a je kladen důraz na ekologii. Z důvodu velkého množství památek v České republice je proto tato kapitola praktické části zaměřena na vybranou část atraktivit, jejichž výběr je zcela náhodný. Náhodně byly také vybírány a porovnávány jednotlivé památky

---

<sup>28</sup> Zdroj: vlastní poznámky z přednášky, *Ekonomika ČR*, VŠO, Praha, 2012, (cit. 2014-09-07)



## 6.1 Kulturně-historické předpoklady

Česká republika nabízí velké množství turistických památek. Je navštěvována díky bohaté nabídce hradů, zámků, muzeí ale i přírodních památek nebo zábavě. V této kapitole se budeme věnovat návštěvnosti náhodně vybraných památek a porovnáme nejnavštěvovanější cíle v České republice za rok 2010, rok 2011 a rok 2012.

Díky ochotě panu Františku Kadlecovi, řediteli Odboru turistického ruchu na Správě Pražského hradu, se můžeme podívat na návštěvnost Pražského hradu v minulých letech.

**Tabulka č. 4 Návštěvnost Pražského hradu**

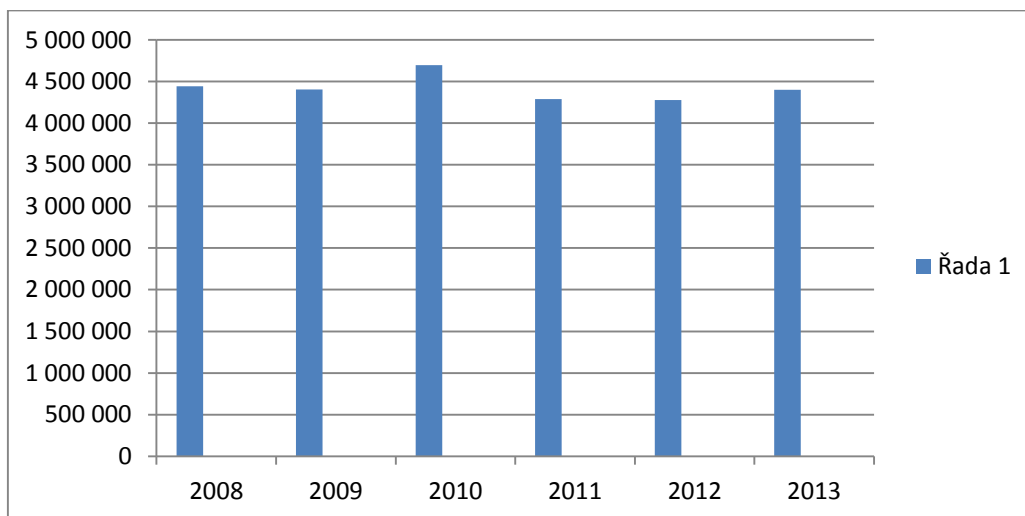
<b>Rok</b>	<b>Roční návštěvnost platících</b>	<b>Roční návštěvnost průchozí (vč.platících)</b>
2008	1 342 246	5 787 000
2009	1 212 920	5 616 000
2010	1 123 847	5 820 000
2011	1 430 023	5 720 000
2012	1 623 000	5 900 000
2013	1 748 000	6 149 000

Zdroj:www.hrad.cz, [on-line], (cit. 2014-09-09)

V tabulce č. 4 můžeme vidět, že návštěvnost Pražského hradu stále roste. V roce 2013 Pražský hrad navštívilo o 405 754 tisíc platících návštěvníků více, než v roce 2008. Zajímavé je také porovnání mezi průchozími návštěvníky a platícími návštěvníky. Platící návštěvníci jsou tací, kteří si koupí vstupenku a vstoupí do objektu, průchozí návštěvníci jen procházejí, do objektu nevstoupí. Jsou zjištěni pomocí návštěvnického průzkumu, který provádějí studenti tzv. „čárkovací metodou“<sup>29</sup>. Znamená to, že co jeden průchozí návštěvník, to jedna čárka. Rozdíl si lépe ukážeme na grafu.

<sup>29</sup> Čárkovací metoda je využívána i v případě, že chceme zjistit zatíženost silnic. Podle druhu auta je zapsána čárka do určité kolonky. (cit. 2014-10-20).

**Graf č. 1 Rozdíl mezi průchozími a platícími návštěvníky Pražského hradu**



Zdroj: vlastní výpočet dle tabulky č. 4, (cit. 2014-09-09)

Rok 2008 přinesl rozdíl 4 444 754 návštěvníků mezi průchozími a platícími návštěvníky. Pokles byl zaznamenán roku 2012, kdy rozdíl byl 4 277 000 návštěvníků. Předpokladem je zvyšující se nárůst návštěvnosti Pražského hradu, ale i rozdíl mezi průchozími a platícími návštěvníky.

Sledovaným zástupcem z historických zámků byl vybrán zámek Hluboká. Zde patří poděkování za poskytnuté údaje paní Machové ze Správy zámku.

Sledována zde byla návštěvnost zámku a návštěvnost dle národnosti návštěvníků v roce 2011, v roce 2012 a v roce 2013.

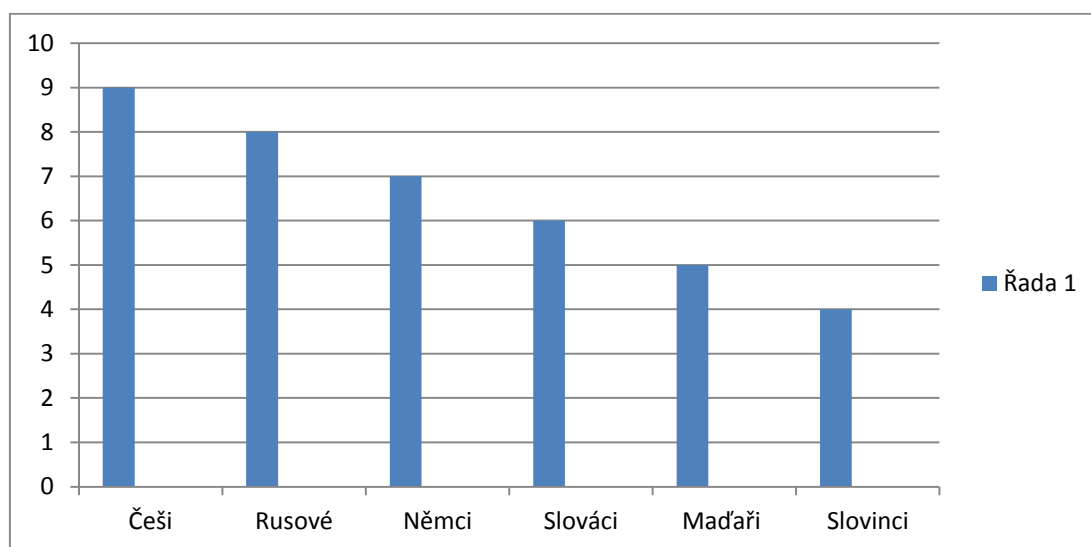
**Tabulka č. 5 Návštěvnost zámku Hluboká**

Rok	Počet návštěvníků
2011	245 868
2012	252 082
2013	256 619

Zdroj: údaje od p. Machové ze Správy zámku Hluboká, (machova.jitka@npu.cz), (cit. 2014-09-09)

Z poskytnutých údajů můžeme vidět, že návštěvnost zámku Hluboká je stále vysoká a každým rokem roste. Návštěvnost zámku je ovlivněna počasím, otevírací dobou, příjezdem cizinců do České republiky s cílem navštívit tento zámek nebo výši vstupného. Výnosy zámku jsou ovlivněny také dle národnosti návštěvníků nebo dle jednotlivých prohlídkových tras.

**Graf č. 2 Návštěvnost zámku dle národnosti**



Zdroj: údaje od p. Machové ze Správy zámku Hluboká, (machova.jitka@npu.cz), (cit. 2014-09-09)

Nejvyšší počet návštěvníků tvoří Češi. Cizinci si mohou vybrat prohlídku dle nabízených tras, po kterých chodí, jak s českými výpravami, mají tlumočníka nebo chodí na prohlídky v cizím jazyce. Nejméně zámek navštěvují Francouzi, Poláci a Asiaté. Japonci zámek Hluboká například navštěvují v malých skupinách, které tvoří 10 lidí a průměrně jsou to dvě skupiny týdně. Japonci jak jsem zjistila, mají své katalogy s památkami UNESCO, je tedy proto více navštěvovaným zámek u Japonců Český Krumlov. Statistika zaměřená na návštěvnost Asiátů na zámku Hluboká není bohužel vedena.

Jak již bylo uvedeno, tržby zámku jsou závislé na výši vstupného a okruhu prohlídkové trasy. V přílohách si můžeme prohlédnout tabulky, které nám ukazují rozdíly vstupného při výkladu v českém jazyce a s příplatkem za cizojazyčný výklad.

Největším rozdílem jsou rodinné vstupenky, kde cizinci zaplatí o 200,- Kč více než Češi. O polovinu dražší mají vstupné také děti, studenti a senioři. Je to ale pochopitelné, částka, kterou platí cizinci navíc, je určena pro tlumočníka.

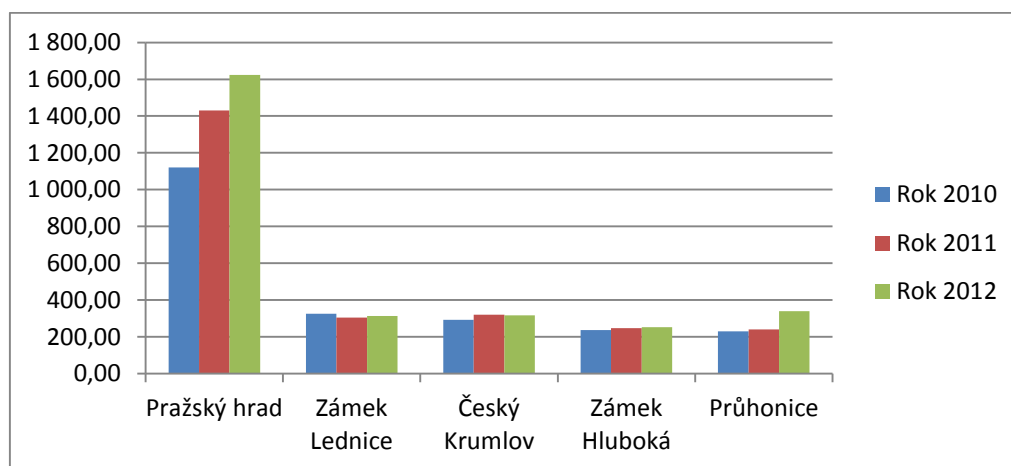
Náhodným výběrem zkoumaných památek se dostáváme k celkovému výzkumu nejnavštěvovanějších turistických cílů v České republice. Zkoumány byly roky 2010, 2011 a rok 2012. Vzhledem tomu, že Česká republika oplývá spoustou kulturních i historických památek, výběr zkoumaných atraktivit je opět náhodný.

**Tabulka č. 6 Nejnavštěvovanější turistické zámky a hrady v České republice**

Rok	Pražský hrad	Státní zámek Lednice	Český Krumlov	Hluboká nad Vltavou	Zámek Průhonice
2010	1 120,1 tis.	325,4 tis.	292,7 tis.	236,1 tis.	230,0 tis.
2011	1 430,0 tis.	304,7 tis.	319,7 tis.	246,9 tis.	240,0 tis.
2012	1 623,0 tis.	312,7 tis.	316,0 tis.	252,1 tis.	340,0 tis.

Zdroj: vlastní úprava dle [http://www.czechtourism.cz/statistiky/databáze výzkumů/návštěvnost turistických cílů](http://www.czechtourism.cz/statistiky/databáze_vyzkumu/navstevnost_turistickych_cilu), [on-line], (cit. 2014-09-09)

**Graf č. 3 Nejnavštěvovanější turistické zámky a hrady v České republice**



Zdroj: vlastní úprava dle tabulky č. 8, (cit. 2014-09-09)

Dle očekávání bylo výzkumem potvrzeno, že nejnavštěvovanější památkou mezi hrady a zámky je Pražský hrad. Překvapení je možná na druhé pozici, většina by očekávala, že druhé místo zaujme zámek Hluboká, ale není tomu tak. Na druhém místě je Státní zámek Lednice s 325,4 tisíci návštěvníky, což je o 89,1 tisíc návštěvníků více, než má Státní zámek Hluboká v roce 2010. Za rok 2012 je to o 60,6 tisíc návštěvníků více.

Jinou zkoumanou kulturní atraktivitou jsou muzea a galerie. „Podle statistických údajů za rok 2013 je v České republice zaznamenáno celkem 504 muzeí, galerií a památníků“<sup>30</sup>. Po revoluci roku 1989 proběhl prudký vývoj těchto institucí. Je proto zajímavé sledovat data, alespoň ve vybraných parametrech.

**Tabulka č. 7 Galerie a muzea v České republice**

<b>Rok</b>	<b>Počet galerií</b>	<b>Počet muzeí</b>	<b>Počet návštěvníků</b>		<b>Vybrané vstupné</b>	
			<b>Galerie</b>	<b>Muzea</b>	<b>Galerie</b>	<b>Muzea</b>
2010	46	412	1 646 279	7 661501	51 589000	358 371000
2011	47	425	1 654 983	8 363351	51 960600	401 922100
2012	39	418	1 574 869	7 806042	59 369000	390 285000
2013	44	434	1 350 653	9 107032	51 960600	496 829800

Zdroj: vlastní úprava dle [www.nipos-mk.cz/vybraná statistika v kultuře](http://www.nipos-mk.cz/vybraná_statistika_v_kultuře), [on-line], (cit. 2014-09-10)

Celková návštěvnost muzejních institucí se v posledních letech pohybovala mezi 9 – 10 miliony návštěvníků za rok. Na první pozici se zatím řadí rok 2013, kdy návštěvnost přesáhla 10 milionů, přesně 10 457 685 návštěvníků. Dosud tak vedl rok 2007, jehož návštěvnost byla 10,4 milionu návštěvníků. Návštěva muzeí a galerií představuje nejrozsáhlejší oblast kultury.

Tuto část kapitoly zakončíme přehledem nejnavštěvovanějších turistických cílů v jednotlivých krajích České republiky.

Česká republika je rozdělena na 14 krajů. Vzhledem k množství turistických cílů v každém kraji, bude vybrán jen nejnavštěvovanější turistický cíl s počtem návštěvníků.

<sup>30</sup> Zdroj: [http://www.nipos-mk.cz/vybraná statistická data v kultuře](http://www.nipos-mk.cz/vybraná_statistická_data_v_kultuře), [on-line], (cit. 2014-09-10)

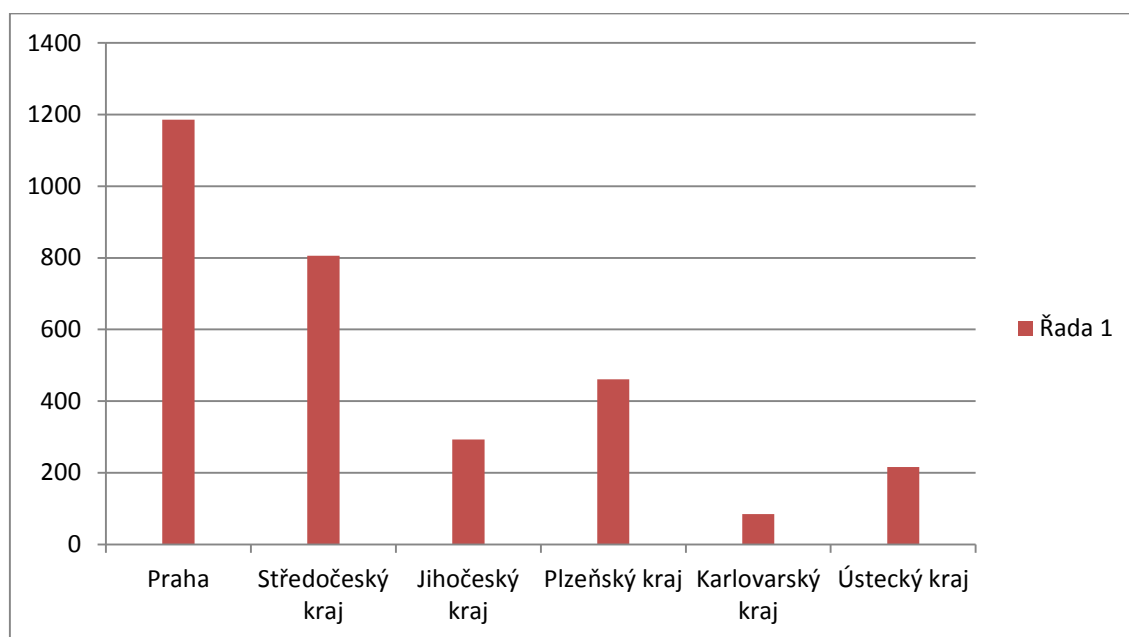
**Tabulka č. 8 Návštěvnost památek a počet návštěvníků v jednotlivých krajích**

<b>Kraj</b>	<b>Turistický cíl</b>	<b>Návštěvnost cíle (v tis.)</b>
Praha	Zoologická zahrada Praha	1 185,32
Středočeský kraj	AquaPalace Čestlice Praha	805,5
Jihočeský kraj	Zámek Český Krumlov	292,7
Plzeňský kraj	Zoologická zahrada Plzeň	460,8
Karlovarský kraj	Hrad Loket	84,7
Ústecký kraj	Zoologická zahrada Chomutov	216,4
Liberecký kraj	Centrum Babylon Liberec	475,6
Královéhradecký kraj	Zoologická zahrada Dvůr Králové	454,5
Pardubický kraj	Východočeské muzeum v Pardubicích	56,8
Vysočina	Zoologická zahrada Jihlava	223,8
Olomoucký kraj	Zoologická zahrada Olomouc	368,5
Jihomoravský kraj	Státní zámek Lednice	325,4
Zlínský kraj	Zoologická zahrada Lešná	442,5
Moravskoslezský kraj	Svět miniatur, sklep strašidel Ostrava	378,9

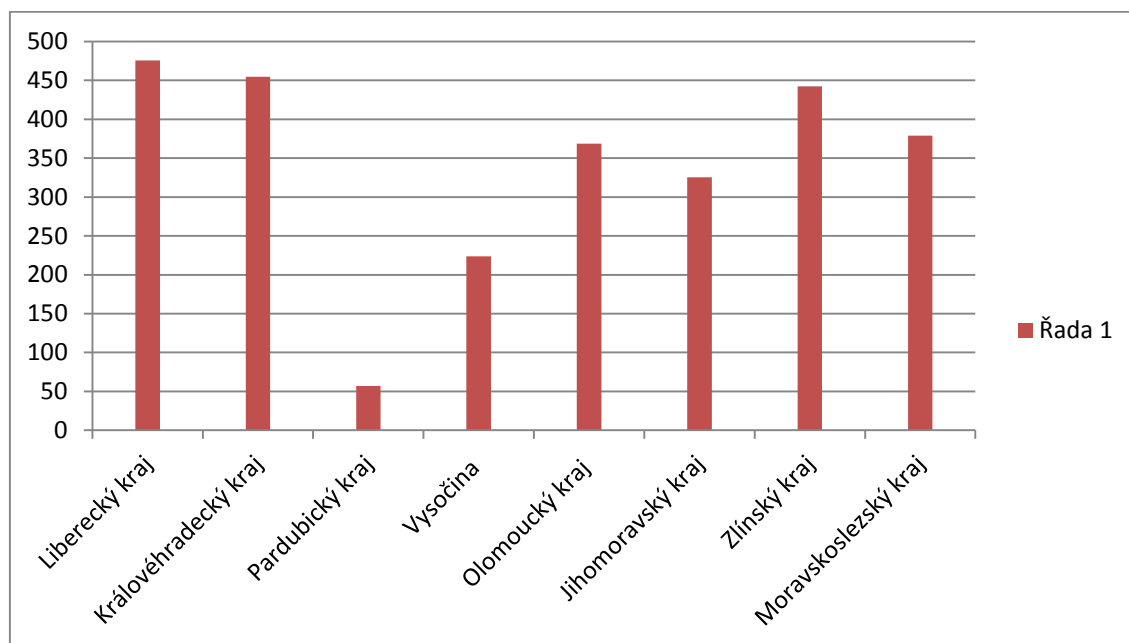
Zdroj: vlastní úprava dle [http://www.czechtourim.cz/statistiky/databáze výzkumů/návštěvnost turistických cílů](http://www.czechtourim.cz/statistiky/databaze_vyzkumu/navstevnost_turistickyh_cilu), [on-line], (cit. 2014-09-10)

Tabulka nám ukazuje přehled nejnavštěvovanějších turistických cílů v jednotlivých krajích České republiky. Polovinu cílů tvoří návštěvy zoologických zahrad, celkem v 7 krajích. Nejvyšší návštěvnost má Zoologická zahrada v Praze s 1 185, 32 návštěvníky, naopak nejméně navštěvovaný kraj je Pardubický s 56,8 návštěvníky. Rozdíl je markantní, celkem o 1 128,52 návštěvníků. Rozdíl si lépe ukážeme na grafu.

**Graf č. 4** Návštěvnost turistických cílů v krajích České republiky



Zdroj: vlastní úprava dle tabulky č. 10, (cit. 2014-09-10)



Zdroj: vlastní úprava dle tabulky č. 10, (cit. 2014-09-10)

## 6.2 Přírodní památky

Přírodní předpoklady jsou základním prvkem přírodních rekreačních zdrojů. Různé tvary povrchu krajiny nám slouží k různému využití.

Základní přírodní předpoklady jsou:

- Nadmořská výška
- Členitost území
- Krajina, která je atraktivní pro cestovní ruch
- Estetická hodnota

Nadmořskou výšku lze rozdělit do 4 stupňů:

- Nížiny ( 0-200 m.n.m)
- Nízké vysočiny ( 201-800 m.n.m)
- Středovysočiny ( 801-1500 m.n.m)
- Vysoké vysočiny (více jak 1500 m.n.m) <sup>31</sup>

Mezi přírodní předpoklady řadíme klima. Záleží, jaká je teplota vzduchu, sluneční svit, mlhy, větrnost, srážky nebo inverze. V letním období je klima teplé, v zimě mrazivé se sněhovou pokrývkou. Takovému počasí říkáme, že je mimořádné příznivé.

Počasí vhodné je takové, kdy jsou vhodné podmínky pro pobyt v přírodě, v zimě je zamračeno, ale s dostatkem sněhu. K přírodním předpokladům patří také vodstvo, fauna a vegetace. V České republice je více než 40% ubytovacích kapacit kolem vodních ploch. V Chorvatsku je to více než 75%.

Výskyt cestovního ruchu ovlivňuje tedy vydatnost pramenů, teplota vody, chemické složení, léčivé účinky, čistota vody, hloubka nebo kvalita dna. V České republice mají největší význam jezera, vodní nádrže, termální prameny, vodopády nebo vodní toky.

Fauna má vliv na aktivity, umožňuje nám lovit ryby, návštěvy v zoo, lov zvěře, pozorování zvěře v rezervacích.

---

<sup>31</sup> Zdroj: <http://geography.upol.cz/přirodni-předpoklady-CR>, [on-line], (cit. 2014-09-11)



Vegetace ovlivňuje přitažlivost krajiny pro cestovní ruch. Působí na smyslové vjemy, kocháme se jí, má uklidňující účinky. Zejména lesy mají naši pozornost. Jejich rozloha, délka a druhová struktura porostu ovlivňuje aktivity v cestovním ruchu.

V této kapitole se zkoumaným prvkem stala Chráněná území v České republice a jako přírodní úkaz nebo chcete-li památky, byly vybrány Jeskyně Moravského Krasu.

**Tabulka č. 9 Chráněná území v České republice**

<b>Rok</b>	<b>Počet chráněných území</b>	<b>Národní parky</b>	<b>Chráněné krajinné oblasti</b>	<b>Národní přírodní památky</b>	<b>Národní přírodní rezervace</b>
2008	2 234	4	25	106	112
2009	2 247	4	25	107	113
2010	2 267	4	25	107	114
2011	2 301	4	25	112	110
2012	2 367	4	25	113	109

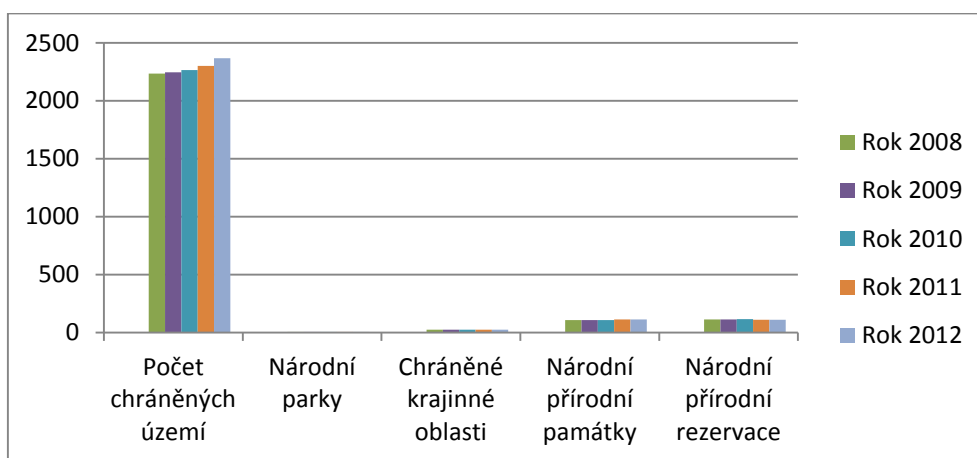
Zdroj: [http://www.czso.cz/csu/data/časové\\_řady/chráněná\\_území](http://www.czso.cz/csu/data/časové_řady/chráněná_území), [on-line], (cit. 2014-09-11)

V tabulce přehledně vidíme, že počet chráněných území v České republice stále roste. Od roku 2008 do roku 2012 jejich počet vzrostl o 133. Stoupající tendenci mají i Národní přírodní památky. Naopak stálý počet 4, si zachovávají Národní parky.

Rozloha chráněných území je uváděna v tisících hektarech, ve zkratce (tis. ha). Největší rozlohu zastávají chráněné krajinné oblasti, druhé místo obsazují národní parky. V roce 2012 plocha chráněné krajinné oblasti byla 1 087 tisíc hektarů. Oproti tomu například národní přírodní památky zabírají v témže roce 5 tisíc hektarů.

Údaje k vytvoření časových řad a statistik poskytuje Českému statistickému úřadu Agentura ochrany přírody a krajiny.

**Graf č. 5 Přehled Chráněných území v České republice**



Zdroj: vlastní úprava dle tabulky č. 11, (cit. 2014-09-11)

Jak již bylo uvedeno výše, ke zkoumání a sledování údajů přírodních krás byly vybrány Jeskyně Moravského Krasu. Důvod je jednoduchý. Díky informacím a poskytnutému materiálu pana Jiřího Hebelky ze Správy Jeskyní Moravského Krasu, mi bylo umožněno se tomuto sledování věnovat. Za to mu patří velké poděkování.

Na území České republiky je evidováno 4000 jeskyní. Většina z nich se nachází právě v oblasti Moravského krasu. „*Krajinu Moravského krasu zdobí pestrá škála povrchových krasových jevů: závrtky, škrapy, ponory, vyvěračky, skalní mosty, krasové žleby, slepá údolí, která mají přímou návaznost na krasové jevy podzemní, propasti a jeskyně*“<sup>32</sup>

Na vzniku krasových jevů se podílejí mechanické procesy jako rozvírání skalních masivů, tektonické pohyby, řízení nebo zvětrávání. Tím vznikají skalní rozsedliny, pukliny a suťové jeskyně.

V každém případě geologické složení na území České republiky je velmi pestré a vytváří rozmanitý vzhled krajiny a podzemí. Pojdme ale ke zkoumaným údajům.

<sup>32</sup> Zdroj: ZAJÍČEK, PETR, *Jeskyně České republiky*, Akademia, Praha, 2010, str. 12, ISBN: 978-80-200-1840-3

Samozřejmě nás zajímá návštěvnost Jeskyní Moravského krasu. Začneme tedy tímto.

**Tabulka č. 10 Návštěvnost Jeskyní Moravského krasu**

	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Punkevní jeskyně	189 084	199 929	197 070	193 363
Kateřinská jeskyně	36 204	34 515	34 755	34 754
Sloupsko-šošůvské jeskyně	36 592	36 805	39 814	34 674
Balcarka	28 214	25 930	26 982	23 636
Výpustek	18 959	19 299	17 864	16 968
<b>Celkem</b>	<b>309 053</b>	<b>316 478</b>	<b>316 485</b>	<b>303 395</b>

Zdroj: <http://www.cavemk.cz>, [on-line], (cit. 2014-09-11)

Dle předpokladu je nejvíce navštěvovanou jeskyní Punkevní jeskyně s počtem 199 929 návštěvníků za rok 2011. V celkové návštěvnosti byl nejsilnější rok 2012 s 316 485 návštěvníky.

**Tabulka č. 11 Návštěvnost jeskyní dle domácích a zahraničních návštěvníků**

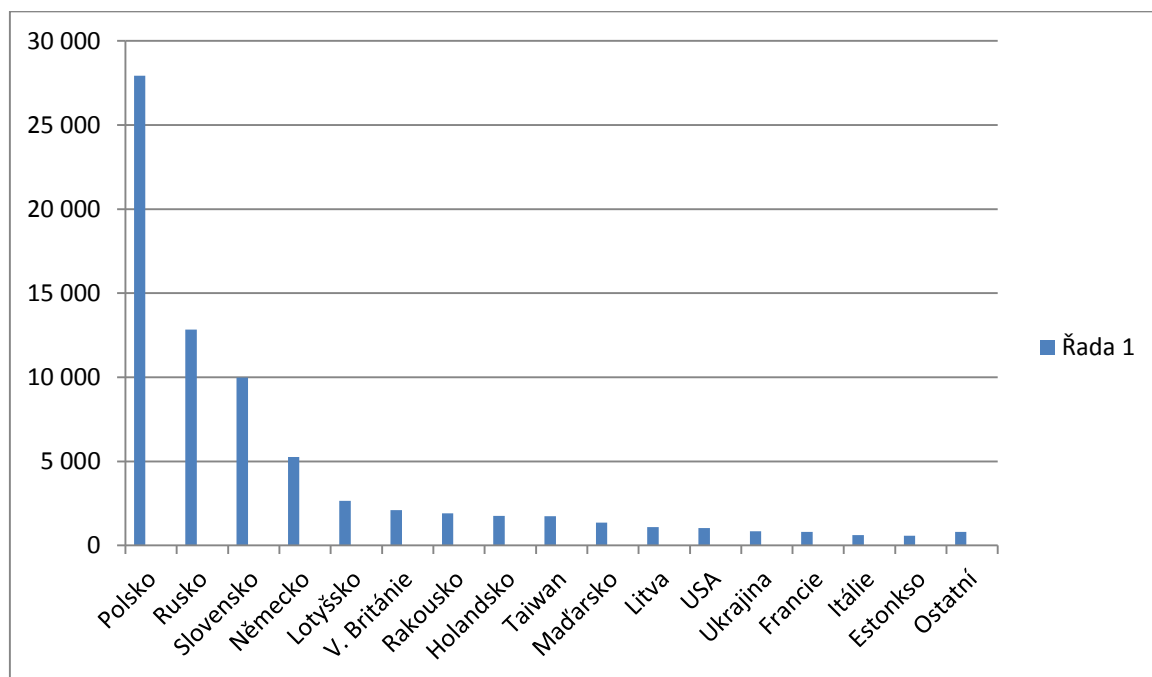
	<b>Meziroční rozdíl %</b>	<b>Z toho cizinců</b>	<b>% Cizinců</b>	<b>Meziroční rozdíl domácí</b>	<b>Meziroční rozdíl domácí %</b>
Punkevní jeskyně	-1,9	79 663	41,2	-4 332	-3,7
Sloupsko-šos. jeskyně	-14,8	3 234	9,3	-6 429	-17,0
Kateřinská j.	0,0	10 483	30,2	-441	-1,8
Balcarka	-14,2	1 908	8,1	-3 629	-14,3

Výpustek	-5,3	1 063	6,3	-798	-4,8
Celkem	-4,3	96 351	31,8	-15 629	-7,0

Zdroj: materiál od p. Hebelky, Správa jeskyní Moravského krasu, *Zpráva o plnění úkolů a činnosti za rok 2013*, (cit. 2014-09-11)

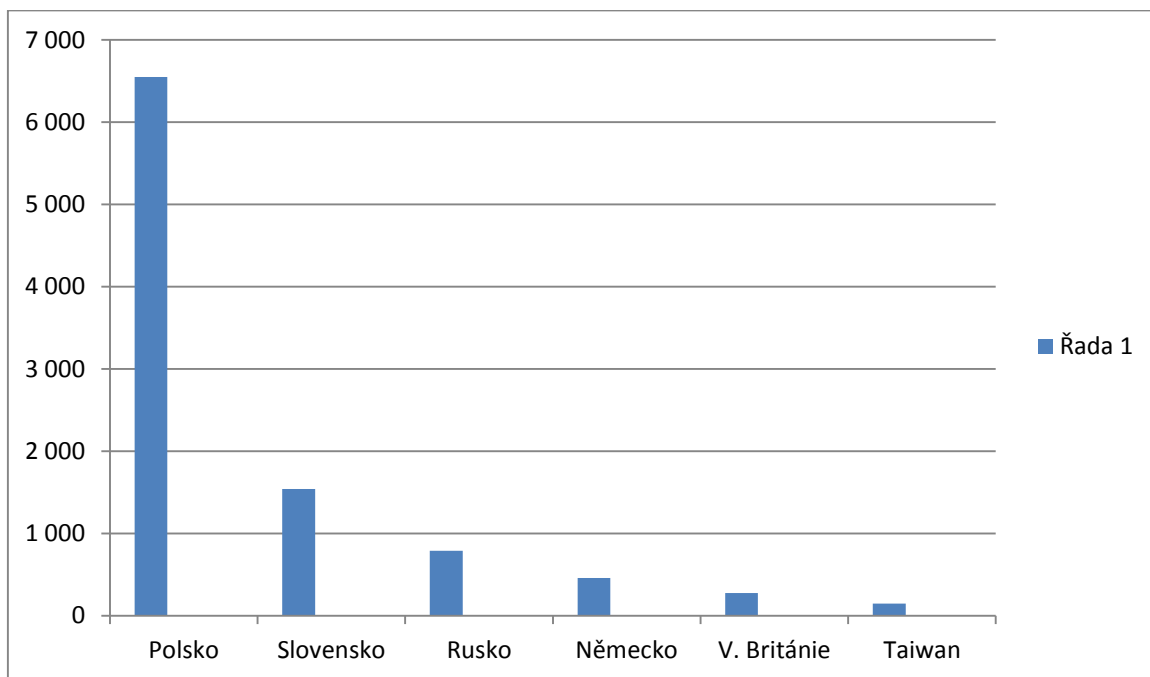
V roce 2013 navštívilo jeskyně Moravského krasu 303 395 návštěvníků, což činí 47,39% celkové návštěvnosti 640 221 všech 14 zpřístupněných jeskyní. V roce 2013 byla návštěvnost jeskyní nižší o 13 090 návštěvníků než v roce 2012. Počet domácích návštěvníků se snížil v roce 2013 o 15 629, což je o 7% méně než v roce 2012. Ale naopak přibýlo o 2,6% návštěvníků ze zahraničí. Co se týká tržeb z návštěvnosti, za rok 2013 byly o 5,3% nižší než v roce 2012.

**Graf č. 6 Počet zahraničních návštěvníků v Punkevních jeskyních v roce 2013**



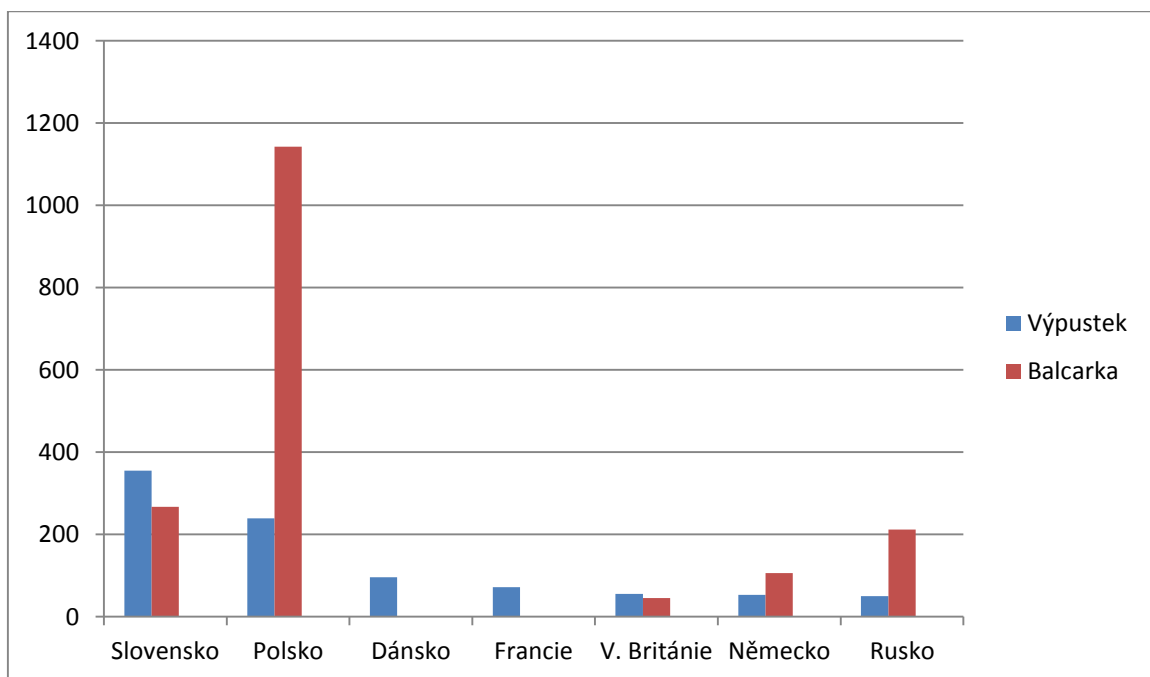
Zdroj: vlastní úprava dle Správy Jeskyní Moravského krasu, *Zpráva o plnění úkolů a činnosti za rok 2013*, (cit. 2014-09-11)

**Graf č. 7 Počet zahraničních návštěvníků v Kateřinské jeskyni v roce 2013**



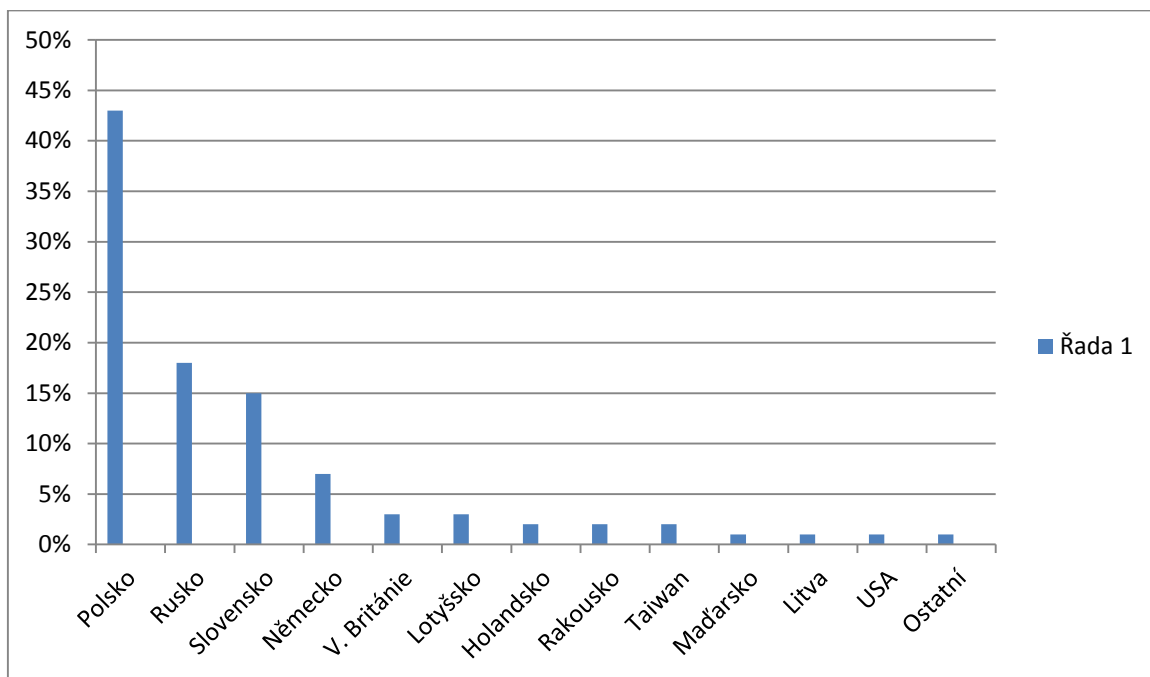
Zdroj: vlastní úprava dle Správy jeskyní Moravského krasu, *Zpráva o plnění úkolů a činnosti za rok 2013*, [on-line], (cit. 2014-09-11)

**Graf č. 8 Počet zahraničních návštěvníků v jeskyni Výpustek a Balcarka v roce 2013**



Zdroj: vlastní úprava dle Správy jeskyní Moravského krasu, *Zpráva o plnění úkolů a činnosti za rok 2013*, (cit. 2014-09-11)

**Graf č. 9 Procentuelní skladba zahraničních návštěvníků v jeskyních v roce 2013**



Zdroj: vlastní úprava dle Správy jeskyní Moravského krasu, *Zpráva o plnění úkolů a činnosti za rok 2013*, (cit. 2014-09-11)

Z grafu vyplývá, že nejvíce v roce 2013 jeskyně navštívili Poláci s 43%. Druzí byli Rusové s 18%, na třetím místě skončili Slováci s 15%. Nejmenší skupinu tvořili návštěvníci z USA, Litvy a Maďarska.

Tuto kapitolu zakončíme poděkováním panu Jiřímu Hebelkovi ze Správy jeskyní Moravského krasu, bez jehož poskytnutého materiálu bychom nemohli provést celkové vyhodnocení.

### 6.3 Sportovně-rekreační předpoklady

Sport má v České republice dlouhou tradici. K masivnějšímu rozvíjení došlo ale až po roce 1989. Sportovně rekreační služby slouží k uspokojení potřeb obyvatelstva. Umožňují aktivně využívat vytvořené podmínky pro sport nebo rekreaci.

Jedna skupina sportovně rekreačních služeb je univerzálního charakteru, není závislá na přírodních podmínkách. To znamená, že sport či rekreace je vykonávána například v halách, krytých bazénech, fitnesscentrech nebo tenisových halách.

Druhá skupina služeb nabízí aktivity s ohledem na přírodní podmínky. V létě poskytuje bazény, golfová nebo volejbalová hřiště. V zimní sezoně to jsou vleky, kluziště, lyžařské dráhy nebo lanovky.

Sportovní cestovní ruch tvoří podniky, jejichž hlavní činností je výtěžná činnost a poskytování služeb spojených se sportem. Výhodou sportovních zařízení je sezonnost. Po celý rok jsou otevřeny sportovní haly nebo sportovní centra, která poskytují své služby.

Jako rekreační předpoklady můžeme jmenovat pěknou krajinu, výhled do okolí, klid a ticho, kde člověk zregeneruje duševní i fyzické síly. Rekreační aktivitou jsou letní sporty, pěší turistika, lyžování, cykloturistika nebo vodácká turistika. Odpočívat lze také pasivně, jako divák při nějakém sportovním zápase. Rekreační aktivity jsou umožněny středisky jak v létě, kdy se hrají plážové hry, vodní sporty, míčové hry, tak v zimě, kdy jsou podmínky středisek připraveny na sáňkování, lyžování, bruslení i snowboarding.

Významnou úlohu v rekreačním cestovním ruchu má v České republice chalupaření.

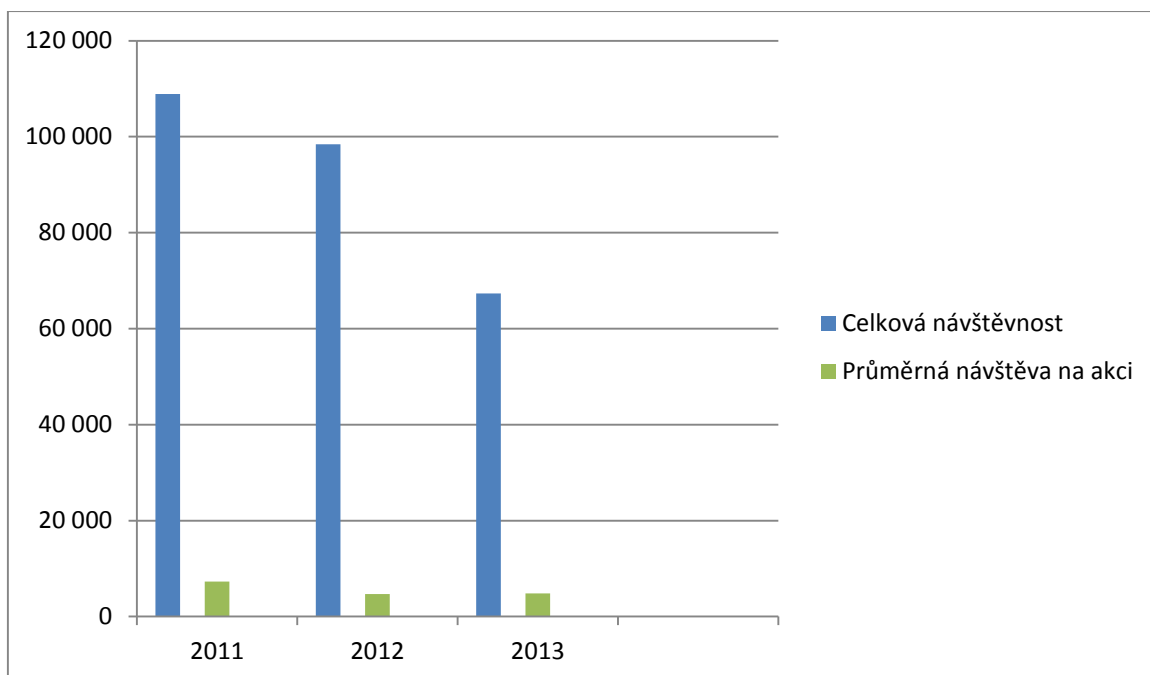
V současné době je velký zájem také o golfová hřiště. Česká republika nabízí celkem 96 hřišť, dva areály jsou s 36 jamkami, čtyři areály s 27 jamkami, 41 areálů s 18 jamkami a 49 areálů s 9 a méně jamkami. Výhled ukazuje další růst golfových hřišť, i když co do počtu vedou stále malé areály. Mezi golfisty je 7 584 hráčů a hráček do 21 let, což je o 119 osob meziroční nárůst, čili 2%.

**Tabulka č. 12 Přehled cyklotras I. třídy**

Evidenční číslo	Průběh trasy	Trasa km	Odbočky km
1	Praha - Královice	27	0
1	Mukařov – Dobré Pole	26	0
1	Kutná Hora - Brno	201	0
2	Vrchlabí – Dolní Žleb	349,5	0
3	Praha – Ovčí vrch	207	0,5

Zdroj: [http://www.cykloserver.cz/aktuality/značení cyklotrasy v ČR](http://www.cykloserver.cz/aktuality/značení_cyklotrasy_v_čr), [on-line], (cit. 2014-09-12)

**Graf č. 10 Průměrná návštěvnost v Tipsport areně**



Zdroj: <http://www.hokej.cz/cz/tipsport-extraliga/navstevnost>, [on-line], (cit. 2014-09-12)

V České republice nalezneme nepřeberné množství sportovních zařízení poskytující vyžití ve volném čase jak v letním období, tak v období zimním. Zde jsme se zaměřili pouze na přehled cyklotras, jako volnočasové aktivity a návštěvnost v jedné z mnoha sportovních hal v České republice.



## 7 Analýza návštěvnosti České republiky

### 7.1 Analýza domácího cestovního ruchu

Domácí cestovní ruch je pohyb domácího obyvatelstva na území státu, kdy nedochází k překročení hranic. Soustředíme se na vybrané ukazatele v domácím turismu České republiky.

**Tabulka č. 13 Přehled domácího turismu za rok 2010**

		<b>Celkem</b>	<b>V ČR</b>
Počet cest (v tis.)	Delší cesty	10 189	5 866
	Kratší cesty	15 546	14 198
	Služební cesty	1 940	1 183
Počet přenocování	Delší cesty	85 285	47 268
	Kratší cesty	31 268	28 286
	Služební cesty	6 514	2 983
Průměrný počet přenocování na 1 cestě	Delší cesty	8,4	8,1
	Kratší cesty	2,0	2,0
	Služební cesty	3,4	2,5
Průměrné výdaje na 1 cestu (v Kč)	Delší cesty	7 007	3 140
	Kratší cesty	1 019	777
	Služební cesty	5 405	2 696

Zdroj: [http://vdb.czso.cz/vybrané tabulky/domácí cestovní ruch](http://vdb.czso.cz/vybrané-tabulky/domácí-cestovní-ruch), [on-line], (cit. 2014-09-14)

**Tabulka č. 14 Spotřební chování rezidentů na delších cestách**

<b>Rok</b>	<b>Počet cest</b>	<b>Účel cesty</b>	<b>Typ ubytování</b>	<b>Typ dopravy</b>
2011	7 222	Volný čas 5 017	Hotel 1 319	Auto 5 741
		Návštěva 1 819	Vlastní 2 195	Autobus 816
		Zdrav. pobyt 309	U známých 2 312	Vlak 594
2012	7 358	4 788	1 319	5 851

		2 078	2 195	714
		402	2 312	735
2013	7 089	4 884	1 372	5 786
		1 854	2 011	672
		317	2 410	574

Zdroj: vlastní úprava dle [http://www.czso.cz/časove\\_rady/archiv](http://www.czso.cz/časove_rady/archiv), [on-line], (cit. 2014-09-15)

Delší cesty v domácím turismu jsou důležitým ukazatelem vývoje domácího turismu. Delší cesty jsou většinou v rámci dovolených, návštěv nebo zdravotní pobytu, kde průměrný počet přenocování se pohybuje kolem 8 nocí. Nejvíce cest je uskutečněno osobním vozidlem. Ubytování je nejčastější u známých nebo ve vlastním ubytovacím zařízení.

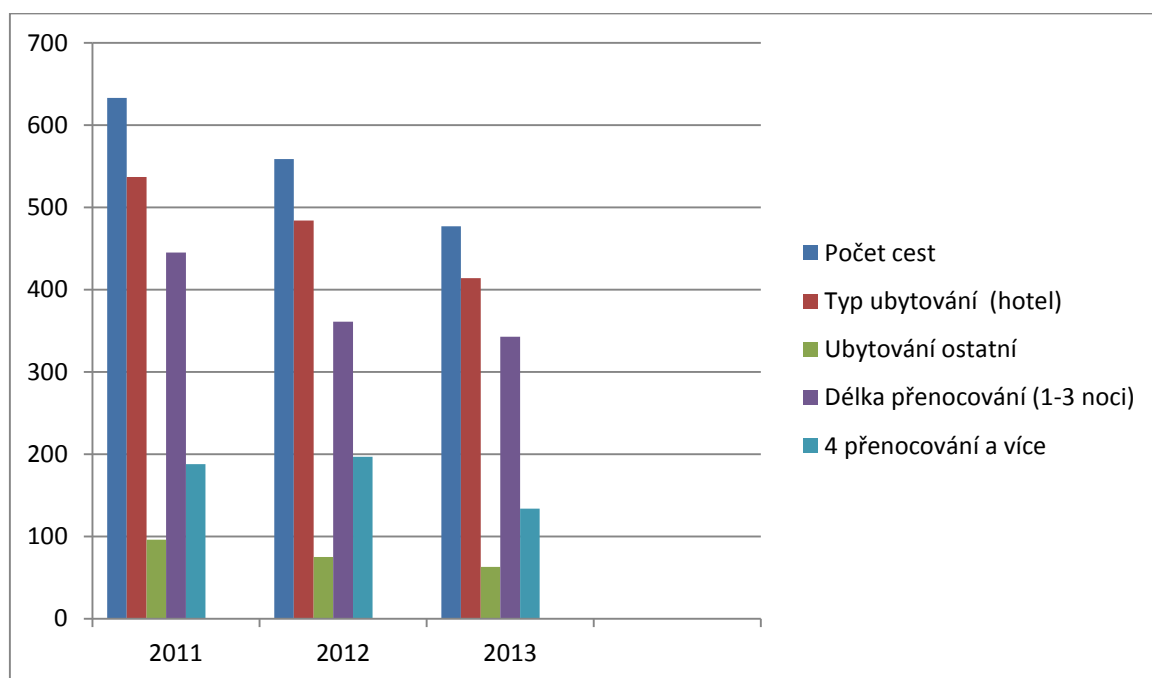
#### **Tabulka č. 15 Spotřební chování rezidentů na kratších cestách**

<b>Rok</b>	<b>Počet cest</b>	<b>Účel cesty</b>	<b>Typ ubytování</b>	<b>Typ dopravy</b>
2011	21 483	Rekreace 11 159 Návštěva 10 001 Zdrav. pobyt 61	Hotel 1 146 Vlastní 8 233 U známých 11 010	Auto 18 258 Autobus 1 853 Vlak 1 241
2012	18 629	10 054 8 374 77	1 155 7 017 9 414	15 246 1 718 1 536
2013	17 215	8 071 8 900 111	1 222 5 155 9 764	14 022 1 796 1 250

Zdroj: vlastní úprava dle [http://www.czso.cz/časove\\_rady/archiv](http://www.czso.cz/časove_rady/archiv) 2003-2010, [on-line], (cit. 2014-09-15)

Kratší cesty jsou většinou s 1-3 přenocováními. Jsou to většinou víkendové cesty. Převažují rekreační cesty automobilem s ubytováním u známých nebo vlastním ubytovacím zařízením. Ke kratším cestám patří hlavně cesty na chalupy a chaty.

**Graf č. 11 Spotřební chování rezidentů na služebních cestách do zahraničí**



Zdroj: vlastní úprava dle <http://www.czso.cz/časové řady/archiv 2003-2010>, [on-line], (cit. 2014-09-15)

Služební cesty mají krátkodobý charakter a jsou uskutečňovány během celého roku. Největší počet služebních cest bylo v roce 2011 a to celkem 633. Rok 2013 přinesl jen 477 služebních cest. Ubytování na služebních cestách je nejvíce využíváno v hotelích. Zajímavé je, že na služební cesty jezdí většinou muži než ženy.

Nejvíce navštěvovaným krajem v České republice za rok 2013 byl Královéhradecký kraj, který navštívilo 2 209 426 rezidentů. Počet přenocování v tomto kraji bylo 2 981 325 nocí. Druhé místo obsadil Jihočeský kraj s 2 172 626 návštěvníky. Třetí místo patří Libereckému kraji s 1 761 496 návštěvníky. Nejméně navštěvovaným krajem byla Vysočina s 839 448 návštěvníky.

V domácím cestovním ruchu nehodnotíme jen spotřební chování rezidentů na krátkých či delších cestách, ale také:

- Motivaci pro trávení volného času v České republice
- Mediální podporu cestovního ruchu
- Jak dál, co nového v domácím cestovním ruchu?
- Problémy domácího cestovního ruchu

## 7.2 Analýza pasivního (výjezdového) cestovního ruchu

Pasivní cestovní ruch neboli také outgoing označuje turismus, kdy domácí obyvatelé překračují hranice a dochází k odlivu peněžních prostředků z domácí ekonomiky do zahraničí. Ukazatele pasivního turismu uvádí Český statistický úřad.

Vývoj pasivního cestovního ruchu po 2. světové válce byl v České republice zbrzděn poválečnou rekonstrukcí, ale hlavně zařazením Československa do socialistického bloku. V 50. letech minulého století nelze prakticky o pasivním turismu hovořit. K mírnému rozvoji došlo až od počátku 60 let.<sup>33</sup> Do roku 1989 byla administrativní omezení, pro překročení hranice bylo třeba mít platný pas a výjezdní doložku. To byl dokument, který cestu povoloval a obsahoval údaje o účelu cesty, počtu cest nebo časové omezení. Dalšími dokumenty byly vízum a devizový příslib, jenž sloužil k nákupu zahraniční měny.

Po roce 1993 došlo k rozdělení Československa a Slovensko se tak stalo zahraniční destinací. V roce 1997-2004 patřily k hlavním navštěvovaným destinacím Chorvatsko, Itálie, Německo a Řecko. Hlavním důvodem byly rekreace (přes 60%). Rostlo ubytování v hotelích, cesty leteckou dopravou.

Po roce 2004, který byl významným vstupem České republiky do EU, přinesl tento vstup zvýšení cest do zahraničí, nárůst obchodních cest, cestování mladých lidí, narostl počet jednodenních a studijních cest, ale důležitým krokem byl zjednodušení cestování bez víz a pasů.

V pasivním cestovním ruchu se sledují hlavně tyto ukazatele:

- Způsob dopravy
- Účel cesty
- Volba destinace
- Délka cesty
- Výše a struktura výdajů
- Sezónnost
- Způsob organizace cesty
- Volba ubytování

---

<sup>33</sup> PALATKOVÁ, MONIKA, ZICHOVÁ, JITKA, *Ekonomika turismu*, Grada Publishing, 2011, str. 134, ISBN: 978-80-247-3748-5

**Tabulka č. 16 Spotřeba výjezdového cestovního ruchu dle vybraných ukazatelů  
(v mil. Kč)**

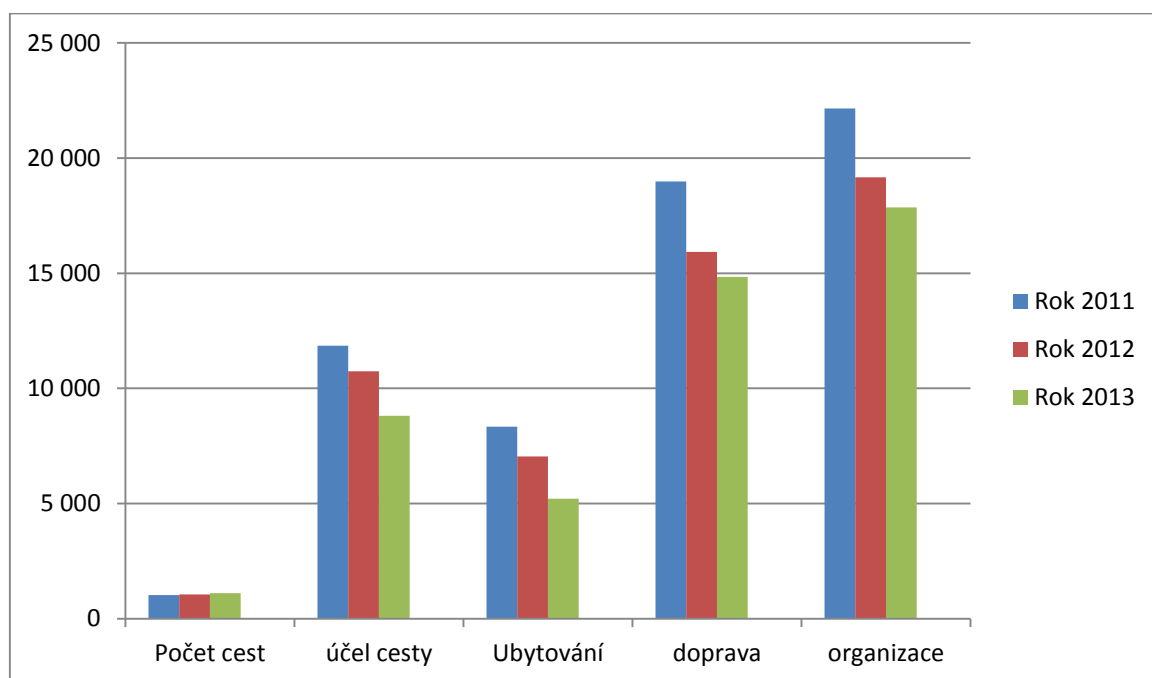
	<b>Ukazatel</b>	<b>Rok 2010</b>	<b>Rok 2011</b>	<b>Rok 2012</b>
Jednodenní návštěvníci	Služby CK/CA	-	-	-
	Ubytování	X	X	X <sup>34</sup>
	Stravování	723	677	802
	Doprava	747	699	828
	Zboží	1 445	1 354	1 604
Turisté	Služby CK/CA	2 226	1 978	2 094
	Ubytování	13 220	11 339	12 114
	Stravování	11 347	10 391	11 030
	Doprava	8 112	7 828	8 297
	Zboží	4 848	5 146	5 392
Služební cesty	Služby CK/CA	-	-	-
	Ubytování	3 374	2 819	2 488
	Stravování	4 374	3 654	3 226
	Doprava	4 269	3 567	3 148
	Zboží	3 183	2 679	2 364
Návštěvníci celkem	Služby CK/CA	2 226	1 978	2 094
	Ubytování	16 594	14 158	14 602
	Stravování	16 443	14 723	15 057
	Doprava	13 128	12 094	12 274
	Zboží	9 477	9 179	9 360

Zdroj: vlastní úprava dle [http://www.czso.cz/csu/redakce/satelitní účet/tabulky/spotřeba](http://www.czso.cz/csu/redakce/satelitni_ucet/tabulky/spotreba), [on-line], (cit. 2014-09-16)

V tabulce č. 16 je zobrazen přehled výdajů rezidentů realizované v zahraničí v mil. Kč. Největší výdaje jsou vydávány za ubytování a stravování.

<sup>34</sup> Zdroj: X – nelogické, vysvětlivka z [http://czso.cz/csu/redakce/satelitní účet/tabulky/spotřeba](http://czso.cz/csu/redakce/satelitni_ucet/tabulky/spotreba), [on-line], (cit. 2014-09-16)

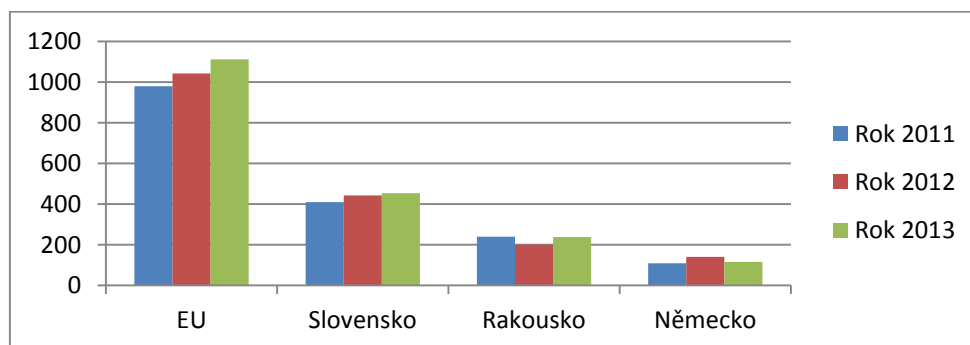
**Graf č. 12 Kratší cesty (1-3 přenocování) rezidentů do zahraničí (v tis.)**



Zdroj:vlastní úprava dle [http://www.czso.cz/csu/časové řady/domáci a výjezdový cestovní ruch v ČR](http://www.czso.cz/csu/časove_řady/domaci_a_vyjezdovy_cestovni_ruch_v_cr), [online], (cit. 2014-09-16)

V případě kratších cest do zahraničí je hlavním účelem rekreace a volný čas. Rok 2013 zaznamenal v tomto ukazateli pokles oproti roku 2011, kdy počet rekreací byl 11 859 tis. Ubytování je nejvíce zařizováno u příbuzných a známých. Dopravnímu prostředku vévodí automobil průměrně až 15 000 tis., volený způsob organizace na kratší cesty je většinou individuální než zájezd s CK.

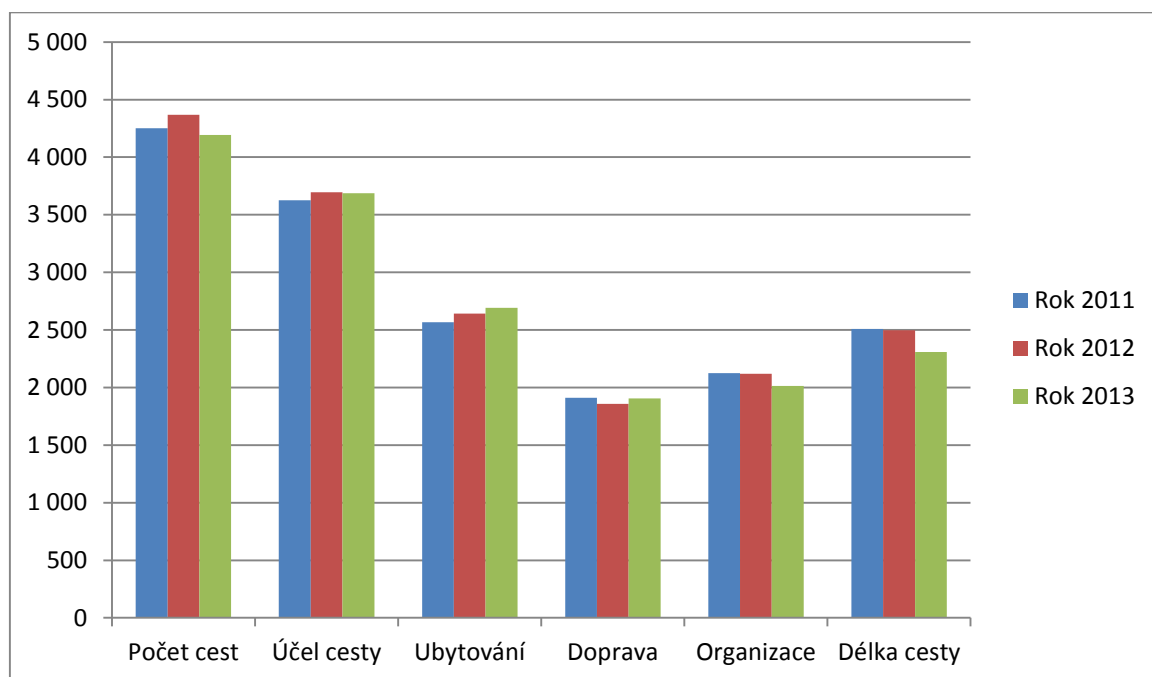
**Graf č. 13 Cílové destinace rezidentů na kratších cestách (v tis.)**



Zdroj:vlastní úprava dle [http://www.czso.cz/csu/časové řady/](http://www.czso.cz/csu/časove_řady/) [on-line], (cit. 2014-09-16)

Nejvíce navštěvovanou destinací rezidenty České republiky na krátkých cestách jsou země Evropské unie. Je zde zachycen nárůst krátkých cest v roce 2013 do zahraničních destinací. Kratší cesty jsou cesty na 1-3 přenocování, které jsou realizované ve volném čase. Průměrný výdaj na jednu cestu je kolem 4 tisíc Kč.

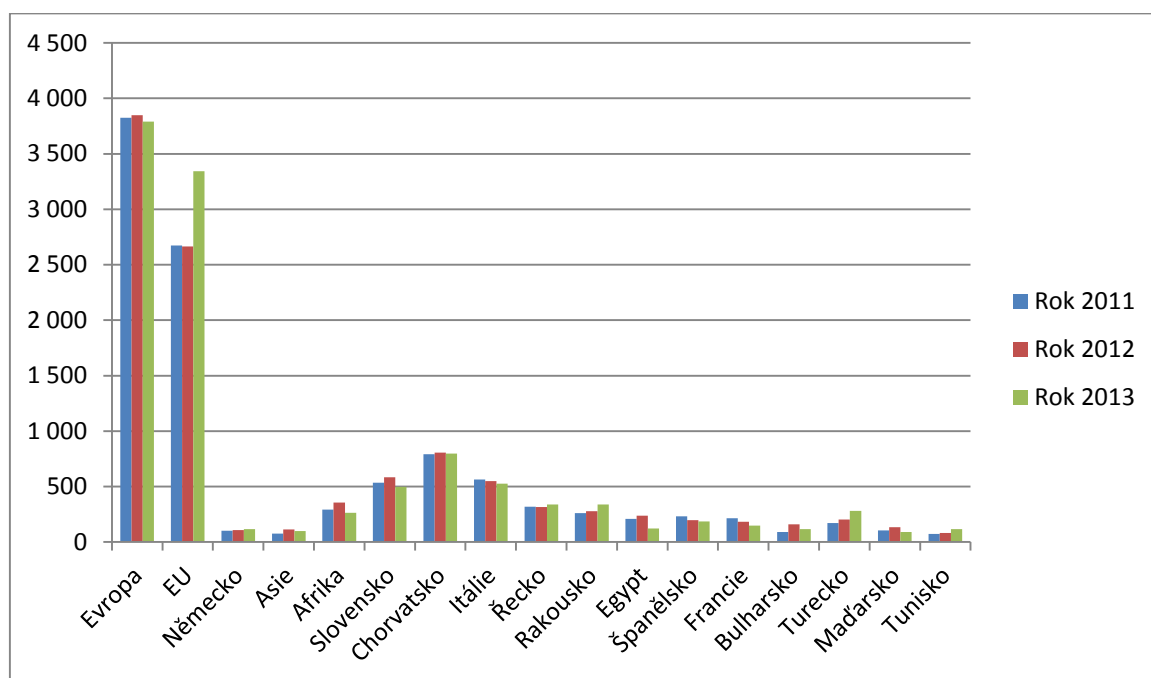
**Graf č. 14 Delší cesty (4 a více přenocování) rezidentů do zahraničí (v tis.)**



Zdroj: vlastní úprava dle [http://czso.cz/csu/časové\\_řady/výjezdový\\_cestovní\\_ruch\\_v\\_ČR](http://czso.cz/csu/časové_řady/výjezdový_cestovní_ruch_v_ČR), [on-line], (cit. 2014-09-16)

Delší cesty se vyznačují sezonností v prázdninových měsících a minimálním počtem 4 přenocováními. Delší cesty jsou realizovány automobilem, na druhém místě letadlem. Většina rezidentů je ubytována v hotelích, poté mají zajištěno vlastní ubytování. Hlavním účelem dlouhých cest jsou dovolené a rekreace. V organizaci převládá individualita, v těsném závěsu jsou zájezdy s cestovní kanceláří. Délka cest převažuje na 4-7 přenocováními.

**Graf č. 15 Delší cesty rezidentů do zahraničí dle cílové destinace (v tis.)**



Zdroj: vlastní úprava dle [http://czso.cz/csu/časové řady/výjezdový cestovní ruch v ČR](http://czso.cz/csu/časove-řady/vyjezdovy-cestovni-ruch-v-cr), [on-line], (cit. 2014-09-16)

Nejvíce navštěvovanou destinací za rok 2013 je Evropa s 4 193 tis. cest. Nejméně bylo navštěvováno v roce 2013 Maďarsko s 90 tis. cestami. Struktura hlavních destinací výjezdového turismu se nijak výrazně nemění. I v roce 2009 byly hlavními destinacemi Chorvatsko, Slovensko, Itálie, Řecko a další země Evropy.

Jednotlivé pozice a ukazatele se stále mění. Jsou ovlivňovány ekonomickými, demografickými, informačními, ale i legislativními a politickými faktory, požadavky účastníků na služby a zboží jsou náročnější, klient je vzdělanější a umí lépe formulovat své požadavky na potřeby a místo. Úkolem cestovního ruchu je se těmito požadavkům umět přizpůsobit.



### 7.3 Analýza aktivního (příjezdového) cestovního ruchu

Aktivní turismus nebo také incoming představuje turismus obyvatelstva, které přijíždí k nám do České republiky. Představuje příliv peněžních prostředků ze zahraniční ekonomiky do domáčí.

Základními ukazateli aktivního turismu se zabývají:

- Český statistický úřad
- Česká národní banka
- CzechTourism
- Ministerstvo pro místní rozvoj

Příjezdový cestovní ruch může vyvolat i přímý export zboží, s nímž se účastníci zahraničního cestovního ruchu seznámili a oblíbili v průběhu svého pobytu v zahraničí (pivo, víno). Příjezdový cestovní ruch může také ale ovlivnit dovoz zboží, neboť určitý počet návštěvníků se drží spotřeby výrobků tradičních značek a vyžaduje je i po dobu svého pobytu v zahraničí (tabákové výrobky)<sup>35</sup>

**Tabulka č. 17 Celkový počet zahraničních návštěvníků za rok 2012**

Počet turistů celkem (v tis.)	39%	8 908
Počet jednodenních návštěv	51%	11 591
Počet tranzitujících	10%	2 161
Celkem návštěvníků		22 660

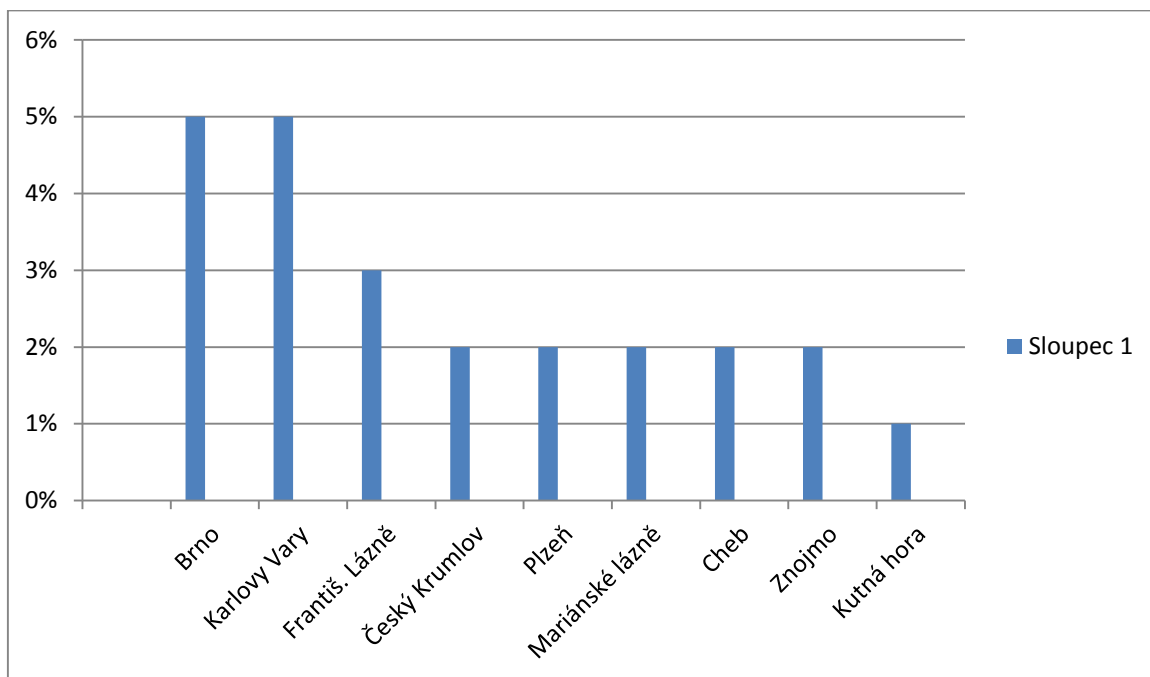
Zdroj:[http://www.mmr.cz/cs/Podpora regionů a cestovní ruch/statistiky a analýzy/příjezdový cestovní ruch za rok 2012](http://www.mmr.cz/cs/Podpora_regionu_a_cestovni_ruch/statistiky_a_analyzy/prijezdovy_cestovni_ruch_za_rok_2012), [on-line], (cit. 2014-09-17)

Hlavním důvodem návštěv v roce 2012 byly nákupy 39%, dále dovolená 33%, obchodní cesty 8%, návštěva 8%, jiné 2%.

Ubytování návštěvníků nejvíce zaznamenaly hotely a penziony až 76%, 3% placené ubytování v soukromí, 16% neplacené ubytování a 1,5% kempy.

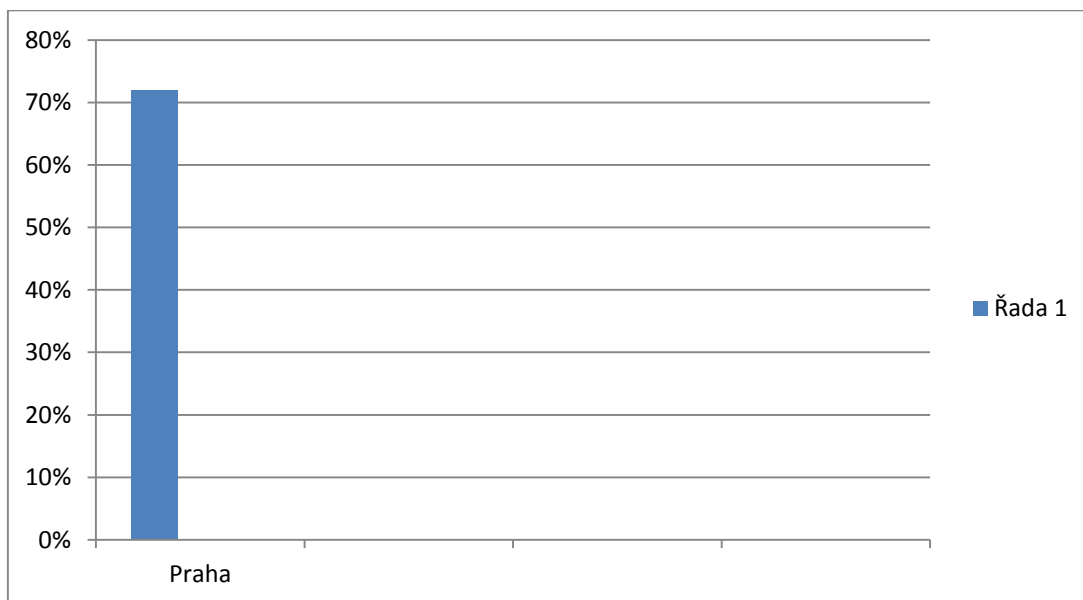
<sup>35</sup> vlastní poznámky z přednášky *Ekonomika ČR*, VŠO, 2012, (cit. 2014-09-17)

**Graf č. 16 Navštívená místa zahraničními návštěvníky za rok 2012**



Zdroj:vlastní úprava dle [http://www.mmr.cz/cs/Podpora regionů a cestovní ruch/statistiky a analýzy/příjezdový cestovní ruch za rok 2012](http://www.mmr.cz/cs/Podpora_regionů_a_cestovní_ruch/statistiky_a_analýzy/příjezdový_cestovní_ruch_za_rok_2012), [on-line], (cit. 2014-09-17)

**Graf č. 17 Návštěvnost Prahy zahraničními návštěvníky za rok 2012**



Zdroj:vlastní úprava dle [http://www.mmr.cz/cs/Podpora regionů a cestovní ruch/statistiky a analýzy/příjezdový cestovní ruch za rok 2012](http://www.mmr.cz/cs/Podpora_regionů_a_cestovní_ruch/statistiky_a_analýzy/příjezdový_cestovní_ruch_za_rok_2012), [on-line], (cit. 2014-09-17)

Nejvíce navštěvovaným místem v roce 2012 byla Praha (72%), druhým místem bylo Brno (5%), třetím místem Karlovy Vary (5%), dalšími Český Krumlov (2%), Plzeň (2%), Mariánské lázně (2%), Cheb (2%), Znojmo (2%) a Kutná hora (1%).

**Tabulka č. 18 Celkový počet zahraničních návštěvníků za rok 2013**

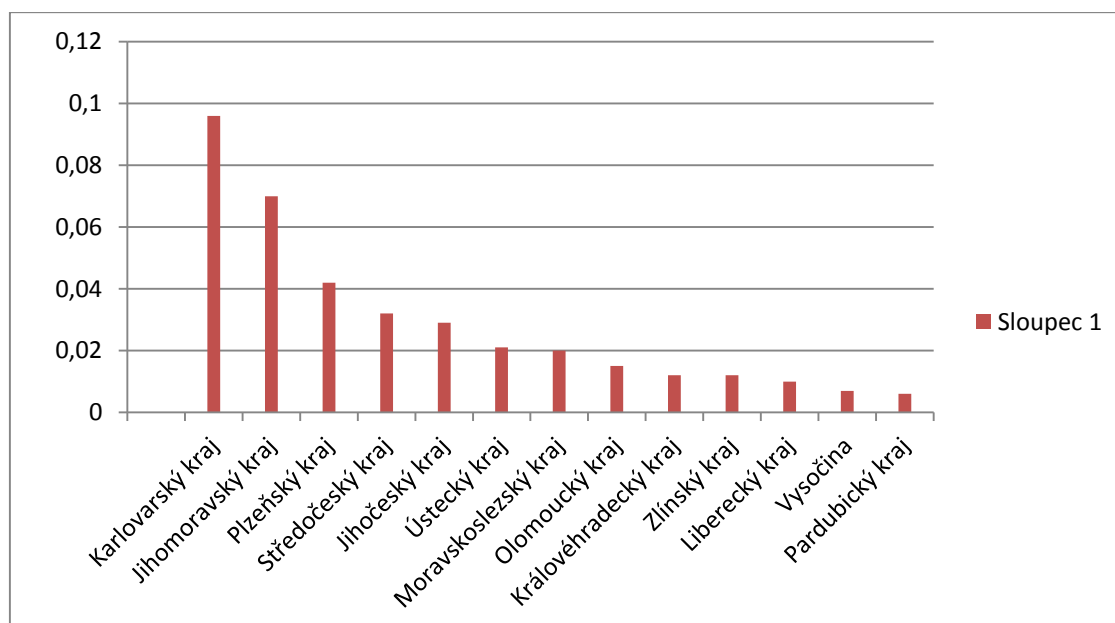
Počet turistů celkem (v tis.)	9 004
Počet jednodenních návštěvníků	11 869
Počet tranzitujících	2 146
Celkem zahraničních návštěvníků	23 019

Zdroj: [http://www.mmr.cz/cs/Podpora regionů a cestovní ruch/statistiky a analýzy/příjezdový cestovní ruch za rok 2013](http://www.mmr.cz/cs/Podpora_regionu_a_cestovni_ruch/statistiky_a_analzy/prijezdovy_cestovni_ruch_za_rok_2013), [on-line], (cit. 2014-09-17)

Hlavním důvodem návštěv v roce 2013 byla dovolená 65%, následovaly obchodní cesty 15%, návštěva příbuzných 13% a nákupy 1%.

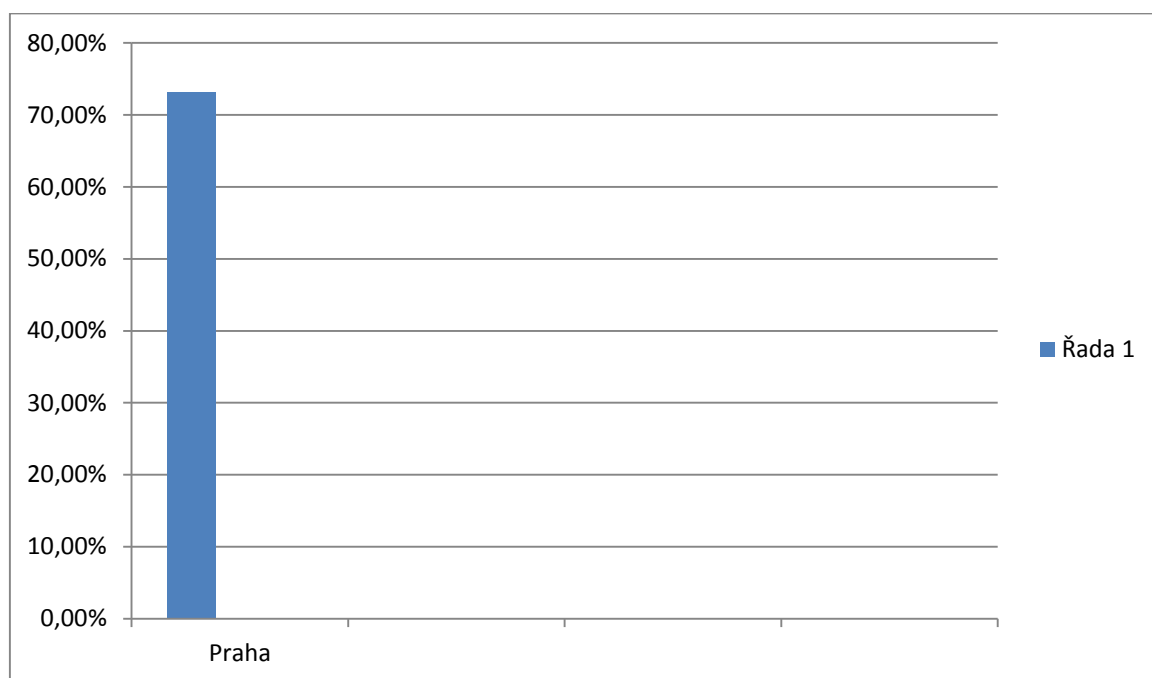
Ubytování vévodil opět hotel 78%, ubytování v soukromí 4%, kempy 1,1%.

**Graf č. 18 Návštěvnost krajů zahraničními návštěvníky za rok 2013**



Zdroj: vlastní úprava dle [http://www.mmr.cz/cs/Podpora regionů a cestovní ruch/statistiky a analýzy/příjezdový cestovní ruch za rok 2013](http://www.mmr.cz/cs/Podpora_regionu_a_cestovni_ruch/statistiky_a_analzy/prijezdovy_cestovni_ruch_za_rok_2013), [on-line], (cit. 2014-09-17)

**Graf č. 19 Návštěvnost Prahy zahraničními návštěvníky za rok 2013**



Zdroj: vlastní úprava dle [http://www.mmr.cz/cs/Podpora regionů a cestovní ruch/statistiky a analýzy/příjezdový cestovní ruch za rok 2013](http://www.mmr.cz/cs/Podpora_regionů_a_cestovní_ruch/statistiky_a_analýzy/příjezdový_cestovní_ruch_za_rok_2013), [on-line], (cit. 2014-09-17)

V roce 2013 byl nejvíce navštěvovaný kraj Praha (73,1%), oproti roku 2012 je zaznamenán mírný nárůst. Karlovarský kraj byl druhým nejnavštěvovanějším krajem (9,6%), jako třetí byl Jihomoravský kraj (7,0%). Nejmenší návštěvnost zaznamenal Pardubický kraj (0,6%).

Od roku 2011 vzrostly průměrné výdaje zahraničních turistů.

**Tabulka č. 19 Průměrné výdaje zahraničních turistů (v tis.)**

	2011	2012	2013
Pře návštěvou	1 053	1 142	1 310
Během návštěvy	1 349	1 369	1 511
celkem	2 402	2 511	2 821

Zdroj: [http://www.mmr.cz/cs/Podpora regionů a cestovní ruch/statistiky a analýzy/příjezdový cestovní ruch za rok 2013](http://www.mmr.cz/cs/Podpora_regionů_a_cestovní_ruch/statistiky_a_analýzy/příjezdový_cestovní_ruch_za_rok_2013), [on-line], (cit. 2014-09-17)

90,5% cest v roce 2013 bylo organizováno individuálně, 9,5% s cestovní kanceláří.

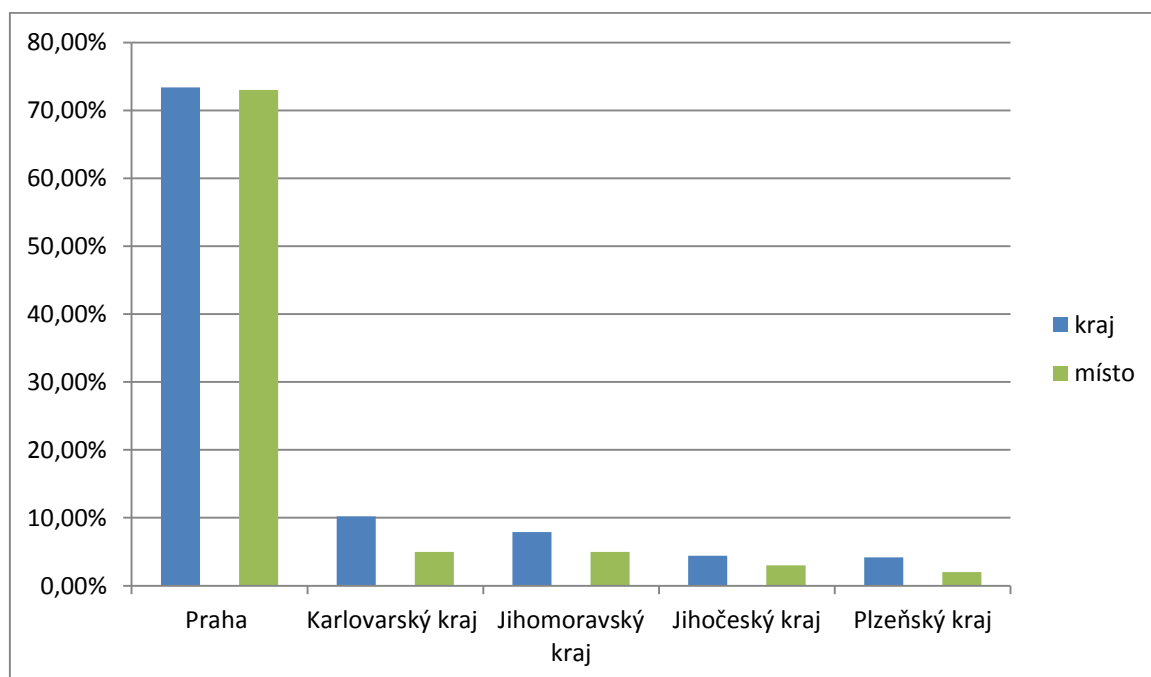
**Tabulka č. 20 Celkový počet návštěvníků za 1. čtvrtletí roku 2014**

Počet turistů celkem (v tis.)	9 672
Počet jednodenních návštěvníků	12 749
Počet tranzitujících	2 305
Celkem zahraničních návštěvníků	24 727

Zdroj: [http://www.mmr.cz/cs/Podpora regionů a cestovní ruch/statistiky a analýzy/příjezdový cestovní ruch za 1. čtvrtletí roku 2014](http://www.mmr.cz/cs/Podpora_regionu_a_cestovni_ruch/statistiky_a_analzy/prijezdovy_cestovni_ruch_za_1_4tvrtleti_roku_2014), [on-line], (cit. 2014-09-17)

Hlavním důvodem návštěv za 1. čtvrtletí roku 2014 byla dovolená 65%, 15% tvořily obchodní cesty, 14% návštěvy známých a 1% nákupy. Ubytování v hotelích bylo zaznamenáno 79%, ubytování v soukromí 5%, neplacené ubytování 14% a kemp 0%. Ubytování v hotelu roste od roku 2012, zatímco klesá neplacené ubytování. Neplacené ubytování využívají turisté ze sousedních zemí, kteří do České republiky přijeli navštívit příbuzné a známé.

**Graf č. 20 Navštívená místa a kraje za 1. čtvrtletí roku 2014**



Zdroj: vlastní úprava dle [http://www.mmr.cz/cs/Podpora regionů a cestovní ruch/statistiky a analýzy/příjezdový cestovní ruch za 1. čtvrtletí roku 2014](http://www.mmr.cz/cs/Podpora_regionu_a_cestovni_ruch/statistiky_a_analzy/prijezdovy_cestovni_ruch_za_1_4tvrtleti_roku_2014), [on-line], (cit. 2014-09-17)

V návštěvnosti krajů za 1.čtvrtletí roku 2014 obsadila první místo Praha (73,4%), v návštěvnosti míst je Praha také na prvním místě (73%).

5% návštěvníků jezdí do České republiky minimálně 1x měsíčně, 20% návštěvníků několikrát ročně, 11% jen 1x za rok, 17% méně než 1x ročně a 48% návštěvníků bylo v České republice poprvé.

Českou republiku navštívili v 1.čtvrtletí nejvíce turisté z Německa (17%), dále pak Rusové (11%), Slováci (9%), Italové (7%), Francouzi (6%), Poláci (4%), turisté z Rakouska (3%), posledními jsou turisté ze Španělska (3%)<sup>36</sup>

Snížil se podíl turistů ze sousedních zemí, naopak vzrostl podíl Italů oproti roku 2013.

Vstup České republiky do Evropské unie má vliv na incoming a domácí turismus. Díky tomuto vstupu narostl objem obchodního turismu, narostl počet studijních cest, roste kvalita služeb, vznikají nadnárodní produkty, roste kvalita služeb, zlepšuje se image destinace České republiky a vzniká možnost čerpání finančních prostředků na další využívání možností rozvoje turismu.

## **7.4 Analýza ubytovacích služeb v rámci České republiky**

Ubytovací služby spočívají v poskytování přechodného ubytování. Jsou kompletovány s dalšími službami, jako je stravování nebo volný čas<sup>37</sup>.

Ubytovací služby můžeme členit z různých hledisek:

- Ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních (hotely, penziony, motely)
- Specializovaná zařízení (léčebná zařízení, konferenční centra)
- Jiná hromadná ubytovací zařízení (kempy, chaty, ubytovny)
- Ubytování v soukromí (vlastní příbytek, ubytování u známých, pronajímané pokoje v rodinných domech, bydlení pronajaté od soukromníků)

---

<sup>36</sup> Zdroj: [http://www.mmr.cz/cs/Podpora a cestovni ruch/statistiky a analyzy, příjezdový cestovní ruch za 1. čtvrtletí za rok 2014](http://www.mmr.cz/cs/Podpora_a_cestovni_ruch/statistiky_a_analyzy_prijezdovy_cestovni_ruch_za_1._ctvrtleti_za_rok_2014), [on-line], (cit. 2014-09-17)

<sup>37</sup> vlastní poznámky z přednášky *Ubytovací služby*, KRUIŠOVÁ, HANA, VŠO, 2010, (cit. 2014-09-18)

Ubytovací služby členíme i jiných hledisek:

- Z hlediska doby provozu (zařízení s celoročním provozem, sezónní zařízení)
- Z hlediska lokalizace (městská, venkovská, přímořská, lázeňská)
- Z hlediska klientely (turisté, rodiny s dětmi, mládež, senioři, sportovci)
- Z hlediska druhu zařízení (tradiční, doplňková, ostatní, přenosná)
- Z hlediska způsobu výstavby (pevná, částečně pevná, pohyblivá, přenosná)
- Z hlediska cestovního ruchu (volného a vázaného cestovního ruchu)
- Z hlediska kategorií (hotelového typu, nehotelového typu)<sup>38</sup>

**Tabulka č. 21 Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie v krajích za rok 2012**

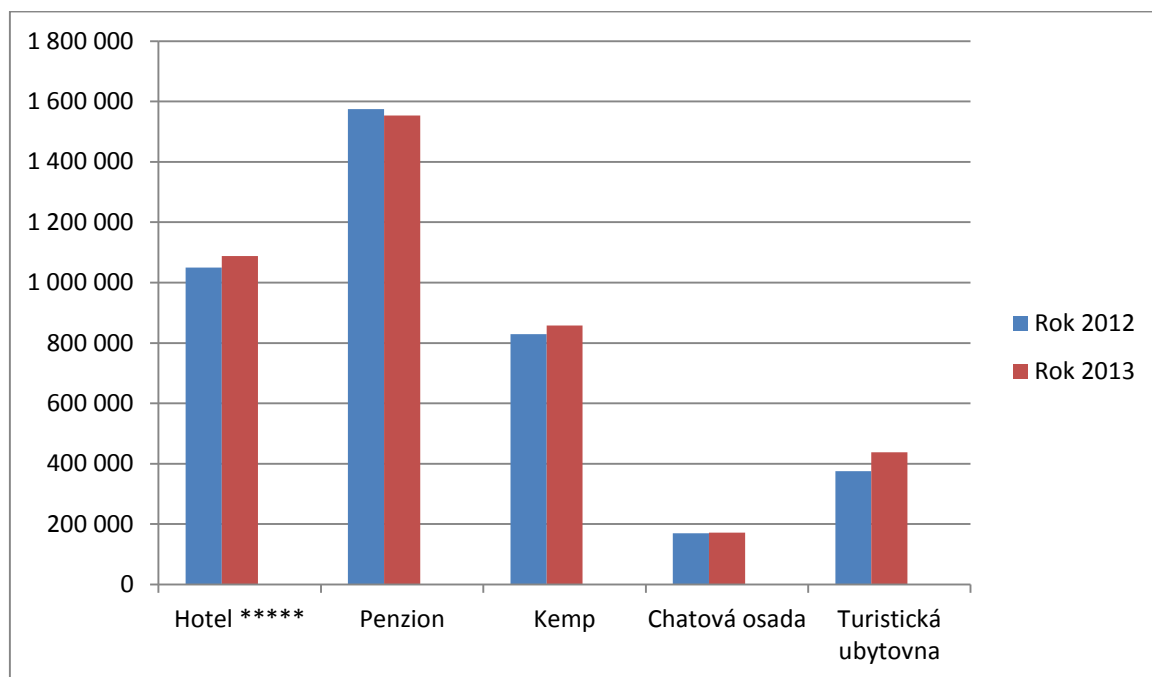
<b>Kraj</b>	<b>HUZ celkem</b>	<b>Hotel *****</b>	<b>Penzion</b>	<b>Kemp</b>	<b>Chatová osada</b>	<b>Turistická ubytovna</b>
Česká republika	15 098 817	1 050 217	1 575 014	829 421	169 603	374 751
Praha	5 726 454	918 691	120 062	28 321	i. d 2	52 990
Středočeský	853 204	i. d 2	98 672	98 790	23 769	18 138
Jihočeský	1 107 452	i. d 2	182 028	166 181	26 828	37 678
Plzeňský	595 138	i. d 2	83 015	49 373	10 735	16 743
Karlovarský	809 043	61 473	41 171	19 262	2 195	5 545
Ústecký	416 842	i. d 2	71 615	42 148	4 022	19 978
Liberecký	753 932	i. d 2	135 702	77 235	22 775	30 658
Královéhradecký	968 571	i. d 2	184 167	83 428	18 547	31 087
Pardubický	366 443	i. d 2	66 797	41 377	14 345	24 333
Vysočina	438 715	i. d 2	73 350	33 629	i. d 2	27 771
Jihomoravský	1 317 690	i. d 2	233 088	127 980	11 980	25 596
Olomoucký	474 868	i. d 2	98 709	17 267	4 445	27 973
Zlínský	571 7219	i. d 2	81 999	22 695	8 256	17 951
Moravskoslezský	698 746	i. d 2 <sup>39</sup>	104 639	21 735	6 635	38 310

Zdroj: vlastní úprava dle <http://www.czso.cz/csu/vybrané-tabulky/návštěvnost/>, [on-line], (cit. 2014-09-18)

<sup>38</sup> vlastní poznámky z přednášky *Ubytovací služby*, KRUISOVÁ, HANA, VŠO, 2010, (cit. 2014-09-18)

<sup>39</sup> vysvětlivka i. d 2 – důvěrný údaj, převzato z <http://www.czso.cz/csu/vybrané-tabulky/návštěvnost/>, [on-line], (cit. 2014-09-18)

**Graf č. 21 Porovnání návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních podle kategorie v krajích s rokem 2013**



Zdroj: vlastní úprava dle <http://www.czso.cz/csu/vybrané-tabulky/návštěvnost/>, [on-line], (cit. 2014-09-18)

Graf č. 19 nám přehledně ukazuje, že rok 2013 byl úspěšnější v návštěvnosti hromadných ubytováních dle kategorie v krajích, a to zejména v kategorii hotel \*\*\*\*\*, kemp a turistická ubytovna. Kategorie chatových osad je vyrovnaná s rokem 2012. Můžeme vidět, že nejvyšší návštěvnost je v penzionech a poté v hotelích. Nejméně jsou navštěvovány chatové osady a to počtem 171 607 za rok 2013 a 169 603 v roce 2012.

**Tabulka č. 22 Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních podle zemí**

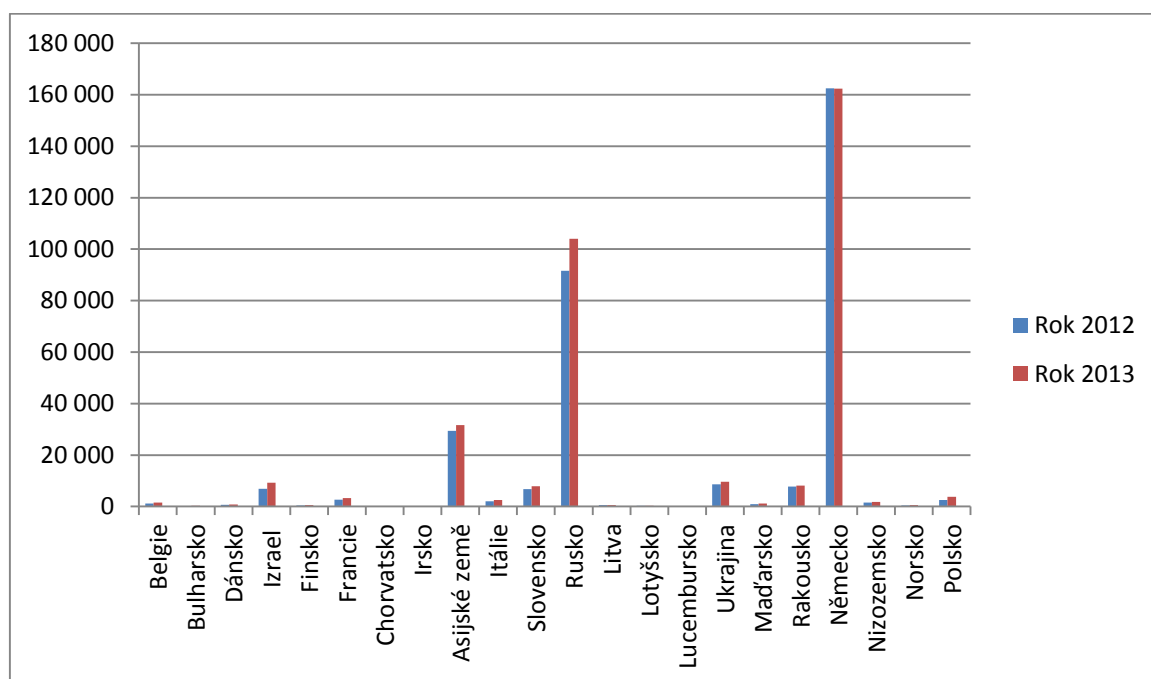
Země	2012	2013
Belgie	88 953	93 560
Bulharsko	26 569	27 450
Dánsko	109 750	105 325
Estonsko	18 216	20 431

Zdroj: vlastní úprava dle <http://www.czso.cz/csu/cestovní-ruch/časové-řady/návštěvnost/>, [on-line], (cit. 2014-09-18)



Tabulka č. 22 byla vytvořena jen pro letný přehled toho, abychom viděli rozdíl počtu hostů dle zemí v hromadných ubytovacích zařízeních v České republice. Vidíme, že dochází k nárůstu počtu hostů ze zahraničí v roce 2013. Jednotlivé země byly vybrány náhodným způsobem.

**Graf č. 22 Počet hostů v lázeňských ubytovacích zařízeních podle zemí v České republice**



Zdroj: vlastní úprava dle [http://www.czso.cz/csu/cestovni\\_ruch/časove\\_řady/navstevnost](http://www.czso.cz/csu/cestovni_ruch/časove_řady/navstevnost), [on-line], (cit. 2014-09-18)

I v tomto grafu byly jednotlivé země vybrány náhodným způsobem. Důvodem byla rozsáhlost sledovaných zemí. V celkové návštěvnosti lázeňských ubytovacích zařízení v České republice ale výrazně převažují Němci s 162 434 návštěvami za rok 2012 a 162 339 v roce 2013. Jako druzí lázeňské ubytovací zařízení v České republice navštěvují nejvíce Rusové, počtem 91 633 návštěv za rok 2012 a počtem 104 065 návštěv v roce 2013. Nejmenší návštěvnost má Lichtenštejnsko a Malta.

Cílem této kapitoly bylo přiblížit čtenářům jaká je návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení zahraničními návštěvníky.

## 8 SWOT analýza cestovního ruchu v České republice

Na základě zjištěných údajů byla vytvořena SWOT analýza.

SWOT analýza je otevřeným hodnocením celkové situace silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb, v našem případě v cestovním ruchu České republiky. „Úkolem této analýzy není určit jakýkoliv druh silných stránek, slabých stránek, příležitostí a ohrožení, ale zaměření na vyzdvížení těch, které mají strategický význam“<sup>40</sup>.

### 8.1 Silné stránky

- Příznivé podmínky pro rozvoj aktivního cestovního ruchu
- Přírodní krásy, kulturní a historické památky
- Velké množství cyklostezek
- Sportovní vyžití, vodáctví
- Ekoturistika
- Zvyšující se počet zahraničních návštěvníků
- Výhodná geografická poloha
- Gastronomická kuchyně
- Velká síť turistických stezek
- Lyžařské regiony
- Kulturní akce, zvyky
- Památky UNESCO
- Příjemné klima v letním období
- Praha
- Vysoký podíl různých služeb
- Hustá dopravní síť
- Neustálý rozvoj cestovního ruchu
- Turistické produkty
- Rozvinuté podnikání
- Hipoturistika, Aquadrom,
- Tradice, řemesla

---

<sup>40</sup> HRON, JAN, TICHÁ, IVANA, *Strategické řízení*, ČZU, Praha, 2012, str. 118, ISBN: 978-80-213-0922-7

## 8.2 Slabé stránky

- Špatný stav některých památek
- Neudržované pozemky, prostředí
- Kvalita dopravních sítí
- Kriminalita
- Nekvalitní lidský faktor v oblasti služeb
- Nerovnoměrnost ubytovacího zařízení
- Nízká znalost cizích jazyků
- Vandalismus
- Ekonomicky slabé regiony
- Zaostávání ve vývoji
- Slabá pozice na některých trzích
- Nízký počet podnikatelských aktivit ve městech a na vesnicích
- Špatná jazyková vybavenost informačních center
- Špatná otevírací doba informačních center
- Malý počet informačních center
- Neochota personálu
- Zaostáváme v budování dálnic
- Málo železničních koridorů

## 8.3 Příležitosti

- Zkvalitňování služeb
- Věnovat pozornost i výletníkům
- Vytvoření kvalitních destinačních managementů
- Oslovení dětí, mládeže, studentů
- Více turistických produktů
- Zlepšení propagace regionů
- Investice do dopravní infrastruktury
- Získání zahraničních investorů
- Lepší spolupráce veřejného sektoru s podnikatelským
- Zvýšení zájmu o památky

## 8.4 Hrozby

- Ničení nebo devastace památek
- Absence využívání kempů a chatových osad
- Neobnovování dopravní infrastruktury
- Konkurenční trh v zahraničí
- Úbytek pracovní síly
- Odliv pracovní síly do jiných sektorů
- Nezískání dotací na rozvoj cestovního ruchu
- Špatná spolupráce s lidmi
- Neochota úředníků
- Kriminalita
- Přírodní katastrofy
- Nefunkčnost systému
- Nedostatek veřejných WC
- Bezdomovci na nádražích
- Dvojí ceny v restauracích
- Prostituce v centru Prahy
- Kapsáři
- Okrádání turistů ve směnárnách
- Vykrádání aut
- Okrádání turistů taxikáři
- Přístup revizorů k turistům

Sestavením SWOT analýzy vidíme, že Česká republika má stále obsáhlou a kvalitní nabídku. Žádané jsou hlavně kulturně-historické památky. Rozsáhlá je také nabídka cyklostezek.

Ze SWOT analýzy vyplývají ale také nedostatky cestovního ruchu v České republice. Alarmující jsou však hrozby v cestovním ruchu. V následující kapitole se pokusíme nalézt návrhy a doporučení jak tyto nedostatky odstranit, nebo alespoň snížit jejich výskyt.

## 9 Návrhy a doporučení

Česká republika má v oblasti turismu velký, zatím nevyužitý potenciál, který by se mohl plně rozvinout. Hlavními překážkami rozvoje cestovního ruchu dle Ministerstva pro místní rozvoj jsou:

- Kriminalita
- Bezdomovci
- Dvojí ceny
- Laxní přístup orgánů
- Chování personálu ve službách

Česká republika by se měla snažit všechny tyto aspekty odstranit a využít spíše silných stránek a příležitostí.

Dle koncepce státní politiky cestovního ruchu jsou hlavními cíli:

- Podpora tvorby konkurenceschopných národních a regionálních produktů turismu
- Podpora budování a zkvalitňování infrastruktury a služeb turismu
- Marketingová podpora turismu a rozvoj lidských zdrojů
- Podpora budování a vytváření organizační struktury turismu<sup>41</sup>

Dalšími vlastními návrhy jak zlepšit návštěvnost České republiky je:

- Větší množství zeleně
- Větší množství aktivit
- Oprava chátrajících budov
- Důslednější práce policie
- Otevřít obchody s českým zbožím
- Oprava silnic
- Zvýšení peněžních postihů za porušení předpisů
- Péče o životní prostředí
- Eliminovat vandalismus
- Zvýšit zaměstnanost v cestovním ruchu

---

<sup>41</sup> Zdroj: <http://www.mmr.cz/koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-ceske-republike-na-obdobi-2007-2013>, [on-line], (cit. 2014-09-22)

- Zlepšit informační systémy v cestovním ruchu
- Využít kulturního bohatství
- Podpora tradic a zvyků
- Minimalizovat konflikty zájmů mezi aktéry cestovního ruchu<sup>42</sup>
- Vytvoření funkčního systému organizace a řízení cestovního ruchu na národní, krajské a oblastní úrovni
- Zlepšit koordinaci činností jednotlivých aktérů uvnitř odvětví cestovního ruchu
- Zvýšit dostupnost kulturních a přírodních památek
- Lepší propagace jednotlivých regionů
- Zvýšit návštěvnost zahraničních návštěvníků
- Vytvoření specializovaných zařízení
- Vytvoření nových pracovních míst v cestovním ruchu
- Více turistických produktů
- Zlepšit spolupráci mezi podnikatelským a veřejným sektorem
- Zkvalitnění koupališť, sportovišť
- Rozšířit volnočasové aktivity
- Zaměřit se na úpravu lyžařských tratí
- Zatraktivnit prostředí měst a obcí
- Zlepšit přístup personálu

---

<sup>42</sup> Zdroj: <http://www.vlada.cz/assets/ppov/lrv/ria/databáze/VZZ-o-podpore-cestovniho-ruchu.pdf> [on-line], (cit. 2014-09-22)

## 10 Závěr

Cestovní ruch by měl uspokojovat potřeby návštěvníků. Vzhledem tomu, že Česká republika má výhodnou geografickou polohu ve středu Evropy, snadnou dopravní dostupnost, přírodní krásy, kulturní a historické památky, má příznivé podmínky pro další rozvoj cestovního ruchu.

I když Česká republika nedisponuje korálovými útesy a mořem, je jí umožněno stavět cestovní ruch na jiných základech. Je spousta příležitostí, kterých se chytit, využít silných stránek, přitom se však vyvarovat stránek slabých a hrozeb. Důležité je turisty a návštěvníky zaujmout, nabídnout něco jiného, než mohou získat jinde. Lze nabídnout tematické prohlídky památek v dobových kostýmech nebo 3 D prohlídky archeologických vykopávek. Technické možnosti jak přilákat turisty k historii jsou velké, bohužel vyžadují velké investice. Přesto myslím, že se takové investice vyplatí.

Návštěvníci očekávají, že jim bude poskytnut zážitek, na který budou vzpomínat a který jim dá zapomenout na běžný stres v životě. Neměli bychom zapomenout, že spokojený návštěvník si své dojmy a zážitky z cest odnáší sebou domů, kde tak může návštěvu České republiky svým známým doporučit nebo se sám bude chtít do naší země podívat znovu.

Cílem této diplomové práce bylo analyzovat cestovní ruch v rámci České republiky. V teoretické části byly popsány základní pojmy cestovního ruchu a vymezena geografická poloha země. V praktické části byly představeny statistické instituce turismu České republiky, které se zabývají statistikami, analýzami a monitoringem cestovního ruchu v České republice.

Praktická část byla zaměřena na turistickou nabídku s kulturními, přírodními a sportovně-rekreačními předpoklady. Pokračuje analýzami zaměřenými na návštěvnost České republiky, domácího, výjezdového a příjezdového cestovního ruchu. Sleduje také návštěvnost ubytovacích zařízení v rámci České republiky. Zajímavá je SWOT analýza, která vystihuje silné stránky, ale i stránky slabé, příležitosti a hrozby. Ze slabých stránek a příležitostí plynou návrhy a doporučení, kterým je třeba věnovat pozornost už z důvodu, že je třeba se stále o něco snažit, že je stále co zlepšovat, ale hlavně chceme, aby naší zemi navštívilo co nejvíce turistů.

Analýzami této práce jsme zjistili, že nejvíce navštěvovanou destinací v České republice je Praha. Důvodem je velké množství historických památek na „jednom místě“. Hlavním

důvodem návštěvy České republiky je dovolená (65%). Ubytování je nejčastěji voleno v hotelích až 79%. Nejnavštěvovanějším turistickým cílem v České republice je Pražský hrad. V roce 2013 se zvýšil celkový počet ubytovaných hostů v naší republice o 1,6% než v roce 2012. Zahraničních hostů přijelo o 2,0% více než předchozí rok. Rok 2014 prozatím vykazuje, že počet zahraničních návštěvníků se oproti minulému roku zvýšil o 3,4%. Největší počet je tvořen Němci (19,3%). Oproti roku 2013 se jejich počet zvýšil o 10,5%.

Hlavním závěrem, ke kterému jsem touto prací došla je, že Česká republika cestovní ruch a jeho turisty potřebuje. Příjmy z cestovního ruchu jsou nezbytné pro naši ekonomiku, cestovní ruch vytváří pracovní místa pro spoustu lidí, je proto nutné, aby stávající i nově vytvořená zařízení poskytovala plnohodnotně své služby návštěvníkům, byla sledována poptávka návštěvníků a turistů a aby si jednotlivé subjekty cestovního ruchu uvědomily, že je nutná spolupráce k tomu, aby byla nalezena ta nejlepší cesta pro uspokojení potřeb návštěvníků.



## Seznam použitých zdrojů

BERNHARDT, K. L., KINNEAR, T. C. *Cases in marketing management*, Homewood: Irwin, r. 1991, ISBN: 0-256-08832-2.

FRANKE, Antonín a kol., *Tourism statistics*, Wolter Kluwer ČR, 2012, ISBN: 978-80-7357-717-9.

FRANKE, Antonín a kol., *Zmírňování regionálních disparit prostřednictvím rozvoje cestovního ruchu*, Walters Kluwer ČR, 2012, ISBN: 978-80-7357-718-6.

HRON, Jan, TICHÁ, Ivana, *Strategické řízení*, ČZU, Praha, 2012, str. 118, ISBN: 978-80-213-0922-7.

KIRÁLOVÁ, Alžběta, *Marketing destinace cestovního ruchu*, Ekopress, Praha, 2003, ISBN: 80-861-19-56-4.

LIŠČÁK, Vladimír, *Státy a území světa*, Libri, Praha, 2009, str. 185, ISBN: 978-80-7277-414-2.

PALATKOVÁ, Monika, ZICHOVÁ, Jitka, *Ekonomika turismu*, Grada Publishing, 2011, str. 45, ISBN: 978-80-247-3748-5.

PETRŮ, Zdenka, *Základy ekonomiky cestovního ruchu*, Idea Servis, Praha, 2007, ISBN: 978-80-85970-55-5.

PLAZA, B., GONZALEZ, P., MORAL, *Validating google Analytics tips for mikro-firms*, M. P. @Ostolaza, I. r. 2011, ISBN: 5681-5689.

SEDUNKOVÁ, Alexandra, *Státy světa*, Fragment, Praha, 2001, str. 64, ISBN: 80-7200-436-0.

ZAJÍČEK, Petr, *Jeskyň České republiky*, Akademia, Praha, 2010, str. 12, ISBN: 978-80-200-1840-3.

ZELENKA, Josef, PÁSKOVÁ, Martina, *Výkladový slovník cestovního ruchu*, Linde, 2012, ISBN: 978-80-7201-880-2.

ZURYNEK, Josef, ZELENÝ, Lubomír, MERVART, Michal, *Dopravní procesy v cestovním ruchu*, ASPI, 2008, str. 12, ISBN: 978-80-7357-335-5.

### **Elektronické zdroje:**

CYKLOTRASY I. TŘÍDY, [on-line], (cit. 2014-09-12), Dostupné z WWW: [http://www.cykloserver.cz/aktuality/označené cyklotrasy v ČR](http://www.cykloserver.cz/aktuality/označené_cyklotrasy_v_čr).

CZECHTOURISM, *Návštěvnost turistických cílů*, [on-line], (cit. 2014-09-09), Dostupné z WWW: [http://www.czechtourism.cz/statistiky/databáze výzkumů](http://www.czechtourism.cz/statistiky/databáze_výzkumů).

CZECHTOURISM, *Nové turistické logo Czechtourismu*, [on-line], (cit. 2014-09-27), Dostupné z WWW: <http://www.mediar.cz/czechtourism>.

ČNB, [on-line], (cit. 2014-09-03), Dostupné z WWW: <http://www.cnb.cz/cs/index>.

ČR, *Česká republika*, [on-line], (cit. 2014-05-08), Dostupné z WWW: <http://www.ceska-republika.orbion.cz>.

ČSÚ, [on-line], (cit. 2014-09-15), Dostupné z WWW: [http://www.czso.cz/časové řady/archiv 2003-2010](http://www.czso.cz/časové_řady/archiv_2003-2010).

ČSÚ, *Domácí a výjezdový cestovní ruch v ČR*, [on-line], (cit. 2014-09-16), Dostupné z WWW: [http://czso.cz/csu/časové řady/domáci a výjezdový cestovní ruch v ČR](http://czso.cz/csu/časové_řady/domáci_a_výjezdový_cestovní_ruch_v_čr).

ČSÚ, *Domácí cestovní ruch*, [on-line], (cit. 2014-09-14), Dostupné z WWW: [http://vdb.czso.cz/vybrané tabulky/domáci cestovní ruch](http://vdb.czso.cz/vybrané_tabulky/domáci_cestovní_ruch).

ČSÚ, *Chráněná území*, [on-line], (cit. 2014-09-11), Dostupné z WWW: [http://www.czso.cz/csu/data/časové\\_řady/chráněná\\_území](http://www.czso.cz/csu/data/časové_řady/chráněná_území).

ČSÚ, *Návštěvnost*, [on-line], (cit. 2014-09-18), Dostupné z WWW: [http://www.czso.cz/csu/vybrané\\_tabulky/návštěvnost](http://www.czso.cz/csu/vybrané_tabulky/návštěvnost).

ČSÚ, *Sčítání lidu, domů a bytů*, [on-line], 2001, (cit. 2014-05-09), Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz>.

ČSÚ, *Spotřeba*, [on-line], (cit. 2014-09-16), Dostupné z WWW: [http://www.czso.cz/csu/redakce/satelitní\\_účet/tabulky/spotřeba](http://www.czso.cz/csu/redakce/satelitní_účet/tabulky/spotřeba).

KUDY Z NUDY, *Aktivity-a-akce/Aktivity/Na-kole, -koni, -pesky*[on-line], (cit. 2014-09-02), Dostupné z WWW: <http://www.kudyznudy.cz>.

KURZYCZ, *Slevové 3K karty turisty nelákají*, [on-line], (cit. 2014-09-02), Dostupné z WWW: <http://zpravy.kurzy.cz/154031>.

MAPA ČR, *Obrázek mapy České republiky*,[on-line], (cit. 2014-05-08), Dostupné z WWW: <http://www.obrazky.cz/zstrebivlice.blog.cz>.

MAPA, *Národní přírodní památky v ČR*,[on-line], (cit. 2014-09-27), Dostupné z WWW: <http://www.cittadella.cz/europarc.cz>.

MĚSTSKÁ KARTA, [on-line], (cit. 2014-09-02), Dostupné z WWW: <http://tepvos.cz/special-view/mestska-karta>.

MMR, *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013*, [on-line], (cit. 2014-09-22), Dostupné z WWW: <http://www.mmr.cz>

MMR, *Příjezdový cestovní ruch za 1. čtvrtletí roku 2014*, [on-line], (cit. 2014-09-17), Dostupné z WWW: [http://www.mmr.cz/cs/Podpora regionů a cestovní ruch/statistiky a analýzy](http://www.mmr.cz/cs/Podpora_regionů_a_cestovní_ruch/statistiky_a_analýzy).

MMR, *Příjezdový cestovní ruch za rok 2012*, [on-line], (cit. 2014-09-17), Dostupné z WWW: [http://www.mmr.cz/cs/Podpora regionů a cestovní ruch/statistiky a analýzy](http://www.mmr.cz/cs/Podpora_regionů_a_cestovní_ruch/statistiky_a_analýzy).

MMR, *Příjezdový cestovní ruch za rok 2013*, [on-line], (cit. 2014-09-17), Dostupné z WWW: [http://www.mmr.cz/cs/Podpora regionů a cestovní ruch/statistiky a analýzy](http://www.mmr.cz/cs/Podpora_regionů_a_cestovní_ruch/statistiky_a_analýzy).

MMR, *Regionální politika*, [on-line], (cit. 2014-09-03), Dostupné z WWW: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovní-ruch>.

PIVNÍ INFO, *Pivní-turistika-v-české-republice*, [on-line], (cit. 2014-09-02), Dostupné z WWW: <http:pivni.info/glosy/1108>.

PRAŽSKÝ HRAD, [on-line], (cit. 2014-09-09), Dostupné z WWW: <http://www.hrad.cz>.

PRAŽSKÝ HRAD, [on-line], (cit. 2014-09-28), Dostupné z WWW: <http://www.kudyznudy.cz>.

PŘÍRODNÍ PŘEDPOKLADY CR, [on-line], (cit. 2014-09-11), Dostupné z WWW: [http://geography.upol.cz/přirodní předpoklady CR](http://geography.upol.cz/přirodní_předpoklady_CR).

PUNKEVNÍ JESKYNĚ, [on-line], (cit. 2014-09-28), Dostupné z WWW: <http://www.czecot.cz>.

ŘSD, *Ročenka dopravy*, [on-line], (cit. 2014-05-09), Dostupné z WWW: <http://www.sydroz.cz/cs>.

SPRÁVA JESKYNÍ MORAVSKÉHO KRASU, [on-line], (PDF), (cit. 2014-09-11), Dostupné z WWW: <http:www.cavemk.cz>.

TIPSPORT ARENA, [on-line], (cit. 2014-09-28), Dostupné z WWW:  
<http://www.firmy.cz/detail>.

TIPSPORT ARENA, *Návštěvnost*, [on-line], (cit. 2014-09-12), Dostupné z WWW:  
<http://www.hokej.cz/cz/tipsport-extraliga/navstevnost>.

TROJSKÁ KARTA, [on-line], (cit. 2014-09-02), Dostupné z WWW:  
<http://www.botanicka.cz/hlavni-stranka/trojska-karta>.

VYBRANÁ STATISTIKA V KULTUŘE, [on-line], (cit. 2014-09-10), Dostupné z WWW:  
<http://nipos-mk.cz>.

VZZ, *O podpoře cestovního ruchu*, [on-line], (PDF), (cit. 2014-09-22), Dostupné z WWW:  
<http://www.vlada.cz/assets/ppov/lrv/ria/databaze>.

ZÁMEK HLUBOKÁ, *Vstupné*, [on-line], (cit. 2014-09-09), Dostupné z WWW:  
<http://www.zamek-hluboka.eu>.

ZEMĚPIS, *Geografie ČR*, [on-line], (cit. 2014-05-08), Dostupné z WWW:  
<http://www.zemepis.com/gpcr.php>.

### **Jiné zdroje:**

Informace ze Správy zámku Hluboká, poskytla p. Machová, (machova.jitka@npu.cz), 2014.

Materiál ze Správy jeskyní Moravského krasu, *Zpráva o plnění úkolů a činností za rok 2013*, (PDF), (cit. 2014-09-11).

MIŠKOVSKÝ, JOSEF, SRB, JAN, TOMSA, TOMÁŠ, *Návrh produktů cestovního ruchu*, Agentura regionálního rozvoje, 2002, str. 4, (PDP), (cit. 2014-09-02).

Přednáška *Ekonomie ČR*, přednášející KARLÍKOVÁ, TÁŇA, VŠO, Praha, 2011.

Přednáška *Ekonomika cestovního ruchu*, přednášející JEROLÍMKOVÁ, LIBĚNA, VOŠ, Praha, 2008.

Vlastní poznámky z přednášky *Ekonomika ČR*, VŠO, Praha, 2012.

Vlastní poznámky z přednášky *Ubytovací služby*, přednášející KRUISOVÁ, HANA, VŠO, Praha, 2010, (cit. 2014-09-18).

## Seznam obrázků

Obrázek č. 1 Mapa České republiky.....	20
Obrázek č. 2 Pražský hrad.....	84
Obrázek č. 3 Punkevní jeskyně.....	84
Obrázek č. 4 Tipsport arena.....	84

## Seznam tabulek

Tabulka č. 1 Výšková členitost povrchu České republiky.....	21
Tabulka č. 2 Obyvatelstvo podle národnosti.....	22
Tabulka č. 3 Ceny a období platnosti Trojské karty.....	27
Tabulka č. 4 Návštěvnost Pražského hradu.....	33
Tabulka č. 5 Návštěvnost zámku Hluboká.....	34
Tabulka č. 6 Nejnavštěvovanější turistické zámky a hrady v České republice.....	36
Tabulka č. 7 Galerie a muzea v České republice.....	37
Tabulka č. 8 Návštěvnost památek a počet návštěvníků v jednotlivých krajích.....	38
Tabulka č. 9 Chráněná území v České republice.....	41
Tabulka č. 10 Návštěvnost jeskyní Moravského krasu.....	43
Tabulka č. 11 Návštěvnost jeskyní dle domácích a zahraničních návštěvníků.....	43
Tabulka č. 12 Přehled cyklotras I.třídy.....	48
Tabulka č. 13 Přehled domácího turismu za rok 2010.....	49
Tabulka č. 14 Spotřební chování rezidentů na delších cestách.....	49
Tabulka č. 15 Spotřební chování rezidentů na kratších cestách.....	50
Tabulka č. 16 Spotřeba výjezdového cestovního ruchu dle vybraných ukazatelů.....	53
Tabulka č. 17 Celkový počet zahraničních návštěvníků za rok 2012.....	57
Tabulka č. 18 Celkový počet zahraničních návštěvníků za rok 2013.....	59
Tabulka č. 19 Průměrné výdaje zahraničních turistů (v tis.).....	60
Tabulka č. 20 Celkový počet návštěvníků za 1. čtvrtletí roku 2014.....	61
Tabulka č. 21 Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie v krajích za rok 2012.....	63
Tabulka č. 22 Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních podle zemí.....	64

## Seznam grafů

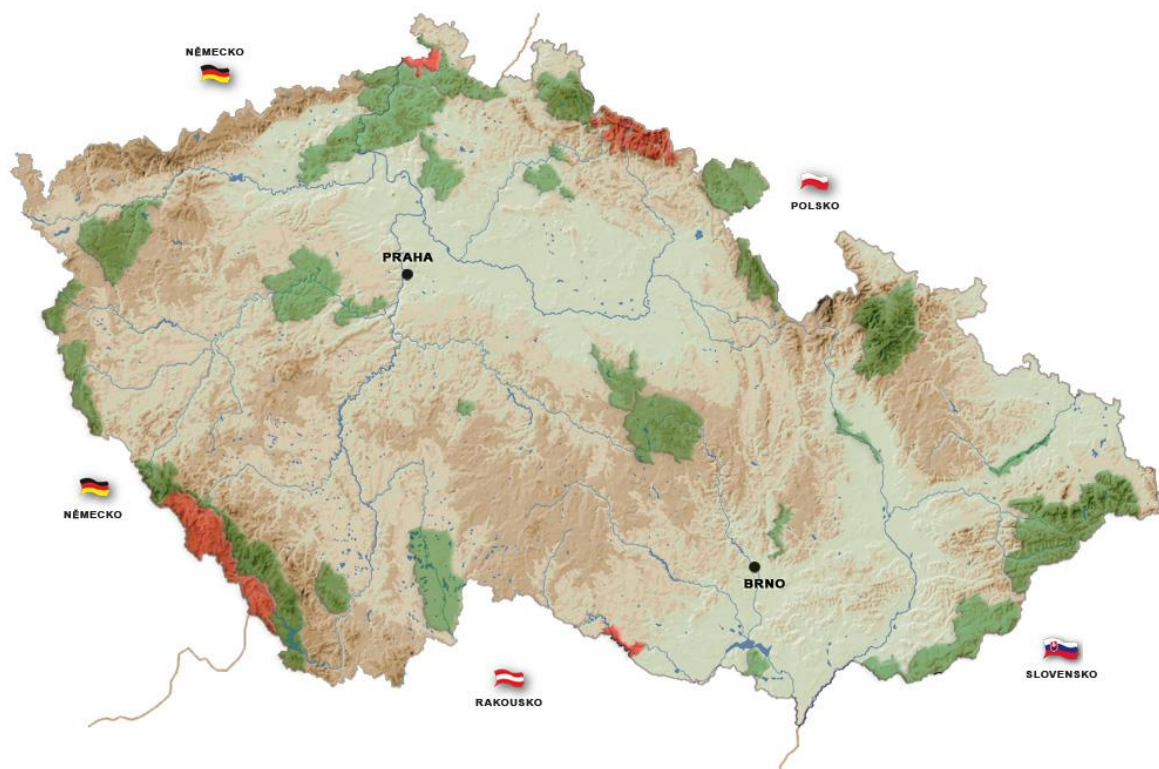
Graf č. 1 Rozdíl mezi průchozími a platícími návštěvníky Pražského hradu.....	34
Graf č. 2 Návštěvnost zámku dle národnosti.....	35
Graf č. 3 Nejnavštěvovanější turistické zámky a hrady v České republice.....	36
Graf č. 4 Návštěvnost turistických cílů v krajích České republiky.....	39
Graf č. 5 Přehled chráněných území v České republice.....	42
Graf č. 6 Počet zahraničních návštěvníků v Punkevních jeskyních v roce 2013.....	44
Graf č. 7 Počet zahraničních návštěvníků v Kateřinské jeskyni v roce 2013.....	45
Graf č. 8 Počet zahraničních návštěvníků v jeskyni Výpustek a Balcarka v roce 2013.....	45
Graf č. 9 Procentuelní skladba zahraničních návštěvníků v jeskyních v roce 2013.....	46
Graf č. 10 Průměrná návštěvnost v Tipsport areně.....	48
Graf č. 11 Spotřební chování rezidentů na služebních cestách do zahraničí.....	51
Graf č. 12 Kratší cesty (1-3 přenocování) rezidentů do zahraničí (v tis.).....	54
Graf č. 13 Cílové destinace rezidentů na kratších cestách (v tis.).....	54
Graf č. 14 Delší cesty (4 a více přenocování) rezidentů do zahraničí (v tis.).....	55
Graf č. 15 Delší cesty rezidentů do zahraničí dle cílové destinace (v tis.).....	56
Graf č. 16 Navštívená místa zahraničními návštěvníky za rok 2012.....	58
Graf č. 17 Návštěvnost Prahy zahraničními návštěvníky za rok 2012.....	58
Graf č. 18 Návštěvnost krajů zahraničními návštěvníky za rok 2013.....	59
Graf č. 19 Návštěvnost Prahy zahraničními návštěvníky za rok 2013.....	60
Graf č. 20 Navštívená místa a kraje za 1. čtvrtletí roku 2014.....	61
Graf č. 21 Porovnání návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních podle kategorie v krajích s rokem 2013.....	64
Graf č. 22 Počet hostů v lázeňských ubytovacích zařízeních podle zemí v České republice.....	65



## Seznam příloh

Příloha č. 1 Mapa Národních přírodních památek v ČR.....	82
Příloha č. 2 Turistické logo České republiky pro zahraničí.....	83
Příloha č. 3 Seznam obrázků.....	84
Příloha č. 4 Vstupné při výkladu v českém jazyce na zámku Hluboká.....	85
Příloha č. 5 Výpočty demografických ukazatelů.....	86
Příloha č. 6 Výpočty vybraných ekonomických ukazatelů.....	90

## Příloha č. 1 Mapa Národních přírodních památek v ČR



Zdroj: <http://www.cittadela.cz/euoparc>, [on-line], (cit. 2014-09-28)

**Příloha č. 2 Turistické logo České republiky pro zahraničí**



Zdroj:<http://www.mediartourism.cz/czechtourism>, [on-line], (cit. 2014-09-28)

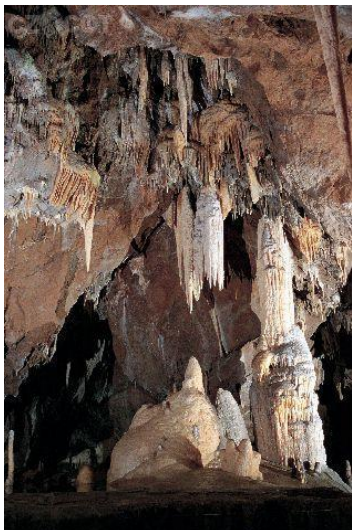
### **Příloha č. 3 Seznam obrázků**

#### **Obrázek č. 2 Pražský hrad**



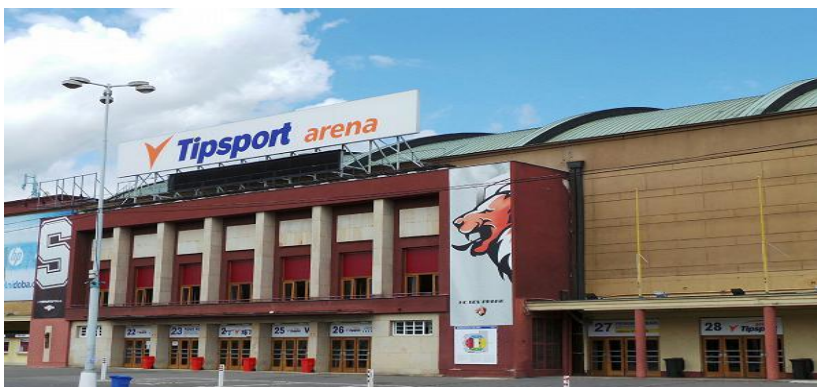
Zdroj:<http://www.kudyznudy.cz/>, [on-line], (cit. 2014-09-28)

#### **Obrázek č. 3 Punkevní jeskyně**



Zdroj:<http://www.czecot.cz>, [on-line], (cit. 2014-09-28)

#### **Obrázek č. 4 Tipsport arena**



Zdroj:<http://www.firmy.cz/detail>, [on-line], (cit. 2014-09-28)

#### **Příloha č. 4 Vstupné při výkladu v českém jazyce na zámku Hluboká**

<b>Prohlídková trasa</b>	<b>Plné</b>	<b>Děti, studenti, ZTP</b>	<b>Senioři</b>	<b>Rodinné vstupné</b>
Zámecká kuchyně	90,-	50,-	70,-	240,-
Zimní trasa	140,-	90,-	100,-	320,-
Zámecká věž	40,-	25,-	25,-	není
Zámecký park	zdarma	zdarma	zdarma	zdarma
Reprezentační trasa	150,-	80,-	100,-	360,-
Soukromé apartmány	140,-	90,-	100,-	320,-

Zdroj: <http://www.zamek-hluboka.eu/vstupne>, [on-line], (cit. 2014-09-09)

#### **Vstupné s příplatkem za cizojazyčný překlad na zámku Hluboká**

<b>Prohlídková trasa</b>	<b>Plné</b>	<b>Děti, studenti, ZTP</b>	<b>Senioři</b>	<b>Rodinné vstupné</b>
Zámecká kuchyně	170,-	80,-	100,-	380,-
Zimní trasa	230,-	160,-	210,-	520,-
Zámecká věž	40,-	25,-	25,-	není
Zámecký park	zdarma	zdarma	zdarma	zdarma
Reprezentační trasa	250,-	160,-	200,-	600,-
Soukromé apartmány	230,-	160,-	210,-	520

Zdroj: <http://www.zamek-hluboka.eu/vstupne>, [on-line], (cit. 2014-09-09)

## Příloha č. 5 Výpočty demografických ukazatelů

### 1. Porovnání hustoty obyvatel ve Středočeském a Ústeckém kraji v letech 2004 a 2013.

$$\begin{aligned} & \text{Střední stav obyvatelstva celkem} \\ \text{Hustota obyvatelstva} &= \frac{\text{-----}}{\text{Celková výměra území v km}} \\ & \text{Středočeský kraj 2004: } \frac{1\,137\,748}{1\,101\,464} = 1,033 \text{ ob./ha} \\ & \text{2013: } \frac{1\,297\,209}{1\,101\,571} = 1,178 \text{ ob./ha} \\ & \text{Ústecký kraj 2004: } \frac{820\,619}{533\,489} = 1,538 \text{ ob./ha} \\ & \text{2013: } \frac{825\,842}{533\,456} = 1,548 \text{ ob./ha} \end{aligned}$$

### 2. Index stáří v uvedených krajích v letech 2004 a 2013.

$$\begin{aligned} & \text{Počet obyvatel nad 65 let} \\ \text{Index stáří} &= \frac{\text{-----}}{\text{Počet obyvatel do 14 let}} \\ & \text{Středočeský kraj 2004: } \frac{161\,639}{172\,642} = 0,94 \\ & \text{2013: } \frac{212\,030}{214\,652} = 0,99 \\ & \text{Ústecký kraj 2004: } \frac{101\,571}{130\,843} = 0,78 \end{aligned}$$

$$2013: \frac{135\,334}{128\,800} = 1,05$$

### 3. Index hospodářského zatížení v roce 2013.

#### Index hospodářského zatížení prostý

$$IHZ = \frac{I. e. g. + II. e. g. + III. e. g.}{II. e. g.}$$

#### Index hospodářského zatížení vážený

$$IHZ_{0,7, 1, 0,7} = \frac{0,7 * I. e. g. + 1 * II. e. g. + 0,7 * III. e. g.}{II. e. g.}$$

#### Ekonomické generace

	2004	2013
<b>I. e. g. (0-19)</b>	2 184 141	2 057 329
<b>II. e. g. (20-64)</b>	6 601 806	6 629 546
<b>III. e. g. (65+)</b>	1 434 630	1 825 544

#### IHZ prostý

$$2004 = \frac{10\,220\,577}{6\,601\,806} = 1,548$$

$$2013 = \frac{10\,512\,419}{6\,629\,546} = 1,585$$

#### IHZ vázaný

$$2004 = \frac{0,7 * 2\,184\,141 + 6\,601\,806 + 0,7 * 1\,434\,630}{6\,601\,806} = 1,383$$

$$2013 = \frac{0,7 * 2\,057\,329 + 6\,629\,546 + 0,7 * 1\,825\,444}{6\,629\,546} = 1,409$$

4. Vyjádření **indexu závislosti mladých** v ČR pro roky 2004 a 2013.

$$I. e. g. \\ IZM = \frac{\text{-----}}{\text{-----}}$$

$$2004 = \frac{2\,184\,141}{6\,601\,806} = 0,33$$

$$2013 = \frac{2\,057\,329}{6\,629\,546} = 0,31$$

5. Výpočet **podílu věkových skupin mužů a žen** v roce 2013.

<b>Muži</b>	<b>Počet</b>	<b>Podíl</b>	<b>Ženy</b>	<b>Počet</b>	<b>Podíl</b>
<b>Celkem</b>	<b>5 162 380</b>	<b>100</b>	<b>Celkem</b>	<b>5 350 039</b>	<b>100</b>
0	54 722	1,060015	0	52 107	0,973956
1 - 4	235 181	4,555670	1 - 4	224 252	4,191596
5 - 9	282 780	4,765108	5 - 9	268 544	5,019477
10 - 14	236 534	4,581879	10 - 14	223 335	4,174456
15 - 19	245 993	4,765108	15 - 19	233 881	4,371576
20 - 24	329 504	6,382792	20 - 24	315 510	5,897340
25 - 29	361 884	7,010023	25 - 29	342 875	6,408832
30 - 34	399 991	7,748190	30 - 34	376 825	7,043407
35 - 39	479 441	9,287209	35 - 39	454 956	8,503788
40 - 44	405 320	7,851417	40 - 44	383 063	7,160004
45 - 49	357 628	6,927580	45 - 49	341 760	6,387901
50 - 54	324 766	6,291013	50 - 54	317 998	5,943845
55 - 59	348 560	6,751925	55 - 59	360 463	6,737577
60 - 64	348 147	6,743924	60 - 64	380 855	7,118733
65 - 69	301 181	5,834150	65 - 69	356 075	6,655559
70 - 74	196 196	3,800495	70 - 74	256 576	4,795778
75 - 79	120 319	2,330689	75 - 79	183 148	3,423302
80 - 84	84 423	1,635350	80 - 84	152 773	2,855549
85+	49 810	0,964865	85+	125 043	2,337235



6. Výpočet **podílů mužů a žen** v jednotlivých věkových skupinách v roce 2013.

2013					
Věk	Počet osob			Podíl %	
	Celkem	Muži	Ženy	Muži	Ženy
	10 512 419	5 162 380	5 350 039	49,11	50,89
0	106 829	54 722	52 107	51,22	48,78
1 - 4	459 433	235 181	224 252	51,19	48,81
5 - 9	551 324	282 780	268 544	51,29	48,71
10 - 14	459 869	236 534	223 335	51,44	48,56
15 - 19	479 874	245 993	233 881	51,26	48,74
20 - 24	645 014	329 504	315 510	51,08	48,92
25 - 29	704 759	361 884	342 875	51,35	48,65
30 - 34	776 816	399 991	376 825	51,49	48,51
35 - 39	934 397	479 441	454 956	51,31	48,69
40 - 44	788 383	405 320	383 063	51,41	48,59
45 - 49	699 388	357 628	341 760	51,13	48,87
50 - 54	642 764	324 766	317 998	50,53	49,47
55 - 59	709 023	348 560	360 463	49,16	50,84
60 - 64	729 002	348 147	380 855	47,76	52,24
65 - 69	657 256	301 181	356 075	45,82	54,18
70 - 74	452 772	196 196	256 576	43,33	56,67
75 - 79	303 467	120 319	183 148	39,65	60,35
80 - 84	237 196	84 423	152 773	35,59	64,41
85+	174 853	49 810	125 043	28,49	71,51

7. Výpočet **indexu feminity** v roce 2013.

$$\text{Index feminity} = \frac{\text{Počet žen celkem}}{\text{Počet mužů celkem}}$$

$$I^F = \frac{P_F}{P_M} = \frac{5\,350\,039}{5\,162\,380} = 1,036$$

## Příloha č. 6 Výpočty vybraných ekonomických ukazatelů

### 1. Hospodářské zatížení pracujících osob za rok 2012.

$$hz = \frac{Neaktivní}{Z}$$

$$hz = \frac{10\,516\,125 - 5\,257}{4890} = \frac{105\,10868}{4890} = 2\,149,46$$

### 2. Míra ekonomické aktivity za rok 2012.

$$a = \frac{A}{P} \cdot 100$$

$$a = \frac{5\,257}{10\,516\,125} \cdot 100 = 0,049 \%$$

### 3. Míra zaměstnanosti za rok 2012.

$$Z = \frac{Z}{A} \cdot 100$$

$$Z = \frac{4\,890}{5\,257} \cdot 100 = 93 \%$$

### 4. Míra nezaměstnanosti za rok 2012.

$$n = \frac{N}{A} \cdot 100$$

$$n = \frac{367}{5\,257} \cdot 100 = 6,98 \%$$