

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2018-2019

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Kristýna Bendová

Rozvoj cestovního ruchu na Litoměřicku

Praha 2019

Vedoucí bakalářské práce: JUDr. PhDr. René Petráš Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

BACHELOR FULL-TIME STUDIES

2018-2019

BACHELOR THESIS

Kristýna Bendová

Development of tourism in the district of Litoměřice

Prague 2019

The Bachelor Thesis Work Supervisor: JUDr. PhDr. René Petráš Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Předoníně dne 17. 9. 2019

Jméno autorky

Poděkování

Ráda bych poděkovala mému vedoucímu práce panu JUDr. PhDr. René Petrášovi Ph.D., za cenné rady a podněty, které mi napomohly při vypracování této bakalářské práce.

Anotace

Tato práce se týká rozvoje cestovního ruchu. První část se zabývá cestovním ruchem, jeho vývojem, novými produkty z hlediska motivace. První část se také zaměřuje na cestovní ruch v České republice. Druhá část obsahuje rozvoj cestovního ruchu na Litoměřicku, jeho význam. Jakož i SWOT analýzu a průzkum veřejného mínění pomocí strukturovaného rozhovoru. Výsledek průzkumu je shrnut v závěru práce.

Klíčová slova

Analýza, cestovní ruch, destinační management, nabídka, objekt cestovního ruchu, okres Litoměřice, poptávka, rozvoj, subjekt cestovního ruchu, systém, turista.

Annotation

This work concerns the development of tourism. The first part deals with tourism, its development, new products in terms of motivation. The first part is also focuses on tourism in the Czech Republic. The second part includes the development of tourism in Litoměřice, its importance and also swot analysis and a research public opinion by using a structured interview. The survey results are given in the final part of work.

Keywords

Analysis, demand, destination management, development, district Litoměřice, object of tourism, offer, scheme, subject of tourism, tourism, tourist.

OBSAH

Úvod.....	9
1. Cestovní ruch.....	10
1.1 Cestovní ruch jako systém.....	11
1.1.1 Subjekt cestovního ruchu.....	11
1.1.2 Objekt cestovního ruchu.....	12
1.2 Typologie cestovního ruchu.....	13
1.2.1 Druhy cestovního ruchu.....	14
1.2.2 Formy cestovního ruchu.....	15
2. Vývoj cestování a cestovního ruchu.....	17
2.1 Vývoj cestovního ruchu na území bývalého Československa.....	17
2.2 Cestovní ruch po roce 1990.....	19
2.3 Současné tendence ve vývoji cestovního ruchu.....	20
2.3.1 Nové produkty z hlediska motivace účastníků.....	21
3. Cestovní ruch v České republice.....	25
3.1 Návštěvnost turistických cílů pro rok 2017.....	25
3.2 Vliv cestovního ruchu na Českou republiku.....	26
3.2.1 Podíl cestovního ruchu na ekonomice v ČR.....	27
3.2.2 Statistika cestovního ruchu v roce 2018 v ČR.....	27
4. Problematika cestovního ruchu	30
4.1 Destinační management.....	32
4.2 Nové pojetí destinačního managementu v ČR.....	33
4.2.1 Praktické zkušenosti s novým pojetím destinačního managementu.....	35
4.3 Litoměřicko a destinační management.....	36
5. Cestovní ruch na Litoměřicku.....	39
5.1 Analýza nabídky cestovního ruchu.....	40
5.1.1 České středohoří a Podřipsko.....	40
5.1.2 Poohří	47
5.2 Významné kulturní a společenské akce na Litoměřicku.....	48
5.3 SWOT analýza předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu na Litoměřicku.....	49
6. Průzkum veřejného mínění na Litoměřicku.....	52
6.1 Vyhodnocení výzkumu.....	52
7. Závěr.....	57
Seznam použitých zdrojů.....	59

Seznam zkratek.....	63
Seznam obrázků, tabulek a grafů.....	64
Seznam příloh.....	65

ÚVOD

Výběru tématu mé bakalářské práce předcházelo zamyšlení, že se cestovní ruch stává, čím dál více významným společensko-ekonomickým fenoménem. V cestovním ruchu se pohybuje nejvíce lidí, a to nejen za účelem rekreace, ale i poznáním. Je čím dál větší součástí spotřeby a způsobu života obyvatel. Cestovní ruch zaujímá téměř stejně významné postavení ve světovém vývozu jako telekomunikace, ropný, chemický a automobilový průmysl a stává se jednou z nejsilnějších ekonomických aktivit.

Cestovní ruch je průřezovým odvětvím s úzkou vazbou na služby z několika hospodářských sektorů. Odvětví cestovního ruchu má významný dopad na regionální rozvoj, na trh práce, malé a střední podnikání, služby obchodu, kultury, dopravy, na infrastrukturu a životní prostředí.

Česká republika se stává významnou evropskou destinací cestovního ruchu založenou na atraktivitě a množství historických, kulturních a technických památek, přírodních krás, zajímavostí a rozmanitosti kultury.

Dopady rozvoje cestovního ruchu jsou všeobecně známé a zejména pozitivní dopady jsou často neúměrně vyzdvihovány. Z cestovního ruchu se stává jakýsi „všelék“, který může vyřešit problém rozvoje každého města, lokality či okresu. Proto je důležité neustále rozvíjet cestovní ruch a podporovat jeho rozvoj. Ne každá destinace a oblast je schopna využít optimálně svůj potenciál pro rozvoj cestovního ruchu.

Jako téma své bakalářské práce jsem si zvolila „Rozvoj cestovního ruchu na Litoměřicku“. Okres Litoměřice leží v Ústeckém kraji, díky své poloze, přírodní krajině a množství atraktivit má potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. Hlavním cílem práce je provést analýzu v okrese Litoměřice. Vytipovat skrytý potenciál cestovního ruchu. Provést výzkum veřejného mínění a navrhnout priority pro rozvoj.

1 CESTOVNÍ RUCH

Pojem cestovní ruch je odvozen od slova cestování. Oba pojmy se však liší. Pod pojmem cestování rozumíme cesty spojené s přechodným pobytem na jiném místě. Cestovní ruch je pojem mnohem širší. O cestovním ruchu mluvíme, když se cestování stává masovým jevem a je spojeno s poskytováním specifických služeb (ubytování, stravování, doprava a jiné), které zabezpečují specializované organizace.¹

Cestovní ruch je významným úkazem dnešní doby jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každý rok představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním, objevováním a naplňováním vlastních snů. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel především ekonomicky vyspělých zemí. Ve světě patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím.²

Začátek rozvoje moderního cestovního ruchu spadá do období přelomu 19. a 20. století, kdy ve vyspělých oblastech začal cestovní ruch pronikat jako odvětví společenské činnosti. Spousty odborníků však jeho zahájení spojují s obdobím průmyslové revoluce jako důsledky tehdejších technických, ekonomických a sociálních podmínek. Cestovní ruch totiž potřebuje možnost svobodného pohybu obyvatelstva, přiměřený fond volného času, volnou kupní sílu na uspokojení méně zbytných potřeb. Do této skupiny se zahrnují i potřeby spojené s uspokojením účasti na cestovním ruchu. Důležitá je i výstavba a provoz dopravních, ubytovacích, stravovacích, sportovně-rekreačních, zábavních a dalších zařízení cestovního ruchu.³

Cestovní ruch je v současné době předmětem zkoumání několika vědních disciplín, např. ekonomie, geografie, sociologie, psychologie, pedagogiky. Všechny tyto obory mají společný předmět zkoumání – cestovní ruch, ale každá disciplína ho zkoumá ze svého pohledu a vlastní metodou.⁴

¹ LOCHMANNOVÁ, A. Cestovní ruch. 1. vyd, Prostějov: Computer Media, 2015. s. 8. ISBN 978-80-7402-216-6.

² HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011. s. 7. ISBN 978-80-7373-107-6.

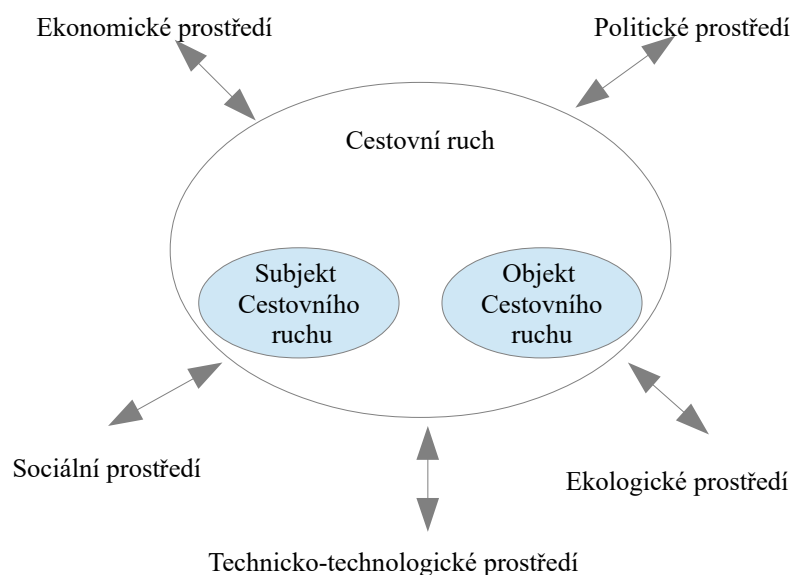
³ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011. s. 7. ISBN 978-80-7373-107-6.

⁴ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011. s. 9. ISBN 978-80-7373-107-6.

1.1 CESTOVNÍ RUCH JAKO SYSTÉM

„Cestovní ruch je otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystémy, a to subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu včetně vzájemných vazeb. Vazby existují i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří jeho okolí – vnější prostředí. Jde o ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí.“⁵

Obrázek 1 – Cestovní ruch jako systém



Zdroj: Hesková, 2011 (Cestovní ruch)⁶

1.1.1 SUBJEKT CESTOVNÍHO RUCHU

Subjekt cestovního ruchu představuje účastníky cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je účastníkem každý, kdo uspokojuje svoje potřeby prostřednictvím spotřeby statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a ve volném čase. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu. Z pohledu statistiky je účastníkem cestovního ruchu cestující, který se označuje jako návštěvník, turista nebo výletník. Avšak své místo má i stálý obyvatel jako možný účastník domácího nebo zahraničního cestovního ruchu.⁷

⁵ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011. s. 10-11. ISBN 978-80-7373-107-6.

⁶ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 11. ISBN 978-80-7373-107-6.

Stálý obyvatel v domácím cestovním ruchu je osoba, která žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců na určitém místě před příjezdem do jiného místa na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu je to osoba, která žije v zemi alespoň rok před příjezdem do jiné země na kratší dobu než jeden rok. Stálý obyvatel je tedy občan státu a cizince, který splňuje tato kritéria.⁸

Návštěvník je osoba, která v domácím cestovním ruchu cestuje na jiné místo v zemi svého trvalého bydliště na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu cestuje do jiné země na dobu kratší než jeden rok s tím, že hlavní účel cesty musí být v obou případech jiný než výkon výdělečné činnosti.⁹

Turista je osoba, která v domácím, nebo v zahraničním cestovním ruchu splňuje kritéria návštěvníka. Účast turisty na cestovním ruchu se spojuje minimálně s jedním přenocováním. Podle délky pobytu se dá rozlišit **turista na dovolené** (který pobývá na daném místě více než určený počet nocí nebo dní), **krátkodobě pobývajícím turistu** (který cestuje na dobu nepřekračující určený počet nocí nebo dní, ale zahrnuje pobyt alespoň s jedním přenocováním).¹⁰

Výletník je jednodenní návštěvník, který cestuje na dobu kratší, než je 24 hodin, bez přenocování v navštíveném místě.¹¹

1.1.2 OBJEKT CESTOVNÍHO RUCHU

Objektem cestovního ruchu je vše, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde například o přírodu, kulturu, hospodářství. Objekt tvoří cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu. Subjekt cestovního ruchu cestuje do cílového místa tehdy, pokud existuje vhodný ekvivalent na uspokojování jeho potřeb.

⁷ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 11. ISBN 978-80-7373-107-6.

⁸ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 11. ISBN 978-80-7373-107-6.

⁹ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 12. ISBN 978-80-7373-107-6.

¹⁰ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 12. ISBN 978-80-7373-107-6.

¹¹ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 12. ISBN 978-80-7373-107-6.

Jeho součástí jsou služby a zboží vyráběné podniky a institucemi cestovního ruchu v cílovém místě.¹²

Cílové místo představuje středisko cestovního ruchu, oblast nebo stát jako cestovní cíl (destinace cestovního ruchu). Cílové místo musí mít vhodný potenciál pro cestovní ruch, který se označuje jako základní nabídka. Potenciál cestovního ruchu nebývá rozmístěný rovnoměrně a s ohledem na svoji jedinečnost může mít místní, regionální, celostátní až mezinárodní význam. Prostředkem k dosažení cíle je různorodá infrastrukturní vybavenost, která se označuje jako vedlejší nabídka. Jde o podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které umožňují návštěvníkům cílového místa se ubytovat, stravovat a vykonávat různé rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity typické pro cestovní ruch. Základní a vedlejší nabídka jsou vzájemně propojeny.¹³

Cestovním cílem může být i stát, jehož oblíbenost není odvozená od zajímavosti jeho středisek a oblastí cestovního ruchu, ale je pro návštěvníka zajímavá jako celek. Od jiných zemí se liší způsobem života místního obyvatelstva, jeho zvyklostmi, tradicemi apod.¹⁴

1.2 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU

Cestovní ruch se projevuje v různých druzích a formách, které jsou čím dál více rozmanitější a neustále se vyvíjejí v závislosti na poptávce účastníků cestovního ruchu a nových technologiích na straně nabídky.

O druzích cestovního ruchu hovoříme tehdy, když za základ posuzování cestovního ruchu vezmeme motivaci jejich účastníků, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě. O formách cestovního ruchu mluvíme, když jako základ posuzování cestovního ruchu vezmeme různé příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší.¹⁵

¹² HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 13. ISBN 978-80-7373-107-6.

¹³ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 13. ISBN 978-80-7373-107-6.

¹⁴ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 14. ISBN 978-80-7373-107-6.

¹⁵ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 19. ISBN 978-80-7373-107-6.

1.2.1 DRUHY CESTOVNÍHO RUCHU

Z hlediska motivace účasti na cestovním ruchu se jedná zejména o rekreační, sportovně-turistický a dobrodružný, kulturní a náboženský, lázeňský a zdravotní, kongresový cestovní ruch. V praxi se druhy cestovního ruchu vzájemně kombinují, při čemž jeden z nich bývá převládající. Například rekreační cestovní ruch se nejčastěji kombinuje se sportovním, zdravotním a kulturním cestovním ruchem, lázeňský s kulturním a zdravotním cestovním ruchem apod.¹⁶

Rekreační cestovní ruch je druh cestovního ruchu, pro který je charakteristický odpočinek ve vhodném přírodním prostředí. Se stále zhoršujícím se životním prostředím dostává v dnešní době mnohem větší význam. Součástí rekreačního cestovního ruchu je **tematický cestovní ruch**, který se zaměřuje na uspokojení specifických potřeb (např. technické památky a zajímavosti, sakrální stavby). Rekreační potřeby a zážitky zprostředkovávají např. i technické parky v Evropě i zámoří, které poskytují rozmanitý výběr rekreačních a zábavních atrakcí pro děti a dospělé.¹⁷

Sportovně-turistický cestovní ruch je charakteristický pobytem v přírodním prostředí s aktivním vykonáváním různých sportovních činností. Jde např. o turistiku, která může být pěší, horská, vodní, cykloturistika nebo mototuristika, ke které patří kempování a karavaning. S ohledem na roční období je oblíbené množství sportovních aktivit, v létě např. koupání a plavání ve volné přírodě nebo na koupalištích, míčové hry, tenis a v zimě lyžování, bruslení.¹⁸

Dobrodružný cestovní ruch je součástí sportovního cestovního ruchu jako výsledek touhy po neznámém, po objevování, s cílem zažít nějaké dobrodružství s jistou mírou kontrolovaného rizika. Jde o touhu člověka změnit alespoň na krátký čas každodenní způsob života pomocí různých aktivit, např. noční putování, zdolávání vysoko položených míst, adrenalinové sporty (bungee jumping, kaňoning, rafting).¹⁹

¹⁶ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 20. ISBN 978-80-7373-107-6.

¹⁷ LOCHMANNOVÁ, A. Cestovní ruch. 1. vyd, Prostějov: Computer Media, 2015. s. 18. ISBN 978-80-7402-216-6.

¹⁸ LOCHMANNOVÁ, A. Cestovní ruch. 1. vyd, Prostějov: Computer Media, 2015. s. 19. ISBN 978-80-7402-216-6.

¹⁹ LOCHMANNOVÁ, A. Cestovní ruch. 1. vyd, Prostějov: Computer Media, 2015. s. 26. ISBN 978-80-7402-216-6.

Kulturní cestovní ruch umožňuje uspokojování duchovních potřeb lidí. V praxi má podobu návštěv muzeí, galerií, výstav, kulturních pamětihodností, hudebních, divadelních a filmových festivalů, společenských a náboženských akcí. Populární formou je i studium v zahraničí, letní univerzitní kurzy, odborné stáže apod. Součástí kulturního cestovního ruchu je **náboženský (poutní) cestovní ruch**, spojený s tradicemi světových náboženství. Jeho nejčastějším projevem jsou poutě na poutní místa.²⁰

Lázeňský cestovní ruch představuje zdravotně-preventivní a léčebné činnosti pod odborným zdravotnickým dohledem ve volném čase. Jeho rozvoj je podmíněný existencí přírodních léčivých zdrojů, které ovlivňují zaměření lázeňské léčby. V lázeňských městech se intenzivně rozvíjí i společenský a kulturní život. **Zdravotní cestovní ruch** je reakcí na růst zdravotního uvědomování lidí a jejich snahy preventivně ovlivňovat své zdraví před negativními důsledky vysokého životního tempa a současného způsobu života. Požadavky na jeho rozvoj sílí díky trendu z konce minulého století, pokračujícího do současnosti, kterým se stala pohoda, péče o tělo a krásu (tzv. wellness, fitness, beauty).²¹

Kongresový cestovní ruch je nejčastěji organizování kongresů, konferencí, symposií, seminářů, výstav a veletrhů. Jde o druh cestovního ruchu, který zahrnuje soubor činností spojených s cestováním a pobytem v kongresovém místě, zaměřený na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností. Od ostatních druhů cestovního ruchu se odlišuje zejména tím, že se koncentruje obvykle do velkých měst. Kongresový cestovní ruch patří k neefektivnějším druhům cestovního ruchu.²²

1.2.2 FORMY CESTOVNÍHO RUCHU

Formy cestovního ruchu umožňují blíže určit základ cestovního ruchu z hlediska potřeb a cílů jeho účastníků. Díky tomu je snazší připravit produkt a nabízet ho na trhu cílové skupině účastníků cestovního ruchu.²³

²⁰ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 22. ISBN 978-80-7373-107-6.

²¹ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 23. ISBN 978-80-7373-107-6.

²² LOCHMANNOVÁ, A. Cestovní ruch. 1. vyd, Prostějov: Computer Media, 2015. s. 23. ISBN 978-80-7402-216-6.

²³ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 25. ISBN 978-80-7373-107-6.

Typologie forem cestovního ruchu využívá tyto kritéria:

- **Z geografického hlediska** – domácí cestovní ruch, zahraniční cestovní ruch, mezinárodní cestovní ruch.
- **Podle počtu účastníků** – individuální cestovní ruch, skupinový cestovní ruch, masový a ekologický cestovní ruch.
- **Podle způsobu organizování** – individuální cesty, organizované zájezdy a pobyty, klubový cestovní ruch.
- **Podle věku účastníků** – cestovní ruch dětí (do 15 let), mládežnický cestovní ruch (15-25 let), rodinný cestovní ruch, seniorský cestovní ruch.
- **Podle délky účasti** – výletní cestovní ruch, krátkodobý cestovní ruch, víkendový cestovní ruch, dlouhodobý cestovní ruch.
- **Podle převažujícího místa pobytu** – městský cestovní ruch, příměstský cestovní ruch, venkovský cestovní ruch, agroturistika (ekoagroturistika), horský a vysokohorský cestovní ruch, přímořský cestovní ruch.
- **Podle ročního období** – sezónní (zimní, letní) cestovní ruch, mimosezónní cestovní ruch, celoroční cestovní ruch.
- **Podle použitého dopravního prostředku** – motorizovaný cestovní ruch, železniční cestovní ruch, letecký cestovní ruch, lodní cestovní ruch.
- **Z hlediska dynamiky** – pobytový cestovní ruch, putovní cestovní ruch.
- **Ze sociologického hlediska** – návštěvy příbuzných a známých.²⁴

²⁴ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 20. ISBN 978-80-7373-107-6.

2 VÝVOJ CESTOVÁNÍ A CESTOVNÍHO RUCHU

S určitou podobou cestovního ruchu, se dá setkat již v období Starověku. Cesty měly jiný charakter a cestování nebylo ani zábavou. Hlavními motivy byly náboženství, obchod, vojenské výpravy, objevitelské cesty mořeplavců nebo vzdělání. Cestování jako takové bylo nákladné a dovolit si ho mohly jen osoby majetných společenských vrstev.²⁵

O cestovním ruchu jako takovém se začíná hovořit až v 19. století. Začalo se mnohem častěji jezdit za vzděláním, a to nejen na univerzity, ale i do škol – dnes bychom řekli středních. V 18. století se začala rozvíjet poptávka po lázních (počátek léčebných pobytů).²⁶

Za zakladatele skutečného moderního cestovního ruchu je považován Thomas Cook, Angličan, který zorganizoval v roce 1841 hromadnou výpravu s použitím tehdy nejmodernějšího způsobu dopravy po železnici. Organizované cesty začaly až na počátku 20. století, kdy došlo k rychlým změnám v hospodářském vývoji a k růstu životní úrovně. Až v průběhu dvacátých let se dá hovořit o rozsáhlejším rozšíření cestovního ruchu. V dalším období byla charakteristickým rysem cestovního ruchu měnící se kvalita služeb a jejich větší rozdílnost. Začala růst kvalita poskytovaných služeb a vznikají zařízení poskytující služby účastníkům cestovního ruchu s nižšími příjmy.²⁷

2.1 VÝVOJ CESTOVNÍHO RUCHU NA ÚZEMÍ BÝVALÉHO ČESKOSLOVENSKA

Rozvoj cestovního ruchu v Československu mezi dvěma světovými válkami

Toto období bylo charakterizováno velkou nerovnoměrností rozvoje cestovního ruchu. Domácí cestovní ruch byl převážně pobytového charakteru, průměrná délka pobytu byla v domácím cestovním ruchu 5 dní v průměru, v zahraničním cestovním ruchu 8 dní.

²⁵ LOCHMANNOVÁ, A. Cestovní ruch. 1. vyd, Prostějov: Computer Media, 2015. s. 9. ISBN 978-80-7402-216-6.

²⁶ Vývoj cestovního ruchu [online]. © 2018 [cit. 2019-01-04]. Dostupné z: <http://ekonomika-managment.studentske.cz/2009/06/vyvoj-cestovniho-ruchu>.

²⁷ Vývoj cestovního ruchu [online]. © 2018 [cit. 2019-01-04]. Dostupné z: <http://ekonomika-managment.studentske.cz/2009/06/vyvoj-cestovniho-ruchu>.

Cestovní ruch měl převážně sezónní charakter (především letní sezóna). V zahraničním cestovním ruchu měly největší podíl sousední státy. Vznikalo i více podniků cestovního ruchu (Československé státní lázně, Slovenská účastnická společnost). Největší podíl na formování cestovního ruchu měl Čedok, který po svém vzniku v roce 1920 zaujal prioritní postavení v oblasti cestovního ruchu nejen v Československé republice, ale dokonce se zařadil i mezi největší cestovní kanceláře na světě.²⁸

Rozvoj cestovního ruchu v Československu po 2. světové válce

Toto období se dá rozdělit do čtyř etap.

První etapa rozvoje cestovního ruchu bývá označována za období tzv. studené války a trvá do roku 1957. Etapa je charakterizována obnovou a přestavbou národního hospodářství na socialistických základech. Začínal se rozvíjet cestovní ruch ve formě výběrové a později podnikové rekreace pracujících v rámci odborných organizací, léčebných a zdravotních pobytů pracujících a mládeže. Příjezdový zahraniční cestovní ruch nedosáhl v roce 1957 ani 15 % úrovně roku 1937. Významné změny se týkaly materiálně-technické základny cestovního ruchu, která byla znárodněna. Ubytování v soukromí se v tomto období téměř neprovozovalo. Znárodnovací proces podmínil i nové organizační uspořádání podniků cestovního ruchu. Podle zákona č. 145/48 Sb. byly podniky pod národní správou znárodněny (Čedok n. p. apod.).²⁹

Druhá etapa rozvoje cestovního ruchu v Československu probíhala v letech 1958–1967. Cestovní ruch se začíná intenzivně rozvíjet díky růstu životní úrovně obyvatelstva, a to ve všech formách a druzích. Proti roku 1957 se účast na cestovním ruchu zvýšila šestinásobně. K největším změnám došlo v domácím cestovním ruchu. Hlavním důvodem bylo zkrácení pracovního týdne a zavedení volných sobot. Ve druhé etapě se posílila organizační struktura cestovního ruchu. V souladu s vládním usnesením byl zřízen Koordinační výbor pro otázky cestovního ruchu a rezortní komise u některých ministerstev. Pozitivním faktorem byl rozvoj odborných škol se zaměřením na cestovní ruch.³⁰

²⁸ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 49. ISBN 978-80-7373-107-6.

²⁹ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 49. ISBN 978-80-7373-107-6.

³⁰ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 50. ISBN 978-80-7373-107-6.

Třetí etapa rozvoje cestovního ruchu v Československu začínala v roce 1969. Podíl turistů ze socialistických zemí na příjezdovém a výjezdovém zahraničním cestovním ruchu ČSSR se zvýšil v obou směrech a dosáhl tak 95 % z celkové účasti. Po federativním uspořádání republiky se nadále posilovala organizační struktura cestovního ruchu. Byl zřízen vládní výbor pro zahraniční cestovní ruch jako koordinační orgán vlády. Od roku 1982 přešla činnost do kompetence Ministerstva zahraničního obchodu. Došlo k organizačnímu upevnění stávajících podniků cestovního ruchu a vznikly nové podniky (Tatratour, CK Slovaktour).³¹

Čtvrtá etapa rozvoje cestovního ruchu v Československu po roce 1989. Politické i společenské změny po listopadu 1989 ovlivnily cestovní ruch i u nás. Kladně se na cestovním ruchu projevilo hospodářské oživení a nárůst volného času. V počátečním období převažoval neorganizovaný cestovní ruch, bez prostřednictví cestovních kanceláří.³²

2.2 CESTOVNÍ RUCH PO ROCE 1990

Po roce 1989 problematika cestovního ruchu připadá do kompetence Ministerstva obchodu a cestovního ruchu ve spolupráci s ministerstvy zahraničního obchodu, zahraničních věcí a ministerstvem vnitra (celní a hraniční problematika). V rámci reorganizace státní správy bylo zrušeno Ministerstvo obchodu a cestovního ruchu k 31. 12. 1991. Od 1. 1. 1992 byla problematika cestovního ruchu svěřena do působnosti Ministerstva hospodářství ČSR, které společně s dalšími ministerstvy zajišťovalo podmínky rozvoje cestovního ruchu. V rámci ministerstva hospodářství vznikly speciální instituce se zaměřením na cestovní ruch: Odbor cestovního ruchu a Rada pro cestovní ruch. Česká centrála cestovního ruchu (ČCCR – dnes agentura Czech-Tourism) byla založena v roce 1993 s cílem koordinace rozvoje cestovního ruchu, prezentace ČR na zahraničních trzích.³³

Zákon č. 272/1996 Sb. z 11. 11. 1996 zakotvil novou soustavu ústředních orgánů státní správy. Pro oblast cestovního ruchu to znamenalo další přesun kompetencí ze zrušeného

³¹ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 52. ISBN 978-80-7373-107-6.

³² HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 53. ISBN 978-80-7373-107-6.

³³ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 54. ISBN 978-80-7373-107-6.

ministerstva hospodářství pod nové Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Cestovní ruch v rámci tohoto ministerstva organizačně spadá pod sekci regionální politiky.³⁴

2.3 SOUČASNÉ TENDENCE VE VÝVOJI CESTOVNÍHO RUCHU

Cestovní ruch je významnou aktivitou, která je neodmyslitelnou náplní volného času, zejména ve vyspělých zemích a je významnou součástí hospodářského rozvoje v řadě států.

Cestovní ruch prochází v posledních několika letech velkými změnami. V roce 2003 definovala Evropská komise deset základních trendů, které ovlivní cestovní ruch v nejbližší budoucnosti. Jedná se o tyto faktory: demografie, zdraví, vzdělání, volný čas, zkušenosti s cestováním, životní styl, informační technologie, doprava, udržitelný zdroj, jistota a bezpečí. Po více jak deseti letech od formulace těchto faktorů je zřejmé, jak se tyto trendy naplňují, a je možné konstatovat, že jejich platnost nepominula.³⁵

V roce 2012 vypracovala společnost Euromonitor souhrn globálních trendů v cestovním ruchu. Tyto trendy se týkají hned několika oblastí. Např. do států jako Kuba, Libye, Severní Korea, které byly pro Američany dříve nedostupné nebo zakázané, přijíždí stále vyšší počet amerických turistů. Ve spojeném království ovlivnila cestovní ruch společnost Tingo, která využívá obchodní politiku storna a kompenzací, aby nabídla zákazníkům nejlepší ceny hotelů. I v cestovním ruchu se projevuje vliv tzv. skupiny BRIC (Brazílie, Rusko, Indie a Čína). Návštěvníci z těchto zemí cestují do evropských metropolí, často za účelem nákupů luxusního zboží předních světových značek. Další studie předpovídají budoucí ovlivnění cestovního ruchu v Africe prostřednictvím tzv. „Nollywoodu“. Nigerijský filmový průmysl je po indickém největší na světě a přitahuje návštěvníky, které lákají nezvyklé filmové lokace a exotická kultura. Dalším očekávaným trendem je zájem o nákup zlata, který rovněž ovlivňuje cestovní ruch. Zvláštní a nezvyklou novinkou v cestování je podle Euromonitoru tzv. „digitální detox“. Spotřebitelé se stávají čím dál více závislími na svých elektronických zařízeních, a proto jim hotely nabízejí tzv. „digitální detoxikační dovolené“, aby si odpočinuli od stresu.³⁶

³⁴ HESKOVÁ, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011, s. 54. ISBN 978-80-7373-107-6.

³⁵ KOTÍKOVÁ, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd, Praha: Grada, 2013. s. 25. ISBN 978-80-247-4603-6.

³⁶ KOTÍKOVÁ, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd, Praha: Grada, 2013. s. 25. ISBN

Některé trendy ve vývoji cestovního ruchu se projevují dlouhodobě, např. demografické trendy, využití moderních komunikačních a informačních technologií. Zájem o cestovní ruch neustále stoupá, jak na straně nabídky, tak na straně poptávky. Odhaduje se, že další cesty vývoje se budou projevovat ve čtyřech oblastech – v nabídce nových produktů cestovního ruchu, v hledání nových cílových skupin účastníků cestovního ruchu, v nabídce nových služeb a v nových přístupech v marketingu cestovního ruchu.³⁷

2.3.1 NOVÉ PRODUKTY Z HLEDISKA MOTIVACE ÚČASTNÍKŮ

Všechny tyto produkty ovlivňují vývoj cestovního ruchu a jsou součástí jeho modernizace.

Gastronomický (kulinářský) cestovní ruch (food tourism)

Jídlo je nejen zdrojem naší fascinace, ale je také důležitou součástí cestování. Stravovací služby se řadí mezi tzv. základní služby cestovního ruchu (spolu s ubytováním a dopravou), je však zřejmé, že jídlo může být samo o sobě cílem cestovního ruchu. Kulinářský cestovní ruch představuje účast na akcích týkajících se jídla, které zahrnují konzumaci, přípravu a prezentaci jídla, kuchyní, tradicí stolování a stravovací zvyky. Je to dosažení jedinečných a nezapomenutelných kulinářských zážitků všech druhů během cestování. Velkou chybou je chápat gastronomický cestovní ruch pouze jako „gurmetský“ cestovní ruch. Nejedná se o cestování do prvotřídních restaurací, ale o návštěvu jakéhokoliv stravovacího zařízení (například i nákup u stánku), která přináší nezapomenutelný a unikátní zážitek. Gastronomický zážitek umocňuje i místo a atmosféra. Kulinářské cesty probíhají v historických městech, u moře, v přírodě apod., a to ve všech ročních obdobích. Jedná se o moderní trend, ve kterém se kuchaři snaží přiblížit tradiční národní kuchyni zahraničním hostům. Pro tuzemské hosty může být zajímavá nabídka exotických pokrmů či návštěva gastronomických festivalů, masopustů a hodů.³⁸

Kulinářský cestovní ruch je stále populárnější a v posledních letech se stává módní záležitostí. Jedná se o součást cestovního ruchu, která je velmi rozmanitá. Do kulinářského cestovního ruchu je možné zahrnout aktivity, které spočívají v návštěvě následujících objektů a akcí: podniky veřejného stravování (podniky s Michelinskou

³⁷ KOTÍKOVÁ, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd, Praha: Grada, 2013. s. 27. ISBN 978-80-247-4603-6.

³⁸ KOTÍKOVÁ, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd, Praha: Grada, 2013. s. 37. ISBN

hvězdou, gurmetské restaurace), gastronomické destinace (Mexiko, Francie, Itálie, Japonsko nebo Indie), gastronomické akce a události (food festivaly – Prague food festival), gastronomické provozy (palírny whisky, pivovary, vinné sklepy), gastronomická muzea (Gastronomické muzeum v Praze), farmářské trhy a kurzy vaření.³⁹

Temný cestovní ruch (Dark tourism)

Mnoho lidí je do určité míry fascinováno smrtí, bolestí a pocity strachu. Tento jev je natolik silný, že motivoval vznik celé řady komerčních produktů nabízejících tyto pocity (např. filmy, seriály, počítačové hry). Na druhé straně stojí přirozená lidská obava ze smrti, která je spojena nejen se strachem, ale i s úctou. Rozvoj temného cestovního ruchu je podmíněn jak ze strany poptávky, tak i tvorbou produktů na straně nabídky. Na vzniku poptávky po produktech temného cestovního ruchu se podílí několik faktorů: uctění památky zesnulých, pocta mrtvým a utrpení, vzdělání, poznání (Osvětim v Polsku), osobní zážitek pocitu strachu, ohrožení, smutku, hra, zábava (hrabě Dracula). Všechny motivy se mohou navzájem prolínat a často se spojují s ostatními motivy účasti na cestovním ruchu.⁴⁰

Nabídka v oblasti temného cestovního ruchu se dělí prostřednictvím turistických cílů: hřbitovy (Židovský hřbitov v Praze), věznice, mučírny, žaláře (ostrov Alcatraz), místa genocidy, úmrtí, poprav (Waterloo v Belgii, Slavkov), místa katastrof (památník obětem a nový mrakodrap Freedom Tower, Pripjat' „město duchů“ na Ukrajině), muzea, památníky, výstavy (Muzeum holokaustu ve Washingtonu), rekonstrukce bitev a tragických událostí (atentát na Johna F. Kennedyho), po stopách otroků (domy voskových figurín).⁴¹

Event turismus (Event tourism)

Akce a události jsou významnou složkou potenciálu cestovního ruchu. Často nemusí být spojeny s dalšími prvky potenciálu destinace cestovního ruchu, u jejich zrodu stojí pouze dobrý a originální nápad. Eventy mají v současné době v cestovním ruchu stále

³⁹ KOTÍKOVÁ, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd, Praha: Grada, 2013. s. 43. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁴⁰ KOTÍKOVÁ, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd, Praha: Grada, 2013. s. 79. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁴¹ KOTÍKOVÁ, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd, Praha: Grada, 2013. s. 84. ISBN

větší význam. Často nejsou pouze zpestřením nabídky v cestovním ruchu, ale stále častěji se stávají i hlavním důvodem pro návštěvu určité destinace.⁴²

„Eventy jsou významné jednorázové nebo opakující se akce omezeného trvání, které mají zvýšit povědomí, atraktivitu a zisk destinace cestovního ruchu z dlouhodobého i krátkodobého hlediska. Svůj úspěch zakládají na jedinečnosti, prestiži, a aktuálnosti s cílem vzbudit zájem a vyvolat pozornost.“⁴³

Dělení eventů podle obsahu:

- Kulturní eventy – festivaly a přehlídky (filmový festival v Karlových Varech), letní hudební festivaly (Rock for People, Colours of Ostrava), venkovní představení (Letní shakespearovské slavnosti), koncerty a muzikály
- Sportovní eventy – tenisový turnaj ve Wimbledonu, tenisové finále v Davis cupu a Fed cupu v roce 2013 v O2 Aréně v Praze, pochod Praha-Prčice
- Eventy vycházející z místních zvyků a tradic – folklorní akce, místní zvyky (karneval v Riu de Janeiru), akce, jehož scénář je spojen s určitou legendární postavou, mýtem nebo událostí (Stonehenge, Nový Zéland – Pán prstenů)
- Zábavní a společenské eventy – venkovní zábavné akce, soutěže, plesy, tematické parky a volnočasová centra (IQ park Liberec, Disneyland, Legoland)
- Náboženské eventy – Vánoce, Velikonoce, poutní místa
- Přírodní eventy – Hanami (svátek rozkvetlých sakur v Japonsku)⁴⁴

Dobrovolnický cestovní ruch (Volunteer tourism)

Dobrovolnický cestovní ruch je novým trendem, který se dynamicky rozvíjí v globalizovaném prostředí. Řada mladých lidí cestuje do zahraničí, aby se podílela na dobrovolnické pomoci. Je to forma cestovního ruchu, jehož účastníci jsou motivováni

⁴² KOTÍKOVÁ, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd, Praha: Grada, 2013. s. 93. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁴³ KOTÍKOVÁ, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd, Praha: Grada, 2013. s. 91. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁴⁴ KOTÍKOVÁ, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd, Praha: Grada, 2013. s. 98. ISBN 978-80-247-4603-6.

dobrovolnou neplacenou prací, nejčastěji v přírodě (obnova lesních kultur, čištění přírody od odpadků, práce na statcích, archeologické vykopávky) a v nevládních obecně prospěšných organizacích. Ubytování a strava jsou zpravidla pro účastníky zdarma nebo za výrazně sníženou cenu.⁴⁵

Svatební cestovní ruch (Wedding tourism, Honeymoon tourism)

Svatební cestovní ruch označuje v širším pojetí všechny organizované cesty do zahraničí s motivem účasti na svatebním obřadu nebo s obdobnými motivy, jimiž může být svatební cesta, symbolické (bez právní účinnosti) uzavření sňatku, zasnoubení, výročí svatby.⁴⁶

Filmový turismus

Filmový turismus je relativně mladá záležitost. Vznikl jako reakce na popularitu filmu a televize. Předchůdcem filmového turismu byl cestovní ruch na místa, spojená s literaturou. Hlavním motivem je návštěva míst, se kterými je spjatý určitý film či jiné audiovizuální dílo, nebo návštěva atraktivit a událostí, které se vztahují k filmu, seriálu. Součástí filmového turismu jsou: návštěva lokality zobrazené ve filmu (Karlštejn), prohlídka filmového studia, sledování probíhajícího natáčení, organizovaná prohlídka lokality zobrazené ve filmu, návštěva filmových festivalů (festival v Cannes).⁴⁷

⁴⁵ KOTÍKOVÁ, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd, Praha: Grada, 2013. s. 115. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁴⁶ KOTÍKOVÁ, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd, Praha: Grada, 2013. s. 125. ISBN 978-80-247-4603-6.

⁴⁷ KOTÍKOVÁ, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd, Praha: Grada, 2013. s. 131. ISBN 978-80-247-4603-6.

3 CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE

Cestovní ruch patří k významným složkám každého hospodářství. České republice přináší finanční zdroje nejen od domácích turistů, ale hlavně od zahraničních návštěvníků. V roce 2018 navštívilo Českou republiku přibližně 10,5 milionu turistů ze zahraničí. Nejvíce zahraničních turistů pocházelo z Německa, Slovenska, Polska, Číny, Spojených států amerických, Ruska, Velké Británie, Itálie a Jižní Korey. V cestovním ruchu pracuje přibližně 231 tisíc zaměstnanců.⁴⁸

Mezi největší lákadla cestovního ruchu v ČR jsou historické památky, památky na seznamu kulturního dědictví UNESCO, lázeňství, zimní sporty, přírodní památky. Praha je pátým nejnavštěvovanějším městem Evropy, po Londýně, Paříži, Istanbulu a Římě.

3.1 NÁVŠTĚVNOST TURISTICKÝCH CÍLŮ PRO ROK 2017

Na základě sledování objektů agentura CzechTourism sestavila žebříček nejnavštěvovanějších turistických atraktivit.

První pětka turistických atraktivit podle návštěvnosti zůstala stejná jako v roce 2016: Pražský hrad, lanová dráha na Petřín, zoologická zahrada Praha a dva aquaparky (pražský AquaPalace a moravský Aqualand Moravia v Pasohlávkách).

Nejvíce oblíbené jsou obecně turisticky atraktivní místa v Praze, z důvodu velké návštěvnosti zahraničních turistů. Kromě dobře známých cílů, jakými jsou zoologické zahrady nebo aquaparky se o pozornost stále více hlásí dobře propagované atrakce v regionech. *„Největší nárůst návštěv za rok 2017 zaznamenali v IQLandii science center v Liberci, Lanek Parku v Ostravě a na Stezce v korunách stromů na Lipně. V posledních letech vzrůstá nutnost intenzivní spolupráce s regiony při tvorbě marketingových kampaní a dalších aktivit. Cílem je zachování trvale udržitelného cestovního ruchu. Některé památky jsou přetížené. Z tohoto důvodu dochází k dlouhodobé propagaci i méně navštěvovaných památek a oblastí.“*⁴⁹

⁴⁸ Cestovní ruch v České republice [online]. © 2015 [cit. 2019-01-20]. Dostupné z: <https://studijni-svet.cz/cestovni-ruch-v-ceske-republice/>

⁴⁹ CzechTourism: Návštěvnost turistických cílů v ČR [online]. © 7. 8. 2018 [cit. 2019-01-09]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/tiskovezpravy/CzechTourism-Navstevnost-turisticky-ch-cilu-v-CR-546826>

Od začátku roku 2018 dosáhl portál agentury Czech Tourism téměř 10 milionů návštěv. Denně si na web „klikne“ až 100 tisíc návštěvníků. Účastníci cestovního ruchu mají největší zájem o turistické cíle, které jsou vhodné pro rodiny s dětmi, kulturní nabídku a letní aktivity v přírodě. Zájem o dovolenou v tuzemsku v posledních třech letech výrazně roste. V roce 2014 přijelo do hromadných ubytovacích zařízení v Česku 7,5 milionů domácích turistů, v roce 2017 již 9,8 milionů. Za dlouhodobým růstem stojí zlepšující se životní úroveň Čechů, konkurenceschopná nabídka tuzemských destinací, bezpečnostní faktory i marketingové aktivity.⁵⁰

Tabulka 1: 5 nejnavštěvovanějších míst v roce 2017

Název Cíle	Počet registrovaných návštěvníků (tis.)		Kraj
	2016	2017	
Pražský hrad, Praha	2 100,7	2 377,6	Praha
Lanová dráha na Petřín, Praha	1 753,0	2 066,0	Praha
Zoologická zahrada Praha, Praha	1 448,4	1 445,1	Praha
AquaPalace Praha, Praha	1 022,8	835,9	Praha
Aqualand Moravia, Pasohlávky	712,4	721,0	Jihomoravský

Zdroj: Czech Tourism, 2017⁵¹

3.2 VLIV CESTOVNÍHO RUCHU NA ČESKOU REPUBLIKU

Cestovní ruch v roce 2016 zaměstnával 231,5 tisíce osob. Podíl cestovního ruchu na celkové zaměstnanosti v národním hospodářství činil 4,4 %. V turismu tedy pracoval každý třiatřicátý Čech. K získávání a zpracování dat z oblasti cestovního ruchu a cestování slouží statistika cestovního ruchu. Především poskytuje údaje o objemu cestovního ruchu, o jeho charakteristikách, o profilu účastníků cestovního ruchu, výdajích v rámci cestovního ruchu a o přínosech cestovního ruchu pro národní

⁵⁰ CzechTourism. Návštěvnost turistických cílů 2017 [online]. © 2018 [cit. 2019-01-09]. Dostupné z: <https://www.jaknaturisty.cz/l/navstevnost-turistickych-cilu-v-roce-2017>.

⁵¹ CzechTourism. Návštěvnost turistických cílů 2017 [online]. © 2018 [cit. 2019-01-09]. Dostupné z: <https://www.jaknaturisty.cz/l/navstevnost-turistickych-cilu-v-roce-2017>.

hospodářství. V České republice koordinaci této statistiky zajišťuje Český statistický úřad.⁵²

3.2.1 PODÍL CESTOVNÍHO RUCHU NA EKONOMICE V ČR

V České ekonomice dosahuje cestovní ruch pozitivního vývoje. V roce 2016 tvořil tento obor 3 % hrubého domácího produktu. Celkový objem výdajů za cestovní ruch dosáhl 272 miliard korun. „*Jde o souhrnný ukazatel poptávky všech návštěvníků, kteří trávili svou dovolenou v Česku. V roce 2016 byl v meziročním srovnání o 8,9 % vyšší.*“ Objem výdajů je každý rok vyšší. Pro rok 2016 dosáhl nejvyšší hodnoty od začátku sledování v roce 2003. Příjezdový cestovní ruch tvořený zahraničními návštěvníky činil necelých 58 %, tj. 157 miliard korun. Zbývající dvě pětiny finančních prostředků byly získány od tuzemských návštěvníků prostřednictvím domácího cestovního ruchu.⁵³

V roce 2016 navštívilo Českou republiku 32,5 miliónu cizinců. Nejvíce peněz u nás utrácejí turisté, kteří zde přenocují (V průměru jde o 2 100 korun denně.). S rostoucím počtem zahraničních i domácích návštěvníků se zvyšuje význam cestovního ruchu pro české hospodářství. Hrubá přidaná hodnota v tomto sektoru přesáhla 120 miliard korun. O růst se zasloužily především služby ubytovacích zařízení, pohostinství, odvětví osobní dopravy, cestovní kanceláře, kulturní, sportovní a jiné rekreační služby.⁵⁴

3.2.2 STATISTIKA CESTOVNÍHO RUCHU V ROCE 2018 V ČR

1. čtvrtletí v roce 2018

Počet přenocování hostů dosáhl v 1. čtvrtletí loňského roku 10,8 milionu nocí, což bylo skoro o 10 % více než ve stejném období loňského roku. Průměrná délka pobytu dosáhla 3,7 dne. Nejvíce přenocování bylo uskutečněno v hotelech. Hromadná ubytovací zařízení si zvolilo více zahraničních hostů než domácích. Zvýšení návštěvnosti zaznamenaly penziony.⁵⁵

⁵² Báčová. Zisk z cestovního ruchu vzrostl na 272 miliard [online]. © 4.4.2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/zisk-z-cestovniho-ruchu-vzrostl-na-272-miliard>

⁵³ Báčová. Zisk z cestovního ruchu vzrostl na 272 miliard [online]. © 4.4.2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/zisk-z-cestovniho-ruchu-vzrostl-na-272-miliard>

⁵⁴ Báčová. Zisk z cestovního ruchu vzrostl na 272 miliard [online]. © 4.4.2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/zisk-z-cestovniho-ruchu-vzrostl-na-272-miliard>

⁵⁵ Cestovní ruch – 1. čtvrtletí 2018 [online]. © 10.5.2018/8.2.2019 [cit. 2019-01-25]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ci/cestovni-ruch-1-ctvrtleti-2018>

V porovnání s loňským rokem se počet zahraničních i domácích návštěvníků zvýšil. O téměř čtvrtinu se zvýšil počet hostů v Plzeňském kraji. Další růst příjezdů zaznamenal také Jihočeský kraj, Olomoucký kraj a Středočeský kraj. Dlouhá zimní sezóna lákala k návštěvě lyžařských středisek domácí klientelu. Počet ubytovaných rezidentů v Královéhradeckém kraji se tak dostal na úroveň návštěvnosti domácích hostů v Praze. Nejvíce zahraničních hostů (podle státního občanství) přijelo z Německa. Druhá příčka patřila ve sledovaném čtvrtletí hostům z Ruské federace. Nad sto tisíc příjezdů se dostala návštěvnost ze Slovenska, Polska a Velké Británie. Naopak k poklesu návštěvnosti došlo u příjezdů ze Spojených států amerických a také Francouzů se ubytovalo méně. Nadprůměrný zájem o návštěvu Česka byl zaznamenán u čínských hostů, ale také u Španělů, Ukrajinců nebo Maďarů.⁵⁶

2. čtvrtletí v roce 2018

Počet přenocování hostů v hromadných ubytovacích zařízeních dosáhl ve 2. čtvrtletí roku 2018 celkem 13,4 milionu nocí a počet přenocování se zvýšil. Návštěvnost tak nepřetržitě roste již pátým rokem. Z pohledu regionů se nejvíce přenocování v absolutním vyjádření uskutečnilo v Praze. Lázeňská ubytovací zařízení navštívilo ve sledovaném období celkem 230 tisíc hostů (více než ve stejném období předchozího roku). Počet přenocování se ale snížil a došlo ke zkrácení pobytů v lázních.⁵⁷

Zahraněních hostů (podle státního občanství) přijelo tradičně nejvíce z Německa. Němci tvořili necelou pětinu zahraniční klientely. Druhou nejpočetnější skupinu tvořili ve 2. čtvrtletí návštěvníci ze Slovenska a na třetím místě se umístili hosté z Číny. Naopak poptávka klesla u příjezdů z Ruska, Jižní Koreje a Rakouska.⁵⁸

3. čtvrtletí v roce 2018

Trend rostoucí návštěvnosti se znovu potvrdil i v hlavní turistické sezóně. Počet přenocování hostů v hromadných ubytovacích zařízeních dosáhl ve 3. čtvrtletí roku 2018 celkem 20,6 milionu nocí, což bylo o 4,3 % více než ve stejném období předchozího roku. Počet přenocování vzrostl v hotelích, penzionech a kempech.

⁵⁶ Cestovní ruch – 1. čtvrtletí 2018 [online]. © 10.5.2018/8.2.2019 [cit. 2019-01-25]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/cestovni-ruch-1-ctvrtleti-2018>

⁵⁷ Cestovní ruch – 2. čtvrtletí 2018 [online]. © 8.8.2018/8.2.2019 [cit. 2019-01-25]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/cestovni-ruch-2-ctvrtleti-2018>

⁵⁸ Cestovní ruch – 2. čtvrtletí 2018 [online]. © 8.8.2018/8.2.2019 [cit. 2019-01-25]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/cestovni-ruch-2-ctvrtleti-2018>

Regionálně přibylo hostů ve všech krajích České republiky. Nejvyšší přírůstek zaznamenal Karlovarský kraj a také Zlínský, Plzeňský, Moravskoslezský a Středočeský kraj.⁵⁹

Nejvíce zahraničních hostů (podle státního občanství) přijelo z Německa. Druhou nejpočetnější skupinu tvořili v letních měsících hosté ze Slovenska. Na třetím místě se umístila Čína. Návštěvnost z Ruska a Jižní Koreje dále klesala. Naopak výrazné tempo růstu bylo zaznamenáno u návštěvníků z Ukrajiny, kteří už ve 3. čtvrtletí přesáhli absolutní počty návštěv za celý minulý rok.⁶⁰

4. čtvrtletí v roce 2018

Počet přenocování hostů v hromadných ubytovacích zařízeních dosáhl ve 4. čtvrtletí loňského roku 10,8 milionu, tedy o 3,1 % více než ve stejném období předchozího roku. Počty přenocování se zvýšily v hotelech a penzionech. Nejvíce se dařilo provozovatelům ve středních Čechách. Do hromadných ubytovacích zařízení přijelo ve sledovaném období celkem 4,5 milionu hostů. Nejvíce zahraničních hostů (podle státního občanství) přijelo z Německa. Druhou nejpočetnější skupinu tvořili hosté ze Slovenska. Na třetím místě se umístili turisté z Číny. Počty hostů z Ruské federace již tři čtvrtletí v řadě klesaly.⁶¹

Celková statistika za rok 2018

Počet hostů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních v roce 2018 dosáhl 21,3 milionu, bylo to o 1,3 milionu více než v roce 2017. Skoro ve všech krajích republiky se meziročně zvýšila návštěvnost z hlediska počtu příjezdů i přenocování. Pouze na Pardubicku došlo k poklesu počtu ubytovaných hostů i nocí. Zahraničních návštěvníků přijelo za celý loňský rok o 550 tisíc více než v roce předchozím. Nejdůležitější zdrojovou zemí se stalo Německo, odkud přijely v roce 2018 celkem 2 miliony ubytovaných hostů. Druhé v pořadí bylo Slovensko a na třetí příčce Polsko.⁶²

⁵⁹ Cestovní ruch – 3. čtvrtletí 2018 [online]. © 7.11.2018/8.2.2019 [cit. 2019-01-25]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ci/cestovni-ruch-3-ctvrtleti-2018>

⁶⁰ Cestovní ruch – 3. čtvrtletí 2018 [online]. © 7.11.2018/8.2.2019 [cit. 2019-01-25]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ci/cestovni-ruch-3-ctvrtleti-2018>

⁶¹ Cestovní ruch – 4. čtvrtletí 2018 [online]. © 7.2.2018/8.2.2019 [cit. 2019-02-08]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ci/cestovni-ruch-4-ctvrtleti-2018>

⁶² Cestovní ruch – 4. čtvrtletí 2018 [online]. © 7.2.2018/8.2.2019 [cit. 2019-02-08]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ci/cestovni-ruch-4-ctvrtleti-2018>

4 PROBLEMATIKA CESTOVNÍHO RUCHU

Jedním ze současných problémů v cestovním ruchu je destinační management, u kterého dochází k předělávání. Na území České republiky se této problematice začalo věnovat již od druhé poloviny 90. let 20. století.

„Destinace je prostor (místo, region), který si host (nebo segment hostů) vybírá jako cíl své cesty. Pro pobyt disponuje všemi nezbytnými zařízeními pro bydlení, stravování, zábavu. Tím se stává produktem a jednotkou hospodářské soutěže, která musí být jako taková strategicky řízena.“⁶³

Destinace je geografický prostor. Vždy je vymezen z pohledu účastníka cestovního ruchu, a to tím, že si turista vybírá území (místo) za cíl své cesty, tak aby mu pobyt přinesl uspokojení většiny jeho potřeb, které jsou spojeny s účastí na cestovním ruchu. Poptávka rozhoduje, zda určité místo je, nebo není destinací. Skutečné destinace vznikají na trhu. Pokud si určité území vybere za cíl své cesty, závisí na jejích potřebách. Každý účastník cestovního ruchu má jinou potřebu. Pro někoho je to potřeba nového poznání památek, kultury nebo životního stylu, pro někoho potřeba relaxace a odpočinku (pobyt u moře, příroda), pro někoho potřeba aktivního sportování. Uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu vždy souvisí s určitým územím, a proto se poptávka nejdříve zaměřuje na určité místo, v němž je možné uspokojovat potřeby určitých účastníků cestovního ruchu.⁶⁴

Destinace je místo se spoustou atraktivit, služeb a zařízení, které poskytují služby a organizací, které jsou zaměřené na cestovní ruch. Destinace může nabízet pro různé skupiny, různé produkty, protože v jednom území se nachází několik atraktivit, které jsou schopné uspokojit různé potřeby. Proto je pro cestovní ruch důležitý faktor informovanosti poptávky o místech, která jsou schopná uspokojit potřeby. Destinace je tvořena nabídkou v určitém území v podobě produktu, a to s cílem zaujmout poptávku. Na trhu se později zjistí, zda nabízený produkt odpovídá představám a přáním poptávky,

⁶³ Problematika managementu destinace cestovního ruchu [online]. © 1.2007 [cit. 2019-02-15].
Dostupné z: <https://www.icot.cz/destinacni-management-problematika-managementu-destinace->

⁶⁴ Problematika managementu destinace cestovního ruchu [online]. © 1.2007 [cit. 2019-02-15].
Dostupné z: <https://www.icot.cz/destinacni-management-problematika-managementu-destinace-cestovniho-ruchu/>

a jak poptávka nabízený produkt vnímá. Vytváření destinace je tedy aktivní marketingový proces ze strany nabídky.⁶⁵

V dnešní době se destinace cestovního ruchu zaměřuje na rozvoje cestovního ruchu na určitém území. K dosažení cílů slouží management (činnost) cestovního ruchu v destinaci. Jde o proces, který je založen na spolupráci, na využití všech pozitivních dopadů a na vytváření určité přidané hodnoty. Spolupráce by se měli účastnit všechny hlavní poskytovatelé služeb cestovního ruchu a další organizace, které jsou zaměřené na turismus v destinacích a také řídicí samosprávní a správní instituce. Nabídku vytvářejí poskytované služby, ale prostředí pro jejich poskytování a pro podnikání vytvářejí samosprávní a správní orgány. Pokud mezi těmito organizacemi a orgány nefunguje nebo dokonce neexistuje spolupráce, vzájemná informovanost o aktivitách, budoucím vývoji a záměrech, nejsou vytvořeny podmínky pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci. Proto jsou pro fungování řízení cestovního ruchu v destinaci vytvářeny různé profesionální řídicí jednotky, řídicí jednotky destinačního managementu, typu společné organizace turismu v destinaci.⁶⁶

Problémem je rozdílné zaměření podnikatelských subjektů a orgánů státní správy, samosprávy a dalších organizací. Většinou se zaměřují na ochranu a regulaci a nevěnují dostatek pozornosti marketingu a potřebám a požadavkům účastníků cestovního ruchu. Výrazným problémem, který ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu v České republice jsou hranice. Hranice správních celků neodpovídají hranicím turistických regionů. Pokud území regionu leží na území více krajů (okresů), organizace cestovního ruchu mají problémy, které souvisí s nízkou spoluprací. Tento problém zpomaluje rozvoj cestovního ruchu.⁶⁷

Management destinace cestovního ruchu je vyvíjející se proces. V České republice se vyvíjí postupně. Na územích se posupně vytvářejí struktury, které se zabývají ovlivňováním cestovního ruchu v územních celcích. Podle vyspělých evropských zemí

⁶⁵ Problematika managementu destinace cestovního ruchu [online]. © 1.2007 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <https://www.icot.cz/destinacni-management-problematika-managementu-destinace-cestovniho-ruchu/>

⁶⁶ Problematika managementu destinace cestovního ruchu [online]. © 1.2007 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <https://www.icot.cz/destinacni-management-problematika-managementu-destinace-cestovniho-ruchu/>

⁶⁷ Úvod do problematiky destinačního managementu [online]. © 2.2007 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z:

je k zajištění dlouhodobého rozvoje cestovního ruchu důležitá spolupráce partnerství a serióznost.⁶⁸

Již několik let odborníci a profesionálové v České republice vyzývají ke zlepšení podmínek destinačního managementu. Snahou je zlepšit výkon a efektivitu činností v oblasti destinačního managementu v České republice a zvýšit efektivnost marketingových aktivit na trhu.⁶⁹

4.1 DESTINAČNÍ MANAGEMENT

Destinační management je forma řízení a organizace v destinaci (město, region, kraj) za účelem zvýšení efektivnosti aktivit spojených s cestovním ruchem a jeho udržitelným rozvojem. Základem je komunikace a marketingové řízení. „*Obecně je definován jako nejvyzrálejší a nejkompexnější forma řízení cestovního ruchu v turisticky vyspělých destinacích.*“ Vznikl v 90. letech v Rakousku a ve Švýcarsku, kdy se tyto země potýkaly s poklesem turismu.⁷⁰

Cílem destinačního managementu je spolupráce a koordinace činností jednotlivých zájmových skupin (poskytovatelé služeb, provozovatelé atrakcí cestovního ruchu, místní obyvatelstvo, investoři, orgány státní správy a samosprávy, neziskové organizace a jiné) podílejících se na rozvoji cestovního ruchu. Dalším cílem je vytvářet strategické plány, využívat fondy, realizovat marketingové aktivity, řídit celou destinaci za účelem udržení konkurenceschopnosti na trhu a organizovat a podporovat spolupráci mezi subjekty. Destinační management je založen na principu dobrovolné spolupráce mezi těmito subjekty. Výsledkem procesu jsou udržitelné a konkurenceschopné produkty cestovního ruchu, společně sdílené logo, značka kvality, společný a sdílený informační systém, tvorba cenové politiky a provádění výzkumu a sběru statistických dat z oblasti cestovního ruchu. Destinační management využívá zdroje destinace a snaží se

⁶⁸ Problematika managementu destinace cestovního ruchu [online]. © 1.2007 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <https://www.icot.cz/destinacni-management-problematika-managementu-destinace-cestovniho-ruchu/>

⁶⁹ Chaloupka R. Nové pojetí podpory destinačního managementu v České republice [online]. © 2018 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <http://www.vspj.cz/soubory/download/id/6699>

⁷⁰ Palatková, M. Marketingový management destinací. 1. vyd, Praha: GRADA, 2011, ISBN 978-80-247-3749-2.

vhodnými postupy a procesy efektivně dosahovat stanovených cílů a pozitivních efektů (např. regionální, ekonomický a sociální rozvoj destinace).⁷¹

Nabídku vytvářejí poskytovatelé služeb, ale prostředí pro jejich poskytování vytvářejí samosprávní a správní orgány. K realizaci destinačního managementu vytvářejí příslušné podnikatelské i veřejnoprávní subjekty speciální organizační jednotky, které se zaměřují na prosazení destinace a jejích produktů cestovního ruchu na trhu (např. turistické organizace, destinační společnosti, destinační agentury). Tyto organizace jsou vytvářeny na lokální a regionální úrovni a působí na úrovních:

- lokální turistické organizace – např. Pražská informační služba
- regionální turistické organizace – např. Destinační společnost východní Čechy
- národní turistické organizace – např. CzechTourism, British Tourist Authority
- kontinentální turistické organizace – např: European Travel Commission.⁷²

4.2 NOVÉ POJETÍ DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU V ČR

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, který se zabývá cestovním ruchem se v minulosti několikrát pokoušelo po vzoru zahraničních zemích (Rakousko, Švýcarsko atd.), vytvořit pro uplatnění destinačního managementu vhodnější podmínky legislativně, a to vytvořením speciálního zákona. V koncepci státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014 – 2020 bylo vládou schválené legislativní řešení. Jenže se ukázalo, že tato cesta je z mnoha důvodů neprůchodná a několikrát zkolabovala v různé fázi legislativního procesu.⁷³

Cestovní ruch se stává důležitým ekonomickým odvětvím a podílí se na něm hlavně podnikatelský sektor, ale také veřejné instituce, které jsou často vlastníkem klíčové nabídky, která je součástí produktu cestovního ruchu. Záleží na kvalitě produktu, která

⁷¹ Palatková, M. Marketingový management destinací. 1. vyd, Praha: GRADA, 2011, ISBN 978-80-247-3749-2.

⁷² Lorencová L. Management destinační (destination management) [online]. © 16. 6. 2012 [cit. 2019-08-15]. Dostupné z: http://www.artsllexikon.cz//index.php?title=Management_destina%C4%8Dn%C3%AD

⁷³ Chaloupka R. Nové pojetí podpory destinačního managementu v České republice [online]. © 2018 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <http://www.vspj.cz/soubory/download/id/6699>

rozhoduje o jeho celkové atraktivitě a konkurenceschopnosti. Stát by proto měl pomocí svých institucí vytvořit vhodné prostředí pro uplatnění politiky cestovního ruchu. K tomu by mělo docházet na všech úrovních veřejného sektoru a to na základě příslušné legislativy. (Podpora nebo zásah do odvětví cestovního ruchu by měla být prováděna efektivně a systematicky.)⁷⁴

„Cílem MMR bylo tedy zavést systém registrace a poté následné certifikace destinačního společenství a provázání certifikace a nového národního dotačního titulu – pouze certifikované destinační společnosti budou moci žádat o podporu z nového národního programu jako dobrovolně motivačního nástroje na implementaci nového systému organizace cestovního ruchu. Vytvořením nového systému organizace cestovního ruchu v ČR jako dobrovolně motivačního nástroje pověřilo v roce 2016 agenturu Českou centrálu cestovního ruchu – CzechTourism.“⁷⁵

Technické předpoklady k návrhu DMO

Před zahájením tvorby návrhu technického předpokladu organizace destinačního managementu (DMO) došlo ke stanovení základních předpokladů a stanovisek. Ke vzniku funkčního systému, který bude doopravdy přispívat k efektivitě činností v oblasti destinačního managementu v ČR, bylo nutné tyto předpoklady naplnit (např. respektování základních principů destinačního managementu, respektování stávajících kompetencí v oblasti cestovního ruchu v ČR, dodržování metodických pravidel a možnost dalšího rozvoje). Tyto předpoklady a východiska musely být uplatňovány po celou dobu zpracování návrhu technického předpokladu, připomínkového řízení a procesu jeho schvalování. Součástí zpracování bylo také hledání vhodného názvu technického předpokladu.⁷⁶

„Proces projednání kategorizace byl zajišťován agenturou CzechTourism v průběhu roku 2017. Požadavky kategorizace musely být projednány zejména se zástupci krajů, organizací destinačního managementu další profesní a odbornou veřejností.

⁷⁴ Chaloupka R. Nové pojetí podpory destinačního managementu v České republice [online]. © 2018 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <http://www.vspj.cz/soubory/download/id/6699>

⁷⁵ Chaloupka R. Nové pojetí podpory destinačního managementu v České republice [online]. © 2018 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <http://www.vspj.cz/soubory/download/id/6699>

⁷⁶ Chaloupka R. Nové pojetí podpory destinačního managementu v České republice [online]. © 2018 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z:

*Diskutovány byly zejména některé její náležitosti a požadavky. Kategorizace DMO byla připravována způsobem, který umožňuje její další rozvoj.*⁷⁷

Nová kategorizace (účinná od února roku 2018), slibuje formování stabilnějšího a systémovějšího prostředí pro uplatňování principů destinačního managementu a to by mělo vést k vyšší efektivitě uplatňování národní a regionální politiky cestovního ruchu.

4.2.1 PRAKTICKÉ ZKUŠENOSTI S NOVÝM POJETÍM DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU

„V roce 2018 byl odstartován Ministerstvem pro místní rozvoj a agenturou CzechTourism proces certifikace podle Kategorizace organizací destinačního managementu.“ Systém řeší dosavadní nedostatky (nevhodná organizační struktura cestovního ruchu, neefektivnost).⁷⁸

Proces:

- Zahájení procesu certifikace – elektronický registrační formulář pro příjem žádostí DMO o certifikaci umístěn na webovém portálu Českého systému kvality služeb
- Ustavení certifikační komise – komise sestavena ze zástupců reprezentujících dílčí kategorie DMO, agentury CzechTourism, Ministerstva pro místní rozvoj a odborné veřejnosti
- Vypracování pravidel pro zpracování odborných stanovisek pro hodnocení žádostí – postup (bodové hodnocení, slovní popis)
- Nastavení způsobu vyhodnocení vybraných požadavků kategorizace
- Zajištění procesu hodnocení předložených žádostí
- Monitoring a vyhodnocení zkušeností z procesu certifikace

⁷⁷ Chaloupka R. Nové pojetí podpory destinačního managementu v České republice [online]. © 2018 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <http://www.vspj.cz/soubory/download/id/6699>

⁷⁸ Chaloupka R. Praktické zkušenosti s implementací kategorizace organizací destinačního managementu [online]. © 2019 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <http://www.vspj.cz/soubory/download/id/7241>

- Identifikace pozitiv (přínosů) a nedostatků procesu zahájení certifikace DMO – provedena analýza pozitiv a nedostatků⁷⁹

Aktuální stav certifikace organizací destinačního managementu

Informační systém v listopadu 2018 evidoval více než 50 žádostí o certifikaci. Certifikaci se podařilo získat již téměř všem krajským DMO. Nejúspěšnějším krajem o udělení certifikace je Jihočeský kraj, následovaný Ústeckým a Královohradeckým krajem. Z dosavadního procesu hodnocení je možné vysledovat i nedostatky žádostí o certifikaci.⁸⁰

Tato kategorizace zatím plní svůj účel, pro který tento systém vznikl. Kategorizace začíná postupně sloužit jako nástroj, ke zlepšení podmínek a činnosti jednotlivých organizací destinačního managementu a současně také představuje nástroj postupného zlepšování činnosti jednotlivých DMO. K celkovému úspěchu systému je důležitý přístup Ministerstva pro místní rozvoj a krajů ČR.⁸¹

4.3 LITOMĚŘICKO A DESTINAČNÍ MANAGEMENT

Dostat se k informacím, které se týkají okresu Litoměřicka a jeho zaměření na destinační management není vůbec jednoduchá věc. V první řadě většina lidí ani pojem destinační management nezná a to i zaměstnanci úřadů, kteří pracují v oblasti cestovního ruchu. Zastihnout zaměstnance úřadů není jednoduché, a když je zastihnete není jisté jestli s Vámi vůbec budou ochotni mluvit a poskytnout Vám informace (na které máte nárok).⁸²

Zaměstnanci na úřadě v Litoměřicích, kteří fungují v oblasti cestovního ruchu Vás většinou, co se týče destinačního managementu obrátí na dvě webové stránky: www.ceskestredohori.info a www.dolnipoohri.eu.

⁷⁹ Chaloupka R. Praktické zkušenosti s implementací kategorizace organizací destinačního managementu [online]. © 2019 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <http://www.vspj.cz/soubory/download/id/7241>

⁸⁰ Chaloupka R. Praktické zkušenosti s implementací kategorizace organizací destinačního managementu [online]. © 2019 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z:

⁸¹ Chaloupka R. Praktické zkušenosti s implementací kategorizace organizací destinačního managementu [online]. © 2019 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <http://www.vspj.cz/soubory/download/id/7241>

⁸² Zdroj: Informace získány na úřadě v Litoměřicích

Destinační agentura České středohoří, o.p.s.

Agentura pro cestovní ruch v destinaci České středohoří a Podřipsko byla zapsána do rejstříku obecně prospěšných společností, vedeného Krajským soudem v Ústí nad Labem, 12. 11. 2012. Zakladateli jsou Město Litoměřice, Ústecký kraj a Biskupství litoměřické. Cílem je rozvoj regionu-destinace, podpora cestovního ruchu a trávení volného času.⁸³

Některé činnosti:

- Podíl na přípravě strategických dokumentů v oblasti regionálního rozvoje a cestovního ruchu. Ve své činnosti společnost úzce spolupracuje s podnikatelskými subjekty na území své destinace, zajišťuje jejich propagaci, zahrnutí do řady programů atd.
- Aktivně propaguje rozvoj oblasti Českého středohoří a Podřipska, turistické cíle, zajímavosti a produkty.
- Pořádání a podpora akcí v oblasti cestovního ruchu, turistiky, sportu a zajištění turistických služeb.
- Péče o krajinu, přírodní a životní prostředí, ochranu přírodního a kulturního dědictví a drobné kulturní památky.
- Vyhledávání dalších možných finančních zdrojů pro financování rozvojových projektů.
- V rámci rozvoje turistiky spolupráce při rozvoji a budování infrastruktury a koordinace cyklistické a pěší turistiky, navazující na dopravu železniční, silniční, leteckou a lodní.⁸⁴

DA Dolní Poohří o.p.s.

Destinační agentura Dolní Poohří je držitelem certifikátu Českého systému kvality služeb. Certifikát je veden agenturou CzechTourism. Agentura byla založena za účelem poskytování obecně prospěšných služeb, jejichž cílem je podpořit udržitelný rozvoj

⁸³ Destinační agentura [online]. © 2012 [cit. 2019-09-8]. Dostupné z: <https://www.ceskestredohori.info>

⁸⁴ Destinační agentura [online]. © 2012 [cit. 2019-09-8]. Dostupné z: <https://www.ceskestredohori.info>

tohoto regionu a napomoci tak jeho rozvoji při zachování jedinečných přírodních a kulturních podmínek. Dolní Poohří má také destinační fond, který je založen na partnerství podnikatelů, obcí, krajské samosprávy a neziskových organizací.⁸⁵

Mimo jiné okres Litoměřice spolupracuje s dalšími okresy a městy na projektech, které se týkají rozvoje cestovního ruchu (společný marketing a propagace, spolupráce na infrastruktuře a jiné). *„Nyní okres Litoměřice řeší s ostatními okresy legislativu destinačního managementu a snaží se vymyslet nejlepší dohodu, která bude vyhovovat všem stranám. Získání nových finančních prostředků a fondů je totiž důležité pro neustálý rozvoj cestovního ruchu v okresu. Okres Litoměřice se zatím nedohodl s jiným okresem. Jedním z problémů proč nedošlo k dohodě je nedostatek informací a aktualit ze strany státu a jeho orgánů ohledně legislativy destinačního managementu.“*⁸⁶

⁸⁵ Dolní Poohří [online]. © 2018 [cit. 2019-09-8]. Dostupné z: <http://www.dolnipoohri.eu>

⁸⁶ Zdroj: Informace získané od zaměstnance úřadu v Litoměřicích.

5 CESTOVNÍ RUCH NA LITOMĚŘICKU

„Oblast Litoměřicka byla osídlena již před 200 000 lety, přičemž většího významu nabyla asi před 5 000 roky, kdy začala její úrodná půda přitahovat nejstarší zemědělské kultury. Od 6. století n.l. se stala domovem našich slovanských předků, jejichž příchod literární tradice spojuje s památnou horou Říp.“ Dnešní okres Litoměřice leží v jihovýchodní části Ústeckého kraje podél soutoku Labe s Ohří. Je druhým největším okresem kraje. Na litoměřický okres navazuje na severozápadě Liberecký kraj, a to okresem Česká Lípa, svojí jižní a jihovýchodní hranicí sousedí s okresy Kladno a Mělník z kraje Středočeského.⁸⁷

Ke dni sčítání byl okres administrativně rozdělen do 105 obcí, což je nejvíce ze všech okresů kraje. Okres Litoměřice se počtem obyvatel a hustotou osob řadí na místo předposlední. Hospodářství okresu Litoměřice je známé především průmyslovými, obchodními, stavebními a zemědělskými organizacemi. V průmyslu, je nejvýznamněji zastoupen průmysl chemický, papírenský, stavebních hmot a potravinářský. Zemědělství je známé svou specializací na ovocnářství, zelinářství, chmelařství a vinařství. Okres Litoměřice se řadí mezi dvacet okresů s nejvyšší mírou nezaměstnanosti.⁸⁸

Na území okresu se nachází dostatek vhodných podmínek pro rekreaci a další rozvoj cestovního ruchu. Do okresu spadají rekreační oblasti Českého středohoří, Poohří a Kokořínska, které jsou využívány hlavně pro rekreaci. Účastníci cestovního ruchu vyhledávají městské památkové rezervace Litoměřice, Úštěk a Terezín, zámky v Libochovicích a Ploskovicích (oba jsou národní kulturní památkou), vodní hrad v Budyni nad Ohří, zřícenina hradu Hazmburk. Mezi další navštěvované národní kulturní památky patří Malá pevnost v Terezíně a rotunda sv. Jiří na Řípu, dále galerie v Litoměřicích a Roudnici nad Labem, muzeum Českého granátu v Třebenicích a Máchův památník v Litoměřicích. Turisticky lákavé jsou i výhledy z vrcholů kopců Českého středohoří (turistická chata na Lovoši, observatoř na Milešovce či Bílá věž na

⁸⁷ Charakteristika okresu Litoměřice [online]. © 5.6.2012 [cit. 2019-01-30]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xu/charakteristika_okresu_litomerice

⁸⁸ Charakteristika okresu Litoměřice [online]. © 5.6.2012 [cit. 2019-01-30]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xu/charakteristika_okresu_litomerice

Hazmburku. Své stálé návštěvníky má i výstaviště v Litoměřicích, kde se během roku koná mnoho akcí.⁸⁹

Obrázek 2: Okres Litoměřice



Zdroj: Okres Litoměřice, 1996⁹⁰

5.1 ANALÝZA NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU

Ústecký kraj se pro potřeby Strategie rozvoje cestovního ruchu v Ústeckém kraji rozděluje na čtyři základní regiony cestovního ruchu. Kraj je rozdělen mezi 4 destinační agentury České Švýcarsko a Šluknovsko, Krušnohoří, České Středohoří a Podřipsko a Dolní Poohří. Dva regiony se svojí rozlohou leží na Litoměřicku, a proto se Litoměřicko dá rozdělit na dva regiony cestovního ruchu:

- České Středohoří a Podřipsko
- Dolní Poohří

5.1.1 ČESKÉ STŘEDOHOŘÍ A PODŘIPSKO

„Turistická oblast České Středohoří a Podřipsko je s výjimkou některých okrajových partií tvořen pohořím České středohoří a územím Dolnooharské tabule a Ralské pahorkatiny. Poměrně umělá je zde hranice s turistickým regionem Dolní Poohří.“

Pohoří České středohoří se rozprostírá mezi Louny a Českou Lípou, po obou stranách

⁸⁹ Charakteristika okresu Litoměřice [online]. © 5.6.2012 [cit. 2019-01-30]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xu/charakteristika_okresu_litomerice

⁹⁰ Okres Litoměřice [online]. © 1996 [cit. 2019-01-30]. Dostupné z: <http://mesta.obce.cz/vyhledat2.asp?okres=3506>

české části řeky Labe a má statut chráněné krajinné oblasti. CHKO České středohoří se svou rozlohou řadí na druhé místo mezi CHKO v České republice. Pro České středohoří jsou typické kuželovité tvary kopců a které se s menší četností vyskytují i na Podřipsku. Výrazným krajinným fenoménem Českého středohoří je údolí Labe nazývané v těchto místech Porta Bohemica, která rozděluje pohoří do dvou podobně velkých částí. Má velký dopravní význam (více bohužel tranzitní než místní nebo turistická doprava) a nachází se nad ní řada jedinečných vyhlídkových míst. CHKO České středohoří byla založena v roce 1976. Součástí turistického regionu je také oblast Podřipska. Jedná se o rovinaté, tradičně zemědělské, teplotně nadprůměrné a srážkově podprůměrné území „zahrady Čech“. Krajina podél Labe navazuje na typově podobnou krajinu středních Čech a severního zázemí Prahy. Důležitými fenomény zdejší krajiny jsou jednak památná hora Říp, a dále pak řeka Labe. Podřipsko se rovněž vyznačuje přítomností většího počtu měst, která v rámci regionu vyvažují jinak převážně venkovskou oblast Českého středohoří.⁹¹

Atraktivita cestovního ruchu

Pěší turistika – Oblast Českého středohoří je velmi dobře a hustě turisticky značená. Mezi částí s nejhustější sítí značených cest patří jižní Ústecko, severní a západní Lovosicko a severní Litoměřicko. Na Podřipsku je hustota turistického značení výrazně nižší a pro tuto oblast není pěší turistika nosnou formou cestovního ruchu. V oblasti Českého středohoří je několik naučných stezek (vytvořených z iniciativy Správy CHKO České středohoří).⁹²

K nejvýznamnějším přírodním zajímavostem regionu a turisticky významným bodům patří především atraktivní vrcholy Českého středohoří, která jsou současně významnými vyhlídkovými body:

- Milešovka – nejvyšší hora Českého středohoří kuželovitého tvaru s překrásným výhledem na krajinu. Na vrcholu se nachází meteorologická rozhledna s vyhlídkovou věží. Na vrchol hory Milešovky zavítalo v minulosti několik slavných lidí. Německým cestovatelem, přírodovědcem a geografem Alexandrem von Humboldtem byl výhled z Milešovky dokonce označen za třetí

⁹¹ Strategie rozvoje cestovního ruchu [online]. © 2015 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://www.kr-ustecky.cz/strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-2015-2020/ds-99996/archiv=0>

⁹² Strategie rozvoje cestovního ruchu [online]. © 2015 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://www.kr-ustecky.cz/strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-2015-2020/ds-99996/archiv=0>

nejkrásnější na světě. Vrcholná část Milešovky byla vyhlášena za národní přírodní rezervaci.

- Lovoš – čedičový kopec tyčící se nedaleko města Lovosice je tvořen dvěma vrcholy, Malým a Velkým Lovošem. Vrcholová terasa Lovoše nabízí pohled do širokého okolí a nachází se na ní jediná vrcholová turistická chata v České republice.
- Boreč – Borečský vrch je jeden z mnoha kopců v Českém středohoří poblíž města Lovosice. Je jedním z nejstarších maloplošných chráněných území u nás. Společně s Lovošem nabízejí okružní naučnou stezku, která byla vytvořena v roce 1981. Borečský vrch je hojně navštěvován celoročně. Hlavním turistickým lákadlem je kromě působivého panoramatu i jedinečný systém ventarol (geologický jev související vycházením teplé páry z puklin kopce, která je viditelná především při tuhých mrazech).⁹³

Cykloturistika – Pro cykloturisty i turisty, kteří navštíví území České středohoří a Podřipsko a také České Švýcarsko, je k dispozici především Labská stezka. Okolí stezky nabízí široké množství atraktivit, jak přírodních, kulturně-historických, tak i sportovních a kulturních vyžití. Na Labské stezce je možné plánovat jednodenní i vícedenní výlety s možností ubytování. Cyklotrasa na území kraje začíná ve Štětí, vede přes Roudnici nad Labem, Terezín, Litoměřice, Velké Žernoseky, Ústí nad Labem, Děčín a končí v Dolním Žlebu, odkud pokračuje dále do Německa. Na českém území je stezka z velké části vybudována jako samostatná komunikace pro cyklisty, výstavba dalších úseků se plánuje. Cílem je vybudovat v této podobě Labskou stezku na celém českém úseku (od pramene Labe po Dolní Žleb) tak, aby navázala na německou Elberadweg, která se v Německu těší mimořádné oblibě a byla několik let po sobě vyhlášena nejlepší dálkovou cyklotrasou v zemi.⁹⁴

Patrně nejkrásnější úsek Labské stezky na území je v údolí Porta Bohemica, kde kromě krásné krajiny nabízí také návštěvu žernoseckých vinařství. Je možné využít litoměřický cyklobus, který umožňuje přepravu cyklistů do výše položených míst Českého Středohoří. V některých místech mohou cyklisté využít vlaková spojení, cyklobusy

⁹³ Okres Litoměřice – výlety [online]. © 2016 [cit. 2019-02-03]. Dostupné z: <https://turistickyatlas.cz/vse/okres/litomerice.html>

⁹⁴ Cyklotrasy [online]. © 2010 [cit. 2019-02-03]. Dostupné z: http://cyklotrasy.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=113914&id_t_oblasti=113914

nebo lodní spojení po Labi. Oblíbenost Labské stezky je výrazná. Labská stezka se může stát (a pravděpodobně se již stává) důležitým rozvojovým impulzem pro rozvoj CR v regionu. Z dalších cyklotras je významná především Cyklostezka Ohře, která propojuje region Dolního Poohří s cyklostezkou Labe (v Litoměřicích).⁹⁵

Ostatní druhy aktivní dovolené – V Českém středohoří a na Podřipsku se prosazuje hipoturistika. Jízďárny se nacházejí např. v Babinách (ekofarma s tematickými vyjížděkami na koni, exkurze s ochutnávkami BIO potravin, lázně pro koně a ubytování). V Českém středohoří se nachází několik oblíbených horolezeckých terénů. V souvislosti vodních sportů je v nabídce také několik atraktivních lokalit. Sportcentrum Račice u Štětí od roku 1986 nabízí zázemí pro vodní sporty a je zařazeno do sítě tzv. národních olympijských center. Areál splňuje svými parametry podmínky pro pořádání světových soutěží. Dále je možné navštívit několik lokálních koupališť, přírodních vodních ploch (Píšťanské jezero poblíž Velkých Žernosek, jezero Chmelař u Ústěka). Potenciál pro vodní sporty a rekreační plavbu na lodích má také řeka Labe, která se začíná zvolna používat pro rekreační plavby.⁹⁶

Poznávací turistika – Kulturně-historické, přírodní a také technické atrakce patří mezi důležité faktory rozvoje cestovního ruchu zejména v oblasti Podřipska, ale také v částech Českého středohoří. Důležitý význam má přítomnost historických měst (Litoměřice, Roudnice nad Labem, Terezín), významných zámků v čele s Libochovicemi a Ploskovicemi, hradních zřícenin na skalních vyvýšeninách.

Malé pevnostní město Terezín se nachází nedaleko města Litoměřice. Za druhé světové války se Terezín stal největším koncentračním táborem na území českých zemí. Dnes je toto město jedním velkým památkem. Památník Terezín má několik pietních míst, expozic, staveb a pomníků. Historii druhé světové války mapuje Muzeum ghetta, autentickou prohlídku s výkladem nabízí návštěva Malé pevnosti. Terezín je atraktivitou mezinárodního významu a prohlídky jsou proto poskytovány v několika cizích jazycích. V Terezíně se nachází tříhvězdičkový hotel, golfové hřiště a paintballové hřiště. Město je jednoznačně nejnavštěvovanějším turistickým cílem na Litoměřicku i v Ústeckém kraji.⁹⁷

⁹⁵ Cyklotrasy [online]. © 2010 [cit. 2019-02-03]. Dostupné z: http://cyklotrasy.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=113914&id_t_oblasti=113914

⁹⁶ Strategie rozvoje cestovního ruchu [online]. © 2015 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://www.kr-ustecky.cz/strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-2015-2020/ds-99996/archiv=0>

Město Litoměřice se nachází na soutoku řek Labe a Ohře. Historické jádro města je od roku 1950 městskou památkovou rezervací. Z kulturně-historických pamětihodností jsou důležité architektonické objekty na Mírovém náměstí (radnice, vlastivědné muzeum, dům Kalich, renesanční dům "Černý orel" ze 16. století, dům "U pěti panen" z 18. století a jiné). Historické památky doplňují např. královský hrad, jezuitská hvězdárna, městské hradby, kostel sv. Jakuba s klášteřem, kostel sv. Ludmily s klášteřem a řada kulturních zařízení. Vysoce navštěvovanou akcí je zahradnický veletrh Zahrada Čech.⁹⁸

V obci Ploskovice je významný zámek z první poloviny 18. století. V hlavní sezóně jsou v nabídce prohlídky v netradičním stylu, za účasti historických postav, strašidel a hudebního doprovodu. Charakteristické pro Ploskovice jsou také umělé vodní jeskyně, tzv. grotty, které po rekonstrukci každoročně obdivují tisíce turistů. Nejznámější památkou ve městě Libochovice je renesanční zámek Libochovice (ze 17. století), ve kterém se narodil významný český vědec Jan Evangelista Purkyně. Mezi další známé historické objekty patří Kostel všech svatých, Kaple sv. Vavřince.⁹⁹

Obec Doksany je známá svým klášteřem. Klášter Doksany je rozsáhlý barokní areál s kostelem Narození Panny Marie. Turisté můžou navštívit i hřbitovní kostel sv. Petra a Pavla na samotě severně u Doksan. Ve městě Budyně nad Ohří je zachované historické jádro, které je od roku 1992 městskou památkovou zónou. Ve městě se nachází původně vodní gotický hrad.¹⁰⁰

U vsi Klapý nedaleko města Libochovice se na skalním návrší nachází zřícenina gotického hradu Hazmburk. Kulturní památka České republiky (také chráněná jako přírodní památka) pochází z první poloviny 13. století a nachází se na vrcholové části stejnojmenné hory. Vrch je krajinnou dominantou oblasti Podřipska spolu s Řípem. Podle legendy se zde rozhodl usadit praotec Čech se svou družinou, která tak položila

⁹⁷ Okres Litoměřice – výlety [online]. © 2016 [cit. 2019-02-03]. Dostupné z: <https://turistickyatlas.cz/vse/okres/litomerice.html>

⁹⁸ Okres Litoměřice – výlety [online]. © 2016 [cit. 2019-02-03]. Dostupné z: <https://turistickyatlas.cz/vse/okres/litomerice.html>

⁹⁹ Okres Litoměřice – výlety [online]. © 2016 [cit. 2019-02-03]. Dostupné z: <https://turistickyatlas.cz/vse/okres/litomerice.html>

¹⁰⁰ Okres Litoměřice – výlety [online]. © 2016 [cit. 2019-02-03]. Dostupné z: <https://turistickyatlas.cz/vse/okres/litomerice.html>

základ českého osídlení na území dnešního Česka. Na vrcholu kopce stojí cenná románská rotunda sv. Jiří z počátku 12. století.¹⁰¹

Mohutnou dominantou města Roudnice nad Labem je raně barokní zámek. Na místě roudnického zámku kdysi stál velkolepý hrad, ze kterého se dochovalo obvodové zdivo a velký přízemní sál. Z dalších symbolů města je nově rekonstruovaná Kratochvílova rozhledna. Turisté můžou navštívit i gotický kostel Narození Panny Marie, který je součástí augustiniánského kláštera. Ve městě je situován Starý židovský hřbitov s cennými barokními, renesančními a klasicistními náhrobky, který je kulturní památkou České republiky.¹⁰²

Důležitou částí města Ústěk je jeho centrum s mnoha zachovalými pozdně gotickými měšťanskými domy, prohlášené městskou památkovou rezervací. Známé jsou tzv. Ptačí domky – pitoreskní drobné domky na skále nad údolím. Další atraktivita je gotický hrad ze 14. století, později přestavěný na residenci a pivovar.¹⁰³

Vinařská turistika a Lázeňská turistika – Vinařská oblast v regionu Českého středohoří a Podřipska se nachází zejména na Roudnicku a Žernosecku. Po jižní Moravě se jedná o druhou největší koncentraci vinařských oblastí v Česku. V jednotlivých vinařských obcích se pravidelně konají vinobraní. Nejznámější vinobraní v regionu jsou v Litoměřicích, Roudnici nad Labem či Velkých Žernosekách. Lázně jsou v regionu Českého středohoří a Podřipska zastoupeny pouze obcí Mšené-Lázně. Zaměřují se na léčení nervových poruch a poruch trávicího ústrojí.¹⁰⁴

Infrastruktura cestovního ruchu

Hromadná ubytovací zařízení – V regionu České středohoří a Podřipsko je užší nabídka hromadných ubytovacích zařízení. Nejvyšší zastoupení mají penziony. Hromadná ubytovací zařízení jsou v regionu soustředěna v největších městech a některých lokalitách s významnými atraktivitami či atrakcemi. Nedostatečné pokrytí

¹⁰¹ Okres Litoměřice – výlety [online]. © 2016 [cit. 2019-02-03]. Dostupné z: <https://turistickyatlas.cz/vse/okres/litomerice.html>

¹⁰² Okres Litoměřice – výlety [online]. © 2016 [cit. 2019-02-03]. Dostupné z: <https://turistickyatlas.cz/vse/okres/litomerice.html>

¹⁰³ Okres Litoměřice – výlety [online]. © 2016 [cit. 2019-02-03]. Dostupné z: <https://turistickyatlas.cz/vse/okres/litomerice.html>

¹⁰⁴ Strategie rozvoje cestovního ruchu [online]. © 2015 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://www.kr-ustecky.cz/strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-2015-2020/ds-99996/archiv=0>

území a jeho atraktivních lokalit ubytovacími zařízeními je jednou z hlavních překážek pro vyšší využití potenciálu CR v regionu. Ubytovací zařízení vyšší kategorie, tj. 4hvězdičkové hotely se nachází v Litoměřicích (hotel Salva Guarda), v Roudnici nad Labem (Hotel Vavřinec) a Úštěku (Sporthotel Patriot).¹⁰⁵

Stravovací zařízení – V Českém středohoří a na Podřipsku je koncentrace stravovacích zařízení nižší. Restaurace vyšší kategorie jsou koncentrovány především do Litoměřic a Roudnice nad Labem. Ve venkovských oblastech dominují stravovací zařízení nižší cenové kategorie nabízející převážně českou kuchyni.¹⁰⁶

Plán péče o CHKO České Středohoří na období 2015-2024

Dlouhodobým cílem je umožnění rekreačního rozvoje území a provozování sportovních aktivit bez negativních dopadů na přírodu a krajinu a využití turistického zájmu o území pro podporu ochrany přírody a krajiny.

Navrhované zásady a opatření

- Podporovat udržení současné sítě značených turistických tras a jejich údržbu. Turistické cesty v atraktivních místech (např. NPR Milešovka, NPR Lovoš, NPR Sedlo) přiměřeně vybavit v rámci terénního informačního systému (např. informační tabule).
- Budování nových turistických zařízení (např. vyhlídek a rozhleden). Budování nových golfových hřišť.
- Zachovat stávající rozsah provozování horolezectví, pravidelně monitorovat nejnavštěvovanější lokality.
- Významně nerozšiřovat stávající síť značených cyklotras s výjimkou případných místních okruhů v těsné vazbě na obce, dobudovat páteřní cyklostezky podél hlavních toků; nové cyklostezky budovat nejen jako rekreační, ale také s významem pro lokální dopravu obyvatel obcí, pokud možno preferovat sdílený režim s inline bruslaři.

¹⁰⁵ Strategie rozvoje cestovního ruchu [online]. © 2015 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://www.kr-ustecky.cz/strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-2015-2020/ds-99996/archiv=0>

¹⁰⁶ Strategie rozvoje cestovního ruchu [online]. © 2015 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://www.kr-ustecky.cz/strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-2015-2020/ds-99996/archiv=0>

- Podporovat zřizování nových ubytovacích kapacit pouze rekonstrukcí stávajících objektů.
- Rozvíjet turistické využití vrcholu Milešovky a Lovoše v duchu nouzového jednoduchého přenocování.¹⁰⁷

5.1.2 POOHŘÍ

Dolní Poohří je zemědělská oblast podél řeky Ohře, která je proslulá zejména pěstováním chmele a vína. V regionu se nachází několik královských měst či jiných historicky zajímavých měst a obcí. Nachází se zde také zajímavé starobylé zámky a zříceniny, muzea a galerie. Atraktivita regionu stojí především na kulturních, historických a industriálních zajímavostech. Na území regionu se nacházejí přírodně zajímavé lokality. Hlavním fenoménem je řeka Ohře významná pro vodáckou turistiku. Region je tedy atraktivní především pro autentický zážitkový cestovní ruch spojený s poznáváním zemědělské a potravinářské výroby (v čele s tradicí pěstování chmele a výroby piva), kultury a historie regionu.¹⁰⁸

Atraktivita cestovního ruchu

Pěší turistika – V rámci Ústeckého kraje má oblast Dolního Poohří nejméně značených turistických tras. Je to zejména proto, že oblast má nejnižší koncentraci atraktivit cestovního ruchu umístěných ve volné krajině. Nejvyšší koncentrace turistických tras je zejména podél řeky Ohře a v lokalitě Přírodního parku Dolní Poohří.¹⁰⁹

Cykloturistika – Regionem Dolní Poohří vede mezinárodní, hlavní a několik dálkových, regionálních a místních cyklotras. Nejdůležitější z nich je mezinárodní Cyklostezka Ohře, která vede podél Ohře z Karlovarského kraje až do Litoměřic. Trasa Cyklostezky Ohře vede přes nejvýznamnější města a atraktivita regionu, tj. Kláštec nad Ohří, Kadaň, Nechranickou přehradu, Žatec, Louny, vodní hrad v Budyni nad Ohří či Terezín. Je zařazena do sítě dálkových cyklotras ČR. Po vzoru Moravských

¹⁰⁷ Plán péče [online]. © 2015 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <http://ceskestredohori.ochranaprirody.cz/cinnost-pracoviste/plan-pece/>

¹⁰⁸ Strategie rozvoje cestovního ruchu [online]. © 2015 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://www.kr-ustecky.cz/strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-2015-2020/ds-99996/archiv=0>

¹⁰⁹ Strategie rozvoje cestovního ruchu [online]. © 2015 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://www.kr-ustecky.cz/strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-2015-2020/ds-99996/archiv=0>

vinařských stezek jsou v regionu rozvíjeny „pivní“ trasy pro cyklisty pod názvem Chmelovelo.¹¹⁰

Ostatní druhy aktivní dovolené – Významnou a oblíbenou na území Poohří je vodácká turistika, především na řece Ohři. Ohře nabízí vodákům výborné vyžití. Je druhou nejlépe tekoucí řekou v Čechách. Ohře od svého pramene v Německu překonává různě náročné úseky. Infrastruktura pro vodáky (tábořiště, kempy, půjčovny vodáckého vybavení atd.) je dostačující.¹¹¹

5.2 VÝZNAMNÉ KULTURNÍ A SPOLEČENSKÉ AKCE NA LITOMĚŘICKU

Litoměřicko je spojeno s pořádáním mnoha kulturních, společenských, sportovních a jiných akcí, z nichž některé mají dlouhou tradici, a jejich význam překračuje hranice okresu. Některé z těchto akcí mají navíc celonárodní význam a s jejich jménem je Litoměřicko spojeno nejen ekonomicky a společensky, ale i z hlediska cestovního ruchu.

Vinařské Litoměřice – Vinařské Litoměřice se pořádají v Domě kultury Litoměřice vždy v dubnu. Akci Vinařské Litoměřice předchází soutěž vín českých a moravských vinařů. Vinařské Litoměřice prodlužují turistickou sezónu a jsou atrakcí nejenom pro místní obyvatele, ale i pro návštěvníky Litoměřic vždy na počátku turistické sezóny.

Dny Ohře – Na červenec jsou soustředěny Dny Ohře v Terezíně. Akce je třídní a vychází z vojenské historie města jako josefínských barokních pevností na Labi. Program ale není orientován pouze na vojenskou historii města. Naopak, je mnohem širší a umožňuje pasivní i aktivní účast na programu dospělým i dětem.

Zahrada Čech – Nejvýznamnější společenskou akcí poutající pozornost návštěvníků z celé České republiky, je Zahrada Čech. Jedná se o tradiční akci a celorepublikově zdaleka nejznámější událost. Název výstavy je pevně ukotven v myslích občanů ČR a spojení Litoměřice – Zahrada Čech je základní slogan spojený s motivací k návštěvě tohoto kraje. Výstava je druhou nejnavštěvovanější akcí svého druhu v České republice. Zahrada Čech je zaměřena na drobné pěstitelé a chovatele. V areálu litoměřického

¹¹⁰ Cyklotrasy [online]. © 2010 [cit. 2019-02-03]. Dostupné z: http://cyklotrasy.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=113914&id_t_oblasti=113914

¹¹¹ Strategie rozvoje cestovního ruchu [online]. © 2015 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://www.kr-ustecky.cz/strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-2015-2020/ds-99996/archiv=0>

výstaviště se každoročně koná kromě této výstavy ještě asi 10 velkých výstav a veletrhů nejrůznějšího zaměření.

Litoměřické vinobraní – Litoměřické vinobraní navazuje na celou řadu obdobných akcí, probíhajících na podzim v České republice. Litoměřické vinobraní přitahuje pozornost návštěvníků z širokého okolí. Zároveň přispívá k zvyšování povědomí o Litoměřicích jako vinařském městě.

Josefínské slavnosti – V Terezíně se v říjnu konají josefínské slavnosti. Program vychází z vojenské historie města, je však zaměřen na široké spektrum návštěvníků. Kromě hlavního programu ve formě bojových ukázek jsou zde i akce pro děti, jarmark atd.

Řípská pouť – Tradiční pouť k svátku sv. Jiří na úpatí hory Říp se koná za obcí Rovné. Tři dny plné hudby, zábavy, doplněné o stovky stánků s krásným výhledem na Ústecký kraj a České Středoohoří.¹¹²

5.3 SWOT ANALÝZA PŘEDPOKLADŮ PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU NA LITOMĚŘICKU

Silné stránky

- ➔ Přírodní předpoklady – přírodní potenciál Litoměřicka je silný, a to i v porovnání s jinými konkurenčními okresy cestovního ruchu, které leží na severozápadě České republiky. Díky dobré poloze na řece Labi v těsném sousedství Českého středohoří a Podřipska, přítomnosti CHKO České středohoří a velkého množství národních přírodních památek a dalších chráněných území je vynikajícím výchozím bodem pro rozvoj cestovního ruchu v regionu. Přírodní předpoklady vytvářejí především velmi dobré podmínky pro rozvoj nejrůznějších forem turistiky (pěší, cykloturistika, hippoturistika, vodní turistika) a aktivního cestovního ruchu.

- ➔ Kulturně-historické předpoklady – Litoměřicko je velmi bohaté na kulturně-historické památky. Jedná se o památky náboženského charakteru (Litoměřice), památky spojené s místy lidského utrpení (Památník Terezín), městské památkové zóny (Litoměřice, Terezín, Úštěk) a řadu dalších památek národního

¹¹² Turistický a informační portál [online]. © 2018 [cit. 2019-02-04]. Dostupné z: <https://www.litomerice-info.cz/cz/kalendar-akci/>

i lokálního významu. Tento souhrn láká mnoho tuzemských i zahraničních návštěvníků.

- ➔ Poloha a dopravní dostupnost – Geografická poloha Litoměřic je velmi výhodná. Leží nedaleko hl. města Prahy a krajského města Ústí nad Labem. K tomu mají Litoměřice výhodnou dopravní polohu a dopravní dostupnost (silniční dálnice – D8, železniční – trať 072 i vodní – Labe, Ohře). Turisticky je přitom mimořádně důležitá poloha na Labi, která umožňuje pravidelnou lodní dopravu po proudu až do Ústí nad Labem, proti proudu až do Štětí.
- ➔ Pojem Zahrada Čech – V české veřejnosti jsou Litoměřice spojeny s úrodnou zemědělskou krajinou (pěstování vína, ovoce, zeleniny, chmele atd.). Důležitým místem v okrese je také Zahrada Čech.

Slabé stránky

- ➔ Nižší úroveň a množství stravovacích a ubytovacích služeb – Ubytovací služby jsou omezené jak rozsahem, tak i úrovní poskytovaných služeb. Tento problém snižuje možnost rozvoje cestovního ruchu na Litoměřicku.
- ➔ Slabá úroveň marketingové komunikace – Litoměřice udělaly v posledních letech velký pokrok z hlediska marketingové komunikace se zákazníky. Situace je ale stále neuspokojivá. Základním informačním zdrojem pro dnešní návštěvníky jsou internetové stránky. Ty jsou v současné podobě špatně dostupné a málo informativní.
- ➔ Krátká turistická sezóna – Litoměřicko se potýká, stejně jako řada dalších českých měst, s příliš krátkou turistickou sezónou. Krátkost sezóny udávají přírodní a klimatické podmínky. Přitom oblast má dobré podmínky pro rozvoj některých celoročních forem cestovního ruchu (např. dark turismus).
- ➔ Intenzivní rozvoj průmyslu – V blízkém i širším okolí se nacházejí velké industriální továrny. To působí dojem průmyslové krajiny. Litoměřicko tak díky tomu někdy dostává nálepku turisticky málo atraktivního regionu Ústeckého kraje.

Příležitosti

- ➔ Vytváření nových konkurenceschopných produktů.
- ➔ Čerpání finančních prostředků na podporu investičních i neinvestičních aktivit pro rozvoj cestovního ruchu.
- ➔ Rozvoj spolupráce se sousedními okresy – Logicky se jedná především o okresy které leží na Labi (Mělnicko, Ústecko) a které spojuje labská vodní cesta.
- ➔ Blízkost zahraničních trhů – Němci jsou nejvíce frekventovanými zahraničními návštěvníky České republiky a pochopitelně i Litoměřicka. Na dalším místě v návštěvnosti kraje jsou Nizozemci, pro které je zdejší oblast také dostatečně přitažlivá (možnost druhého bydlení, vodní turistika apod.).
- ➔ Blízkost Prahy jako zdrojové oblasti pro rozvoj krátkodobých forem cestovního ruchu

Ohrožení

- ➔ Konkurence jiných destinací cestovního ruchu – Na území Ústeckého kraje jsou okresy s podobnými atraktivními předpoklady (např. Děčínsko, resp. oblast Hřenska). Stejně jako i v navazujících krajích Středočeském a Libereckém.
- ➔ Nesoulad mezi zájmy ochrany přírody a rozvojem cestovního ruchu – Mezi silnými stránkami rozvoje cestovního ruchu v regionu jsou uvedeny přírodní předpoklady. Rozvoj cestovního ruchu v přírodně atraktivních oblastech (se zvláštní ochranou přírody) se však může dostat do rozporu s ochranou přírody.¹¹³

¹¹³ Zdroj: Informace pro SWOT analýzu byly získány od pracovníků úřadu v Roudnici nad Labem a v Litoměřicích.

6 PRŮZKUM VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ NA LITOMĚŘICKU

Průzkum proběhl metodou strukturovaného rozhovoru. Metoda strukturovaného rozhovoru se používá ke zjištění klíčových názorů, očekávání či preferencí. Při průzkumu na téma rozvoj cestovního ruchu na Litoměřicku, bylo osloveno 30 obyvatel okresu Litoměřice.

Rozhovory byly vedeny s osobami ve městě Litoměřice, a to ve dne 12. 1. 2019.

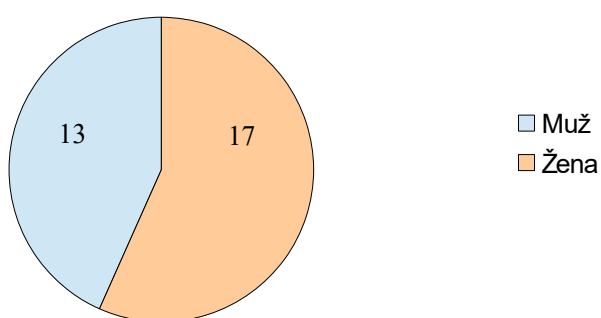
6.1 VYHODNOCENÍ VÝZKUMU

Cíl:

Cílem rozhovoru je zjistit, zda mají občané okresu Litoměřice přehled o rozvoji cestovního ruchu na jejich území, jak vnímají cestovní ruch a jak by se podle nich měl cestovní ruch v jejich okrese dále rozvíjet.

Do průzkumu bylo zapojeno 30 osob. Všechny osoby žijí na území okresu Litoměřice. Dotazovaní odpovídali celkem na 8 otázek. První otázka se týkala pohlaví. Na strukturovaný rozhovor odpovědělo 17 žen a 13 mužů.

Graf 1: Pohlaví dotazovaných osob



Zdroj: autorka práce, 2019 (vlastní šetření)

V druhé otázce byli respondenti dotazováni na symboly okresu, přičemž jako hlavní symbol se jeví termín Hora Říp – Rotunda sv. Jiří. Podle respondentů je v okrese dále důležitý Památník Terežín, samotné město Litoměřice. Obecně lze říci, že jako hlavní symboly jsou vybírána ta hesla, která jsou také lákadlem pro turisty.

Tabulka 2: Symboly okresu Litoměřice

Místo či symbol	Počet odpovědí
Hora Říp – Rotunda sv. Jiří	10
Památník Tereziín	6
Město Litoměřice	5
Zahrada Čech	4
Zámek Libochovice	2
Hazmburk	2
Milešovka	1

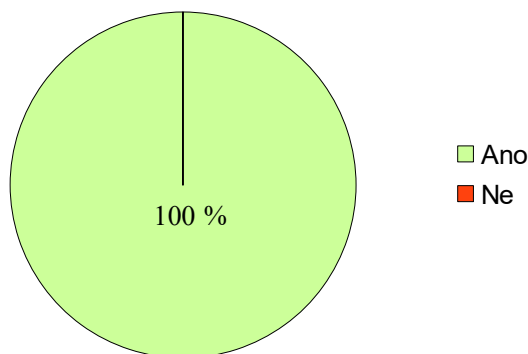
Zdroj: autorka práce, 2019 (vlastní šetření)

Otázka 3 byla otevřená. V této otázce měli respondenti volnou tvorbu odpovědi. Otázka byla zaměřena na to, jak občané vnímají cestovní ruch v jejich okolí. Dotazovaní se shodli na 6 bodech:

- Bylo by třeba nějak řešit zimní sezonu, kdy je turistika nižší, aby neklesala v zimě nezaměstnanost.
- Ne příliš dobře. Chtělo by to lepší informační značení pro turisty a cedule s informacemi.
- Pozitivně, cestovní ruch je v dnešní době důležitý.
- Cestovní ruch mě občas obtěžuje. Hlavním důvodem je někdy nedostačující kapacita dopravní infrastruktury.
- Cestovní ruch má velký přínos pro zaměstnanost.
- Nevím.

Otázka 4 byla jednohlasná. Je tedy jasné, že se všichni respondenti s účastníky cestovního ruchu ve svém okolí již setkali.

Graf 2: Setkání respondentů s účastníky cestovního ruchu



Zdroj: autorka práce, 2019 (vlastní šetření)

V otázce 5 měli respondenti vybrat tři místa, která podle nich, stojí v okrese Litoměřice za návštěvu a jaké památky by měli být propagovány přednostně. Respondenti vybrali hned několik míst:

- Litoměřice: Katedrála sv. Štěpána, Mírové náměstí, Gotický hrad, Církevní památky
- Roudnice nad Labem: Galerie moderního umění, Kratochvílova rozhledna, Kostel Narození Panny Marie
- Terezín: Památník Terezín a Malá pevnost
- zámky: Ploskovice, Libochovice
- Hora Říp, Milešovka, Hazmburk, Lovoš, Sedlo

Z tohoto šetření nejlépe vychází Hora Říp, kterou uvedli všichni respondenti, Hrad Litoměřice, zámky Libochovice a Ploskovice a Památník Terezín.

Otázka 6 je spojena s kulturou. Nejlepší kulturní akce jsou – Vinobraní, Zahrada Čech a Jarmarky. Někteří respondenti by tyto akce doporučili i k propagaci okresu.

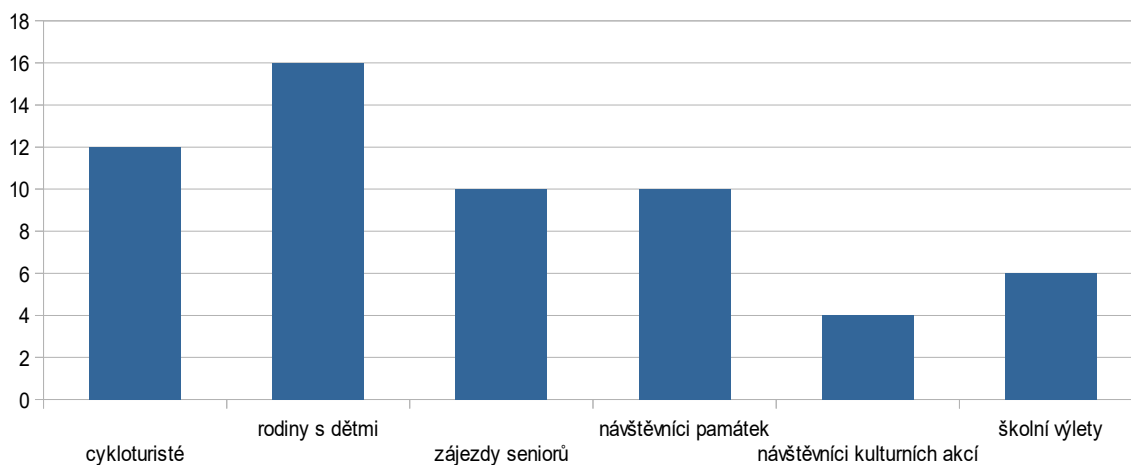
Tabulka 3: Kulturní akce

Kulturní akce	Počet odpovědí
Vinobraní	9
Zahrada Čech	6
Jarmarky	6
Řípská Pout'	4
Vinařské slavnosti	3
Josefínské slavnosti	2

Zdroj: autorka práce, 2019 (vlastní šetření)

Otázka 7 byla zaměřena na marketing cestovního ruchu. Jak ukazuje graf pod textem marketing by měl být podle respondentů zaměřen na rodiny s dětmi, cykloturisty, zájezdy seniorů a na návštěvníky památek.

Graf 3: Skupiny turistů



Zdroj: autorka práce, 2019 (vlastní šetření)

Poslední 8 otázka byla otevřená. V této otázce mohli respondenti navrhnout, co by podle nich pomohlo k rozvoji cestovního ruchu na Litoměřicku. Většina respondentů se shodla hned na několika bodech:

- Zaměřit se více na zimní sezónu, kdy je zde méně turistů. Vymyslet nějaké akce.
- Zlepšit propagaci našich měst a památek.

- Zaměřit rozvoj i na děti: vybudovat koupaliště, hřiště.
- Spolupracovat s živnostníky, kteří pracují v oboru cestovního ruchu.
- Dodělat cyklostezky a lépe je označit.
- Vytvořit naučnou stezku, po zajímavostech a památkách našeho okresu.
- Provést rekonstrukci některých budov a památek.
- Více propagovat kulturní akce v okolí.
- Není potřeba zvětšovat dnešní stav, ale spíše zkvalitňovat ten dosavadní (rekonstrukce, doplnění informačních tabulí).

7 ZÁVĚR

Na základě svých zkušeností, názorů, po sestavení SWOT analýzy, po vyhodnocení průzkumu a po přečtení dostupné literatury o cestovním ruchu, jsem dospěla k názoru, že se cestovní ruch stává, čím dál důležitějším pro naši společnost.

Okres Litoměřice je oblastí s otevřenými možnostmi rozvoje cestovního ruchu. Tyto možnosti však nejsou zatím zcela využity. Jelikož cestovní ruch jako hospodářsky významné odvětví přispívá k celkovému rozvoji Litoměřicka, je i zde zřejmá snaha toto odvětví podporovat. Okres Litoměřice je také plně otevřen legislativě destinačního managementu a již nyní spolupracuje s dalšími okresy. Problémem destinačního managementu je však nedostatečná informovanost. Okres Litoměřice by díky legislativě destinačního managementu získal nové finanční prostředky, které by pomohli okresu k většímu rozvoji cestovního ruchu.

Ze SWOT analýzy a po vyhodnocení průzkumu jsem došla k následujícím závěrům:

Okres Litoměřice je vhodnou oblastí pro rozvoj cestovního ruchu hlavně z důvodu přítomnosti Hory Říp a známého množství přírodních, kulturních a historických památek.

Jako hlavní produkt propagace Litoměřicka by měla být Hora Říp a Památník Terežín.

Hlavní cílovou skupinou jsou spíše domácí návštěvníci: cykloturisté, rodiny s dětmi, zájezdy seniorů a návštěvníci památek ať už přírodních kulturních nebo historických.

Neustále se budují cykloturistické trasy.

Okres by se měl zaměřit i na zimní nabídku cestovního ruchu.

Slabou stránkou, bránící významnějšímu rozvoji cestovního ruchu, je nízká úroveň stravovacích a ubytovacích služeb. Jedním z prvků, který brání rozvoji cestovního ruchu, je slabá turistická infrastruktura.

Návštěvnosti kulturních a historických památek by se měla zvýšit.

Důležitá je také větší komunikace nejen se zákazníky ale i podnikateli, kteří pracují v oboru cestovního ruchu. A Snaha o oslovení zahraničních turistů.

Většina výše uvedených bodů jsou spíše nedostatky, a právě na jejich zlepšení by se měla soustředit pozornost. Je zapotřebí toho dosáhnout za předpokladu zachování konkurenceschopnosti a trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu. A to tak, aby všechny přírodní, kulturní i historické krásy území byly nadále zachovány. Rozvoj musí být založen na produktivní, výkonné a ekologicky šetrné ekonomice, s využitím místních zdrojů. Na kvalitní a fungující technické a dopravní infrastrukturu, na vytvoření pracovních příležitostí pro bydlení a pro kulturní, společenskou, zájmovou a sportovní činnost. Za důležitou považuji také propagaci všech přírodních, kulturních a historických předpokladů, které se na území okresu Litoměřice nacházejí, a to tak, aby se vryly do podvědomí potencionálních návštěvníků a vzbudily v nich touhu navštívit tato místa.

Prostřednictvím uskutečnění hlavního cíle práce, kterým bylo provedení analýzy a průzkumu v oblasti rozvoje cestovního ruchu na Litoměřicku, se potvrdilo, že okres Litoměřice je oblast s vhodnými podmínkami pro rozvoj cestovního ruchu, avšak s několika nedostatky, které je potřeba vylepšit. Věřím, že pomocí finančních prostředků a spolupráce s jinými okresy, se bude cestovní ruch i nadále rozvíjet a přispívat tak k celkovému rozvoji okresu Litoměřice.

Díky průzkumu, který jsem provedla pomocí strukturovaného rozhovoru, jsem dospěla k tomu, že okres Litoměřice má hned několik lokací (míst, památek), které jsou vhodné k propagaci cestovního ruchu na tomto území. Pro marketing je možné využít hned několik míst a památek a nebála bych se také turisty upozornit na nejnavštěvovanější plánované akce okresu (vinobraní, Řípská pouť, jarmarky). Potenciál je zde zřejmý a do současné doby ne zcela využitý. Na Litoměřicku se nachází hned několik míst se skrytým potenciálem. Dle mého názoru bych se při rozvoji cestovního ruchu zaměřila na cykloturistiku (budování nových a vylepšení současných tras). Také bych se zaměřila na aktualizaci internetových stránek, které slouží nejčastěji k vyhledávání cílových destinací.

Prostřednictvím provedení hlavního cíle práce, kterým bylo provedení analýzy cestovního ruchu v okresu Litoměřice se potvrdilo, že Litoměřicko je oblast s vhodnými podmínkami pro rozvoj cestovního ruchu, jen se slabou dopravní infrastrukturou. Přesto vím, že se cestovní ruch bude, jak na Litoměřicku, tak i v celém Ústeckém kraji, rozvíjet a přispívat k celkovému rozvoji.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

1. BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. 1. vyd, Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.
2. HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. vyd, Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.
3. JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd, Praha: Grada, 2012. ISBN 97880-247-4209-0.
4. KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd, Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.
5. LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. 1. vyd, Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.
6. LOCHMANNOVÁ, Alena. *Veřejná správa: základy veřejné správy*. 1. vyd, Prostějov: Computer Media, 2017. ISBN 978-80-7402-295-1.
7. PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch*. 1. vyd, Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.
8. PETRÁŠ, René. *Právo a cestovní ruch*. 1. vyd, Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2013. ISBN 978-80-7452-032-7.
9. TITTELBACHOVÁ, Šárka. *Turismus a veřejná správa*. 1. vyd, Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3842-0.
10. VAJČNEROVÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. 1.vyd, Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-247-5021-7.
11. PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací*. 1. vyd, Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.

Seznam použitých internetových zdrojů

1. Vývoj cestovního ruchu [online]. © 2018 [cit. 2019-01-04]. Dostupné z: <http://ekonomika-managment.studentske.cz/2009/06/vyvoj-cestovniho-ruchu>
2. CzechTourism. Návštěvnost turistických cílů 2017 [online]. © 2018 [cit. 2019-01-09]. Dostupné z: <https://www.jaknaturisty.cz/1/navstevnost-turisticky-ch-cilu-v-roce-2017>.
3. Báčová. Zisk z cestovního ruchu vzrostl na 272 miliard [online]. © 4.4.2018 [cit. 2019-01-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/zisk-z-cestovniho-ruchu-vzrostl-na-272-miliard>
4. Cestovní ruch – 1. čtvrtletí 2018 [online]. © 10.5.2018/8.2.2019 [cit. 2019-01-25]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/cestovni-ruch-1-ctvrtleti-2018>
5. Cestovní ruch – 2. čtvrtletí 2018 [online]. © 8.8.2018/8.2.2019 [cit. 2019-01-25]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/cestovni-ruch-2-ctvrtleti-2018>
6. Cestovní ruch – 3. čtvrtletí 2018 [online]. © 7.11.2018/8.2.2019 [cit. 2019-01-25]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/cestovni-ruch-3-ctvrtleti-2018>
7. Cestovní ruch – 4. čtvrtletí 2018 [online]. © 7.2.2018/8.2.2019 [cit. 2019-02-08]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/cestovni-ruch-4-ctvrtleti-2018>
8. Charakteristika okresu Litoměřice [online]. © 5.6.2012 [cit. 2019-01-30]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xu/charakteristika_okresu_litomerice
9. Okres Litoměřice [online]. © 1996 [cit. 2019-01-30]. Dostupné z: <http://mesta.obce.cz/vyhledat2.asp?okres=3506>
10. Strategie rozvoje cestovního ruchu [online]. © 2015 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://www.kr-ustecky.cz/strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-2015-2020/ds-99996/archiv=0>
11. CzechTourism: Návštěvnost turistických cílů v ČR [online]. © 7. 8. 2018 [cit. 2019-01-20]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/tiskovezpravy/CzechTourism-Navstevnost-turisticky-ch-cilu-v-CR-546826>

12. Cestovní ruch v České republice [online]. © 2015 [cit. 2019-01-20]. Dostupné z: <https://studijni-svet.cz/cestovni-ruch-v-ceske-republice/>
13. Plán péče [online]. © 2015 [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <http://ceskestredohori.ochranaprirody.cz/cinnost-pracoviste/plan-pece/>
14. Turistický a informační portál [online]. © 2018 [cit. 2019-02-04]. Dostupné z: <https://www.litomerice-info.cz/cz/kalendar-akci/>
15. Problematika managementu destinace cestovního ruchu [online]. © 1.2007 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <https://www.icot.cz/destinacni-management-problematika-managementu-destinace-cestovniho-ruchu/>
16. Úvod do problematiky destinačního managementu [online]. © 2.2007 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <https://www.icot.cz/uvod-do-problematiky-destinacniho-managementu-2-dil/>
17. Cyklotrasy [online]. © 2010 [cit. 2019-02-03]. Dostupné z: http://cyklotrasy.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=113914&id_t_oblasti=113914
18. Okres Litoměřice – výlety [online]. © 2016 [cit. 2019-02-03]. Dostupné z: <https://turistickyatlas.cz/vse/okres/litomerice.html>
19. Chaloupka R. Nové pojetí podpory destinačního managementu v České republice [online]. © 2018 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <http://www.vspj.cz/soubory/download/id/6699>
20. Chaloupka R. Praktické zkušenosti s implementací kategorizace organizací destinačního managementu [online]. © 2019 [cit. 2019-02-15]. Dostupné z: <http://www.vspj.cz/soubory/download/id/7241>
21. Lorencová L. Management destinační (destination management) [online]. © 16. 6. 2012 [cit. 2019-08-15]. Dostupné z: http://www.artsllexikon.cz//index.php?title=Management_destina%C4%8Dn%C3%AD
22. Destinační agentura [online]. © 2012 [cit. 2019-09-8]. Dostupné z: <https://www.ceskestredohori.info>

23. Dolní Poohří [online]. © 2018 [cit. 2019-09-8]. Dostupné z:
<http://www.dolnipoohri.eu>

Ostatní zdroje

1. Informace získané od pracovníků úřadů v Roudnici nad Labem a v Litoměřicích.

SEZNAM ZKRATEK

CK – Cestovní kancelář

ČCCR – Česká centrála cestovního ruchu (dnes CzechTourism)

ČR – Česká republika

ČSR – Česko-Slovenská republika

ČSSR – Československá socialistická republika

DMO – Organizace destinačního managementu

EU – Evropská unie

CHKO – Chráněná krajinná oblast

MMR – Ministerstvo pro místní rozvoj

NPR – Národní přírodní rezervace

WTO – Světová organizace cestovního ruchu

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Seznam obrázků

Obrázek 1: Cestovní ruch jako systém

Obrázek 2: Okres Litoměřice

Seznam tabulek

Tabulka 1: 5 nejnavštěvovanějších míst v roce 2017

Tabulka 2: Symboly okresu Litoměřice

Tabulka 3: Kulturní akce

Seznam grafů

Graf 1: Pohlaví dotazovaných osob

Graf 2: Setkání respondentů s účastníky cestovního ruchu

Graf 3: Skupiny turistů

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Strukturovaný rozhovor – Rozvoj cestovního ruchu na Litoměřicku

Rozvoj cestovního ruchu na Litoměřicku

1. Pohlaví: muž x žena

2. Jaké místo či symbol se Vám vybaví ve vztahu k okresu Litoměřic v návaznosti k propagaci města?

3. Jak vnímáte cestovní ruch ve vašem okolí?

4. Setkáváte se ve vašem okolí s účastníky cestovního ruchu?

5. Uvedte 3 místa, které doporučíte navštívit turistovi, který se vás ptá, „Co stojí v okrese Litoměřic za návštěvu“?

6. Jakou kulturní akci, která v okrese probíhá, považujete za nejlepší?

7. Na které skupiny turistů je dle vašeho názoru potřeba zaměřit marketing (možné zvolit více odpovědí):
 - a) cykloturisté
 - b) rodiny s dětmi
 - c) zájezdy seniorů
 - d) návštěvníci památek
 - e) návštěvníci kulturních akcí
 - f) školní výlety

8. Co by podle Vás pomohlo k rozvoji cestovního ruchu na Litoměřicku?

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Kristýna Bendová

Obor: Evropská hospodářskosprávní studia

Forma studia: prezenční

Název práce: Rozvoj cestovního ruchu na Litoměřicku

Rok: 2018/2019

Počet stran textu bez příloh: 50

Celkový počet stran příloh: 1

Počet titulů českých použitých zdrojů: 11

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 0

Počet internetových zdrojů: 23

Vedoucí práce: JUDr. PhDr. René Petráš Ph.D.