



konference

Regionální rozvoj a cestovní ruch

1. a 2. 12. 2011 | Jihlava



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

SBORNÍK

z konference

Regionální rozvoj a cestovní ruch

1. a 2. 12. 2011

Tato konference je organizována v rámci projektu **Most k partnerství – VŠP Jihlava tvoří síť**,
reg. č. **CZ.1.07/2.4.00/12.0115**, OP VK, oblast podpory 2.4 Partnerství a síť.

Recenzovali

RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.

Ing. Libuše Měrtlová, Ph.D.

PaedDr. RNDr. Jaromír Rux, CSc.

RNDr. Jiří Šíp, Ph.D.

Doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc.

Text neprošel jazykovou úpravou.

Vydala Vysoká škola polytechnická Jihlava, Tolstého 16, Jihlava

První vydání, 2011

© Vysoká škola polytechnická Jihlava

ISBN 978-80-87035-44-3

Obsah

Attl Pavel

Význam lázeňského cestovního ruchu pro regionální rozvoj 6

Bakos Tomáš

Východiska hodnocení ekonomického dopadu cestovního ruchu 15

Caletka Stanislav

Reforma veřejné správy a vznik krajů 36

Dušek Jiří, Skořepa Ladislav

Rozvoj cestovního ruchu na úrovni mikroregionů v Jihočeském kraji..49

Chalupa Petr, Janoušková Eva

Ekonomické problémy, regionální rozvoj a cestovní ruch – spojené nádoby 60

Jarábková Jana, Fáziková Mária

Certifikácia ubytovacích zariadení na vidieku – nástroj zvyšovania kvality služieb cestovného ruchu 73

Ježek Jiří

Cestovní ruch a jeho vliv na regionální rozvoj 84

Konečný Ondřej

Metodická úskalí hodnocení významu venkovského cestovního ruchu v Česku.....93

Kostková Miroslava

Vliv globální krize na rozvoj pracovních sil v sektoru služeb cestovního ruchu 102

Kučera Lukáš

Hodnocení ekonomického rozvoje Jihočeského kraje 113

Létalová Petra, Jánský Jaroslav

Podpora cestovního ruchu ve vybraných mikroregionech ČR 123

Marčeková Radka

Segmentácia návštevníkov wellness vo vybraných regiónoch cestovného ruchu na Slovensku 132

Marková Gabriela, Klapalová Alena, Trojan Jakub

Celoživotní vzdělávání v cestovním ruchu a hotelnictví jako faktor rozvoje regionů ve znalostní ekonomice 143

Maršík Martin, Zeman Petr

Vývoj běžného účtu platební bilance ČR v oblasti cestovního ruchu
za období let 1993 až 2011.....153

Matisková Darina

Ekonomické aspekty Prešovského regiónu v súvislosti s cestovným
ruchom 158

Měrtlová Libuše, Nečadová Věra

Funguje veřejná správa efektivně? 171

Murínová Simona

Záujem verejného sektora o členstvo v manažérskych organizáciách
cestovného ruchu na príklade Prešovského kraja.....180

Nigrinová Alena

Granty EU a turizmus ve vztahu k dané destinaci.....188

Pečman Jan

Smysl obnovování drobných církevních objektů v nejjihnějších
Čechách 193

Poláček Jiří, Němčanský Milan

Quo Vadis, česká gastronomie? 198

Pompurová Kristína, Michlerová Livia

Atraktivnosť regiónov Slovenska v cestovnom ruchu pre domácich
obyvateľov 207

Repáňová Terézia

Vplyv cestovného ruchu na rozvoj vybraných lokalít kultúrneho
dedičstva UNESCO v Slovenskej republike 220

Slabá Marie

Vývoj návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních.....230

Stašák Jozef

ARIS Express – jeho postavenie a úlohy pri tvorbe rámcovej
a detailnej mapy biznis procesov pre oblasť verejnej správy.....241

Studnička Petr

Řízení cestovního ruchu v Kraji Vysočina 260

Šedivá Neckářová Alice

Formy podpory rozvoje Kraje Vysočina z prostředků Evropské unie,
státu a kraje se zaměřením na cestovní ruch.....267

Šimeček Filip

Rozdíly v HDP a odměňování práce v souvislosti
s konkurenceschopností regionů ČR 275

Šíp Jiří

Posicioning cestovního ruchu krajského města v kontextu svého
regionu na příkladu Českých Budějovic 283

Šrámková Dana

Nabídka produktů zaměřených na město Zlín a jeho okolí
cestovními kanceláři a cestovními agenturami 299

Švejsová Gabriela

Rozvoj cestovního ruchu v oblasti Novohradsko 307

Trojan Jakub, Smetanová Zuzana

Aplikace regionální politiky při možnostech rozvoje mikroregionu
Novoměstsko (s akcentací udržitelného cestovního ruchu) 312

Václavíková Klára

Možnosti rozvoje cestovního ruchu se zaměřením na formy
venkovského cestovního ruchu v oblasti Moravskoslezských
Beskyd 321

Vaníček Jiří

Využití Integrovaného operačního programu pro tvorbu produktů
cestovního ruchu 336

Vencálek Jaroslav

Vliv genia loci na rozvoj cestovního ruchu v česko-slovenském
přeshraničním regionu 349

Vlček Petr

Význam logistiky v oblasti event tourismu 357

Wilczková Marta

Přínosy knowledge managementu pro rozvoj cestovního ruchu 366

Žampová Olga, Vágnerová Martina

Interpretace místního dědictví – efektivní nástroj rozvoje cestovního
ruchu 376

Význam lázeňského cestovního ruchu pro regionální rozvoj

Pavel Attl

Abstrakt

České lázeňství je doposud nedílnou součástí zdravotního systému České republiky. Lázeňství jako takové má mnohostranné efekty. Patří sem především efekt léčebný, ekonomický, kulturně společenský a také environmentální. Pro rozvoj regionů je důležitý především efekt ekonomický, který je odrazem vlastních ekonomických výkonů lázeňských zařízení a má výrazný dopad na zaměstnanost a díky multiplikačnímu vlivu i na navazující obory služeb cestovního ruchu. Pro některé regiony je lázeňství rozhodujícím ekonomickým oborem, jehož existence určuje směr a úroveň jejich ekonomického vývoje. Současné snahy o redukci indikačního seznamu a tím i o redukci plateb za lázeňskou péči hrazených z veřejných prostředků představuje pro řadu regionů ohrožení jejich ekonomického rozvoje.

Klíčová slova

Ekonomické přínosy, Karlovarský kraj, lázeňství, přírodní léčivé zdroje, regiony

Úvod

V České republice je lázeňství vedle nemocniční a ambulantní péče nedílnou součástí zdravotního systému. Toto postavení má lázeňství již několik století a dnes je jeho postavení legislativně kodifikováno v zákoně č. 20/1966 Sb., o péči o zdraví lidu. Pro rozvoj lázeňství jsou důležité především lokalizační předpoklady, z nichž nejvýznamnější jsou předpoklady přírodní. Přes značný pokrok v léčebných metodách jsou i dnes základem lázeňské léčby přírodní léčivé zdroje. Zákon č. 164/2001 Sb., zákon o přírodních léčivých zdrojích, zdrojích přírodních minerálních vod, přírodních léčebných lázních a lázeňských místech a o změně některých souvisejících zákonů (zkráceně tzv. Lázeňský zákon) explicitně zmiňuje tři přírodní zdroje, a to léčivé vody, peloidy a plyny.

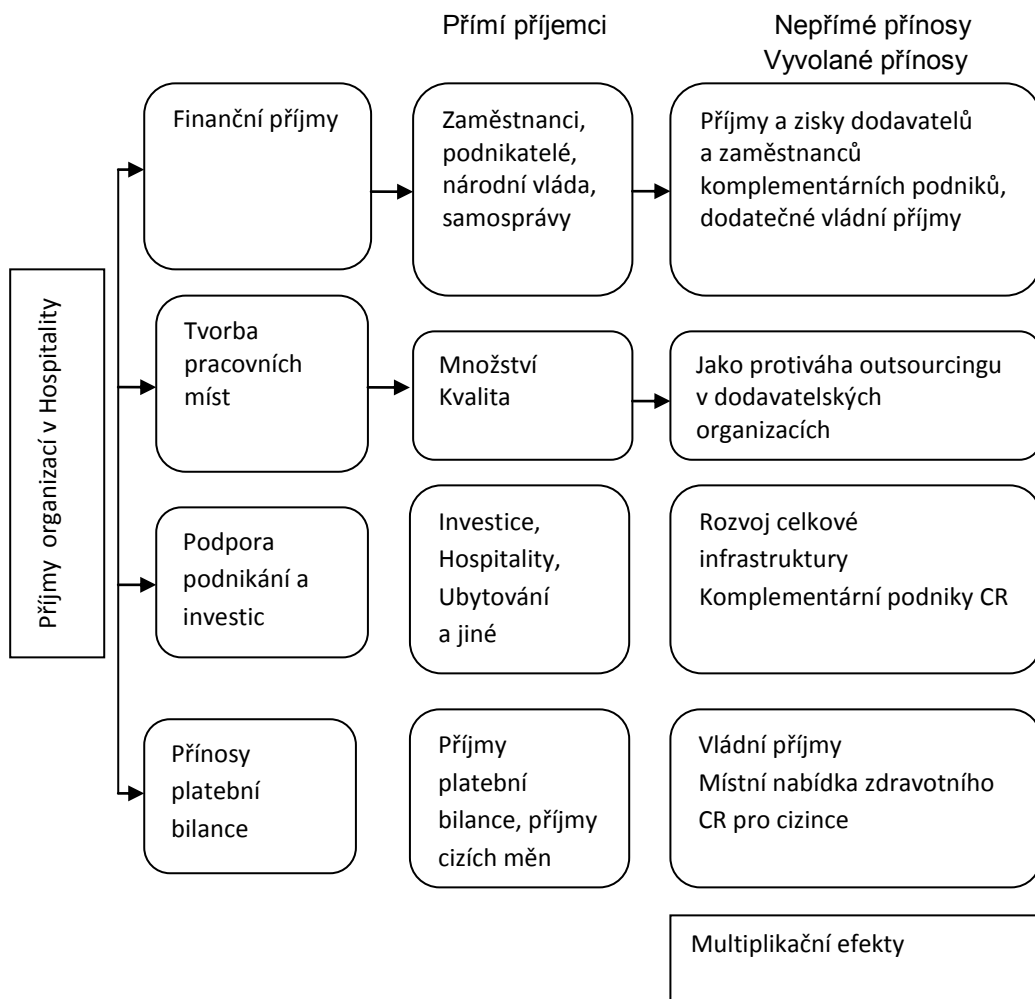
Kromě toho jsou součástí léčby také vhodné klimatické podmínky. Vzhledem k výše uvedenému je lázeňství místně vázané a rozvíjí se tam, kde je výskyt vhodných přírodních zdrojů.

Význam lázeňství v České republice

Význam lázeňství je vnímám v několika rovinách. Jak píše K. Nejdí (2005, str. 8-9) „lázeňství v současnosti je především zdravotně-sociálně-ekonomická kategorie. Zdravotní znamená, že napomáhá k pozitivním zdravotním změnám organismus jednotlivce, ke zlepšování zdravotního stavu nemocných, obnovení jejich pracovní schopnosti, prevenci a předcházení zdravotním komplikacím, oddalování degenerativních procesů organismu, napomáhá k pozitivním změnám životního stylu. Sociální vyjadřuje, že subjektem je jedinec či skupina lidí, že lázeňství je vyjádřením a výsledkem jednání člověka, jeho určitých potřeb, zájmů, úmyslů a jejich uspokojování, že je zároveň výrazem uspořádání a jednání společnosti. Ekonomická vyjadřuje, že je součástí obecné kategorie ekonomika, a to jak na úrovni makroekonomické, tak mikroekonomické. Je přímo či nepřímo součástí tvorby hodnot, včetně hodnoty nejvyšší – trvale udržitelného lidského života.“

Ekonomickými přínosy zdravotního cestovního ruchu se zabývá řada autorů. Jedním z nich je i C. Molnár, který rozlišuje přínosy lázeňství na přímé, nepřímé a vyvolané (generované). Přitom za příjemce přínosů považuje jak hospodářské podniky, tak i obce (samosprávy) a stát.

Obrázek č. 1 Ekonomické přínosy zdravotního cestovního ruchu



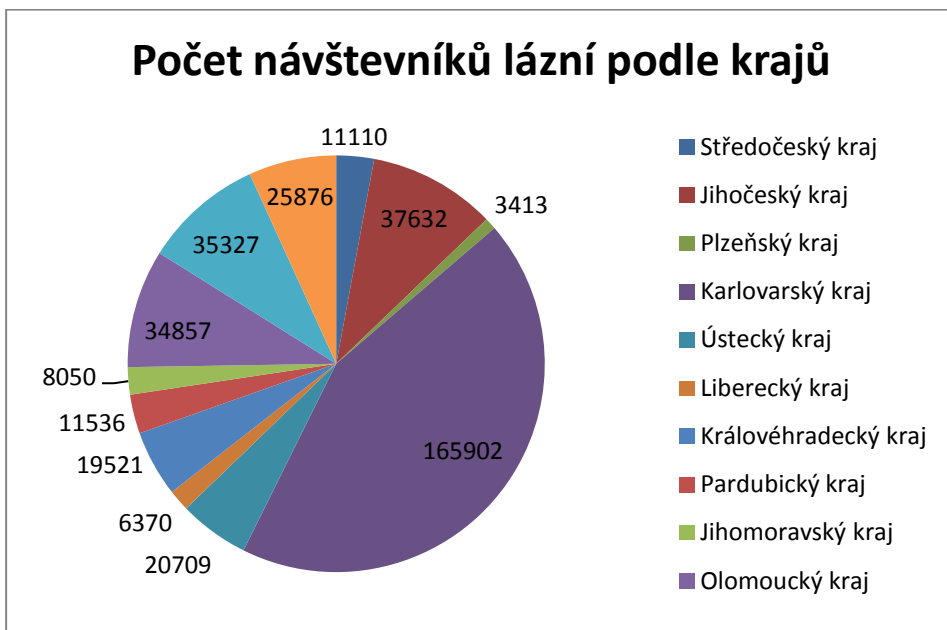
Zdroj: Molnár, 2010

Hlavním problémem zde není ani tak teoretické vymezení těchto přínosů jako jejich sledování a kvantifikace. U některých efektů je to poměrně jednoduché a statisticky dobře podchycené (tvorba pracovních míst), v jiných případech je to již složitější. Zdaleka nejsložitější je však měření nepřímých a vyvolaných ekonomických přínosů lázeňství. Tento problém je v České republice dlouhodobě odsunut do pozadí.

Lázeňství v České republice z regionálního pohledu

Pohled na regionální strukturu lázeňství je patrný z následujícího grafu. Ten vyjadřuje podíl jednotlivých krajů České republiky a je sestaven na základě údajů o počtu návštěvníků lázní v roce 2010.

Tabulka č. 1 Lázeňství v jednotlivých krajích České republiky v roce 2010



Zdroj: ÚZIS, upraveno autorem

Lázeňství je nejvíce soustředěno v Karlovarském kraji (165 902 návštěvníků, tj. 43,6 %), dále v kraji Jihočeském (37 632 návštěvníků, tj. 10,1 %), Zlínském (35 327 návštěvníků, tj. 9,3 %) a Olomouckém (34 857 návštěvníků, tj. 9,1 %). Naopak zcela bez lázeňství je kraj Vysočina a také hl. město Praha.

Právě na Karlovarském kraji lze dobře dokumentovat regionální význam lázeňství. Pokud se podíváme na výkony ubytovacích zařízení v tomto kraji, vidíme, že podíl lázeňství jako formy cestovního ruchu je zcela zásadní.

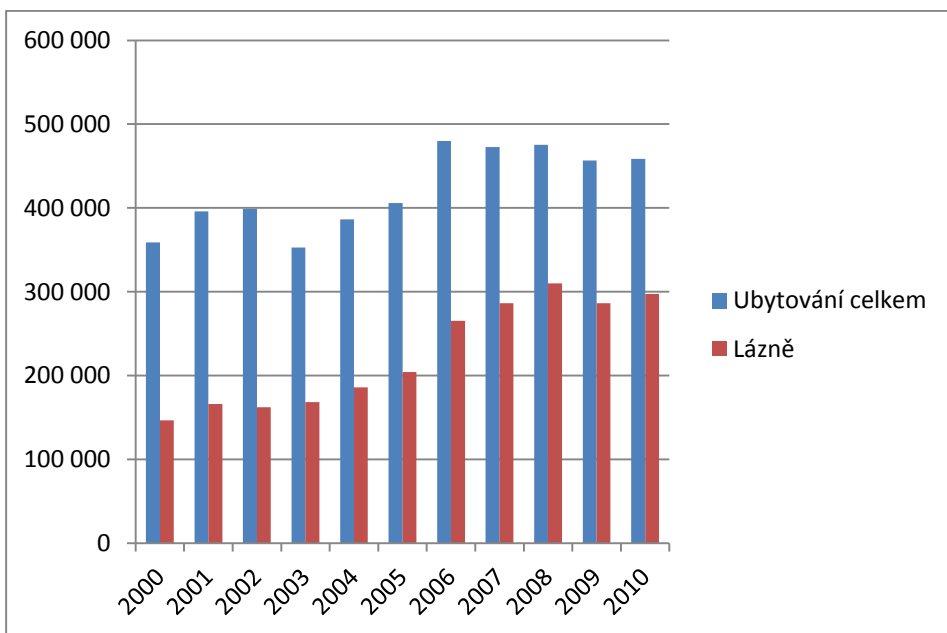
**Tabulka č. 1 Počet hostů v ubytovacích a lázeňských zařízeních
v Karlovarském kraji v letech 2000-2010**

Rok	Všechny ubytovací zařízení			Z toho lázeňská zařízení		
	počet hostů	nerezidenti	rezidenti	počet hostů	nerezidenti	rezidenti
2000	550 936	359 044	191 892	213 903	146 670	67 233
2001	576 148	396 020	180 128	225 102	166 213	58 889
2002	615 551	399 109	216 442	229 402	162 163	67 239
2003	532 402	352 935	179 467	231 357	168 248	63 109
2004	563 709	386 371	177 338	248 453	185 970	62 483
2005	589 905	405 969	183 869	266 248	204 297	62 151
2006	669 905	479 742	190 163	333 294	265 538	67 756
2007	679 102	472 635	206 467	370 248	286 397	83 851
2008	679 996	475 277	204 719	390 061	310 157	79 904
2009	666 094	456 726	209 368	372 322	286 367	85 955
2010	670 457	458 499	211 958	396 465	297 598	98 867

Zdroj: ČSÚ, upraveno autorem

Z výše uvedené tabulky je patrné, že význam lázeňství pro počet ubytovaných hostů v Karlovarském kraji je dominantní. Ve sledovaném období podíl lázeňských zařízení na celkových výkonech ubytování rostl od 38,8 % v roce 2000 až do 59,1 % v roce 2010. Ještě lépe je význam lázeňství patrný v případě, že sledujeme ubytovací výkony nerezidentů (cizinců). Ve sledovaném období podíl lázeňských zařízení na celkových výkonech ubytování rostl od 40,9 % v roce 2000 až do 65,3 % v roce 2008. V roce 2010 byl tento podíl 64,9 %.

Graf č. 1 Podíl lázeňství na výkonech ubytování nerezidentů v Karlovarském kraji v letech 2000-2010



Zdroj: ČSÚ, upraveno autorem

Význam lázeňství pro rozvoj cestovního ruchu a tím i pro rozvoj dotčených regionů se odráží i ve finanční podpoře lázeňství a lázeňského cestovního ruchu z Regionálního operačního programu (ROP). Většina investic do lázeňství v rámci ROP se soustředí do několika málo krajů. V období říjen 2007 – červen 2010 bylo na rozvoj lázeňské infrastruktury investováno z ROP 569,7 mil. Kč, což se na první pohled může jevit jako poměrně vysoká částka. Ve vztahu k veškerým alokovaným prostředkům to představuje pouze 3,0 % ze všech podporovaných projektů cestovního ruchu (Attl, 2011, s. 6 a 7).

Hlavní příjemci finanční podpory z ROP byly lázeňské subjekty z Lázní Bělohrad (Anenské slatinné lázně, a. s.), Karlových Varů, Jeseníků, Lázní Bohdaneč, Klášterce nad Ohří (rekonstrukce a výstavba staronových Lázní Evženie, a. s.), Konstantinových Lázní a Františkových Lázní. Kromě těchto prostředků podporuje lázeňství Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a v oblasti marketingových aktivit i jeho marketingová organizace Czech Tourism. Nízká podpora je zřejmá ze

strany mateřského Ministerstva zdravotnictví ČR, které svou pozornost soustřeďuje spíše do jiných oblastí zdravotnictví a zdravotní péče.

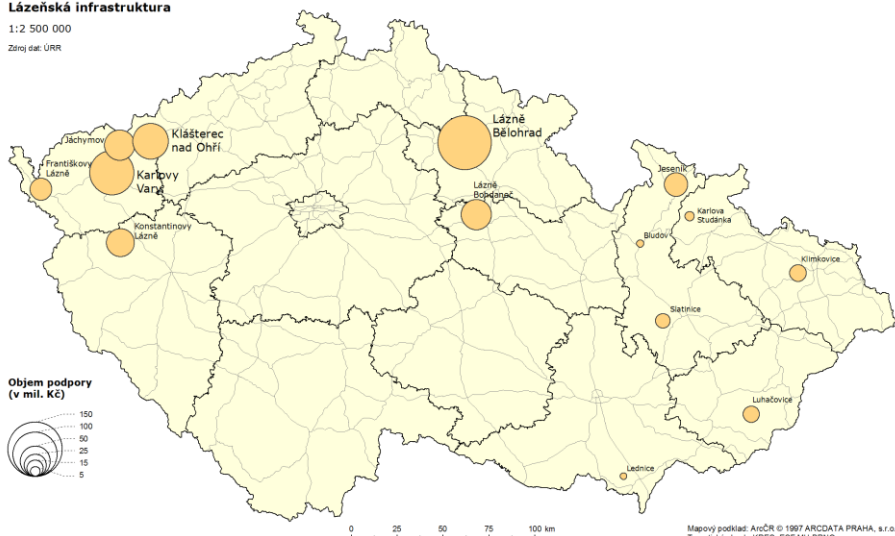
Obrázek č. 2 Podpora lázeňské infrastruktury z ROP v letech 2007-2010

Podpora cestovního ruchu z Regionálních operačních programů 2007 - 2010

Lázeňská infrastruktura

1:2 500 000

Zdroj dat: URR



Zdroj: Vystoupil, J., Šauer, M., Studnička, P. (2011)

Perspektivy českého lázeňství

Jak vyplývá z výše uvedených statistických dat, je lázeňství pro některé kraje velmi důležitou formou cestovního ruchu. V případě Karlovarského kraje je pak jeho význam zcela dominantní. Ještě více toto konstatování platí pro regiony nižší úrovně, jakými jsou třeba města tzv. lázeňského trojúhelníku nebo města a obce v oblasti Jeseníků v Olomouckém kraji. V řadě těchto míst dosahuje podíl zaměstnanosti včetně multiplikovaných služeb cestovního ruchu okolo 40 % i více.

V současné době se vede diskuze týkající se možné redukce tzv. indikačního seznamu, ze kterého vyplývají pro jednotlivá lázeňská místa typy lázeňské léčby a péče. Při těchto diskuzích je zřejmé, že se vychází z porovnání léčebného vlivu lázeňství a jiných (modernějších) druhů léčebné péče. Přitom jsou zohledňovány především ekonomické ukazatele, tj. náklady spojené s poskytováním jednotlivých druhů léčby.

I když z tohoto srovnání nevychází lázeňství jako efektivnější způsob léčby, jedná se o jednostranný pohled. Do porovnání nejsou započítány celospolečenské náklady, které by vznikly utlumením či dokonce zánikem lázeňství v řadě regionů České republiky. Jedná se především o péči o nezaměstnané a eliminaci dalších negativních dopadů.

Závěr

České lázeňství za dobu své několik století dlouhé existence prodělalo celou řadu těžkých okamžiků. Ty byly odrazem přírodních vlivů (např. negativní dopad důlní a průmyslové činnosti), politických událostí (obě světové války a omezení či přerušení činnosti v řadě českých lázní) či ekonomických kolapsů (světová hospodářská krize v 30. letech 20. století a s ní související krize řady českých lázní).

Současný vývoj po roce 1989 lze hodnotit celkově pozitivně. Připravované změny legislativy jsou pro české lázeňství hrozbou, ale zároveň i výzvou, aby nepříznivé vlivy překonalo a rozvíjelo se i nadále tak úspěšně jako doposud. Řešení současné situace je především na bedrech jednotlivých lázeňských organizací, dotýká se ale i jednotlivých lázeňských obcí a měst. I s jejich pomocí mohou být dnes lázně úspěšné.

Literatura

- [1] ATTIL, P. 2011. Ekonomický vliv systému zdravotního pojištění na české lázeňství. In Czech Hospitality and Tourism Papers, roč. 7, 2011, č. 13. ISSN 1801-1535, s. 3-16
- [2] Lázeňská péče 2010. [online]. [cit. 2011-02-11]. Dostupné na www.uzis.cz/system/files/lazne2010.pdf
- [3] MOLNÁR, C. Health Tourism in Hungary: History, its Revaluation and Tencencies. [online]. [cit. 2011-02-11]. Dostupné na WWW: <https://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?hid=8&sid=ddf5a928-7d12-4208-9103-5ae901f2d9e9%40sessionmgr13&vid=8>
- [4] NEJDL, K. 2005. Lázeňství v české republice na křižovatce svého výboje. In Czech Hospitality and Tourism Papers, roč. 1, 2005, číslo 2. ISSN 1801-1535, s. 8-9

- [5] Návštěvnost v lázeňských ubytovacích zařízeních v ČR a krajích (NUTS III). [online]. [cit. 2011-02-11]. Dostupné na http://www.kvary.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr
- [6] Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních podle zemí v ČR a krajích (NUTS III). [online]. [cit. 2011-02-11]. Dostupné na http://www.kvary.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr
- [7] VYSTOUPIL, J, ŠAUER, M., STUDNIČKA, P. 2011. Analýza podpory rozvoje cestovního ruchu v České republice z Regionálních operačních programů v období říjen 2007 – červen 2010. In *Czech Hospitality and Tourism Papers*, roč. 7, 2011, č. 12. ISSN 1801-1535, s. 24-48
- [8] Zákon č. 20/1966 Sb., o péči o zdraví lidu
- [9] Zákon č. 164/2001 Sb., zákon o přírodních léčivých zdrojích, zdrojích přírodních minerálních vod, přírodních léčebných lázních a lázeňských místech a o změně některých souvisejících zákonů

Kontaktní údaje

Ing. Pavel Attl, Ph.D.

Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r. o.

Svídnická 506, 181 00 Praha 8

e-mail: attl@vsh.cz

Východiska hodnocení ekonomického dopadu cestovního ruchu

Tomáš Bakos

Abstrakt

Práce se zabývá ekonomickými přínosy cestovního ruchu ve smyslu udržitelného rozvoje národní ekonomiky resp. sledované lokality včetně negativních faktorů, které tyto přínosy omezují. Popisuje odvětvovou provázanost na základě tzv. přímých, nepřímých a indukovaných efektů. V souvislosti se samotným měřením ekonomického vlivu poukazuje na objem výdajů účastníků cestovního ruchu coby tradičně sledovaný statistický ukazatel, který však nepodává věrný obraz o pozitivních, příp. negativních ekonomických efektech. Prostor v této souvislosti získává analýza multiplikátorů, jejichž teoretické modely podávají ucelenější obraz o vlivu výdajů účastníků cestovního ruchu. Pro praktické měření je však navrhována např. analýza vstupů a výstupů jako komplexní nástroj pro hodnocení vlivu odvětví na místní, národní i mezinárodní úrovni. Práce je selektivního charakteru a snaží se poukázat na východiska, význam a metodologii měření ekonomického dopadu odvětví cestovního ruchu na úrovni národní ekonomiky či mikroregionu. Zdůrazňuje pak spolupráci veřejného a soukromého sektoru. Stává se východiskem pro složitější zkoumání struktury sekundárních dat pro odvětví cestovního ruchu a jejich vypovídací hodnotu. Zvláštní kapitola je věnována tzv. ekonomickým únikům, tj. té části produkce, která opouští lokální ekonomiku např. ve formě plateb za importované vstupy. Měřením ekonomických úniků lze dosáhnout přesnějšího obrazu o skutečných efektech pro lokální ekonomiku a předpokládá trvalou spolupráci veřejného a soukromého sektoru při odstraňování negativních důsledků tohoto jevu.

Klíčová slova

Cestovní ruch, udržitelný rozvoj, ekonomické dopady, ekonomické úniky, multiplikátor, výdaje účastníků cestovního ruchu

Úvod

Podle Světové organizace cestovního ruchu UNWTO došlo v období 2005-2010 k 23% nárůstu počtu mezinárodních příjezdů, který za rok 2010 činil 935 milionů příjezdů. Pokles, který byl vzhledem ke globální ekonomické situaci zaznamenán pouze za rok 2009, byl již za rok 2010 vykompenzován a převýšen. Výrazně rostoucí trend je zřetelný u ekonomicky se rozvíjejících destinací na úkor rozvinutých ekonomik. V regionu střední a východní Evropy se přitom jednalo po 10% meziročním poklesu (2009/2008) pouze o 4% meziroční nárůst (2010/2009).¹ Mezinárodní příjmy za rok 2010 se vyšplhaly na 693 miliard eur, což odpovídá 13% nárůstu oproti předešlému roku.² Cestovní ruch je nepopíratelně jedním z nejvýznamnějších světových exportních odvětví a generátorů HDP. Ekonomický význam cestovního ruchu pro národní ekonomiky budou rozdílně posuzovat rozvojové země (schopnost generovat příliv cizí měny či prostředek pro vytvoření větší cenové flexibility exportních odvětví dané ekonomiky) a jinak jej budou hodnotit rozvinuté země (příspěví k odstraňování hospodářské nerovnováhy mezi regiony aj.). Tyto aspekty souvisejí při hodnocení přínosu cestovního ruchu s tím, do jaké míry je daná ekonomika závislá na turistické aktivitě, resp. jak významné postavení má vzhledem k ostatním odvětvím (např. jako generátor HDP). Bohaté země mají obecně lepší předpoklady profitovat z cestovního ruchu než země rozvojové. Méně rozvinuté ekonomiky se potýkají s urgentní potřebou finančních příjmů, pracovních míst a růstu životní úrovně, avšak mají omezenou schopnost tyto cíle samostatně naplňovat. Jedním z rizik je mj. přesun příjmů z cestovního ruchu mimo hostitelskou zemi a časté vyloučení místních podniků a produkce.

1. Účel a typologie analýzy dopadu

Předmětem analýzy ekonomického dopadu cestovního ruchu je sledování toku peněžních prostředků od účastníků cestovního ruchu k přímým³ i nepřímým⁴ příjemcům a jejich další přerozdělování resp. úniky z oběhu sledované ekonomiky.

¹ [12] UNWTO World Tourism Barometer.

² [13] UNWTO Tourism Highlights 2010.

³ Tj. podniky cestovního ruchu, poskytovatelé služeb cestovního ruchu, platby za nákupy zboží a služeb v destinaci.

⁴ Tj. subdodavatelé, zaměstnanci (domácnosti), orgány veřejné správy (inkasující daně a poplatky od účastníků CR, podniků a domácností).

Strategická rozhodnutí v cestovním ruchu je možné podporovat a prosazovat na základě ukazatelů dopadu prostřednictvím vhodného analytického nástroje. V kontextu cestovního ruchu je vhodné stručně popsat alespoň některé z nich:

Analýza ekonomického dopadu sleduje toky výdajů vyplývající z aktivity cestovního ruchu v regionu s cílem zaznamenat změny v úrovni prodeje, daňových výnosů, příjmů obyvatelstva a počtu pracovních míst. Mezi nejčastější metody patří rozbor výdajů účastníků cestovního ruchu, statistické údaje státní správy, analýza vstupů a výstupů a tzv. multiplikátorová analýza.

Analýza fiskálního dopadu identifikuje změny v poptávce po veřejných službách a technické infrastruktuře, která vzniká na základě aktivit souvisejících s cestovním ruchem, a odhaduje náklady a příjmy místní samosprávy, která tyto služby zajišťuje.

Analogicky ke státní správě provádějí i soukromé podniky *finanční analýzu* s cílem zjistit, zda podnikatelský záměr generuje dostatečné příjmy k pokrytí nákladů a garantuje dosažení uspokojivého zisku.

Analýza poptávky sleduje, jak se změny např. cen, propagace, konkurence, kvality a množství poskytovatelů služeb cestovního ruchu projeví v počtech a složení hostů a turistů, a to formou predikce na základě odhadů, historických trendů, strukturálních modelů aj.

Oproti analýze ekonomického dopadu, která zkoumá čistě efekty peněžních toků, *analýza přínosu a nákladu* (Benefit-Cost) se zabývá relativní ekonomickou efektivitou alternativních strategických rozhodnutí na základě porovnání přínosů a nákladů v čase, přičemž sleduje jak peněžní tak nepeněžní ukazatele a hodnotí záměr z hlediska společenského blahobytu. Předmětem není přerozdělení příjmů (tržeb), nýbrž ekonomická efektivita.

Environmentální analýza predikuje dopad plánované akce na životní prostředí a obecně zahrnuje změny v společenském, kulturním, ekonomickém, biologickém, materiálním a ekologickém systému.

2. Hodnocení dopadu na základě objemu výdajů

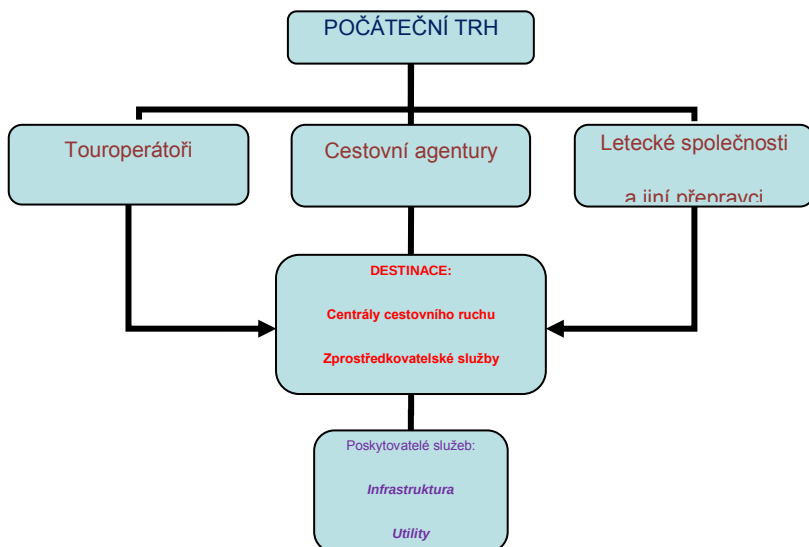
Dopady cestovního ruchu částečně reflektují šetření různých mezinárodních institucí jako je OECD, WTO (World Tourism Organization), WT&TC (World Travel & Tourism Council), jejichž

statistické údaje se primárně opírají o data spojená s výdaji účastníků cestovního ruchu, které jsou základním východiskem měření ekonomických dopadů cestovního ruchu. Jedná se o formu celkové spotřeby, přičemž aktivní (příjezdový) cestovní ruch má pro ekonomiku obdobné důsledky jako vývoz zboží a často je označován jako tzv. neviditelný export. Měření výdajů turistů je však značně obtížné, vyžaduje provádění zvláštních šetření na základě různých modelů.

Turisté vydávají peníze za celé spektrum zboží a služeb (ubytování, stravování, doprava, komunikační média, zábavní služby, služby touroperatorů aj.). Tyto prostředky pro hostitelskou zemi slouží jako určitá poptávková injekce, tj. poptávka, která by se při neexistenci cestovního ruchu neuskutečnila. Hodnota turistických výdajů však reprezentuje vliv odvětví na národní ekonomiku jen zčásti. Celkový odhad ekonomického dopadu se vedle přímého vlivu neobejde bez vyjádření také tzv. nepřímého a indukovaného vlivu. Vedle těchto akceleračních efektů je potřeba vzít v úvahu také některé zpomalující efekty jako jsou např. náklady obětované příležitosti, které se v cestovním ruchu vzhledem k silné místní vázanosti poptávky často nazývají jako náklady na přemístění (displacement costs)⁵. Dalším významným hlediskem jsou zde výdajové úniky z místní ekonomiky (economic leakages), kterým bude věnována zvláštní kapitola.

⁵ [2] Cooper Ch. & Co. Tourism. Principles and Practise, p. 131: může se jednat např. o migraci pracovní síly tj. náklady spojené s přemísťováním pracovní síly z jednoho odvětví do jiného, za předpokladu jejího nedostatku, včetně nákladů na dodatečnou infrastrukturu, rekvalifikaci, zdravotní péči aj., a dále se může jednat o úbytek určitého procenta poptávky u stávajícího poskytovatele služeb ve prospěch nového (např. při rozšíření ubytovacích kapacit ve sledované lokalitě).

Schéma 1 - Mezinárodní struktura odvětví CR



Zdroj: zpracováno podle Bennett, O. Sustainable Tourism and Poverty Elimination Study, Deloitte and Touche, 1999

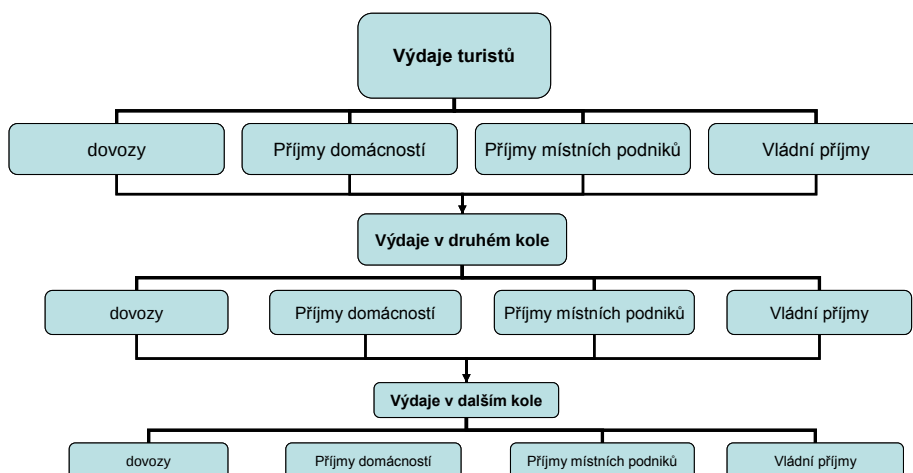
Výdaje účastníků cestovního ruchu se vyznačují kaskádovým efektem, který začíná výdaji za základní služby cestovního ruchu (ubytování, stravování, doprava) a prostupuje dále napříč ekonomikou na třech úrovních – přímé, nepřímé a indukované. Přímý vliv je hodnota výdajů účastníků cestovního ruchu bez hodnoty „dovozu“, který byl nezbytný pro „výrobu“ charakteristických produktů (zboží a služeb) cestovního ruchu. Zařízení, která obdrží prostředky v podobě výdajů od účastníků, však nakupují zboží a služby od dalších sektorů ekonomiky, např. stavebních, energetických, poradenských, cateringových firem, bank aj., a tito dodavatelé také realizují nákupy surovin, zboží a služeb od dalších subjektů. Tento řetězec ekonomické aktivity, kterou vyvolávají výdaje účastníků cestovního ruchu, představuje tzv. nepřímý vliv. Tento však neobsahuje veškeré prostředky vynaložené účastníky cestovního ruchu, protože část peněz uniká z oběhu v podobě dovozů, úspor a zdanění.⁶ V důsledku přímého a nepřímého vlivu výdajů je třeba postihnout také příjmy, které náleží místním (domácnostem a podnikům) ve formě mezd, platů, rozděleného zisku, renty a úroků. Část těchto příjmů se znovu

⁶ Více viz kapitola 5 této práce.

vrací do místní ekonomiky v podobě výdajů za zboží a služby, což generuje další kola ekonomické aktivity. Toto hledisko vystihuje tzv. indukovaný vliv výdajů účastníků cestovního ruchu. Do hodnocení pozitivního dopadu výdajů v cestovním ruchu je třeba zahrnout všechny tři úrovně vlivu, tj. součet přímého, nepřímého a indukovaného.

Proto by bylo nesprávné odvozovat vliv cestovního ruchu na hospodářství čistě z výše turistických výdajů. Ty totiž nevystihují vliv výdajů na související odvětví a neukazují, jaká část tržeb (příjmů od účastníků cestovního ruchu) ve skutečnosti v místní ekonomice zůstává.

Schéma 2 – Multiplikační proces



Zdroj: Vlastní diagram zpracován podle Cooper Ch. & Co. *Tourism, Principles and Practise*

3. Funkce příjmů – multiplikační efekt

Multiplikační teorie popisuje příjmový efekt primárních výdajů (investic v národním hospodářství).⁷ Výzkumy v oblastech cestovního ruchu potvrzují, že finanční prostředky, které vydávají hosté, procházejí různými stádii; mimo jiné tvoří součást nových příjmů, pokud se tyto peníze neukládají či neopustí danou oblast, tj. místní, regionální, případně národní ekonomiku. Multiplikátor cestovního ruchu nás

⁷ Dle průzkumů UNWTO a WT&TC se podíl investic do cestovního ruchu na celkových světových investicích odhaduje mezi 8 a 10 %; v případě České republiky se tato hodnota pohybuje kolem 4,3 % (2011).

informuje o tom, o kolik jsou příjmy převyšují výdaje cestovního ruchu, které je způsobily. Multiplikační efekt cestovního ruchu je vysoký např. pro regionální ekonomiku, ve které dominuje vnitřní prolínání příjmů cestovního ruchu. Primární příjmy v tomto případě plynou do obchodu, živnosti nebo zemědělství sledované oblasti, aby se tyto příjmy pak znovu recyklovaly ve stejném regionu v podobě výdajů. Hodnota multiplikátoru závisí na hospodářské soběstačnosti a na struktuře daného národního či místního hospodářství. Pokud je ekonomická rozvinutost na nižším stupni, znamená to, že příjmy získané z cestovního ruchu v různých podobách unikají z hospodářského oběhu.

Abychom dokázali interpretovat průzkumy o výdajích z pohledu hospodářských efektů, je potřeba pro výpočet použít odpovídající multiplikátor. Modely multiplikátorů slouží jako nástroj pro určení a rozbor dopadu odvětví cestovního ruchu na národní hospodářství včetně možnosti meziodvětvového srovnání. Mohou být také zdrojem politických rozhodnutí. Při analýze ekonomiky cestovního ruchu⁸ se jedná o jeden z nejužívanějších konceptů.

Východiskem je tvrzení, že prodeje jedné firmy vyžadují nákupy od jiných firem v rámci lokální ekonomiky, tj. firmy nenakupují pouze primární zdroje jako např. práce nebo dovozy, nýbrž také zpracovávají zboží a služby vyrobené jinými subjekty místní ekonomiky. Proto změna v úrovni konečné poptávky po produkci jednoho odvětví neovlivní pouze odvětví, které „vyrábí“ koncový produkt (službu), ale také ostatní odvětví, která slouží jako dodavatel (subdodavatel) pro navazující odvětví ve výrobním procesu. Změna ve výdajích cestovního ruchu s sebou přinese také změnu na úrovni výroby, příjmů domácností, zaměstnanosti, příjmů vlády a zahraničních měnových toků. Multiplikátor vyjadřuje změnu jedné z klíčových proměnných (produkce, zaměstnanost, vládní příjmy) vyvolané změnou ve výdajích účastníků cestovního ruchu. Proto existuje hodnota, kterou je počáteční změna ve výdajích cestovního ruchu multiplikována za účelem získání celkové změny výstupu (multiplikátor výstupu).

⁸ Ekonomikou cestovního ruchu se rozumí produkce typická pro cestovní ruch, jako jsou ubytovací a stravovací služby, významná část letecké dopravy, činnosti cestovních kancelářů, půjčování dopravních prostředků, průvodcovská činnost a dále podíl odvětví, která souvisejí s cestovním ruchem a jejichž dodávky zboží a služeb jsou pro průmysl cestovního ruchu nezbytné nebo jejichž činnost je vyvolána poptávkou cestovního ruchu (např. stavebnictví, výrobci a dodavatelé investičních zařízení, dopravních prostředků, energie, pohonných hmot, potravin, surovin, finanční služby atd.).

Tržby (tj. objemy výdajů turistů), které podniky cestovního ruchu v první fázi obdrží, se dále transformují do podoby dalších a dalších výdajů, přičemž část těchto peněz bezprostředně opouští ekonomiku v podobě dovozů (např. nápoje a potraviny, které nepocházejí z místní ekonomiky, nebo služby poskytované subjekty podnikající mimo místní ekonomiku)⁹. V tomto případě platby za importované zboží a služby již nehrají roli při generování ekonomického vlivu odvětví, neboť taková část výdajů cestovního ruchu již necirkuluje v místní ekonomice. Zbylá suma peněz je využita jednak na nákupy domácího zboží a služeb výrobního faktoru práce a jednak pokrývá daňové povinnosti (licence, poplatky, odvody aj.). Tyto efekty jsou známé jako *přímé*. Podniky v roli subdodavatelů, které za své prodeje od podniků cestovního ruchu obdržely tržby, taktéž realizují nákupy místního i importovaného zboží a služeb a platí daně, tj. projevují se efekty *nepřímé*. Třetí hledisko se týká té části výdajů účastníků cestovního ruchu, která putuje rezidentům ve formě příjmu (mzdy, platy, zisky), přičemž část z nich tento koloběh opouští v podobě úspor a část je znovu spotřebována. V takovém případě hovoříme o efektech *indukovaných*.

Existuje více typů multiplikátoru. Využití každého z nich je specifickou záležitostí, kdy zásadní roli hraje interpretace.

Dodatečné zvýšení podnikových příjmů/tržeb, které je výsledkem zvýšení výdajů cestovního ruchu, nazýváme *transakční multiplikátor*. Podobně funguje *multiplikátor výstupu*, který měří závislost celkového dodatečného výstupu (produkce) na zvýšení výdajů cestovního ruchu. Transakční multiplikátor vychází z objemu prodejů, přičemž část z nich může být realizována ze starých zásob. Na druhé straně multiplikátor výstupu reflektuje objem výroby v dané časové periodě.

Multiplikátor příjmů měří dodatečný příjem v podobě mezd, platů, renty, úroků a zisku jako následek změny ve výdajích cestovního ruchu.

Multiplikátor zaměstnanosti, který je poměrem celkové zaměstnanosti generované dodatečnou jednotkou výdajů cestovního ruchu, poskytuje velmi užitečnou informaci o druhotném efektu cestovního ruchu, jeho výpočet je však značně komplikovaný a zakládá se na velké míře odhadů.

⁹ Více viz kapitola 5 této práce.

Modely multiplikátorů přinášejí různé hodnoty, které by vedly k odlišným strategickým rozhodnutím. Mají značně zjednodušující charakter, který např. neumožňuje změřit odchylky ve formě a objemu propojení mezi odvětvími a úniky z ekonomiky daného regionu/země během celého transakčního cyklu.

Multiplikátor je obecně dán vztahem:

$K = Y / E$, kde **K** je multiplikátor, **Y** změna celkového příjmu vytvořeného díky **E** a **E** je změna v počátečních výdajích turistů (účastníků cestovního ruchu).

Pro zjištění hodnoty multiplikátoru se užívají tři základní modely¹⁰, jejichž stupeň složitosti a objem proměnných se podstatně liší. Patří mezi ně základní model, keynesiánský model a model vstupů a výstupů (input-output).

Základní model je zjednodušující a zřídka využívaný v praktickém výzkumu. Předpokládá, že ekonomickou aktivitu lze rozdělit na exportní a místně vázanou (neexportní), mezi nimiž existuje lineární vztah. Dále předpokládá, že zdroje nezaměstnaných jsou k dispozici v rámci místní ekonomiky a že rozsah exportní aktivity je jedinou determinantou úrovně příjmů a zaměstnanosti v dané lokalitě.

Keynesiánský model spočívá v identifikaci zdrojů příjmu a zaměstnanosti, které jsou generovány v návazných cyklech (kolech) a jejichž objem se s dalším kolem pravidelně zmenšuje z důvodu ekonomických úniků.

Model vstupů a výstupů (input-output) vychází z keynesiánského modelu a spočívá v roztržštění ekonomiky na sektory a maticovém vyjádření přímých vztahů mezi nimi. Základem pro tento model jsou výsledky detailního rozboru efektů výdajů účastníků cestovního ruchu.

Většina multiplikátorů v sobě zahrnuje základní keynesiánský princip. Tyto multiplikátory se rozvinuly do modifikovaných forem analýzy vstupů a výstupů zvláště pro ekonomické aktivity, které nejsou primárně závislé na výdajích cestovního ruchu (bez existence cestovního ruchu by stále existovaly) a ty, které jsou přímo závislé na existenci cestovního ruchu (tj. vznikly a jsou životaschopné díky výdajům účastníků cestovního ruchu).

10 [4] Horwath Tourism & Leisure Consulting. Tourism Multipliers Explained.

Základem studia multiplikátorů je dle keynesiánského modelu koncept tzv. ekonomických úniků, ke kterým dochází v každém jednotlivém kole (cyklu) příjmů a zaměstnanosti, a to ve stále menším objemu. Typickými příklady¹¹ úniků jsou platby za zboží a služby, které byly „vyrobeny“ mimo a „importovány“ do sledované oblasti, platby prováděné mimo sledovanou oblast např. cizími pracovníky, dále přímé či nepřímé zdanění, ke kterému dochází opět mimo sledované území, anebo úspory realizované místními zaměstnanci (pracovníky) s nízkým sklonem ke spotřebě.

Z keynesiánského multiplikátoru se vyvinulo několik ad hoc modelů, jejichž rozsah konečně vyústil do tzv. modelu vstupů a výstupů. Daniel Stynes užíval tyto modely pro hodnocení dopadu cestovního ruchu v USA.¹² Zatímco někteří autoři považují input-output model za překonaný, jiní jej stále považují za vhodný, a to zejména pro místní ekonomiky.

4. Analýza vstupů a výstupů

Nejširší pojetí při zkoumání ekonomického vlivu představuje oproti výše zmíněným multiplikačním měřením analýza vstupů a výstupů (input-output, I-O). Jedná se o matematický model, který sleduje tok peněz mezi odvětvími v rámci dané ekonomiky. Analýza vstupů a výstupů umožňuje určit přibližnou výši multiplikátoru na základě odhadovaného obíhání (recyklace) výdajů. Přibližuje ekonomickou aktivitu daného prostředí v maticové formě, kde každé odvětví ekonomiky figuruje (standardně ve sloupci) jako odběratel zboží a služeb od ostatních odvětví a (standardně v každém řádku) jako prodávající svého výstupu každému z ostatních odvětví. Struktura tabulek se dělí se do tří hlavní kvadrantů. Levá horní část zahrnuje prodeje a nákupy realizované mezi různými sektory ekonomiky. Levý dolní kvadrant ukazuje nákupy primárních vstupů (platby pracovní síle, zisky, daně, dovážené zboží a služby). Pravá horní část obsahuje objemy prodeje jednotlivých odvětví konečným poptávajícím (domácnosti, sektor investic, vláda, export). Tabulka nabízí srovnání celkové sumy vstupů a výstupů daného sektoru.

Obecným předpokladem jsou spolehlivé zdroje dat pro dané časové rozpětí. Kritickým bodem může být přílišná obecnost tohoto přístupu a

¹¹ tamtéž

¹² [8] Stynes, D.J. Economic Impacts of Tourism.

tendence kumulovat data o heterogenních firmách do jednotlivých odvětví. Na druhou stranu by mělo být možné tento model rozložit až na úroveň jednotlivých subjektů s cílem dosáhnout přesnosti a možnosti adekvátnějšího srovnání.

Tabulka 1 – Základní transakční tabulka vstupů a výstupů

	Prodeje komu	Zprostředkovaná poptávka						Finální poptávka				Výstup celkem
		Výrobní odvětví						Oblast finální poptávky				
	Nákupy od	Odvětví						H	I	G	E	
		1	2	3	4	...	...m					
Výrobní odvětví	Odvětví 1	X11	X12	X13	X14	...	X1m	C1	I1	G1	E1	x1
	Odvětví 2	X21	X22	X23	X24	...	X2m	C2	I2	G2	E2	x2
	Odvětví 3	X31	X32	X33	X34	...	X3m	C3	I3	G3	E3	x3
	Odvětví 4	X41	X42	X43	X44	...	X4m	C4	I4	G4	E4	x4
	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	Odvětví m	Xm1	Xm2	Xm3	Xm4	...	Xmm	Cm	Im	Gm	Em	xm
Primární vstupy	Mzdy a platy	W1	W2	W3	W4	...	Wm	Wc	Wi	Wg	We	W
	Zisky/dividendy	P1	P2	P3	P4	...	Pm	Pc	Pi	Pg	Pe	P
	Daně	T1	T2	T3	T4	...	Tm	Tc	Ti	Tg	Te	T
	Dovozy	M1	M2	M3	M4	...	Mm	Mc	Mi	Mg	Me	M
	Vstupy celkem	X	X2	X3	X4	...	Xm	C	I	G	E	X

kde

X = výstup,

C = spotřeba

(domácností),

I = investice,

G = vláda,

E = vývozy,

M = dovozy,

W = mzdy a platy,

P = zisky a dividendy,

I = daně,

Sektory finální

poptávky:

H = spotřeba

domácností,

I = investiční výdaje,

G = vládní výdaje.

Zdroj: Cooper Ch.& Co. *Tourism, Principles and Practise*

Analýza vstupů a výstupů předpokládá mj. následující¹:

- Podniky daného odvětví používají stejnou výrobní technologii a vyrábějí identický produkt (regionální rozdíly v úrovni technologie se při posuzování výrobního nezohledňují)
- Neexistují úspory z rozsahu produkce v odvětví, a proto jsou vstupy a výstupy v lineárním vztahu (proporce vstupů užitá ve výrobních procesech odvětví se v souvislosti s objemem výroby nemění)
- Odhady dopadu se vztahují na aktivitu jednotlivého roku a jsou k dispozici s několikaletým zpožděním (předpokládá se, že

¹ [8] Stynes, D.J. Economic Impacts of Tourism.

nedochází k podstatným změnám ve struktuře ekonomiky dané oblasti)

- Změny ve výdajích domácností a změny v příjmech jsou v lineárním vztahu
- Nabídka zcela uspokojuje poptávku a výrobní kapacity jsou neomezené

Tyto předpoklady způsobují, že analýza podává značně zkreslený obraz o reálné změně v konečné poptávce. Technické koeficienty nemohou být považovány za dlouhodobě konstantní, neboť se v čase přizpůsobují cenám vstupů a novým technologiím. Proto se doporučuje omezení aplikace modelu na krátkodobé hodnocení dopadu, přičemž se změny ve finální produkci projevují s určitým časovým posunem. Oba tyto faktory tedy pracují proti sobě, což je třeba při modelování dopadu zohlednit. Kromě toho předpoklad, že se nabídka vždy přizpůsobuje poptávce, není platný v průběhu všech hospodářských cyklů. Tento fakt bude silnější především v období recese, kdy existuje volná výrobní kapacita.

5. Úniky z místní ekonomiky

V předcházejících částech studie byla na několika místech v rámci multiplikačních procesů zmíněna otázka úniků. Tomuto jevu veřejný a soukromý sektor zdaleka nevěnuje odpovídající pozornost, ačkoli se jedná o indikátor reálného přínosu cestovního ruchu pro místní ekonomiku resp. jeho omezujících faktorů.

S ohledem na rostoucí význam udržitelného rozvoje se předmětem bližšího zkoumání stávají způsoby zlepšování pozitivního hospodářského dopadu cestovního ruchu. Mezi ně patří i vyčíslení tzv. ekonomických úniků a hledání alternativních řešení s cílem jejich redukce. Tradičně asi od poloviny minulého století patří mezi sledované lokality především rozvojové země a regiony s nízkou mírou hospodářské soběstačnosti. Tyto lokality jsou do značné míry závislé na dovozu a představují prostor po podnikatelské aktivitě zahraničních subjektů – investorů. Položka úniků nabízí ve smyslu udržitelného rozvoje reálnější obraz o míře pozitivních ekonomických přínosů cestovního ruchu pro danou hostitelskou lokalitu. Obecně platí, že čím více je sledovaná oblast soběstačnější, tím méně peněz uniká z ekonomiky a tím vyšší je multiplikační efekt (hodnota multiplikátoru).

Udržitelný rozvoj, jako východisko pro zkoumání ekonomických dopadů, předpokládá vytvoření prostoru pro generování vlastních finančních příjmů, efektivní hospodaření s nimi, tj. zajištění pro budoucí účely, rovnoměrné rozdělení napříč národní/lokální ekonomikou a zajištění jejího dalšího přežití v dobách nepříznivého ekonomického vývoje.²

Únik lze definovat jako část příjmů z cestovního ruchu, který opouští sledovanou destinaci. Tento finanční únik v cestovním ruchu lze také vyjádřit jako příjmy plynoucí z ekonomických aktivit dané země/destinace souvisejících s cestovním ruchem, které následně nejsou k dispozici pro (další) investice či spotřebu zboží a služeb v téže zemi/destinaci.

Jestliže se určitá destinace potýká s vysokou mírou ekonomických úniků, nemusí se nutně jednat o poškozování její ekonomiky, nýbrž jen o zpomalení udržitelného rozvoje.

Pro konfrontaci s multiplikačními efekty cestovního ruchu, o kterých bylo pojednáno výše, vezmeme počáteční (přímé) výdaje účastníků cestovního ruchu, které se projeví ve vyšších příjmech domácností, lokálních podniků a místní správy a samosprávy. Vedle toho pozitivně přispívají k zaměstnanosti, ekonomické diverzitě, rozvoji infrastruktury a obnově³. Tyto výdaje jsou de facto dále „recyklovány“ navazujícími nepřímými a indukovanými výdaji za další zboží a služby. Putují-li však tyto peníze pryč z místní ekonomiky, tj. např. ve formě importu, dochází ke snížení těchto přímých, nepřímých a indukovaných vlivů.

Hlavním cílem sledování ekonomických úniků je uchování příjmů místních subjektů (domácností, podniků, veřejných rozpočtů atp.). Mnoho rozvojových zemí se silně zasazovalo o rozvoj cestovního ruchu za účelem zvýšení devizových příjmů jako protiváha k odvětvím, jejichž výroba způsobuje velký odliv prostředků ve formě plateb za importované suroviny a zboží jako jsou pohonné hmoty, dopravní prostředky a jiný produkční kapitál. Jiným motivem je vytváření dodatečných pracovních míst pro místní obyvatele. Sledování ekonomických úniků proto může pomoci při zvyšování schopnosti udržet více finančních prostředků uvnitř ekonomiky, např. na základě různých opatření a spolupráce veřejného a soukromého sektoru.

² podle [10] UNWTO. Sustainable Development.

³ přejato z přednášky Grahama Stone a Elisabeth Ineson z Manchester Metropolitan University, konané v Praze v květnu 2008.

Podle světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) rozdělujeme ekonomické úniky do tří hlavních skupin:

5.1 Úniky na straně exportu

Jedná se o „výdaje turistů vzniklé mimo turistickou destinaci a její lokální hospodářskou sféru“. Úniky na straně exportu, někdy také nazývané jako externí, mohou být vyvolány např. zahraničními investicemi, jako je výstavba infrastruktury, kdy zisky putují zpět do země původu. Především rozvojové země bývají kvůli finanční a technologické nesoběstačnosti často závislé na zahraničních investorech a velkých nadnárodních společnostech.

Specifickým typem externích úniků jsou tzv. počáteční úniky (pre-leakages), které lze objasnit jako onu část ceny turistického produktu, která není součástí plateb za služby hostitelské zemi (destinaci); jinými slovy se jedná o ztrátu potenciálního příjmu na základě obchodů zprostředkovaných cizími subjekty (agenty).⁴ Touto ztrátou se myslí např. marže touroperátorů a provize zprostředkovatelům.

5.2 Úniky na straně importu

Tyto tzv. interní úniky jsou definovány jako ztráty či náklady vyplývající z aktivit cestovního ruchu v rámci hospodářského prostoru turistické destinace, které jdou na její účet. Jde ve skutečnosti o podíl importovaného zboží nezbytného pro poskytování služby. Do této skupiny patří také zaměstnávání cizí pracovní síly – nerezidentů (typicky u velkých hotelových skupin a v obdobích zvýšené poptávky). Za zdůraznění stojí nutnost smysluplného systematického sledování na národních satelitních účtech (Tourism Satellite Accounts), které detailně popisují poptávkovou a nabídkovou stranu v odvětví cestovního ruchu (např. položka dovozů a jejich dopadů na platební bilanci). Předpokladem je však dostupnost a spolehlivost dat, jejichž sběr je nejednoduchý. Data navíc nemají regionální strukturu a nemají tedy dostatečnou vypovídací hodnotu na úrovni mikroregionů.

5.3 Neviditelné úniky

Neviditelné úniky můžeme rozlišit na dva typy. První z nich souvisí s finančním sektorem a představují náklady (ztráty) spojené s měnovou nestabilitou či daňovými úniky. Tyto úniky nelze dokumentovat ani nijak

⁴ podle [9] Supradist, N. Economic Leakage in Tourism Sector.

účetně zaznamenat jako náklady spojené s cestovním ruchem. Druhý typ opět naráží na udržitelnost cestovního ruchu ve smyslu environmentálním a kulturně-historickém. Poškození přírodních atraktivit, narušování původního rázu krajiny, ztráty a škody na kulturním dědictví aj. mohou v krátkém období omezit počty příjezdů a výdaje účastníků cestovního ruchu a z dlouhodobého hlediska snížit celkovou hodnotu turistického cíle a potažmo kvalitu života místních obyvatel. Skryté ekonomické úniky na základě faktického snížení výdajů turistů lze ještě odlišit od potenciálních skrytých nákladů spojených s obnovou místních atraktivit, které na základě např. zahraničních investic mohou vyvolat úniky na straně exportu a importu.

Vezmeme-li z pohledu destinace (země, mikroregionu) v úvahu všechny typy úniků, činnosti transnacionálních korporací (např. hotelových skupin) a strukturu dodavatelských a zprostředkovatelských vztahů v odvětví cestovního ruchu, nebude žádným překvapením skutečnost, že úniky mnohdy přesáhnou 50 % hrubých výdajů účastníků cestovního ruchu, kdy extrémem je podíl až 90 %. Takové míry ekonomických úniků jsou typické pro odlehlá území o malé rozloze bez původní infrastruktury a pracovní síly s uměle vytvořenými turistickými resorty (např. Seychelleské ostrovy, Mauritius, Fiji aj.).

Uvedme zjednodušující příklad srovnání hodnoty multiplikátoru na základě rozdílného podílu úniků z celkových tržeb (příjmů účastníků cestovního ruchu)⁵:

Příklad 1

20 % příjmů od turistů opustí místní ekonomiku:

EUR **1000** + 800 + 640 + 512 + 410 + 328 + 263 + 210 + ... = EUR **5000**
(výstup),

→ multiplikátor tedy činí **5**.

Příklad 2

50 % příjmů od turistů opustí místní ekonomiku:

EUR **1000** + 500 + 250 + 125 + 63 + 31 + 16 + 8 + 4 + 2 + ... = EUR **2000** (výstup),

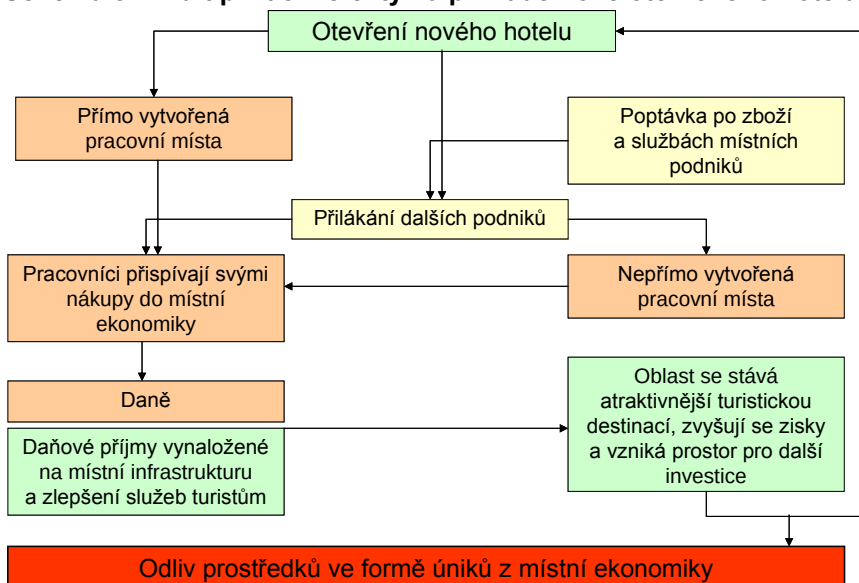
→ multiplikátor tedy činí **2**.

⁵ přejato z přednášky Grahama Stone a Elisabeth Ineson z Manchester Metropolitan University, konané v Praze v květnu 2008.

Ekonomický únik je tedy pro hostitelskou zemi jedním z nejzávažnějších negativních efektů cestovního ruchu. Ekonomické úniky jsou předmětem diskuze a úzké spolupráce na úrovni národní, regionální i podnikové. Pouze součinnost veřejného a soukromého sektoru může aktivně působit na ekonomické dopady výdajů turistů v regionu, tj. intenzitu multiplikačních efektů.

Společná zodpovědnost za rozvoj místní komunity spočívá v detailní analýze dostupných místních zdrojů jako alternativy ke zdrojům nákupů mimo destinaci. Důvodem omezeného čerpání z lokálních zdrojů je kromě ignorace důležitosti multiplikačního efektu právě již zmíněná možná nedostupnost zboží a služeb (nesoběstačnost), zavedený nadregionálně centralizovaný systém nákupů a v neposlední řadě může být příčinou špatná komunikace mezi místními dodavateli a kupujícími. Nákupy od místních dodavatelů kromě toho závisejí na ceně, kvalitě, garantovaném množství a celkové konkurenceschopnosti lokálně nabízeného zboží a služeb. Efektivní zprostředkovaná komunikace napříč podnikatelskou sférou je nepostradatelná při navazování místních dodavatelsko-odběratelských vztahů; dodavatelé jsou motivováni ke zlepšení svých marketingových procesů, mohou reagovat na potřeby potenciálních odběratelů přizpůsobením svých výrobních programů.

Schéma 3 – Multiplikační efekty na příkladě nově otevřeného hotelu



Zdroj: Vlastní diagram zpracován podle: Barcelona Field Studies Centre S.L.

6. Další negativní dopady na místní ekonomiku

Cílem práce je poukázat na rizika a negativní aspekty existence cestovního ruchu z pohledu lokálního hospodářského rozvoje, respektive na omezující faktory tohoto rozvoje. Práce z toho důvodu detailně nerozebírá pozitivními dopady.

Pro doplnění jsou proto následně uvedeny další související negativní efekty cestovního ruchu, které se opírají o poznatky B. Archera, C. Coopera a L. Ruhanenové zpracované William F. Theobaldem v publikaci Global Tourism (2004):

6.1 Vytváření turistických enkláv

All-inclusive pobyty v uzavřených resortech či na lodích snižují vazbu na lokální ekonomiku (např. využívání místních provozoven služeb) a znemožňují generování dodatečných výdajů účastníků cestovního ruchu. All-inclusive resorty generují velké příjmy, avšak příjem z jednotky obratu pro lokální ekonomiku je nižší než u jiného (menšího, samostatného, lokálně vlastněného) typu ubytovacího zařízení. Totéž platí pro podíl zaměstnané místní pracovní síly na jednotku obratu.

6.2 Náklady na infrastrukturu

Rozvoj cestovního ruchu může pro místní veřejnou správu představovat náklady spojené např. s modernizací dopravní a komunikační sítě a dále náklady spojené s daňovými a jiným úlevami pro zahraničního developera (investora). Jedná se zároveň o alternativní náklady (náklady obětované příležitosti), které znemožňují směřovat vládní výdaje do jiných kritických oblastí rozvoje.

6.3 Růst cen

Cestovní ruch zvyšuje poptávku po základním zboží a službách, což má za následek zvýšení cen, které nerostou proporcionálně s příjmy místního obyvatelstva. Rozvoj cestovního ruchu v souvislosti s výstavbou kapacit dále zvyšuje poptávku po nemovitostech, ceny půdy a stavebních prací. Toto podstatně ztěžuje uspokojení základních potřeb místních obyvatel.

6.4 Ekonomická závislost na cestovním ruchu

Pro mnoho zemí, především rozvojových, které nemají jiné zdroje, je cestovní ruch relativně jednoduchou cestou k podnícení ekonomické

aktivity. Přílišná závislost na cestovním ruchu však s sebou nese rizika spojená s hospodářskou recesí, živelnými pohromami a změnami charakteru cestování, které mohou mít devastující dopad.

6.5 Sezónnost

Sezónní charakter práce znamená pro místní obyvatele zaměstnané v cestovním ruchu neuspokojivé pracovní podmínky, nejistotu finančních příjmů a omezený prostor pro profesní růst.

7. Závěr

Cestovní ruch se díky oborové provázanosti vyznačuje svými silnými multiplikačními efekty. Tato skutečnost sama komplikuje měření dopadu cestovního ruchu na místní ekonomiku, neboť do této analýzy spadá velký počet souvisejících odvětví hospodářství. Modely multiplikátorů navíc využívají velké množství sekundárních dat, které většinou nesplňují požadavky na vytváření náročnější modelů. Výdaje turistů jsou v podstatě roztroušené mezi jednotlivé oblasti ekonomiky, a proto jsou žádoucí detailní průzkumy za účelem přiřazení částí výdajů, např. za ubytování, stravu, dopravu atd., k odpovídajícím subsektorům. Pomocí multiplikátorů lze měřit výkonnost odvětví cestovního ruchu a zároveň ekonomické efekty reagující na změny v úrovni či struktuře výdajů účastníků cestovního ruchu. Jsou užitečné především při zjišťování dopadu na finanční obraty podniků, důchody, zaměstnanost, příjmy veřejného sektoru a platební bilanci. Multiplikátorová analýza přináší hodnotné informace především v krátkém období.

Analýza vstupů a výstupů je při zkoumání ekonomického dopadu stále považována za významnou taktéž především pro krátkodobá rozhodnutí. Poskytuje totiž informace o struktuře ekonomiky, míře vzájemné závislosti mezi odvětvími, omezeních uspokojovat dodávky mezi odvětvími, o náročnosti odvětví na kapitál a pracovní sílu atp. S ohledem na odvětví cestovního ruchu není ani analýza vstupů a výstupů pro integraci jednotlivých komponent výdajů za zboží a služby v cestovním ruchu uzpůsobena. Důsledkem toho je nutnost vtěsnat údaje o výdajích v cestovním ruchu do sektorů identifikovatelných v tabulkách vstupů a výstupů. Mohly by přirozeně existovat alternativní modely této analýzy šité na míru výdajům v cestovním ruchu, a to na národní i regionální úrovni, za účelem srovnání.

Sledování ekonomického dopadu cestovního ruchu vyžaduje sledování tzv. ekonomických úniků, které snižují multiplikační účinek. Příjmy z cestovního ruchu opouštějí danou ekonomickou oblast, jestliže figurují ve formě plateb za služby mezinárodně vlastněných podniků a za zboží, které nemá původ v místní ekonomice. Cílem místní komunity (vlád i podniků) je omezování těchto úniků, tj. jednak hledání cest, jak vytvořit efektivní dodavatelsko-odběratelské vztahy místních subjektů, jak zajistit konkurenceschopnost místních produktů i pracovní síly a jednak zajištění růstu životní úrovně při zachování hodnoty místních atraktivit.

Podniky a veřejná správa se čím dál více zajímají o dopady cestovního ruchu na národní, státní a lokální úrovni, především při evaluaci přímých i sekundárních (tj. nepřímých a indukovaných) efektů žádaných či poskytnutých dotací, realizovaných investic, plánovaných podnikových expanzí či pořádaných zvláštních akcí cestovního ruchu. Jedná se nejenom o porozumění relativního významu cestovního ruchu pro danou lokalitu, ale také o vyjádření jeho konkrétního přínosu lokální ekonomice.

Zdroje

- [1] Bennett, O. Sustainable Tourism and Poverty Elimination Study. Deloitte and Touche, 1999. Dostupné z: http://www.propoortourism.org.uk/dfid_report.pdf [cit 15.12.2008]
- [2] Cooper Ch. & Co. Tourism. Principles and Practise. Longman Publishing. New York. 1998. ISBN 978-0273684060.
- [3] Haegling Ch. a Belousow A. Forecasting Tourism Demand: A Stochastic Approach. Freie Universität Berlin. 2006
- [4] Horwath Tourism & Leisure Consulting. Tourism Multipliers Explained. Published in Conjunction with the World Tourism Organisation. November 1981. Dostupné z: <http://www.horwathhtl.co.za/includes/newsroom/Tourism%20Multipliers.pdf> [cit 31.10.2011].
- [5] Mag Consulting: Ročenka cestovního ruchu, ubytování a pohostinství ČR 2005 a 2006. Praha. ISBN 80-86724-11-9 a 80-86724-06-09.
- [6] OECD - Directorate for Science, Technology and Industry Division for Economic Analysis and Statistics (vlastní konzultace leden 2009).

- [7] Pásková, M., Zelenka, J. Cestovní ruch – výkladový slovník. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Praha 2002.
- [8] Stynes, D.J. Economic Impacts of Tourism: A Handbook for Tourism Professionals, Tourism Research Laboratory. University of Illinois. 2006.
- [9] Supradist, N. Economic Leakage in Tourism Sector. The International Institute for Industrial Environmental Economics. IIIIEE. Lund University. Sweden. 2003.
- [10] UNWTO. Sustainable Development. Dostupné z: <http://www.unwto.org/sdt/> [cit 15.11.2008].
- [11] UNWTO. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework, ISBN 92-844-0437-1.
- [12] UNWTO World Tourism Barometer. 2010 International Tourism Results and Prospects for 2011. UNWTO 2011. Dostupné z <http://mkt.unwto.org/en/barometer> [cit 06.10.2011].
- [13] UNWTO. Tourism Highlights 2010. Dostupné z http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights10_en_HR.pdf [cit 06.10.2011].
- [14] William F. Theobald. Global Tourism. Elsevier Publishers, 2004. ISBN 9780750677899.
- [15] Wixted, B. Input-Output Analysis in an Increasingly Globalised World. OECD – Directorate for Science, Technology and Industry, Division for Economic Analysis and Statistics. DSTI/DOC(2006)7. 31.08.2006.
- [16] World Travel & Tourism Council. Czech Republic Travel & Tourism. Navigating the Path Ahead. The 2007 Travel & Tourism Economic Research. Dostupné z: www.wttc.travel/bin/pdf/original_pdf_file/executivesummary2007.pdf [cit 05.01.2011].
- [17] WT&TC. Country Reports. Dostupné z: <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/c/czech-republic/> [cit 06.10.2011]
- [18] WTTC. Methodology for Producing the 2011 WTTC/OE Travel & Tourism Economic Impact Research. June 2011. Dostupné z www.wttc.org [cit 05.11.2011].

Kontaktní údaje

Ing. Tomáš Bakos
Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta mezinárodních vztahů
Katedra cestovního ruchu
e-mail: tomas.bakos@vse.cz

Reforma veřejné správy a vznik krajů

Stanislav Caletka

Abstrakt

Příspěvek je zaměřen na stručné popsání vzniku krajů v rámci reformy veřejné správy v 90. letech minulého století. Kromě informací o samotném vytvoření krajů je v příspěvku uveden přehled všech návrhů ústavních zákonů o vzniku vyšších územních samosprávných celků, dále přehled klíčových právních předpisů souvisejících se vznikem krajů a v neposlední řadě tabulka srovnání krajů. Obsaženy jsou také základní informace o vývoji krajského zřízení v České republice, respektive Československu.

Klíčová slova

Krajské zřízení, reforma veřejné správy

Úvodem

Regiony, ať už v jakékoliv podobě, představují mezičlánek mezi úrovní lokální a úrovní státní. Obnovením krajského zřízení koncem 90. let minulého století došlo v České republice ke znovuvytvoření středního stupně samosprávy. Vznik krajského zřízení ale nebyl vůbec jednoduchý, což se pokusím objasnit na následujících řádcích příspěvku. Existovalo mnoho konceptů a názorů, jak by měly vyšší územní samosprávné celky - v našem případě kraje - vypadat, a jaké by měly mít kompetence. Není možné na následujících stránkách přesně popsat argumenty, které v debatách o reformě veřejné správy a vytvoření krajů zaznívaly. Stejně tak zde není prostor popsat všechny koncepce, všechny návrhy zákonů apod. Krajské zřízení se dá jistě sledovat z celé řady pohledů, ať už se jedná o správní právo, historii, politologii, ekonomii, regionalistiku a v neposlední řadě také cestovní ruch. Cílem tohoto příspěvku je pouze stručné popsání situace, která vedla k vytvoření krajů, jakožto staronových jednotek v rámci české veřejné správy.

Krajské zřízení v dějinách veřejné správy

Krajské zřízení není v rámci české veřejné správy žádnou novinkou. Toto zřízení existovalo v různých podmínkách i podobách ve středověku i v období, kdy byly české země součástí Habsburské monarchie. Za první republiky bylo v Československu uplatněno nejdříve župní zřízení (realizováno v podstatě pouze na Slovensku), následně zřízení zemské. Po roce 1945 došlo na území Československa ke vzniku národních výborů. Ty byly vytvořeny dekretem prezidenta Beneše, přičemž představovaly prozatímní orgány veřejné správy. V letech 1945 – 1948 zůstala v platnosti struktura z dob první republiky, existovaly tedy obce, okresy a země, nicméně již v této době se diskutovalo o možnosti vzniku krajů. Ty byly nakonec ustaveny až po komunistickém převratu v únoru 1948 na základě Ústavy 9. května, která vytvořila novou správní soustavu republiky na bázi obce – okresy – kraje. Příslušné národní výbory měly být nositeli státní moci právě v obcích, okresech a nově vzniklých krajích. Krajské zřízení tak nahradilo zřízení zemské a země byly tím pádem zrušeny. Samotné krajské zřízení (zákon č. 280/1948 Sb.) definovalo třináct krajů na území Čech, Moravy a Slezska¹ (postavení Prahy upravoval zvláštní zákon) a šest krajů slovenských.² Krajské národní výbory začaly fungovat od 1. ledna 1949. Zavedení krajského zřízení „v podmínkách totalitního politického systému nevedlo k uplatnění samosprávy a demokratické decentralizaci správy, ale naopak pod heslem jednotné státní moci a lidové správy vedlo k odstranění územní samosprávy a k plnému podřízení místní správy ústředním orgánům státní správy. Demokratický obsah a smysl krajského zřízení se v tehdejších podmínkách nemohl realizovat.“³ Změnu v počtu krajů připravil zákon č. 36/1960 Sb. o územním členění státu, kdy bylo dosavadních devatenáct československých krajů nahrazeno deseti novými, které vznikly sloučením krajů z roku 1949. Republika se tak opět členila na kraje, okresy a obce. V českých zemích vzniklo sedm krajů.⁴ Území Prahy pak tvořilo samostatnou územní jednotku. Na Slovensku

¹ Pražský, Českobudějovický, Plzeňský, Karlovarský, Ústecký, Liberecký, Hradecký, Pardubický, Jihlavský, Brněnský, Olomoucký, Gottwaldovský a Ostravský.

² Bratislavský, Nitranský, Banskobystrický, Žilinský, Košický a Prešovský.

³ Svoboda, Karel; Grospič, Jiří; Vedral, Josef; Kužvart Ladislav: *Zákony o územní samosprávě* (texty zákonů s výkladem, 1. vydání, Praha, Eurounion, 2003, 507 str., ISBN 80-7317-017-5, str. 255.

⁴ Středočeský kraj se sídlem v Praze, Jihočeský kraj se sídlem v Českých Budějovicích, Západočeský kraj se sídlem v Plzni, Severočeský kraj se sídlem v Ústí nad Labem, Východočeský kraj se sídlem v Hradci Králové, Jihomoravský kraj se sídlem v Brně a Severomoravský kraj se sídlem v Ostravě.

vznikly kraje tři.⁵ Zákon o územním členění státu je stále v platnosti a v podstatě komplikuje současné krajské zřízení. O tom se ale zmíním dále. Vzhledem k historickým tradicím českých zemí se jeví jako problematické nerespektování historických hranic mezi Čechami a Moravou, které nově vytvořené kraje na několika místech absolutně nerespektovaly. Šlo například o oblasti na Vysočině a zejména pak na Svitavsku, kde se některé obce a města staly součástí českých krajů. Příkladem budiž historicky na Moravě ležící města jako Svitavy, Jevíčko nebo Moravská Třebová, které se staly součástí Východočeského kraje. Změny postavení a pravomocí národních výborů byly od roku 1948 upravovány několika zákony, nicméně tento systém veřejné správy fungoval až do pádu komunistického režimu v roce 1989.

Reforma veřejné správy a vznik krajů

Po roce 1989 byla nutnost provést reorganizaci veřejné správy. Ta se, v širším slova smyslu, „v České republice odehrávala v následujících etapách:

1. obnova samosprávy a veřejné správy (1990 – 1992);
2. mezidobí (1992 – 1997);
3. reforma veřejné správy (1997 – 2006). Třetí etapu je možno dále rozdělit do tří dílčích úseků: 1) vznik krajské úrovně samosprávy; 2) vznik obcí tzv. třetího typu a zánik okresních úřadů; 3) reforma státní správy, zejména na úrovni centrálních státních orgánů.“⁶

Samospráva byla obnovena na základě ústavního zákona č. 294/1990 Sb., který nahradil sedmou hlavu Ústavy z roku 1960, která byla věnována národním výborům. Zákon se týkal v podstatě výlučně obcí, když ustanovil základem místní samosprávy obec. Na okresní a krajské úrovni došlo po roce 1989 ke zrušení národních výborů. Místo nich byly v okresech zřízeny okresní úřady se širokou působností v oblasti státní správy, ale v krajích nové demokratické úřady zřízeny nebyly, jejich kompetence v podstatě přešly na okresní úřady a případně také na příslušná ministerstva, a kraje zůstaly zachovány pouze jako územní jednotky. V Československu tak po roce 1989 stále existovalo sedm

⁵ Západoslovenský kraj se sídlem v Bratislavě, Středoslovenský kraj se sídlem v Banské Bystrici a Východoslovenský kraj se sídlem v Košicích.

⁶ Valeš, Lukáš: *Politologické aspekty veřejné správy*, 1. vydání, Plzeň, Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2006, 246 str., ISBN 80-7380-010-1, str. 73.

českých a tři slovenské kraje. Vzhledem k vyostřené atmosféře vyvolané potřebou nového státoprávního uspořádání mezi Čechy a Slováky nebyla otázka náhrady krajů a vytvoření vyšších územních samosprávných celků nijak řešena. Obrat přišel po rozpadu společné československé federace a po schválení nové české Ústavy, která tak otevřela cestu pro decentralizaci veřejné správy a vznik krajů, který představoval první krok při reformě veřejné správy. Územní samosprávě je v Ústavě věnována sedmá hlava (konkrétně články 99 – 105). V původním vládním návrhu zněl článek 99 následovně: „Česká republika se člení na obce a vyšší územní samosprávné celky s názvem kraj nebo region nebo země“.⁷ Ústava také stanovila, že vytvořit nebo zrušit vyšší územní samosprávný celek lze pouze ústavním zákonem. Mezi roky 1993 – 1997 probíhaly nejen na půdě Poslanecké sněmovny diskuse ohledně hledání kompromisu o počtu a podobě nového krajského uspořádání, ale nadále byla diskutována také varianta zemského zřízení. Výsledkem těchto diskusí bylo schválení vládou předloženého návrhu ústavního zákona (č. 347/1997 Sb.) o vytvoření vyšších územních samosprávných celků a o změně ústavního zákona České národní rady č. 1/1993 Sb., Ústava ČR, který definoval nové územní členění republiky sestávající ze čtrnácti krajů.⁸ Zákon změnil také znění zmíněného článku 99 Ústavy, který nově zní: „Česká republika se člení na obce, které jsou základními územními samosprávnými celky, a kraje, které jsou vyššími územními samosprávnými celky“.⁹ K faktickému naplnění zákona č. 347/1997 Sb., resp. k nabytí jeho účinnosti, došlo až 1. ledna 2000. „Stanovením počtu 14 vyšších územně samosprávných celků se ukončila diskuse pohybující se od tří celků (Čechy, Morava, Praha) až po počet odpovídající počtu okresů. Nejsilnější alternativou byly poslanecké návrhy směřující k osmi krajům. Vládní návrh přišel s třinácti kraji, ústavněprávní výbor a výbor pro veřejnou správu, regionální rozvoj a životní prostředí však doporučoval rozšíření návrhu o Jihlavský kraj.“¹⁰ V rámci postupující

⁷ http://www.psp.cz/eknih/1992cnr/tisky/t0152_02.htm

⁸ Hlavní město Praha, Středočeský kraj se sídlem v Praze, Budějovický kraj (dnes Jihočeský) se sídlem v Českých Budějovicích, Plzeňský kraj se sídlem v Plzni, Karlovarský kraj se sídlem v Karlových Varech, Ústecký kraj se sídlem v Ústí nad Labem, Liberecký kraj se sídlem v Liberci, Královéhradecký kraj se sídlem v Hradci Králové, Pardubický kraj se sídlem v Pardubicích, Jihlavský kraj (dnes Kraj Vysočina) se sídlem v Jihlavě, Brněnský kraj (dnes Jihomoravský) se sídlem v Brně, Olomoucký kraj se sídlem v Olomouci, Ostravský kraj (dnes Moravskoslezský) se sídlem v Ostravě a Zlínský kraj se sídlem ve Zlíně.

⁹ Zákon č. 347/1997 Sb., o vytvoření vyšších územních samosprávných celků a o změně ústavního zákona České národní rady č. 1/1993 Sb., Ústava ČR, ve znění pozdějších předpisů, část druhá.

¹⁰ Cogan, Rudolf: *Krajské zřízení*, 1. vydání, Praha, ASPI, 2004, 442 str., ISBN 80-7357-041-6, str. 79.

reformy veřejné správy došlo v roce 2000 ke schválení klíčových zákonů, které definovaly kompetence krajů, volby do krajských zastupitelstev, majetkové záležitosti aj. Se zřízením krajů souvisí celá řada právních předpisů, v tabulce jsou uvedeny ty nejdůležitější.

číslo	název
128/2000 Sb.	o obcích
129/2000 Sb.	o krajích
130/2000 Sb.	o volbách do zastupitelstev krajů
131/2000 Sb.	o hlavním městě Praze
132/2000 Sb.	o změně a zrušení některých zákonů souvisejících se zákonem o krajích, zákonem o obcích, zákonem o okresních úřadech a zákonem o hlavním městě Praze
147/2000 Sb.	o okresních úřadech
157/2000 Sb.	o přechodu některých věcí, práv a závazků z majetku České republiky do majetku krajů
243/2000 Sb.	o rozpočtovém určení daní
250/2000 Sb.	o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů

Jak již bylo naznačeno, v Poslanecké sněmovně se od roku 1993 objevila celá řada návrhů ústavních zákonů o vytvoření vyšších územních samosprávných celků, jejichž počet se diametrálně lišil. Je třeba zmínit, že spíše než racionální argumenty o reformě veřejné správy a vzniku vyšších územních samosprávných celků, jakožto mezičlánek mezi úrovní lokální a státní, vyhrávaly spíše lokální zájmy poslanců. Každý návrh byl v řadě aspektů originální, ale také kontroverzní. Přehled všech předložených návrhů ústavních zákonů o vyšších územních samosprávných celcích uvádím v tabulce:¹¹

¹¹ Ve čtvrtém volebním období (2002 – 2006) nebyla projednávána žádná novela zákona o vyšších územních samosprávných celcích.

1. volební období 1992 - 1996			
číslo	název tisku	typ tisku	stav projednávání
836	ústavní zákon o územní samosprávě a státní právě	poslanecký návrh zákona	nepřijat
1077	ústavní zákon o vytvoření vyšších územních samosprávných celků	vládní návrh zákona	zamítnut
1129	ústavní zákon o působnosti vyšších územních samosprávných celků	vládní návrh zákona	
1912	ústavní zákon o vytvoření vyšších územních samosprávných celků	poslanecký návrh zákona	zamítnut
1915	ústavní zákon o vytvoření vyšších územních samosprávných celků v ČR	poslanecký návrh zákona	zamítnut

2. volební období 1996 - 1998			
číslo	název tisku	typ tisku	stav projednávání
194	ústavní zákon o vytvoření VÚSC ¹²	poslanecký návrh zákona	vzat zpět navrhovatelem
201	ústavní zákon o vytvoření VÚSC	poslanecký návrh zákona	vzat zpět navrhovatelem
218	ústavní zákon o vytvoření VÚSC a o změně a doplnění ústavního zákona ČNR č. 1/1993 Sb., Ústava ČR	vládní návrh zákona	schválen 347/1997 Sb.
230	ústavní zákon o vytvoření VÚSC	poslanecký návrh zákona	zamítnut

¹² Vyšší územní samosprávný celek.

<i>3. volební období 1998 - 2002</i>			
číslo	název tisku	typ tisku	stav projednávání
174/0	návrh ústavního zákona o zřízení VÚSC	poslanecký návrh zákona	zamítnuto ve 3. čtení
351/0	novela zákona o VÚSC	poslanecký návrh zákona	zamítnuto v 1. čtení
818/0	ústavní zákon o vytvoření VÚSC	poslanecký návrh zákona	schváleno 176/2000 Sb.
895/0	novela ústavního zákona zastupitelstva Ostravského kraje o VÚSC	návrh zákona zastupitelstva kraje	vzat zpět v 1. čtení

<i>5. volební období 2006 - 2010</i>			
číslo	název tisku	typ tisku	stav projednávání
1045/0	novela zákona o VÚSC	návrh zákona zastupitelstva kraje	1. čtení

<i>6. volební období 2010 - aktuální stav</i>			
číslo	název tisku	typ tisku	stav projednávání
38/0	novela zákona o VÚSC	návrh zákona zastupitelstva kraje	Schváleno 135/2011 Sb.

Závěrem

I když je krajské zřízení poměrně nové, rychle si získalo pevnou pozici v rámci politického systému České republiky. Zavedení krajského zřízení a vůbec průběh reformy veřejné správy ale rozhodně neprobíhaly bez problémů. Po roce 1989 došlo k opětovnému vzniku samosprávy a i samotná Ústava České republiky předznamenala vznik zemí či krajů jako nových vyšších územních samosprávných celků. Jak země, tak kraje, mají v rámci dějin veřejné správy na území České republiky, potažmo Československa, své pevné místo. Země existovaly v meziválečném období, kraje zase po roce 1949. I z toho důvodu tak vznik krajů mohl vyvolávat jisté negativní konotace v souvislosti s jejich existencí za komunistického režimu. Po komplikovaných a dlouhých debatách v Poslanecké sněmovně byl nakonec roku 1997, tedy až čtyři roky po vzniku samostatné republiky, schválen ústavní zákon o vytvoření nových vyšších územních samosprávných celků. Na základě tohoto zákona vzniklo čtrnáct krajů, které ale v době svého vzniku rozhodně nevyvolávaly jen pozitivní reakce, ale spíše ty negativní. A to hned z několika důvodů. Odpůrci krajského zřízení, tak jak ho v dnešní podobě známe, tvrdili – a dodnes tvrdí – že počet čtrnácti krajů je příliš velký. Srovnání krajů je uvedeno v následující tabulce:¹³

¹³ Zdroj: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/stredocesky-kraj/kraj/>

Česká republika / Kraje	rozloha v km ²	počet obyvatel	krajské město	počet obyvatel krajského města	hustota osídlení (obyv./ km ²)	počet obcí	z toho se statutem města
Česká republika	78 865,8	10 506 813			133	6 249	594
Hlavní město Praha	496,0	1 249 026	Praha	1 249 026	2 518	1	1
Středočeský kraj	11 014,9	1 247 533			113	1 145	82
Jihočeský kraj	10 056,7	637 643	České Budějovice	94 865	63	623	54
Plzeňský kraj	7 560,9	571 863	Plzeň	169 935	76	501	55
Karlovarský kraj	3 314,4	307 636	Karlovy Vary	51 320	93	132	37
Ústecký kraj	5 334,6	836 198	Ústí nad Labem	95 477	157	354	58
Liberecký kraj	3 163,0	439 027	Liberec	100 914	139	215	39
Královéhradecký kraj	4 758,6	554 402	Hradec Králové	94 497	117	448	48
Pardubický kraj	4 518,6	516 329	Pardubice	90 077	114	451	36
Kraj Vysočina	6 795,7	514 992	Jihlava	51 222	76	704	34
Jihomoravský kraj	7 195,6	1 151 708	Brno	371 399	160	673	49
Olomoucký kraj	5 266,8	642 041	Olomouc	100 362	122	398	30
Zlínský kraj	3 963,6	591 042	Zlín	75 714	149	305	30
Moravskoslezský kraj	5 426,4	1 247 373	Ostrava	306 006	230	299	41

Například v důvodové zprávě ke sněmovnímu tisku č. 174 (1999) je uvedeno, že mezi kraji je velká nerovnoměrnost, a že vznikly i velmi malé kraje. V této souvislosti předkladatelé zmiňují, že například Karlovarský kraj má méně obyvatel než okres Brno-město a menší počet obcí než okres Žďár nad Sázavou.¹⁴ Dalším podstatným problémem bylo, že po přijetí ústavního zákona o vytvoření vyšších územních samosprávných celků nebylo možné zrušit zákon č. 36/1960 Sb., o územním členění státu, ve znění pozdějších předpisů. „Problém spočíval v tom, že jeho zrušením by některé orgány státní správy, které v dané době aktivně působily, a soudy ztratily územní základ své působnosti, který byl dán okresy a kraji, ustavenými podle tohoto zákona. Tím došlo k situaci, že po přijetí zákona č. 347/1997 Sb. o vytvoření vyšších územních samosprávných celků existovalo paralelně dvojí (platné) územní vymezení krajů. Dalším problémem, který vznikl v souvislosti s územním vymezením krajů a předpokládaným členstvím v Evropské unii (včetně období přidruženého členství), spočíval v tom, že kraje, tak jak byly vymezeny příslušným zákonem z r. 1997, byly ve většině případů svou rozlohou i počtem obyvatelstva poddimenzované ve vztahu k čerpání¹⁵ finančních prostředků z fondů Evropské unie. Problém vyřešil nově schválený zákon č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje, na jehož základě vzniklo osm tzv. regionů soudržnosti¹⁶ respektujících evropský systém jednotek NUTS.¹⁷ To zvyšuje nároky na financování administrativy i na kooperaci krajů v rámci těchto regionů soudržnosti. Nastala tedy paradoxní situace, kdy v současné době oficiálně existuje trojí členění republiky – kromě čtrnácti krajů, jako vyšších územních samosprávných celků, je kvůli orgánům státní správy a justice stále v platnosti zmíněný zákon o územním členění státu z roku 1960 (sedm krajů plus hlavní město Praha) a vzhledem k čerpání evropských fondů navíc vzniklo osm regionů soudržnosti. Chybou při konstituování krajů byl také fakt, že hranice krajů nerespektují historické hranice mezi Čechami a Moravou. Ani během reformy veřejné správy v průběhu 90. let v tomto

¹⁴ <http://www.psp.cz/sqw/text/tiskt.sqw?O=3&CT=174&CT1=0>

¹⁵ Čechák, Vladimír: *Vývoj veřejné správy v Československu a České republice (1945 – 2004)*, 1. vydání, Praha, Vysoká škola finanční a správní, 2004, 262 str., ISBN 80-86754-22-7, str. 134.

¹⁶ Jednotky NUTS 2 (regiony soudržnosti) v České republice jsou: Praha (hlavní město Praha), Střední Čechy (Středočeský kraj), Jihozápad (Jihočeský a Plzeňský kraj), Severozápad (Karlovarský a Ústecký kraj), Severovýchod (Liberecký, Královéhradecký a Pardubický kraj), Jihovýchod (Kraj Vysočina a Jihomoravský kraj), Střední Morava (Olomoucký a Zlínský kraj) a Moravskoslezsko (Moravskoslezský kraj).

¹⁷ *La Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques*.

ohledu nedošlo k nápravě. Již kraje vzniklé v období komunistického režimu nerespektovaly historické, ale také geografické vazby mezi jednotlivými oblastmi České republiky, respektive Československa, a tento jev můžeme pozorovat také u současného krajského zřízení. A takových problémů bychom mohli najít více. České kraje, tak jak byly koncem minulého století koncipovány, rozhodně nepředstavují přirozené územní jednotky ve smyslu historicko-politickém, těmi by byly bezesporu historické země. I přes všechny komplikace, jakými bylo například i počáteční nedostatečné financování krajů, si tyto substanciální jednotky vydobily pevnou pozici. Nyní jsou respektovanými partnery jak pro centrální státní orgány, tak pro obce. Podle mého názoru by byl vhodnější vznik menšího počtu krajů a to vzhledem k nižším finančním nákladům na administrativu a její větší efektivitě, k výše uvedenému čerpání finančních prostředků z unijních fondů, ale také vzhledem k nerovnoměrnosti jednotlivých krajů. Osobně považuji za nejlepší vznik devíti krajů. Vzniknout měly kraje v takové podobě, v jaké existovaly po roce 1960, ale v historických hranicích Čech a Moravy. Navíc se krajem měla stát Praha a vzniknout měl také Středomoravský kraj s přirozeným centrem Olomoucí (v podobě současného Olomouckého a Zlínského kraje). Takový koncept vyšších územních samosprávných celků předpokládalo několik návrhů zákonů v 90. letech. Je ale nespornou pravdou, že stávajících čtrnáct krajů více zvýrazňuje jednotlivá regionální centra. Jasnou ukázkou jsou menší kraje Karlovarský, Liberecký, Pardubický, Zlínský a Vysočina. Tyto kraje mají jisté specifické rysy, které se díky jejich vzniku v dnešní podobě podařilo zvýraznit. Karlovarský kraj je krajem lázeňským (na rozdíl od Plzeňského kraje), Liberecký kraj se zase liší od silně industrializovaného kraje Ústeckého, navíc se posílilo postavení Liberce, jakožto krajského města. Obdobně se díky vzniku Pardubického kraje posílilo postavení Pardubic, které byly často ve stínu pár kilometrů vzdáleného Hradce Králové. Zlínský kraj je specifický vzhledem k lidovým tradicím a - podobně jako u Liberce a Pardubic - byla zvýrazněna pozice města Zlína. Kraj Vysočina je specifický region, jehož rozdělení mezi případně vzniklý Jihočeský, Východočeský a Jihomoravský kraj by svým způsobem zpřetrhalo vazby jednotlivých oblastí k Vysočině jako celku. I přes tyto klady by ale administrativní a finanční náročnost správy byla jistě nižší a jednodušší při vzniku menšího počtu vyšších územních samosprávných celků.

Literatura a zdroje

- [1] Caletka, Stanislav: Teorie a praxe krajského zřízení v České republice – Jihomoravský kraj (případová studie), diplomová práce, Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav politologie, Praha, 2008, 135 str.
- [2] Cogan, Rudolf: Krajské zřízení, 1. vydání, Praha, ASPI, 2004, 442 str., ISBN 80-7357-041-6
- [3] Čechák, Vladimír: Vývoj veřejné správy v Československu a České republice (1945 – 2004), 1. vydání, Praha, Vysoká škola finanční a správní, 2004, 262 str., ISBN 80-86754-22-7
- [4] Janák, Jan; Hledíková, Zdeňka; Dobeš, Jan: Dějiny správy v českých zemích: Od počátků státu po současnost, 2. vydání, Praha, Nakladatelství Lidové noviny, 2005, 568 str., ISBN 80-7106-709-1
- [5] Svoboda, Karel; Grospič, Jiří; Vedral, Josef; Kužvart, Ladislav: Zákony o územní samosprávě (texty zákonů s výkladem), 1. vydání, Praha, Eurounion, 2003, 507 str., ISBN 80-7317-017-5
- [6] Sládeček, Vladimír; Mikule, Vladimír; Syllová, Jindřiška: Ústava České republiky: komentář, 1. vydání, Praha, C. H. Beck, 2007, 935 str., ISBN 978-80-7179-869-9
- [7] Syllová Jindřiška; Vyklický, Robert: Přehled návrhů ústavních zákonů od roku 1993 do současnosti, studie Parlamentního institutu č. 1.180, leden 2011
- [8] Valeš, Lukáš: Politologické aspekty veřejné správy, 1. vydání, Plzeň, Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2006, 246 str., ISBN 80-7380-010-1

Zákon 280/1948 Sb., o krajském zřízení, ve znění pozdějších předpisů
Zákon č. 36/1960 Sb., o územním členění státu, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky

Zákon č. 347/1997 Sb., o vytvoření vyšších územních samosprávných celků a o změně ústavního zákona České národní rady č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 129/2000 Sb., o krajích (krajské zřízení), ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje, ve znění pozdějších předpisů.

icv.vlada.cz	internetové stránky Informačního centra Vlády ČR
www.kr-urady.cz	internetové stránky Asociace krajů ČR
www.psp.cz	internetové stránky Poslanecké sněmovny PČR
www.risy.cz	internetové stránky Regionálního informačního servisu
www.senat.cz	internetové stránky Senátu PČR
www.vlada.cz	internetové stránky Vlády ČR

Kontaktní údaje

Mgr. Stanislav Caletka
doktorand na Ústavu politologie FF UK
U Kříže 8
158 00 Praha 5 - Jinonice
e-mail: stanislav.caletka@centrum.cz

Rozvoj cestovního ruchu na úrovni mikroregionů v Jihočeském kraji

Jiří Dušek, Ladislav Skořepa

Abstrakt

Předkládaný příspěvek se zabývá analýzou meziobecní spolupráce v Jihočeském kraji. Hlavním cílem práce je zhodnocení významu meziobecní spolupráce v Jihočeském kraji a jejího dopadu na rozvoj cestovního ruchu na úrovni mikroregionů na základě originálně vytvořené datové báze spolupráce měst a obcí Jihočeského kraje. Autoři se v první řadě zaměřili na podrobnou charakteristiku mikroregionů Jihočeského kraje a jejich hlavního zaměření.

Klíčová slova

Cestovní ruch, Jihočeský kraj, mikroregion

Abstract

The submitted contribution deals with an analysis of inter-municipality cooperation in the South Bohemian Region. The main objective of the contribution is to assess the importance of inter-municipal cooperation in the South Bohemian Region and to assess its impact on development of tourism at the level of microregions using an originally created database of cooperation of towns and municipalities in the South Bohemian Region. The authors have dealt in depth with a description of the microregions in the South Bohemian Region and their major specialization.

Key words

Microregion, tourism, South Bohemia Region

Úvod

Současný systém spolupráce obcí v ČR je velmi pestrý. Jeho vznik byl sice motivován potřebami lokálních aktérů, formální a procesní znaky

byly však ovlivňovány vnějším prostředím a vzniklá uskupení v mnoha případech nevyhovují potřebám a charakteru spolupracujících subjektů. Nefunkčnost uskupení či jeho omezenost (legislativou a možnostmi financování) není řešena odstraněním nedostatků, nýbrž vytvořením jiné, momentálně vhodnější, formy. Existuje tak celá řada forem spolupráce, jejichž cíle a členská základna se překrývají. Dochází tak ke tříštění kapacit či naopak k pouze formálnímu členství. Uskupení spolupráce nefungují příliš efektivně, tj. ke stanoveným cílům přispívají pouze v omezené míře, a přes řadu pozitivních efektů jsou jejich možnosti silně nedocenené. Vymezením základních faktorů ovlivňujících procesy spolupráce lze vytvořit východisko pro její účinné rozvinutí. Je tedy potřebné věnovat zvýšenou pozornost vnitřním mechanismům spolupráce a z nich vyjít při využití spolupráce jako klíčového faktoru rozvoje (BINEK, GALVASOVÁ, 2008).

Formy spolupráce představují konkrétní právní a organizační podobu systému spolupráce, zásadní je však vztah ke konkrétnímu účelu. Můžeme je členit podle řady hledisek, z nichž nejvhodnější je kombinace členění podle území a spolupracujících subjektů. Jednotlivé formy spolupráce mají různou náplň – různý obsah aktivit, které vykonávají. Až na výjimečné případy je náplň tvořena širokou a různorodou škálou aktivit, které se liší i v jednotlivých případech v rámci určité formy spolupráce (GALVASOVÁ, 2007). Jednou z nejvýznamnějších forem spolupráce obcí je například svazek obcí.

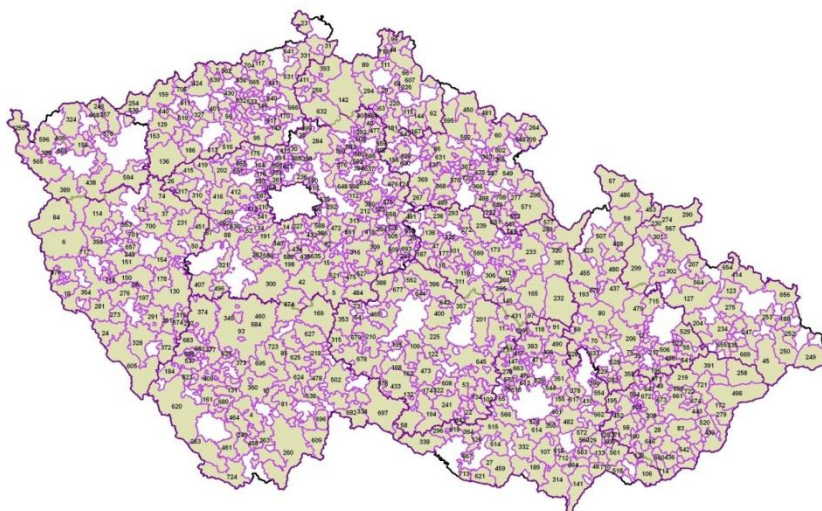
Předmětem činnosti svazku obcí mohou být zejména úkoly ve školství, zdravotnictví nebo sociální péči, zabezpečování čistoty obce, správa majetku obcí, zejména místních komunikací, zavádění a rozšiřování inženýrských sítí a systémů veřejné osobní dopravy k zajištění dopravní obslužnosti daného území apod. (MARKOVÁ, 2000).

Svazky obcí slouží často jako základ pro jiné typy spolupráce, zejména jde o místní akční skupiny a euroregiony, svazky obcí mohou vstoupit jako celek i do Národní sítě Zdravých měst. Jsou rovněž východiskem pro případné nové přístupy k organizaci spolupráce, liší se jak účelem, tak intenzitou a náplní práce. V případě účelu lze rozlišit monotematické svazky a mikroregiony (GALVASOVÁ, 2007).

Mikroregiony lze charakterizovat jako územní celky, v jejichž rámci jsou relativně uzavřeny nejintenzivnější regionální procesy. Můžeme zdůraznit relativně nejvyšší integritu těchto celků v rámci regionální struktury

České republiky, integrují více než 90 % až 95 % území ČR. Plošné rozsahy mikroregionů jsou značně diferencované. V ČR je v zásadě vyvinuta dvoustupňová mikroregionální organizace: mikroregionu 1. a 2. stupně, vzácně se objevují i tři stupně (KOLEKTIV AUTORŮ, 2004). Monotematické svazky vznikají za účelem realizace úzce vymezeného okruhu činností. Nejčastěji jde o budování technické infrastruktury, kdy se obce spojují k pořízení, resp. provozování vodovodu, likvidace odpadů apod. (GALVASOVÁ, 2007).

Obrázek 1 – Mikroregiony v České republice (ÚÚR, 2009)



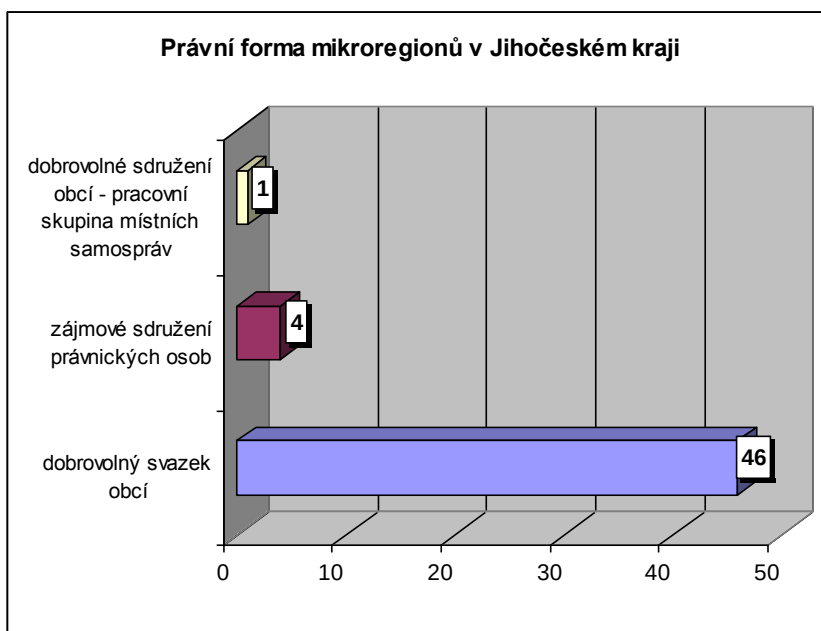
Materiál a metody

Základní použitou metodou práce je analýza. Při hodnocení forem meziobecní spolupráce ve městech a obcích Jihočeského kraje lze hovořit o komparativní analýze časové i prostorové, protože srovnáváme různé jednotky nejen v čase, ale i z hlediska geografické lokace. Článek vychází z originální datové báze mikroregionů publikované v rámci monografie *Faktory regionálního růstu a rozvoje (se zaměřením na spolupráci měst a obcí v Jihočeském kraji)* (DUŠEK, 2010).

Výsledky a diskuse

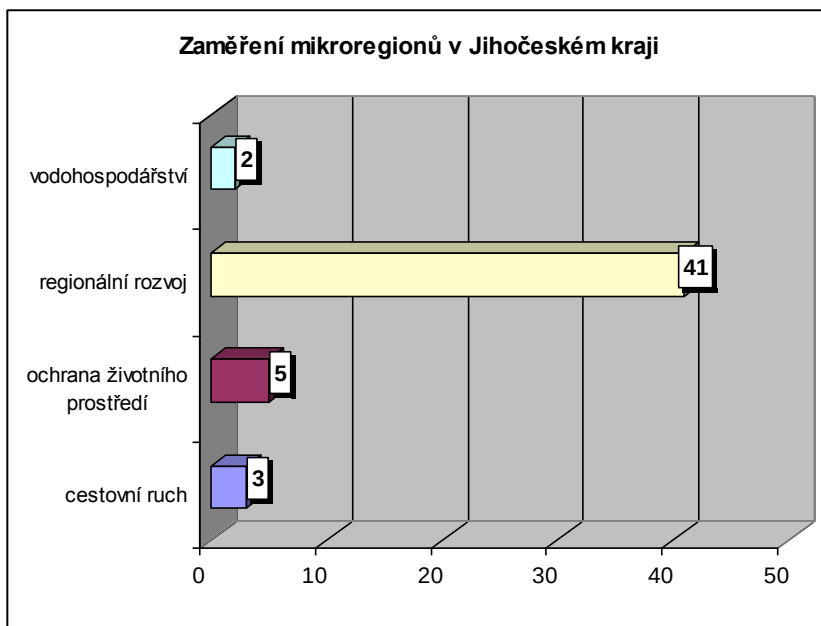
V Jihočeském kraji je tedy (po vlastní úpravě databáze ČSÚ) v současné době 51 mikroregionů, které sdružují 546 obcí z 623 (87,6 % obcí). Velkým problémem je zde neaktuálnost datové báze. Nejčastější právní forma mikroregionů je dobrovolný svazek obcí (46 případů). Mikroregiony zaujímají v Jihočeském kraji rozlohu 9 147 km² (91 % kraje), počet obyvatel daného území je 516 260 (81,1 % kraje). 77 obcí Jihočeského kraje nespolupracuje v žádném mikroregionu, 391 obcí spolupracuje v jednom mikroregionu, 135 obcí ve dvou mikroregionech a 20 obcí spolupracuje dokonce ve třech mikroregionech zároveň.

Graf 1 – Právní forma mikroregionů v Jihočeském kraji



Zdroj: DUŠEK, 2010

Graf 2 – Zaměření mikroregionů v Jihočeském kraji



Zdroj: DUŠEK, 2010

Pokud bychom analyzovali historii vývoje počtu dosud fungujících mikroregionů v Jihočeském kraji, je tu velmi patrný růst v roce 2001, kdy vzniklo 18 mikroregionů, zatímco v roce 2000 to byly jen 3 mikroregiony. Příčin tak velkého nárůstu v roce 2001 je několik, zejména:

- legislativní úprava dobrovolného svazku obcí DSO dle § 49 zákona č. 128/2000 Sb., což vyvolalo transformaci některých uskupení právě na DSO,
- blízkost vstupu do EU a možnosti čerpání finančních prostředků z fondů EU (DUŠEK, 2009).

Dobrovolné svazky obcí jsou tak jednou z úspěšných forem spolupráce zainteresovaných obcí, otázkou je, do jaké míry budou tyto subjekty v budoucnu motivovány „spolupracovat“ poté, co se po roce 2013 začne zmenšovat množství finančních prostředků směřujících z Evropské unie do ČR, což byla a je významná „externí podpora“ k realizaci rozvojových záměrů obcí i regionů. Velmi zajímavé zjištění poskytuje graf 2, je zřejmé, že cestovní ruch má jako hlavní zaměření činnosti jen malá část

mikroregionů, což je vzhledem k počtu památek a významu cestovního ruchu pro Jihočeský kraj překvapivé. Jaképak faktory ale vedly tři regiony k primární orientaci na cestovní ruch?

Charakteristika mikroregionů aktivně se zaměřujících na cestovní ruch

Tabulka 1 – Přehled mikroregionů v oblasti cestovního ruchu

Název mikroregionu	Rok vzniku	Počet členských obcí z JČ. kraje	Poznámka
Blanský les - podhůří	2001	20	-
Mikroregion Telčsko	2003	1 (ze 49 celkem)	mikroregion se sídlem mimo JČ. kraj (Vysočina)
Mikroregion Vlachovo Březí	2003	19	-

1. Mikroregion Blanský les - podhůří

Je společenství 20 jihočeských obcí vzájemně si blízkých především geografickou polohou, přírodním prostředím, kulturně historickými tradicemi a hospodářskou a demografickou skladbou. Rozloha území je 18 000 ha a počet obyvatel 9 700. Mikroregion se nachází v jihozápadní části okresu České Budějovice ohraničený na západní straně hranicí okresu České Budějovice s okresy Český Krumlov a Prachatice pod dominantou pohoří Blanského lesa, hory Klet' (1084 m. n. m.). Součástí mikroregionu je osada Holašovice, která je zařazena do seznamu Světového kulturního dědictví UNESCO.

Obce mikroregionu: Boršov nad Vltavou, Branišov, Břehov, Čakov, Dubné, Habří, Homole, Hradce, Jankov, Kamenný Újezd, Kvítkovice, Lipí, Planá, Radošovice, Strýčice, Včelná, Vrábče, Záboří, Závraty, Žabovřesky.

Obrázek 2 – Aktivita mikroregionu Blanský les – podhůří (BLANSKÝ LES – PODHŮŘÍ, 2011)



2. Mikroregion Telčsko

Mikroregion Telčsko je svazek 49 obcí. Jádrem mikroregionu tvoří bývalé panství Telč, k němuž náleželo asi 35 vesnic (některé z nich jsou dnes místními částmi). Město Telč, jediné větší sídlo oblasti s 5 tis. obyvateli, dodnes tvoří samozřejmě spádové centrum celé oblasti. Celkově mikroregion sdružuje 49 obcí, jedna z nich je z Jihočeského kraje – Červený Hrádek. Počet obyvatel mikroregionu je cca 15 000 a rozloha 33 094 ha.

V rámci mikroregionu byly realizovány projekty zaměřené na následující oblasti (blíže viz MIKROREGION TELČSKO, 2011):

- Dětské koutky pro Mikroregion Telčsko,
- GIS data Mikroregionu Telčsko,
- Nové formy zaměstnávání více.
- Podpora rozvoje využití biomasy na Telčsku,
- Propagace – Navštivte nejen Telč, ale i Telčsko,
- Provoz kanceláře Mikroregionu Telčsko,

- Přeshraniční spolupráce – GIZ – Přeshraniční impulsní centrum Mikroregionu Telčsko,
- Příprava přeměny areálu školního statku Telč na vzdělávací, rekreační, společenské a kulturní centrum Mikroregionu Telč,
- Rozvojová strategie Místní akční skupiny Mikroregionu Telčsko,
- Síť cyklo, hippo a lyžařských tras Mikroregionu Telčsko,
- Síť environmentálních center,
- SOMTNET – Internetová síť v obcích mikroregionu.

3. Mikroregion Vlachovo Březí

Mikroregion Vlachovo Březí leží v Jižních Čechách v Šumavském podhůří a není vymezen žádnými geografickými hranicemi, pouze společnou vůlí některých obcí ekonomicky a společensky oživit tento kraj. Mikroregion zahrnuje část území okresu Prachatice (severní oblast) a část okresu Strakonice (jižní oblast). Přirozeným centrem mikroregionu a jeho iniciátorem je obec Vlachovo Březí.

Kulturní památky a historické zajímavosti jsou (vedle přírodních hodnot) významným fenoménem cestovního a turistického ruchu. Území mikroregionu je bohaté počtem evidovaných památek a navíc je v mikroregionu vyhlášena jedna městská památková zóna (Vlachovo Březí v okrese Prachatice) a pět vesnických památkových zón (Lažiště a Libotyně v okrese Prachatice, Jiřetice, Kojetín a Zechovice v okrese Strakonice). Nemovité kulturní památky jsou (kromě obcí Chlumany, Pěčnov a Újezdec z prachatického okresu) evidovány ve všech obcích, resp. v některé z jejich částí. Celkem je v obcích mikroregionu evidováno 181 památek (110 na území okresu Prachatice a 71 na území strakonického okresu). Počtem je nejvíce památek zapsáno ve Volyni (41), Vlachově Březí (31), Bavorově (14). Častými stavbami jsou kostely, kaple a kapličky (pětina všech památek), ale zejména je celá oblast charakteristická hojným výskytem staveb tzv. selského baroka (zejm. od místního laického stavitele Jakuba Bursy) - zemědělské usedlosti představují celou čtvrtinu všech evidovaných památek. Typologická škála dalších chráněných objektů je velice široká – od zámku po vesnické chalupy až po drobnou architekturu a skulpturní památky, či památky technické (mosty) (VLACHOVO BŘEZÍ, 2011).

Závěr

Na příkladu Jihočeského kraje je viditelná tendence, to že od roku 2004 zde žádný nový svazek obcí nevznikl. Boom nárůstu mikroregionů je za námi, a tak je otázkou, zda další nárůsty počtu mikroregionů lze vnímat pozitivně či negativně. Sama spolupráce a aktivita obcí je samozřejmě pozitivním prvkem, skutečností ale je, že „bílých“ míst na mapě Jihočeského kraje, kam nezasahuje žádný mikroregion, je jen velmi málo a území je tak již plně saturováno. K diskuzi však je účelnost a zaměření mikroregionů. Lze zmínit Svazek obcí Lipenska, jehož jedinou zjištěnou aktivitou je vydávání obecních novin. Pozoruhodné je minimální zaměření a orientace jihočeských mikroregionů na oblast cestovního ruchu. Z 51 mikroregionů se primárně zaměřují na aktivity cestovního ruchu jen 3 z nich, což představuje jen necelých 6 % celkového počtu. Je to v obrovském protikladu vůči například mikroregionům Středočeského kraje, kde primární orientaci na cestovní ruch deklaruje 43 ze 113 mikroregionů (38 %). Uvedené výsledky svědčí o podcenění cestovního ruchu v Jihočeském kraji, kdy mnoho oblastí a regionů žije z „podstaty“ a cíleně se cestovnímu ruchu a jeho rozvoji nevěnuje. Některé regiony Jihočeského kraje využívají při podpoře cestovního ruchu mimo mikroregiony i místní akční skupiny. Je však velkou otázkou, kdo by měl být tím „motorem“ regionálního cestovního ruchu např. ve městě České Budějovice, které se nezapojuje do žádné významnější formy meziobecní spolupráce. Jedním z důsledků této pasivity pak je, že lidé vnímají České Budějovice a mnohdy i celý Jihočeský kraj jako tranzitní destinaci cestovního ruchu místo cílové.

Pokud bychom komparovali výše uvedené 3 jihočeské mikroregiony orientující se primárně na cestovní ruch, lze nalézt několik společných znaků, mezi které patří územní homogenita a odlehlost od ekonomicky aktivnějších částí regionu, obdobný počet členů, iniciátorem vzniku mikroregionů jsou spíše menší municipality a společným jmenovatelem všech mikroregionů je společná kulturně historická tradice venkova a různé zejména sakrální památky, které se mikroregiony snaží společně propagovat a rozvíjet v rámci cestovního ruchu. Neznámou však zůstává, proč je mezi jihočeskými mikroregiony z hlediska zaměření tak marginální právě cestovní ruch.

Literatura

- [1] BINEK, J., GALVASOVÁ, I. *Faktory efektivit spolupráce obcí* [online]. Brno : GaREP Publishing, 2008 [cit. 2011-10-30]. Dostupný z WWW: <<http://www.garep.cz/publikace/referat-4.pdf>>.
- [2] DUŠEK, J. *Faktory regionálního růstu a rozvoje (se zaměřením na spolupráci měst a obcí v Jihočeském kraji)*. 1. vyd. České Budějovice : Vysoká škola evropských a regionálních studií, o.p.s., 2010. 294 s. ISBN 978-80-86708-94-2.
- [3] GALVASOVÁ, I., et al. *Spolupráce obcí jako faktor rozvoje*. 1. vyd. Brno : Georgetown, 2007. 140 s. ISBN 80-251-20-9.
- [4] KOLEKTIV AUTORŮ. *Úvod do regionálních věd a veřejné správy*. 4. vyd. Plzeň : Aleš Čeněk, 2004. 447 s. ISBN 80-86473-80-5.
- [5] MARKOVÁ, H. *Finance obcí, měst a krajů*. 1. vyd. Praha : ORAC, 2000. 190 s. ISBN 80-86199-23-1.
- [6] *Mikroregion Telčsko – projekty* [online]. Telč : Mikroregion Telčsko, 2011 [cit. 2011-11-10]. Dostupný z WWW: <http://www.telcsko.cz/page.php?mx=95_projekty&lx=cz&ft=>>.
- [7] *Mikroregion Vlachovo Březí* [online]. Vlachovo Březí : Vlachovo Březí, 2011 [cit. 2011-11-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.vlachovobrezi.cz/view.php?nazevclanku=mikroregion-vlachovo-brezi&cislocclanku=2009010003>>.
- [8] *Mikroregiony v České republice* [online]. Brno : Ústav územního rozvoje, 2009, poslední revize 23. 2. 2011 [cit. 2011-11-02]. Dostupný z WWW: <<http://www.uur.cz/default.asp?ID=3781>>.
- [9] *O mikroregionu* [online]. Netolice : Blanský les – podhůří, 2011 [cit. 2011-11-02]. Dostupný z WWW: <<http://www.mujkraj.cz/>>.

Kontaktní údaje

Ing. Jří Dušek, Ph.D.

Vysoká škola evropských a regionálních studií, o.p.s.

Žižkova 4/6370 01 České Budějovice

e-mail: dusek@vsers.cz

doc. Ing. Ladislav Skořepa, Ph.D.
Vysoká škola evropských a regionálních studií, o.p.s.
Žižkova 4/6
370 01 České Budějovice
e-mail: skorepa@vsers.cz

Ekonomické problémy, regionální rozvoj a cestovní ruch – spojené nádoby

Petr Chalupa, Eva Janoušková

Abstrakt

Společenský a ekonomický vývoj neprobíhá lineárně. Zhruba desetileté menší recese v současné době vystřídal globální pokles. Snížení kupní síly obyvatelstva se projevuje snížením nákladů věnovaných na rozvoj kvality lidských zdrojů a také snížením prostředků věnovaných na regeneraci a uvědomělé trávení volného času. Cyklický ekonomický pokles neznámá tedy jen recesi průmyslové výroby, snížení spotřeby obyvatelstva a pokles jeho životní úrovně, ale promítá se i do kvalitativní úrovně rozvoje regionů, kde limituje investice vkládané do cestovního ruchu.

Klíčová slova

Region, regionální rozvoj, globální krize, kvalita lidských zdrojů, cestovní ruch.

Abstract

Social and economical development does not have linear course. About ten-year smaller recessions were replaced by global recession at the present time. Reduction of the population purchasing power has an impact on costs reduction, which donated development of the human resources quality and also on costs reduction, which donated regeneration and leisure time activities. Thus cyclic economical recession does not mean only industrial production reduction, reduction of population consumption and reduction of the living standards, but it is also translated into the qualitative level of the regional development, where investments intended for tourism were reduced.

Key words

Region, regional development, global crisis, human resources quality, tourism.

Úvod

Peněžní krizi je možno považovat za zvláštní primární fázi každé všeobecné výrobní a obchodní krize. Vlastníci kapitálu a obchodníci stimulují potřebu kupovat předražené výrobky, byty, domy, technologie, a to na drahé úvěry a hypotéky, které nejsou lidé schopni splácet. Nesplacené dluhy způsobují bankroty bank, které mohou odstartovat všeobecnou krizi. Tato omezuje regionální rozvoj a kupní sílu obyvatelstva, což znamená pokles nákladů cíleně věnovaných na rozvoj kvality lidských zdrojů snížením prostředků vkládaných na regeneraci a uvědomělé trávení volného času.

Cílem příspěvku je prezentovat symbiotickou propojenost mezi regionálním rozvojem a cestovním ruchem v souvislosti s vývojem současné globální a české ekonomiky.

Globální úroveň recese

Současný globalizovaný kapitál dosahuje monopolu nízkých výrobních nákladů a monopolního zisku především díky volnému pohybu po světě. Vlastnickou a podnikatelskou strategií současných globálních monopolů charakterizují následující momenty:

- výroba zboží obsahujícího nadhodnotu se přesouvá do zemí s nejnižšími výrobními náklady, tedy především s co nejlevnější pracovní silou;
- realizace vyrobené nadhodnoty probíhá naopak ve státech s vyšší masovou koupěschopnou poptávkou a kupní silou obyvatelstva;
- firemní sídlo si globální koncerny zakládají v zemích s nejnižším daňovým zatížením, především v tak zvaných „daňových rájích.“
Cílem je vyhnout se kontrole daňových úřadů k čemuž slouží i zakládání virtuálních firem na internetu.

Odsun výrobních odvětví ze zemí a regionů do oblastí, kde výroba přináší větší zisky, způsobuje nejen pokles konkurenceschopnosti, ale spolu s ním odchází z regionu i práce. Střední třída - nejpočetnější skupina obyvatelstva - začíná chudnout. Snižuje se spotřeba obyvatelstva a dochází k poklesu jeho životní úrovně, což má vliv na cestovní ruch. (1.

Pro potvrzení výše uvedeného poslouží tři příklady Ameriky, která původně vyráběla zboží nejen pro své obyvatele, ale výrazně je také exportovala. Těžiště výroby bylo přesunuto nejen do Číny, která nyní exportuje výrobky pro půl světa, ale i do Brazílie a dalších - původně ekonomicky méně vyspělejších zemí.

Tabulka č. 1: HDP podle parity kupní síly a odhad roku 2020.

	Země	HDP Bil. USD	Podíl na světové ekonomice v %	
			2005	2020
1	USA	12,4	22,5	17
2	Čína	5,3	9,7	14
3	Japonsko	3,9	7	7
4	Německo	2,5	4,6	3,8
5	Indie	2,3	4,3	7,5
6	Británie	1,9	3,5	3,9
7	Francie	1,9	3,4	3
8	Rusko	1,7	3,1	4
9	Itálie	1,6	3	2,6
10	Brazílie	1,6	2,9	7
11	Španělsko	1,2	2,2	1,9
12	Mexiko	1,2	2,1	3,2
-	Součet	37,5	68,5	74,9

Zdroj: Světová banka.

Ekonomicky začala Čína vzkvétat, zatímco Amerika, kde se převážně vyrábí zbraně a výrobky pro pár speciálních zákazníků, začala chudnout.

Tabulka č. 2: Státy s největšími vojenskými výdaji v roce 2006 (v USD)

Stát	Výdaje v roce 2005	Výdaje na obyvatele	Podíl na světě v %
USA	528,7	1756	46
Británie	59,2	990	5
Francie	53,1	875	5
Čína	49,5	37	4

Japonsko	43,7	341	4
Německo	37,0	447	3
Rusko	34,7	244	3
Itálie	29,9	514	3
Saúdská Arábie	29,0	1152	3
Indie	23,9	21,0	2
Svět celkem	1158	177	100

Zdroj: Stockholmský institut pro výzkum míru, SIPRI

Všeobecně se usuzovalo, že vyspělost země se rovná podílu ekonomicky aktivních osob zaměstnaných ve službách. Při hodnocení nárůstu podílu osob pracujících ve službách se zapomnělo, že služby jsou navázány na výrobu a podnikatelský sektor. Přechod z role producenta do role obslužného pracovníka znamená vznik méně potentního konzumenta. V evropském průmyslu ubylo za posledních 15 let asi 10 milionů pracovních míst, která sektor služeb nebyl schopen naplnit. Podle odhadu OECD by eurozóna měla v příštím roce výrazně zpomalený růst a její HDP by se měl zvýšit jen o 0,3 %.

Jako další příklad opět poslouží USA, kde v 80. letech vyhlásil prezident Reagan tzv. ekonomiku služeb. Byla uměle vytvořena pracovní místa ve sféře nevýrobních služeb a ta byla zaplňována nezaměstnanými z výroby, kterých rychle přibývalo. (2. Už závěrem roku 2007 prezident G. Bush předložil plán, jak ochránit statisíce občanů USA před ztrátou domu, protože nemohli splácet dražší hypotéky. Za vlády George Bushe staršího, Billa Clintona a George Bushe mladšího, vznikl třikrát větší státní dluh, než za celých 50 let uplynulých od Velké krize z 30. let. V září 2008 - když „padla“ první velká banka Bear Stearns, a v Americe pocházelo asi 86 % spotřebního zboží z dovozu a jen zbytek byl vyroben ve Spojených státech - prohlásil tehdejší prezidentský kandidát Barack Obama:...,*vypukla krize století*“... Neoliberální politika nedokázala zvýšit tempo růstu světové ekonomiky ve srovnání s obdobím 1973 až 1979, považovaným za krizové.

Dnešní turbulence je možné spojovat s tzv. formační krizí vázanou na dobíhání dlouhé deprese v rámci dlouhodobého Kondratjevova cyklu. K otázkám střednědobých cyklů navíc přistupuje vliv Kondratjevových tzv. dlouhých vln, projevujících se v ekonomice v rozsahu několika desítek let. V novodobých dějinách proběhly pouze čtyři vlny. Při nich docházelo k adaptaci ekonomiky a nadstavbové oblasti na meze

účinnosti daného výrobního stylu. Kondratjevova teorie je považována za důvěryhodnou a v globalizovaném světě význam působení vln narůstá. V době vzestupu těchto vln mají střednědobé cykly kratší fázi deprese, při dlouhodobém poklesu je tomu naopak.

V současné době se projevuje, jak silně byla porušena poválečná relativní rovnováhou mezi prací a kapitálem. Reálné bohatství světa příliš rychle neroste, zato se rozděluje stále nerovnoměrněji. Prohlubují se rozdíly mezi Bohatým Severem a Chudým Jihem, mezi některými státy a mezi regiony. Problémem se tak stává rostoucí globální chudoba, která se diferencovaně projevuje v rámci jednotlivých zemí a jejich regionů. Výsledkem je také fakt, že se vážné diskuze vedou nejen o rozdělování nedostatkových zdrojů v rámci národního státu, ale i globálně. A to včetně strategických surovin, které se pravděpodobně stanou předmětem příštích politických spekulací a možných konfliktů, což dokumentujeme opět na příkladu USA. Americké povýšení terorismu na světovou sílu sice zavedlo trvalý válečný stav, ale k výraznému nárůstu došlo prakticky jen ve zbrojním průmyslu. Oslabená a neproduktivní Amerika již není tolerantní a americký universalismus je zřetelně na ústupu.

Regionální úroveň recese

Globální ekonomické procesy ovlivňují pochopitelně také naši národní ekonomiku a její vývoj se jen obtížně prognózuje. Před třemi roky bylo u nás tvrzeno, že indikátory ukazují růst 4,8 %, aby realita ukázala propad 4,3 %, což byl omyl v rozsahu 9,1 %. Vlivem strukturálních změn došlo i u nás k poklesu pracovníků primárního a sekundárního sektoru. Se všemi důsledky se zvýšil počet osob zařazených v terciárním sektoru, většinou v tzv. neproduktivním, zejména peněžnictví, pohostinství a obchodu, což dokumentujeme na příkladu České republiky.

Projevilo se to i tak, že v polovině první dekády tohoto století poklesla česká ekonomika ve světovém žebříčku z původního místa ve druhé desítce zemí (na počátku 90. let) na 35. místo. V konkurenceschopnosti jsme se zařadili na 40. místo ve světě, dokonce za Lotyšsko a Tunisko. Podle měřítek EU lze mezi chudé zařadit zhruba 800 tisíc našich občanů. Značně propadlo hospodaření veřejnoprávní - státu a komunálních orgánů (krajů, obcí) - podle dnešní terminologie vládních institucí. Výše takového majetku reprezentovala v ČR před dvaceti roky asi 1,4 bilionů

Kč (65 %) z celku, což by dnes odpovídalo zhruba sedmi bilionům Kč. Místo toho má celkový majetek (po odpočtu dluhů) výši jen 4,8 bil. Kč.

Dalším charakteristickým rysem české ekonomiky - se všemi z toho plynoucími důsledky - je propojenost s celosvětovou (zahraniční ekonomikou).

Závislost na zahraničí vyplývá z toho, že zahraniční vlastníci mají v rukou skoro celý bankovní a pojišťovací sektor, zhruba 2/3 obchodních činností a nejméně ze 70 % i celý výrobní sektor. Rozhodují nejméně o polovině zaměstnanců, 75 % vývozu a až 90 % dovozu, jakož i o českých finančních úsporách. Ročně je do ciziny odvedeno na ziscích a dividendách kolem 150 miliard korun. (3.

Je třeba připomenout, že Česká republika patří k zemím do značné míry hospodářsky závislých na exportu. Zpracovatelský průmysl tvoří více než 80 % exportu a zaměstnává přes milion pracovníků. V hlavních exportních odvětvích pracuje přes 600 tisíc zaměstnanců.

Přes polovinu českého exportu představuje vývoz strojů, včetně automobilů. Asi pětinu tvoří export polotovarů, zejména hutních výrobků a desetinu představuje spotřební zboží. Zhruba 83 % vývozu jde do zemí Evropské unie, přičemž více než 30 % jen do Německa. Po 10 % směřuje do Polska, Rakouska a na Slovensko. Když tyto údaje sumarizujeme, zjistíme, že více než polovina našeho exportu je určena sousedním zemím. V období krize je situace na světovém trhu pro naši republiku složitější ze dvou důvodů. Průběh je závislý na vývoji zejména v Německu a dalších sousedních zemích. Druhým problémem je fakt, že kromě těchto čtyř obchodních partnerů, budeme s obtížemi pronikat na trhy vzdálenějších zemí. Důvodem je i to, že vlivem českých politických zahraničních aktivit na obrovský čínský trh v současnosti přichází pouze 0,5 % exportu a na ruský asi 2,5 %. Pro doplnění uvádíme, že do USA směřují jen dvě procenta exportu, do Francie pět procent a do zemí rozvojových ekonomik pouze tři procenta.

Vyspělý svět opouští období industriální a přechází do postindustriálního období, ve kterém nové hodnoty vytváří kreativní výrobce silou intelektu, což je u nás opomíjená skutečnost. Kvalifikovaná levná pracovní síla a daňové úlevy sice nalákaly po roce 1989 do České republiky mnohé zahraniční výrobce, kteří sem však většinou lokalizovali pouze svoje jednoduché, převážně montážní výroby. (4.

V technicky a stavebně nenáročných (a tedy pro zahraničního investora i levných) nově postavených provozech byly zřízeny např. lisovny umělých hmot, výroby kabelových svazků a různé nesofistikované montáže. Montážní výrobu - bez výzkumné základny - s českými pracovníky mnohdy společně zajišťují zahraniční dělníci, což se děje i v tzv. „Vlajkových lodích průmyslu“ - v automobilkách Hyundai v Nošovicích, Škoda VW v Mladé Boleslavi nebo TPCA v Kolíně.

Regionální rozvoj a cestovní ruch

Současné globální ekonomické problémy, vývoj a úroveň stavu naší ekonomiky se transformují do faktorů, které ovlivňují specificky a diferencovaně jednotlivé regiony v České republice a mají vliv na místní cestovní ruch. Například v dokumentu „Konsolidovaný plán podpory cestovního ruchu České republiky na rok 2010/2011“ Ministerstva pro místní rozvoj ČR je v úvodu konstatováno, že cestovní ruch patří mezi nejvíce zasažená odvětví národního hospodářství ČR.

Uvádíme dále několik vybraných příkladů:

- Počet hromadných ubytovacích zařízení v České republice se mezi rokem 1990 až 2003 se zvýšil trojnásobně a počet lůžek stoupl o 50 %. V následujícím období byl velmi malý nárůst, který např. mezi roky 2005 až 2008 činil v případě počtu lůžek jen 3,1 %. Od tohoto roku se počet hromadných ubytovacích zařízení snižuje a nyní je zhruba roven roku 2000 (www.czso.cz).
- Počet uskutečněných cest občanů České republiky se v období 2005 do roku 2009 zvýšil o 5,1 %, což je více než v první polovině první dekády tohoto století. Výrazný nárůst je ale u cest v rámci České republiky, kde došlo mezi roky 2005 a 2010 k nárůstu o 18,6 % a u zahraničních cest jen o 3,8 %. Od roku 2008 je možno zaznamenat pokles počtu zahraničních cest (www.czso.cz).
- Hromadná ubytovací zařízení od roku 2005 zaznamenala pokles počtu hostů o dvě procenta. Oproti roku 2008 se snížil počet hostů celkem o 5,7 %, přičemž počet ubytovaných cizinců se snížil o 5,3 %. V počtu hostů dominuje Praha, kde mezi rokem 2005 a 2009 došlo k vzestupu o 12,5 %, což nezaznamenal žádný další kraj. V počtu návštěvníků za toto období na druhém místě vystřídal Jihomoravský kraj Jihočeský. V Jihomoravském kraji došlo sice

k nárůstu o 2,6 %, ale tento kraj představuje jen čtvrtinu návštěvníků hlavního města. Vzestup o 17,9 % zaznamenal také Karlovarský kraj. Zbývající kraje měly pokles návštěvnosti. Jihočeský kraj zaznamenal pokles návštěvníků o 14,2 %, Středočeský kraj poklesl o 32,4 %, Plzeňský o 7,8 %, Ústecký o 5,5 %, Liberecký o 15,2 %, Královéhradecký o 17,4 %, Pardubický o 5,5 %, Vysočina o 11,1 %, Olomoucký poklesl o 10,7 %, Zlínský o 16,5 %, Moravskoslezský o 2 %.

Tabulka č. 3: Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních podle krajů ČR za rok 2009

	Počet hostů	
	celkem	z toho nerezidenti
ČR celkem	12 105 287	6 081 244
v tom		
Hlavní město Praha	4 346 079	3 803 518
Jihomoravský kraj	1 046 234	352 018
Jihočeský kraj	923 715	284 541
Královéhradecký kraj	839 451	234 167
Liberecký kraj	675 722	172 916
Karlovarský kraj	660 560	453 106
Středočeský kraj	641 105	152 961
Moravskoslezský kraj	601 508	119 098
Plzeňský kraj	479 705	148 113
Zlínský kraj	458 405	65 185
Olomoucký kraj	392 483	85 417
Kraj Vysočina	366 298	51 305
Pardubický kraj	337 698	50 413
Ústecký kraj	336 324	108 486

Zdroj: www.czso.cz

- Od roku 2003 dochází k poklesu podílu cestovního ruchu na tvorbě hrubého domácího produktu, jak dokládá následující tabulka:

Tabulka č. 4: Podíl cestovního ruchu na HDP

Rok	podíl CR na HDP (v %)
2003	3,5%
2005	3,3%
2007	2,9 %
2010	2,7 %

Zdroj: www.czso.cz

- Odrazem ekonomických změn může být také vývoj počtu návštěvníků většiny kulturních památek, především hradů a zámků. Jako příklad uveďme počty návštěvníků zámku Telč. Z Tabulky č. 5 je zřejmé, že nejvyšší návštěvnost měl zámek v době, kdy bylo nižší vstupné, často přijížděly zájezdy podniků a družstev a nebylo možno vycestovat ve větší míře za hranice. Po roce 1989 nastal postupný pokles vlivem zvýšených výjezdů do zahraničí a také vlivem zvyšování nutných životních nákladů při nástupu krize (období do roku 2009). Za pozornost stojí zvýšení návštěvnosti v posledním období (2010 a později). Příčinou nárůstu počtu návštěvníků je bezesporu i skutečnost, že obyvatelé ČR nyní více upřednostňují dovolenou v tuzemsku.

Tabulka. č. 5: Počty návštěvníků zámku Telč ve vybraných letech období 1982 – 2010

Rok	Počet návštěvníků
1982	90 132
1984	112 668
1989	136 323
1992	85 221
1996	90 087
2000	90 000
2004	76 866
2006	64 075
2008	64 628
2010	87 183

Zdroj: Státní zámek Telč

Nerovnoměrným vývojem ekonomiky vznikají regionální rozdíly. Právě cestovní ruch má potenciál stát se „vyrovnávacím faktorem“ těchto disparit především v regionech disponujících vhodnými předpoklady jeho rozvoje. Je samozřejmé, že kvalitní lokalizační předpoklady však pro rozvoj cestovního ruchu nestačí. Bohužel je stále ve většině regionů podceňován význam kvalitního a odborného řízení turistické destinace. Bez koordinované spolupráce místní samosprávy, podnikatelů a rezidentů si lze efektivní rozvoj cestovního ruchu jen stěží představit.

Závěr

- Dnešní turbulence je možné spojovat s tzv. formační krizí vázanou na dobíhání dlouhé deprese v rámci dlouhodobého Kondratjevova cyklu. Globální ekonomická krize zasáhla i naši republiku, kde je úroveň národního hospodářství značně závislá na exportu, v němž se projevuje nízký stupeň disperze. Podobně jako v Evropě, kde navíc dlouhodobá nezaměstnanost mladých do 25 let postihuje každého desátého v této věkové skupině, se snížení životní úrovně začíná také v České republice projevovat u osob ve střední příjmové skupině. Vyspělý svět opouští období industriální a přechází do postindustriálního období, ve kterém nové hodnoty vytváří kreativní výrobce silou intelektu, což je u nás opomíjená skutečnost.
- Snížení kupní síly nejpočetnější skupiny českého obyvatelstva se projevuje snížením nákladů věnovaných na rozvoj kvality lidských zdrojů a také snížením prostředků věnovaných na regeneraci a uvědomělé trávení volného času. Cyklický ekonomický pokles neznamena tedy jen recesy průmyslové výroby, snížení spotřeby obyvatelstva a pokles jeho životní úrovně, ale promítá se i do kvalitativní úrovně rozvoje regionů, kde limituje investice vkládané do cestovního ruchu.
- Od roku 2008 se počet hromadných ubytovacích zařízení snižuje a nyní je zhruba roven roku 2000. I při růstu uskutečněných cest českých občanů do zahraničí se od tohoto roku projevuje daleko výraznější orientace na levnější domácí destinace.

- Hromadná ubytovací zařízení od roku 2005 zaznamenala pokles v počtu hostů. Stejně tak se snižuje návštěvnost většiny památkových objektů.
- V posledních osmi rocích dochází k poklesu podílu cestovního ruchu na tvorbě hrubého domácího produktu.

(1. Ekonomika je hlavně o tom, že se věci a peníze otáčejí. Lidé pracují, vydělávají za svou práci peníze a za ty peníze si zase koupí jiné věci, které se vyrábějí v dalších továrnách, vzdělávají se, rekreují se a cestují.

(2. Opomíjena byla skutečnost, že tím, že si všichni budou navzájem nabízet služby, podávat na sebe žaloby, půjčovat videokazety anebo si prát prádlo, tak se stát neužívá.

(3. V bankovníctví není v současnosti ani jedna banka v českých rukou. Např. Rakousko ovládá 98 % kapitálu v bankách. Podobně je to u pojišťoven, kde jich Rakousko ovládá 86 %. V automobilovém průmyslu rozhoduje Německo o 93 % výroby a v první dvacítky největších firem autoprůmyslu je jen jedna v českých rukou. Ve stavebnictví má 83 % Švédsko, především je to firma Skanska. Chemický průmysl zcela ovládají Poláci, např. Unipetrol, Synthos Kralupy, Paramo. V maloobchodě dominuje Německo, např. Kaufland, Makro, Penny Market, Lidl anebo Globus. V telekomunikacích má z 97 % nejsilnější pozici Španělsko. V ostatních neváděných odvětvích průmyslu má nejsilnější pozici z 80 % Tchaj-wan.

(4. V technicky a stavebně nenáročných (a tedy pro zahraničního investora i levných) nově postavených provozech byly zřízeny např. lisovny umělých hmot, výroby kabelových svazků a různé nesofistikované montáže. Montážní výrobu - bez výzkumné základny - s českými pracovníky mnohdy společně zajišťují zahraniční dělníci, což se děje i v tzv. „Vlajkových lodích průmyslu“ - v automobilkách Hyundai v Nošovicích, Škoda VW v Mladé Boleslavi nebo TPCA v Kolíně.

Literatura.

- [1] BLAŽEK, M. (2009): *Vývoj Ruska po rozpadu SSSR*. Universita Jana Evangelisty Purkyně, Ústí nad Labem, s. 154
- [2] BORECKÝ, D. (2001): *Úloha, vývoj a prostorový rozsah regionální politiky v ČR*. Geografie XII, Sborník prací Pedagogické fakulty Masarykovy univerzity, sv. 161, řada přírodních věd č. 21 Brno 2001, s. 22 - 25.
- [3] CHALUPA, P., HÜBELOVÁ, D. (2007): *Fázový společenský posun a Česká republika*. Spisy PdF MU, sv. 108, Brno, s. 236, ISBN 978-80-210-4464-7
- [4] CHALUPA, P., Novák, S. (2010): *Geografie a zdraví. Škola a zdraví pro XXI. století*. Masarykova univerzita, Brno, 103 s. ISBN 978-80, 210-5207-9 (MU, Brno), ISBN 978-80-210-5207-9 (MSD, Brno). (Publikace vznikla v rámci VZ MŠMT -MŠM0021622421).
- [5] CHALUPA, P. (1993): Synergetic Conception of Regional population and Social-Democratic processes Taking Place in the Czech Republic. I. Geo Journal, s. 435-438, Helmsdt.
- [6] CHALUPA, P. (2003): Los procesos dinámicos evolutivos y los recursos humanos en la República Checa. In Revista educación y Pedagogía, ročník XIV., číslo 34, s. 195-213. Universidad de Antioquia, Colombia.
- [7] IŠTOK, R. (2003): Politická geografie. FHV a PV, Prešovská univerzita v Prešove, Prešov s. 391
- [8] JANOUSHKOVÁ, E. Geografie cestovního ruchu – ideální prostor pro studium problematiky rekreačního využívání přírodního prostředí na VŠ. In: Rekreační a ochrana přírody – ruku v ruce? Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2011. s. 56-59. ISBN 978-80-7375-507-2
- [9] SKOKAN, L. (1998): Úvod do teorie geografie I. PdF UJEP, Ústí nad Labem, s. 142.
- [10] TOFLER, A., TOFLEROVÁ H. (2001): *Nová civilizace. Třetí vlna a její důsledky*. Nakladatelství Dokořán, Praha 2001, s 362
- [11] A TRANSFORMED WORLD National Intelligence Council, Global Trends USA. Dostupný na WWW http://www.dni.gov/nic/NIC_2025_project.html. [cit. 20.10.2011].

- [12] *Statistical Abstract of the United States 2000, Washington, tbl. 1411.*
Dostupný na WWW
<http://www.census.gov/prod/www/abs/statab.html>. [cit. 20.10.2011].
- [13] *Průměrný počet zaměstnanců v národním hospodářství podle odvětví – oddíly OKEČ (fyzické osoby), 1995-2008* Dostupný na
<http://notes3.czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/itisk/A1001D2F3F>.
[cit. 12.10.2011].
- [14] *Konsolidovaný plán podpory cestovního ruchu na rok 2010/2011*
(2010). Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2010. 8 s.

Kontaktní údaje

Prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc.

Vysoká škola polytechnická Jihlava, Katedra cestovního ruchu

Tolstého 16, 586 01 Jihlava

tel.: 567 141 111, e-mail: chalup10@vspj.cz

RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.

Vysoká škola polytechnická Jihlava, Katedra cestovního ruchu

Tolstého 16, 586 01 Jihlava

tel.: 567 141 111, e-mail: janouskova@vspj.cz

Certifikácia ubytovacích zariadení na vidieku – nástroj zvyšovania kvality služieb cestovného ruchu

Jana Jarábková, Mária Fáziková

Abstrakt

Úspešný rozvoj vidieckeho cestovného ruchu nezávisí len od aktivity podnikateľov v tomto odvetví, ich kreativity a nasadenia, ale vo veľkej miere od podpory štátnych, regionálnych a miestnych inštitúcií. K uvedenému účelu slúžia rôzne ekonomické i mimoekonomické nástroje. Jedným z účinných a v praxi overených nástrojov je využívanie systémov hodnotenia kvality služieb ubytovacích zariadení. Cieľom takéhoto systému je najmä zaistiť transparentnosť ponuky, uľahčiť zákazníkom výber z množstva ponúk a prevádzkovateľom možnosť efektívne využívať svoje konkurenčné výhody. Navrhnutý systém hodnotenia kvality predpokladá zostavenie štandardov kvality, ich aplikáciu a kontrolu dodržiavania. Pri tvorbe štandardov sme akceptovali skúsenosti s aplikáciou rôznych štandardov kvality používaných pri hodnotení ubytovacích zariadení v zahraničí. Navrhli sme dve skupiny kritérií – obligatórne a fakultatívne, po splnení ktorých je možné ubytovacím zariadeniam lokalizovaným na vidieku udeliť značku kvality. Proces certifikácie je nevyhnutné zabezpečiť organizačne a finančne. Predpokladáme, že nositeľom a odborným garantom certifikácie ubytovacích zariadení na vidieku v budúcnosti bude krajská organizácia cestovného ruchu, ktorá vytvorí samostatný certifikačný orgán.

Kľúčové slová

Certifikácia, ubytovacie zariadenia, vidiek

Úvod

Služby vidieckeho cestovného ruchu poskytujú v SR rôzne typy malokapacitných ubytovacích zariadení (rodinné domy, chalupy, chaty, farmy alebo väčšie penzióny). Tieto sa vzájomne odlišujú nielen kvalitou

vybavenia, ale aj kvalitou poskytovaných služieb. Napriek tomu, že na Slovensku existujú právne normy, ktorých cieľom je garantovať minimálny štandard pre vybavenosť a poskytovanie služieb ubytovacích zariadení, je kvalita ich služieb rôzna. Tento problém sa týka i zariadení prevádzkovaných vo vidieckom cestovnom ruchu, a to z viacerých dôvodov:

1. existujúca kategorizácia ubytovacích zariadení definuje minimálne požiadavky na vybavenosť ubytovacích zariadení (štandardy) iba rámcovo a štandardmi pre poskytovanie služieb sa zaoberá okrajovo;

2. prevádzkovatelia malých ubytovacích zariadení (najmä kategórie ubytovanie v súkromí) sú často nekvalifikovaní a chýbajú im skúsenosti s uvedenou činnosťou;

3. nekvalifikovanosť prevádzkovateľov parciálne vyplýva z relatívne nízkych nárokov na poskytovanie ubytovacích služieb v malokapacitných ubytovacích zariadeniach definovaných v Živnostenskom zákone;

4. činnosť malých ubytovacích zariadení je často založená na rodinnom podnikaní. Prevádzkovatelia ubytovacích zariadení nezamestnávajú ďalší kvalifikovaný personál alebo očakávajú od svojich zamestnancov univerzálne zručnosti (plnia kumulované pracovné funkcie);

5. podnikatelia poskytujúci ubytovacie služby v rodinných domoch a chalupách prevádzkujú uvedenú činnosť často „na čierno“, bez registrácie na Živnostenskom úrade, preto nepodliehajú kontrole;

6. vysoká investičná náročnosť v začiatkoch podnikania na jednej strane a obmedzené možnosti získavania cudzích zdrojov (najmä verejných), ovplyvňujú najmä v začiatkoch podnikania kvalitu vybavenosti ubytovacích zariadení.

Štandardy kvality služieb ubytovacích zariadení

V praxi cestovného ruchu sa kvalita často spája s dodržiavaním určitých štandardov. Štandardy definujú kvalitu a podmienky poskytovania služieb v pohostinských a ubytovacích zariadeniach. Môže ich určiť medzinárodná organizácia, (legislatívne) štát, profesijný zväz alebo ubytovacie zariadenie (v praxi cestovného ruchu obvykle hotelová spoločnosť).

Jedným zo spôsobov zdokonaľovania kvality služieb v ubytovacích zariadeniach je získanie medzinárodne uznávaného certifikátu ISO - The International Organisation for Standardization, ktorý potvrdzuje súlad zavedeného systému kvality s požiadavkami normy STN EN ISO 9001:2001 (Mateides, 2006). Cieľom je efektívnejšie riadenie ubytovacieho zariadenia prostredníctvom kvality. Získanie certifikátu predpokladá prípravu systémovej dokumentácie (príručku kvality, pracovné postupy a pracovné pokyny) a jej realizáciu v praxi (Rapacz, 1995).

Štátom určené štandardy vybavenosti ubytovacích zariadení predstavuje Vyhláška MHSR č. 277/2008 Z.z., ktorou sa upravuje kategorizácia ubytovacích zariadení a klasifikačné znaky na ich zaraďovanie do tried. Má celoštátnu platnosť a musia ju rešpektovať aj ubytovacie zariadenia, ktoré pôsobia na území SR a sú súčasťou medzinárodnej siete ubytovacích zariadení.

V 90-tych rokoch 20. storočia sa v podmienkach SR uplatňovali štandardy pre vybavenosť ubytovacích zariadení lokalizovaných na vidieku vypracované Slovenským zväzom vidieckeho turizmu a agroturizmu. SZVTaA je profesijnou organizáciou, ktorá združuje prevádzkovateľov zariadení vidieckeho cestovného ruchu na Slovensku. Zväz vypracoval zásady pre udeľovanie znaku kvality členským ubytovacím zariadeniam. Štandardy vychádzali z v tom čase platnej legislatívy (Vyhláška č. 125/1995 Z.z.) a aktualizované neskôr neboli.

Štandardy pre zariadenia vidieckeho cestovného ruchu vypracoval aj európsky odvetvový zväz EUROGITES. EUROGITES zastupuje záujmy národných organizácií reprezentujúcich typických prevádzkovateľov služieb na farmách a vo vidieckom cestovnom ruchu. Organizácia má 24 členov z 22 krajín. Jeho členom je i Slovenská republika. Štandardy zväzu určujú rámcové kritériá na hodnotenie kvality zariadení vidieckeho cestovného ruchu a štandardy pre produkt zariadení vidieckeho cestovného ruchu v Európe.

V podmienkach SR neexistuje komplexný systém hodnotenia kvality služieb zariadení vidieckeho cestovného ruchu, ktorý by zohľadňoval národné špecifiká a súčasne rešpektoval štandardy uplatňované na medzinárodnej úrovni. Preto z iniciatívy Nitrianskeho samosprávneho kraja a Katedry regionalistiky a rozvoja vidieka SPU v Nitre sa začal

v roku 2009 riešiť projekt „Certifikácia ubytovacích zariadení na vidieku v podmienkach Nitrianskeho kraja“.

Systém hodnotenia kvality ubytovacích zariadení na vidieku – certifikácia ubytovacích zariadení

Cieľom projektu bolo navrhnúť systém hodnotenia kvality malokapacitných ubytovacích zariadení lokalizovaných na vidieku. V jednotlivých etapách spracovania projektu sme využili skúsenosti partnerov z Francúzska a tiež skúsenosti so zavádzaním podobných systémov hodnotenia kvality v európskych krajinách (Francúzsko, Švajčiarsko, Nemecká spolková republika a Česká republika). Na základe komparatívnej analýzy systémov kvality vo vybraných krajinách a ich pozitívnych skúseností s ich aplikáciou v zahraničí sme odporučili pre ubytovacie zariadenia lokalizované na vidieku uplatňovať systém kvality založený na štandardoch, ktoré majú:

- zlepšiť kvalitu poskytovaných služieb na vidieku a do istej miery ju zjednotiť,
- garantovať a prezentovať kvalitu služieb navonok,
- zohľadniť vnímanie kvality služieb hosťom,
- uľahčiť rozhodovanie zákazníka,
- zabezpečiť kontrolu poskytovaných služieb.

Z výsledkov prieskumu, realizovaného v roku 2009 v 109 ubytovacích zariadeniach, vo vidieckych obciach NSK, vyplynulo, že spoločným znakom pre analyzované ubytovacie zariadenia je ich lokalizácia, ktorá indikuje špecifický charakter najmä doplnkového vybavenia a služieb poskytovaných na vidieku. Preto sme ubytovacie zariadenia označili spoločným názvom „ubytovanie na vidieku“. Z analýzy ubytovacích zariadení v Nitrianskom samosprávnom kraji ale vyplynulo, že vzhľadom na lokalizáciu a vybavenosť ubytovacích zariadení a štruktúru ich hostí možno ubytovanie na vidieku rozdeliť do štyroch hlavných skupín:

1. ubytovanie na vidieku vhodné pre turistiku
2. ubytovanie na vidieku vhodné pre pobyt pri vode
3. ubytovanie na vidieku orientované na kultúru a vzdelávanie
4. viacúčelové ubytovanie na vidieku.

Uvedené skupiny ubytovacích zariadení dokážu uspokojiť špecifické skupiny hostí. Preto je zmysluplné ich pri koncipovaní značky kvality ďalej rozlišovať.

Ubytovanie na vidieku vhodné pre turistiku je určené cieľovým skupinám so záujmom športové vyžitie vo vidieckom prostredí. Lokalizácia, doplnková vybavenosť a služby ubytovacieho zariadenia umožňujú hosťom realizáciu aktivít ako pešia turistika, cykloturistika, poľovníctvo, agroturistika, jazda na koni. Na uvedené cieľové skupiny sa orientuje 20 % analyzovaných zariadení v NSK.

Ubytovanie na vidieku vhodné pre pobyt pri vode. Ubytovacie zariadenie je lokalizované v blízkosti vodného zdroja (vodné plochy, toky, termálne pramene), ktorý sa využíva na rekreačné aktivity - kúpanie, vodné športy. Cieľovou skupinou sú najmä rodiny s deťmi, seniori. Ubytovacie zariadenia viazané na využívanie vodného zdroja pre rekreačné účely sú najsilnejšou skupinou zariadení prevádzkovaných na území kraja (66 % ubytovacích zariadení). Dôvodom sú veľmi dobré klimatické a hydrologické podmienky pre realizáciu kúpania a športov najmä v letnom období. Ubytovacie zariadenia poskytujú spravidla okrem základných služieb i širokú škálu doplnkových služieb.

Ubytovanie orientované na kultúru a vzdelávanie. Ubytovacie zariadenia tohto typu sú vhodné pre realizáciu väčších kultúrnych podujatí, vzdelávacie aktivity typu konferencií a pracovných seminárov, pre organizovanie kurzov. Cieľovou skupinou sú manažéri a pracovníci firiem, zamestnanci inštitúcií verejnej správy a samosprávy, vzdelávacích inštitúcií, členovia rôznych záujmových združení a zväzov. Ubytovacie zariadenia poskytujú ubytovacie a doplnkové služby v priestoroch historických objektov (kaštieľov a kúrií), ktoré disponujú priestormi, vhodným technickým vybavením, doplnkovou vybavenosťou a službami a tiež personálom pre organizovanie kultúrnych podujatí a vzdelávacích aktivít. Na území NSK sa nachádza takmer 4 % ubytovacích zariadení zameraných na kultúru a vzdelávanie.

Viacúčelové ubytovanie na vidieku predstavuje ďalšie využitie ubytovacích zariadení lokalizovaných na vidieku – ubytovanie zamestnancov blízkych podnikov, ubytovanie tranzitných cestujúcich, obchodní cestujúci, mototuristi. V NSK je uvedený typ zariadení lokalizovaný predovšetkým v obciach v bezprostrednej blízkosti priemyselných zón miest alebo ojedinele v blízkosti veľkých podnikov

(Atómová elektrárň Mochovce) prípadne na hlavných cestných trasách v blízkosti miest. Ubytovacie kapacity v obciach Tešedíkovo a Močenok sú viazané na mesto Šaľa, Cabaj Čápor, Malý Lapáš a Tesárske Mlyňany na mesto Nitra, Klasov na mesto Vráble, Tovarníky, Krušovce a Jacovce na mesto Topoľčany a obec Kalná nad Hronom na atómovú elektrárň v Mochovciach. Z celkového počtu analyzovaných zariadení sa nachádza na území kraja cca 10 % viacúčelových zariadení. Ich osobitosťou je obmedzená doplnková vybavenosť zariadení a chýbajúce na ubytovanie nadväzujúce služby.

Označenie ubytovanie na vidieku nie je vhodné pre všetky typy ubytovacích zariadení. Preto sme definovali základné podmienky pre žiadateľov o udelenie značky „ubytovanie na vidieku“.

1. ubytovacie zariadenia, spĺňajú požiadavky Vyhlášky 277/2008 Z. z. a v zmysle uvedenej Vyhlášky sú zariadenia zaradené do zodpovedajúcej kategórie a triedy,
2. ubytovacie zariadenie je lokalizované na vidieku tzn. v obci s počtom obyvateľov do 5000,
3. ubytovacie zariadenie disponuje kapacitou max. 50 lôžok, (z auditu ubytovacích zariadení lokalizovaných na vidieku v NSK vyplýva, že až 76 % ubytovacích zariadení disponuje kapacitou maximálne 50 lôžok),
4. ubytovacie zariadenie spĺňa minimálne kritériá pre označenie „ubytovanie na vidieku“

Minimálnu kvalitu ubytovacích zariadení lokalizovaných na vidieku sme navrhli zabezpečiť vymedzením obligatórnych resp. minimálnych kritérií, ktoré naplní každé certifikované ubytovacie zariadenie, bez rozdielu.

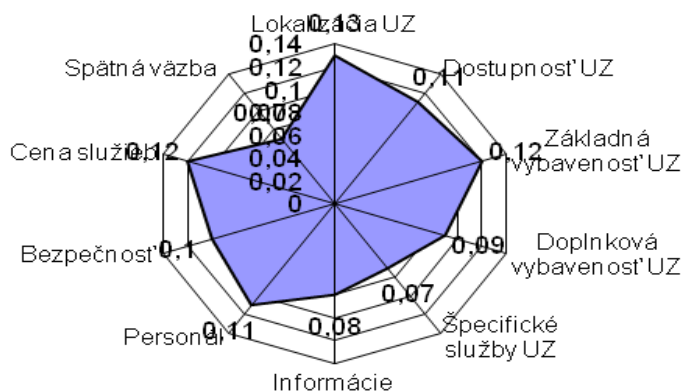
Fakultatívne kritériá umožňujú ubytovacím zariadeniam orientovať sa na špecifickú cieľovú skupinu hostí a poskytujú im možnosť výberu doplnkovej vybavenosti a doplnkových služieb, ktorými sa vzájomne odlišujú. V rámci skupiny fakultatívnych kritérií získa certifikované zariadenie minimálne 50 % bodov.

Na základe výsledkov dotazníkového prieskumu, ktoré sme vyhodnotili pomocou bodovacej metódy, sme stanovili významnosť jednotlivých kritérií (celkom 100), ktoré sme zaradili do desiatich skupín.

Tabuľka 2: Význam kritérií pre hodnotenie kvality ubytovacích zariadení lokalizovaných na vidieku

Skupiny kritérií	Významnosť kritérií	Počet bodov
Lokalizácia ubytovacieho zariadenia	0,13	65
Dostupnosť ubytovacieho zariadenia	0,11	55
Základná vybavenosť ubytovacích zariadení	0,12	60
Doplňková vybavenosť ubytovacieho zariadenia	0,09	45
Špecifické služby ubytovacieho zariadenia	0,07	35
Informácie	0,08	40
Personál	0,11	55
Bezpečnosť	0,1	50
Cena služieb	0,12	60
Spätná väzba medzi poskytovateľom služby a hosťom	0,07	35
Celkom:	1,00	500

Prameň: Vlastné spracovanie.



Nositelia značky kvality „ubytovanie na vidieku“ nadobudnú po úspešnej certifikácii zodpovedajúce práva a povinnosti.

Finančné a inštitucionálne zabezpečenie certifikácie ubytovacích zariadení lokalizovaných na vidieku

Vzhľadom na súčasný stav legislatívy, upravujúcej pôsobenie, kompetencie a financovanie činnosti organizačných štruktúr v cestovnom ruchu na regionálnej úrovni sme navrhli založenie certifikačného orgánu, ktorý bude najvyšším orgánom, zastrešujúcim certifikáciu ubytovacích zariadení na vidieku. V certifikačnom orgáne budú zastúpení odborníci z úradu samosprávneho kraja, krajská organizácia cestovného ruchu, regionálne a miestne združenia cestovného ruchu, poskytovatelia ubytovacích služieb na vidieku alebo agentúry sprostredkujúce ubytovacie služby na vidieku (cestovné kancelárie a cestovné agentúry, turistické informačné kancelárie) a ďalší zástupcovia odborných inštitúcií. Certifikačný orgán bude pôsobiť ako samostatná organizačná zložka (pracovná skupina) záujmového združenia právnických osôb – Regionálnej rozvojovej agentúry Nitra.¹ Úlohou certifikačného orgánu bude najmä:

- spracovanie podkladov pre klasifikáciu (minimálne požiadavky, kategórie a kritériá klasifikácie, dotazníky a systém kontroly),
- aktualizovanie a precizovanie klasifikačného systému,
- stanovenie klasifikačnej periódy,
- formuluje požiadavky na vzdelanie kontrolórov,
- organizuje vzdelávacie kurzy pre kontrolórov,
- rozhoduje o certifikácii ubytovacieho zariadenia.

Bližšie k certifikovaným ubytovacím zariadeniam budú kontaktné body. Kontaktné body sú organizačné štruktúry lokalizované v menšom území, spravidla ohraničenom hranicami mikroregiónu². V Nitrianskom samosprávnom kraji je v Registri združení obcí vedených k 1.11. 2011 celkom 35 mikroregionálnych združení a v Registri záujmových združení

¹ Po nadobudnutí účinnosti Zákona č. 91/ 2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení zákona č. 556/2010 Z. z. a založení krajskej organizácie cestovného ruchu prevezme kompetencie Regionálnej rozvojovej agentúry Nitra táto nová organizačná štruktúra

² Do pôsobnosti kontaktného bodu môže patriť aj obec nachádzajúca sa mimo územia mikroregiónu, ak táto obec nepatrí k žiadnemu mikroregiónu NSK.

právnických osôb ďalších 6 mikroregiónov, ktoré majú uvedené v predmete činnosti, že ich prioritou je podporovať rozvoj cestovného ruchu resp. vidieckeho cestovného ruchu. Územie jednotlivých mikroregiónov takmer pokrýva celé územie NSK. V sídlach týchto mikroregiónov navrhujeme etablovanie kontaktných bodov (15), ktoré by plnili akvizičnú, kontaktnú, poradenskú a konzultačnú úlohu. Z personálneho hľadiska by navrhované činnosti mohli vykonávať projektoví manažéri jednotlivých mikroregiónov. Za kontrolu plnenia certifikačných kritérií zodpovedajú kontrolóri. Úlohou kontrolného orgánu je skontrolovať pravdivosť a reálnosť prevádzkovateľom deklarovaných údajov. Kontrolóri sú zároveň zástupcami kvality. Poskytujú spätné informácie poskytovateľom ubytovania a poradenské služby. Tak prispievajú k zlepšeniu kvality produktu ubytovacích zariadení a celkove k zlepšeniu kvality v cestovnom ruchu.

V prvej etape (v trvaní 2 roky) zavádzania certifikačnej schémy navrhujeme, aby bol proces certifikácie a náklady s ním spojené financované zo zdrojov Úradu Nitrianskeho samosprávneho kraja (najmä propagácia certifikácie, budovanie informačného a rezervačného systému a prevádzkové náklady kontaktných bodov súvisiace s certifikáciou).

V ďalšej etape bude certifikácia financovaná z poplatkov prevádzkovateľov ubytovacích zariadení za certifikáciu, ktoré budú odvádzať prevádzkovatelia certifikačnému orgánu. Doplnkovým financovaním budú program LEADER, finančné nástroje Úradu NSK, ktoré vytvorí na podporu činnosti mikroregiónov (resp. kontaktných bodov) a osobitne na certifikáciu. Certifikačný orgán a mikroregióny môžu na svojom území podporiť certifikáciu aj z ďalších zdrojov – grantov, ktoré na uvedenú činnosť získajú.

Certifikácia ubytovacích zariadení na vidieku bude pre prevádzkovateľov zariadení po spoplatnená formou ročného základného poplatku za užívanie certifikačného systému. Platnosť certifikátu závisí od periódy certifikácie. Navrhujeme 3-ročné obdobie, s pevnými hranicami (napr. od 1.1.2013 do 31.12.2015).

Záver

Certifikácia ubytovacích zariadení na vidieku prispieva k zlepšeniu kvality vybavenosti, služieb a personálu ubytovacích zariadení. Navrhnutý systém

certifikácie zohľadňuje pozitívne skúsenosti s aplikáciou systémov hodnotenia kvality ubytovacích zariadení v zahraničí a taktiež vnímanie kvality služieb z pozície zákazníka – hosťa. Výsledkom certifikácie bude garancia štandardne definovanej kvality produktu, jednoduchá identifikácia certifikovaných ubytovacích zariadení v praxi a spätná kontrola stanovených štandardov.

Výhody vyplývajúce z certifikácie pre ubytovacie zariadenia lokalizované na vidieku možno zhrnúť:

- deklaruje jasný štandard a tým podporuje skvalitňovanie ubytovacích a nadväzných služieb na vidieku,
- umožňuje odlíšiť certifikované ubytovacie zariadenia od ostatných ubytovacích zariadení na vidieku,
- spoločný marketing malých ubytovacích zariadení (značka, jednotné využívanie marketingových nástrojov) uľahčuje presadenie sa na trhu ubytovacích zariadení,
- podporuje predaj služieb, zlepšuje využitie lôžkovej kapacity ubytovacích zariadení a v konečnom dôsledku prispieva k rastu príjmov z ubytovania.

Výhody vyplývajúce z certifikácie pre návštevníka:

- umožňuje zákazníkovi porovnávať ubytovacie zariadenia na vidieku – transparentnosť ponuky,
- garantuje minimálnu kvalitu vybavenia a služieb ubytovacích zariadení na vidieku,
- umožňuje návštevníkovi identifikovať špeciálnu ponuku (služby) ubytovacích zariadení na vidieku,
- návštevník získa prehľad o ďalších certifikovaných ubytovacích zariadeniach a lokalitách, ktoré ponúkajú pobyt na vidieku,
- jednoduchý a jasný spôsob komunikácie s prevádzkovateľmi ubytovacích zariadení na vidieku pri objednávaní služieb (informačný a rezervačný systém).

Literatura

- [1] ALBACETE-SÁEZ, CARLOS- FUENTES M. MAR - LLORENS-MONTES, F. JAVIER 2006. Service quality measurement in rural accommodation. In: Annals of Tourism Research, vol. 34, 2007, no. 1, p. 45-65. ISSN 0160-7383
- [2] BERESECKÁ, J. – FÁZIKOVÁ, M. 2009. Systémy hodnotenia kvality ubytovacích zariadení vo vidieckom cestovnom ruchu vo vybraných štátoch EÚ a v SR. In: Regióny – vidiek – životné prostredie 2009. Zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie. Nitra: SPU, 2009, s. 27 – 33. ISBN 978-80-552-0259-4
- [3] HOLÚBEKOVÁ, K. 2009. Zavádzanie systému kvality v strediskách cestovného ruchu v Slovenskej republike. In: Ekonomická revue cestovného ruchu. roč. 42, 2009, č. 2, s. 90 – 101. ISSN 0139-8660
- [4] JARÁBKOVÁ, J. 2008. Možnosti hodnotenia kvality zariadení vidieckeho cestovného ruchu. In: Acta regionalia et environmentalica, roč. 5, 2008, č. 2, s. 38 – 41. ISSN 1336-5452.
- [5] JARÁBKOVÁ, J., BERESECKÁ, J., POLÁKOVÁ, Z. 2010. Projekt hodnotenie kvality ubytovacích zariadení lokalizovaných na vidieku v Nitrianskom samosprávnom kraji. In: Folia Turistica 1. Banská Bystrica: Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovného ruchu, 2010. ISBN 978-80-89090-77-8.
- [6] JARÁBKOVÁ a kol. 2010. Záverečná správa grantovej úlohy VEGA 1/0440/08 Hodnotenie kvality zariadení vidieckeho cestovného ruchu.
- [7] Vyhláška MHSR č. 277/2008 Z.z., ktorou sa upravuje kategorizácia ubytovacích zariadení a klasifikačné znaky na ich zaraďovanie do tried
- [8] Zákon č. 91/ 2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení zákona č. 556/2010 Z. z

Kontaktní údaje

doc. Ing. Jana Jarábková, PhD.

Katedra regionalistiky a rozvoja vidieka

Fakulte európskych štúdií a regionálneho rozvoja SPU v Nitre

e-mail: jana.jarabkova@uniag.sk

tel.: 00421376414567

doc. Ing. Mária Fáziková, CSc.

Katedra regionalistiky a rozvoja vidieka

Fakulte európskych štúdií a regionálneho rozvoja SPU v Nitre

e-mail: maria.fazikova@uniag.sk

tel.: 00421376414563

Cestovní ruch a jeho vliv na regionální rozvoj

Jiří Ježek

Abstrakt

Příspěvek se zabývá dopady cestovního ruchu na rozvoj měst a regionů. Všímá si jak objektivních, tak subjektivních hodnotících kritérií. Pozornost věnuje také různým přístupům ke stanovení kapacity území pro rozvoj cestovního ruchu.

Klíčová slova

Cestovní ruch, regionální rozvoj, kritéria hodnocení

Abstract

Tourism and its influence on regional development. The paper deals with impacts of tourism on development of cities and regions. It pays attention to objective as well as subjective evaluative criteria. It also deals with different approaches to sizing territories for tourism development.

Key words

Tourism, regional development, evaluative criteria

Úvod

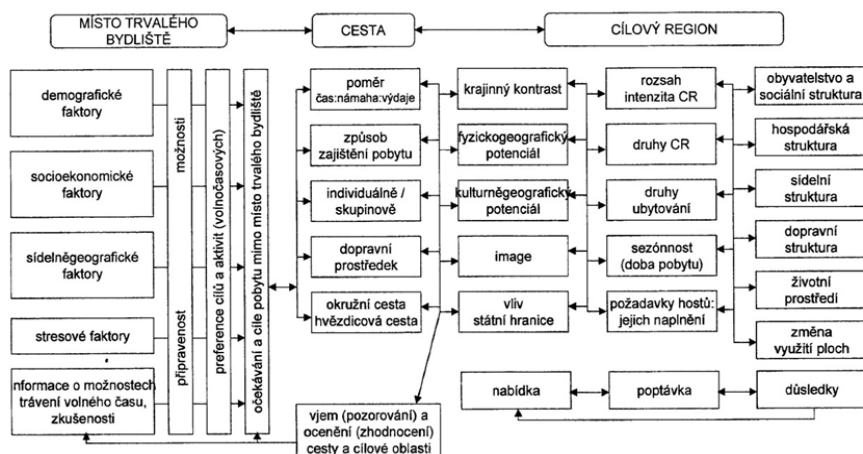
V dnešní době se někdy nekriticky přijímá názor, zvláště v okruhu lidí, kteří se cestovním ruchem zabývají, že se jedná o odvětví, které má nebo může mít značný význam pro rozvoj měst a regionů. Důsledkem toho také volají po jeho co možná největší veřejné podpoře. Pokud nahlédneme do literatury, hlavně té zahraniční, tak zjistíme, že existují různé zkušenosti s cestovním ruchem a s jeho nejednoznačným hodnocením. V literatuře se setkáváme s odlišnými názory na význam cestovního ruchu pro regionální rozvoj od velkých příznivců až po skeptiky, kteří poukazují na značnou závislost cestovního ruchu na těžko předvídatelných faktorech (počasí, přírodní katastrofy, epidemie, politická

situace apod.) resp. na rizika spojená s přílišnou regionální specializací. Nebo uvádí, že sice cestovní ruch dokáže vytvářet pracovní místa (pro nekvalifikovanou pracovní sílu), ale s nízkými příjmy, takže nemůže být chápán jako odvětví, které může zajistit dostatečný růst regionálních ekonomik (viz např. diskuse o významu cestovního ruchu a speciálně lázeňství v Karlovarském kraji).

Fungování cestovního ruchu v podmínkách regionů

Následující obrázek nám ukazuje model prostorové organizace cestovního ruchu, který rozlišuje místo trvalého bydliště (resp. zdrojovou oblast turistů) a cílový region (viz obrázek 1).

Obrázek 1: Model prostorové organizace cestovního ruchu



V podmínkách měst a regionů se většinou pozornost analytiků a rozhodovatelů zaměřuje na postižení rozvojových možností (rozvojového potenciálu) té které lokality. Poptávce se zpravidla nevěnuje patřičná pozornost, neboť chybí relevantní data a informace. V podmínkách tržní ekonomiky rozvoj cestovního ruchu ve městě nebo regionu přitom nezáleží „pouze“ na nabídce, ale především na poptávce. S touto modely prostorové organizace cestovního ruchu, které u nás vznikly v 50. a 60. letech minulého století (viz např. Rajonizace

cestovního ruchu ČR, anebo teoretické práce publikované i v zahraničí (Petrem Mariotem) příliš nepočítaly. Dnes je strana poptávky klíčovým faktorem rozvoje cestovního ruchu. V této souvislosti se v dnešním světě jak v teorii, tak i v praxi používají přístupy, založené na marketingovém managementu destinace. Hovoříme o destinačním managementu a marketingu. Viz především práce A. Kirařové (2003), Moniky Palatkové (2011) a K. Nejdla (2011).

Kritéria hodnocení významu cestovního ruchu

Existují různé názory na význam cestovního ruchu pro regionální rozvoj. Přestože se analytici často staví do role „objektivních posuzovatelů“, tak realita je často mnohem složitější. Dobře je to vidět v případě výzkumu potenciálu měst či regionů pro rozvoj cestovního ruchu. Co je to potenciál rozvoje cestovního ruchu? Jedná se o nějakou objektivní (absolutní) hodnotu místa nebo se jedná o relativní hodnotu, závislou na tržní poptávce?

Na základě výše uvedeného vycházíme z předpokladu, že neexistuje žádné jednoznačné hodnocení významu cestovního ruchu. Hlavním problémem při jeho hodnocení je otázka výběru relevantních kritérií, které máme k dispozici. Výběr těchto kritérií je vždy subjektivní. Při hodnocení významu cestovního ruchu pro regionální rozvoj většinou bereme v úvahu některá z následujících kritérií:

- statistická kritéria (příjezdy osob, počet a délka přenocování, počet lůžek atd.);
- ekonomická kritéria (náklady a užitky, příjmy a výdaje, míra růstu, pracovní místa);
- sociálně-kulturní kritéria (kvalita života, dopady na místní kulturu, vztahy mezi místními obyvateli a turisty apod.);
- ekologická kritéria (dopady na životní prostředí, na ekologické zdroje, na krajinu, flóru a faunu atd.);

Ani výše uvedená hodnotící kritéria není možné považovat za objektivní. Vždy je důležité, jaký význam jim hodnotitelé subjektivně přisuzují. Jestli jim přináší potěšení, fyzickou a či duševní rekreaci apod. Záleží také na tom, z jaké pozice se na cestovní ruch v regionu díváme. Jak jej obecně vnímáme. Místní obyvatelé často cestovní ruch vnímají zcela odlišně, než turisté. Jsou totiž v jiné sociální situaci (viz všední den místních obyvatel versus dovolená/ svátek turistů). Podobně odlišný pohled mají

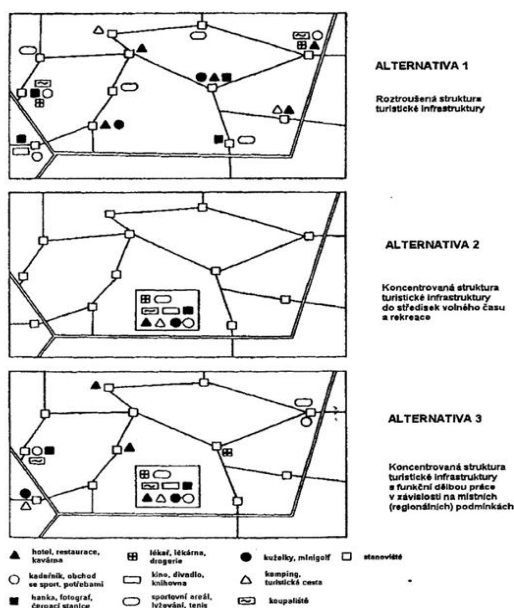
pracovníci veřejné správy a podnikatelé (investoři). Rozdílný postoj k cestovnímu ruchu souvisí s užtkem, resp. škodou, kterou jednotlivým aktérům rozvoj cestovního ruchu přináší (jeho různé formy, intenzita apod.). Podnikatelé a lidé mající z rozvoje cestovního ruchu jakýkoliv profit (zisk, plat apod.), jej většinou hodnotí pozitivněji než lidé, kterým cestovní ruch nic pozitivního nepřináší, anebo spíše hluk, nepořádek, zvýšenou cenovou hladinu, vysokou cenu pozemků a nemovitostí apod. Mělo by být ponecháno na rozhodnutí místního (regionálního) společenství, aby společnými silami našli místním podmínkám odpovídající model vyváženého a udržitelného rozvoje cestovního ruchu. Význam roli by v této souvislosti měly sehrát orgány místní samosprávy, resp. často diskutované destinační managementy, sdružující jak zástupce veřejné správy a politiky, tak i podnikatele, místní obyvatele, představitele neziskových organizací apod. Jedině tak lze zabránit nekontrolovatelnému rozvoji cestovního ruchu, který bude přinášet více škody, než užtku. Resp. jedněm užitek a druhým škodu.

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že i stejná fakta mohou být odlišně interpretována resp. hodnocena. To je velmi podstatný rozdíl mezi tím. Důležitá je také otázka rozvinutosti daného města/ regionu.

Podíváme-li se na národní a regionální strategie rozvoje cestovního ruchu, tak je většinou cílem:

- zajištění ekonomického růstu,
- vyšší zaměstnanosti,
- stabilní cenové úrovně
- a udržitelného rozvoje.

Obrázek 2: Různé alternativy prostorového rozložení turistické infrastruktury s různými dopady na území



Cestovní ruch a jeho (trvale) udržitelný rozvoj

Dnes jsou otázky ekologické resp. udržitelný rozvoj cestovního ruchu považovány za klíčové. Nedotčené, resp. kvalitní životní prostředí je dnes chápáno jako základní předpoklad rozvoje cestovního ruchu. Krásná krajina, čistý vzduch a různé pamětihodnosti (jedinečnosti) jsou hlavními atraktivitami. S rozvojem cestovního ruchu však často dochází k nekoordinovanému využívání přírodních zdrojů, které vede k nevratným změnám. Je nutné zdůraznit, že cestovní ruch, stejně tak jako jakákoliv jiná lidská aktivita přírodní prostředí ovlivňuje. I v případě nejzelenějších (nejekologičtějších) forem je tomu tak. Otázkou je „pouze“ míra, kdy nedochází k trvalému poškození rekreačních zdrojů. Vztah mezi cestovním ruchem a životním prostředím je obousměrný. Někaké komplexní (objektivní) posouzení této záležitosti je vždy problematické.

Zájem o využití nejhodnotnějších krajinných celků v dnešní době natolik stupá, že společnost stojí stále častěji před problémem, jak ochránit přírodní hodnoty krajiny nejenom před průmyslovou výrobou, lidskými sídly apod., ale také před nadměrným turistickým (volnočasovým) využíváním.

V souvislosti s nárůstem rekreačních potřeb obyvatel dochází v turisticky exponovaných oblastech v důsledku výstavby parkovišť, kempů, hotelových komplexů, sjezdovek, lanovek ale i koncentrací velkého počtu návštěvníků na jednom místě k vážným ekologickým problémům.

V této souvislosti se jak v teorii, tak i praxi často diskutuje o stanovení únosného zatížení území aktivitami cestovního ruchu, při němž nedochází k nevratnému poškození životního prostředí, resp. jeho složek, jednotlivých ekosystémů resp. celkové ekologické stability. Někteří si v této souvislosti představují, že lze tuto kapacitu vyjádřit jedním číslem anebo že se jedná o statickou veličinu. Že např. určitý typ krajiny je schopen pojmout určitý počet návštěvníků. Realita je však mnohem složitější.

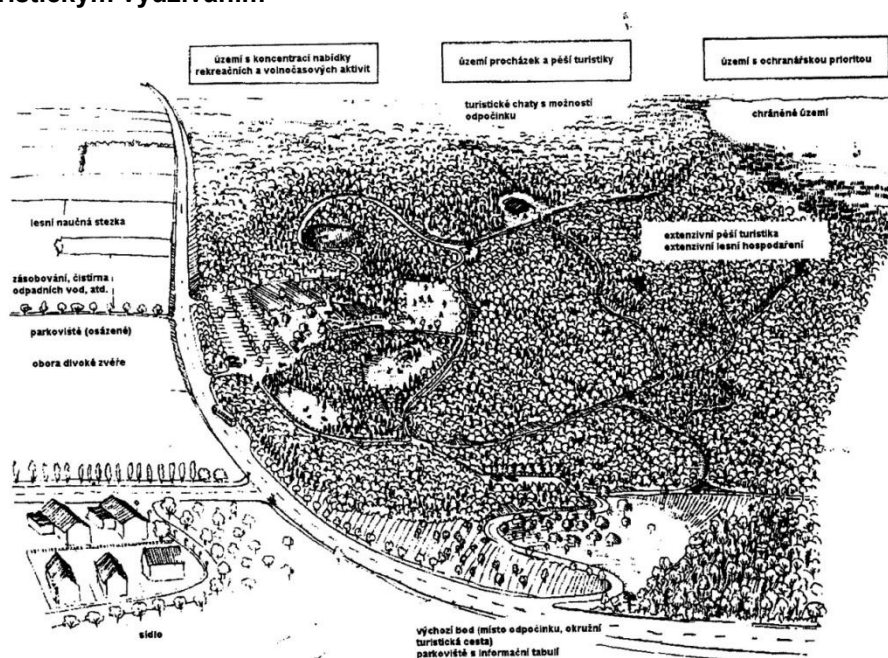
Obecně rozlišujeme pět základních přístupů k chápání rekreační kapacity území. Je to fyzická kapacita, která udává, kolik turistů nebo automobilů dokáže dané území fyzicky pojmout. Dalším přístupem je schopnost území přijmout turisty, vyjádřená např. hustotou návštěvníků, která příliš nezatíží existující kapacity nebo využívání ploch. Dále je to ekologická kapacita území, při níž nedochází k narušení ekologické stability (schopnost krajiny odolávat změnám způsobeným turistickým využíváním území a zachovávat své přirozené vlastnosti a funkce). Určení ekologické kapacity je velmi obtížné. V této souvislosti bylo v různých zemích a regionech uskutečněno mnoho výzkumů, jejichž cílem bylo určit meze únosnosti specifických typů území (lyžařských terénů, břehů přehradních nádrží, CHKO a národních parků apod.) Vesměs se jedná o orientační hodnoty, které mohou sloužit pouze pro hrubou představu a která si vždy vyžaduje kritické posouzení z hlediska individuálních požadavků, možností a forem řešení (zvláště technických a územně-plánovacích) toho kterého území. Ekologická kapacita území závisí především na fyzicko-geografických charakteristikách daného území, na druhu aktivit, které v území realizujeme (resp. na míře, jakou uvedené aktivity území poškozují), a také na intenzitě a délce působení.

Další formou vyjádření kapacity území je tzv. kapacita prostředí. Do jaké míry lze dané místo turisticky využívat? Jaká je dopravní kapacita, kapacita zásobování, čistota vzduchu, potenciál pracovních sil a situace na trhu práce atd.

Zvláštní kategorií je sociálně-psychologická kapacita území, vyjadřovaná mírou přeplněnosti daného území. To znamená, zda budou turisté danou

kapacitu akceptovat nebo zda raději vyhledají nějakou jinou, méně navštěvovanou oblast. Tato kapacita významně ovlivňuje chování návštěvníků daného území. Přesáhne-li počet návštěvníků daného místa optimální hladinu, a v kritických okamžicích i snesitelné maximum, přestává návštěvník téměř dané prostředí vnímat, ať je sebekrásnější, a často hledá nejrychlejší únikovou cestu pryč z takového prostředí. Člověk je ale bytost velmi složitá. Život je provázen rytmem napětí a uklidnění, vyčerpání a zotavení. Mnozí turisté vyhledávají jak přeplněná místa, tak si přejí pobývat v územích civilizačně vzdálených. Sociálně-psychologická kapacita území je tak značně subjektivní a individuální.

Obrázek 3: Územně-plánovací opatření ochrany území před přílišným turistickým využíváním



Místo závěru: politika udržitelného rozvoje cestovního ruchu v regionech

Od 80. let minulého století dochází v řadě regionů ke stanovení zásad a politiky trvale udržitelného rozvoje měst a regionů. Jedním z prvních

takových konceptů byl švýcarský koncept politiky cestovního ruchu z r. 1979. Hlavním cílem by mělo být zabezpečení a zlepšení kvality života obyvatel daného regionu. Tento cíl vychází z předpokladu, že pouze tehdy, je-li daný region atraktivní pro život místních obyvatel, mohou se v něm dobře cítit i jeho návštěvníci. To znamená, že udržitelný rozvoj cestovního ruchu v daném regionu nelze redukovat pouze na ekonomický růst. Má-li být totiž regionální rozvoj udržitelný, je nutné respektovat nejenom jeho ekonomickou, ale i ekologickou a socio-kulturní dimenzi.

Předpokladem udržitelného rozvoje je aktivní regionální a územně-plánovací politika, neboť na tržní samoregulaci se nemůžeme spolehnout. Taková politika musí vycházet z regionálního myšlení, regionální identity a regionální spolupráce. Kromě klasické podpory budování turistické infrastruktury (hotely, lanovky, sportovní areály apod.) je nutné používat také mimoekonomické nástroje, jakými jsou:

- podpora regionální identity (zvyky, tradice, stavební styl, regionální gastronomie apod.),
- vytváření pozitivního vztahu místních obyvatel k cestovnímu ruchu (obyvatelé, podnikatelé a představitelé veřejné správy se musí domluvit na možnostech a formách rozvoje cestovního ruchu; mají-li se hosté cítit v regionu jako doma, je zapotřebí pohostinného chování nejenom pracovníků služeb cestovního ruchu, ale i ostatních obyvatel. Toho lze dosáhnout pouze co nejširší participací místního obyvatelstva na cestovním ruchu
- prostřednictvím územního a strategického plánování stanovit formy využití dané oblasti k cestovnímu ruchu – stanovení kapacit ubytovacích služeb, konečný počet lůžek v ubytovacích zařízeních, poměr počtu místních obyvatel a hostů apod.).

Literatura

- [1] BECKER, CH. – HOPFINGER, H. – STEINECKE, A. (2004): *Geographie der Freizeit und des Tourismus*. 2. vydání. München: Oldenbourg, 895 s. ISBN 3-486-57628-3.
- [2] BIEGER, T. (2005): *Management von Destination*. 6. vydání. München: Oldenbourg, 365 s. ISBN 3-486-57656-9.

- [3] BUTLER, R. W. (1980): The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management resources. In: Canadian Geographer, XXIV, 1, s- 5-12.
- [4] FREYER, W. (1993): Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 4. vydání. München: Oldenbourg, 454 s. ISBN 3-486-22598-7.
- [5] FREYER, W. (2006): Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 8. vydání. München: Oldenbourg, 568 s. ISBN 978-3-486-57874-4.
- [6] HAEDRICH, G. ET AL. (1998): Tourismus-Management. Berlin: de Gruyter, 955 s. ISBN 3-11-015185-5.
- [7] HOFMEISTER, B. – STEINECKE, A. (1984): Geographie des Freizeit- und Fremdenverkehrs. Erträge der Forschung. Band 592. Darmstadt.
- [8] JAKUBÍKOVÁ, D. – JEŽEK, J. – PAVLÁK, M. (1994): Cestovní ruch. Plzeň: Západočeská univerzita, 281 s. ISBN 80-7082-185-X.
- [9] KIRALOVÁ, A. (2003): Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress, 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
- [10] NEJDL, K. (2011): Management destinace cestovního ruchu. Praha: Wolters Kluwer ČR, 204 s. ISBN 978-80-7357-673-8.
- [11] PALATKOVÁ, M. (2001): Marketingový management destinací. Praha: Grada, 207 s. ISBN 978-80-247-3749-2.

Kontaktní údaje

RNDr. Jiří Ježek, Ph.D.
 Západočeská univerzita v Plzni
 Středisko pro výzkum regionálního rozvoje
 Husova 11, 306 14 Plzeň
 tel. 602 510 587
 e-mail: jezekji@kmo.zcu.cz

Metodická úskalí hodnocení významu venkovského cestovního ruchu v Česku

Ondřej Konečný

Abstrakt

Cestovní ruch je předkládán jako jedno z možných odvětví uplatňující se v současné socioekonomické restrukturalizaci českého venkova, které by mu mělo přinést udržitelný rozvoj – ekonomické a sociální oživení. Proto je významně prosazován do důležitých strategických a programových dokumentů. Otázka skutečného významu venkovského cestovního ruchu a jeho uplatnění na českém venkově však stále zůstává nezodpovězena. Předkládaný příspěvek reaguje na tuto skutečnost, zamýšlí se nad důvody tohoto stavu a identifikuje tři stěžejní metodická úskalí, která tuto negativní situaci významně podmiňují.

Klíčová slova

Cestovní ruch, venkov, venkovská turistika, rozvoj venkova, Česká republika, metodika

Příspěvek byl zpracován s podporou výzkumného záměru MSM 6215648904 jako součást řešení tematického směru „04: Vývojové tendence agrobyznysu, formování segmentovaných trhů v rámci komoditních řetězců a potravinových sítí v procesech integrace a globalizace a změny agrární politiky“.

Úvod

Cestovní ruch je již dlouhodobě považován za jedno z nejdynamičtějších odvětví celosvětové ekonomiky. Uvolňování pracovníci průmyslu a zemědělství právě často nacházejí uplatnění v tomto odvětví a nejspíše i proto je cestovní ruch chápán jako jedna z významných příležitostí rozvoje a stabilizace českého venkova v duchu jeho současného proměňování, kdy je venkovský prostor stále více prostorem spotřeby, než-li produkce. Význam a možnosti uplatnění cestovního ruchu na venkově si uvědomují i strategičtí aktéři disponující vládnoucí mocí,

čehož je důkazem současné programové a koncepční ukotvení cestovního ruchu v regionální politice a rozvoji venkova a jeho odraz ve finančním zabezpečení.

Na druhou stranu, zatímco je význam cestovního ruchu v celé ekonomice určitým způsobem každoročně monitorován (podíl HDP, počet příjíždějících turistů, počet přenocování, ubytovací kapacita a další) a kvantifikován, v případě otázky významu a rozměru venkovského cestovního ruchu nejsou předkládány žádné konkrétní odpovědi a spíše ojediněle se objevují některé odhady odborníků. Předkládaný příspěvek si neklade ambice tyto odpovědi poskytnout, nýbrž má za cíl diskutovat a analyzovat příčiny tohoto stavu, který není z hlediska zpětné evaluace a monitoringu koncepčních, strategických a programových dokumentů a jejich budoucího nastavení jistě žádoucí.

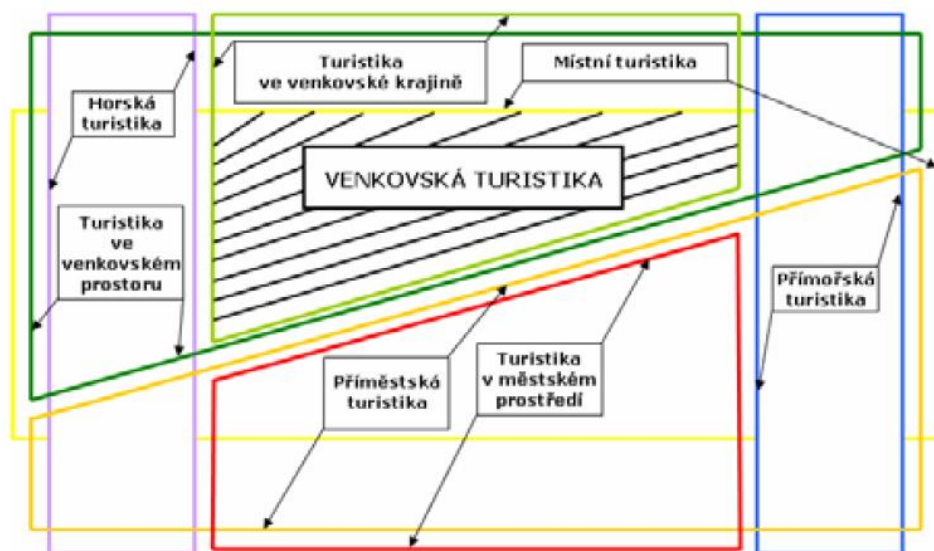
Problém první: co je považováno za venkovský cestovní ruch?

Pro zodpovězení výše položené otázky se nabízí prostá odpověď: venkovský cestovní ruch je takový cestovní ruch, který se uskutečňuje na venkově. Zatímco definice cestovního ruchu je poměrně bezproblémová, vymezení pojmu venkov představuje „tradiční“ metodický problém, jemuž je věnováno mnoho studií (viz např. Binek a kol., 2009) a stále opakujících se diskuzí (úskalí vymezení venkova je rozebráno v další kapitole předkládaného příspěvku).

Problémem však je, že venkovský cestovní ruch není ani takto jednoduše chápán, třebaže Pásková a Zelenka (2002) jej vymezují jako souborné označení pro druh cestovního ruchu s vícedenním pobytem a rekreačními aktivitami na venkově, avšak doplňují, že ubytování by mělo být uskutečňováno v soukromí či menších hromadných ubytovacích zařízeních. Samotný pojem je zaměňován řadou dalších obsahově podobných termínů (venkovská turistika, venkovský turismus, cestovní ruch ve venkovském prostředí, vesnická turistika atd.), které však řada autorů dále od sebe rozlišuje a nepovažuje je za synonyma. Jako příklad lze uvést pojmání a rozdělování cestovního ruchu a venkova Moravcem a kol. (2007), kteří vymezují venkovskou turistiku (nikoliv venkovský cestovní ruch) jako průnik turistiky ve venkovském prostoru, turistiky ve venkovské krajině a místní turistiky a dále předkládají rozdíly venkovské

turistiky a CR ve městech, turistických centrech anebo letoviscích (obr. 1).

Výše zjednodušená definice „cestovní ruch probíhající na venkově“ není odbornou veřejností respektována, neboť venkovský cestovní ruch by měl naplňovat ideu udržitelnosti a určité alternativy vůči masové formě cestovního ruchu projevující se řadou negativních důsledků na hostitelské prostředí. I z těchto důvodů bývá někdy tato forma cestovního ruchu označována jako zelený turismus (turistika) či přibližována k tzv. ekoturismu. Proto nebývají jako součást venkovské turistiky chápány horské a přímořské centra cestovního ruchu s velkými ubytovacími kapacitami, do nichž každoročně přijíždí desetitisíce turistů, třebaže se jedná o ubytovací zařízení lokalizované ve venkovském prostoru. Tuto skupinu turistů zajímá více turistická infrastruktura než místo pobytu, jeho „venkovskost“ či venkovská krajina (Lane, 1994).



Obr. 1 Vymezení pojmu venkovská turistika

Zdroj: Moravec a kol., 2007

Podle Vaněčka (1997) je vesnická turistika forma cestovního ruchu, jehož aktivity jsou bezprostředně spjaty s přírodou, krajinou a venkovským prostředím, přičemž její zvláštnost spočívá v decentralizaci ubytovacích zařízení, což umožňuje rozmělnit četnost turistů, a tak eliminovat negativní dopady, které s sebou nese organizovaná turistika (ohromné soustředění lidí v turistických centrech, devastace krajiny po

dobu turistické sezóny apod.). Jak poznamenává Stříbrná (2005), venkovská turistika by měla být umístěna do venkovských oblastí (1), funkčně venkovská, budovaná na zvláštních rysech venkovského světa (na malovýrobě, otevřeném prostoru, kontaktu s přírodou, dědictvím minulosti, tradičních zvycích) (2), venkovská ve svém měřítku, tj. malé budovy, malá sídla apod. (3), tradiční ve svém charakteru, což znamená, že poroste pomalu a organicky ve spojení s místními rodinami a řízena na místní úrovni s cílem zajistit dlouhodobý rozvoj dané oblasti (4), trvale udržitelná, tzn., že její rozvoj by měl pomáhat udržovat zvláštní venkovský charakter dané oblasti a neměl by likvidovat místní zdroje (5). Nakonec tato autorka dodává, že venkovská turistika by měla být složena z mnoha druhů (turismu), které umožní komplexní obraz venkovského prostředí, ekonomiky a historie.

Problém druhý: kde je venkov?

Venkov je integrujícím a identifikačním prostředím (prostorem) pro aktivity venkovského turismu, avšak z důvodu „problematického“ vymezení tohoto pojmu je také prvkem dezintegračním, neboť v závislosti na zvolené metodě určení venkovského prostoru se jeho rozměr mění. Atypická není ani účelovost vymezení venkovského prostoru. Literatura proto vymezuje nejrůznější přístupy definování a vymezování venkova (viz Tab. 1).

Tab. 1: Vymezení venkova dle přístupu a znaků

Přístup	hlavní znak
urbanistická struktura	rozvolněná zástavba, zemědělský statek, rozsáhlé veřejné prostory, nízký podíl zastavěných ploch
architektonické znaky	nízkopodlažní zástavby, integrace obytné a dalších funkcí, absence nájemního bydlení, individuální výstavba
sociální znaky	konservatismus, tradicionalismus, sousedství, participace, kooperativnost, sdílení společné historie
ekonomické znaky	vyjíždka do zaměstnání, zaměstnanost v zemědělství, vyšší podíl samozásobitelství, kutilství
veřejná správa	označení obce, postavení obce ve struktuře veřejné správy
velikostní znaky	počet obyvatel, hustota zalidnění, rozloha, podíl zastavěné plochy

Zdroj: Maříková, 2006

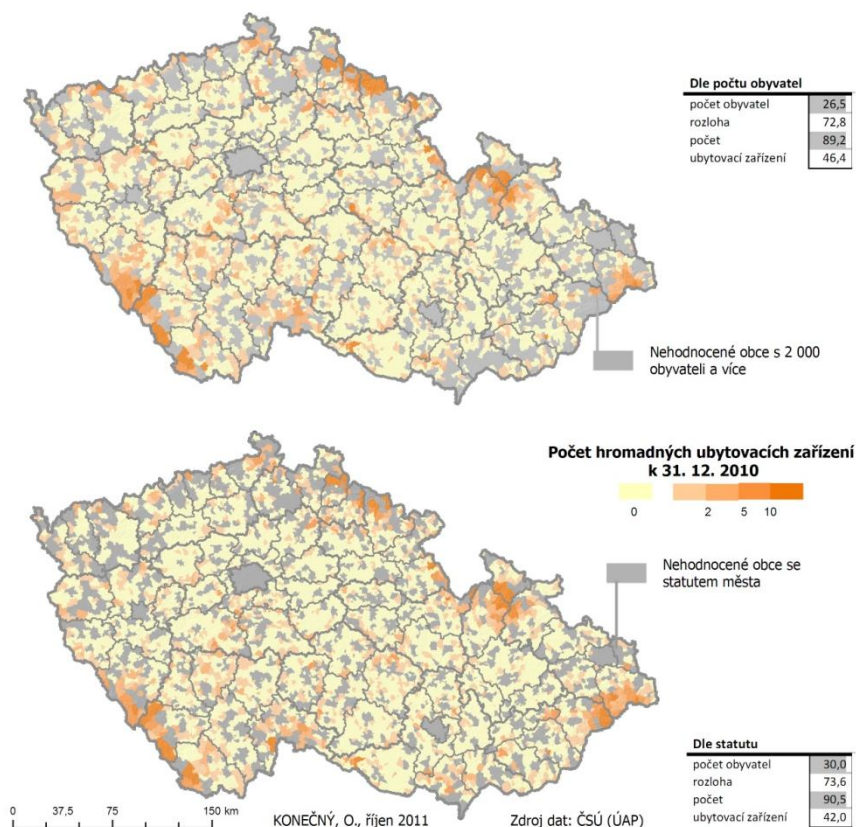
Pro svou jednoznačnost a nízkou pracnost jsou nejčastěji aplikovány přístupy vymezení z hlediska veřejné správy a dle velikostních statistických znaků. Za klíčové je považováno územní měřítko – tedy to, s jakými územními jednotkami pracujeme (na úrovni státu to je obec, neboť okresy či kraje představují příliš velkou generalizaci). Určujícím znakem vymezující venkovskou obec (a tedy i celé její katastrální území) dle znaků veřejné správy je status obce (obec tedy nemá status města) – v případě velikostních znaků pak je nejčastěji využíván údaj o počtu obyvatelstva či hustotě zalidnění (popř. hustotě osídlení). Za venkovské jsou uvažovány obce čítající méně než 2 tisíce obyvatel resp. 100 obyv./km² (150 obyv./km² dle OECD), avšak i tyto hodnoty pouze představují nejčastěji respektované hranice. Přestože obec splňuje dle zvoleného kritéria podmínky zařazení, z hlediska jiného přístupu již tomu tak být nemusí.

V Česku to znamená přibližně čtvrtinu obyvatel žijící mimo město – ve venkovském prostředí, které však představuje ¾ území. Venkovské prostředí není homogenní, jsou vymezovány rozdílné typy venkova (viz např. Perlín, Kučerová a Kučera, 2010) a dalším definičním úskalím je smazávání rozdílů mezi městy a venkovskými obcemi. Znaky současného města a venkovské obce se čím dál více prolínají, především z důvodu sblížování životního stylu obyvatel a vysoké intenzity vztahů mezi těmito územními jednotkami (zejména v suburbanizovaných oblastech).

Problém třetí: existují využitelná data?

Výše zmíněné definiční úskalí se odrážejí i v možnostech analýzy významu venkovského cestovního ruchu pro ekonomiku venkova a jeho rozvoj na základě sledovaných statistických dat, ať už na celorepublikové či na nějaké měřítkově nižší úrovni. V obecné rovině existují pro úroveň obcí poměrně vhodně využitelné databáze, které však o oblasti cestovního ruchu příliš neříkají a vydávaná statistická data se k němu nevztahují. Výjimkou je údaj o počtu hromadných ubytovacích zařízení poskytovaných v rámci databáze spravované pro potřeby územně analytických podkladů. Z tohoto údaje se sice dozvíme, kolik hromadných ubytovacích zařízení se nachází v obci, nicméně neznáme ubytovací kapacitu objektu (tudíž nevíme zda-li se v souladu s ideou venkovského (udržitelného) cestovního ruchu jedná o kapacitně malé objekty). Při využití tohoto souboru dat pak opět vystane problém

s vymezením venkovských obcí a tedy rozdílnou zkoumanou oblastí (viz Obr. 2) v závislosti na zvoleném kritériu vymezení, čímž se zjištěné výsledky budou lišit.



Obr. 2 Hromadné ubytovací zařízení na českém venkově (vymezeného dle statusu nebo počtu obyvatel) v roce 2010

Na měřítkově vyšší úrovni (krajská, národní) je odvětví cestovního ruchu a jeho význam sledován z ukazatelů kapacity hromadných ubytovacích zařízení (podle kategorie ubytovacího zařízení) a jejich návštěvnosti (počet hostů a přenocování) či pomocí tzv. satelitního účtu cestovního ruchu (národní úroveň). Známé data zachycující počet příjezdějících zahraničních turistů (i jejich národnostní strukturu) a počtu vyjíždějících domácích turistů. Limitem těchto dat je však jejich územní rozsah – omezený pouze na úroveň státu a kraje, a tudíž neschopnost vypovědět

jakoukoliv informaci o situaci a významu cestovního ruchu na venkovských oblastech.

Závěr

Odpovědi na tři předložené otázky coby názvy dílčích kapitol nám rychle ukazují tři základní problémy limitující výzkum významu a rozměru venkovského cestovního ruchu pro ekonomiku a rozvoj českého venkova. Venkovský cestovní ruch (jeho forma) je chápán odlišně, nejednotně (1), vymezení venkova odráží rozdílné přístupy k jeho určení, často zvolené dle účelu (2) a data, která by alespoň parciálně ukazovala aktuální stav a význam venkovského cestovního ruchu nejsou publikována a zjišťována a ani je není možno sestavit z jiných databází primárně vypovídající o jiné složce území (3).

Definiční roztržitost pojmu venkovský cestovní ruch a jeho poměrně libovolné zaměňování s významově podobnými pojmy představuje jeden z významných faktorů absence znalosti reálného uplatnění tohoto typu odvětví cestovního ruchu v regionálním a venkovském rozvoji a jeho významu. Pakliže neexistuje shoda v obsahu pojmu a naopak jsou různé termíny využívány ve stejném či obdobném smyslu, nelze ani očekávat, že bude možno rozměr, význam a uplatnění odvětví kvantifikovat a popsat. Metodologicky nejsnazší cestu by představovala definice venkovského cestovního ruchu jako cestovního ruchu uskutečňovaného mimo město, což by však nutilo odhlédnutí od akcentové charakteristiky udržitelnosti a alternativnosti této formy turismu – tedy podstaty formy cestovního ruchu na venkově, která je většinou strategických dokumentů zmiňována a podporována.

Metodické úskalí představuje již jen samotné vymezení venkova, coby integrujícího prostoru, v němž se tento typ turismu odehrává. Třebaže lze identifikovat převažující a nejčastěji využívané metody vymezení (dle statusu, počtu obyvatel či hustoty zalidnění), jejich zvolené kritické hranice je třeba aplikovat se znalostí studovaného území a ani tak nelze docílit jednoznačného vymezení, neboť současné vnitřní znaky města a venkova se neustále přibližují. Navíc, rozpory lze najít i v rozdílné hranici počtu obyvatel dle vymezujícího přístupu (venkov tvoří obce do 2 000 obyv.) a přístupu některých odborníků k venkovské turistice, kdy Stříbrná (2005) uvádí, že prostor, kde by se měla venkovská turistika uskutečňovat, představují obce nepřesahující deset tisíc obyvatel.

Nadsazeně tak lze tvrdit, že další problém vznikající absencí využitelných dat zachycujících alespoň rozměr cestovního ruchu na venkově, není problémem zásadním, neboť neexistuje konsensus v pojmání venkovského cestovního ruchu a vymezení venkova a sesbíraná data by pak pouze odrážela přístupy jednotlivých autorů k jejich definování a nebyla by příliš porovnatelná. I to by však bylo možno považovat za pozitivní, neboť by bylo docíleno alespoň určitého pohledu na skutečné uplatnění cestovního ruchu na venkově (s důrazem na převládající alternativní formu) a jeho význam pro místní venkovskou ekonomiku a obyvatele. Strategické a programové dokumenty by bylo možno redefinovat dle zjištěných výsledků za účelem vytvoření nástrojů a dotačních podpor, které mají pro udržitelný rozvoj venkova skutečný smysl.

Literatura

- [1] BINEK, J., SVOBODOVÁ, H., HOLEČEK, J., GALVASOVÁ, I., CHABIČOVSKÁ, K. (2009): Synergie ve venkovském prostoru – aktéři a nástroje rozvoje venkova. GaREP Publishing, Brno, 96 s.
- [2] LANE, B. (1994): What is rural tourism?. Journal of Sustainable Tourism, 2, č. 1 + 2, s. 7–21.
- [3] MAŘÍKOVÁ, P. (2006): Kde je venkov? (Vymezení hranic venkova v podmínkách ČR). In: MAJEROVÁ, V. (ed.): Venkov je náš svět - Countryside - our world. ČZU PEF, Praha, s. 420 - 432
- [4] MORAVEC, I. a kol. (2007): Venkovská turistika v Rakousku, České republice a Francii. Vlastimil Johanus, České Budějovice, 78s.
- [5] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. (2002): Cestovní ruch – výkladový slovník. MMR, Praha, 448 s.
- [6] PERLÍN, R., KUČEROVÁ, S., KUČERA, Z. (2010): Typologie venkovského prostoru Česka. Geografie, roč. 115, č. 2, s. 161 – 187
- [7] STRÍBRNÁ, M. (2005): Venkovská turistika a agroturistika. Profi Press, Praha, 65 s.
- [8] ÚAP, ČSÚ, [on-line]. Dostupné na:
<http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/csu_a_uzemne_analyticke_po_dklady_za_obce_ceske_republiky>
- [9] VANĚČEK, D. (1997): Agroturistika. JU ZF České Budějovice, České Budějovice, 164 s.

Kontaktní údaje

Mgr. Ondřej Konečný

Ústav regionálního rozvoje a veřejné správy

Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií

Mendelova univerzita v Brně

třída Generála Píky 2005/7

613 00 Brno

e-mail: ondrej.konecny@mendelu.cz

Vliv globální krize na rozvoj pracovních sil v sektoru služeb cestovního ruchu

Miroslava Kostková

Abstrakt

Globální krize ovlivnila ekonomiky zemí, způsobila změny v oblasti zaměstnanosti a podnikání v cestovním ruchu. V příspěvku jsou uvedeny statisticky registrované změny zaměstnanosti v cestovním ruchu v České republice a konkrétněji v Moravskoslezském kraji, uvedeny jsou změny v podnikatelské struktuře oboru, nastíněn je jejich další očekávaný vývoj.

Klíčová slova

Zaměstnanost, cestovní ruch, globální krize, Moravskoslezský kraj.

Úvod

Význam cestovního ruchu v hospodářství států a regionů vzrůstá. V mezinárodním cestovním ruchu se ukazuje, že cestovní ruch je jednou z nejsilnějších dynamických aktivit: má vliv na zaměstnanost, tvorbu nových pracovních příležitostí, podporu rozvoje malého a středního podnikání, koloběh finančních prostředků, příjem do státního rozpočtu, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek, zvýšení všeobecné vzdělanostní úrovně a životního standardu obyvatelstva, stimulování investic do místní infrastruktury.

Mezi pozitivní dopady, které cestovní ruch přináší, patří také tvorba nových pracovních míst. Český statistický úřad provádí od prosince 1992 výběrové šetření pracovních sil, které probíhá nepřetržitě na území celé České republiky podle doporučení Eurostatu, ILO a dalších mezinárodních organizací. Hlavním cílem je získávání pravidelných informací o situaci na trhu práce, umožňující její analýzu z různých hledisek, zejména ekonomických, sociálních, demografických aj.

Výsledky prohlubují kvalitu informací o charakteru zaměstnanosti obyvatelstva a dalších souvisejících jevech.¹

Změny v oblasti podnikání v cestovním ruchu a rozložení a počtu pracovních sil pod vlivem globální krize je potřebné zmapovat, regionálně sledovat pro upřesnění predikce dalšího vývoje v regionu.

Plnění kritérií podle nové strategie Evropa 2020

Na zasedáních Evropské rady v Lisabonu v roce 2000 a ve Stockholmu v roce 2001 byly stanoveny konkrétní cíle a priority pro dosažení míry zaměstnanosti v zemích EU do roku 2010. Míra zaměstnanosti osob ve věku 15-64 let měla dosáhnout alespoň 70 %, míra zaměstnanosti žen nejméně 60 %, míra zaměstnanosti starších osob (která se zaměřuje na tzv. celoživotní přístup k práci) ve věku 55-64 let měla splňovat alespoň 50 %.

Od roku 2011 vstoupila v platnost nová strategie Evropa 2020, která z pohledu trhu práce má v horizontu další dekády za cíl zvýšení míry zaměstnanosti v kategorii 20-64 let na 75 %, zvýšení počtu vysokoškolsky vzdělaných lidí ve věku 30-34 let nejméně na 40 % a snížení počtu mladých, předčasně opouštějících vzdělávací systém na úroveň pod 10 %.²

Obecná míra nezaměstnanosti v ČR je dlouhodobě nižší než průměrná míra všech zemí EU (EU 27 cca 9,9 %, v ČR cca 7,3 % podle dat Eurostatu, 2011). Podle posledních údajů, zveřejněných Eurostatem za 1. čtvrtletí 2011 převyšovala míra zaměstnanosti 20-64letých v ČR průměr za EU 27. Při relativně nízké míře nezaměstnanosti mužů je v ČR pod průměrem i míra nezaměstnanosti žen.

Cestovní ruch a zaměstnanost

Cestovní ruch patří k odvětvím s nižší produktivitou práce. Podle Satelitního účtu cestovního ruchu se v roce 2009 celá ekonomika propadala více než cestovní ruch. Podíl cestovního ruchu na HDP či HPH se o 0,1 % zvýšil na 2,9 % resp. 2,7 %. Podíl cestovního ruchu na zaměstnanosti v národním hospodářství dosáhl 4,6 %.

¹ podle ČSÚ *Výběrové šetření pracovních sil*, 2010

² SAVKO, L. *Nová strategie zaměstnanosti Evropa 2020*, 2011

Tab. 2.1 Podíl cestovního ruchu na tvorbě HDP

Rok	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
podíl CR na HDP (%)	3,4	3,5	3,2	3,0	2,9	2,8 %	2, 9	2,9

Zdroj: ČSÚ, 2011

Na jednoho pracovníka připadlo v roce 2009 v cestovním ruchu pouze 369 tis. Kč hrubé přidané hodnoty, zatímco průměrný pracovník v rámci celé ekonomiky vyprodukoval přidanou hodnotu ve výši 623 tis. korun (tedy přibližně o 2/3 více). Zaměstnanci v cestovním ruchu na druhou stranu odpracovali v roce 2009 o 41 pracovních hodin (o 2,3 %) více než činil průměr v celé tuzemské ekonomice. Majitelé firem a jejich rodinní příslušníci překročili průměr o 43 hodin (o 2,0 %).

Ještě v letech 2005 – 2008 vykazoval celý sektor každoročně přírůstek tržeb, výkonů a přidané hodnoty a i když už v roce 2008 se projevilo oslabení ekonomických výsledků, zaměstnanost v sektoru byla ve sledovaném období ještě vcelku stabilní, průměrná mzda rostla.

V roce 2009 již ale nastal zásadní pokles výkonnosti, tržby se oproti roku 2008 dále snížily o 7,4 % a v následujícím roce 2010 (oproti roku 2009) o další 3 %. (Počet registrovaných podniků v sektoru přitom neklesal, spíše naopak).

V základní struktuře byla více postižena ekonomika stravování (CZ-NACE 56) než ubytování (CZ-NACE 55).

Podle dat ze Sčítání lidu, domů a bytů v roce 2001 a dat z Labour Force Survey 2004, publikovaného Eurostatem v Bovagnet v roce 2005, v České republice v roce 2001 činil podíl lidí ekonomicky aktivních v odvětví pohostinství a ubytování 3,9 % z celkového počtu ekonomicky aktivního obyvatelstva.

V devadesátých letech došlo k nárůstu tohoto podílu z důvodu poddimenzovanosti odvětví pohostinství a ubytování a sektoru služeb obecně před rokem 1989. V současnosti je toto odvětví do určité míry stabilizováno.

Odvětví je typické vysokým podílem mladých lidí (téměř polovina pracovníků je mladších než 35 let), podíl žen v pohostinství a ubytování je ve srovnání s odvětvím služeb, či ekonomiky jako celku nadprůměrný.

Česká republika se významně liší od zemí EU nízkým podílem zaměstnaných na částečný úvazek (26,0 % v EU-25 vs. 6,7 % v ČR).

Český statistický úřad zveřejnil v únoru 2011 aktualizované výsledky „Modulu zaměstnanosti cestovního ruchu“ pro období 2003–2009. Modul zaměstnanosti cestovního ruchu obsahuje údaje o výkonech zaměstnanosti v cestovním ruchu v ČR podle počtu pracovních míst a zaměstnaných osob v cestovním ruchu v ČR, podle odvětví, podle sezonnosti, podle pracovního úvazku, podle trvalosti úvazku, podle pohlaví, věkových skupin, podle dosaženého vzdělání, podle státní příslušnosti a informuje tak o ekonomickém významu a postavení cestovního ruchu v národním hospodářství. Modul rovněž zkoumá zaměstnanost v cestovním ruchu z pohledu různých socio-ekonomických a demografických charakteristik. Je rozšiřující součástí satelitního účtu cestovního ruchu.

V ČR v cestovním ruchu nejvíce osob pracuje ve stravovacích a pohostinských zařízeních a v cestovních kancelářích a cestovních agenturách. V roce 2007 bylo v odvětví cestovního ruchu zaměstnáno 241 tisíc osob.

Regionální rozložení zaměstnanosti v oblasti pohostinství a ubytování do značné míry odráží regionální rozdíly v atraktivitě jednotlivých oblastí a jejich turistické návštěvnosti. Vysoké hodnoty podílu ekonomicky aktivního obyvatelstva v tomto odvětví jsou dosahovány v turistických centrech horských oblastí (Krkonose, Jizerské hory, Lužické hory, Orlické hory, Šumava, Beskydy, Jeseníky, Žďárské vrchy na Českomoravské vrchovině a vrcholové části Krušných hor), případně v destinacích letní rekreace u vody (Máchovo jezero, Povltaví, Posázaví, Seč, Vranov nad Dyjí, Nové Mlýny aj.).

Nadprůměrné hodnoty jsou dosahovány také v tradičních turistických destinacích (Český ráj, České Švýcarsko, Chodsko), významných lázeňských střediscích (Karlovy Vary, Mariánské Lázně, Františkovy Lázně, Jáchymov, Luhačovice) a v některých centrech městského turismu (Český Krumlov, Znojmo, Mikulov). Praha a další velkoměsta, která jsou destinacemi městského turismu, patří z hlediska podílu ekonomicky aktivního obyvatelstva v pohostinství a ubytování na celkovém počtu ekonomicky aktivního obyvatelstva jen k mírně nadprůměrným.

Uvedená prostorová diferenciacie se odráží i v mezikrajském srovnání. Nejvyšší podíl zaměstnanosti v pohostinství a ubytování dosahuje kraj Karlovarský (6,4 %), následován Prahou (5,6 %) a Jihočeským krajem (4 %).

V roce 2009 bylo v cestovním ruchu zaměstnáno 239,5 tisíce osob, což bylo meziročně o 0,7 % méně. Přitom 78,6 % jsou zaměstnanci a zbylá necelá 1/5 jsou osoby tzv. sebezaměstnané. Jedná se o pracující majitele firem a zároveň spolupracující členy domácnosti, pro které je činnost ve firmě hlavním zaměstnáním. V roce 2009 se tak osoby pracující v sektoru cestovního ruchu podílely na celkové zaměstnanosti v národním hospodářství 4,6 %. Ve srovnání s rokem 2003 se podíl cestovního ruchu na celkové zaměstnanosti z pohledu zaměstnaných osob snížil o 0,2 %. Rychleji přitom klesal podíl podnikatelů (o 0,7 %) než podíl zaměstnanců (o 0,1 %).

V roce 2009 pracovalo nejvíce lidí v oborech charakteristických pro cestovní ruch: ve službách ubytovacích zařízení, pohostinství, osobní dopravy, v cestovních kancelářích, kulturních, sportovních a jiných rekreačních službách. Ve stravovacích a pohostinských zařízeních našlo díky cestovnímu ruchu uplatnění 68 tis. osob a v ubytovacích službách 42 tis., v cestovních kancelářích a agenturách dosáhla zaměstnanost téměř 14 tis. osob.

Za rok 2010 byl vykázán meziroční pokles zaměstnanosti celkově v sektoru o 12,5 tis., z toho ve stravování o více než 8 tis. (8,8 %), v ubytování o 2,3 tis. (o 7,8 %).

Ve srovnání s rokem 2003 nejvíce lidí ubylo v osobní železniční dopravě (o 34 % osob méně) a lodní dopravě (o 28 % méně), v ostatních odvětvích naopak pracovníků přibýlo – nejvíce v doplňkových službách osobní dopravy (o 38 % osob více) nebo v letecké dopravě (o 28 % více).

Kromě charakteristických odvětví byli lidé zaměstnáni také v odvětvích souvisejících s cestovním ruchem (téměř 60 tis.), případně v odvětvích nespécifických pro cestovní ruch (přes 3 tis.).

**Tab. 3.2 Souhrnné ukazatele zaměstnanosti v cestovním ruchu
v ČR v letech 2003–2009 - roční průměr počtu zaměstnaných
osob v hlavním zaměstnání**

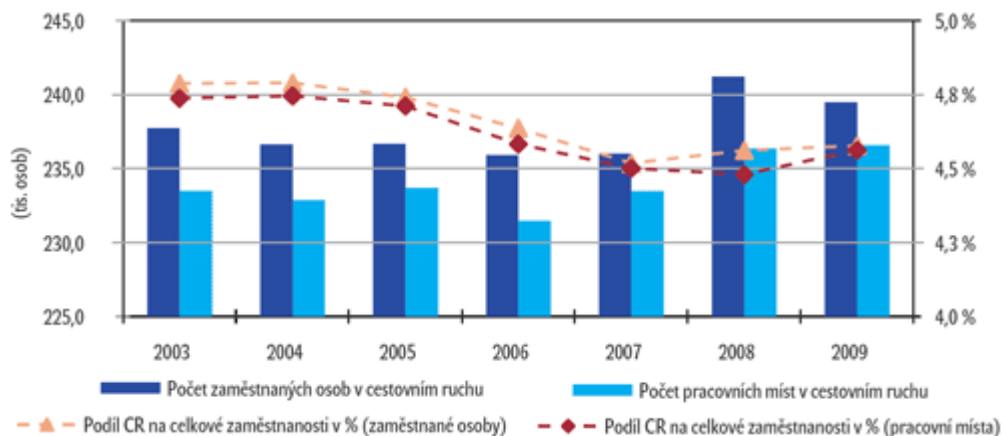
V tis.	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2009/ 2008
Počet zam. osob v CR	237,7	236,6	236,6	235,9	236,1	241,2	239,4	99,3
v tom:								
Sebeza- městna- ní¹⁾	54,7	56,5	53,8	50,8	51,3	51,6	51,1	99,1
Zaměst- nanci	183,1	180,1	182,7	185,1	184,6	189,6	188,3	99,3

¹⁾ Vyjadřuje počet pracujících majitelů firmy a spolupracujících členů domácnosti, pro které je činnost ve firmě hlavním zaměstnáním

Zdroj: COT **Hlavní zjištění o zaměstnanosti v CR**, 2011

Hodnocení dopadů ekonomické krize na změny ve struktuře a dosavadní výsledky Modulu zaměstnanosti cestovního ruchu potvrdily pokles počtu pracujících osob v ubytovacích službách (mezi rokem 2008 a 2009 se snížila zaměstnanost v tomto oboru o 4,2 %) nebo v činnostech cestovních kancelářích a agentur (pokles o 6,1 %).

**Graf 3.1 Počet zaměstnaných osob v cestovním ruchu a podíl
na zaměstnanosti v národním hospodářství ČR**



Zdroj: COT **Hlavní zjištění o zaměstnanosti v CR**, 2011

Naopak se v roce 2009 zvýšil počet zaměstnaných osob v restauračních zařízeních (meziročně o 2,4 %) nebo kulturních, sportovních a dalších rekreačních službách (o 3,5 %). V cestovním ruchu jako celku pracovalo v roce 2009 o 0,7 % méně lidí než tomu bylo v roce předchozím.

Podle ČSÚ pro oblast řemeslných živností a podnikatelských struktur ubytování a stravování k 30. 6. 2011 je i v I. pololetí 2011 příznačný přírůstek počtu hostinských živností, který dosáhl dalších 3,3 tis., t.j. více než 1/5 z celkového přírůstu řemeslných živností.

Tab 3.3 Podnikatelské struktury ubytování a stravování k 31. 12. 2010 podle jednotlivých oddílů OKEČ v časovém vývoji 1993 – 2010

Sekce, oddíl OKEČ	Právní forma	Počet podnikatelských jednotek k 31. 12. 2010						
		1993	1995	2001	2005	2009	2010	Změna 2010
55 – ubytování a stravování	FO	38 363	49 984	93 615	109 466	113 885	117 337	3 452
	PO	2 703	4 040	7 223	9 052	13 178	14 354	1 176
	v tom OS	1 920	3 231	6 422	7 932	11 426	12 313	887
	AS	121	176	206	245	370	389	19
	DR	39	35	37	34	44	46	2
	SP	65	8	4	1	2	2	0
	celkem	41 066	54 024	100 838	118 518	127 063	131 691	4 628

Pramen: ČSÚ – Registr ekonomických subjektů, 2011

FO – fyzická osoba; PO – právnická osoba; OS – obchodní společnosti mimo akciové; AS – akciové společnosti; DR – družstva; SP – státní podniky; % podíl v pod. sféře – rozumí se % podíl daných oddílů OKEČ z celkového počtu podnikatelských jednotek v NH

Pro cestovní ruch je rovněž důležitý vývoj koncesovaných živností pro cestovní kanceláře, jejichž počet se v I. pololetí 2011 zvýšil o 47 jednotek na evidovaný stav k 30. 6. 2011 v počtu 1 441 koncesí.³

Za I. pololetí 2011 se v ubytování a stravování počet podnikatelských jednotek oproti poklesu v maloobchodu zvýšil, a to za I. pololetí o 1 989

³ podle <http://www.socr.cz>, 2011

jednotek. Přibyl počet podnikatelů v pohostinství. Nadále trvá tendence k tomu, že pohostinství spíše posiluje podíl jednotek právnických osob oproti podílu fyzických osob. To se projevuje i tím, že klesají počty jednotek „bez zaměstnanců“ a zvyšují se počty jednotek ve velikosti „s 1–19 zaměstnanci“. V samostatně sledované struktuře cestovních kanceláří a agentur se celkový počet jednotek v I. pololetí snížil (o 257 jednotek).

Výhledy v oblasti pracovních síl v cestovním ruchu v Moravskoslezském kraji

Moravskoslezský kraj disponuje pracovní silou, která je po hlavním městě a středočeském regionu nejmasivnější. Pracovní síla se v kraji od poloviny 90. let snižuje a celorepublikový růst mírně kopíruje až v posledních letech.

Počet obyvatel kraje je 1 242 119 (k 31.3.2011), míra registrované nezaměstnanosti je 10,79 % (k 30. 6. 2011).

Dlouhodobě vysoká míra nezaměstnanosti strukturu potenciální pracovní síly negativně ovlivňuje. Míra registrované nezaměstnanosti od roku 2004 roste (v roce 2010 byla 9,01 %). Na Karvinsku je po Bruntálsku druhá nejvyšší v kraji.

Zaměstnanost ve službách cestovního ruchu je ovlivněna turistickou návštěvností území, jeho přitažlivostí, dostupností a kvalitou nabízených služeb.

Ze závěrů Strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji (2009 – 2011) a její aktualizace s výhledem do roku 2015 vyplývá:

1. Růstový trend návštěvnosti z roku 2007 se dlouhodobě nedaří udržet. Návštěvnost kraje má výrazně sezónní charakter – návštěvnosti dominují především letní měsíce roku.
2. Struktura ubytovacích zařízení v kraji neodpovídá plně poptávce, která je především po zařízeních vyšší úrovně. Vytíženost ubytovacích kapacit je dlouhodobě nízká, tento trend se daří zlepšovat jen pomalu.
3. Klesá počet pracovníků zaměstnaných v sektoru ubytování a stravování. Podílově klesá i hrubá přidaná hodnota, vytvořená tímto ekonomickým sektorem.

Postavení pracovní síly v populaci kraje je ve srovnání s ostatními regiony průměrné a svou velikostí představuje 49,4 % obyvatel kraje. V roce 2009 z celkového počtu obyvatel kraje (1 249 900) bylo cca 617 200 osob ekonomicky aktivních.

Podnikatelská aktivita, tj. podíl osob samostatně podnikajících na celkové pracovní síle je v kraji nejnižší a nedosahuje ani 12 %, ve srovnání mezi kraji zaostává, ve struktuře dominují zaměstnanci.

Obyvatelstvo kraje stárne, potenciální pracovní síla se v prognózách snižuje. Roste specifická míra ekonomické aktivity věkové kategorie nad 60 let oproti dlouhodobému poklesu v kategorii do 25 let.

Věková struktura obyvatel kraje kopíruje věkovou strukturu obyvatel celé ČR, přesto je viditelný nižší podíl obyvatel kraje ve věku 25-35 let, daný z části odchodem řady mladých lidí po ukončení přípravy na zaměstnání za lepšími pracovními, ale i životními podmínkami mimo kraj. Stěhují se relativně hodně mladí lidé, více jak třetina z nich jsou mladí lidé ve věkové skupině 25-34 let, lidé z velké části na začátku své pracovní kariéry. Výrazně tak klesá míra ekonomické aktivity mladých lidí.

Tab 4.1 Zaměstnaní v národním hospodářství a míra zaměstnanosti podle věku a vzdělání v Moravskoslezském kraji

Zaměstnanost (v tis. osob)	2007	2008	2009
Zaměstnaní celkem	553,3	568,6	557,5
podle věku 15 – 29 let	111,7	113,3	103,8
30 – 44 let	233,6	239,4	237,0
45 – 59 let	191,3	196,8	197,0
60 a více let	16,7	19,2	19,7
podle vzdělání:			
základní a bez vzdělání	34,6	34,9	31,4
střední bez maturity	248,2	256,9	232,6
střední s maturitou	195,1	202,4	203,1
vysokoškolské	75,5	74,3	90,4
Míra zaměstnanosti celkem (v %)	51,8	53,1	52,0
podle věku: 15 – 29 let	41,8	43,2	40,5
30 – 44 let	81,7	83,0	82,2
45 – 59 let	71,9	74,6	74,9
60 a více let	6,7	7,5	7,5

Zdroj: tabulky CZ-NACE (VŠPS), 2011

Z celkového počtu zaměstnanců je v kraji nejvíce ve věku 30 – 44 let, se středoškolským vzděláním bez maturity, i když v posledních třech letech narůstá významně počet zaměstnanců v kraji se středoškolským a vysokoškolským vzděláním.⁴

Průměrná hrubá měsíční mzda v kraji v 1. čtvrtletí roku 2011 byla 21 515 Kč, z toho výrazně nižší u žen, než u mužů. To se projevuje také na dlouhodobě nízké mzdové úrovni oboru cestovního ruchu, kde je zaměstnáno více žen než mužů.

Podle ekonomických činností CZ-NACE (VŠPS) v Moravskoslezském kraji je v oblasti ubytování a stravování zaměstnaných dvakrát více osob, než v oblasti kulturních, zábavních a rekreačních činností.

Tab 4.2 Zaměstnaní v národním hospodářství podle ekonomických činností CZ-NACE v Moravskoslezském kraji

v tis. osob	2007	2008	2009
Zaměstnaní celkem	553,3	568,6	557,5
z toho: Ubytování, stravování a pohostinství	14,9	14,9	17,6
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	6,8	9,5	8,7

Zdroj: tabulky CZ-NACE (VŠPS), 2011

Kvalitu pracovní síly v Moravskoslezském kraji ovlivňují rostoucí počty studentů na vysokých školách, s trvalým bydlištěm v kraji, kteří jsou jistě příslibem postupného zkvalitňování pracovní síly. V posledním desetiletí navíc výrazněji vzrostly počty vysokoškolských studentů, studujících na školách v kraji než těch, kteří studují na školách mimo kraj. Lze tedy optimisticky předpokládat, že poroste i podíl těchto absolventů vysokých škol, kteří v kraji zůstanou pracovat. Nicméně některé statistické ukazatele (o vývoji mezd, nezaměstnanosti, ale i ukazatele životního prostředí) naznačují, že i nadále nemalý podíl těchto absolventů bude odcházet mimo kraj, z řady těchto i jiných racionálních důvodů.

⁴ JILEČEK, A., JEŘÁBKOVÁ, Z., KUPKA, V. *Změny ve struktuře jednotlivých секcí a oddílů ve srovnání dle OKEČ a CZ-NACE*, 2011

Závěr

Podle těchto zjištění a statistických dat nelze předpokládat, že se podíl zaměstnanosti v oblasti cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji bude do budoucna zvyšovat. Počet podnikatelských subjektů v kraji mírně klesá, očekává se jeho stabilizace, která bude výhledově dlouhodobá.

K udržení konkurenceschopnosti v cestovním ruchu kraj musí vsadit také na kvalitu a profesionalitu personální základny podniků cestovního ruchu.

Společně s rozvojem realizačních předpokladů cestovního ruchu, ke kterým patří opatření např. na zlepšení dopravní dostupnosti a konkrétních atraktivit a služeb cestovního ruchu je potřebné podpořit podnikatelské prostředí a tím i tvorbu nových kvalitních služeb a produktů.

Literatura

- [1] COT **Hlavní zjištění o zaměstnanosti v ČR**,
<http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=1040815173,10.6.2011>
- [2] COT *Sektorová rada – řešení rozvoje lidských zdrojů v našem oboru*,
<http://www.cot.cz/index.php?jazyk=1&page=100&kat=10>, 14.10.2011
- [3] ČSÚ – Registr ekonomických subjektů, 2011
- [4] ČSÚ *Výběrové šetření pracovních sil*, 2010
- [5] JILEČEK, A., JEŘÁBKOVÁ, Z., KUPKA, V. *Změny ve struktuře jednotlivých sekcí a oddílů ve srovnání dle OKEČ a CZ-NACE*, Referát statisticko- ekonomických analýz ČSÚ, 2011
- [6] SAVKO, L. *Nová strategie zaměstnanosti Evropa 2020*, CSÚ,
[http:// czso.cz](http://czso.cz), 29. 7. 2011
- [7] tabulky CZ-NACE (VŠPS), 2011,
<http://www.socr.cz/scripts/detail.php?id=5753>
- [8] <http://www.czso.cz>, 2011

Kontaktní údaje

Ing. Miroslava Kostková, Ph.D.
Slezská univerzita v Opavě
Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné
Univerzitní nám. 1934/3, 733 40 Karviná
e-mail: kostkova@opf.slu.cz

Hodnocení ekonomického rozvoje Jihočeského kraje

Lukáš Kučera

Abstrakt

Každý region má za cíl dynamicky se rozvíjet. Na tento rozvoj nelze nahlížet pouze z makroekonomického hlediska (HDP, míra nezaměstnanosti a podobně), ale též je vhodné sledovat i další ukazatele, jako například výši výdajů na vědu a výzkum, míru ekonomické aktivity či hrubou přidanou hodnotu. Na základě provedené analýzy lze konstatovat, že z hlediska makroekonomických ukazatelů nedosahuje Jihočeský kraj celorepublikového průměru (např. HDP, přepočítaný na jednoho obyvatele dosahuje pouze 86%, průměrná mzda též nedosahuje průměru). Mezi kraji v České republice existují poměrně velké disparity. Tyto rozdíly jsou způsobeny různými faktory, například horší dopravní dostupností určitých krajů, různou vzdělanostní skladbou obyvatel apod. Řešením pro Jihočeský kraj může být zejména zlepšení dopravní dostupnosti (dálnice D3), efektivní spolupráce regionálních škol s praxí, zvýšení úrovně služeb v lázeňství a cestovním ruchu obecně atd.

Klíčová slova

Ekonomický vývoj, HDP, průměrná mzda, hrubá přidaná hodnota, ekonomická aktivita

Úvod

Cílem každého územního celku je jeho dynamický a vyvážený rozvoj, který povede k růstu životní úrovně a celkové kvality života obyvatel. Z tohoto důvodu je nutné neustále monitorovat a hodnotit rozvoj daného územního celku. V této práci jsou pro hodnocení rozvoje využity základní makroekonomické ukazatele a též ukazatele s nimi související.

V současné době není dostačující pouze hodnocení regionu ukazateli jako je HDP, míra nezaměstnanosti, ale je vhodné sledovat i vývoj

dalších ukazatelů, které hodnotí výdaje na vědu a výzkum, míra ekonomické aktivity, hrubá přidaná hodnota apod.

Cílem této práce je zhodnocení vývoje Jihočeského kraje z hlediska základních makroekonomických údajů (HDP, míra inflace, míra nezaměstnanosti apod.) a komparace těchto veličin s celorepublikovým vývojem. Dílčím cílem je popsat některé příčiny disparit mezi jednotlivými regiony.

Materiál a metodika

Vývoj a výkonnost určité ekonomiky lze měřit pomocí makroekonomických ukazatelů. Mezi nejdůležitější patří hrubý domácí produkt, míra inflace, nezaměstnanost a obchodní bilance (Pavelka, 2006).

Hrubý domácí produkt měří celkový objem veškeré finální produkce vyrobené na daném území během jednoho roku výrobními faktory, umístěnými v daném území bez ohledu na to, kdo vlastní tyto výrobní faktory (Frait, Zedníček, a kol., 1996).

Inflace je peněžní jev, který je způsoben tím, že v ekonomice se zvyšuje množství peněz rychleji než množství reálné produkce. Jde tedy o růst cenové hladiny (Frait, Zedníček, a kol., 1996).

Nezaměstnané jsou osoby, které nemají placená zaměstnání ani sebezaměstnání, přitom práci aktivně hledají a jsou ochotni během určité doby do zaměstnání nastoupit. Jde o osoby schopné a ochotné pracovat (Opekarová, 2009).

Hrubá přidaná hodnota v základních cenách představuje rozdíl mezi produkcí v základních cenách a mezispotřebou v nákupních cenách (Kahoun, 2011).

V další práci budou analyzována sekundární data, vydávaná Českým statistickým úřadem. Data budou hodnocena a zpracována v tabulkovém procesoru s využitím základních statistických metod.

Výsledky a diskuze

V této kapitole bude Jihočeský kraj postupně analyzován z hlediska následujících ukazatelů:

- Hrubý domácí produkt (vč. HDP na 1 obyvatele),

- Míra nezaměstnanosti,
- Průměrná hrubá měsíční mzda,
- Hrubá přidaná hodnota,
- Výdaje na vědu a výzkum,
- Míra ekonomické aktivity.

Hrubý domácí produkt (HDP)

Následující tabulka shrnuje vývoj ukazatele v letech 2000 – 2009 v Jihočeském kraji a komparaci s vývojem celorepublikovým. Z tabulky je zřejmé, že tempo růstu hrubého domácího produktu v Jihočeském kraji koresponduje s vývojem tohoto ukazatele v rámci celé České republiky. Jedinou zřejmou výjimkou je meziroční změna v roce 2009, kdy tempo růstu HDP ČR bylo záporné, zatímco tempo růstu HDP Jihočeského kraje alespoň nepatrně rostlo.

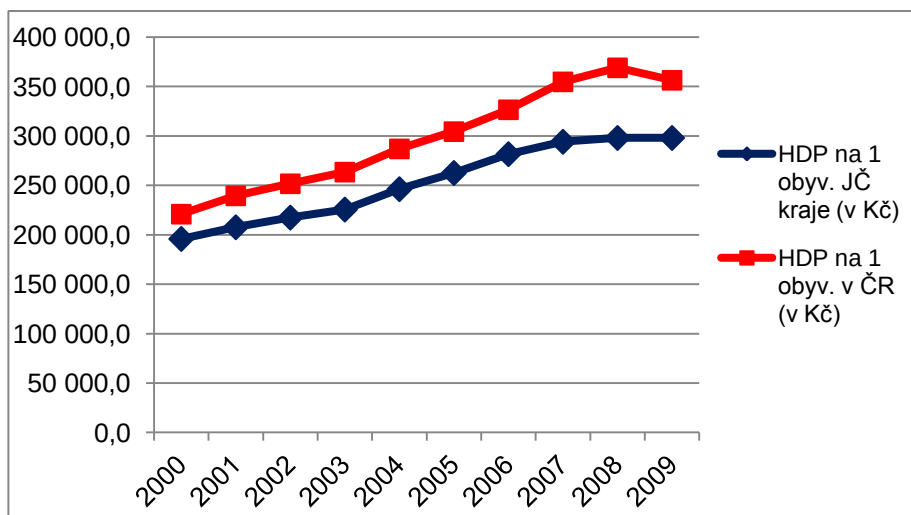
Tabulka č. 1: Vývoj HDP Jihočeského kraje a České republiky

ROK	HDP JČ kraje (v mil. Kč)	HDP ČR (v mld. Kč)	Tempo růstu HDP JČ kraje	Tempo růstu HDP ČR
2000	122 662,0	2 269,7		
2001	129 912,0	2 448,6	5,9%	7,9%
2002	135 896,0	2 567,5	4,6%	4,9%
2003	141 004,0	2 688,1	3,8%	4,7%
2004	154 181,0	2 929,2	9,3%	9,0%
2005	164 609,0	3 116,1	6,8%	6,4%
2006	177 119,0	3 352,6	7,6%	7,6%
2007	185 742,0	3 662,6	4,9%	9,2%
2008	189 148,0	3 848,4	1,8%	5,1%
2009	189 868,0	3 739,2	0,4%	-2,8%

Zdroj: Český statistický úřad, vlastní práce

Dalším ukazatelem, na který je nutné se zaměřit, je HDP na jednoho obyvatele. Z hlediska tohoto ukazatele je nutné konstatovat, že Jihočeský kraj nedosahuje celorepublikového průměru, ale velmi se mu přibližuje (Jihočeský kraj dosahuje cca. 86% průměru České republiky).

Graf č. 1: Komparace HDP na 1 obyvatele JČ kraje a celé ČR



Zdroj: Český statistický úřad, vlastní práce

Míra nezaměstnanosti

Nezaměstnanost je v Jihočeském kraji pod celostátním průměrem, přesto na konci roku 2010 bylo v Jihočeském kraji 8,5% registrovaných nezaměstnaných, tj. 29 545 osob. Následující tabulka shrnuje nejen vývoj míry nezaměstnanosti, ale též vývoj počtu nezaměstnaných a volných pracovních míst. Velmi zajímavý je vývoj počtu volných pracovních míst v kraji. Mezi roky 2008 a 2009 lze pozorovat propad počtu volných pracovních míst o 63% a nárůst počtu nezaměstnaných o více než 10 000. Tento stav byl zřejmě způsoben dopadem ekonomické krize na hospodaření podniků, které začaly hromadně zaměstnance propouštět a pracovní místa rušit.

Tabulka č. 2: Nezaměstnanost a volná pracovní místa v kraji

ROK	Míra nezam. v kraji	Míra nezam. v ČR	Počet volných prac. míst v kraji	Tempo růstu počtu prac. míst	Počet nez. v kraji ¹	Počet uchazečů na 1 prac. místo
2000	5,8%	9,0%	3 168		18 499	5,8
2001	6,0%	8,5%	2 960	-6,6%	19 162	6,5
2002	6,7%	9,2%	2 688	-9,2%	21 118	7,9
2003	7,0%	9,9%	2 203	-18,0%	22 158	10,1

¹ počet nezaměstnaných osob v kraji

2004	6,6%	9,2%	3 239	47,0%	23 021	7,1
2005	6,7%	9,0%	2 636	-18,6%	23 632	9,0
2006	5,7%	8,1%	5 222	98,1%	20 426	3,9
2007	4,5%	6,6%	6 983	33,7%	16 452	2,4
2008	4,8%	5,4%	4 188	-40,0%	17 505	4,2
2009	7,8%	8,0%	1 516	-63,8%	27 530	18,2
2010	8,5%	9,0%	1 850	22,0%	29 545	16,0

Zdroj: Český statistický úřad, vlastní práce

Průměrná hrubá měsíční mzda

Při hodnocení vývoje průměrné mzdy je nutné zmínit fakt, že v České republice existují značné disparity ve vývoji tohoto ukazatele u jednotlivých krajů. To znamená, že rozdíl mezi průměrnou mzdou ve dvou krajích u stejné profese může být až 10 000,- Kč. Následující tabulka shrnuje vývoj průměrné mzdy v Jihočeském kraji, Karlovarském kraji (nejnižší průměrná mzda v ČR), Praze (nejvyšší průměrná mzda v ČR) a celorepublikový průměr.

Tabulka č. 3: Vývoj průměrné hrubé měsíční mzdy (v Kč)

Rok	JČ kraj	Praha	KV kraj	ČR	Rozdíl (PHA - KV)	Rozdíl (ČR - JČ)
2000	12 551	18 865	12 119	13 219	6 746	668
2001	13 528	20 800	13 042	14 378	7 758	850
2002	13 910	20 364	13 322	15 524	7 042	1 614
2003	14 640	21 590	13 998	16 430	7 592	1 790
2004	15 478	22 914	14 912	17 466	8 002	1 988
2005	16 289	24 109	15 493	18 344	8 616	2 055
2006	17 232	25 914	16 391	19 546	9 523	2 314
2007	18 431	27 396	17 448	20 957	9 948	2 526
2008	19 637	28 830	18 621	22 592	10 209	2 955
2009	20 319	29 630	18 931	23 344	10 699	3 025
2010	21 027	29 744	19 486	23 797	10 258	2 770

Zdroj: Český statistický úřad, vlastní práce

Hrubá přidaná hodnota

Hrubá přidaná hodnota (HPH) představuje v podstatě nově vytvořenou hodnotu (tj. rozdíl mezi celkovou produkcí v Kč – základní ceny a mezispotřebou v Kč – nákupní ceny). Následující tabulka udává vývoj HPH v jednotlivých letech v Jihočeském kraji a v komparaci s vývojem tohoto ukazatele v rámci celé republiky.

Tabulka č. 4: Vývoj hrubé přidané hodnoty

ROK	HPH JČ kraje (v mil. Kč)	HPH ČR (v mil. Kč)	Tempo růstu HPH JČ kraje	Tempo růstu HPH ČR
2000	111 135	2 065 001		
2001	117 770	2 229 610	5,97%	7,97%
2002	123 535	2 344 012	4,90%	5,13%
2003	128 198	2 454 457	3,77%	4,71%
2004	138 565	2 644 465	8,09%	7,74%
2005	147 584	2 807 821	6,51%	6,18%
2006	159 821	3 037 204	8,29%	8,17%
2007	166 963	3 304 348	4,47%	8,80%
2008	170 299	3 479 922	2,00%	5,31%
2009	170 602	3 370 477	0,18%	-3,15%

Zdroj: Český statistický úřad, vlastní práce

Z uvedené tabulky je zřejmé, že tempo růstu Jihočeského kraje vzhledem k tempu růstu tohoto ukazatele v rámci celé České republiky je nižší. Výjimkou je rok 2009, kdy tento ukazatel v rámci jižních Čech nepatrně rostl, zatímco tempo růstu hrubé přidané hodnoty v celé České republice bylo záporné (tj. hrubá přidaná hodnota klesla). Největší podíl na HPH v r. 2009 měly tržní služby (34 %), dále pak zpracovatelský průmysl (24 %) a netržní služby (19 %).

Výdaje na vědu a výzkum

Při mezinárodní komparaci tohoto ukazatele lze říci, že výdaje na vědu a výzkum v České republice zaostávají za „západními zeměmi“, ale patří mezi nejvyšší v postkomunistických zemích Evropy. Investice do vědy a výzkumu jsou obecně brány jako jedna z hlavních příčin ekonomického růstu.

**Tabulka č. 5: Výdaje a počty zaměstnanců ve vědě a výzkumu
ve vybraných krajích**

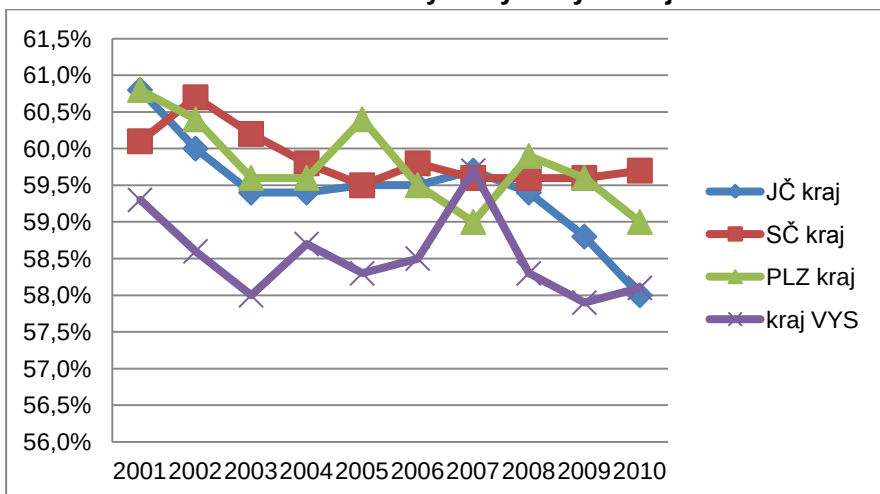
Výdaje (v mil. Kč) a počet zaměstnanců v oblasti vědy a výzkumu								
ROK	Jihočeský kraj		Plzeňský kraj		Středočeský kraj		Kraj Vysočina	
	Výdaje	Počet zam.	Výdaje	Počet zam.	Výdaje	Počet zam.	Výdaje	Počet zam.
2001	807	1 859	652	1 838	7 216	4 159	319	546
2002	848	1 920	829	2 152	7 614	4 738	424	752
2003	1 027	2 068	712	1 733	6 960	5 256	428	685
2004	1 146	2 161	836	1 944	7 238	5 250	529	789
2005	1 610	2 430	1 130	2 286	8 561	5 044	707	845
2006	1 713	2 668	1 334	2 465	8 525	5 587	517	791
2007	1 787	2 626	1 394	2 514	10 560	5 755	538	818
2008	1 967	2 692	1 767	2 376	9 782	5 894	698	931
2009	2 123	2 933	1 600	2 690	10 051	5 927	646	905

Zdroj: Český statistický úřad

Míra ekonomické aktivity

Míra ekonomické aktivity vyjadřuje podíl pracovní síly (tj. ti, kteří jsou zaměstnaní i nezaměstnaní) na celkovém počtu obyvatel starších patnácti let. Následující graf znázorňuje vývoj tohoto ukazatele v Jihočeském kraji a krajích sousedních.

Graf č. 2: Míra ekonomické aktivity ve vybraných krajích



Zdroj: Český statistický úřad, vlastní práce

Z výše uvedeného grafu jasně vyplývá, že míra ekonomické aktivity ve všech sledovaných regionech postupně klesá. Zatímco hodnota tohoto ukazatele v Jihočeském kraji v roce 2001 činila 60,8 %, v roce 2010 již pouze 58,0 %. V roce 2010 byla míra ekonomické aktivity v Jihočeském kraji nejnižší ze všech sledovaných krajů.

Zhodnocení uvedených charakteristik

Shrme-li postavení Jihočeského kraje z hlediska všech výše uvedených statistik, lze říci, že:

- a) Tempo růstu HDP Jihočeského kraje je srovnatelné s tempem růstu tohoto ukazatele v celé České republice.
- b) Při porovnání ukazatele HDP na obyvatele Jihočeského kraje a celé České republiky lze říci, že Jihočeský kraj dosahuje 86 % celorepublikového průměru tohoto ukazatele.
- c) Míra nezaměstnanosti je v Jihočeském kraji nižší, než je celorepublikový průměr, počet pracovních míst se však zejména v roce 2009 prudce snížil, v roce 2010 začal opět nepatrně růst.
- d) Průměrná mzda v Jihočeském kraji nedosahuje celorepublikového průměru.
- e) Míra ekonomické aktivity v Jihočeském kraji je v posledních letech (od roku 2008) nižší, než v sousedních regionech.

Disparity mezi regiony v České republice a jejich řešení

Jak vyplývá z výše uvedených statistik, mezi kraji v České republice existují značné rozdíly (HDP, průměrné mzdy, nezaměstnanost, vývoj výdajů na vědu a výzkum apod.). To je způsobeno různými faktory (např. vzdělanost obyvatel, dopravní dostupnost kraje, útlum dříve dominantních průmyslových odvětví apod.).

Řešením této problematiky se zabývají zejména:

- a) Zákon č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje, ve znění pozdějších předpisů.
- b) Strategie regionálního rozvoje České republiky.
- c) Státní programy podpory regionálního rozvoje.
- d) Programy rozvoje krajů.

Na základě výše uvedených informací jsou dále uvedena určitá doporučení, díky jejichž realizaci by se mohly zlepšit ekonomické ukazatele Jihočeského kraje:

- a) Implementace technických oborů (zejména strojírenských oborů) do nabídky vysokých škol na území kraje. Na území Jihočeského kraje působí několik významných strojírenských firem, které nemají dostatek odborníků. Je zde také pozorován odliv absolventů středních škol, zaměřených na strojírenství, do jiných krajů (zejména Plzeňský a hl. město Praha), kde jsou vysoké školy, které nabízejí strojírenské obory.
- b) Rozšíření spolupráce mezi školskými zařízeními a praxí (zejména s cílem flexibilně přizpůsobovat nabídku studijních oborů a programů potřebám praxe).
- c) Zlepšení dopravní dostupnosti Jihočeského kraje (zejména dostavba dálnice D3: Praha – Tábor – České Budějovice – Rakousko).
- d) Rozvoj cestovního ruchu, lázeňství a kongresové turistiky (zvýšení úrovně služeb v oblasti cestovního ruchu, jazykovou vybavenost personálu v těchto službách apod.).
- e) Intenzivní spolupráce zejména s Rakouskem v oblasti cestovního ruchu (turistické, kulturní a jiné aktivity).
- f) Dokončení projektu letiště České Budějovice (vznik veřejného mezinárodního letiště).

Závěr

Na základě provedené analýzy lze učinit závěr, že z hlediska makroekonomických ukazatelů nedosahuje Jihočeský kraj celorepublikového průměru (např. HDP, přepočítaný na jednoho obyvatele dosahuje v kraji pouze 86 %, průměrná mzda též nedosahuje tohoto průměru, ukazatel míry nezaměstnanosti je nepatrně nižší než je celorepublikový průměr).

Mezi kraji v České republice existují poměrně velké disparity. Ty jsou způsobeny různými faktory, například horší dopravní dostupností určitých krajů, různou vzdělanostní skladbou obyvatel a podobně. Řešením pro Jihočeský kraj může být zejména zlepšení dopravní dostupnosti (dálnice D3, železniční koridor), efektivní spolupráce regionálních vysokých škol s praxí (týká se zejména nabídky studijních oborů a stáží studentů). V jižních Čechách je celá řada strojírenských firem, ale není zde žádná

vysoká škola, která by nabízela strojírenské obory, proto dochází k odlivu potenciální pracovní síly do jiných měst (Praha, Plzeň apod.). Ne vždy se ale absolventi těchto oborů do jižních Čech opět vrací.

Dalším podstatným krokem je zvýšení úrovně služeb v lázeňství a cestovním ruchu obecně (zejména spolupráce různých subjektů na tvorbě uceleného produktu cestovního ruchu atraktivního pro potenciální zákazníky) a efektivní využití potenciálu jižních Čech v oblasti kongresové turistiky (existuje zde celá řada vhodných prostor, které nejsou optimálně využívány). V neposlední řadě je nutné též realizovat již započaté projekty (např. dokončení letiště v Plané apod.).

Literatura

- [1] Český statistický úřad [online]. 2011 [cit. 2011-11-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz>>.
- [2] FRAIT, J., ZEDNÍČEK, R. a kol. *Makroekonomie pro základní a středně pokročilý kurz*. Ostrava : MeProm. 1996. ISBN 80-7078-296-X.
- [3] KAHOUN, Jaroslav. *Měření regionálního HDP: důchodový a produkční přístup*. Ekonomické listy [online] 2011, [cit. 2011-11-01]. Dostupný z WWW: <http://www.vsem.cz/data/data/ces-soubory/ekonomicke_listy/gf_Ekonomicke%20listy_0511.pdf>. ISSN 1804–416.
- [4] OPEKAROVÁ, L. *Makroekonomie*. České Budějovice : VŠTE V ČB. 2009. ISBN 978-80-87278-08-6.
- [5] PAVELKA, T. *Makroekonomie – základní kurz*. Praha : Melandrium. 2006. ISBN 80-86175-46-6.
- [6] Regionální rozvojová agentura jižních Čech : *SWOT analýza Jihočeského kraje* [online]. 2011 [cit. 2011-11-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.rera.cz/index.php?documentID=110>>.

Kontaktní údaje

Ing. Lukáš Kučera

Katedra ekonomiky a managementu

Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích

Okružní 517/10, 370 01 České Budějovice

e-mail: kucera.lukas@centrum.cz

Podpora cestovního ruchu ve vybraných mikroregionech ČR

Petra Létalová, Jaroslav Jánský

Abstrakt

Cestovní ruch může mít vliv na rozvoj regionů, mikroregionů i samotných obcí. Ovšem také rozvoj obce může významně podpořit rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti. Cílem příspěvku je posoudit potenciální faktory, jež ovlivňují kvalitu života ve vybraných mikroregionech ČR, ale zejména se podílí na rozvoji cestovního ruchu v dané oblasti. Faktory jsou posuzovány na základě dotazníkového šetření mezi starosty obcí vybraných mikroregionů.

Klíčová slova

Cestovní ruch, mikroregion, kraj, dotazníkové šetření, kvalita života

Úvod

Cestovní ruch, často označovaný také jako turismus, bychom snad mohli popsat jako cestování lidí (turistů) za zážitky, aktivitami, odpočinkem, poznáním atd. Často jde o přechodné pobyty ve vybraných oblastech, jež mají obvykle naplnit určitá očekávání. Ovšem cestovní ruch představuje zejména také řadu služeb, které mají právě takové cestování turistů podpořit a zajistit. Mohou to být služby dopravní, informační, stravovací, ubytovací, ale i průvodcovské, zábavní, kulturní, pojišťovací apod. Lze tedy předpokládat, že oblast cestovního ruchu má významný vliv nejen na hospodářství celé ekonomiky, ale že se také významně podílí na rozvoji regionů, mikroregionů i samotných obcí. Cestovní ruch je spojen mj. s řadou kulturních a sportovních aktivit, které se mohou rovněž podílet na rozvoji různých územních jednotek a jsou zejména těm nejnižším správním jednotkám (obcím) také nejbližší.

Cestovní ruch tedy může mít velký význam pro rozvoj obce, mikroregionů, regionu i celé ekonomiky. Tuto oblast však můžeme nahlížet i opačně, tedy jakým způsobem může rozvoj obce podpořit cestovní ruch v dané oblasti? Je patrné, že cestovní ruch může být

zdrojem jistých disparit mezi jednotlivými obcemi a mikroregiony. V letech 2007 a 2010 byla provedena dvě dotazníková šetření, jež byla zaměřena na rozvoj vybraných mikroregionů pohlížený ze strany starostů, zejména byla hodnocena oblast přírodních a sociálně kulturních podmínek.

Kvalitu života lze v mikroregionech včetně jednotlivých obcí posuzovat podle indikátorů životního prostředí, ukazatelů zdraví a nemoci, úrovně bydlení, mezilidských vztahů, volného času, možností podílet se na řízení společností, dále podle osobní i kolektivní bezpečnosti, sociálních jistot a občanských svobod [5]. Problematika kvality života mikroregionů byla analyzována Jánským a Juřicou [1], Jánským a Somerlíkovou [2], Jánským a Létalovou [3], [4].

Materiál a metody

Cílem příspěvku je posoudit potenciální faktory, jež ovlivňují nejen kvalitu života ve vybraných mikroregionech ČR, ale zejména se podílí na rozvoji cestovního ruchu v dané oblasti. Obdobně se lze zamyslet nad otázkou, jak případný cestovní ruch ovlivňuje rozvoj obcí a regionů.

Podkladová data pro posouzení zmíněných faktorů byla získána v rámci dotazníkových šetření, jež byla realizována v letech 2007 a 2010. Celá problematika bude analyzována pouze z pohledu starostů a to ve vybraných mikroregionech Běleč, Lučina a Hranicko. Mikroregiony Běleč a Lučina leží v Plzeňském kraji. Mikroregion Běleč je tvořen 16 samosprávnými obcemi severně od Klatov v okresech Klatovy a Domažlice. Mikroregion Lučina zahrnuje 15 obcí pouze v okrese Tachov. Mikroregion Hranicko je tvořen 21 obcemi a nalézá se v kraji Olomouckém v okrese Přerov.

Výsledky a diskuse

Samotný rozvoj obce je obvykle umožněn především z různých dotačních titulů, jak také uvádí většina starostů obcí, jež tvoří vybrané mikroregiony. Tyto dotační tituly podporují současně i cestovní ruch v obci a mnohdy si to občané ani neuvědomují nebo to není zcela zřejmé. Jde např. o investice do dopravy a komunikací, na opravu památek či kulturních domů, úpravu obce, osvětlení, zeleň atd.). Využíván je především Program stabilizace a obnovy venkova. Naopak v oblastech, kde podmínky (zejména přírodní a kulturní) umožňují

realizovat cestovní ruch, je možné zajišťovat další rozvoj regionu i z jiných zdrojů, než jsou dotace.

Přínos mikroregionu

Ve všech sledovaných mikroregionech lze zaznamenat kladný posun v názorech na přínos mikroregionu. Zatímco dříve se vždy našel alespoň jeden starosta, který žádný přínos pro obec neviděl, v dalším šetření již všichni starostové viděli přínos mikroregionu pro rozvoj obcí.

V mikroregionu Běleč je prostřednictvím mikroregionu cestovní ruch podporován zejména díky propagaci území, realizací společných kulturních akcí, zajištěním vysoké informovanosti právě v oblasti turismu, jsou realizovány internetové stránky mikroregionu, informační tabule, letáky o mikroregionu („Poznej Pošumaví“), mikroregion poskytuje finanční prostředky na propagační materiály na cyklostezky, jsou pořádány projekty o podnikání v cestovním ruchu, obce vzájemně spolupracují a půjčují si například festivalový stan. Je možno říci, že členství obcí v mikroregionu Běleč jim přináší významnou podporu rozvoje cestovního ruchu i celé obce.

V dalších zvolených mikroregionech je již podíl na rozvoji cestovního ruchu menší. V mikroregionu Lučina starostové hovoří nejvíce o spolupráci obcí v oblasti kulturního dění a o získávání zkušeností. Členství v mikroregionu ale také zajišťuje rozvoj kultury, propagaci obce a rovněž vzájemné zapůjčování stanů, pivních setů včetně aparatury apod. V mikroregionu Hranicko je situace velice obdobná, výměna zkušeností a spolupráce obcí je největším přínosem pro rozvoj obce a tím nabízí i potenciální možnosti rozvoje cestovního ruchu. Přínosem je i samotná propagace obce a zajišťování společenských a kulturních akcí.

Obecně lze k rozvoji obcí a tím i celých mikroregionů říci, že došlo k pozitivnímu posunu přínosů mikroregionů pro rozvoj obcí. Stále jsou nejčastěji zmiňovány přínosy v podobě realizace společných projektů, roste význam spolupráce obcí, mnohem častěji je také zmiňován samotný rozvoj obce. V novém dotazníkovém šetření se také objevuje přínos v podobě propagace mikroregionu a jeho obcí či prezentace obcí. Výjimku však představuje mikroregion Lučina, kde starostové dříve zmiňovali přínos mikroregionu v rozvoji především cestovního ruchu a zvýšení návštěvnosti obce.

Přínos MAS

Rovněž místní akční skupiny mají relativně velký podíl na rozvoji obcí. V obecném měřítku je jejich přínos mnohdy podobný k přínosu mikroregionu – např. v oblasti spolupráce obcí, předávání zkušeností apod. V oblasti rozvoje cestovního ruchu můžeme však najít již konkrétní přínosy v jednotlivých mikroregionech. Přínos MAS je zřejmý zejména v mikroregionu Běleč a Lučina. V mikroregionu Běleč MAS zejména propaguje činnost mikroregionu, rozvíjí cestovní ruch, propaguje obce na internetu, snaží se obce zviditelnit. Tyto činnosti se oproti roku 2007 výrazně zvýšily nebo dokonce do roku 2007 nebyly vůbec zmiňovány jako přínos MAS. V mikroregionu Lučina MAS zajistila dotaci na revitalizaci kostela sv. Anny, je řešena propagace obce a doprava a turistika. MAS rovněž prezentuje obce a zajišťuje kulturní a společenské akce.

MAS v mikroregionu Hranicko přináší nejvíce pomoc při rozvoji obce podporou společenských a kulturních akcí.

Přínos kraje

V neposlední řadě byli starostové obcí vybraných mikroregionů dotazováni, jaký přínos má kraj pro rozvoj obce. V šetření realizovaném v roce 2007 se v každém mikroregionu alespoň tři starostové vyjádřili, že kraj nemá žádný přínos pro rozvoj jejich obce. V šetření následujícím, tj. v roce 2010, se však již tento negativní postřeh ukázal pouze u jednoho starosty v mikroregionu Hranicko. V ostatních obcích tohoto mikroregionu se však projevila relativně vysoká podpora rozvoje obce i cestovního ruchu. Zejména se jedná o finanční podporu v podobě příspěvků zejména na sanace povodňových škod, dále na kulturní akce, opravu náměstí a okolí, rekonstrukci zámku či obnovu památek, výletišť nebo kulturní dům. Velmi často je uváděna také podpora v podobě příspěvků na opravu komunikací, vystavění chodníků, zastávek, příspěvků na veřejná osvětlení, řešení špatné dopravní situace atd. Takovýto druh podpory ze strany kraje lze zaznamenat také v obcích dalších sledovaných mikroregionů. Na druhé straně existuje názor, že systém přidělování dotací není správný, že existují problémy při získávání dotací a bez nich že není možný rozvoj obce.

V obcích mikroregionu Běleč kraj podporuje nejen cestovní ruch zejména zajišťováním informačních tabulí pro návštěvníky mikroregionu. I zde však

existuje pro jednoho starostu problém a to jsou problémy s památkovou péčí. V mikroregionu Lučina je přínos kraje spatřován v propagaci daných oblastí a přímo podporou cestovního ruchu.

Dopad chráněného území v katastru obcí

Pravděpodobně bychom spíše očekávali, že pokud je součástí katastru obce nějaké chráněné území, bude mít spíše pozitivní dopad na kvalitu života v obci, především pro zvýšení turismu, rekreace, existence naučných stezek apod. Z dotazníkového šetření však vyplývají různé názory, nutno podotknout, že převažují spíše ty o negativním dopadu chráněného území na rozvoj obce.

V obcích mikroregionu Běleč je znatelný zmiňovaný negativní pohled. Chráněné území představuje spíše omezení pro obec v podobě zákazů, omezeného parkování apod. Např. také národní kulturní památka (hrad Švihov) nemá příliš pozitivní dopad pro zlepšení života, opět ve smyslu různých zákazů, občané musí při každé úpravě žádat o vyjádření památkáře. Ovšem právě tato národní kulturní památka na druhou stranu významně podporuje cestovní ruch, pořádání festivalů apod. Další starostové zmiňují, že součástí obcí jsou např. naučné stezky, turistické trasy, cyklotrasy a to vše může mít spíše pozitivní dopad na rozvoj obce prostřednictvím cestovního ruchu.

V mikroregionu Lučina se nejvíce setkáváme se skutečností, že součástí obce či okolí jsou naučné stezky, cyklostezky, hipostezky a to vše přispívá k rozvoji turismu. Můžeme se však setkat i s odpovědí jednoho starosty, jehož obec sice je součástí chráněného území, rovněž centrum obce je vyhlášeno vesnickou památkovou zónou, ale žádné přínosy pro obec např. v podobě zvýšení turistů nepociťuje. Za zmínku stojí také poněkud opačný pohledu na rozvoj cestovního ruchu, kdy místní částí konkrétní obce je louka (přírodní památka), kde jsou vzácné květiny. Protože obec přispívá k ochraně tohoto území, je ráda, že tam turisté příliš nechodí. Důvodem jsou obavy ze zničení této „krásky“.

Obdobně lze situaci hodnotit také v mikroregionu Lučina. Někteří starostové uvádí, že chráněné území pomáhá k propagaci nebo že ochranné pásmo v okolí zámku podporuje cestovní ruch a tím i podnikatelské aktivity. Více se však znovu setkáváme se zkušenostmi, kdy se např. přírodní památka nevyužívá k turistice nebo městská památková zóna, naučná stezka apod. nemá téměř žádný význam pro

zvýšení kvality života v obci. V některých případech státní přírodní rezervace spíše omezuje vlastníkům lesních pozemků jejich užívání, jak tedy starosta uvádí, chráněné území spíše neprospívá.

Realizované podpory cestovního ruchu

Ve všech sledovaných mikroregionech, resp. jejich obcích, dochází k realizaci řady opatření, jež přímo či nepřímo podporují i rozvoj cestovního ruchu. Dotace využití na zlepšení občanské vybavenosti obce, zlepšení komunikace či podpora podnikatelských aktivit, to vše může současně podpořit také rozvoj cestovního ruchu.

Vybraná obec mikroregionu Běleč uvádí, že propaguje a podporuje místní podnikatele zejména v cestovním ruchu, tzn. snaží se rozvíjet zejména ubytovací a stravovací podnikatelské aktivity. Např. již asi 15 let jim nezvyšuje pronájem nebytových prostor města apod. V jiné obci je zřejmá i podpora ze strany občanů. Dalším zdrojem cestovního ruchu může být rovněž vybudování koupaliště, kiosku a kempu, kde se také pořádají country večery. Lze říci, že obce se snaží svým obecním majetkem rozvíjet podnikatelské aktivity v cestovním ruchu. Nejčastěji se jedná právě o zmíněný pronájem prostor. Jeden ze starostů přímo uvádí, že se cestovní ruch začíná rozvíjet díky památkám (barokní kaplička z 18. století, památný strom – 600 let stará hruška, starý špýchar). Ovšem současně zmiňuje problém v podobě chybějícího penzionu.

V mikroregionu Lučina se podpora cestovního ruchu nezdá být tak rozsáhlá jako v sousedním mikroregionu Běleč. Nejvíce se podpora projevuje návrhem nebo realizací cyklostezek, otevřením restaurace nebo využitím přírodních podmínek – konkrétně se jedná o využití místní části jako přírodního divadla, kde se pravidelně koná velká pouť, při níž se hraje divadla pro dospělé i děti.

V mikroregionu Hranicko lze za podporu cestovního ruchu považovat např. přebudování zchátralých obecních nemovitostí a jejich předání podnikatelům, jsou vysazovány listnaté stromy, je zde příroda vhodná pro cykloturistiku a turistiku, je podporováno rekreační a volnočasové využití, byly vystavěny obchodní centrum, plavecký areál, sportoviště, obnoveno výletišť, byl zrekonstruován zámek a park a zejména zahájena výstavba dvou soukromých ubytovacích zařízení.

Všeobecně ve všech mikroregionech můžeme spatřovat podporu cestovního ruchu také např. v aktivitách obce týkajících se zajištění vyšší

občanské vybavenosti obce, v řadě z těchto obcí byly zrekonstruovány či nově postaveny kulturní domy, jsou pořádány kulturní a sportovní akce, je kladen důraz na okolí a hezkou přírodu. Obce se snaží nezemědělskou půdu přeměňovat na cyklotrasy, veřejnou zeleň, rekreační účely, hřiště, prostory pro sportovní a kulturní účely.

Zlepšuje se dopravní spojení, klesá četnost názorů na nedostatečné zajištění volnočasových aktivit, společenských místností, kulturních domů či hřišť.

Omezení rozvoje cestovního ruchu

Obce v některých případech nerozvíjí svým majetkem podnikatelské aktivity, a to z konkrétních důvodů. Obvykle také občanům chybí obchod nebo např. kulturní zařízení (kulturní dům, společenská místnost apod.), jeví se nedostatečná dopravní obslužnost. Některé z těchto skutečností se mohou podílet na omezení rozvoje cestovního ruchu. Jaká je situace opět v jednotlivých mikroregionech?

Mikroregion Běleč se oproti Lučině jeví z pohledu cestovního ruchu lépe. Nejenže zaznamenává větší potenciál pro podporu cestovního ruchu, ale také problémy nejsou tolik zmiňovány. V jedné obci starosta konstatuje nízkou úroveň restaurací, ubytování a dalších služeb pro turisty. To se negativně podepisuje na cestovním ruchu především proto, že obec zaznamenává asi 35 tisíc návštěvníků hradu za rok. Jiná obec má problém s příjmy, což jim neumožňuje zajistit vodovod, kanalizaci a napravit slabý příkon elektrické energie. Obec za těchto podmínek nemůže podporovat podnikatele.

Naopak dotazníky z obcí mikroregionu Lučina poukazují na více problémů při rozvoji cestovního ruchu. Dle jednoho starosty škodí rozvoji obce zákony. Přímo proběhla beseda, na které se řešila otázka cestovního ruchu a kde se obce snažili vysvětlit problém s tím, že „ačkoliv chce podnikatel stavět penzion, projekt zatím stojí kvůli změně územního plánu a bude se čekat nejméně 2 roky. Špatný zákon tak brzdí rozvoj obcí.“ Také jiné obce pociťují nedostatek možností ubytování. Specifická potíž je v jedné obci s bioplynkou, která byla postavena asi 250 m od kostela a kazí vzhled obce. Jinde je problém se zkvalitněním komunikací, s čímž údajně „krajský úřad vůbec nepomáhá“.

Rovněž v mikroregionu Hranicko některé obce pociťují nedostatek finančních prostředků, mají problémy při získávání dotací. Některé proto

nemají možnosti rozvíjení podnikatelských aktivit, případně o podporu ani není zájem nebo úplně chybí zaměření se na turistiku.

Závěr

Již samotná účast obcí v mikroregionech je významným krokem k podpoře cestovního ruchu v konkrétních oblastech. Z předložených výsledků vyplývá, že starostové mikroregionu Běleč si kladou za cíl zachování lidových tradic, kladou důraz na kulturní život, snaží se aktualizovat komunitní plán sociálních služeb, snaží se rozvíjet cestovní ruch. V obcích mikroregionu Lučina starostové poukazují na více problémů při rozvoji cestovního ruchu. Projevil se i názor strosty, že rozvoj obcí nedostatečně podporují i zákony. Na druhé straně, starostové obcí mikroregionu Hranicko uvádí především potřebu finančních prostředků, snaží se tyto prostředky zajistit k rozvoji spokojenosti občanů svých obcí.

Literatura

- [1] Jánský, J., Juřica, A.: Komparace indikátorů kvality života v oblasti přírodních zdrojů vybraných mikroregionu v České republice. Sborník příspěvků z mezinárodní vědecké konference Region v rozvoji společnosti 2010. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2010. s. 94-99. ISBN 978-80-7375-435-8.
- [2] Jánský, J., Somerlíková, K.: Analýza disparit sociálních podmínek v regionech ČR. Sborník příspěvků z mezinárodní konference Firma a konkurenční prostředí. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2010. s. 204-209. ISBN 978-80-7375-385-6.
- [3] Létalová, P., Jánský, J.: Posouzení sociálních aspektů mikroregionů Běleč a Lučina. Sborník příspěvků z odborných seminářů Možnosti řešení disparit v regionech Běleč, Lučina a Hranicko [CD-ROM]. Brno: Mendlova univerzita v Brně, 2010. s. 83-95. ISBN 978-80-7375-408-2.
- [4] Létalová, P., Jánský, J.: Posouzení sociálních aspektů v obcích regionů Hranicko a Podluží. Sborník příspěvků z odborných seminářů Možnosti řešení disparit v regionech Běleč, Lučina a Hranicko [CD-ROM]. Brno: Mendlova univerzita v Brně, 2010. s. 146-155. ISBN 978-80-7375-408-2.

- [5] Vaňurová, H., Mühlbacher, P.: *Kvalita života” Teoretická a metodologická východiska*, Brno: Masarykova univerzita, 1. vyd., 146 s. ISBN 80-210-3754-7.

Kontaktní adresa

Ing. Petra Léťalová, Ph.D.

Katedra ekonomických studií, Vysoká škola polytechnická Jihlava

e-mail: letalov@vspj.cz

Doc. Ing. Jaroslav Jánský, CSc.

Katedra ekonomických studií, Vysoká škola polytechnická Jihlava

e-mail: jansky@vspj.cz

Segmentácia návštevníkov wellness vo vybraných regiónoch cestovného ruchu na Slovensku

Radka Marčeková

Abstrakt

Cieľom state je segmentovať návštevníkov wellness v súvislosti s ich životným štýlom vo vybraných regiónoch cestovného ruchu na Slovensku. Ide o segmentáciu návštevníkov wellness v Dolnopovažskom, Hornonitrianskom, Ipeľskom, Liptovskom, Pohronskom, Severopovažskom a Tatranskom regióne cestovného ruchu. Stať identifikuje štyri segmenty návštevníkov wellness v súvislosti s ich životným štýlom. Testuje hypotézu, že vo vybraných regiónoch cestovného ruchu na Slovensku existujú prijateľne stabilné zhluky návštevníkov wellness. Zo štatistických metód využíva zhlukovú analýzu metódou Two Steps Cluster, z teoretických metód analýzu, syntézu, abstrakciu, komparáciu a dedukciu.

Kľúčové slová

Návštevník. Segmentácia trhu. Wellness. Životný štýl.

Úvod

Trend wellness sa v Slovenskej republike začal presadzovať až koncom 20. a začiatkom 21. storočia. Jeho rozvoj súvisí so zmenou v životnom štýle obyvateľstva. Kým v minulosti sa považovalo za dôležité dodržiavať lekármi predpísanú liečbu v prípade vzniknutého ochorenia, dnes sa dostáva do popredia zdravý životný štýl a prevencia pred ochorením, ktorá je v rukách jednotlivcov. Životný štýl sa u jednotlivcov prejavuje aj v ich účasti na cestovnom ruchu. Wellness pobyty sa stávajú čoraz častejším motívom cestovania návštevníkov. Mnohí považujú wellness za súčasť životného štýlu, ktorý vedie k harmónii mentálneho (duševného) a fyzického zdravia alebo za životnú filozofiu. Wellness ako megatrend v cestovnom ruchu sa v niektorých Európskych krajinách

dlhodobo uplatňuje a mnohé wellness zariadenia dosahujú vynikajúce ekonomické výsledky. V Slovenskej republike je wellness cestovný ruch v súčasnosti vo fáze rozvoja. Významne prispieva k rozvoju regiónov na Slovensku, pretože okrem iného pomáha vyrovnávať nepravidelnosť vývoja cestovného ruchu vplyvom sezónnosti.

V príspevku skúmame návštevníkov wellness. Chápeme ich ako účastníkov cestovného ruchu, ktorí sú nositeľmi dopytu po wellness produktoch. Ich charakteristickým znakom je ich rôznorodosť. Vyplyva z nej okrem iného aj ich rozdielne nákupné správanie. Za dôležitú preto považujeme segmentáciu návštevníkov, ktorá umožňuje ich rozdelenie do skupín podľa určitých kritérií. Na základe segmentácie návštevníkov môžeme predpokladať určitú homogenitu v nákupnom správaní identifikovaných skupín.

Materiál a metodika skúmania

Cieľom príspevku je segmentovať návštevníkov wellness v súvislosti s ich životným štýlom vo vybraných regiónoch cestovného ruchu na Slovensku. Testujeme hypotézu, že v skúmanej oblasti na Slovensku existujú prijateľne stabilné zhluky návštevníkov wellness.

Verifikáciu hypotézy uskutočníme štatistickým vyhodnotením primárneho kvantitatívneho prieskumu v programe PASW SPSS, verzia 18,0, využitím metódy zhlukovej analýzy Two Steps Cluster (dvojkroková zhluková analýza).

Primárny prieskum sme uskutočnili medzi návštevníkmi wellness vo vybraných zariadeniach a regiónoch cestovného ruchu v Slovenskej republike.

Pri výbere regiónov sme vychádzali z ich rozdelenia na základe nosných skupín aktivít, ktoré je obsahom Regionalizácie cestovného ruchu v Slovenskej republike. Za nosné skupiny aktivít, výrazne súvisiace s problematikou wellness, považujeme pobyt pri termálnych vodách a kúpeľnú liečbu, pretože wellness sa v cieľových miestach realizuje najmä v spojitosti s vodou (zahŕňa aj produkty spa ako pod kategóriu wellness produktov). Tieto požiadavky splnilo sedem regiónov cestovného ruchu. Výberový súbor tvorili náhodní návštevníci vybraných podnikov wellness cestovného ruchu v Dolnopovažskom, Hornonitrianskom, Ipeľskom, Liptovskom, Pohronskom, Severopovažskom a Tatranskom regióne cestovného ruchu. Medzi

vybrané podniky patrili poskytovatelia služieb wellness, ochotní participovať na prieskume. Išlo o hotely, zariadenia liečebných kúpeľov a akvaparky.

Pri získavaní informácií sme použili primárne a sekundárne zdroje. Zo sekundárnych zdrojov sme využili najmä metódou excerpcie získané poznatky z dostupnej domácej a zahraničnej literatúry, ktoré nám pomohli ujasniť si teoretické východiská skúmanej problematiky.

Primárne zdroje sme získavali kvantitatívnym prieskumom metódou opytovania prostredníctvom dotazníka, ktorý zostavila Medzinárodná asociácia vzdelávania v cestovnom ruchu a vo voľnom čase ATLAS. Dotazník obsahoval 27 otázok, z ktorých časť bola orientovaná na aktuálny pobyt (v čase jeho vyplňania návštevníkom), časť otázok sa týkala každodenného (bežného) života návštevníkov. Otázky v dotazníku boli zamerané na životný štýl respondentov, na motívy ich návštevy wellness zariadení v cestovnom ruchu a spotrebiteľské správanie. Obsahoval uzatvorené otázky s viacerými možnosťami výberu, otvorené asociačné otázky, selektívne otázky s ohraničeným počtom odpovedí, uzatvorené dialógové otázky, otázky dichotomické a otázky s metódou škálovania. Zber informácií v teréne sme realizovali v rokoch 2009 až 2011 s pomocou piatich anketárov. Jeho výsledkom bola vzorka 806 respondentov. Návratnosť z celkového počtu 2015 distribuovaných dotazníkov bola 40 %. Zastúpenie jednotlivých regiónov na prieskume nebolo rovnomerné¹ (tabuľka 1).

Tabuľka 1: Podiel regiónov cestovného ruchu na primárnom prieskume (v %)

Región cestovného ruchu	Podiel regiónu na výsledkoch prieskumu v %
Ipeľský	4,8
Pohronský	6,1
Hornonitriansky	12,6
Dolnopovažský	14,3
Tatranský	16,5
Liptovský	17,0
Severopovažský	28,7

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2011.

¹ Dôvodom nerovnomerného zastúpenia regiónov bola skutočnosť, že v každom regióne sme sa pokúšali získať späť maximálny počet dotazníkov (počet dotazníkov, umiestnený na recepcii každého podniku závisel od rozhodnutia kompetentných pracovníkov podniku). Reálny počet späť získaných dotazníkov teda závisel od ochoty podnikov a respondentov patricipovať na prieskume.

Pri štatistickom spracovaní dát sme využili zhukovú analýzu, uskutočnenú metódou Two Steps Cluster (dvojkrokové zhukovanie) s automatickým počtom segmentov. Znamená to, že štatistický softvér (PASW SPSS, verz. 18) automaticky navrhol vhodné segmenty návštevníkov, do ktorých majú tendenciu prirodzene sa zhukovať na základe nami navrhnutých segmentačných kritérií (t.j. premenných, segmentačnej bázy).

Ako segmentačné kritériá sme testovali vybrané charakteristiky životného štýlu respondentov. Išlo o postoj ku konzumácii tabaku v každodennom živote respondentov, dodržiavanie zásad racionálnej výživy, vierovyznanie, vykonávanie fitness aktivít počas ich každodenného života a ich zdravotný stav.

Domnievame sa, že na základe životného štýlu majú návštevníci wellness potenciál vytvoriť skupiny (zhluky), ktoré budú podobným spôsobom reagovať na marketingový mix podnikov. Opierame sa o teóriu Swarbrooka a Hornera (in Smith, Puczkó, 2008), ktorí tvrdia, že medzi životným štýlom návštevníkov a ich účasťou na wellness existuje väzba.

Po identifikácii segmentov ku každému priradíme profilové charakteristiky a segmenty medzi sebou porovnáme za účelom získania čo najviac konkrétnej charakteristiky návštevníkov. Identifikujeme charakteristiky, tvoriace:

geodemografický profil návštevníkov, formulovaný na základe faktorov: vek, zamestnanecký status, národnosť, veľkosť miesta trvalého bydliska, pohlavie a zamestnanie,

sociálno-ekonomický profil návštevníkov, vytvorený ako súhrn faktorov: najvyššie dosiahnuté vzdelanie; zdroj financovania aktuálneho pobytu, celkové výdavky na aktuálny pobyt a ich členenie, počet sprevádzajúcich osôb počas aktuálneho pobytu,

psychografický profil návštevníkov, zostavený na základe faktorov: priemerná dĺžka wellness pobytu počas kalendárneho roka, dĺžka aktuálneho pobytu, frekvencia wellness pobytu počas kalendárneho roka, druh ubytovania počas aktuálneho pobytu, zdroj informácií o aktuálnom pobyte, dôvod výberu cieľového miesta aktuálneho pobytu, preferované aktivity počas aktuálneho pobytu, charakteristika aktuálneho pobytu samotným návštevníkom, konzumovanie tabaku (postoj k fajčeniu)

v každodennom živote, venovanie sa fitness aktivitám v každodennom živote, dodržiavanie zásad racionálneho stravovania v každodennom živote, vierovyznanie alebo vyznávanie určitej filozofie a frekvencia wellness služieb v každodennom živote respondentov počas kalendárneho roka.

Výsledky a diskusia

Zozbierané dáta sme v prvej fáze spracovali do dátovej matice a štatisticky upravili (vylúčili sme dotazníky s chýbajúcimi, resp. nesprávne vyplnenými otázkami). Analýzou dát sme tak získali relevantnú vzorku respondentov, ktorú sme podrobili zhlukovej analýze (počet = 735).

Pri testovaní vybraných kritérií sme zistili, že tieto nevytvárajú dostatočne stabilné zhluky². Prieskum potvrdil, že dostatočne stabilné zhluky návštevníkov získame za predpokladu, že ako segmentačné kritériá použijeme výlučne tri charakteristiky životného štýlu návštevníkov a to postoj ku konzumácii tabaku v ich každodennom živote, ich vierovyznanie a ich zdravotný stav. Ďalšie dve charakteristiky, ktoré sme chceli využiť ako segmentačné premenné (charakteristika vyjadrujúca postoj návštevníkov k racionálnej výžive a postoj k vykonávaniu fitness aktivít v ich každodennom živote), stabilitu zhlukov výrazne zhoršili. Obidve charakteristiky sme preto zo segmentačných kritérií vyradili.

Zistili sme, že návštevníci wellness na Slovensku sa zhlukujú do štyroch dostatočne stabilných segmentov. Pomenovali sme ich holisticky orientovaní, pôžitkári, zdraví racionalisti a racionalisti s priemerným zdravým. Štruktúra týchto segmentov, vyjadrená pomocou parametra tzv. siluety miery súdržnosti a separácie je prijateľná a dosahuje hodnotu 0,4. Najviac návštevníkov patrí do segmentu pôžitkárov (245), nasleduje segment holisticky orientovaných (216), o niečo menej je zdravých racionalistov (154) a najmenej početný segment tvoria racionalisti s priemerným zdravým (120). Segmenty podľa základných charakteristík, vyplývajúcich zo zvolených segmentačných kritérií, definujeme v poradí od najpočetnejšieho po najmenej početný.

² Kvalita zhluku, hodnotená ako nespĺňajúca požiadavky, dosahuje hodnoty v intervale -1 až 0,25, postačujúca kvalita zhluku dosahuje hodnoty v intervale 0,25 až 0,5. V intervale od 0,5 do 1,0 sa nachádzajú zhluky s veľmi dobrou kvalitou.

Pôžitkármi sú fajčiari (100 %), ktorí prevažne nevyznávajú náboženstvo ani životnú filozofiu (60 % z nich nevyznáva náboženstvo ani životnú filozofiu vôbec, 15 % vyznáva príležitostne, 13 % pravidelne a 12 % vyznáva náboženstvo ako súčasť svojho životného štýlu) a ich zdravotný stav je prevažne priemerný, príp. dobrý (70 % ho vníma ako priemerný, 20 % ako dobrý, 8 % ako zlý a 2 percentá ako veľmi dobrý). Pôžitkári nedodržiavajú dôsledne zdravý životný štýl a doprajú si pôžitok z konzumácie tabaku v každodennom živote napriek jeho škodlivosti pre ľudské zdravie. Nejde teda o uvedomelých návštevníkov, ktorí navštevujú wellness zariadenia z cieľom preventívneho ovplyvňovania svojho životného štýlu žiaducim smerom pravidelne v období, kedy sa cítia byť zdravými. Patria sem skôr návštevníci, ktorí si uvedomujú, že fajčenie nesie so sebou riziko zdravotných problémov, niektorí z nich už cítia jeho dôsledky a nie sú ochotní, resp. nedokážu sa konzumácie tabaku v každodennom živote vzdať.

Holisticky orientovaní návštevníci sú nefajčiari (100 %), vyznávajúci náboženstvo alebo nasledujúci životnú filozofiu (50 % z nich ako súčasť životného štýlu, 30 % pravidelne a 20 % príležitostne), ktorých zdravotný stav je prevažne priemerný (45 % vníma svoj zdravotný stav ako priemerný, 30 % ako dobrý, 25 % ako zlý). Holisticky orientovaní sa starajú o vlastné zdravie a chápu ho ako celok zložený z fyzického, duševného a mentálneho zdravia. Sú naklonení spiritualite vo svojom každodennom živote, čo môže ovplyvňovať aj ich dopyt po špecifických wellness produktoch.

Do skupiny zdravých racionalistov patria nefajčiari (95 % nefajčiari, len 3 % tvoria pravidelní fajčiari a 2 % príležitostní fajčiari), ktorí nevyznávajú náboženstvo ani životnú filozofiu (95 % z nich nevyznáva, 3 % z nich vyznávajú náboženstvo alebo filozofiu ako súčasť svojho životného štýlu a 2 % vyznávajú príležitostne) a so svojim zdravotným stavom sú väčšinou spokojní (70 % z nich ho vníma ako dobrý, 20 % naopak ako zlý, 15 % ako veľmi dobrý a 5 % ako veľmi zlý). Zdraví racionalisti si osvojili návyky zdravého životného štýlu a uvedomujú si pozitívne účinky wellness produktov na organizmus, nie sú naklonení duchovnému princípu a využívajú prevažne produkty zamerané na fyzické blaho.

Racionalisti s priemerným zdravím tvoria najhomogénnejší zhluk návštevníkov. Patria sem výlučne nefajčiari (100 %), ktorí nevyznávajú náboženstvo ani nenasledujú životnú filozofiu (100 %) a majú priemerný

zdravotný stav (100 %). Od skupiny zdravých racionalistov sa výrazne líšia len horším zdravotným stavom, ak hodnotíme zdravotný stav skupiny ako celku.

Na základe najpočetnejších charakteristík návštevníkov, súvisiacich s ich životným štýlom, uvádzame v tabuľke 2 geodemografický a socio-ekonomický profil identifikovaných segmentov.

Prieskum potvrdil, že vo väčšine charakteristík geodemografického profilu segmentov existujú len nevýrazné rozdiely (do 10 %). Výraznejší rozdiel sme zaznamenali len v podieli jednotlivcov s trvalým zamestnaním na celkovom počte návštevníkov, ktorý sa u zdravých racionalistov odlišoval od podielu u pôžitkárov o 15,2 %. Konštatujeme, že v každom z identifikovaných segmentov je väčšina návštevníkov slovenskej národnosti, ich trvalým bydliskom je mesto (s počtom obyvateľov od 5000 do 100 000). Sú väčšinou produktívneho veku s takmer rovnakým zastúpením obidvoch pohlaví. Väčšina návštevníkov mala v čase prieskumu trvalé zamestnanie. Návštevníci sa pobytu zúčastnili najmä v sprievode jednej osoby a ich priemerné výdavky na pobyt sa pohybovali v rozpätí od 382,8 EUR (holisticky orientovaní) do 418,3 EUR (pôžitkári). Členenie výdavkov bolo v každom segmente približne rovnaké. Najväčší podiel tvorili výdavky na ubytovanie, nasledovali výdavky na stravu, liečebné/wellness služby a na dopravu. Najnižšie boli vo všetkých segmentoch výdavky na cestovné poistenie.

Tabuľka 2: Geodemografický a socio-ekonomický profil identifikovaných segmentov

Profil	Premenné	Identifikované segmenty			
		Pôžitkári	Holisiticky orientovaní	Zdraví racionalisti	Racionalisti s priemerným zdravým
Geodemografický	národnosť	slovenská (62,6 %)	slovenská (66,6 %)	slovenská (67,5 %)	slovenská (69,2 %)
	veľkosť miesta trvalého bydliska	mesto (52,2 %)	mesto (53,0 %)	mesto (59,1 %)	mesto (61,7 %)
	veková skupina	30 – 39 (28,2 %)	30 – 39 (27,0 %)	19 – 29 (28,1 %)	49 – 49 (26,1 %)
	pohlavie	muž (55,5 %)	muž (53,7 %)	žena (57,8 %)	žena (60,8 %)
	zamestnanecký status	trvalé zamestnanie (82,7 %)	trvalé zamestnanie (72,2 %)	trvalé zamestnanie (67,5 %)	trvalé zamestnanie (79,2 %)
Socioekonomický	počet sprevádzajúcich osôb (modus)	1	1	1	1
	priemerné výdavky na pobyt (v EUR)	418,3	382,8	482,5	402,5
	priemerné výdavky na dopravu (v EUR)	55,7	34,1	45,0	43,6
	priemerné výdavky na stravu (v EUR)	70,0	70,6	96,4	69,5
	priemerné výdavky na liečebné/wellness služby (v EUR)	68,1	71,6	59,1	56,2
	priemerné výdavky na zábavu a šport (v EUR)	24,8	27,6	25,7	21,2
	priemerné výdavky na nakupovanie (v EUR)	35,0	27,1	32,0	35,8
	priemerné výdavky na ubytovanie (v EUR)	158,8	151,8	218,0	172,5
	priemerné výdavky na cestovné poistenie (v EUR)	5,9	4,9	6,3	3,7
	najvyššie dosiahnuté vzdelanie	SŠ (53,9 %)	SŠ (49,1 %)	VŠ (53,2 %)	VŠ (56,7 %)
	zdroj financovania wellness pobytu	vlastné (79,0 %)	vlastné (75,5 %)	vlastné (79,3 %)	vlastné (72,5 %)

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2011.

Tabuľka 3: Psychografický profil identifikovaných segmentov

Premenné	Identifikované segmenty			
	Pôžitkári	Holisiticky orientovaní	Zdraví racionalisti	Racionalisti s priemerným zdravým
priemerná dĺžka pobytu, zameraného na zdravie v prepočte za 1 kalendárny rok (v počte prenocovaní)	6,1	6,4	7,3	6,1
frekvencia wellness pobytu počas kalendárneho roka	max. 1 x (45,6 %)	max. 1 x (43,8 %)	max. 1 x (41,7 %)	max. 1 x (42,2 %)
druh ubytovacieho zariadenia	hotel (25,7 %)	wellness hotel (23,8 %)	hotel (26,2 %)	hotel (22,3 %)
najčastejší zdroj informácií o wellness pobyte	internet (60,4 %)	internet (56,9 %)	internet (57,1 %)	internet (60,8 %)
rozhodnutie o výbere cieľového miesta najviac ovplyvní	pozitívna skúsenosť (47,0 %)	pozitívna skúsenosť (41,7 %)	pozitívna skúsenosť (48,7 %)	pozitívna skúsenosť (50,8 %)
preferované aktivity počas wellness pobytu	wellness aktivity (82,0 %)	wellness aktivity (81,5 %)	wellness aktivity (87,7 %)	wellness aktivity (85,0 %)
charakter pobytu	relaxačný (57,1 %)	relaxačný (52,6 %)	relaxačný (50,0 %)	relaxačný (54,6 %)
najviac využívané wellness služby počas pobytu	termálne kúpele, rehabilitácia v liečivej vode	termálne kúpele	rehabilitácia v liečivej vode	termálne kúpele
postoj k racionálnej výžive	dodržiavajú (59,2 %)	dodržiavajú (54,6 %)	nedodržiavajú (46,1 %)	nedodržiavajú (47,5 %)
postoj k fitness aktivitám	venujú sa (61,1 %)	venujú sa (61,6 %)	venujú sa (61,2 %)	venujú sa (67,8 %)
využívané wellness služby v každodennom živote	sauna, terapie v liečivej vode, termálne kúpele, športové aktivity, masáže	sauna, terapie v liečivej vode, termálne kúpele, športové aktivity, masáže	sauna, terapie v liečivej vode, termálne kúpele, športové aktivity, masáže	sauna, terapie v liečivej vode, termálne kúpele, športové aktivity, masáže

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2011.

Zároveň sme vytvorili pre všetky identifikované segmenty psychografický profil. Konštatujeme, že medzi jednotlivými segmentmi existujú v jeho charakteristikách len nebadané rozdiely.

Najvýraznejší rozdiel sme identifikovali v počte prenocovaní jednotlivých segmentov na pobytoch, zameraných na zdravie počas kalendárneho roka. Pobyt zdravých racionalistov je v porovnaní s ostatnými segmentmi dlhší približne o 1 prenocovanie.

S ohľadom na výsledky prieskumu a zistenie, že rozdiely medzi identifikovanými segmentmi v profilových charakteristikách sú malé, sa domnievame, že zohľadnenie týchto rozdielov nie je prioritou pri tvorbe marketingového mixu pre návštevníkov wellness v zariadeniach cestovného ruchu v skúmaných regiónoch na Slovensku.

Záver

V stati sme identifikovali štyri segmenty návštevníkov wellness v súvislosti s ich životným štýlom. Domnievame sa, že by metodika segmentácie návštevníkov wellness podľa ich životného štýlu mohla byť použitá v procese ďalšieho skúmania, ako aj v podnikateľskej praxi. Hypotézu, že vo vybraných regiónoch cestovného ruchu na Slovensku existujú prijateľne stabilné zhluky návštevníkov wellness, potvrdzujeme.

Zistili sme, že pôžitkári sa od ostatných návštevníkov líšia najmä konzumáciou tabaku v každodennom živote – všetci pôžitkári sú fajčiari. Za zaujímavé považujeme možné rozšírenie prieskumu a zisťovanie, koľko z nich má záujem s fajčením prestať. V prípade priaznivého výsledku alternatívneho bádania by bolo možné orientovať ponuku služieb vo wellness cestovnom ruchu pre návštevníkov, ktorí majú ambíciu vzdať sa fajčenia, na antinikotínové programy. Holisticky orientovaní návštevníci vyznávajú náboženstvo alebo určitú životnú filozofiu. Bolo by vhodné preskúmať, ako sa tento aspekt premietne do ich potrieb a predstáv o dovolenke. Zdravotný stav zdravých racionalistov je najlepší zo všetkých návštevníkov. Toto zistenie otvára priestor na hlbšie skúmanie ich predstáv o wellness pobytoch.

Domnievame sa, že v podnikateľskej praxi zariadení vo wellness cestovnom ruchu je dôležité segmentovanie jeho súčasných a potenciálnych návštevníkov. Zistenie kľúčových oblastí spotrebiteľského záujmu a následne vytvorenie ponuky, ktorá zohľadňuje ich špecifické požiadavky, ako aj vhodne zvolený marketingový mix, vplývajú na

frekvenciu využívania wellness zariadení v cestovnom ruchu. V prípade celkovej spokojnosti návštevníkov s pobytom môžu zároveň ovplyvniť aj dodržiavanie životného štýlu wellness v každodennom živote jednotlivcov a pozitívne tak vplývať na ich zdravie.

Literatura

- [1] SMITH, M. - PUCZKÓ, L. 2008. *Health and Wellness Tourism. Hungary* : Elsevier. 2008. 400 s. ISBN 978-0-7506-8343-2.
- [2] MARČEKOVÁ, R. 2011. Výsledky vlastného prieskumu.

Kontaktné údaje

Ing. Radka Marčeková
Katedra cestovného ruchu a spoločného stravovania
Ekonomická fakulta, Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici
Tajovského 10, 974 01 Banská Bystrica

Celoživotní vzdělávání v cestovním ruchu a hotelnictví jako faktor rozvoje regionů ve znalostní ekonomice

Gabriela Marková, Alena Klapalová, Jakub Trojan

Abstrakt

Příspěvek se zabývá analýzou poptávky po kurzech celoživotního vzdělávání v oblasti hotelnictví a cestovního ruchu na území Jihomoravského kraje. Využíváme jak kvalitativní data dotazníkového šetření, tak kvantitativní data statistických ročenek a censů. Výsledky jsou pak konfrontovány s prioritami územních celků definovanými v koncepčních dokumentech těchto regionů.

Klíčová slova

Celoživotní vzdělávání, cestovní ruch, hotelnictví, znalostní ekonomika, regionální rozvoj, Jihomoravský kraj

Úvod

Další vzdělávání je nezbytnou součástí profesního života. Je zaměřeno na rozvinutí, plné využití a uplatnění lidského potenciálu (Vychová, 2008). Jeho cílem je umožnit snadnější přístup ke vzdělání a zajistit lepší uplatnění na trhu práce. Moderní přístupy v nahlížení na proces celoživotního učení považují další vzdělávání za výraznou investici do rozvoje sociálního kapitálu (Field, 2005), která reflektuje požadavky měnící se společnosti v globalizovaném světě (Edwards, 1997 nebo Jarvis, 1999).

Jihomoravský kraj si klade za jeden ze svých cílů růst vzdělanostní úrovně obyvatelstva, zkvalitnění procesů vzdělávání a zlepšení možnosti uplatnění lidských zdrojů v občanské a profesní sféře v souladu s požadavky znalostní ekonomiky tak, jak jsou popisovány v recentních teoriích regionálního rozvoje (blíže např. Blažek a Uhlíř, 2002 nebo Wokoun, 2008). Současně si Jihomoravský kraj klade za cíl, aby cestovní ruch pomáhal rozvoji území. Pro uskutečnění tohoto cíle je

potřeba mimo jiné i dostatek kvalifikované pracovní síly, která by uspokojovala požadavky návštěvníků – incomingových turistů. V Jihomoravském kraji v posledních letech roste počet ekonomických subjektů podnikajících v cestovním ruchu (statisticky vymezeném jako ubytovací a stravovací služby) vyjma posledních dvou let v období hospodářské krize. Gastronomický cestovní ruch pak patří k nejvýnosnější formě cestovního ruchu v Jihomoravském kraji. Se vzrůstajícím počtem subjektů působících ve stravování a ubytování souvisí i rostoucí nároky na kvalitu služeb. To je důvodem zvýšené poptávky po kvalifikované pracovní síle v oboru hotelnictví, cestovního ruchu a obchodu. V Jihomoravském kraji vzdělávání v této oblasti zcela chybí, což nekoresponduje s rostoucím zájmem o obory obchodu a cestovního ruchu provedené v naší analýze.

Metody

Kvalitativní data byla zjišťována formou přímého průzkumu v závěrečných pracích Gabriely Markové (2011) a Zuzany Bártkové (2011). Celkový počet dotazovaných osob činil 150. Od těchto respondentů se navrátilo 124 dotazníků, což činí 83 % z celkového vzorku. Celkový počet respondentů tvoří z 64,5 % ženy a z 34,5 % muži. Průměrný věk respondentů je 26 let (nejmladší respondent má 19 let a nejstarší 51 let). Z dotazovaných osob 50,8 % studuje a 49,2 % pracuje. V analýzách jsou používány následující typy zkratk: CR = cestovní ruch; H = hotelnictví; MCR = management cestovního ruchu; MH = management hotelnictví.

Kvalitativní data byla dále metodologicky triangulována (Denzin, 2009) v souladu s požadavky kombinovaného výzkumu socio-ekonomických věd (Tashakkori a Teddlie, 2003) formou řízených rozhovorů a semi-strukturovaných a strukturovaných interview se zájemci o CŽV v oborech – většinou profesionálů z oblasti hotelnictví, gastronomie a cestovního ruchu.

Kvantitativní data dokreslují emergenci vzdělávání v oblasti cestovního ruchu a hotelnictví. Tato data jsou převzata a analyzována z oficiálních statistických zdrojů ČSÚ, citována pod tabelárními ukazateli.

Závěr příspěvku je věnován konfrontaci výsledků výzkumu s prioritami koncepčních dokumentů. Metodologicky je tato část vedena jako deskriptivní a komparativní analýza.

Výsledky a diskuse

Výsledky jsou rozděleny do tří částí – výstupy dotazníkového šetření korigované o strukturovaná a semi-strukturovaná interview, statistickou analýzu zaměstnanosti v oblasti cestovního ruchu a hotelnictví se vztahem na území Jihomoravského kraje a komparační analýzu výstupů průzkumu s prioritami koncepčních dokumentů regionů.

Výstupy dotazníkového šetření a strukturovaných/semi-strukturovaných rozhovorů

Většina respondentů nemá ponětí, které vysoké školy nabízejí CŽV v rámci oboru CR a H. Tato skutečnost může být dána faktem, že respondenti pochází z Brna a okolí, kde není velká nabídka vysokých škol nabízející obor CR a H. 26 respondentů odpovědělo kladně na otázku, zda vědí o VŠ nabízející kurzy v oboru CR a H (viz Tabulka 1). 19 z nich odpovědělo, že zná odpovídající VŠ v Brně a 7 respondentů zná odpovídající VŠ na území ČR mimo Brno. 2 z uvedených odpovědí jsou chybné. Mendlova univerzita a Slezská univerzita sice nabízí CŽV, avšak ne v rámci cestovního ruchu a hotelnictví.

Tabulka 1: VŠ nabízející CŽV v oboru CR a H dle odpovědí respondentů

	MU	Mendlova univerzita	VŠE	VŠO Praha	VŠH Praha	Slezská univerzita
celkem 26	18	1	1	2	3	1

Zdroj: autoři

Důležitou otázkou pro výzkum je zjišťování zájmu o studium CR a H v rámci CŽV. 44 % dotázaných má o tento typ studia zájem a 56 % respondentů zájem nejeví. Ze statistického šetření Českého statistického úřadu se v rámci celoživotního vzdělávání obecně účastní formálního a neformálního vzdělávání 37,7 %. V porovnání s tímto šetřením je zájem o CŽV v rámci CR a H vyšší o 4,4 %, což vede k závěru, že o kurzy je zájem. Celkový počet studentů převyšuje počet pracujících osob o 2 respondenty. Z průzkumu vyplývá, že o odborné kurzy v rámci oboru mají zájem spíše pracující osoby než studenti. Z respondentů jeví zájem 35 pracujících osob a 19 studentů. Pracující osoby a studenti, kteří se cestovnímu ruchu a hotelnictví nevěnují, jeví téměř stejný zájem o dané odborné kurzy.

Tabulka 2: Rozdělení (ne)zájmu respondentů o odborné kurzy v rámci CŽV dle povolání a zaměření/oboru

	MCR / H / GASTRONO MIE ANO	MCR / H / GASTRONO MIE NE	MIMO OBOR ANO	MIMO OBOR NE	CELKEM
VŠ	10	24	9	19	62
POMATURITNÍ STUDIUM	0	0	0	1	1
PRACUJÍCÍ	27	17	8	9	61
CELKEM	37	41	17	29	124

Zdroj: autoři

Největší zájem je o jednotlivé kurzy pro rozšíření si poznatků kvůli práci (31 % odpovědí). Druhým preferovaným typem kurzů je komplexní vzdělání zakončené titulem Mgr./Ing. (26 % odpovědí). Nejmenší zájem je o ucelený soubor kurzů zaměřených na určitou oblast pro rozšiřování si obzoru kvůli vlastnímu zájmu. Velká část respondentů (74 %) uvedla jako hlavní důvod svého zájmu o odborné kurzy profesní růst.

Průzkum zjišťoval také finanční stránky kurzů. Respondenti odpovídali, kolik jsou ochotni zaplatit za 1 semestr CŽV. Nejvíce respondentů (56 %) je ochotno zaplatit za 1 semestr CŽV částku do 10 000 Kč. Dle výsledků prezentovaných v Tabulce 3 jsou respondenti ochotni zaplatit v průměru za hodinový kurz 370 Kč, za denní 970 Kč, dvoudenní 1932 Kč a za týdenní 4991 Kč.

Tabulka 3: Průměrná cena za jednotlivé kurzy

Typ kurzu	Průměrná cena (v Kč)
hodinový	370,00
denní	970,00
dvoudenní	1 932,00
týdenní	4 991,00

Zdroj: autoři

S poptávkou po odborných kurzech souvisí i otázka, zda si respondenti myslí, jestli je v Brně či v dojezdové vzdálenosti v rámci Jihomoravského kraje dostatečná nabídka odborných kurzů CR a H na vysokých školách. Většina respondentů (52 %) neví, zda je v Brně a blízkém okolí dostatečná nabídka odborných kurzů. 17 % respondentů si myslí, že je

nabídka kurzů CR a H dostatečná a 31 % respondentů si naopak myslí, že je nabídka nedostatečná. Skutečnost, že jedna třetina odpověděla negativně, může být dána důsledkem, že je v Brně pouze jedna VŠ, která je v rámci CŽV zaměřená na cestovní ruch, přičemž na obor hotelnictví žádná.

Statistické zdroje jako triangulační bod ověření výstupu kvalitativního průzkumu

Výsledky dotazníkového šetření jsou v příspěvku doplněny tabelovanými informacemi o situaci na trhu práce v oblastech cestovního ruchu a hotelnictví. Tato data parametrizují cílovou skupinu ve smyslu emergence poptávky po CŽV. Bereme-li v úvahu fakt, že cestovní ruch je jedním z klíčových aspektů regionálního rozvoje (zejména na jižní Moravě), pak je nezbytné sledovat nabídku a poptávku CŽV v souvislosti s významem jmenovaných oborů na trhu práce.

Vývoj zaměstnanosti v sektoru ubytování a stravování na území České republiky v letech 1999 až 2008, jak jej uvádí Český statistický úřad, je zachycen v tabulce 4 (vrchní část). V daném období vzrostl celkově počet zaměstnaných v odvětví a to téměř o 20 tisíc zaměstnanců, což představuje celkový nárůst 12,4 %. V roce 2000 došlo k mírnému poklesu v počtu žen zaměstnaných v ubytování a stravování oproti roku 1999. Od tohoto roku až do roku 2006 docházelo k postupnému růstu počtu zaměstnanců z celkových 157,4 tisíc na 187 tisíc, tedy téměř o 19 %. Poté v roce 2007 nastal pokles celkového počtu zaměstnanců ze 187 tisíc na 181,5 tisíc, tedy o 3 % způsobený výrazným snížením počtu zaměstnaných žen. Sestupný trend následoval i v roce 2008, kdy klesl počet zaměstnanců o další 4,6 tisíce oproti roku 2007, na 176,9 tisíc zaměstnaných v ubytování a stravování. Tento pokles byl způsoben značným odlivem mužů zaměstnaných v tomto odvětví. Poklesu nezabránil ani nárůst počtu zaměstnaných žen o 1,4 tisíce. Tento trend v roce 2009 dále pokračoval z důvodu ekonomické recese. Bereme-li v úvahu cykličnost ekonomiky, existuje reálný předpoklad zvyšující se poptávky (na základě vyšší zaměstnanosti) saturující pokles mezi lety 2007-2009.

Tabulka 4: Zaměstnaní v ubytování a stravování v letech 1999 až 2008 v ČR a JMK (relativní hodnoty)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Muži	42,9%	42,5%	43,9%	44,7%	44,4%	46,9%	46,4%	45,2%	43,7%	45,6%
Ženy	57,1%	57,5%	56,1%	55,3%	55,6%	53,1%	53,6%	54,8%	56,3%	54,4%
↑ Česká republika (nahore), Jihomoravský kraj (dole) ↓										
Muži	39,4%	41,3%	41,4%	43,0%	43,0%	48,6%	44,1%	41,0%	44,9%	44,7%
Ženy	60,6%	58,7%	58,6%	57,0%	57,0%	51,4%	55,9%	59,0%	55,1%	55,3%

Zdroj: Trh práce v ČR 1993-2008, Český statistický úřad, upraveno autory

Zaměstnanost v sektoru ubytování a stravování se v Jihomoravském kraji (tabulka 4) vyznačuje odlišným trendem oproti celé republice. Zatímco v celé republice je spíše postupný růstový trend s menším poklesem v posledních sledovaných letech, tak v Jihomoravském kraji dochází k výkyvům v celkovém počtu zaměstnaných během celého období let 1999 – 2008. Celkově se počet zaměstnaných na území JMK zvýšil o 23 %, tedy došlo k růstu o téměř 11 % oproti celé České republice. V roce 2007 došlo k výraznému nárůstu počtu zaměstnaných z 15,5 na 19,2 tisíc, tedy o 24 % oproti roku 2006. Nárůst byl způsoben hlavně zvýšením počtu žen v odvětví o 35 % ve srovnání s předchozím rokem. V posledním sledovaném roce byl zaznamenán mírný pokles v celkovém počtu zaměstnaných.

Ukotvení výsledků ve strategických dokumentech

Výstupy v předchozích dvou bodech indikují zájem o CŽV v Jihomoravském kraji, zároveň však také naznačují potřebu dalšího vzdělávání nepřímými ukazateli zaměstnanosti v oborech cestovního ruchu a hotelnictví. Následující komparační analýza si klade za cíl dokumentovat soulad poptávky s prioritami Jihomoravského kraje obsaženými v klíčovách koncepčních dokumentech.

Explicitně je soulad výstupů vyjádřen v Dlouhodobém záměru vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy JMK, podle nějž je cílem kraje podporovat strategie rozvoje vzdělávací soustavy vycházející ze směru č. 1 - Celoživotní učení pro všechny a jeho realizace.

K hlavním prioritám dokumentu Strategie rozvoje lidských zdrojů JMK patří rozvoj lidského potenciálu, dalšího vzdělávání určeného různým cílovým skupinám a jeho realizace. Výsledky výzkumu jsou v souladu s Prioritou 1: Rozvoj lidského kapitálu, zejména s opatřeními 1.1 (Celoživotní učení pro všechny a jeho realizace), 1.10 (Přizpůsobování vzdělávacího procesu včetně struktury vzdělávacích programů potřebám trhu práce), 1.14 (Lidské zdroje v podnikatelském sektoru (další vzdělávání)) a 1.15 (Rozvoj lidských zdrojů s cílem zvyšovat absorpční kapacitu regionu) toho dokumentu.

Ke specifickému cíli Strategie rozvoje Jihomoravského kraje prioritní osy III: Lidské zdroje, pod který spadá prioritní okruh A: Obyvatelstvo a trh práce, patří: Zvýšení podílu osob zapojených do systému celoživotního učení, rozvinutí nabídky kvalitních vzdělávacích a populárně naučných programů z hlediska potřeb trhu práce i širších potřeb kultivace lidského potenciálu. Dle Strategie JMK patří mezi problémy v cestovním ruchu nedostatečně kvalifikovaný personál, což potvrzuje úsudek o stavu odborníků v oblasti bez možností dalšího vzdělávání.

Mezi priority Programu rozvoje JMK patří Priorita A: Kvalita života obyvatel. Jedním z opatření této priority je Zlepšení a podpora kvalitního systému vzdělávání. K aktivitám tohoto opatření patří A.1.14 Rozvoj a publicita dalšího a celoživotního vzdělávání a neformální výchovy mládeže.

Výsledky výzkumu se opírají také o Regionální inovační strategii Jihomoravského kraje zejména v její poslední verzi (RIS3), neboť předcházející již nejsou v plné platnosti. Návaznost je možné vidět zejména u prioritní osy Lidské zdroje (s cíli Zvýšit kvalitu vzdělávání na středních a vysokých školách; Zvýšit absorpční kapacitu regionu pro realizaci Vav projektů; Zajistit dostatek lidských zdrojů pro podporu inovativního podnikání).

Strategický dokument Strategie pro Brno, který zdůrazňuje důležitost celoživotního vzdělávání přímo ve svém strategickém cíli 4.1.2 (Účinná politika města v oblasti rozvoje lidských zdrojů jako Vytváření podmínek pro vzdělanost obyvatel a konkurenceschopnost města Brna v evropském prostoru), je demonstrací priority přímo pro statutární město Brno.

Výsledky jsou také v souladu s Programem rozvoje cestovního ruchu města Brna, podle kterého gastronomický cestovní ruch patří k ideálním

formám CR a je mezi tahouny tohoto odvětví v kraji. Tento dokument však zároveň zdůrazňuje nutnost investice do lidských zdrojů v oblasti cestovního ruchu, neboť kvalita poskytovaných služeb nedosahuje úrovně standardně nabízené ve vyspělých ekonomikách.

Závěr

Z primárního výzkumu vyplývá, že existuje cílená poptávka po celoživotním studiu cestovního ruchu a hotelnictví. Je to zřejmé s porovnáním statistiky, kde je uvedeno, že se CŽV účastní 37,7 % obyvatel a z průzkumu v Brně má zájem o CŽV v daných oborech 44 %. Cílová skupina má tak v Jihomoravském kraji vysoký potenciál - přes mírný propad v době ekonomické recese značí dlouhodobý vývoj zvyšování zaměstnanosti v oblasti služeb spojených s hotelnictvím a cestovním ruchem. Zvyšování zaměstnanosti je vůči celorepublikovému průměru dynamičtější (o čemž vypovídají statistická data ČSÚ).

V rozporu se zvyšováním zaměstnanosti v terciárním sektoru je však nabídka dalšího vzdělávání v téže oblasti a to i přes fakt, že CŽV je ukotveno ve většině klíčových koncepčních dokumentů regionálního rozvoje. V případě zájmu o další vzdělávání jezdí uchazeči až do Prahy, neboť nejbližší vysokou školou, která má propracovaný systém dalšího vzdělávání v oborech hotelnictví a turismu, je Vysoká škola hotelová v Praze.

Přesto, že jsou evidentní tendence k posilování oblasti hotelnictví a cestovního ruchu ze strany trhu práce, spokojenost se službami nabízených v restauračních a ubytovacích zařízeních je stále poměrně nízká.

Pokud by se problém s nedostatečnou nabídkou vzdělávacích kurzů neřešil a docházelo by stále k většímu nedostatku kvalifikovaných zaměstnanců v cestovním ruchu, mohlo by to mít další dopad na kvalitu poskytovaných služeb v hotelnictví, gastronomii a celkově cestovním ruchu. S poklesem kvality služeb samozřejmě souvisí snížení počtu návštěvníků přijíždějících do Jihomoravského kraje. Tito turisté vyžadují stále vyšší úroveň poskytovaných služeb, a pokud nebude jejich požadavkům při pobytu vyhověno, bude to mít za následek jejich úbytek. Nejzávažnějším důsledkem ale může být snížení prestiže Jihomoravského kraje v důsledku špatných referencí.

Literatura

- [1] Bártková, Z. (2011): *Marketingový průzkum – analýza zájmu o studium na Univerzitě třetího věku v oboru hotelnictví a cestovního ruchu*. Bakalářská práce. Vysoká škola obchodní a hotelová, Brno, 2011. 61 s.
- [2] Blažek, J., Uhlíř, D. (2002): *Teorie regionálního rozvoje – nástin, kritika, klasifikace*. Univerzita Karlova v Praze : Nakladatelství Karolinum, Praha, 2002. 212 p. ISBN 80-246-0384-5
- [3] Denzin, N. K. (2009): *The research act : a theoretical introduction to sociological methods*. Transaction Publishers : New Brunswick (U.S.A.) a London (U.K.). 2009. 379 p. ISBN 978-0-202-36248-9.
- [4] Edwards, R. (1997): *Changing places? Flexibility, lifelong learning, and a learning society*. Routledge, 1997. 1st ed. 224 p. ISBN 978-0415-15339-3
- [5] Field, J. (2005): *Social capital and lifelong learning*. The Policy Press, 2005. 176 p. ISBN 978-186134-655-1
- [6] Jarvis, P. (1999): *Global Trends in Lifelong Learning and the Response of the Universities*. In Comparative Education, 1999. Taylor & Francis, Ltd., Vol. 35, No 2. ISSN 0305-0068
- [7] Marková, G. (2011): *Marketingový průzkum – analýza zájmu o odborné kurzy v rámci celoživotního vzdělávání v oboru hotelnictví a cestovního ruchu*. Bakalářská práce. Vysoká škola obchodní a hotelová, Brno, 2011. 73 s.
- [8] Tashakkori, A., Teddlie, CH. (2003): *Handbook of mixed methods in social & behavioral research*. Oxford: SAGE Publications, Thousand Oaks. 2003. 768 s. ISBN 0-7619-2073-0.
- [9] Vychová, H. (2008): *Vzdělávání dospělých ve vybraných zemích EU*. Vyd. 1. Praha: VÚPSV, 2008. 185 s. ISBN 9788074160172.
- [10] Wokoun, R. et al. (2008): *Regionální rozvoj. Východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování*. Linde Praha, a.s., Praha, 2008, 482 p. ISBN 978-80-7201-699-0

Kontaktní údaje

Bc. Gabriela Marková
Ekonomicko-správní fakulta Masarykovy univerzity
Lipová 41a, Brno
e-mail: 180908@mail.muni.cz

Ing. Alena Klapalová, Ph.D
Vysoká škola obchodní a hotelová
Bosonožská 9, Brno
e-mail: alenabra@centrum.cz

Mgr. Jakub Trojan
Laboratoř experimentální a aplikované geografie, Vysoká škola obchodní
a hotelová
Bosonožská 9, Brno
e-mail: trojan@hoteskolabrno.cz

Vývoj běžného účtu platební bilance ČR v oblasti cestovního ruchu za období let 1993 až 2011

Martin Maršík, Petr Zeman

Abstrakt

V článku autoři analyzují vývoj běžného účtu platební bilance v podsložce cestovní ruch. Na datech z let 1993 až 2. čtvrtletí roku 2011 autoři analyzují sezónní kolísání rozdílů příjmů a výdajů z cestovního ruchu a získaná data prokládají logaritmickou funkcí, na které je patrné, že další zvyšování příjmů do platební bilance pomocí cestovního ruchu již není reálné. Autoři dále zdůvodňují dvě atypická období, která byla v letech 1997 a 1998 popř. v letech 2002 až 2005.

Klíčová slova

Platební bilance, běžný účet, cestovní ruch, časový vývoj.

Úvod

Cestovní ruch je v současné době nejrychleji se rozvíjející odvětví světového hospodářství. Cestovní ruch významným způsobem ovlivňuje zaměstnanost obyvatelstva, hrubý domácí produkt, platební bilanci státu ale i např. přímo i nepřímo místní rozpočty obcí a měst. Přínos cestovního ruchu není ale jen ekonomický, ale umožňuje i poznávání nových lidí, kultur a rozšiřuje duševní obzory obyvatelstva.

Materiál a metody

Hlavním zdrojem dat byly pro nás údaje z Českého statistického úřadu popř. z České národní banky, kde jsme získali informace o vývoji běžného účtu platební bilance České republiky za posledních osm let. Ze statistických metod byl použit výpočet logaritmické regrese a výpočet hodnoty spolehlivosti R. Oba výpočty jsou všeobecně známy, proto zde nebudou dále rozebírány.

Výsledky a diskuze

Jak již bylo řečeno v úvodu, zahraniční cestovní ruch výrazným způsobem ovlivňuje platební bilanci státu a to tzv. běžný účet

V tabulce č.1 je zobrazen vývoj platební bilance v České republice na běžném účtu v části zahraničního cestovního ruchu za jednotlivá čtvrtletí v letech 1993 – 2011.

Tab.č.1 – Příjmy a výdaje běžného účtu platební bilance v oblasti cestovního ruchu

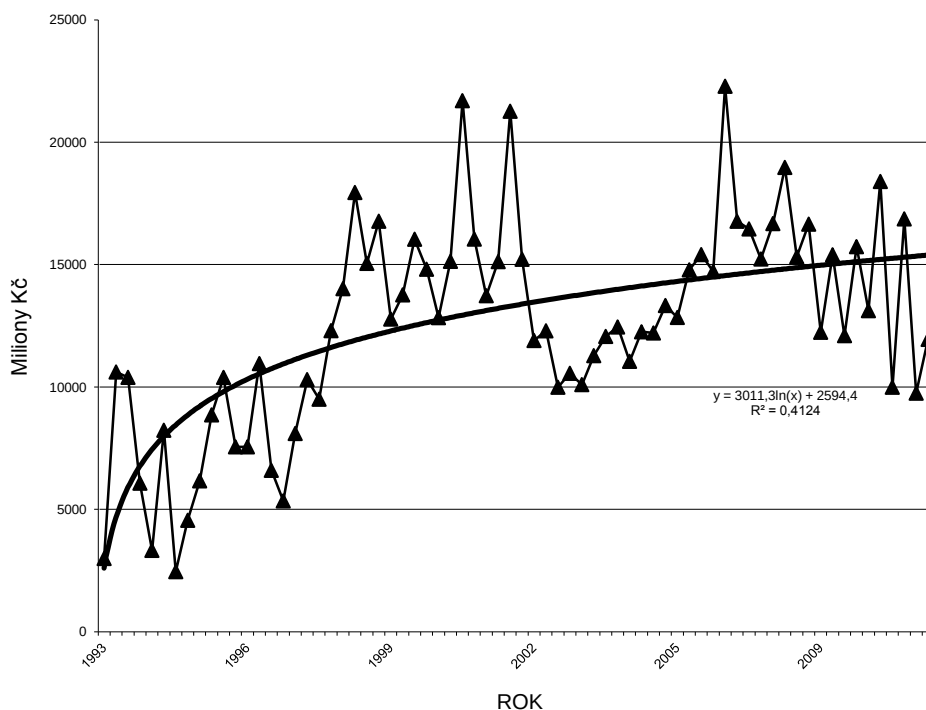
Rok	1993				1994				1995			
Čtvrtletí	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q
Příjmy	6782	13484	14387	10785	10972	19700	18962	14536	13831	19049	23766	19655
Výdaje	3789	2872	3994	4714	7648	11468	16507	9983	7667	10189	13374	12100
Rok	1996				1997				1998			
čtvrtletí	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q
Příjmy	20355	27875	34405	27985	20800	27800	35900	31200	25242	32445	37238	29977
Výdaje	12800	16920	27810	22640	12700	17500	26400	18900	11226	14500	22189	13206
	1999				2000				2001			
	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q
příjmy	22766	28143	32723	25510	22525	27472	38011	27063	23660	28523	38648	27302
výdaje	9992	14381	16687	10700	9693	12340	16315	11022	9931	13402	17384	12085
	2002				2003				2004			
	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q
příjmy	21584	25268	25893	23544	20707	24048	28989	26566	22656	25940	30087	28549
výdaje	9686	12974	15903	12986	10611	12768	16924	14116	11609	13686	17882	15222
	2005				2006				2007			
	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q
příjmy	23937	29039	33311	29241	34067	32501	35669	30677	31991	36559	36627	34652
výdaje	11096	14255	17903	14523	11781	15731	19213	15449	15316	17591	21312	18000
	2009				2010				2011			
	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q	I. Q	II. Q	III.Q	IV. Q
příjmy	31066	33891	34363	33303	29433	36813	33823	35886	27880	32868	x	x
výdaje	18831	18491	22267	17571	16315	18418	23833	19019	18134	20925	x	x

Zdroj: Česká národní banka

Platební bilanci zahraničního cestovního ruchu tvoří na straně aktiv příjmy z aktivního cestovního ruchu, pasivní stranu reprezentují výdaje na pasivní cestovní ruch.

Pokud uděláme rozdíl příjmů a výdajů platební bilance cestovního ruchu za jednotlivá sledovaná čtvrtletí a tyto údaje graficky zobrazíme, získáme graf č.1.

Graf č.1 – Rozdíl příjmů a výdajů z cestovního ruchu dle běžného účtu PB za období let 1993 - 2011



Z grafu je patrné, že Česká republika vykazuje kladné saldo platební bilance ze zahraničního cestovního ruchu. V roce 2010 byla tato aktiva přibližně 56 miliard korun. Z grafického znázornění je dále zřejmé, že razantní růst příjmů platební bilance z oblasti cestovního ruchu je již minulostí. Od roku 2005 došlo ke stabilizaci těchto příjmů v rozmezí 50 až 60 miliard českých korun a v posledních dvou letech je zaznamenáván dokonce mírný pokles těchto aktiv. Důvodem je mírný úbytek zahraničních turistů přijíždějících do ČR (tj. snížení příjmů z cestovního ruchu). Na druhou stranu se výrazně zvýšily výdaje peněžních prostředků českých turistů „utracených“ v zahraničí. Tato situace samozřejmě zhoršuje aktivní saldo běžného účtu platební bilance. Získané údaje v grafu byly proloženy logaritmickou křivkou ve

tvaru $y=3011\ln x + 2594$. Hodnota spolehlivosti R vykazuje sice velmi nízkou hodnotu 0,4124, která je ale zapříčiněna sezónním kolísáním rozdílu příjmů a výdajů běžného účtu platební bilance z podkapitoly cestovního ruchu. Pokud bychom jednotlivá čtvrtletí zprůměrnovali, hodnota spolehlivosti R by již dosáhla dvojnásobné velikosti 0,8243. Tato hodnota již ukazuje, že vypočítaná logaritmická křivka má určitou vypovídací schopnost.

V grafu jsou zřejmá i dvě zajímavá období, které nevykazují již zmíněné sezónní kolísání. Jedná se o období roku 1997 a 1998, kdy došlo k výraznému poklesu výdajů českých turistů v zahraničí a naopak došlo ke zvýšení „útrat“ zahraničních turistů v České republice. V uvedeném období došlo k téměř lineárnímu nárůstu rozdílu příjmů a výdajů platební bilance z cestovního ruchu. Rozdíl těchto příjmů byl v prvním čtvrtletí roku 1997 na úrovni 5 miliard korun a za 24 měsíců se již pohyboval na částce více než 17 miliard korun za čtvrtletí. Obdobné období ale s méně razantním nárůstem bylo v letech 2002 až 2005, kdy sice můžeme v grafu vysledovat velmi mírné sezónní kolísání, ale oproti jiným letům je téměř zanedbatelné. Zdůvodnění tohoto stavu je v podstatě shodné, jako v předchozím analyzovaném období tj. v letech 2002 až 2005.

Závěr

V článku autoři na základě údajů získaných z České národní banky a Českého statistického úřadu ukazují, že další růst příjmů z cestovního ruchu do běžného účtu platební bilance již není reálný a v dalších letech se budou tyto příjmy pohybovat na úrovni 50 až 60 miliard korun.

Literatura

- [1] HINDLS, R., HRONOVÁ, S., SEGER, J., Statistika pro ekonomy, Praha: Professional Publishing, 2002, 415s., ISBN 80-86419-30-4
- [2] JÍLEK, J., Finanční trhy a investování, Praha: Grada Publishing, 2009, 648s., ISBN 978-80-247-1653-4
- [3] Český statistický úřad / sekce cestovní ruch [online]. C2010. Dostupné z:<<http://www.csu.cz>>
- [4] Česká národní banka / sekce souhrnné statistiky [online]. C2010. Dostupné z:<<http://www.cnb.cz>>

Kontaktní údaje

Ing. Martin Maršík, Ph.D.

Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích

Okružní 10

370 01 České Budějovice

e-mail: martin.marsik@volny.cz

Ing. Petr Zeman

Ekonomická fakulta, Jihočeská univerzita

Studentská 13

370 05 České Budějovice

Ekonomické aspekty Prešovského regiónu v súvislosti s cestovným ruchom

Darina Matisková

Abstrakt

Significant penetration of economic conceptions human and regional geography gets more and more to the forefront of tourism business. This is because the economic dimension of regional development plays and increasingly important role. The contribution deals with the regional development Prešov Region in Slovakia in the field of tourism and its major areas

Klíčová slova

Regionální rozvoj, regionální politika, ekonomická dimenzie, cestovní ruch.

Úvod

Všeobecne je možno povedať, že regionálny rozvoj je súbor hospodárskych, sociálnych, environmentálnych a kultúrnych procesov a vzťahov prebiehajúcich v prírodno-spoločenskom prostredí regiónu, ktoré prinášajú pozitívnu zmenu a mali by využívať, ale i rešpektovať podmienky a zvláštnosti tohto prostredia. Región je teda územne vymedzený priestor v ktorom prebiehajú ekonomické, sociálne ale aj prírodno-spoločenské procesy.

1. Regionálny rozvoj a verejná správa

Každý región má svoj vnútorný potenciál pre rozvoj, ktorý je potrebné identifikovať a správne využívať. Dôležitá je schopnosť samospráv využívať potenciál územia, ktorého správu majú vo svojej kompetencii. Podporu regionálneho rozvoja rieši v Slovenskej republike zákon č. 539/2008 Z.z.. Zákon definuje regionálny rozvoj ako súbor sociálnych, hospodárskych, kultúrnych a environmentálnych procesov a vzťahov, ktoré prebiehajú v regióne a ktoré prispievajú k zvyšovaniu

jeho konkurencieschopnosti, trvalému hospodárskemu rozvoju, sociálnemu rozvoju a územnému rozvoju a k vyrovnávaniu hospodárskych rozdielov a sociálnych rozdielov medzi regiónmi.

Regionálny rozvoj má zabezpečiť zmierňovanie hospodárskych a sociálnych rozdielov medzi regiónmi, zvyšovať ich ekonomickú výkonnosť a konkurencieschopnosť pri rešpektovaní princípov trvaloudržateľného rozvoja. Cieľom je tiež zvýšenie zamestnanosti a celkovej životnej úrovne obyvateľov v regióne.

Nástrojom regionálneho rozvoja je strategické plánovanie. Plánovanie regionálneho rozvoja sa realizuje od najvyššej štátnej úrovne až po tú lokálnu, za ktorú je zodpovedná konkrétna obec. Výstupom strategického plánovania sú dokumenty podpory regionálneho rozvoja:

- Národná stratégia regionálneho rozvoja SR
- Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja VÚC
- Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja obce
- Regionálny operačný plán
- Sektorový operačný plán

Samotný proces plánovania rozvoja regiónu alebo obce by mal byť participatívny, interaktívny, integračný a opakujúci sa a mal by sa riadiť nasledovnými krokmi:

1. Identifikovanie základnej vízie rozvoja
2. Zostavenie tímu pre strategické plánovanie
3. Analýza prostredia a potenciálu rozvoja
4. Identifikovanie problémov, potrieb a príležitostí
5. Zadefinovanie prioritných oblastí rozvoja, strategických cieľov a opatrení
6. Zostavenie akčného plánu a stanovenie predbežného harmonogramu realizácie a merateľných ukazovateľov pre potreby monitoringu a hodnotenia plánu
7. Identifikovanie zdrojov
8. Mobilizácia zdrojov a realizácia akčného plánu
9. Monitorovanie a hodnotenie dopadu
10. Aktualizácia dokumentu

2. Charakteristika Prešovského regionu a jeho pozícia v rámci Slovenska

Prešovský samosprávny kraj sa nachádza v severovýchodnej časti Slovenskej republiky. Spomedzi všetkých krajov je naľudnatejší sa pokiaľ ide o rozlohu, je druhým najväčším krajom Slovenska. Aj keď Prešovský kraj patrí medzi najchudobnejšie regióny Slovenska, jeho regionálny hrubý domáci produkt za posledné roky pravidelne rastie. Najvýznamnejšie odvetvie hospodárstva predstavuje obchodná činnosť, ktorej sa venuje najviac podnikateľských subjektov. Prešovský kraj je územím so značným prírodným potenciálom, bohatou históriou a množstvom kultúrnych pamiatok, ľudovou architektúrou a folklórom. Tento potenciál je pre cestovný ruch, rekreáciu a kúpeľníctvo vysoko atraktívny, vyhľadávaný, značne rozsiahly a hlboko diferencovaný.



Obr. 1 Mapa slovenska podľa jednotlivých regiónov



Obr. 2 Počet okresov v jednotlivých regiónoch Slovenska

Prešovský kraj je svojou rozlohou druhým najväčším na Slovensku. Jeho tvar je pretiahnutý v smere východ-západ. Dĺžka kraja je približne 3-krát väčšia ako šírka. Zaberá celú severovýchodnú časť Slovenska. Dlhá severná hranica je zároveň štátnou hranicou s Poľskom, na východe hraničí s Ukrajinou. Na juhu s Košickým krajom, na juhozápade na malom úseku susedí s Banskobystrickým krajom a západným susedom je Žilinský kraj.

Z odvetví **priemyslu** má rozhodujúci význam potravinársky, chemický, strojársky a odevný priemysel. Významné podniky sú koncentrované prevažne v okresných sídlach.

V **stavebníctve** prevažná časť aktivít je v oblasti novej výstavby, rekonštrukcií a modernizácií. Najvýznamnejšie stavebné podniky sa nachádzajú predovšetkým v okresoch Poprad, Prešov a Bardejov.

Poľnohospodárstvo je jedným z rozhodujúcich odvetví v kraji, vplývajúcim na hospodársky a sociálny rozvoj. Je zamerané na pestovanie obilnín, technických plodín a zemiakov. Medzi najväčších pestovateľov obilnín patrí okres Vranov nad Topľou a Prešov. Vhodné podmienky na pestovanie zemiakov sú v okresoch Prešov, Poprad a Kežmarok. Živočíšna výroba je zameraná na chov ošípaných, hovädzieho dobytku, hydiny a oviec.

Z hľadiska **turistického** využitia sú veľmi príťažlivé Vysoké Tatry, vodná nádrž Domaša a tiež Pieniny. Z kultúrohistorického hľadiska si najväčšiu pozornosť zaslúžia mestá Levoča, Prešov, Bardejov, Kežmarok a Poprad. Do ubytovacích zariadení regiónu Vysoké Tatry a ďalej okresov Bardejov, Prešov a Stará Ľubovňa smeruje viac ako 83 percent zo všetkých návštevníkov kraja.

V kraji je 666 obcí, z toho 23 miest. Podľa počtu obyvateľov je najväčším krajom v Slovenskej republike.

V mestách žije 392 435 obyvateľov, čo je 49,3 % obyvateľov kraja. Najviac obyvateľov, 91 767, žije v krajskom meste Prešov. Druhým najväčším centrom je Poprad s 55 404 obyvateľmi a tretím Humenné, kde žije 35 008 obyvateľov. Najmenej obyvateľov z miest kraja má Spišská Stará Ves, a to 2 337 obyvateľov.



Obr. 3 Prešov a mapa Prešovského samosprávneho kraja podľa okresov

3. Cestovný ruch a jeho hodnotenie v Prešovskom kraji

Stratégia cestovného ruchu do budúcnosti

Cestovný ruch je dôležitou súčasťou ekonomiky takmer každého štátu. Vychádzajúc z predchádzajúcich skutočností sú novou stratégiou Slovenskej republiky, v súlade so stratégiou Európskej únie v cestovnom ruchu, **dve hlavné oblasti**

a) udržateľnosť cestovného ruchu

Základným zámerom Európskej únie v tejto oblasti je kvalitný konkurencieschopný cestovný ruch pre široký okruh osôb, pričom ale cestovný ruch nesmie prekročiť prírodnú a kultúrnu kapacitu danej krajiny (lokality). Na zabezpečenie tejto úlohy je potrebné vytvárať informačný systém o sociálnych a ekonomických dosahoch cestovného ruchu.

Za predpokladu posilnenia úlohy miestnych a regionálnych inštitúcií pri uplatnení stratégie udržateľného ekonomického rozvoja musí sa stať cestovný ruch kľúčovým faktorom v procese regenerácie celej spoločnosti aj v SR. Je preto potrebné stratégiu rozvoja cestovného ruchu koordinovať

- s plánmi využívania životného prostredia
- s plánmi využívania kultúrneho potenciálu
- s plánmi propagácie
- s plánmi rozvoja prírodných liečebných kúpeľov a prírodných liečivých zdrojov.

Slovenská republika ako členská krajina EÚ sa musí pri formovaní stratégie cestovného ruchu zapájať do propagačných programov EÚ, ktoré sú zamerané na turistické destinácie, v ktorých sa konajú akcie národného charakteru.

b) cestovný ruch ako zdroj zamestnania

Sektor cestovného ruchu je vysoko náročný na zamestnanosť predovšetkým v dôsledku sezónnosti a úzkej špecializácie. Preto kľúčovými oblasťami musia byť: špecializácia zamestnancov, pracovný výcvik, jazykové znalosti zamestnancov, flexibilita osôb poskytujúcich služby cestovného ruchu, podpora prístupu k novým technológiám a pracovným metódam v cestovnom ruchu, zníženie sezónnosti s využitím agroturistiky, zdravotného cestovného ruchu, kúpeľníctva, sociálneho cestovného ruchu orientovaného na napr. dôchodcov,

mladých ľudí, resp. nižšie príjmové skupiny, preferencia odbornosti, rozvoj kariérnych štruktúr, boj proti nelegálnym zamestnancom.

Opatrenia zamerané na zabezpečenie strategických úloh.

Udržateľnosť cestovného ruchu na Slovensku je možné zabezpečiť predovšetkým prostredníctvom **zvyšovania konkurencieschopnosti slovenského cestovného ruchu**, a to opatreniami v 3 oblastiach:

1. Zabezpečením kvality a komplexnosti infraštruktúry cestovného ruchu.

Kvalitu a komplexnosť poskytovaných služieb cestovného ruchu možno zvyšovať modernizáciou a skvalitňovaním existujúcich a budovaním nových zariadení a stredísk cestovného ruchu vrátane kultúrnych, historických a prírodných daností.

Udržateľnosť cestovného ruchu je potrebné podporiť prostredníctvom podporného programu previazaného a vzájomne koordinovaného s inými programami pomoci, vrátane miestnych a regionálnych programov. Program pomoci pritom musí zohľadniť

- vybudovaný a existujúci potenciál (infraštruktúru) cestovného ruchu v regióne
- prírodné zdroje nachádzajúce sa v danej oblasti
- chránené územia
- kultúrne dedičstvo
- osobitosti (zvláštnosti, atrakcie) s cieľom využiť potenciál turistických zaujímavostí v menej známych regiónoch.

Program pomoci cestovného ruchu preto musí podporovať iniciatívy orientované na

- dodržiavanie kritérií udržateľnosti cestovného ruchu s prihliadnutím na rizikové oblasti
- organizačné zložky vytvárajúce predpoklad udržateľnosti
- opatrenia na odstránenie nepriaznivých vplyvov cestovného ruchu na životné prostredie
- opatrenia zamerané na rozvoj turistických aktivít zlepšujúcich ekonomiku a sociálnu súdržnosť turisticky zaujímavých lokalít, ale ekonomicky menej rozvinutých oblastí.

Nevyhnutnou podmienkou je však rozvoj výkonnej a udržateľnej dopravnej infraštruktúry, a to s prihliadnutím na dosiahnuteľnosť regiónu, horských oblastí a odľahlých lokalít.

Vo vzťahu k dopravnej infraštruktúre vynára sa úloha priestorovej orientácie turistov, t. j. problematika označovania hlavných turistických atrakcií (kultúrnych, historických i prírodných) pri hlavných cestovných trasách. Obdobné značenie aj v okolitých krajinách je v súčasnosti už bežnou záležitosťou. V podmienkach Slovenska však okrem zabezpečenia takejto priestorovej orientácie je potrebné doriešiť aj legislatívnu stránku záležitosti, keďže naše súčasné právne normy neumožňujú umiestňovanie navrhovaných orientačných informácií popri cestných trasách. Iniciatíva rezortu kultúry v tejto oblasti však doteraz nenašla veľmi priaznivú odozvu.

2. Vzdelávanie a výchova ľudského potenciálu pôsobiaceho v cestovnom ruchu.

Možnosti riešiť úlohy vzdelávania a výchovy ľudského potenciálu v cestovnom ruchu predstavujú programy pre malé a stredné podnikanie zamerané na odbornú prípravu a inovácie. V rámci týchto je možné

- podporiť nedostatok určitých odborných profesií, v ktorých je nedostatok kvalifikovaných pracovníkov
- zosúladiť výuku s požiadavkami praxe
- upraviť požiadavku na kvalitu a odbornú spôsobilosť
- vyriešiť postavenie a pracovné podmienky sezónnych zamestnancov v cestovnom ruchu
- zapojiť sa do pracovného programu určeného mimo hraníc EÚ
- vybudovať efektívny spôsob komunikácie národných turistických centier a Európskych národných profesionálnych organizácií.

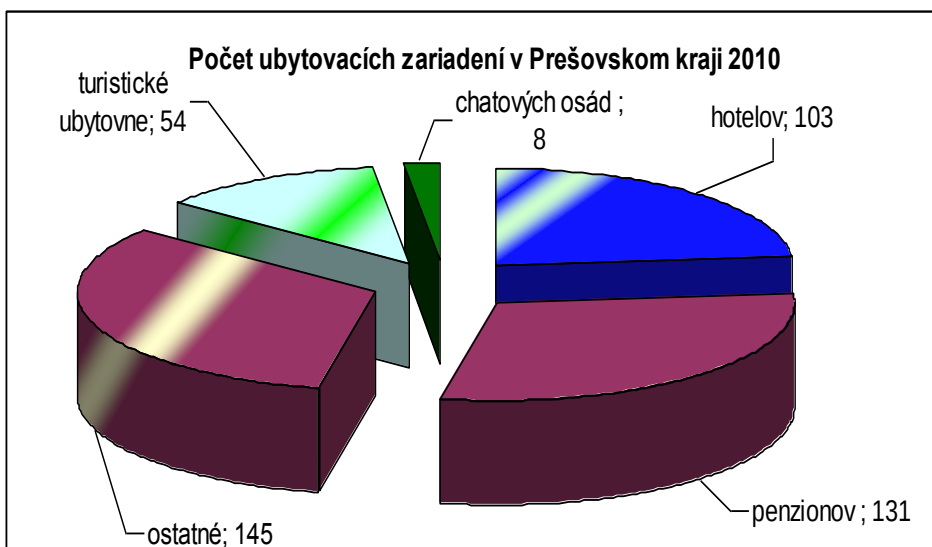
Na to, aby sa Slovenská republika stala v rámci EÚ plnohodnotným partnerom v oblasti cestovného ruchu, je potrebné zabezpečiť aj plnú pripravenosť miestnych orgánov a súkromného sektora na zavedenie programov a opatrení na správne využívanie finančných a nefinančných zdrojov EÚ.

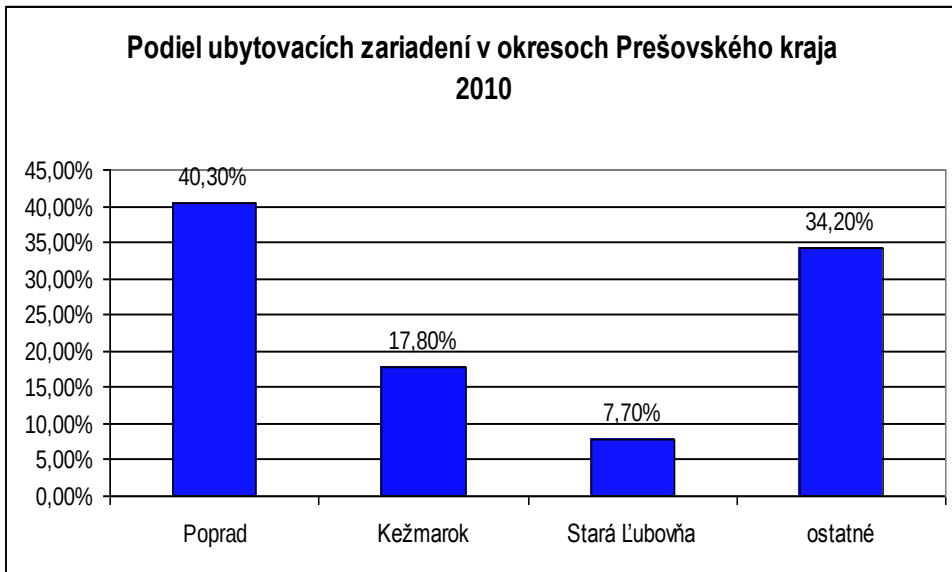
3. *Prezentácie a propagácie Slovenska ako krajiny cestovného ruchu.*

Bez efektívnej a v dostatočnom rozsahu pôsobiacej prezentácie a propagácie atraktivít cestovného ruchu na Slovensku nie je možné, a v konečnom dôsledku ani zmysuplné, rozvíjať cestovný ruch. Získanie turistov predstavuje nielen ekonomický prínos, ale náročný, solventný turista prostredníctvom svojho dopytu zároveň vytvára tlak na kvalitu i komplexnosť poskytovaných služieb. Na zabezpečenie úloh v oblasti štátnej propagácie si krajiny s vyspelým cestovným ruchom zriaďujú špecializované inštitúcie (agentúry) majúce svoje zastúpenia na potenciálnych trhoch. V podmienkach Slovenska plní túto úlohu Slovenská agentúra pre cestovný ruch.

Ukazovatele hodnotenia cestovného ruchu:

- priemerná dĺžka pobytu návštevníkov v kraji (3,5 dňa) presiahla republikový priemer (3,1 dňa),
- priemerná cena za jedno prenocovanie v kraji bola o 3,51 € nižšia ako celoslovenský priemer,
- nárast počtu ubytovacích zariadení, izieb, lôžok
- rast počtu turistov /návštevníkov zahraničných aj domácich približne v rovnakom pomere – Prešovský kraj zaznamenal po Bratislavskom a Žilinskom kraji tretiu najvyššiu návštevnosť v ubytovacích zariadeniach.
- rast tržieb za ubytovanie.



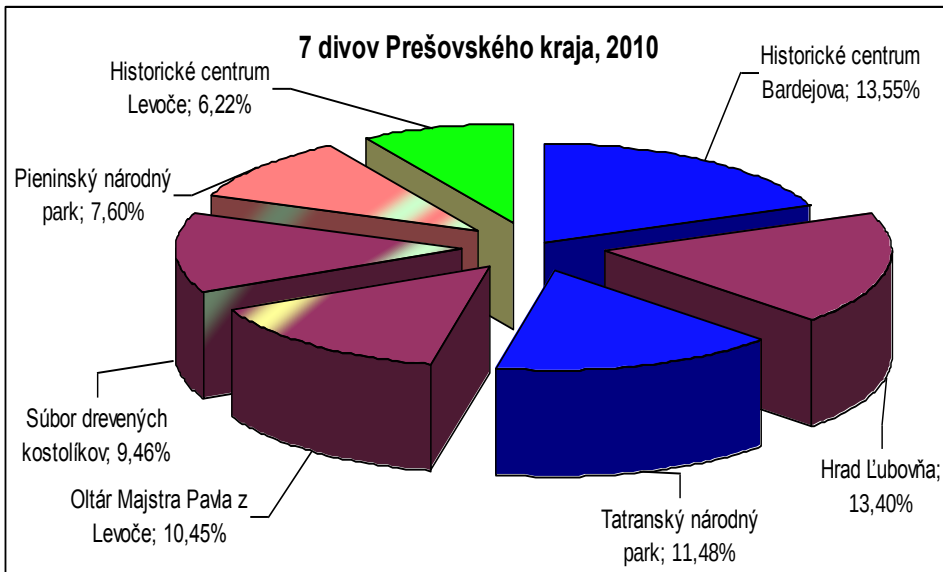


Obr. 4 Počet a podiel ubytovacích zariadení v Prešovskom kraji

Slovensko však musí výrazne zvýšiť svoje aktivity, ktorých realizácia vychádza z prostriedkov vyčleňovaných pre príslušné marketingové inštitúcie v oblasti štátnej propagácie.

Na území Prešovského samosprávneho kraja je sústredené mimoriadne množstvo unikátnych historických pamiatok, ktorým sekunduje nenarušené prírodné bohatstvo. V snahe identifikovať jedinečné lokality regiónu, vyhlásil Prešovský samosprávny kraj anketu **"Hľadáme sedem divov Prešovského kraja"**.

Cieľom verejného hlasovania bolo zistiť, ktoré miesta v kraji považujú občania za najkrajšie a najzaujímavejšie. Anketa, ktorej sa zúčastnilo 10 707 hlasujúcich, prebiehala od 23. októbra 2008 do 20. januára 2009. Predstavujeme sedem divov Prešovského kraja - tak, ako o nich rozhodli obyvatelia kraja.



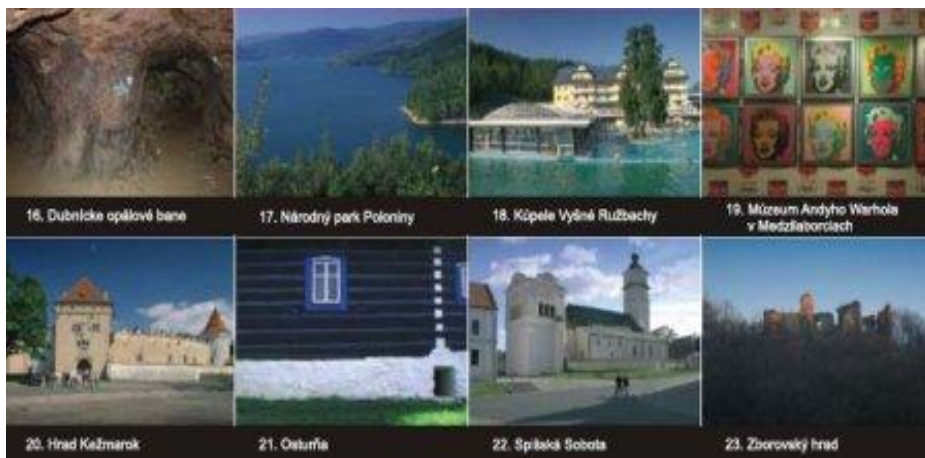
Obr. 5

Ďalšie poradie jedinečnosti a unikátnych prírodných pamiatok Prešovského kraja tak, ako o nich rozhodli obyvatelia v ankete: Vodná nádrž Domaša, Belianska jaskyňa, Centrum mesta Prešov, Spišská Kapitula, Solivar pri Prešove, Dukla pri Svidníku, Karpatiské bukové pralesy, Bardejovské Kúpele



Obr. 6

Dubnícke opáľové bane, Národný park Poloniny, Kúpele Vyšné Ružbachy, Múzeum Andy Warhola v Medzilaborciach, Hrad Kežmarok, Osturňa, Spišská Sobota, Bardejovské Kúpele



Obr. 7

Pre presné poznanie a hodnotenie prínosu cestovného ruchu pre ekonomiku v jednotlivých regiónoch Slovenska je nevyhnutné merať jeho výkony. Štatistický úrad Slovenskej republiky realizuje v oblasti cestovného ruchu niekoľko pravidelných zisťovaní, mesačne sa získavajú informácie od ubytovacích zariadení vedených v Registri ubytovacích zariadení podľa jednotlivých kritérií.

Záver

Vzhľadom k spoločenskej závažnosti a aktuálnosti problematiky regionálneho rozvoja a cestovného ruchu upiera k nej pozornosť stále väčší počet geografov, ekonómov, sociológov, ekológov a odborníkov ďalších vedných odborov, zaoberajúcich sa teoreticko-metodologickou stránkou regionálneho rozvoja. Povzbudením v tomto smere je, že o ich výsledky sa zaujímajú aj politici a pracovníci ekonomickej sféry. A práve praktické využitie týchto poznatkov dáva dobrý základ a predpoklad, že navrhované metodiky a prístupy v rámci regionálneho rozvoja sú potrebné a ich ďalšie spracovanie a zdokonaľovanie bude mať pozitívny dopad na celú spoločnosť a jej úspešné napredovanie.

Literatura

- [1] HRICOVÁ, R.: Dôležitosť marketingových plánov.* *In: *Zborník recenzovaných vedeckých prác s medzinárodnou účasťou "Sociokultúrna realita a príroda",* 3. ročník, TU Košice, KHV Prešov, 2008, str. 145-152. ISBN 978-80-553-0080-1 (CD-ROM), 978-80-553-0077-1 (brožúra)
- [2] MATISKOVÁ, D.: Possibilities of application of innovations in the quality system in academical process In: Present Day Trends of Innovations : Dubnica nad Váhom, 2011. - Dubnica nad Váhom : MiF, 2011 S. 110-113. - ISBN 978-80-89400-26-3
- [3] MATISKOVÁ, D., ŠEBEJ, P: Inovácia a modernizácia manažérskych podnikových procesov In: Produktivita a Inovácie. Roč. 12, č. 5 (2011), s. 23-24. - ISSN 1335-5961
- [4] MURA, L.: Vplyv zavedenia Eura na Slovensku na malé a stredné podniky, In: Mladá veda 2007, Medzinárodná vedecká konferencia doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov, FEM SPU v Nitre, Račkova dolina 2007, ISBN 978-80-8069-970-3
- [5] MURA, L.: Podnikanie v medzinárodnom prostredí, In: Faktory podnikovej úspešnosti v podmienkach spoločného agrárneho trhu, Medzinárodný vedecký seminár, FEM SPU v Nitre, 2005, ISBN 80-8069-615-2
- [6] Metodika procesu prípravy Programu hospodárskeho a sociálneho rozvoja pre Prešovský samosprávny kraj na obdobie do roku 2015 (2009)

Kontaktné údaje

Ing Darina Matisková, PhD.,
Technická univerzita Košice,
Fakulta výrobných technológií so sídlom v Prešove,
Katedra manažmentu výroby, Bayerová 1, 080 01 Prešov
e-mail : darina.matiskova@tuke.sk, darina.matiskova@gmail.com
tel.: 00421 0904 240 638, 00421 051 7722605

Funguje veřejná správa efektivně?

Libuše Měrtlová, Věra Nečadová

Abstrakt

Článek informuje o dílčích výsledcích výzkumu probíhajícího v rámci interního grantu VŠPJ Jihlava, který je zaměřený na zkoumání efektivnosti ve veřejné správě, a to jak z pohledu samotných pracovníků úřadu, tak i na podkladě hodnocení klientů odcházejících z úřadu. Výzkum je rozdělen do 3 etap, které probíhají postupně ve velkých organizacích veřejné správy s výkonem samosprávy i státní správy v přenesené působnosti v regionu Kraje Vysočina. Otázky jsou směřované do šesti okruhů: lidské zdroje, organizační kapitál, informační kapitál, zákaznický kapitál, měření výkonnosti a inovační kapitál. Cílem tohoto příspěvku je informovat o výsledcích první etapy v okruhu Lidské zdroje.

Klíčová slova

Veřejná správa, lidské zdroje, organizační kapitál, informační kapitál, zákaznický kapitál, měření výkonnosti, inovační kapitál

Úvod

Veřejná správa bývá chápána jako soubor činností záměrného charakteru, které jsou uskutečňovány v relativně trvale organizovaných celcích, v objektivně vymezeném rámci k dosažení určitého cíle v rámci procesů, jimiž se správa uskutečňuje. Veřejná správa je uskutečňována ve veřejném zájmu, jsou jí poskytovány veřejné služby a to pracovníky státní a veřejné správy v mezích stanovených zákony. Stále častěji jsou v moderních státech výkonem veřejné správy pověřovány i jiné veřejnoprávní instituce než stát, například i soukromé subjekty, které tuto službu jsou schopné poskytovat s větší efektivitou než subjekty státní a veřejné správy. Na přelomu 20. a 21. století dochází ve veřejné správě k zahájení procesů modernizace, které mají zabezpečit zvyšování výkonnosti a hospodárnosti ve veřejném sektoru. V tomto ohledu je pro Evropu nejdůležitější koncepce D. Osborna a T. Gaeblera prezentovaná

v monografii „Reinvesting management“ která zdůrazňovala zavedení soutěže do poskytování služeb, orientaci na výsledky a potřeby zákazníků a na podnikatelskou funkci veřejné správy (Kolektiv autorů, 2008).

Modernizační hnutí ve veřejné správě pod celkovým označením New Public Management (NPM) nabylo globálního významu a rozvinulo se jak v členských státech EU, tak i v zemích OECD. Příčinou tohoto hnutí byla zejména omezenost zdrojů veřejných financí, které jsou určené jak na státní a veřejnou správu, tak i na pokrytí potřeb plynoucích z úkolů sociálního státu i na úkoly při řešení strukturální politiky v rámci řešení problémů ekonomické krize. Hnací silou pro reformy ve veřejné správě jsou i postoje celé občanské společnosti a podnikatelského sektoru zejména k velikosti sektoru veřejné správy a kvalitě výkonu služeb. Do veřejného sektoru tak jsou zaváděny nové metody moderního managementu za účelem zvýšení produktivity práce a současně i zlepšení efektivity řízení jako například metody TQM, benchmarkingu, procesního řízení a další. Tyto metody blíže charakterizuje a příslušnou literaturu uvádí statě Illnera, Kosteleckého, Patočkové a Vobecké (2007), kde zájemce nalezne bližší informace.

Hodnocení a sebehodnocení veřejné správy se nyní uplatňuje, i když s jistým zpožděním, i v České republice. Přistupují k němu nejen samotné správní orgány, ale zabývají se jím i neziskové nebo komerční organizace a výzkumné instituce. Předmětem hodnocení jsou různé aspekty činnosti orgánů veřejné správy, zejména na úrovni obcí a měst nebo na úrovni centrální, zatím jen výjimečně také na úrovni krajské, a to buď aspekty jejich vnitřního fungování (např. kvalifikace pracovníků a její zvyšování, jejich spokojenost a stabilita, úroveň řízení apod.), nebo jejich působení navenek (např. rozsah, kvalita, cena a včasnost poskytovaných služeb, vstřícnost vůči klientům atd.) Efektivní fungování orgánů státní a veřejné správy je i jedním ze základních předpokladů rozvoje společnosti i regionu.

Vzhledem ke skutečnosti, že ve výše uvedeném pojetí nebyl zatím proveden žádný výzkum v rámci Kraje Vysočina v této oblasti, zvolila Katedra veřejné správy a regionálního rozvoje toto téma jako jedno z prvních k bližšímu prozkoumání, a to jak ze strany poskytovatelů, tak ze strany spotřebitelů služeb úřadů veřejné správy v regionu.

Materiál a metody

Záměrem výzkumu bylo oslovit velké organizace veřejné správy v regionu a domluvit postup a metody výzkumu. Následně potom v první fázi výzkumu byli ze všech zaměstnanců vybrané organizace náhodným výběrem vybráni zaměstnanci, kterých se výzkum týkal (zhruba 30 % zaměstnanců). Těmto zaměstnancům prostřednictvím personálního útvaru a vedoucích pracovníků byly předány materiály pro realizaci výzkumu. Text dotazníku byl sestaven na základě průzkumu dostupných teoretických materiálů a obsahuje otázky, které jsou zaměřené na osobní hodnocení podmínek pro výkon práce. Otázky jsou rozděleny do 6 okruhů po deseti otázkách, kdy jednotlivé okruhy byly stanoveny tak, aby vystihovaly nejtypičtější charakteristiky faktorů majících vliv na efektivní výkon práce zaměstnanců veřejné správy: lidské zdroje, organizační kapitál, informační kapitál, zákaznický kapitál, měření výkonnosti a inovační kapitál. Na otázky respondenti odpovídá ANO – NE nebo podle dalších nabídnutých možností. V případě, že neví, nebo si není jednoznačně jistý, neodpovídá. Pro ověření hypotéz byly nadefinovány vždy 3 otázky z každého ze šesti okruhů.

Ve druhé fázi bylo klientům položeno celkem 12 otázek, které byly rozděleny do šesti tematických okruhů, kopírujících navržené schéma pro výzkum. Zároveň byly otázky rozděleny tak, aby ověřovaly stanovené hypotézy, tzn., že každé hypotéze bylo přiděleno 5 otázek, které ji ověřují. Vyhodnocení otázek bylo provedeno podle okruhů a podle hypotéz. Toto šetření bylo provedeno za pomoci studentů oboru Finance a řízení a Cestovní ruch Vysoké školy polytechnické Jihlava, kteří se jej účastnili v rámci aktivit předmětu Veřejné finance ve svém volném čase, nebylo možné studenty uvolňovat z výuky ani jiných povinných aktivit školy.

Výsledky a diskuse

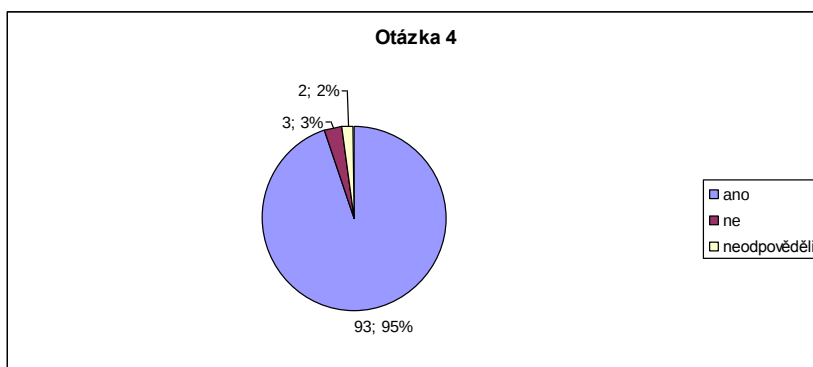
Celkem bylo v první etapě osloveno 103 respondentů, pracovníků úřadu, z nichž dotazník vrátilo 98 respondentů, což představuje 95,15 %. Pro potvrzení nebo vyvrácení hypotéz byly nadefinovány vždy 3 otázky z každého ze šesti okruhů. Pro splnění daného tvrzení hypotézy bude uvažována odpověď, kde minimálně 50 % respondentů bude vyjadřovat souhlas. V následujícím textu se zaměříme na výsledky zjištěné v prvním

okruhu lidské zdroje na podkladě dotazníkového šetření mezi pracovníky organizace.

Lidské zdroje z pohledu hodnocení zaměstnanců

Prvních pět otázek tohoto okruhu bylo zaměřeno na hodnocení vzdělávání, osobní rozvoj, spokojenost se vzděláváním a zvyšováním kvalifikace. V odpovědích jsou hodnoceny respondenty vysoce kladným hodnocením, což vyjadřuje skutečnost, že personální práce v organizaci je na vysoké úrovni a zaměstnanci ji také tak hodnotí. Výsledky jsou obdobné, pro názornost uvádíme graf 1 zobrazující odpovědi na otázku 4.

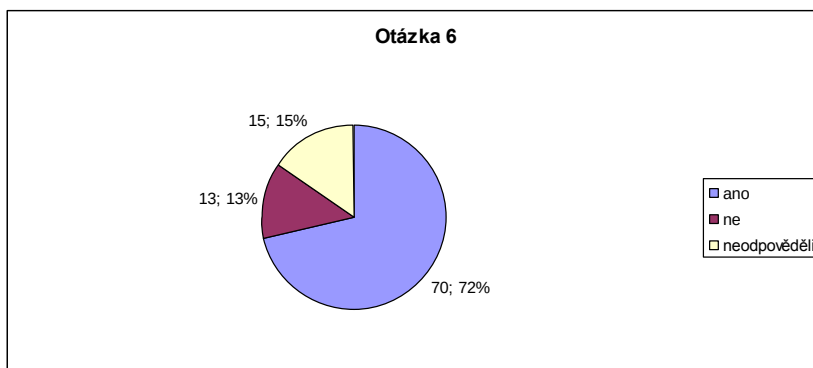
Graf 1: Zjišťuje Vaše organizace spokojenost zaměstnanců se vzdáváním a zvyšováním kvalifikace?



Zdroj: vlastní šetření.

Druhá část otázek prvního okruhu už přináší možnosti na zlepšování stávajícího stavu. Je to například otázka 6, která je zaměřena na to, zda zaměstnanci jsou seznámeni s definovanými hodnotami organizace a otázka 7, zda je sdílejí.

Graf 2: Má organizace definované hodnoty, které jsou pro ni důležité?

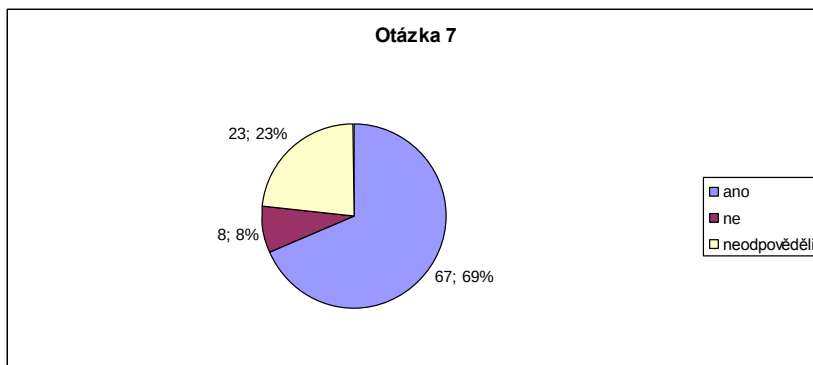


Zdroj: vlastní šetření.

Na otázku, zda má organizace definované hodnoty, které jsou pro ni důležité, odpovědělo kladně 70 respondentů, 13 respondentů si myslí, že organizace nemá definované hodnoty a 15 respondentů na tuto otázku vůbec neodpovědělo.

Podobně je tomu i u otázky na sdílení těchto hodnot, jak je zřejmé z grafu 3.

Graf 3: Sdílejí zaměstnanci tyto hodnoty a respektují je?

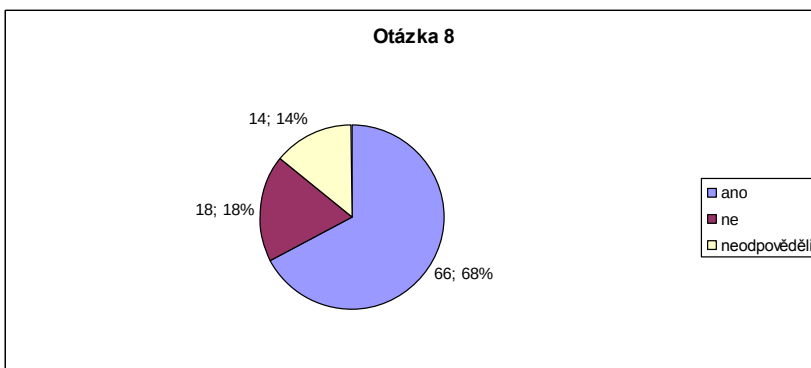


Zdroj: vlastní šetření.

Na tuto otázku odpovědělo pouze 75 pracovníků, z těch 67 sdílí hodnoty organizace a respektují je, 8 zaměstnanců hodnoty nesdílí a nerespektuje a 23 zaměstnanců na tuto otázku neodpovědělo.

Rovněž tak odpovědi na otázky 8 a 9 charakterizují, že pracovníci nejsou zcela seznámeni s problematikou hodnocení výkonu a řízení pracovního výkonu. O tom svědčí fakt, že na otázku 8 „je v organizaci zaveden systém hodnocení pracovního výkonu zaměstnanců“ odpovědělo 66 respondentů, že je zaveden, 18 zaměstnanců odpovědělo, že výkon není hodnocen a 14 pracovníků neodpovědělo vůbec.

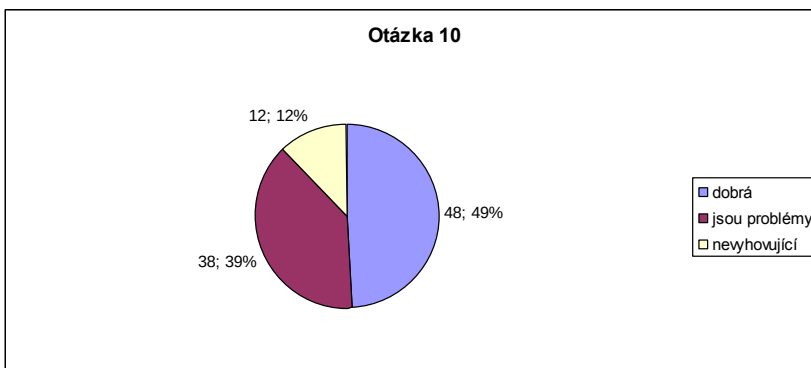
Graf 4: Je v organizaci zaveden systém hodnocení pracovního výkonu zaměstnanců?



Zdroj: vlastní šetření.

Obdobně byla hodnocena i otázka devátá. Nejvíce k zamyšlení vedou odpovědi na poslední otázku tohoto bloku, zaměřenou na firemní komunikaci, kdy 48 pracovníků odpovědělo, že je dobrá, 38 pracovníků však přiznává, že jsou problémy a 12 přímo uvádí, že firemní komunikace je nevyhovující.

Graf 5: Jaká je podle Vás firemní komunikace?



Zdroj: vlastní šetření.

Z pohledu zhodnocení lidského kapitálu a jeho potenciálu je možné konstatovat, že v organizaci je velká péče věnovaná pravidelným školením zaměstnanců, osobnímu rozvoji, kariérnímu růstu, což je kladně hodnoceno zaměstnanci a má pozitivní dopad jak na připravenost organizace rychle reagovat na měnící se podmínky prostředí, tak i na pozitivní motivaci zaměstnanců a jejich loajalitu k organizaci.

Lidské zdroje z pohledu hodnocení klientů

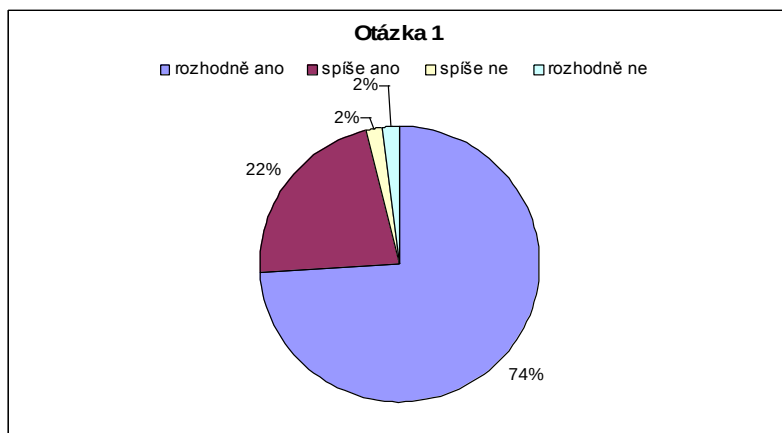
Pro srovnání se ještě budeme krátce věnovat pohledu na lidský kapitál organizace v otázkách hodnocení klientů, odcházejících z úřadu. Klientům bylo položeno celkem 12 otázek, které byly rozděleny do šesti tematických okruhů, kopírujících navržené schéma pro výzkum.

Otázky 1 a 2 byly zaměřeny na okruh lidských zdrojů.

Otázka 1: Domníváte se, že úředník (úřednice), se kterým jste jednal/a, byl dostatečně kvalifikovaný k tomu, aby Vám vyřídil Váš požadavek?

Kvalifikovanost a dostatečná odbornost pracovníků jsou základními podmínkami, které ovlivňují vnímání činnosti úřadů klienty. Dostatečně kompetentní pracovník dokáže významnou měrou ovlivnit spokojenost klientů, se kterými řeší jejich požadavky a problémy. Odpovědi na tuto otázku jsou zřejmé z následujícího grafu číslo 6.

Graf 6: Kvalifikovanost úředníků organizace

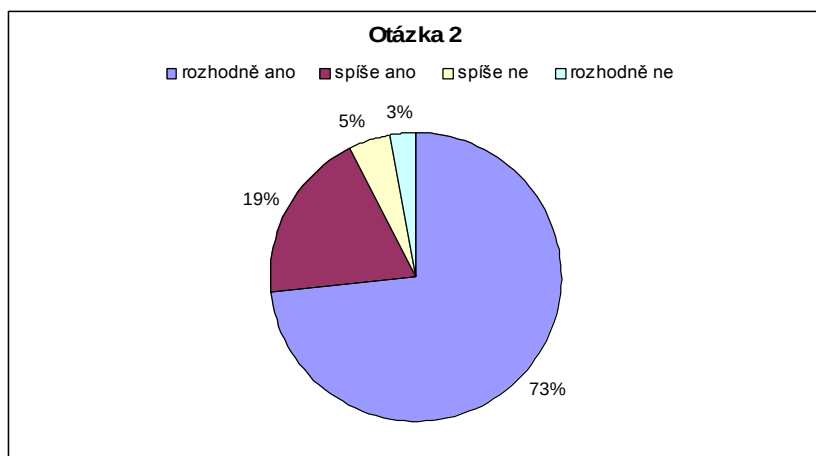


Celkem odpovědělo 609 klientů, z nich 450 odpovídá rozhodně ano, 135 spíše ano, což v procentním vyjádření znamená, že 96 % respondentů hodnotí úředníky jako dostatečně kvalifikované, 12 klientů odpovídá spíše ne a 12 rozhodně ne, což představuje 4 % respondentů, kteří si myslí, že úředník nebyl dostatečně kvalifikovaný.

Otázka 2: Byl/a jste spokojen/a se způsobem a formou komunikace, která byla ze strany úředníka použita k vyřízení Vašeho požadavku?

Správná a vhodná komunikace ze strany pracovníků úřadu je limitujícím faktorem ve vztahu ke spokojenosti klientů a pocitu dobré spolupráce úředníka a klienta. Proto je i v prováděném průzkumu jednou ze základních otázek okruhu lidského kapitálu.

Graf 7: Komunikace úředníků s klientem



Zdroj: vlastní šetření

Na tuto otázku odpovědělo celkem 600 klientů, z nich 440 klientů odpovědělo, že byli rozhodně spokojeni s komunikací, 115 klientů bylo spíše spokojeno, což v procentním vyjádření představuje 92 % klientů spokojených se způsobem a formou komunikace. 29 klientů bylo spíše nespokojeno s komunikací a 16 klientů nebylo spokojeno, což v procentním vyjádření představuje celkem 8 % nespokojených klientů.

V rámci posuzování lidského kapitálu z pohledu kvalifikace a komunikace byly obě otázky vyhodnoceny klienty výrazně kladně.

Závěr

V publikovaném příspěvku byla shrnuta jedna část provedeného výzkumu v organizaci veřejné správy a to odpovědi na otázky týkající se okruhu lidských zdrojů, protože efektivní výkon služeb v oblasti veřejné správy je dán především efektivním fungováním lidských zdrojů organizace.

V hodnocení samotných zaměstnanců lze nalézt rezervy především v posilování loajality zaměstnanců a to větší komunikací hodnot organizace s větším důrazem na jejich sdílení, dále potom na oblast komunikace mezi samotnými zaměstnanci organizace.

V hodnocení klienty odcházejícími z úřadu je měřena kvalifikovanost a kompetentnost úředníka, který vyřizoval klientovu žádost. Dále je zkoumána spokojenost klienta s úrovní a způsobem komunikace úředníka při vyřizování klientovy žádosti. V obou zkoumaných aspektech bylo dosaženo vysokého kladného hodnocení výkonu úředníků ze strany klientů.

Literatura

- [1] Illner, M., Kostecký, T., Patočková, V. *Jak fungují kraje – příspěvek k hodnocení výkonu krajských vlád*. Sociologický časopis / Czech Sociological Review, 2007, č.43 (5), s. 967-992, ISSN 0038-0288
- [2] Kolektiv autorů: *Úvod do regionálních věd a veřejné správy*. 2. rozšířené vydání. Plzeň 2008, str. 322. Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o. ISBN 978-80-7380-086-4
- [3] Kostecký, T., Patočková, V., Vobecká, J. *Kraje v České republice – existují souvislosti mezi ekonomickým rozvojem, sociálním kapitálem a výkonem krajských vlád?* Sociologický časopis / Czech Sociological Review, 2007, č.43 (5), s. 911-943, ISSN 0038-0288

Kontaktní údaje

Ing. Libuše Měrtlová, Ph.D., Vysoká škola polytechnická Jihlava, Katedra veřejné správy a regionálního rozvoje, Tolstého 16, 586 00 Jihlava

Ing. Věra Nečadová, Vysoká škola polytechnická Jihlava, Katedra veřejné správy a regionálního rozvoje, Tolstého 16, 586 00 Jihlava

Záujem verejného sektora o členstvo v manažérskych organizáciách cestovného ruchu na príklade Prešovského kraja

Simona Murínová

Abstrakt

Koordinovaný rozvoj cestovného ruchu v regiónoch je možné zabezpečiť aj prostredníctvom vytvárania manažérskych organizácií cestovného ruchu. Stať sa zameriava na záujem o členstvo v manažérskych organizáciách cestovného ruchu zo strany verejného sektora. Cieľom štate je zistiť súčasný stav členstva miestnych samospráv v manažérskych organizáciách cestovného ruchu a záujem o založenie organizácií cestovného ruchu v Prešovskom kraji predstaviteľmi samosprávy a miestnych samospráv v Prešovskom kraji.

Kľúčové slová

Manažérska organizácia cestovného ruchu, Regionálny rozvoj.

1. Úvod

Regionálnym rozvojom rozumieme trvalý rast hospodárskeho a sociálneho potenciálu regiónu, čo zvyšuje jeho hospodársku úroveň, výkonnosť, konkurencieschopnosť a životnú úroveň miestnych obyvateľov (Gúčík, 2007, s. 32).

Aby boli účinky cestovného ruchu v regionálnom rozvoji priaznivé je nevyhnutné jeho rozvoj koordinovať. To je úloha predovšetkým orgánov verejnej správy (štátnej správy a samosprávy) (Gúčík, 2007, s. 49).

Koordináciu v cestovnom ruchu je možné uskutočňovať prostredníctvom kooperatívneho manažmentu, ktorý predpokladá vytvorenie koordinačného centra, čiže manažérskej organizácie cestovného ruchu pre dané cieľové miesto. Cieľové miesto t.j. územie, ktoré si návštevníci vyberajú ako cieľ cestovania a pobytu s vhodným potenciálom pre rozvoj cestovného ruchu môže pritom z hľadiska veľkosti predstavovať

stredisko cestovného ruchu, región či štát, alebo kontinent (Pompurová, 2011).

K rozvoju cestovného ruchu v regióne teda môže prispieť aj vytvorenie manažérskej organizácie cieľového miesta, ktorá by združovala všetky záujmové skupiny ako je miestna samospráva, podnikateľské subjekty, návštevníci a miestne obyvateľstvo. Podľa D. Buhalisa (In Cooper, 2008, s. 495) úspech manažérskej organizácie cestovného ruchu súvisí s uplatňovaním štyroch stratégií, ktoré predstavujú hlavné ciele manažérskej organizácie. Medzi ne patrí zvýšenie dlhodobej prosperity miestnych obyvateľov, uspokojenie návštevníkov maximalizovaním ich spokojnosti, maximalizácia ziskovosti miestnych podnikov ako aj multiplikačného efektu a optimalizácia vplyvov cestovného ruchu prostredníctvom zabezpečenia trvaloudržateľnej rovnováhy medzi ekonomickými výhodami a socio-kultúrnym a environmentálnym prostredím.

Slovenská legislatíva umožňuje založiť manažérske organizácie cestovného ruchu podľa viacerých právnych foriem. Manažérske organizácie môžu byť založené ako záujmové združenie právnických osôb, občianske združenie, združenie na základe zmluvy, obchodné spoločnosti a družstvo.

Do roku 2010 však činnosť týchto manažérskych organizácií cestovného ruchu nebola zo strany štátu systematicky a legislatívne podporovaná. To sa zmenilo v marci 2010, kedy bol prijatý zákon o podpore cestovného ruchu č. 91/2010 Z.z., ktorý ponúka novú právnu formu manažérskej organizácie a to krajskú a oblastnú organizáciu, ktoré majú možnosť po splnení zákonom daných podmienok získať finančnú podporu zo strany štátu.

Zákon upravuje podporu cestovného ruchu v Slovenskej republike, práva a povinnosti fyzických osôb a právnických osôb pôsobiach v cestovnom ruchu, tvorbu koncepčných dokumentov a financovanie rozvoja cestovného ruchu. Je prvým zákonom, ktorý sa venuje financovaniu organizácií cestovného ruchu, založených verejným sektorom a ich organizačnej štruktúre. Tento zákon rozlišuje tri typy organizácií cestovného ruchu, ktoré môžu plniť funkciu manažérskych organizácií na rôznych úrovniach. Zákon hovorí o agentúre, ktorá je príspevková organizácia cestovného ruchu, a o krajskej a oblastnej organizácii cestovného ruchu.

Hoci bol zákon od jeho prijatia už dvakrát novelizovaný, je to prvý krok k systematickej podpore zo strany štátu pre koordinovaný rozvoj cestovného ruchu na úrovni regiónov. Posledná novela z 19. októbra 2011 upravuje poskytovanie dotácií pre oblastné organizácie cestovného ruchu, ktoré sú v rovnakej výške ako je súhrnná hodnota vybraných členských príspevkov oblastnej organizácie v predchádzajúcom rozpočtovom roku. Maximálna výška dotácie oblastnej organizácie je však ohraničená 90 %-ami súhrnnej hodnoty vybratej dane za ubytovanie u všetkých členských obcí oblastnej organizácie v predchádzajúcom rozpočtovému roku. Obce sa podľa zákona budú môcť združovať do oblastných a krajských organizácií bez katastrálnych obmedzení. To dovoľí napríklad spájanie obcí s turistickými atrakciami s obcami, kde sa nachádzajú ubytovacie kapacity. Minimálny počet zakladajúcich obcí je päť, pričom počet prenocovaní na ich území musí za predchádzajúci rok prekročiť 50-tisíc. Organizácie cestovného ruchu môže založiť aj menej ako päť obcí, počet prenocovaní však musí byť najmenej 150-tisíc (www.sacr.sk).

2. Materiál a metódy

Cieľom štátu je zistiť súčasný stav členstva miestnych samospráv v manažérskych organizáciách a záujem o založenie organizácií cestovného ruchu v Prešovskom kraji zo strany samosprávy a miestnych samospráv v Prešovskom kraji. Za účelom splnenia stanoveného cieľa sme uskutočnili primárny prieskum prostredníctvom elektronicky distribuovaného dotazníka a telefonického opytovania. Uskutočnili sme zároveň aj osobný štruktúrovaný rozhovor s predstaviteľom oddelenia cestovného ruchu Prešovského samosprávneho kraja.

Dotazník pre miestne samosprávy sme distribuovali 27 obciam a mestám v Prešovskom kraji, ktoré považujeme za strediská cestovného ruchu. Návratnosť dotazníkov predstavovala 70 % (19). Prieskum bol uskutočnený v apríli 2011.

V štáte testujeme nasledovné hypotézy:

H1: Predpokladáme, že viac ako 50 % skúmaných miestnych samospráv v Prešovskom kraji nie je členom manažérskej organizácie cestovného ruchu.

H2: Predpokladáme, že viac ako 50 % skúmaných miestnych samospráv v Prešovskom kraji sa plánuje stať členom manažérskej organizácie cestovného ruchu podľa zákona č. 91/2010 Z.z.

Pri spracovaní state sme vychádzali aj zo sekundárnych zdrojov domácej a zahraničnej literatúry, a legislatívy Slovenskej republiky. Získané informácie sme podrobili analýze, syntéze, abstrakcii a dedukcii.

3. Výsledky a diskusia

3.1. Charakteristika Prešovského kraja

Prešovský samosprávny kraj (PSK) sa nachádza v severovýchodnej časti Slovenskej republiky. Spomedzi všetkých ôsmich krajov, ktoré tvoria vyššie územné celky, je Prešovský kraj najľudnatejší a rozlohou je druhým najväčším krajom Slovenska. Jeho rozloha predstavuje 8 974 km² a na jeho území žije 801 939 obyvateľov. Viac ako 60 % obyvateľov je v produktívnom veku a takmer 23 % v predproduktívnom. Z hľadiska ekonomickej výkonnosti a príjmov obyvateľstva zaostáva Prešovský kraj v hospodárskom rozvoji za úrovňou Slovenskej republiky. Na tvorbe hrubého domáceho produktu (HDP) sa podieľa objemom deväť percent, čo predstavuje najmenší podiel zo všetkých ôsmich krajov Slovenska. Regionálny HDP postupne rastie, ale napriek tomu patrí stále k podpriemerným v rámci EÚ.

Najvýznamnejším odvetvím hospodárstva je obchodná činnosť. Jej podiel na celkových tržbách kraja je 44,5 %. Obchodu sa v kraji venuje najviac podnikateľských subjektov. Ďalšími významnými odvetviami je priemyselná výroba a stavebná produkcia. Vzhľadom na potenciál, ktorý má tento kraj v oblasti cestovného ruchu, tu existujú veľké rezervy v oblasti poskytovania hotelových a reštauračných služieb. Ich podiel na tržbách kraja predstavuje len 0,6 %.

V cestovnom ruchu v roku 2009 v Slovenskej republike poskytovalo služby 3 292 ubytovacích zariadení s kapacitou 58 647 izieb a 150 607 lôžok. Ich služby využilo 3 381 354 návštevníkov, z ktorých 17,3 % navštívilo Prešovský kraj. Okres Poprad s počtom 250 ubytovacích zariadení v roku 2009 zaujíma najvyšší podiel v rámci Prešovského kraja, v ktorom je celkom 605 ubytovacích zariadení. Medzi najvýznamnejšie okresy podľa počtu prenocovaní v minulých rokoch patria okresy Poprad, Bardejov, Stará Ľubovňa, Kežmarok a Prešov. Z pohľadu tržieb za ubytovanie návštevníkov dosiahol okres Poprad

v roku 2009 tržby za ubytovanie vo výške 25 011 tis. eur, čo predstavuje 68 % z celkových tržieb kraja. Tieto informácie nám poskytujú obraz o postavení cestovného ruchu v kraji.

Strediská cestovného ruchu môžeme v Prešovskom samosprávnom kraji rozdeliť do štyroch regiónov podľa regionalizácie cestovného ruchu vypracovanej v roku 2004. Poznáme Tatranský, Spišský, Šarišský a Hornozemplínsky región. Regióny rešpektujú katastrálne hranice okresov a sú definované zoznamom obcí zaradených do jednotlivých regiónov. Spišský región sa však na území Prešovského samosprávneho kraja nachádza iba svojou menšou časťou. Tatranský región má pritom zo strednodobého ako aj z dlhodobého hľadiska medzinárodný význam a je pre rozvoj cestovného ruchu v Prešovskom kraji najvýznamnejším.

3.2. Členstvo kraja a miestnych samospráv v manažérskych organizáciách cestovného ruchu

Podľa vyjadrenia predstaviteľky oddelenia cestovného ruchu Prešovského samosprávneho kraja (PSK) Mgr. Migašovej, plánuje PSK založiť krajskú organizáciu cestovného ruchu podľa zákona o podpore cestovného ruchu č.91/2010 Z.z., ktorej členom by mal byť PSK a aspoň jedna oblastná organizácia. PSK je zastúpený v pracovnej skupine SK 8 spolu s ostatnými kraji, ktorá sa podieľala na novelizácii zákona o podpore cestovného ruchu. V rámci tejto skupiny, kde sú zastúpené všetky samosprávne kraje, sa rieši aj iniciatíva zakladania krajských organizácií cestovného ruchu. V súčasnosti nie je PSK členom žiadnej obdobnej manažérskej organizácie cestovného ruchu, ktorá by pôsobila na úrovni kraja, či jednotlivých okresov a miest v kraji.

Prieskumom medzi 19 zúčastnenými obcami a mestami v Prešovskom kraji sme zistili, že v 79 %-ách (15) pôsobí v obciach a mestách turisticko-informačné centrum a v 26 %-ách (5) dokonca združenie cestovného ruchu, ktoré považujeme za manažérsku organizáciu cestovného ruchu. Členom združenia cestovného ruchu sú však len 4 obce, čo znamená, že 79 % (15) miestnych samospráv nie je členom manažérskej organizácie. Na základe toho sa potvrdila hypotéza H1, kde sme predpokladali, že viac ako 50 % skúmaných miestnych samospráv v Prešovskom samosprávnom kraji nie je členom manažérskej organizácie cestovného ruchu.

Založenie organizácie cestovného ruchu podľa zákona o podpore cestovného ruchu pritom plánuje 63 % (12) obcí a miest čím sa potvrdila

hypotéza H2, kde sme predpokladali, že viac ako 50 % skúmaných miestnych samospráv v Prešovskom samosprávnom kraji sa plánuje stať členom manažérskej organizácie cestovného ruchu podľa zákona č. 91/2010 Z.z..

Združenie neplánuje založiť v najbližšom období 37 % (7) obcí a miest. Na základe telefonického rozhovoru s predstaviteľmi obcí a miest, konštatujeme, že pre niektoré obce a mestá sa javí založenie takýchto organizácií neperspektívne a komplikované z dôvodu nutného združovania sa minimálne 5 miestnych samospráv a dosiahnutia aspoň 50 000 prenocovaní za rok. Podľa nedávnej novelizácie zákona o podpore cestovného ruchu č. 91/2010 Z.z. však boli zmiernené podmienky týkajúce sa založenia oblastných organizácií, čo môže prispieť k väčšej ochote miestnych samospráv založiť spomínané organizácie. V čase uskutočnenia prieskumu bola v platnosti podmienka územného susedstva minimálne 5 miestnych samospráv, ktorých celkový počet prenocovaní za predchádzajúci rok musel dosahovať aspoň 50 000 prenocovaní. Vďaka novelizácii už nie je potrebné územné susedstvo miestnych samospráv a je dovolené založiť samostatnú oblastnú organizáciu tým miestnym samosprávam, ktoré dosahujú aspoň 150 000 prenocovaní za rok.

Zo všetkých ponúknutých dôvodov ovplyvňujúcich vstup do organizácie cestovného ruchu, ktoré mali miestne samosprávy ohodnotiť na škále od 1-nepodstatný do 5-veľmi dôležitý, mal spoločný marketing najvyššiu priemernú hodnotu (3,8). Po ňom nasledovala väčšia možnosť preniknutia na nový trh (3,68), vytvorenie spoločného produktu (3,6), rozvoj strediska (3,42), zvýšenie konkurencieschopnosti strediska (3,37) a posledné miesto s priemernou hodnotou 3,32 zaujala lepšia spolupráca so subjektmi v stredisku a vybudovanie imidžu a značky strediska. Na základe získaných údajov môžeme konštatovať, že za hlavnú činnosť manažérskej organizácie cestovného ruchu považujú miestne samosprávy marketingovú činnosť.

V dotazníku sme sa pýtali aj na najvhodnejšiu právnu formu manažérskej organizácie v stredisku. 68 % (13) obcí a miest nevedelo posúdiť preferovanú právnu formu. Za právnu formu príspevkovej organizácie sa vyjadrilo 16 % (3) obcí a miest a 5 % (1) miestnych samospráv označili spoločnosť s ručením obmedzeným, občianske združenie a združenie na náklade zmluvy. Z odpovedí miestnych samospráv môžeme dedukovať

nízku znalosť výhod a nevýhod jednotlivých právnych foriem manažérskych organizácií cestovného ruchu, čo môže súvisieť aj s ich nedostatočným záujmom o túto problematiku.

Zaujímalo nás tiež hodnotenie spolupráce s podnikateľskými subjektmi v stredisku cestovného ruchu, ktorú ohodnotilo 58 % (11) obcí a miest ako dobrú a 26 % (5) ako slabú. Spoluprácu ako veľmi dobrú označilo iba 11 % (2) obcí a miest a 5 % (1) obcí sa vyjadrilo, že spolupráca v stredisku chýba.

V otázke, kde sme sa predstavitel'ov miestnych samospráv pýtali na názor, kto by mal byť zodpovedný za koordináciu činností rozvoja cestovného ruchu v stredisku, nám všetky jednotne odpovedali, že je to úloha verejného sektora v spolupráci so súkromným.

4. Záver

Na základe uskutočneného prieskumu v Prešovskom kraji môžeme konštatovať, že miestne samosprávy sú nedostatočne zapojené do koordinovaného rozvoja cestovného ruchu prostredníctvom členstva v manažérskych organizáciách. Iba 21 % skúmaných miestnych samospráv sú členmi manažérskej organizácie cestovného ruchu. Na druhej strane môžeme predpokladať, že túto situáciu zmení prijatý zákon o podpore cestovného ruchu č. 91/2010 Z.z., ktorý vstúpi do platnosti 1. decembra 2011. Vytvoriť oblastné organizácie podľa tohto zákona plánuje až 63 % skúmaných miestnych samospráv. Podľa tohto zákona plánuje založiť krajskú organizáciu aj Prešovský samosprávny kraj. Veríme, že táto iniciatíva v zakladaní manažérskych organizácií cestovného ruchu podporovaných finančnou dotáciou zo strany štátu môže napomôcť ku koordinovanému rozvoju cestovného ruchu v rámci regiónov na Slovensku.

Literatúra

- [1] COOPER, C. 2008. *Tourism: Principles and Practices*. Harlow: Pearson Education Ltd., 2008. 707 s. ISBN 978-0-273-71126-1.
- [2] GÚČIK, M. a kol. 2007. *Manažment regionálneho cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovného ruchu, 2007. 290 s. ISBN 978-80-89090-34-1.

- [3] Migašová, Š. (18.02.2011, 7.11.2011) Krajská organizácia. Osobná a emailová komunikácia. Prešov.
- [4] Novela zákona o podpore cestovného ruchu. [online]. [cit. 2011-11-01] Dostupné na internete: <<http://www.sacr.sk/sacr/novinky/dobra-sprava-pre-turizmus-poslanci-schvalili-zakon-o-podpore-cestovneho-ruchu/>>
- [5] POMPUROVÁ, K. 2011. *Teoretické prístupy ku skúmaniu cieľového miesta cestovného ruchu*. In Ekonomická revue cestovného ruchu, roč. 44, 2011, č. 3. ISSN 0139-8660. s. 132-139.
- [6] Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja PSK 2008-2015. [online]. [cit. 2011-01-15] Dostupné na internete: <<http://www.pokraj.sk/sk/samosprava/urad/odbor-regionalneho-rozvoja-uzemneho-planu-zivotneho-prostredia/dokumenty-regionalneho-rozvoja/phsr-psk-2008-2015.html>>
- [7] Zákon č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu.

Kontaktné údaje

Ing. Simona Murínová
Katedra cestovného ruchu a spoločného stravovania
Ekonomická fakulta UMB,
Tajovského 10,
97401 Banská Bystrica
e-mail: simona.murinova@umb.sk

Granty EU a turismus ve vztahu k dané destinaci

Alena Nigrinová

Abstrakt

Příspěvek na konkrétním projektu „Multifunkční centrum Dolní Chabry - revitalizace statku na Hrušovanském náměstí - stavba č. 0125“ dokládá souvislosti mezi činnostmi státní správy, samosprávy a přínosy pro cestovní ruch dané destinace.

Klíčová slova

Soudržnost, Jednotný programový dokument pro cíl 2 (JPD 2), Chaberský dvůr, turismus

Úvod

Úspěšný projekt realizovaný na bázi zásad Jednotného programového dokumentu pro cíl 2 s pracovním názvem Multifunkční centrum Dolní Chabry by se nezrodil bez součinnosti státní správy a aktivit představitelů místní samosprávy Dolních Chaber. Důsledky tohoto projektu pro oblast cestovního ruchu byly zpočátku nedefinovatelné, ale v budoucnosti možná fatální pro tuto jinak turisticky nezajímavou destinaci severozápadu Prahy.

1. Základní definiční vztahy související s tématem

Veřejná správa znamená správu věcí veřejných ve veřejném zájmu. Na rozdíl od soukromého sektoru ji vykonávají jiné subjekty a podléhá specifickým právním normám. Orgány státní správy působí na celostátní či místní úrovni, projekt Multifunkčního centra v městské části Praha-Dolní Chabry se úzce dotýká úřadu této městské části a zde působící samosprávy. Pravomoc obcí vymezuje Ústava ČR (hlava první, čl. 8, hl. 7 - čl. 99-105) a detailnější fungování upravuje Zákon o obcích č. 129/2000 Sb. K projektům dané městské části (MČ) se vyjadřuje zastupitelstvo a rada MČ.

2. Jednotný programový dokument pro cíl 2 (JPD 2)

Jak známo, roli centrálního koordinátora v oblasti fondů EU hraje ministerstvo pro místní rozvoj.

Začneme-li ze širšího úhlu, musíme zmínit snahu Evropské unie (EU) prostřednictvím politické soudržnosti zajistit vyrovnaný rozvoj všech členských států EU i jejich dílčích destinací. Snahou EU je zvyšovat úroveň integračního seskupení jako celku s důrazem na udržitelný růst, konkurenceschopnost, inovace a potírání rozdílů mezi vyspělými a chudými státy, stejně tak potírání rozdílů mezi destinacemi členských zemí. Právě fondy EU jsou hlavním nástrojem této soudržnosti. Na probíhající období 2007-2013 má ČR k dispozici 26,69 mld EUR, což představuje téměř tři čtvrtiny státního rozpočtu ČR.

Subjekty, které mohou podat žádost o podporu z fondů EU, jsou ministerstva, podnikatelské subjekty, vlastníci dopravní infrastruktury, neziskové organizace, školy, výzkumná centra a v neposlední řadě též obce. Škála projektových témat se týká životního prostředí, dopravy, příhraniční spolupráce, rozvoje lidských zdrojů, zlepšování státních služeb, podpora podnikání a výzkumu, rozvoje venkova a též rozvoje měst a obcí - právě toto téma se střetlo se zájmy zastupitelů MČ Praha-Dolní Chabry. Hlavním cílem JPD 2 je odstranění slabých stránek a bariér vybraného regionu na zadaném území a zkvalitnění městského prostředí tak, aby byla Praha schopna plnit plnohodnotnou funkci dynamicky se rozvíjejícího města členského státu EU. Projekt JPD 2 byl zároveň ekologicky orientován. Mezi strategické priority tohoto dokumentu patří revitalizace a rozvoj městského prostředí a vytváření podmínek budoucí prosperity vybraného území. Do seznamu vybraných území vedle Prahy 1, 9, 12, 14, 15, 19, 20, 21 byly zařazeny též Dolní Chabry.

Nutno zopakovat, že přestože v grantové problematice JPD 2 v souvislosti s Dolními Chabry není přímo zdůrazněna problematika cestovního ruchu, pozitivní dopady na turismus projekt bezesporu má. Ale upozorněme nejdříve na omezení pro městskou část: představitelé obce musí deklarovat, že MČ nemá žádné závazky vůči státním fondům, projekt musí být realizován výhradně z veřejných zdrojů a povinná je též maximální publicita strukturálních fondů i samotné unie. V neposlední řadě projekt provází povinnost vytvoření 5 nových pracovních pozic.

Celkové náklady projektu byly vyčísleny na Kč 66 209 238,-. Podíly jednotlivých subjektů dle programu JPD 2: Fondy EU 33 104 619,-, Hlavní město Praha 15 228 125,-, státní rozpočet Kč 15 095 706,-, podíl MČ 2 780 788,- (plus náklady na neodčitatelnou DPH ve výši Kč 1 139 088,-).

3. Chronologický průběh realizace projektu

V roce 2004 zakoupila MČ za Kč 3 000 000,- zchátralý objekt od fyzické osoby umístěný v historické části Dolních Chabech (300 let zde objekt stál v podobě hospodářské usedlosti). Kupní cena byla relativně nízká oproti nabídkám zahraničních investorů, ale rodina chtěla zachovat ráz jejich historického stavení s pamětí předků. Důvodů pro koupi objektu městskou částí bylo několik: reprezentativní sídlo úřadu a jednání zastupitelstev MČ, nové ordinace lékařů a společensko-kulturní prostory propagující EU. Větší ambice než informovanost o EU v oblasti kulturně společenské projekt neměl, realita však předstihla samotné záměry. V roce 2004 byla realizována architektonická soutěž, v roce 2005 došlo k úspěšnému schválení projektu v rámci Ministerstva pro místní rozvoj a Magistrátu hlavního města Prahy. V roce 2006 bylo vypsáno výběrové řízení na dodavatele stavby (firma Wachal a.s.). Stavba měla být uskutečněna k 30. 4. 2007. Technické a stavební překážky odsunuly předání kompletně zrekonstruovaného objektu na podzim 2008. Zastupitelstvo schválilo mimo jiné marketingový název objektu oficiálně Chaberský dvůr včetně atraktivního loga.

Projekt vstoupil „do života“ a tady nastává nová etapa, startující návaznost na problematiku cestovního ruchu.

„O čem cestovní ruch vlastně je? Dočasný pohyb a pobyt osob mimo místo obvyklého prostředí. Touha po bezprostředním poznání. Smysluplné trávení volného času, ať se tím myslí cokoliv. Návštěva známých míst a lidí. Dobrodružství....“(Kašpar, J. 2010). Všechny tyto atributy se přirozenou cestou dostaly do Chaberského dvora. Obřadní a kulturní sál, stejně jako Eurosál se staly cílem místních výletníků i turistů ze vzdálenějších lokalit, především z jiných částí Prahy a okolí.

Chaberský dvůr důstojně doplnil turistické cíle v Dolních Chabrech, kterými jsou především kostelík Stětí sv. Jana Křtitele z 12. století spadající pod proseckou farnost. Tento kostelík z doby předrománské představuje jednu z nejstarších staveb tohoto typu u nás. Neméně

významným turistickým bodem je Menhir v Ládevské ulici, megalitická památka, jejíž vztyčení se datuje do 5 tis. před n. l. Třetím významným faktorem cestovního ruchu je skutečnost, že jsou Dolní Chabry branou do Draháňského údolí, které bylo vyhlášeno chráněným územím a nabízí procházky výletníkům ze širokého okolí. Projekt JPD 2 tak obohatil tři zmíněné atraktivity cestovního ruchu o Chaberský dvůr, který týdně navštíví v průměru 50 - 100 návštěvníků. Motivem k návštěvě je kulturní a výstavní činnost, programy pro děti a mládež různého věku a v neposlední řadě sama architektura obohacená o příběh rekonstrukce a úspěšného průběhu projektu. Kombinace návštěvy kostela, Menhiru a Chaberského dvora se stala zajímavou nabídkou pro návštěvníky Dolních Chaber. Z pohledu služeb tu nechybí četné občerstvení všech kategorií.

Jisté je, že rok po zpřístupnění objektu veřejnosti se Chaberský dvůr stal učebnicovým příkladem, kdy obecné zásady Evropské unie o soudržnosti se promítly až do detailního prostředí Dolních Chaber a posílily konkurenceschopnost tohoto místa mimo jiné také jako cíle cestovního ruchu. Nutno zmínit význam informačního portálu Kudy z nudy, který přichází návštěvníci uvádějí jako nejčastější informační zdroj, který je přivede k návštěvě Dolních Chaber - místa, které dříve vnímali jen jako místo oficiálních i neoficiálních skládek, místo s nesourodou architekturou bez motivace jej navštívit. Chaberský dvůr zároveň se sebou samým vyzdvihl též do povědomí lidí kostelík Stětí sv. Jana Křtitele, který bohužel jeho majitel, kterým je Římsko-katolická církev, marketingově i stavebně značně zanedbávala.

Každý projekt přináší i negativa: v tomto případě obavy o ekonomickou efektivnost provozu tak obrovského objektu v budoucnu, negativa spojená s povinností zachovat obsahovou náplň architektonického návrhu po dobu 5 let a povinnost 5 pracovních míst - praxe ukázala, že pro zajištění provozu Chaberského dvora při splnění všech kvalitativních nároků postačí minimálně o 2 pracovníky méně. Energie, mzdové náklady a náklady spojené s opravami a údržbou mohou být v budoucnu příčinou odklonu budoucí samosprávy této městské části od takto ušlechtilého projektu a upřednostnění ekonomických zájmů této městské části. V praxi by to znamenalo objekt pronajmout či prodat, pokud budoucí zastupitelé dají přednost ekonomickým parametrům před kulturně-společenským významem tohoto objektu pro Dolní Chabry. V tuto chvíli, kdy Dolní Chabry chrání limit 5 let, se optimisticky nabalují

návrhy dalších projektů souvisejících s Chaberským dvorem a turismem zároveň. Tyto návrhy činí jak členové zastupitelstva sami, tak místní sdružení, fotbalový klub či jednotlivé fyzické osoby. Za všechny jmenujme projekt Naučné stezky Chaber vymezuující 3 okruhy pro pěší i cyklisty. V případě schválení projektu pro rok 2011, který je v plánované výši Kč 750 000,- z rozpočtu městské části, se vytvoří další pozitivní vrstva těchto aktivit v oblasti cestovního ruchu. Projekt JPD 2 tak jistě nezůstane osamocen a bude posílen dalšími obdobnými projekty. Tyto dialektické události by nenastaly právě bez projektů Evropské unie a unijní snahy o posilování kvality vybraných destinací.

Na závěr zmíním ještě projekty v oblasti sportu - nový fotbalový komplex a již schválené územní rozhodnutí o revitalizaci bývalých skládek a jejich přeměna na devítijamkové golfové hřiště (rok 2011). Taktéž vazba na projekty EU. Dolní Chabry by se tak staly centrem turismu nejen z hlediska historických atraktivit, ale také z hlediska sportovně-relaxační motivace návštěvníků. A to je myslím optimální směr, který je ideálem pro všechny městské části a obce vůbec. Na to navazující služby v podobě kvalitních penzionů, restaurací, kaváren, cukráren apod. jako nepostradatelná součást „mozaiky“ zvané cestovní ruch.

Seznam použitých zdrojů

- [1] Kašpar, J. 2010. K otázce cestovního ruchu jako vědecké disciplíny. Praha: Sněm Společnosti vědeckých expertů cestovního ruchu. Odborná přednáška v hotelu Ventana.
- [2] Polák, P. 2008. Chaberský průvodce. Soukromé reálné gymnázium Přírodní škola.
- [3] Interní materiály MČ Praha-Dolní Chabry.
- [4] www.strukturálnífondy.cz
- [5] www.chaberskydvur.eu

Kontaktní údaje

Ing. Alena Nigrinová

Vysoká škola hotelová v Praze, katedra cestovního ruchu

e-mail: Nigrinova@vsh.cz

Smysl obnovování drobných církevních objektů v nejjižnějších Čechách

Jan Pečman

Abstrakt

Kulturní krajina České republiky je doslova poseta církevními objekty, jako jsou Boží muka, křížky či drobné kapličky. Tyto drobné objekty jsou mnohdy neprávem přehlíženy i z hlediska památkové ochrany. Důvody jsou zřejmé - evidence a ochrana takových objektů je složitá a navíc nezanedbatelná většina objektů se nachází na soukromých pozemcích. Proto objekty chátrají a jejich obnova záleží většinou pouze na zájmu místních obyvatel či osob, jinak spjatých s danou lokalitou. Tyto drobné objekty mají význam také z hlediska tvorby identity občanů s územím, ve kterém žijí. Jejich význam z hlediska cestovního ruchu je nablízby – upravené památky jsou pro turisty přitažlivé. Podle technického stavu drobných církevních objektů lze navíc usuzovat zájem občanů o území, ve kterém žijí, stejně tak jako například podle upravenosti veřejných či poloveřejných prostor. Podpora zájmu obyvatel o své okolí je přispěvkem do diskuse k rozvoji cestovního ruchu v průniku oborů Územní plánování, udržitelného rozvoje a kultury.

Klíčová slova

Církevní památky, cestovní ruch, udržitelný rozvoj, kultura

Historické důvody umisťování drobných církevních památek v krajině

S drobnými sakrálními (církevními) objekty se setkával vesnický člověk prakticky od narození až po smrt (křest dítěte v kostele - rozloučení s nebožtíkem v kostele a cesta na hřbitov). Nejen kostel sám, který patří mezi velké církevní objekty, ale i drobné dřevěné a především kamenné sakrální artefakty v jeho okolí (kříže, zvonice, Boží muka) připomínaly člověku jeho víru a Kristovo utrpení. V návesních prostorech a při důležitých komunikacích v obcích, ale i při obyčejných polních cestách

stávaly různé církevní stavby jako vysoké dřevěné kříže, kamenná Boží muka, jednoduché zděné výklenkové kapličky, malé zděné či dřevěné zvoníčky. Tyto všechny stavby plnily funkci zastavení (a případně i rozjímání) kolemjdoucího či poutníka, ale též významného orientačního bodu v krajině.

/zdroj: www.muzeum-pribram.cz/

Jak je zřejmé, umisťování drobných církevních staveb bylo odedávna řízeno zájmem člověka o příslušné území. Tyto objekty byly také doplňovány dalšími památníčky na události, studánkami a stavbami, sloužícími pro orientaci.

Modelové území - „Nejjižnější Čechy“

Modelové území se překrývá s částí území bývalých Sudet. Toto území trpělo po roce 1945 vlnou nezájmu. Němečtí obyvatelé odsud byli vysídleni, a jejich místo vystěhovali sociálně slabší občané či armáda. Jak vyplývá z názvu, jde o nejjižnější území Jižních Čech, do kterého je zahrnuta zejména oblast Třeboňska a Novohradska. V tomto území operuje občanské sdružení Zachraňme dominanty, jehož cílem je opravovat drobné církevní památky, kterých se zde nachází početně.



Obr. 1: Hlavním cílem občanského sdružení je rehabilitovat drobnou sakrální architekturu v jihočeském pohraničí a zachovat její autentičnost ve vazbě na cestovní ruch.

O drobné církevní památky není velký zájem ze strany úřadů, ani z hlediska veřejnosti (památky nikomu nepatří jak ve smyslu duchovním, tak ve smyslu majetkovém) Z hlediska vlivů na krajinný ráz je ale možno tyto dominanty považovat za krajinotvorné a jejich zachování příštím generacím je žádoucí.

Drobné stavby v majetku obce opravují obce často svépomocí s využitím místních stavebních firem, nebo vlastních pracovníků. Ačkoliv je toto žádoucí (aby se obec sama o stavby starala), často profesionální přístup stavební firmy nechtěně zbaví původně lidovou stavbu půvabu. Ze stavbiček venkovských laiků se stávají sice řemeslně bezchybně provedené, ale vzhledově neatraktivní kapličky připomínající spíše trafostanice, než stavby lidové architektury. Kde ruku všeměla nahradí vodováha a lať, tam mizí půvab lidové stavby. Také mnoho kamenných artefaktů v dobré víře očištěných tryskáním (pískováním) nenávratně ztrácí autenticitu i původní ostrost reliéfů.

Problematika hodnocení zájmu

Účelem tohoto odstavce je mimo jiné nastínit metodiku hodnocení zájmu obyvatel o území, ve kterém žijí. Tato vcelku triviální metodika spočívá v hodnocení upravenosti veřejných prostranství a drobných staveb v majetku obce, státu či bez blíže specifikovaného soukromého majitele. Poté, co v obcích víceméně proběhla rekonstrukce a dostavba základní technické infrastruktury, obrátila se jejich pozornost ke vzhledu obce samé i jejího okolí. Obnova kapliček, křížků a božích muk ve volné krajině i v obcích je navíc v posledních letech podporována grantovým programem Jihočeského kraje i Programem obnovy venkova (POV). Zde však řada záměrů naráží na stále nevyjasněné vlastnické vztahy. Drobná sakrální architektura umístěná mimo obecní pozemky často „nikomu“ nepatří, což je zásadní překážkou jinak bohulibému záměru. Čili mnohdy se obyvatelé sami musí složit na opravu zanedbané památky. Práce poté probíhají s pomocí dobrovolníků i samouků. Výsledek není vždy ideální, avšak je nutno ocenit snahu veřejnosti a její úsilí. Pro ty, kdož se v této oblasti nejvíce angažují, byla ve spolupráci s Národním památkovým ústavem, územním pracovištěm v Českých Budějovicích, vytvořena metodická příručka, jak postupovat při záchraně drobných dominant, zájemci o toto téma se tedy dále mohou vzdělávat. Zde jsem i já přiložil ruku k dílu a mé kované repliky kovových křížů zdobí střechy nejedné kapličky.

Vraťme se nyní k metodice hodnocení zájmu obyvatel o území, ve kterém žijí. Ta může velmi dobře posloužit ke stanovování turisticky zajímavých a přínosných lokalit. V obci, která nabídne ke shlédnutí pouze neupravenou návěs a nepořádek, zřejmě pouze těžko budeme očekávat příznivý ohlas na nové náměty. Naopak, pokud jde o obec upravenou a pravidelně udržovanou, můžeme očekávat pozitivní reakce na nové trendy (např. třídění odpadu, společný alternativní zdroj energie a podobně). V takové obci je totiž zřejmá činnost občanské společnosti, která je schopna se semknout a v případě potřeby přiložit ruku k dílu (může jít o havárii autobusu, přírodní katastrofu, nebo nesouhlas s návrhem změny územního plánu, vyvolaným pochybným investorem). A právě podporou tvorby identity veřejnosti s prostředím, ve které žije, je možné dosáhnout udržitelnou péčí o drobnou sakrální architekturu v krajině bez potřeby soustavného přísunu finančních prostředků z vnějších zdrojů.

Tohoto cíle je možno dosáhnout naplněním těchto specifických cílů:

- Přivlastněním sakrálních objektů
- Budováním a rozvíjením vztahu k nim
- Jejich obnovou v duchu lidové architektury
- Začleněním sakrálních památek a dění kolem nich do nabídky pro rozvoj cestovního ruchu regionu

Závěr

Drobná sakrální architektura v krajině má svůj význam i pro oblast cestovního ruchu - ať už se jedná o tradiční poutování, které se v posledních letech v naší oblasti rozvíjí, nebo pro ostatní typy putování krajinou (cyklo, pěší). Je totiž nedílnou součástí kulturní krajiny.

Literatura

- [1] www.wikipedia.org, dostupné 20.10.2011
- [2] www.pamatkyborovany.cz dostupné 20.10.2011
- [3] www.sdruzeniiruze.cz, dostupné 20.10.2011
- [4] WOBSE, H. H.: Landschaftsaesthetik, ISBN 3-8001-3217-6
- [5] BIELEFELD, GILLICH: Landschaftsplanung Landschaftsarchitekten BDLA: Landschaftsplanung auf der Stufe der Flachennutzungsplanung Obere Kyll/Eifel, 1994

- [6] Regionaler Planungsverband Westsachsen: Regionalplan Westsachsen, 2008

Kontaktní údaje

Ing. Jan Pečman

Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích

katedra stavebnictví

e-mail: pecmy/at/seznam.cz

Quo Vadis, česká gastronomie?

Jiří Poláček, Milan Němčanský

Abstrakt

Cílem příspěvku je stručný nástin problémů české gastronomie v kontextu celospolečenských změn. Uvedeny jsou vybrané statistické ukazatele o výkonech oboru ubytování, stravování. V další části je charakterizována úloha jednotlivých typů restauračních zařízení z pohledu klienta. Závěrečná část je věnována rozsáhlejšímu rozboru možností řešení některých problémů provozu restauračních zařízení s důrazem na nutnost rozšíření spotřebitelského povědomí o kvalitě nabízených jídel, zejména pak jídel tradiční české kuchyně. Výchova klientů k lepšímu vnímání práce personálu a individuální rozlišení kvality podávaných jídel povede k oboustranně prospěšnému žádoucímu posunu kvality poskytovaných restauračních služeb.

Klíčová slova

Marketing restaurací, růst provozních nákladů, pokles tržeb, gurmánské restaurace, tradiční česká kuchyně, kvalita jídel, výchova spotřebitelů.

Úvod

Česká gastronomie je součástí naší národní kultury a je tedy potřeba ji i v tomto kontextu chápat. Podle zásad tržního hospodářství se tato oblast docela úspěšně vyrovnala od roku 1989 s transformací ze „všeobjímající“ péče socialistického hospodářství do soukromých podnikatelských subjektů, někde i se mnoha klady a někde bohužel i se všemi zápory, které tuto nelehkou zejména ekonomickou přeměnu oboru provázely. U mnoha nových vlastníků restauračních podniků převládal pocit manažerské neomylnosti, bezmezná nahraditelnosti personálu na všech úrovních a uspokojivého pohledu do denní uzávěrky tržby, jaksi nereagující na nutnost úhrady odebraného zboží od dodavatelů. U další skupiny se projevila (více či méně úspěšná) touha dokázat své schopnosti v úplně novém oboru podnikání, podloženém hlavně zdravým sebevědomím a často bohužel zkresleným pohledem na podíl nákladů

a výnosů. Třetí skupina nových vlastníků gastronomických zařízení se vrhla s obrovským nadšením do podnikání v pohostinství s pocitem, že je možno vše zvládnout vlastními silami, posbíranými recepturami jídel všeho druhu a výrazným nepoměrem neomezeného fondu pracovní doby k minimálnímu osobnímu volnu. V této době se v oboru gastronomie projevil naplno zoufalý nedostatek zkušeností z podnikání ve vyspělém, tržnímu prostředí a tvrdé konkurenci vystaveném pohostinství a to hlavně u základního personálu – kuchařů, číšníků, cukrářů, sommelierů. Není asi daleko od pravdy, že tento stav se daří odstraňovat i po více než dvaceti letech jen obtížně. Zatímco u manažerských funkcí není příliš velkým problémem post obsadit (problém je ovšem s jeho výdrží v řídicí funkci), najít skutečně dobrého kuchaře nebo číšníka je problém nepochybně současný, přetrvávající a zásadní.

Dalším problémem současné gastronomie je uplatnění marketingu a jeho nástrojů v praxi pohostinských zařízení. Marketing je nepochybně kuchařkou moderního podnikání v tržním prostředí a ve zvládnutí zákaznického rozhodování. Běžná provozní praxe ukazuje na rozpor, se kterým náš obor v současné nelehké ekonomické situaci nepochybně bojuje. Věnovat finanční prostředky do marketingových aktivit, nebo se spíše soustředit na zlepšení vybavení provozovny? Je rozhodující pro moji restauraci budování marketingových aktivit, nebo spíše se věnovat prodejním dovednostem číšníků? Mohu kvantifikovat návratnost prostředků? Přinese mi více prostředků do marketingových aktivit i více zákazníků? Není pochyb, že na marketingové aktivity je nutno si vytvořit volné finanční prostředky z vlastního prodeje jídel a nápojů (trochu nám to připomíná známou otázku – byla dřív slepice nebo vejce?). Klíčovým problémem se zdá vlastní tvorba nabídky na jídelním a nápojovém lístku.

Provoz každého z ubytovacích a restauračních zařízení v současnosti a do budoucna trápí bez ohledu na jeho polohu v České republice vysoké fixní náklady na provoz. Hlavní provozní vstupy energií (plyn, elektřina, voda, odvoz odpadů a jiné) vykazují trvale vzrůstající hodnoty a ani šetření nepřináší vzhledem k obchodní politice dodavatelů požadované úspory. Samostatným problémem jsou otázky stále vyššího zdanění mezd personálu i odvodů pro OSVČ, které zatahuje zaměstnavatele a nakonec i zaměstnance do pro stát v konečném důsledku nevýhodné šedé zaměstnanosti, nehledě na porušování příslušných zákonů. Při plánovaném zvýšení DPH u potravin bude nutno zohlednit zvýšené náklady nejen zřejmě do prodejních cen, ale vzroste tlak hlavně na

vzájemné odběratelsko-dodavatelské vztahy. Určité riziko lze spatřovat i v plánovaném zvýšení základní sazby DPH u navazujících ubytovacích služeb.

Cílem následujícího příspěvku je tedy určitým způsobem naznačit možnosti řešení vybraných problémů současného stavu i budoucího vývoje naší gastronomie. Některé z nich vznikají mimo ovlivnitelnou sféru oboru (např. výše DPH, daňová problematika, otázky vnímání úlohy CR v národním hospodářství) a jsou spojeny se stávající neutěšenou situací ve státních financích a jejím částečným avšak citelným přenesením podle rozhodnutí politické reprezentace do dalšího stereotypního zvýšení výdajové stránky obyvatel. Řadu problémů si však přináší i soukromí vlastníci do provozu hotelů a restaurací sami (např. špatnou cenovou politikou, nedodržováním pravidel při provozu, špatnou personální zaměstnaností a jinými). Jedno je pro všechny však sjednocující – se všemi těmito problémy se musí každý provozovatel vypořádat pouze sám a zvolit si na své podmínky nějaké optimální řešení. Privatizace podnikání nám sice přinesla svobodu rozhodování o předmětu činnosti, ne však svobodu ekonomicko-právní. Zde je dozorující role státu až příliš jednoznačná.

Některé aspekty současné situace v české gastronomii

Podle pramene ČSÚ/časové řady – 2010 – předběžné údaje, je zajímavým údajem index růstu spotřebitelských cen v oboru pohostinství a stravování. V období let 2005 až 2010 vzrostly ceny ve stravovacích službách o 18 % (pro srovnání ceny ubytovacích služeb za totéž období zaznamenaly nárůst o plných 28,4 %).

Těžko můžeme totiž očekávat v současnosti být jen zachování stávajících cen jídel v celoplošném trendu neustálého zdražování všech vstupů a všemi směry, jak ukazuje vývoj nákladů na provoz restauračních zařízení. Toto se týká ovšem také našich zákazníků.

Na úvod této části příspěvku uvádíme vybrané ukazatele ekonomické výkonnosti našeho oboru:

Tab. č. 1.1 Ekonomické ukazatele - ubytování, stravování a pohostinství

	2009	Index 2009/2008	2010	Index 2009/2010
Prům. ev. počet zaměstnanců	123 062	102,1	112 535	91,4
Mzdy (bez OON)	17 321	102,5	16 274	94,0
Prům. hrubá més. mzda	11 735	95,1	12 056	102,7
Tržby celkem v mil. Kč	137 358	92,6	133 385	97,1
Tržby za služby v mil. Kč	130 748	95,1	126 591	96,8
Výkony v mil. Kč	132 525	94,1	128 376	96,9
Výkonová spotřeba v mil. Kč	91 945	91,0	89 841	97,7
Přidaná hodnota v mil. Kč	40 581	102,2	38 536	95,0
Podíl ÚPH na výkonech	30,6	2,4	30,0	-0,6

Pramen: ČSÚ/časové řady – 2010 předběžné údaje

Z těchto údajů je patrné, že snaha o zvyšování spotřebitelských cen nebo naopak nepřiměřeně nízké ceny v oboru pohostinství nepřinášejí kýžený výsledek ve zvýšení tržeb a tím i rentability podnikání v tomto oboru. Tento trend je patrný zejména po úpravě sazby DPH, které proběhlo v roce 2008. Příčin poklesu rentability je samozřejmě více – počínaje zvyšováním provozních nákladů zejména růstem cen vstupů (energie, nájem), přes snižující se koupěschopnost obyvatelstva směrem do komerčního stravování vlivem růstu prvotních životních nákladů a konče poklesem zájmu zahraničních turistů o cesty do ČR a zkracováním délky jejich pobytu (podle uvedeného pramene ČSÚ se počet příjezdějících rezidentů do ČR se zvýšil pouze u Prahy a Západočeských lázní, jinak došlo ke všeobecnému poklesu ve všech turistických oblastech a kategoriích hostů). Incomingové turistice ze zahraničí

neprospívá ani stále zpevňující kurs koruny vůči euro a dolaru. Zahraniční touroperátoři podnikající ve skupinové autobusové turistice také stále silněji kritizují trvale zhoršující se stav komunikací, zejména těch, směřujících od hlavního města do východních částí ČR.

Všeobecné klima v oboru tedy není celospolečensky ani ekonomicky příznivé. Přesto je zajímavé, že počet vydaných hostinských živností má stále zvyšující se tendenci, o čemž svědčí i následné údaje:

Tab. č. 1.2 Počet vydaných hostinských živností v letech 2008 – 2010

	Počet 2008	Počet 2009	Počet 2010	Změna 2009/10
ČR celkem	162 565	169 268	175 677	6 409

Pramen: ČSÚ/časové řady – 2010, předběžné údaje

Tento nárůst je hlavně ve sféře menších stravovacích zařízení často fast-foodového typu prodeje, kde počáteční investiční ani odborná náročnost není tak vysoká a prostředky pochází z přímých soukromých zdrojů. Tato zařízení a jejich počty však bohužel netvoří pro hodnocení kvality české gastronomie žádný rozhodující podíl, jsou pouze odrazem určitého současného stravovacího stylu, o který je spotřebitelský zájem.

Úloha restauračních podniků ve vztahu k zákazníkům

Z hlediska významu pro návštěvníky je možno rozdělit české restaurační podniky do těchto kategorií:

- 1) Gurmánské restaurace
- 2) Etnicky zaměřené restaurační podniky
- 3) Restaurace se standardní formou nabídky jídel
- 4) Fast-foodové restaurační podniky

Úloha tzv. gurmánských restaurací se snahou o vysokou kvalitu použitých surovin, zajímavou chuťovou kombinaci pokrmů a poutavou prezentací hostu je sice pro běžného konzumenta dosud výjimkou z pohledu počtu návštěv, avšak plní výrazně výchovnou funkci a zde je jejich existence velmi důležitá. Zajímavým počinem (a úspěšným) je posunout jejich prezentace více k širšímu okruhu konzumentů (viz. projekt Prague Food Festival, nebo Grand Restaurant Festival, jehož

duševním autorem je Pavel Maurer). I přes často nadprůměrnou cenu nabízených menu je vzrůstající obliba těchto gurmánských akcí u českého zákazníka potěšující. Určitou cestou k zákazníkovi je propagace určitých neobvyklých jídel předem, nebo jejich příprava v určitém dnu v týdnu – to umožní i dobrou logistiku kuchyně a tím i zamezení zbytečných surovinových ztrát.

Etnicky zaměřených restaurací na některou ze známých světových kuchyní je již na našem trhu celá řada a jsou příjemným zpestřením nabídky pro široké spektrum návštěvníků, kteří mají rádi změnu stravovacích zvyklostí. Problémem je zásobování některými čerstvými potravinami (např. ryby, zelenina) v těchto kuchyních běžně používanými, nutnost výchovy personálu v kuchyni na nezvyklé výrobní postupy i servis jídel, poněkud vyšší ceny jídel a nápojů. Rozčarování hostům přináší také často srovnání originálu (často s oblibou konzumovaného v navštívené zemi) s „kopíí“ podávaného jídla v takové tuzemské restauraci.

Standardní podniky s písemnou nabídkou jídel a nápojů tvoří základ veškerého restauračního stravování v našich podmínkách pro nejširší okruh konzumentů a jsou pro jeho hodnocení rozhodující. V tomto příspěvku není samozřejmě možno rozebrat celou škálu problémů, se kterými se naše restaurace potýkají – jak provozně, tak na straně druhé se zákazníky! Problémem je většinou zbytečně rozsáhlý jídelní lístek, v němž se nedokáže orientovat nejen host, ale někdy ani restaurační personál. Malá pozornost je věnována grafické úpravě – barva stránek je často nevhodně zvolena, řazení jídel nelogické, názvy jídel tajuplné. Celkový výsledek je možno globálně zhodnotit asi takto: zákazník většinou nikdy neví, jak to dopadne...

U fast-foodů dominují mezinárodně známé řetězce s vysoce promyšlenou strategií působení na klienta – už téměř od jeho narození. Jsou zákaznicky úspěšné a při doplnění o různá bistra reflektují na nízké povědomí o úrovni stolování i konzumace široké veřejnosti. I když už o ceně směřem ke kvalitě lze v těchto zařízeních často pochybovat, rychlost a nenáročnost zde stále vítězí.

Závěrem této části konstatovat, že zvýšení úrovně našeho restauračního je problémem na obou stranách „pultu“ - a jejímu zlepšení už vůbec nepřispívá činnost státní správy. Tolik proklamované heslo o všemocné ruce trhu zde jaksi nefunguje.... Ale jak dál?

Závěr

Oblíbenost tradiční české gastronomie je stálíci u návštěvníků restaurací a to všech generací. Tuto skutečnost nelze opomenout a tím méně u majitelů nebo provozovatelů restauračních podniků podcenit. Stačí jednoduché pozorování úspěšnosti restaurací třeba u hlavních silničních tahů. Plné parkoviště je tradičním měřítkem bez ohledu na čas – a téměř všude zde dominuje nabídka a většinou i kvalita našich lidových jídel. Tvzení, že dobrou restaurační kuchyni poznáš už podle kvality podávané polévky, nezbyvá než plně podpořit. Osobně znám hodně i náročných strážníků, kteří se pravidelně zastavují u vytipovaného podniku na dobrou přesnídávkou polévku nebo třeba na téměř zapomenutá plíčka na smetaně. Česká kuchyně patří sice mezi kaloricky vydatnější, ovšem příprava většiny jídel není příliš komplikovaná. Vychází z lidových regionálních tradic, nedostatku času při přípravě, levných všeobecně dostupných potravin a pro každé jídlo charakteristické chuťové charakteristiky. Hlavním problémem současné nabídky české kuchyně je ovšem chuťová stránka nabízených a připravených jídel – a to bez ohledu na kvalitu surovin.

Je možné pokročit ve sledování kvality jídel? Jsem názoru, že problém neleží ani tak v práci tolik kritizovaných hygieniků, nejasnému přínosu členství v profesních organizacích, existenci spousty často zbytečně vyprodukovaných nařízení centrálními státními orgány, problematické kvalitě potravin v době různých hypermarketů rázně označovaných jako hlavní dodavatelský partner pro gastronomii, či snad nedůstojné situaci zemědělských malopřevitelů.

V naší gastronomii nefunguje dobře trh a – samotný spotřebitel je problémem.

K nutné nápravě kvality jídel nutně patří náročnější spotřebitel. Existuje institut spotřebitelské výchovy v gastronomii? Celá řada návštěvníků našich restaurací si dnes a denně přinejmenším nepochutná nejen na tradiční české kuchyni, ale ani na tom nejjednodušším, čím se naše místní kuchařské „umění“ často prezentuje – je nějakým velkým kuchařským uměním třeba vhodit na pánev tolik oblíbená kuřecí prsa (to už nemluví třeba o jejich marinování) položit na ně plátek ananasu, „přitažlivě“ doplnit rovněž tradičně různobarevným nakrájenou zeleninou, doplnit jaksi obvykle bledými tenkými velkododatelskými (samozřejmě cenově „akčními“) hranolky? Bohužel, tato nabídka v různých obměnách

v našich restauracích převažuje.... a čím více variant a různých mas na jídelníčku, tím prý spokojenější klient. Výsledná chuť jídla je jaksi nedůležitá, zdá se. Ostatně, je zažitým zvykem kuchařů jídlo ještě před jeho nabídkou hostům předem připravit a výsledek sám ochutnat? A zná jednotlivá nabízená jídla obsluha? Dokáže vůbec dobře poradit ve výběru přílohy?

Jak vychovat kuchaře a dobré číšníky, je u nás poměrně dobře teoreticky zpracováno. Ovšem bez kontroly jejich práce ze strany návštěvníků ovšem současný systém nepříliš účinný a naše gastronomie se ke světlejším zítřkům s kvalitou potřebnou v současné evropské konkurenci rychleji asi nedopracuje. Naše střední i vysoké školy ekonomického zaměření chrlí spousty absolventů, kteří by měli znát ekonomický pojem „mezní poptávka“. Poměrně zdařilým praktickým příkladem je právě nabídka jídla o ochota klienta zaplatit za něj přiměřenou cenu, ne však již neodpovídající jeho kvalitě. Většina zákazníků zná pouze pojem mezní cena, nepozná však u jídla hranici kvalitativní. Ale kvalita má i svou cenu, to všeobecně platí i u nás!

Zlepšení tohoto stavu je možno najít právě ve výchově spotřebitelů. Úkolem všech zainteresovaných subjektů v oblasti gastronomie (např. školství, profesních organizací, sdružení spotřebitelů, i odpovědných státních orgánů, podnikatelských subjektů, kuchařských osobností) by měla být zlepšující se znalost gastronomie mezi širokou veřejností. Spotřebitel by měl být schopen postupem času odborněji komunikovat s restauračním personálem a uplatňovat i konstruktivní kritiku kvality jídla. Nečekejme, až se personál (náhodou většinou) zeptá, jak nám chutnalo – řekněme to jako první. První úspěchy již máme – oblíbenost degustačních menu, gastrofestivalů je u veřejnosti značná a tendence optimistické. Velmi chybí běžný provozní marketing. Vůbec nejsou presentováni veřejnosti naši šikovní kuchaři a přitom právě oni jsou základem provozního úspěchu každé dobré restaurace. Za dobrou kuchyní jsme ochotni jet i pár kilometrů navíc, ale známe toho, kdo ji vytvořil? Proč nevystavit vedle jídelníčku i tvář a jméno našeho šéfkuchaře a jeho kolektivu?

Což se také obrátit více na presentaci jídel i servis české kuchyně a oživit u spotřebitelů skutečně nefalšovanou paměťovou chuť našich národních jídel (pokud možno bez zbytečných „modernizací a vylepšení“). Mnoho poučení o přípravě jídel a použitých surovinách

můžeme najít v historii gastronomie - např. v receptech našich babiček-kuchařek. Jedno takové vylepšení jsem také viděl – snad dobře šéfkuchařem myšlené nahrazení vepřového plecka vepřovou panenkou se ani u presentace pro profesionály oboru v případě českého „vepřo-knedlo-zelo“ nesetkalo se žádným kladným ohlasem... měnit osvědčené recepty je sice průkopnické, co na to řekne ale zákazník, který tento experiment platí?

Jak zákazník, tak i provozovatel bude mít v našich ekonomických podmínkách stále hlouběji do kapsy. Rozhodně nebude stálíci našich jídelníčků sebelepší argentinské hovězí, ani mušle Svatého Jakuba. Prý nám docela nevadí nepřítomnost vlajky EU na Pražském hradě, zato v podhradí bychom určitě uvítali více vlajkových lodí tradiční české gastronomie.

Literatura

[1] ČSÚ, Registr ekonomických subjektů, 2010

[2] ČSÚ, časové řady, 2010

Kontaktní údaje

Ing. Jiří Poláček, Ing. Milan Němčanský

Slezská univerzita v Opavě

Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné

Univerzitní nám. 1934/3

733 40 Karviná

e-mail: polacek@opf.slu.cz, nemcansky@opf.slu.cz

Atraktivnosť regiónov Slovenska v cestovnom ruchu pre domácich obyvateľov

Kristína Pompurová, Lívia Michlerová

Abstrakt

V stati skúmame atraktivnosť regiónov Slovenska v cestovnom ruchu pre domácich obyvateľov. Atraktivnosť cieľového miesta cestovného ruchu pritom chápeme ako schopnosť cieľového miesta vzbudiť záujem, pritiahnuť návštevníkov a uspokojiť ich dopyt. Analyzujeme sekundárne zdroje informácií o počte domácich návštevníkov a ich prenocovaní v komerčných ubytovacích zariadeniach na území jednotlivých krajov Slovenska. Údaje porovnávame s potenciálom zdrojového trhu, t.j. počtom domácich obyvateľov v rokoch 2000 až 2010. Rovnako hodnotíme aj atraktivnosť Slovenska z hľadiska subjektívnych názorov domácich obyvateľov. Analyzujeme primárne zdroje údajov získané opytovaním prostredníctvom dotazníka. Výsledky zovšeobecňujeme a formulujeme závery.

Kľúčové slová

Atraktivnosť cieľového miesta cestovného ruchu. Domáci obyvatelia. Slovensko.

Úvod

Domáci cestovný ruch je v hospodársky vyspelých štátoch tradične základom rozvoja zahraničného cestovného ruchu. Ak chce byť teda Slovensko ako cestovný cieľ a jeho jednotlivé regióny zaujímavé pre zahraničných návštevníkov, musí najprv vedieť vzbudiť záujem a pritiahnuť pozornosť domácich obyvateľov.

1. Materiál a metodika skúmania

V stati sa zaoberáme skúmaním atraktívnosti regiónov Slovenska v cestovnom ruchu pre domácich obyvateľov, a to z hľadiska uspokojeného, ako aj potenciálneho dopytu.

Pri skúmaní atraktívnosti z hľadiska uspokojeného dopytu vychádzame zo sekundárnych zdrojov informácií Štatistického úradu Slovenskej republiky o návštevníkoch v ubytovacích zariadeniach cestovného ruchu Slovenska a informácií Eurostatu o počte obyvateľov Slovenska. Abstrahujeme pritom od jednoduchových návštev a ubytovania u rodinných príslušníkov, priateľov a známych, o ktorých nie sú údaje k dispozícii. Regióny Slovenska v stati stotožňujeme s ôsmymi krajmi podľa územnosprávneho usporiadania štátu.

Atraktívnosť z hľadiska uspokojeného dopytu hodnotíme prostredníctvom koeficientov atraktívnosti cieľového miesta, ktoré berú do úvahy veľkosť trhu, na základe počtu návštevníkov, ktorí ročne navštívia cieľové miesto (ka_1), resp. podľa počtu prenocovaní v ubytovacích zariadeniach cestovného ruchu (ka_2), a tak umožňujú porovnávať atraktívnosť cieľových miest z hľadiska uspokojeného dopytu rôznych zdrojových trhov. Čím sú hodnoty daných ukazovateľov vyššie, tým je hodnotené cieľové miesto (štát, región) pre daný trh atraktívnejšie. Vypočítajú sa dosadením do vzťahu:

$$ka_1 = \frac{\sum P_{ni}}{\sum P_{oi}} \cdot 100, \quad \text{resp.} \quad ka_2 = \frac{\sum P_{pi}}{\sum P_{oi}} \cdot 100, \quad (1)$$

kde ka je koeficient atraktívnosti cieľového miesta cestovného ruchu z hľadiska

uspokojeného dopytu vybraného zdrojového trhu,

P_{ni} – počet návštevníkov cieľového miesta zo zdrojového trhu za obdobie i ,

P_{pi} – počet prenocovaní návštevníkov cieľového miesta zo zdrojového trhu za obdobie i ,

P_{oi} – počet obyvateľov zdrojového trhu za obdobie i .

Atraktívnosť Slovenska z hľadiska potenciálneho dopytu skúmame prostredníctvom subjektívnych predstáv a postojov domácich obyvateľov o Slovensku ako o cieľovej krajine cestovného ruchu. Vychádzame

z primárnych zdrojov údajov získaných opytovaním prostredníctvom dotazníka. Z časových a finančných dôvodov sme ho distribuovali na výstavách cestovného ruchu ITF SlovakiaTour v Bratislave (20. - 23. 1. 2011) a Košice Tour v Košiciach (26. - 28. 1. 2011). Išlo o príležitostný výber respondentov, t.j. vyber najľahšie dosiahnuteľných jednotiek. Výberový súbor tvorilo 100 obyvateľov Slovenska vo veku nad 15 rokov, ktorí sú reprezentatívnym obrazom základného súboru z hľadiska pohlavia (51 % žien, 49 % mužov). V práci sme abstrahovali od toho, že názory obyvateľov sú ovplyvnené vekom, vzdelaním, povoláním, veľkosťou sídla ap. Napriek tomu budeme zistené údaje zovšeobecňovať. Z hľadiska vekovej štruktúry tvorili najväčšiu skupinu respondenti od 25 do 34 rokov (37 %), nasledovali mladí od 15 do 24 rokov (25 %), potom respondenti vo veku od 45 do 54 rokov (20 %), respondenti od 35 do 44 rokov (14 %) a najmenšiu skupinu tvorili respondenti starší ako 54 rokov (4 %). Pokiaľ ide o veľkosť sídla (obce, mesta), v ktorom respondenti žijú, tak najviac ich pochádza zo sídla, v ktorom žije 20 000 až 100 000 obyvateľov (36 %), potom z najväčších sídel nad 100 000 obyvateľov (26 %), rovnaký počet respondentov pochádza zo sídel od 1000 do 5000 obyvateľov a od 5000 do 20 000 obyvateľov (14 %) a najmenej respondentov žije v sídlach do 1000 obyvateľov (10 %).

Respondentov sme najprv požiadali, aby určili, ktoré z kritérií, resp. atribútov cieľového miesta najviac ovplyvňujú jeho atraktivnosť. Vybrané kritériá súvisiace s polohou, spoločenskými predpokladmi, primárnou a sekundárnou ponukou krajiny hodnotili na stupnici 1 – 5 (1 – bezvýznamný, 5 – rozhodujúci vplyv na atraktivnosť). Zároveň na Likertovej škále 1 – 5 (1 – nedostatočná, 5 – vysoká schopnosť) hodnotili, do akej miery je Slovensko schopné uspokojiť ich potreby, ktoré sa viažu na jednotlivé kritériá. Atraktivnosť Slovenska z hľadiska potenciálneho dopytu sme potom vyjadrili ako súčin váh kritérií a schopnosti Slovenska uspokojiť potreby potenciálnych návštevníkov súvisiace s danými kritériami podľa vzorca, ktorý vo svojej štúdii použili autori Hu, Brent Ritchie (1993, s. 29):

$$A_{CM} = \sum_{i=1}^n (V_i \cdot S_{CMi}), \quad (2)$$

kde A_{CM} je atraktivnosť cieľového miesta,

V_i – váha, resp. význam kritéria i pri hodnotení atraktívnosti cieľového miesta,

S_{CMi} – vnímanie schopnosti cieľového miesta uspokojiť potreby potenciálnych

návštevníkov pre kritérium i ,

n – počet kritérií.

Keďže výsledkom je absolútne číslo, ktoré by malo vypovedať schopnosť len pri porovnaní atraktívnosti Slovenska s ďalšími cieľovými krajinami, resp. z hľadiska viacerých zdrojových trhov, navrhli sme ukazovateľ úrovne atraktívnosti:

$$úa = \frac{A_{CM}}{A_{CM}^*} \cdot 100, \quad (3)$$

kde $úa$ je úroveň atraktívnosti cieľového miesta,

A_{CM} – atraktívnosť cieľového miesta vypočítaná podľa vzorca 2,

A_{CM}^* – ideálna atraktívnosť cieľového miesta vypočítaná ako súčin váh kritérií V_i a maximálnej hodnoty na zvolenej stupnici hodnotenia vnímanej schopnosti cieľového miesta uspokojiť potreby potenciálnych návštevníkov pre kritérium i .

Ide o percentuálne vyjadrenie toho, do akej miery zodpovedá atraktívnosť daného cieľového miesta cestovného ruchu hypotetickému hodnoteniu ideálneho cieľového miesta pre vybranú skupinu respondentov (pri zachovaní jednotlivých váh kritérií).

Pri spracovaní získaných dát použijeme matematicko-štatistické metódy s využitím tabuľkového procesora Excel a softvéru SPSS.

2. Výsledky skúmania

2.1. Atraktívnosť Slovenska z hľadiska uspokojeného dopytu

V rokoch 2000 až 2010 tvorili domáci návštevníci až 58,4 % z celkového počtu návštevníkov ubytovaných v komerčných ubytovacích zariadeniach na území Slovenska. Každoročne sa ich najviac ubytovalo v Prešovskom kraji (19,3 %). Najnavštevovanejším bol pritom vďaka Národnému parku Vysoké Tatry okres Poprad, ktorý uprednostnilo viac ako 60 % návštevníkov na území kraja. Menej domácich návštevníkov navštívilo Žilinský, Bratislavský, Banskobystrický, Košický, Trenčiansky, Trnavský

a Nitriansky kraj (tabuľka 1). Tri najnavštevovanejšie kraje s 36,4 %-ným podielom na rozlohe Slovenska sa podieľali na celkovej návštevnosti 52,1 %-ami. Najväčšia koncentrácia domácich návštevníkov bola vzhľadom na malú rozlohu územia v Bratislavskom kraji (150 návštevníkov na 1 km² ročne). Na druhom mieste sa pritom umiestnil Prešovský kraj (43 návštevníkov na 1 km² ročne) nasledovaný Trenčianskym krajom (41). Najmenšiu hustotu domácich návštevníkov na 1 km² ročne (21) mal Nitriansky kraj.

Tabuľka 1: Domáci návštevníci v rokoch 2000 až 2010

Rok	Štruktúra návštevníkov podľa krajov v %								Počet návštevníkov SR
	BSK	TTSK	TSK	NSK	ŽSK	BBSK	PSK	KSK	
2000	15,37	7,13	8,03	7,14	15,73	15,42	20,94	10,25	1 734 416
2001	14,58	8,01	8,49	7,02	15,88	15,64	20,79	9,60	1 941 649
2002	14,62	7,56	8,99	6,27	16,01	15,74	20,56	10,25	2 047 702
2003	14,95	7,25	9,71	6,61	16,70	15,63	19,24	9,90	1 986 749
2004	15,80	7,41	9,76	6,18	16,81	15,66	18,46	9,92	1 843 296
2005	16,40	6,85	9,48	6,86	16,79	15,61	18,15	9,86	1 913 103
2006	16,71	6,60	9,50	6,45	16,76	15,89	18,29	9,80	1 972 071
2007	16,56	6,24	9,85	6,09	17,41	15,03	18,64	10,18	2 093 228
2008	15,17	6,34	9,81	6,50	18,22	15,07	18,80	10,09	2 316 116
2009	15,26	5,82	9,65	7,56	19,29	13,91	18,81	9,70	2 083 279
2010	14,12	6,19	8,90	7,06	20,52	13,98	19,97	9,27	2 065 722
<i>Spolu</i>	<i>15,40</i>	<i>6,83</i>	<i>9,31</i>	<i>6,70</i>	<i>17,34</i>	<i>15,22</i>	<i>19,31</i>	<i>9,89</i>	<i>21 997 331</i>

Poznámka: BSK – Bratislavský kraj, TTSK – Trnavský kraj, TSK – Trenčiansky kraj, NSK – Nitriansky kraj, ŽSK – Žilinský kraj, BBSK – Banskobystrický kraj, PSK – Prešovský kraj, KSK – Košický kraj, SR – územie Slovenska.

Prameň: Spracované podľa údajov Štatistického úradu Slovenskej republiky o návštevníkoch v ubytovacích zariadeniach cestovného ruchu v rokoch 2000 až 2010.

Po prepočte množstva domácich návštevníkov na veľkosť populácie Slovenska je možné tvrdiť, že viac ako tretina obyvateľov Slovenska v sledovanom období ročne navštívila Slovensko a ubytovala sa v komerčných ubytovacích zariadeniach na jeho území ($ka_1=37,1$). Za

2,7 roka teda navštívi vlastnú krajinu v priemere každý obyvateľ Slovenska. Slovákov pritom najviac priťahoval Prešovský kraj, ktorý ročne navštívilo 7,2 % Slovákov a naopak, najmenej Nitriansky kraj, v ktorom sa ročne ubytovalo len 2,5 % obyvateľov Slovenska (tabuľka 2). Atraktivnosť krajiny pre domácich obyvateľov pritom mierne rástla.

Tabuľka 2: Priemerné hodnoty koeficientov atraktívnosti Slovenska z hľadiska uspokojeného dopytu domácich obyvateľov za roky 2000 až 2010 v %

Koeficient atraktívnosti/ Navštívené územie	BSK	TTSK	TSK	NSK	ŽSK	BBSK	PSK	KSK	SR
ka ₁	5,71	2,53	3,45	2,48	6,43	5,64	7,16	3,67	37,06
ka ₂	12,49	10,02	13,23	6,64	21,99	22,90	26,90	8,38	122,56

Poznámka: BSK – Bratislavský kraj, TTSK – Trnavský kraj, TSK – Trenčiansky kraj, NSK – Nitriansky kraj, ŽSK – Žilinský kraj, BBSK – Banskobystrický kraj, PSK – Prešovský kraj, KSK – Košický kraj, SR – Slovenská republika.

Prameň: Spracované podľa nepublikovaných materiálov Štatistického úradu Slovenskej republiky o návštevníkoch v ubytovacích zariadeniach cestovného ruchu Slovenska za roky 2000 až 2010, 2011.

Prenocovania Slovákov tvorili v sledovanom období 58,9 % z počtu prenocovaní návštevníkov na území Slovenska. Najviac prenocovaní domácich návštevníkov (22 %) prináležalo Prešovskému kraju, za ktorým nasledoval Banskobystrický, Žilinský, Trenčiansky, Bratislavský, Košický a Nitriansky kraj (tabuľka 3). Poradie preferovaných krajov sa v porovnaní s poradím krajov podľa počtu domácich návštevníkov zmenilo, čo súvisí s rozdielnou dĺžkou pobytu návštevníkov v závislosti od konkrétneho územia a jeho potenciálu. Domáci návštevníci v rokoch 2000 až 2010 najdlhšie pobudli v Banskobystrickom kraji (5,1 dňa). Kratší pobyt strávili v ubytovacích zariadeniach Trnavského (5 dní), Trenčianskeho (4,8), Prešovského (4,8), Žilinského (4,4), Nitrianskeho (3,7), Košického (3,3) a Bratislavského kraja (3,2). Predpokladáme, že dĺžku pobytu ovplyvnila najmä lokalizácia kúpeľných miest.

Tabuľka 3: Prenocovania domácich návštevníkov v rokoch 2000 až 2010

Rok	Štruktúra prenocovaní návštevníkov podľa krajov v %							Počet prenocovaní návštevníkov SR	
	BSK	TTSK	TSK	NSK	ŽSK	BBSK	PSK	KSK	
2000	8,36	9,47	7,83	4,99	17,30	20,21	25,44	6,39	6 760 209
2001	7,95	8,98	8,62	5,63	17,63	19,55	25,21	6,42	6 941 536
2002	7,96	8,85	10,78	4,96	16,54	19,72	24,20	6,99	7 263 117
2003	8,71	8,56	11,37	5,42	16,74	19,74	22,59	6,87	7 094 564
2004	9,40	8,46	10,71	5,69	17,00	19,80	21,85	7,09	6 073 542
2005	12,35	7,91	10,65	5,45	17,72	18,45	20,13	7,33	5 860 712
2006	12,19	8,14	11,27	5,27	17,47	18,41	20,51	6,75	6 004 032
2007	12,09	7,76	11,95	4,81	18,55	17,79	19,95	7,10	6 367 936
2008	11,80	7,43	12,05	5,48	18,82	17,64	19,41	7,37	7 202 628
2009	11,44	6,99	12,16	5,86	19,66	16,95	20,24	6,69	6 621 933
2010	10,64	7,27	11,45	6,09	20,03	17,12	21,17	6,23	6 560 721
<i>Spolu</i>	<i>10,19</i>	<i>8,18</i>	<i>10,80</i>	<i>5,42</i>	<i>17,95</i>	<i>18,69</i>	<i>21,95</i>	<i>6,83</i>	<i>72 750 930</i>

Poznámka: BSK – Bratislavský kraj, TTSK – Trnavský kraj, TSK – Trenčiansky kraj, NSK – Nitriansky kraj, ŽSK – Žilinský kraj, BBSK – Banskobystrický kraj, PSK – Prešovský kraj, KSK – Košický kraj, SR – územie Slovenska.

Prameň: Spracované podľa údajov Štatistického úradu Slovenskej republiky o návštevníkoch v ubytovacích zariadeniach cestovného ruchu v rokoch 2000 až 2010.

Ak prepočítame množstvo prenocovaní domácich návštevníkov na počet obyvateľov Slovenska môžeme konštatovať, že v priemere každý obyvateľ Slovenska ročne uskutočnil na území vlastného štátu viac ako jedno prenocovanie ($ka_2=122,6$). Až 26,9 % Slovákov pritom v priemere ročne strávilo jednu noc v ubytovacích zariadeniach Prešovského kraja, 22,9 % v Banskobystrickom a 22 % v Žilinskom kraji (tabuľka 2).

2.2. Atraktivnosť Slovenska z hľadiska potenciálneho dopytu

Pri skúmaní subjektívnych predstáv a postojov domácich obyvateľov k Slovensku ako cieľovému miestu cestovného ruchu nás najprv zaujímalo, ktoré európske štáty považujú Slováci v cestovnom ruchu za najatraktívnejšie. Za najatraktívnejšiu európsku krajinu označili Taliansko, o niečo menej príťažlivými je pre nich Francúzsko, Grécko,

Španielsko a Chorvátsko. Z celkového počtu európskych krajín, ktoré respondenti považujú za atraktívne sa Slovensko umiestnilo na šiestom mieste. Je pritom dôležité upozorniť, že poradie krajín z hľadiska subjektívnych predstáv nie je totožné s poradím najnavštevovanejších cieľových miest z dôvodu, že jednotlivci, ktorí subjektívne považujú dané cieľové miesto za atraktívne sa z rôznych (predovšetkým ekonomických) dôvodov nevyhnutne nemusia stať jeho návštevníkmi.

Väčšina respondentov (96 %) v minulosti strávila minimálne jedenkrát dovolenku na Slovensku, z toho až 83,3 % sa jej zúčastnilo štyri a viackrát. Za hlavný dôvod uprednostnenia cestovania a pobytu na Slovensku pred inou krajinou pritom 43 % považuje jedinečnosť prírody a kultúrneho dedičstva, pre 23 % je to cenová úroveň, 19 % považuje za dôležitú dopravnú dostupnosť a zvyšných 12 % uviedlo dôvody ako znalosť domáceho prostredia, spoznávanie najodľahlejších kútov Slovenska, krátka dĺžka dovolenky, rodina, patriotizmus či neznalosť cudzieho jazyka.

Výsledky prieskumu poukazujú na to, že domáci obyvatelia Slovenska sú ako potenciálni návštevníci v domácom cestovnom ruchu najspokojnejší s jeho primárnou ponukou. Menšiu schopnosť Slovenska uspokojiť potreby domácich obyvateľov má podľa respondentov jeho poloha, nasledovaná sekundárnou ponukou a spoločenskými predpokladmi (tabuľka 4).

Tabuľka 4: Hodnotenie schopnosti Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu uspokojiť potreby respondentov podľa jednotlivých kritérií na stupnici 1-5 (1- nedostatočná, 2 – malá, 3 – priemerná, 4 – dobrá, 5 - vysoká schopnosť)

Kritériá/ Hodnoty	Priemer	Poradie významnosti podľa Friedmanovho testu
<i>Kritériá viazané na polohu cieľovej krajiny</i>	3,45	II.
z toho:		
- dopravná dostupnosť	3,34	8.
- vzdialenosť	3,55	5.

<i>Kritériá viazané na spoločenské predpoklady cieľovej krajiny</i>	3,11	IV.
z toho:		
- bezpečnosť návštevníkov a ich majetku	3,26	11.
- úroveň cien	2,76	20.
- národná kuchyňa	3,43	6.
- postoj miestneho obyvateľstva k návštevníkom	3,00	18.
<i>Kritériá viazané na primárnu ponuku cieľovej krajiny</i>	3,54	I.
z toho:		
- klíma	3,56	4.
- prírodné krásy	4,22	1.
- história	3,61	3.
- architektonické pamiatky	3,77	2.
- kultúrne osvetové zariadenia	3,27	12.
- organizované podujatia	3,15	17.
- tradičný spôsob života miestneho obyvateľstva	3,18	13.
<i>Kritériá viazané na sekundárnu ponuku cieľovej krajiny</i>	3,14	III.
z toho:		
- dostupnosť informácií o cieľovej krajine	3,14	16.
- dopravná infraštruktúra	2,73	21.
- možnosti nákupov	3,26	10.
- športovo–rekreačné zariadenia a aktivity	3,39	7.
- tematické parky, akvaparky	3,23	14.
- zariadenia spoločenských a zábavných služieb	2,86	19.
- ubytovacie zariadenia	3,33	9.
- pohostinské zariadenia	3,20	15.
<i>Spolu</i>	3,30	-

Prameň: Vlastné spracovanie, 2011.

Slovensko ako cieľová krajina cestovného ruchu najviac uspokojuje potreby domáceho obyvateľstva súvisiace s prírodnými krásami - geomorfologickými danosťami, flórou a faunou, blízkosťou riek a jazier, minerálnymi a termálnymi prameňmi, vodopádmi, jaskyňami ap. (priemerné hodnotenie 4,2). Až pre 99 % respondentov zastupujúcich domáce obyvateľstvo je schopnosť Slovenska uspokojiť potreby súvisiace s prírodnými krásami Slovenska vyhovujúca (hodnotenie <3,5>).

Druhým najlepšie hodnoteným kritériom sú architektonické pamiatky Slovenska – hrady zámky, kaštiele, paláce, kúrie, kostoly, kláštory, kaplnky, technické diela (priemerné hodnotenie 3,8). Až 85 %

respondentov uviedlo, že schopnosť Slovenska uspokojiť požiadavky potenciálnych domácich návštevníkov súvisiace s architektonickými pamiatkami je vyhovujúca (hodnotenie <3;5>).

Na treťom mieste z hľadiska pozitívneho hodnotenia jednotlivých kritérií sa umiestnila história – archeologické náleziská, miesta bojov, rodiská a pôsobiská osobností (priemerné hodnotenie 3,6). Patrí rovnako ako predchádzajúce kritériá k primárnej ponuke. Pre 85 % respondentov je schopnosť Slovenska uspokojiť potreby potenciálnych návštevníkov súvisiace s históriou Slovenska vyhovujúca (hodnotenie <3,5>).

Respondenti sú na druhej strane najmenej spokojní s dopravnou infraštruktúrou – cestami, diaľnicami, letiskami, prístavmi (priemerné hodnotenie 2,7). Schopnosť Slovenska uspokojiť potreby domáceho obyvateľstva v súvislosti s dopravnou infraštruktúrou je len pre 2 %-tá respondentov vysoká, pre 13 % dobrá, najviac respondentov (45 %) ju považuje za priemernú, 36 % za malú a 4 % za nedostatočnú.

Celkové zhodnotenie vybraných 21 kritérií poukazuje na to, že Slovensko ako cieľová krajina cestovného ruchu má priemernú schopnosť (priemerné hodnotenie 3,3) uspokojiť potreby respondentov zastupujúcich domáce obyvateľstvo.

Na základe výpočtu úrovne atraktívnosti cieľového (tabuľka 5), ktorá berie do úvahy aj subjektívny význam (váhu) jednotlivých kritérií pri hodnotení atraktívnosti cieľového miesta môžeme konštatovať, že Slovensko je ako cieľová krajina cestovného ruchu pre respondentov, ktorí predstavujú domáce obyvateľstvo, málo atraktívne ($\bar{u}_a = 67,3 \%$).

Preferenciám a požiadavkám domácich obyvateľov na ideálne cieľové miesto cestovného ruchu podľa respondentov najviac zodpovedá primárna ponuka Slovenska (hodnotená na 73,4 %), za ktorou nasleduje jeho poloha (hodnotená na 67,9 %), sekundárna ponuka (64 %) a spoločenské predpoklady, ktoré respondenti ohodnotili na 62,5 %.

Ak porovnáваме jednotlivé atribúty Slovenska, potom sú podľa respondentov pre na Slovensku najatraktívnejšie jeho prírodné krásy (ohodnotené na 85,6 %), architektonické pamiatky (ohodnotená na 78 %) a história (ohodnotená na 74,9 %). Na poslednom mieste sa umiestnila dopravná infraštruktúra Slovenska, ktorá v porovnaní s ideálnym cieľovým miestom cestovného ruchu spĺňa požiadavky domácich obyvateľov len na 54,3 %.

Tabuľka 5: Úroveň atraktívnosti Slovenska ako cieľového miesta cestovného ruchu pre domácich obyvateľov

Kritériá / Hodnoty	ACM	ACM*	úroveň v %	Poradie podľa úrovne
<i>Kritériá viazané na polohu cieľovej krajiny</i>	2 340	3 445	67,92	II.
z toho:				
- dopravná dostupnosť	1 283	1 935	66,30	11.
- vzdialenosť	1 087	1 510	71,99	5.
<i>Kritériá viazané na spoločenské predpoklady cieľovej krajiny</i>	4 705	7 525	62,52	IV.
z toho:				
- bezpečnosť návštevníkov a ich majetku	1 360	2 060	66,02	12.
- úroveň cien	1 115	2 010	55,47	20.
- národná kuchyňa	1 055	1 530	68,95	7.
- postoj miestneho obyvateľstva k návštevníkom	1 175	1 925	61,04	18.
<i>Kritériá viazané na primárnu ponuku cieľovej krajiny</i>	9 140	12 445	73,44	I.
z toho:				
- klíma	1 442	2 000	72,10	4.
- prírodné krásy	1 841	2 150	85,63	1.
- história	1 281	1 710	74,91	3.
- architektonické pamiatky	1 467	1 880	78,03	2.
- kultúrne osvetové zariadenia	1 066	1 580	67,47	9.
- organizované podujatia	1 021	1 575	64,83	16.
- tradičný spôsob života miestneho obyvateľstva	1 022	1 550	65,94	13.
<i>Kritériá viazané na sekundárnu ponuku cieľovej krajiny</i>	9 101	14 225	63,98	III.
z toho:				
- dostupnosť informácií o cieľovej krajine	1 248	1 950	64,00	17.
- dopravná infraštruktúra	1 083	1 995	54,29	21.
- možnosti nákupov	905	1 385	65,34	14.
- športovo–rekreačné zariadenia a aktivity	1 340	1 940	69,07	6.
- tematické parky, akvaparky	1 142	1 710	66,78	10.
- zariadenia spoločenských a zábavných služieb	782	1 325	59,02	19.
- ubytovacie zariadenia	1 391	2 060	67,52	8.
- pohostinské zariadenia	1 210	1 860	65,05	15.
<i>Spolu</i>	25 316	37 640	67,26	–

Poznámka: ACM – atraktívnosť cieľového miesta vypočítaná podľa vzorca 2, ACM* – ideálna atraktívnosť cieľového miesta, úroveň – úroveň atraktívnosti cieľového miesta vypočítaná podľa vzorca 3.

Prameň: Vlastné spracovanie, 2011.

Záver

Skúmali sme atraktivnosť regiónov Slovenska v cestovnom ruchu pre domácich obyvateľov. Kým sekundárne zdroje údajov nám umožnili porovnávať schopnosť jednotlivých regiónov vzbudiť záujem a pritiahnuť domácich návštevníkov z hľadiska uspokojeného dopytu, primárne zdroje informácií o potenciálnom dopyte, resp. subjektívnych predstavách domácich obyvateľov interpretujeme spolu za celé územie Slovenska.

Z analýzy údajov o pobytovej štatistike vyplýva, že Slovensko je v cestovnom ruchu z hľadiska uspokojeného dopytu domácich návštevníkov veľmi silno atraktívne. Ročne sa v komerčných ubytovacích zariadeniach na jeho území ubytuje viac ako tretina obyvateľov Slovenska a v priemere každý obyvateľ Slovenska ročne uskutoční na území vlastného štátu viac ako jedno prenocovanie. Výrazne najatraktívnejší je pritom pre domácich obyvateľov Prešovský kraj, na ktorého území sa nachádzajú Vysoké Tatry. Na ďalších dvoch miestach sa umiestnili stredoslovenské kraje (Banskobystrický a Žilinský) rovnako s hornatým reliéfom. Najmenej atraktívnymi regiónmi sú naopak prevažne nížinaté kraje – Nitriansky, Košický a Trnavský kraj.

Paradoxné je, že napriek veľkej príťažlivosti regiónov Slovenska z hľadiska uspokojeného dopytu je jeho atraktivnosť z hľadiska subjektívnych predstáv domácich obyvateľov malá. Výnimkou je primárna ponuka cestovného ruchu Slovenska (predovšetkým prírodné krásy, architektonické pamiatky a história), ktorú domáci obyvatelia považujú za silno atraktívnu. Tento nesúlاد interpretujeme tak, že domáci obyvatelia síce považujú za atraktívnejšie zahraničné cieľové miesta, ale po zohľadnení ich vzdialenosti, cenovej úrovne a vlastných možností (súvis s predpokladanou dĺžkou pobytu, disponibilnými prostriedkami, znalosťou cudzích jazykov ap.) si napriek tomu vyberú za cieľ cestovania a pobytu vlastnú krajinu.

Domácim obyvateľom na Slovensku chýba širšia ponuka doplnkových služieb, kvalifikovaní a ochotní zamestnanci podnikov cestovného ruchu. Požadujú vyššiu kvalitu služieb cestovného ruchu, lepšiu dopravnú infraštruktúru, lepšiu dostupnosť informácií o ponuke v cestovnom ruchu s dôrazom na prehľadnejšie informácie o organizovaných podujatiach a podporu dopytu po domácom cestovnom ruchu zo strany štátu.

Dôležitá je tiež propagácia Slovenska ako atraktívnej cieľovej krajiny pre domácich obyvateľov.

Literatúra

- [1] HU, Y., BRENT RITCHIE, J. R. 1993. Measuring destination attractiveness. A contextual approach. In *Journal of Travel Research*, roč. 32, 1993, č. 2. ISSN 0047-2875, s. 25–34.
- [2] *Návštevníci v ubytovacích zariadeniach cestovného ruchu Slovenska v členení podľa samosprávnych krajov a druhu zariadení.*
Nepublikované údaje Štatistického úradu Slovenskej republiky za roky 2000 až 2010.
- [3] POMPUROVÁ, K. 2009. Teoreticko-metodologické aspekty skúmania atraktívnosti cieľového miesta. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 41, 2009, č. 2. ISSN 0139-8660, s. 67-78.
- [4] *Total population – at 1 January* [online]. Eurostat, 2011. [cit. 2011–07–11]. Dostupné na internete: <<http://epp.eurostat.ec.europa.eu> >

Kontaktné údaje

Ing. Kristína Pompurová, PhD.
Katedra cestovného ruchu a spoločného stravovania
Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela
Tajovského 10
975 90 Banská Bystrica
e-mail: kristina.pompurova@umb.sk

Ing. Lívia Michlerová
e-mail: livia.michlerova@gmail.com

Vplyv cestovného ruchu na rozvoj vybraných lokalít kultúrneho dedičstva UNESCO v Slovenskej republike

Terézia Repáňová

Abstrakt

Príspevok sa zaoberá vplyvom cestovného ruchu na rozvoj vybraných lokalít kultúrneho dedičstva UNESCO v Slovenskej republike. Zápis lokality svetového dedičstva do Zoznamu UNESCO predstavuje potenciál pre rozvoj cestovného ruchu v zapísanej lokalite. Zo siedmich lokalít svetového dedičstva UNESCO sme vybrali tri, a to historické mesto Banskú Štiavicu a technické pamiatky okolia, Levoču a Spišský hrad s pridruženými kultúrnymi pamiatkami a historické jadro mesta Bardejov. Na základe sekundárnych zdrojov údajov sme skúmali návštevnosť kultúrno – osvetových zariadení vo vybraných lokalitách a počet ubytovaných návštevníkov v danej lokalite.

Kľúčová slova

Kultúrne dedičstvo, návštevnosť, UNESCO

Úvod

Slovenská republika patrí ku krajinám, ktoré sú husto zastavané nehnuteľnými kultúrnymi pamiatkami. Mnohé z nich sú však v havarijnom technickom stave. V tejto súvislosti nadobúdajú veľký význam práve tie kultúrno-historické pamiatky, ktoré boli zapísané do Zoznamu svetového prírodného a kultúrneho dedičstva UNESCO. Prijatie medzinárodného Dohovoru o ochrane kultúrneho a prírodného dedičstva na generálnej konferencii UNESCO v Paríži na jeseň roku 1972, bolo príležitosťou pre zosúladenie cestovného ruchu a kultúrneho dedičstva. Každý štát, ktorý ratifikoval dohovor, môže navrhnúť na zápis do zoznamu svoje pamiatky a prírodné lokality, ktoré spĺňajú stanovené kritériá (Orieška 2001, s. 110).

Pamiatky, zapísané do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO, predstavujú faktor atraktívnosti cieľových miest. V tom istom roku bolo doň zapísaných prvých dvanásť lokalít. Dôvodom zápisu pamiatok do zoznamu je ich ochrana, prezentovanie a zachovanie pre nasledujúce generácie.

Do júna roku 2010 pristúpilo k Dohovoru 187 štátov, ktoré sa zaviazali chrániť spolu 911 lokalít, z toho 704 lokalít svetového kultúrneho dedičstva, 180 lokalít svetového prírodného dedičstva a 27 lokalít svetového zmiešaného dedičstva, ktoré sa nachádzajú na území 151 štátov (<http://whc.unesco.org>, 2010).

V Slovenskej republike zaradil Výbor svetového dedičstva do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO historické mesto Banskú Štiavnicu a technické pamiatky okolia, Levoču a Spišský hrad s pridruženými kultúrnymi pamiatkami, pamiatkovú rezerváciu ľudovej architektúry Vlkolíne, historické jadro mesta Bardejov, osem drevených kostolov v slovenskej časti karpatského oblúka. Z prírodných lokalít boli do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO zapísané jaskyne Slovenského krasu a Aggteleckého krasu a karpatské bukové pralesy (<http://whc.unesco.org>, 2010).

Význam lokalít svetového dedičstva UNESCO je dôležitý hlavne z dôvodu ich ochrany a prezentácie hodnoty nasledujúcim generáciám. Návštevu lokalít prírodného a kultúrneho dedičstva UNESCO zaraďujeme do kultúrneho cestovného ruchu. Ako uvádza organizácia UNWTO (In Kruczek, 2010), kultúrny cestovný ruch sa podieľa 37 % podielom na svetovom cestovnom ruchu.

Podľa Dohovoru o ochrane svetového dedičstva UNESCO (1972) je primárnym dôvodom zápisu lokality do Zoznamu svetového dedičstva ochrana výnimočnej univerzálnej hodnoty danej lokality a následné zachovanie pridanej hodnoty pre nasledujúce generácie. Zápis lokality kultúrneho dedičstva do Zoznamu svetového dedičstva generuje zvýšený záujem predstaviteľov daného štátu v podobe zvýšenej pozornosti a lepších možností získavania finančných prostriedkov pre zapísanú lokalitu. Súčasne zápis predstavuje prestíž pre samotný štát, ale aj miestnych obyvateľov.

V niektorých zapísaných lokalitách rastie počet návštevníkov. Cestovný ruch je čoraz viac uznávaný ako pozitívny jav, ktorý podporuje zachovanie svetového dedičstva. Práve snaha o dosiahnutie

spolupôsobenia medzi očakávaniami zo strany návštevníkov na strane jednej a miestnym obyvateľstvom na strane druhej predstavuje veľa výziev a možností. Navyše v prípade trvalo udržateľného rozvoja prispieva cestovný ruch napríklad ku zachovaniu kultúrneho dedičstva, ku výraznejšiemu uvedomeniu si hodnoty jednotlivých kultúrnych statkov, k vytvoreniu a zachovaniu pracovných miest a k rozšíreniu finančných zdrojov obcí a regiónov (Stadtfeld, 1996, s. 4).

Lokality svetového dedičstva sú po zápise do Zoznamu svetového dedičstva riadené a neustále kontrolované na národnej úrovni, aby sa zachovala ich výnimočná univerzálna hodnota. Rozvoj cestovného ruchu predstavuje výzvu pre mnohé lokality svetového dedičstva, ktoré sa stali významným cieľovým miestom cestovného ruchu.

1. Cieľ, materiál a metódy skúmania

Cieľom príspevku je identifikovať vplyv cestovného ruchu na rozvoj lokalít svetového dedičstva UNESCO.

Použitou metodikou skúmania sú sekundárne zdroje údajov, získané z vybraných kultúrno-osvetových zariadení vo vybraných lokalitách v Slovenskej republike.

2. Výsledky a diskusia

2.1. Návštevnosť lokalít kultúrneho dedičstva UNESCO v Slovenskej republike

Na to, aby sme zistili ako sa mení počet návštevníkov vo vybraných lokalitách kultúrneho dedičstva UNESCO, sme skúmali vybrané tri lokality kultúrneho dedičstva UNESCO na Slovensku.

2.1.1. *Historické mesto Banská Štiavnica s technickými pamiatkami okolia*

Banská Štiavnica s technickými pamiatkami okolia bola do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO zapísaná v roku 1993, na základe kritérií (iv) a (v). Na odmeranie počtu návštevníkov sme sa rozhodli preskúmať štatistiky návštevnosti expozícií a výstav, ktoré patria pod správu Slovenského banského múzea. Do stálych expozícií patrí Banské múzeum v prírode, Starý zámok, Nový zámok, Berggericht –

mineralogická expozícia, Galéria Jozefa Kollára, Kammerhof – baníctvo na Slovensku a štôľňa Glanzenberg.

Tabuľka 1: Počet návštevníkov v expozíciách Slovenského banského múzea

rok	2005	2006	2007	2008	2009
expozície a výstavy	.	104 085	101 138	103 983	87 795
len expozície	.	100 347	99 802	100 632	83 221

Zdroj: Slovenské banské múzeum, 2010.

Legenda: . údaj nie je k dispozícii

Počet návštevníkov jednotlivých expozícií a výstav Slovenského banského múzea bol v rokoch 2006 až 2008 vždy nad hranicou 100 tis. návštevníkov ročne. Odchýlky boli spôsobené ponukou výstav, propagáciou ako aj počasím. Viac ako 30 % počtu všetkých návštevníkov navštívi expozíciu Banské múzeum v prírode.

V roku 2009 sa počet návštevníkov znížil oproti predchádzajúcemu roku o 15,56 %. Pokles bol spôsobený hospodárskou krízou ako aj prechodom slovenskej koruny na euro. Na druhej strane vzrástol počet detí a mládeže o 29 % ako výsledok cielenej propagácie na viac ako 1000 základných a stredných školách na Slovensku.

Na zistenie návštevnosti v lokalite svetového dedičstva UNESCO sme skúmali aj počet ubytovaných hostí v ubytovacích zariadeniach na území mesta Banská Štiavnica.

Tabuľka 2: Počet návštevníkov a počet prenocovaní v ubytovacích zariadeniach v meste Banská Štiavnica

Ukazovateľ/Rok	2005	2006	2007	2008	2009
Počet návštevníkov spolu	12 618	12 840	.	13 321	10 492
v tom:					
domáci návštevníci	8 187	8 933	.	8 179	7 633
zahraniční návštevníci	4 431	3 907	.	5 142	2 859

Počet prenocovaní návštevníkov spolu	31 427	35 692	.	31 118	23 056
v tom:					
domáci návštevníci	19 050	23 730	.	16 923	14 579
zahraniční návštevníci	12 377	11 962	.	14 195	8 477
Priemerný počet prenocovaní					
z toho:					
domáci návštevníci	2,33	2,66	.	2,07	1,91
zahraniční návštevníci	2,79	3,06	.	2,76	2,97

Zdroj: Štatistický úrad, Banská Bystrica, 2011.

Legenda: . - údaj nie je k dispozícii

Tak ako v prípade návštevnosti stálych expozícií, počet ubytovaných hostí v ubytovacích zariadeniach klesol v roku 2009 oproti roku 2008 o 21,23 %. Výraznejší pokles sa zaznamenal u zahraničných návštevníkov, a to až o 44,3 % oproti minulému roku. Naopak, počet domácich ubytovaných návštevníkov klesol iba o 6,7 %. Počet prenocovaní domácich návštevníkov sa znížil o 13,8 % a počet prenocovaní zahraničných návštevníkov sa znížil o 40,3 %. Je zaujímavé, že priemerný počet prenocovaní tak domácich ako aj zahraničných návštevníkov sa oproti roku 2008 zvýšil.

2.1.2. Levoča, Spišský hrad a pamiatky okolia

Spišský hrad a pamiatky okolia (Spišské Podhradie, Spišská Kapitula a Žehra) boli do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO zapísané v roku 1993. V roku 2009 bolo ku existujúcemu zápisu pripísané mesto Levoča. Celá lokalita bola zapísaná na základe splnenia kritéria (iv).

Skúmali sme návštevnosť expozícií Spišského múzea v Levoči (Spišský hrad, Historická radnica, Dom Majstra Pavla).

Tabuľka 3: Počet návštevníkov expozícií Spišského múzea v Levoči

	2005	2006	2007	2008	2009
Expozície	168 041	200 712	198 979	215 435	179 604
V tom: Spišský hrad	143 228	170 170	168 160	186 757	160 905

Zdroj: Spišské múzeum, Levoča, 2010.

Ďalej sme skúmali počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v meste Levoča, z dôvodu zápisu mesta v roku 2009 do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO.

Tabuľka 4: Počet návštevníkov a počet prenocovaní v ubytovacích zariadeniach v meste Levoča

Ukazovateľ/Rok	2005	2006	2007	2008	2009
Počet návštevníkov spolu	10 886	11 574	13 795	16 422	12 689
v tom:					
domáci návštevníci	3 224	3 523	4 809	7 009	6 044
zahraniční návštevníci	7 662	8 051	8 986	9 413	6 645
Počet prenocovaní návštevníkov spolu	22 850	22 079	28 469	32 393	26 141
v tom:					
domáci návštevníci	5 493	5 139	8 292	12 766	12 195
zahraniční návštevníci	17 357	16 940	20 177	19 627	13 946
Priemerný počet prenocovaní z toho:					
domáci návštevníci	1,70	1,46	1,72	1,82	2,02
zahraniční návštevníci	2,27	2,10	2,25	2,09	2,10

Zdroj: Štatistický úrad, Prešov, 2010.

Od roku 2005 do roku 2008 sa počet návštevníkov mesta Levoča každoročne zvyšoval. Zatiaľ čo v roku 2006 počet návštevníkov vzrástol oproti roku 2005 o 6,3 %. V roku 2007 bol zaznamenaný nárast počtu návštevníkov oproti minulému roku až o 19,2 %. Situácia sa zopakovala aj v roku 2008, kedy počet návštevníkov vzrástol o 19 % oproti roku 2007. V tomto roku bol zaznamenaný najvyšší počet návštevníkov od roku 2005, pričom 42,6 % tvorili domáci návštevníci a 57,4 % zahraniční návštevníci. V roku 2009 sa počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach znížil o 22,73 %, pričom počet ubytovaných návštevníkov zo zahraničia klesol takmer o 30 %. Zatiaľ čo počet domácich návštevníkov klesol o 13,7 %.

Môžeme konštatovať, že vplyv hospodárskej krízy a prechod slovenskej koruny na menu euro malo negatívny vplyv na počet návštevníkov tak v expozíciách Slovenského banského múzea ako aj na počet ubytovaných hostí v ubytovacích zariadeniach v lokalite svetového dedičstva UNESCO v Banskej Štiavnici.

2.1.3. Mestská pamiatková rezervácia Bardejov

Mestská pamiatková rezervácia Bardejov bola zapísaná do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO v roku 2000 na základe splnenia kritérií (iii) a (iv). Skúmali sme počet návštevníkov stálych expozícií Šarišského múzea v Bardejove, kam patrí Historická expozícia, Expozícia Ikony a Prírodovedná expozícia a počet návštevníkov Baziliky sv. Egídia.

Tabuľka 5: Počet návštevníkov expozícií Šarišského múzea v Bardejove

	2005	2006	2007	2008	2009
Expozície	52 245	50 903	53 086	50 368	48 522

Zdroj: Šarišské múzeum, 2011.

Tabuľka 6: Počet návštevníkov Baziliky sv. Egídia v Bardejove

	2005	2006	2007	2008	2009
Bazilika sv. Egídia	.	53 763	45 088	55 851	37 246

Zdroj: Rímskokatolícky farský úrad Bardejov, 2011

Legenda: . - údaj nie je k dispozícii

Skúmali sme tiež počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach.

Tabuľka 7: Počet návštevníkov a počet prenocovaní v ubytovacích zariadeniach v meste Bardejov

Ukazovateľ/Rok	2005	2006	2007	2008	2009
Počet návštevníkov spolu	37 827	41 629	39 931	38 441	32 981
v tom:					
domáci návštevníci	23 431	26 633	26 019	25 473	22 979
zahraniční návštevníci	14 396	14 996	13 912	12 968	10 002
Počet prenocovaní návštevníkov spolu	247 713	265 527	259 820	274 541	230 259
v tom:					
domáci návštevníci	163 804	179 296	177 581	202 334	178 660
zahraniční návštevníci	83 909	86 231	82 239	72 207	51 599
Priemerný počet prenocovaní z toho:					
domáci návštevníci	6,99	6,73	6,83	7,94	7,77
zahraniční návštevníci	5,83	5,75	5,91	5,57	5,16

Zdroj: Štatistický úrad, Prešov, 2010.

Najväčší počet návštevníkov od roku 2005 bol zaznamenaný v roku 2006, a to až 41 629 návštevníkov, ktorí na území mesta strávili spolu 265 527 prenocovaní. Z uvedeného počtu návštevníkov tvorili domáci návštevníci 64 % a zahraniční až 36 %.

V roku 2009 sa počet návštevníkov ubytovacích zariadení znížil oproti predchádzajúcemu roku o 14,2 %. Takmer 23 % pokles sme

zaznamenali v počte zahraničných návštevníkov a 9,8 % pokles v počte domácich návštevníkov.

Záver

Na základe výsledkov sekundárneho výskumu môžeme konštatovať, že počet ubytovaných návštevníkov sa v meste Levoča a Banská Štiavnica od roku 2005 do roku 2008 zvyšoval, zatiaľ čo v roku 2009 došlo ku markantnému poklesu ubytovaných návštevníkov. V oboch prípadoch klesol počet najmä zahraničných návštevníkov.

Návštevnosť expozícií múzeí nerástla tak ako v prípade počtu ubytovaných hostí. Môže to byť zapríčinené nedostatočnou propagáciou, ale aj neskorým reagovaním na finančno – ekonomickú krízu, ktorá zasiahla aj cestovný ruch.

Môžeme tiež konštatovať, že kríza, ktorá sa prejavila v roku 2009 ovplyvnila aj návštevnosť lokalít, ktoré sú zapísané do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO.

Literatura

- [1] KRUCZEK, Z. 2010. Between Attraction and Tourist Trap. In Ekonomická revue cestovného ruchu, roč. 43, 2010, č. 3. ISSN 0139-8660, s. 144 - 151.
- [2] ORIEŠKA, J. 2001. Ku vzťahu kultúry a cestovného ruchu. In : Ekonomická revue cestovného ruchu, roč. 34, 2001, č. 2. ISSN 0139-8660, s. 106 – 112.
- [3] STADTFELD, F. 1996. Kultúrne dedičstvo a cestovný ruch. In: Ekonomická revue cestovného ruchu, roč. 29, 1996, č. 1. ISSN 0139-8660, s. 3 – 12.
- [4] UNESCO, 2010. Zoznam kultúrnych a prírodných pamiatok UNESCO. 2010. [cit. 2010-01-26]. Dostupné na internete: <http://whc.unesco.org>.

Kontaktní údaje

Ing. Terézia Repáňová
Katedra cestovného ruchu a spoločného stravovania
Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela
Tajovského 10
974 01 Banská Bystrica
Slovensko
e-mail: terezia.repanova@umb.sk
tel.: +421 – 48 446 2219

Vývoj návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních

Marie Slabá

Abstrakt

Globální finanční a hospodářská krize neblaze ovlivnila všechna odvětví služeb i průmyslu nejen ve Spojených státech amerických, kde v roce 2007 vypukla extrémním propadem na trhu realit, ale i na ostatních světových trzích. Ani oblast cestovního ruchu není v tomto ohledu výjimkou. Cestovní ruch se potýká s problémy vyvolanými hospodářskou krizí nejen na lokální, ale i regionální, celoevropské i celosvětové úrovni. Tento článek se věnuje problematice cestovního ruchu v České republice. Konkrétně se zaměřuje na sledování návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních v časové řadě zahrnující roky před i po globální finanční a hospodářské krizi (konkrétně v letech 2003 až 2010) a predikci vývoje návštěvnosti v těchto hromadných ubytovacích zařízeních pro následujících pět let. Autorka se snaží odhalit případný vliv hospodářské krize na zkoumanou problematiku v rámci České republiky celkově a ve vybraných regionech České republiky.

Klíčová slova

Cestovní ruch, hospodářská krize, návštěvnost, hromadné ubytovací zařízení

Úvod

Cestovní ruch, stejně jako ostatní odvětví, je ovlivněn hospodářskou krizí, jež vypukla v USA v roce 2007. Do České republiky (dále jen ČR) se celosvětová hospodářská krize rozšířila na podzim roku 2008, kdy způsobila propad indexu Burzy cenných papírů Praha PX na historické minimum za posledních 26 měsíců.

Cestovní ruch pocítil první následky hospodářské krize již v roce 2008, kdy došlo k prvním úbytkům turistů celkově v celé ČR (ve 4. čtvrtletí roku 2008 došlo meziročně k poklesu téměř o 5 % a o 9,5 % v prvním i

druhém čtvrtletí roku 2009) i hostů v hromadných ubytovacích zařízeních. Hospodářská krize se odrazila nejen ve snížení počtu domácích i zahraničních turistů, ale i ve výběru bližších destinací a zkrácení doby pobytu [7]. Počet přenocování hostů se již v roce 2008 v porovnání s rokem 2007 snížil o 4 % [3]. I vývoj tržeb v oblasti cestovního ruchu kopíruje celkový vývoj české ekonomiky, která je ovlivněna hospodářskou krizí. Celkové tržby v oblasti ubytování a stravování poklesly v roce 2008 o 2,5 %. K největšímu propadu došlo právě v tržbách ubytovacích zařízení. V prvním čtvrtletí roku 2009 došlo k poklesu o 14,5 % (v běžných cenách).

Materiál a metody

Hlavním zdrojem dat pro zpracování tohoto příspěvku byla data sekundární, získaná prostřednictvím desk research. Autorka vycházela ze souboru statistických dat zabývajících se otázkou návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR celkem a dle jednotlivých vybraných krajů. Data o návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení jsou pravidelně zjišťována kontinuálním šetřením Českého statistického úřadu (dále jen ČSÚ). Ubytovací zařízení zahrnutá v tomto šetření zahrnují následující kategorie[1]:

- 01 hotely*****,
- 02 hotely****,
- 03 hotely***,
- 04 hotely**,
- 05 hotely*,
- 06 hotely garni,
- 07 penziony,
- 08 kempy,
- 09 chatové osady,
- 10 turistické ubytovny
- 11 ostatní hromadná ubytovací zařízení jinde nespecifikovaná

Aby byla zajištěna jednoznačná srovnatelnost údajů, vybrala autorka číselnou řadu od roku 2003, kdy došlo ke změně výběru vzorku hromadných ubytovacích zařízení, která jsou do šetření zahrnována. „Do roku 2002 (včetně) byla hromadná ubytovací zařízení do šetření zahrnována na základě náhodného 30% výběru z Registru ubytovacích

zařízení. Byla stanovena měsíční výkaznická povinnost pro respondenty a výsledky byly zveřejňovány čtvrtletně. Od roku 2003 jsou do šetření zahrnuta všechna hromadná ubytovací zařízení plošně“ [1].

Dle metodiky pro časové řady cestovního ruchu ČSÚ hromadné ubytovací zařízení představuje „zařízení s minimálně pěti pokoji nebo deseti lůžky sloužící pro účely cestovního ruchu, tj. poskytující přechodné ubytování hostům (včetně dětí) za účelem dovolené, zájezdu, lázeňské péče, služební cesty, školení, kursu, kongresu, symposia, pobytu dětí ve škole v přírodě, v letních a zimních táborech apod.“ [1]. Pro tento článek byla vybrána data za Českou republiku jako celek a dále byly pro porovnání vybrány z hlediska návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení kraj s největším počtem hostů a kraj s počtem nejmenším za rok 2010. Krajem s největším počtem hostů je kraj Jihomoravský, jež v roce 2010 navštívilo 1 042 070 hostů. Krajem s nejmenším počtem návštěvníků za rok 2010 byl kraj Ústecký, který navštívilo pouze 289 528 návštěvníků.

Celkový vývoj sledované veličiny (tedy návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních) bude posuzován pomocí časových indexů a to konkrétně historický vývoj pomocí řetězových indexů (výpočet viz Rovnice 3: Řetězový index) a indexů bazických (výpočet viz

Rovnice 4: Bazický index), kde za výchozí rok byl vybrán právě rok 2008, kdy se hospodářská krize rozšířila do ČR.

Rovnice 3: Řetězový index

$$\frac{q_2}{q_1}, \frac{q_3}{q_2}, \frac{q_4}{q_3}, \dots, \frac{q_n}{q_{n-1}}$$

Zdroj: [6], str. 349

Legenda: q_n hodnota ukazatele v n-tém roce

Rovnice 4: Bazický index

$$\frac{q_2}{q_v}, \frac{q_3}{q_v}, \frac{q_4}{q_v}, \dots, \frac{q_n}{q_v}$$

Zdroj: [6], str. 349

Legenda: q_n hodnota ukazatele v n-tém roce

q_v hodnota ukazatele ve výchozím roce

Dále autorka s ohledem na současný vývoj situace provedla predikce časových řad možného budoucího vývoje návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení v ČR a vybraných krajů. Pro výpočet predikcí budou použity rovnice pro výpočet trendů v závislosti na trendech odvozených z časových řad grafů pro vybrané regiony a ČR celkem.

Výsledky a diskuse

Za každé období byla shromážděna data od roku 2002 do roku 2010. Celkově veškeré indexy byly počítány od roku 2003, data pro rok 2002 byla využita jen pro výpočet řetězových indexů. V následující tabulce jsou uvedena data návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních ve výše uvedených letech. Jak je vidět z tabulky 1: Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních, v datech za celou Českou republiku je vidět mírný pokles již v prvním roce, kdy se v ČR krize projevila. Ve většině krajů došlo k poklesu návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních, ale i mezi jednotlivými kraji se naleznou výjimky - jako je právě jeden z vybraných regionů. Tímto regionem je konkrétně právě region s největší návštěvností – Jihomoravský kraj, kde ještě v období krize došlo k mírnému nárůstu návštěvnosti.

Tabulka 2: Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních

Rok	Region (v počtech osob)		
	Celá ČR	Jihomoravský kraj	Ústecký kraj
2002	10 415 255	817 457	445 871
2003	11 346 482	1 050 316	385 204
2004	12 219 689	1 022 646	353 122
2005	12 361 793	1 056 307	385 056
2006	12 724 926	1 069 258	392 388
2007	12 960 921	1 178 114	376 140
2008	12 835 886	1 185 770	366 530
2009	11 985 909	1 041 492	335 939
2010	12 211 878	1 042 070	289 528

Zdroj: [2], [3]

V následující tabulce jsou vypočteny řetězové a bazické indexy pro odpovídající časový horizont (tedy období od roku 2003 do roku 2010). Řetězové indexy vyjadřují vývoj návštěvnosti v hromadných ubytovacích

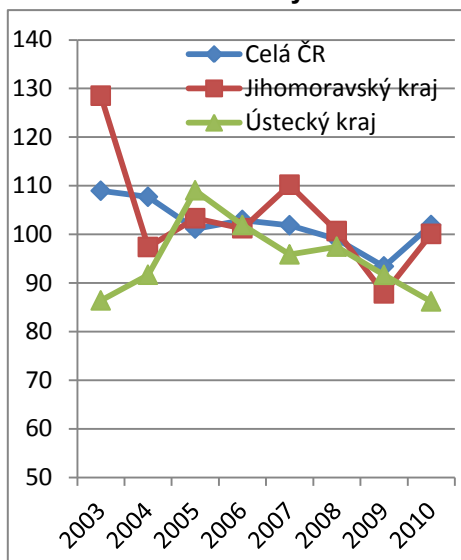
zařízení v čase v porovnání s předchozím obdobím, tedy zda došlo ke zvýšení, či snížení dané hodnoty v porovnání s předchozím rokem. V případě bazického indexu byl vybrán jako výchozí rok rok krize tedy rok 2008. Cílem tohoto indexu je porovnat jak stav před krizí, tak po ní.

Tabulka 3: Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních (řetězové a bazické indexy v %)

Rok	Řetězové indexy předchozí rok = 100			Bazické indexy výchozí rok 2008		
	Celá ČR	Jihomoravský kraj	Ústecký kraj	Celá ČR	Jihomoravský kraj	Ústecký kraj
2003	108,94	128,49	86,39	88,40	88,58	105,09
2004	107,70	97,37	91,67	95,20	86,24	96,34
2005	101,16	103,29	109,04	96,31	89,08	105,05
2006	102,94	101,23	101,90	99,14	90,17	107,05
2007	101,85	110,18	95,86	100,97	99,35	102,62
2008	99,04	100,65	97,45	100,00	100,00	100,00
2009	93,38	87,83	91,65	93,38	87,83	91,65
2010	101,89	100,06	86,18	95,14	87,88	78,99

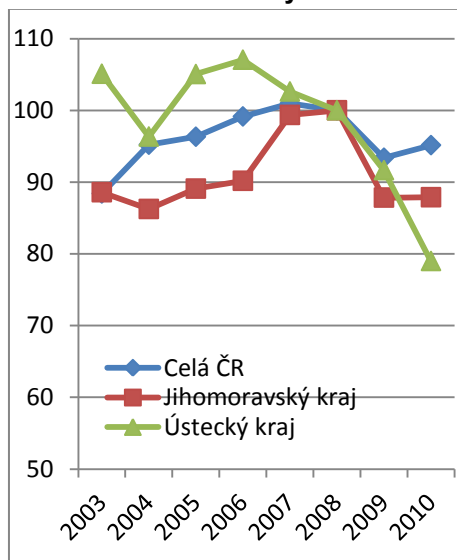
Zdroj: Vlastní

Graf 1: Řetězové indexy



Zdroj: Vlastní

Graf 2: Bazické indexy



Zdroj: Vlastní

Z výše uvedené tabulky i grafů vyplývá, že celkově největší výkyvy zaznamenával ve vývoji návštěvnosti dle řetězových indexů Jihomoravský kraj. První výkyv je způsoben velkým skokem v návštěvnosti mezi roky 2002 a 2003. Zde ovšem nelze ani vyloučit vliv změny metodiky ČSÚ v rámci sběru dat pro statistická šetření návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení. Jihomoravský kraj ještě v roce 2008, kdy většina ostatních krajů i celá ČR vykazovala již pokles v návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení, vykázal jako jediný nepatrný nárůst oproti předchozímu roku - a to o necelé 1 %. Zatímco Ústecký kraj zaznamenal pokles oproti předchozímu roku o téměř 3 %. Ústecký kraj však vykazuje setrvalý pokles návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení již od roku 2006 a tento trend i nadále pokračuje.

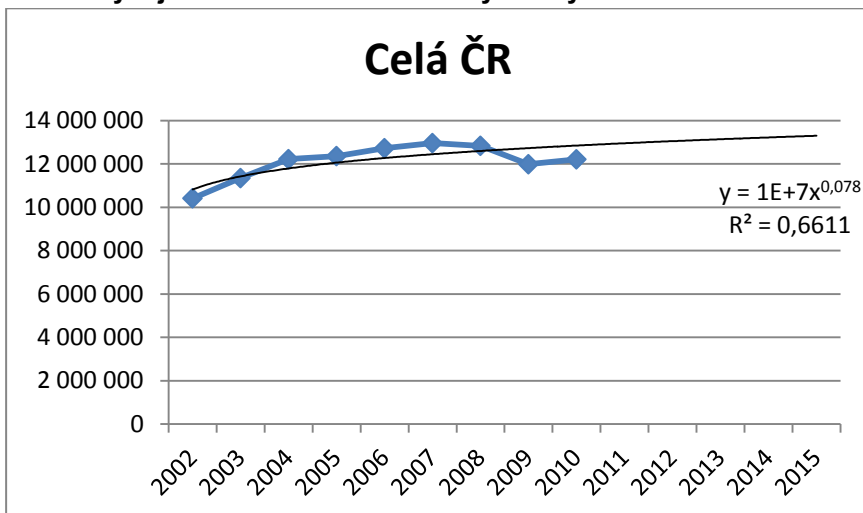
Z hlediska porovnání prostřednictvím bazických indexů, kdy výchozím rokem byl tedy rok krize 2008, je možné konstatovat, že vývoj v celé ČR zaznamenal pouze 1 rok, kdy návštěvnost byla vyšší než v roce krize a to rok 2007. Do tohoto roku docházelo k setrvalému růstu v návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení a po krizi došlo ke značnému propadu v této oblasti. V rámci návštěvnosti ubytovacích zařízení v celé ČR došlo v roce 2009 k propadu téměř o 7 %. Největší propad opět zaznamenal Jihomoravský kraj, kde došlo v roce 2009 k poklesu návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních o více než 12 % v porovnání s rokem 2008.

Na následujících třech grafech je provedena predikce předpokládaného budoucího vývoje návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních pro celou Českou republiku a vybrané dva kraje s nejvyšší a nejnižší návštěvností ubytovacích zařízení – tedy Jihomoravský a Ústecký kraj. Predikce byla provedena na základě nejvhodnější rovnice regrese, kde se u všech vybraných krajů jevil jako nejvhodnější trend mocninný. U tohoto trendu je možné rovnici obecně zaznamenat následovně (viz Rovnice 3: Mocninný trend). Tento trend byl vybrán na základě hodnoty spolehlivosti R, která vyjadřuje, jak přesně odpovídají předpokládané spojnice trendu skutečnosti. Pro mocninný trend byla spolehlivost ve všech případech nejvyšší.

Rovnice 5: Mocninný trend

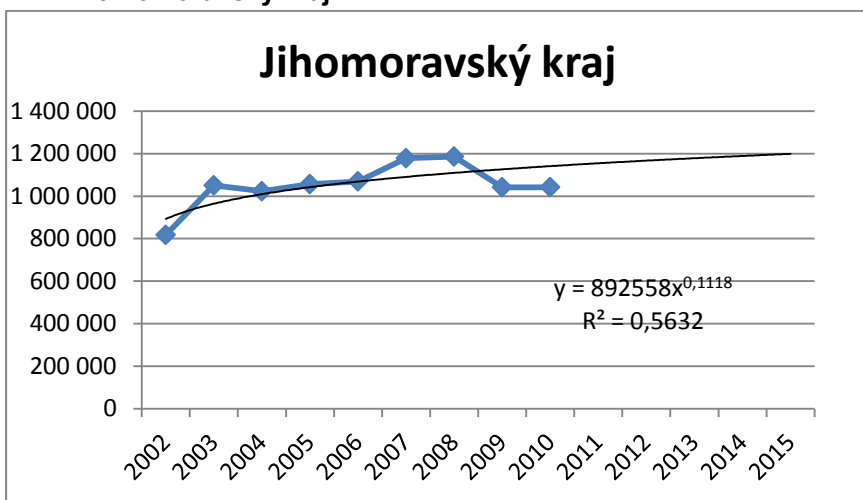
$$y = cx^b$$

Graf 3: Vývoj návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních – celá ČR



Zdroj: Vlastní

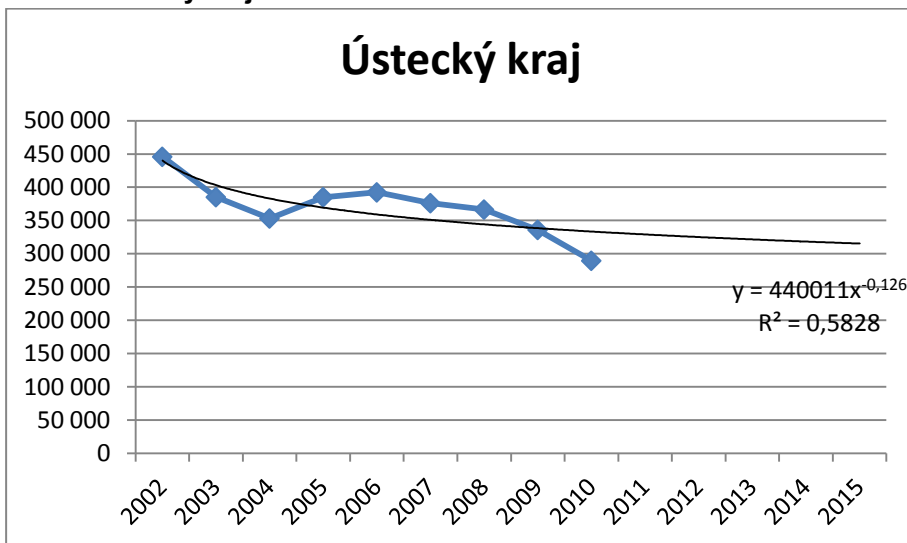
Graf 4: Vývoj návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních – Jihomoravský kraj



Zdroj: Vlastní

Jak je vidět z výše uvedených grafů, dle predikcí pro celou ČR a Jihomoravský kraj dojde v následujících letech k pomalému opětovnému růstu návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení.

Graf 5: Vývoj návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních – Ústecký kraj



Zdroj: Vlastní

Na rozdíl od celkové návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení v celé ČR a v Jihomoravském kraji, docházelo v Ústeckém kraji k dlouhodobému poklesu návštěvnosti, a proto se dá předpokládat, že tento pokles bude pokračovat i v následujících letech, ale pokles se postupně zpomalí. Přesné odhady predikce vývoje návštěvnosti obou vybraných krajů i celé ČR v počtech návštěvníků dle vypočtených rovnic trendů naleznete v tabulce 2: Predikce vývoje návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních.

Tabulka 4: Predikce vývoje návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních

Rok	Region (v počtech osob)		
	Celá ČR	Jihomoravský kraj	Ústecký kraj
2011	12 225 543	1 139 088	334 336
2012	12 326 427	1 152 488	329 962
2013	12 418 406	1 164 745	326 054
2014	12 542 849	1 181 390	322 527
2015	12 722 497	1 196 346	319 316

Zdroj: Vlastní

Závěr

Je nezpochybnitelné, že globální finanční a hospodářská krize oblast cestovního ruchu v České republice jednoznačně ovlivnila. Z provedených průzkumů vyplývá, že krize zasáhla cestovní ruch v České republice již v roce 2008. K největšímu propadu došlo hned v roce následujícím, tedy v roce 2009. Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení se však poměrně rychle začala obnovovat a k oživení došlo již v roce minulém.

Autorkou provedená predikce na základě vypočtených trendů předvídá postupný růst, jak v celé České republice, tak i v nejnavštěvovanějším kraji ČR - Jihomoravském kraji. Dle predikcí by mělo docházet k pomalému pozvolnému růstu návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení. V roce 2015 by mělo navštívit hromadná ubytovací zařízení v celé České republice 12 722 497 osob. Tento počet sice ještě nedosahuje nejvyšší hodnoty, kterou zaznamenala návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v roce 2007, ale růst by mohl pokračovat i v letech následujících.

Cestovní ruch se potýká nejen s následky krize, ale i s celou řadou dalších problémů jako je například nedostatek kvalifikovaných pracovních sil, jež se odráží v problémech konkurenceschopnosti tohoto odvětví. Dle předpovědí společnosti Mag Consulting, s.r.o. bude hospodářská krize brzdit rozvoj cestovního ruchu ještě minimálně další dva roky [7]. Na druhou stranu je však nutné na krizi nahlížet i jako na silný motivační nástroj ke zlepšení stávající situace. Je nutné se přizpůsobovat změnám ve struktuře cestovního ruchu i aktuálním změnám na straně poptávky, aby došlo k co nejefektivnějšímu uspokojení potřeb cílových trhů.

Literatura

- [1] Český statistický úřad. *Metodika – časové řady cestovní ruch* [on-line]. Český statistický úřad. (10.6. 2011) [cit. 4-11-2011]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/metodika_casove_rady_cestovni_ruch
- [2] Český statistický úřad. *Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR* [on-line]. Český statistický úřad. (05.08.2011) [cit. 4-11-2011]. Dostupné z:

[http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/i/tab_2_1_1_cru/\\$File/crucr080511_21.xls](http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/i/tab_2_1_1_cru/$File/crucr080511_21.xls)

- [3] Český statistický úřad. *Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v krajích (NUTS III)* [on-line]. Český statistický úřad. 2011. 05.08.2011. [cit. 4-11-2011]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/i/tab_2_2_1_cru/\\$File/crucr080511_21.xls](http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/i/tab_2_2_1_cru/$File/crucr080511_21.xls)
- [4] Český statistický úřad. *Vybrané služby v období recese* [on-line]. Český statistický úřad. (25.03.2010) [cit. 7-11-2011]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/ckta250310.doc>
- [5] Český statistický úřad. *Turisty lákaly luxusní hotely* [on-line]. Český statistický úřad. (5.8. 2011) [cit. 7-11-2011]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/ccru080511.doc>
- [6] HINDLS, R. et al. *Statistika pro ekonomy*. Praha: Professional Publishing, 2006. ISBN 80-86946-16-9
- [7] Mag Consulting. *Závažné problémy evropského cestovního ruchu* [on-line]. Food Service. 2011. (3). Dostupné z: http://www.foodservice.cz/www/foodservice_cz/flash/File/FS032011evropskyruch.pdf

Development of occupancy in collective accommodation establishment

Abstract

Global financial and economical crisis has affected all branches of services and industry not only in USA, where the global crisis started by an extreme slump at real-estate market, but also it has affected also all world markets. In this respect the tourism is not an exception. Tourism encounters problems developed by global economic crisis at the local, regional, European and global worldwide level. This article focuses on the problems of tourism in the Czech Republic. Concretely this article surveys development of occupancy in collective accommodation establishment in the time line including years before and after global financial and economical crisis (in the concrete years 2003-2010) and the prediction o development of occupancy in this collective accommodation establishment for next five years. Author tries to detect the impact of

economic crisis on surveyed problems in the Czech Republic as a whole and selected regions in the Czech Republic.

Key words

Tourism, economic crisis, occupancy, collective accommodation establishment

Kontaktní údaje

Ing. Marie Slabá
Odborný asistent
Katedra ekonomiky a management
Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích
tel.: +420 387 842 159
e-mail: slaba@mail.vstecb.cz

ARIS Express – jeho postavenie a úlohy pri tvorbe rámcovej a detailnej mapy biznis procesov pre oblasť verejnej správy

Jozef Stašák

Abstrakt

Príspevok sa zaoberá problematikou mapovania biznis procesov a vytvárania ich rámcovej a detailnej mapy. Je koncipovaný v dvoch rovinách. V teoretickej rovine ide o vymedzenie pojmu rámcová a detailná mapa biznis procesov, stanovenie ich obsahu a štruktúry vo vzťahu k aplikácii ARIS Express, prostredníctvom komponentov ktorého sa budú jednotlivé prvky štruktúry oboch typov máp biznis procesov realizovať. V rovine praktickej aplikácie ide návrh metodického postupu pri tvorbe spomínaných prvkov s využitím jednotlivých komponentov aplikácie ARIS Express pri tvorbe rámcovej a detailnej mapy biznis procesov s možnosťou aplikácie týchto postupov na biznis procesy prebiehajúce vo verejnej správe.

Kľúčové slova

Rámcová mapa biznis procesov, detailná mapa procesov, spisová služba, skartácia, ARIS Express

Abstract

This contribution deals with a set of problems closely related to business process mapping and creation of frame and detailed business process map. Its concept consists of two parts. The theoretical part deals with terms and principles closely related to business process frame and detailed map content and structure, with respect to ARIS Express application, which is applied to design and implementation both of the above-mentioned maps. When considering practical approaches and method, the contribution represents a proposal of methodology concerned to ARIS Express application within creating of frame and detailed business process map. However, the above-mentioned business

process maps shall be applied in business process mapping related to public administration and records management as well.

1. Úvod

Vo všeobecnosti možno mapovanie biznis procesov chápať ako postupnosť činností, ktoré vedú k pochopeniu toho čo sa v rámci mapovaného biznis procesu deje, kto je za chod predmetného procesu zodpovedný a aké legislatívne a technické normy a štandardy sa musia dodržať pri prevádzkovaní biznis procesu, ktorý je predmetom mapovania. Mapovanie biznis procesov (ďalej len mapovanie) má bohatú históriu a jeho počiatky siahajú do prvých rokov 20. storočia. Výsledkom mapovania je dokument, ktorý sa nazýva procesná mapa. Jej hodnota je determinovaná tým do akej miery pomôže pochopiť ten biznis proces, ktorý je predmetom mapovania. Procesná mapa ako taká umožní vlastníkovi, prevádzkovateľovi alebo vykonávateľovi predmetného biznis procesu zlepšiť jeho štruktúru, vlastnosti a funkcionality, ako aj uspokojiť požiadavky rôznych autorít, ku ktorým patria audítori, certifikačné, a ďalšie authority. Z uvedeného vyplýva, že: „hlavným dôvodom mapovania biznis procesov je snaha pochopiť štruktúru, vlastnosti a funkcionality mapovaného biznis procesu“.

Dôležitú úlohu to zohráva hierarchické mapovanie, ktoré sa od bežného mapovania líši tým, že žiadny iný prístup k mapovaniu neumožňuje poukázať na vzťahy medzi nosnými (hlavnými) a podpornými biznis procesmi a taktiež neumožňuje zabezpečiť prepojenie medzi jednotlivými funkciami mapovaného biznis procesu a dokumentmi, ktoré týmto funkciami prislúchajú. Hierarchická mapa biznis procesov umožňuje vizuálnu reprezentáciu tokov vo vnútri skúmaného biznis procesu, ale aj reprezentáciu tokov na vstupe do procesu, ako aj na výstupe z procesu. Mapovanie biznis procesov umožňuje organizovaným spôsobom zaznamenať jednotlivé činnosti, ktoré prebiehajú v organizácii, pričom kľúčovým prínosom mapovania je pomôcť manažérom získať prehľad o komplexných biznis procesoch [3]. Potreba mapovania biznis procesov vychádza taktiež z požiadaviek normy ISO 9000 [4].

Prezentovaný príspevok sa venuje problematike nielen mape biznis procesov, ktorá reprezentuje predovšetkým ich hierarchickú štruktúru a nazýva sa rámcová biznis procesov, ale aj mapovaniu horizontálnej štruktúry biznis procesov a tento typ mapy biznis procesov sa nazýva

detailná mapa biznis procesov. Jeho hlavným cieľom je navrhnuť metodický postup pri tvorbe rámcovej a detailnej mapy biznis procesov a čiastkové ciele, ktoré podmieňujú splnenie hlavného cieľa sa zameriavajú na ako teoretickú oblasť tak aj na oblasť praktickej aplikácie. V teoretickej oblasti, ktorej sa venuje prvá časť práce, sa zameriavame nielen na problematiku mapovania strategických cieľov a strategických ukazovateľov, aj na mapovanie nosných (core) a hlavných biznis procesov, spolu s mapovaním štruktúry služieb a organizačnej štruktúry.

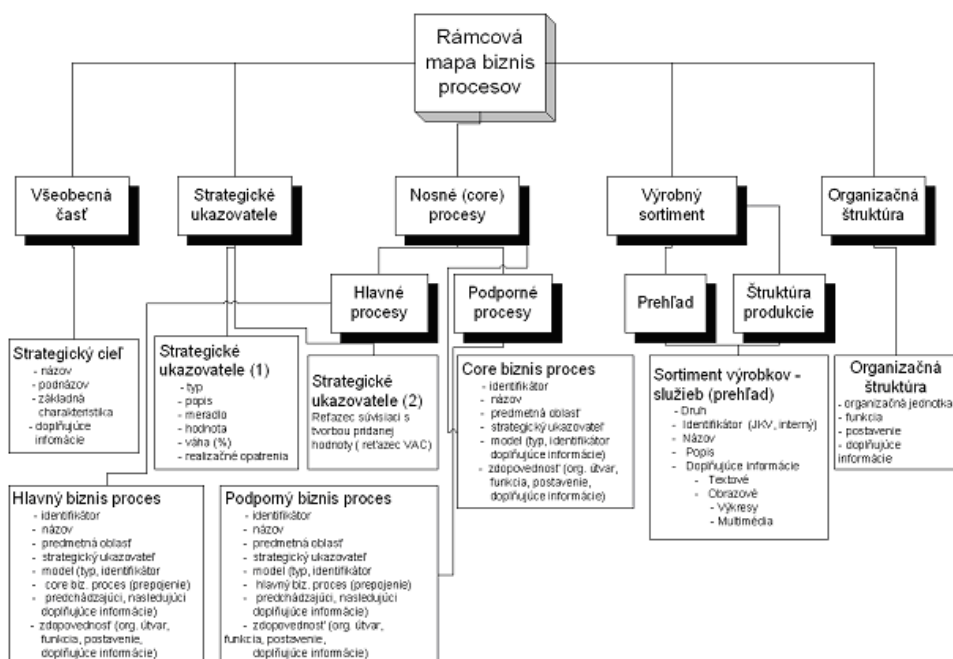
Všetky uvedené aspekty tvoria základné prvky štruktúry rámcovej mapy procesov. Nedeliteľnou súčasťou prvej časti príspevku je aj základný popis aplikácie ARIS Express, ktorého komponenty tvoria základ pre tvorbu obidvoch typov mapy procesov¹. V oblasti praktickej aplikácie, ktorej sa venuje druhá časť práce, sa zameriavame na aplikáciu ARIS Express – jej postavenie a úlohy pri tvorbe rámcovej a detailnej mapy biznis procesov prebiehajúcich v podmienkach organizácií verejnej správy. Ide predovšetkým o spisovú službu a s ňou súvisiacu množinu biznis procesov, pričom na účely vytvorenia rámcovej mapy biznis procesov bol vybraný proces Predarchívna starostlivosť a na účely uplatnenia metodického postupu pri tvorbe detailnej mapy biznis procesov bol vybraný proces Skartácia, ktorý je nedeliteľnou súčasťou procesu Predarchívna starostlivosť.

2. Rámcová a detailná mapa biznis procesov

2.1 Rámcová mapa biznis procesov

Biznis procesy prebiehajúce v rámci ktoréhokoľvek podnikateľského subjektu (ďalej len firma) vychádzajú z jeho základnej orientácie a predmetných oblastí podnikania, ktoré tvoria jadro stratégie podnikania firmy, pričom strategické ukazovatele a ich hodnoty, spolu zoznamom nosných (core), hlavných a podporných procesov sú základným výstupom z predmetnej stratégie. K nemu možno priradiť ešte výrobný sortiment, prípadne štruktúru produkcie. Nedeliteľnú súčasť spomínaného dokumentu tvorí taktiež rámcový návrh organizačnej štruktúry firmy. Každá z týchto položiek sa člení na ďalšie podriadené položky. Štruktúra rámcovej mapy biznis procesov je zrejmá z obr.2-1.

¹ Pojmy proces a biznis proces sa v tomto príspevku pokladajú za významovo rovnocenné.



Obr. 2-1 Štruktúra rámcovej mapy biznis procesov

Rámcová mapa biznis procesov kladie dôraz predovšetkým na nosné a hlavné biznis procesy, ktoré sa v rámci tejto mapy popisujú verbálne a popis je spravidla doplnený principiálnou schémou ich vertikálnej štruktúry, a to vo vzťahu na strategické ciele (popísané verbálne vo všeobecnej časti mapy) a zodpovedajúce strategické ukazovatele. Na druhej strane, nosné a hlavné biznis procesy sa v rámci spomínanej rámcovej mapy reprezentujú aj vo vzťahu na výrobný sortiment, prípadne štruktúru produkcie a organizačnú štruktúru firmy (pozri obr. 2-1). Pokiaľ ide o podporné biznis procesy tie sú podchytené formou príslušných zoznamov, ktoré tvoria integrálnu súčasť rámcovej mapy biznis procesov.

2.2 Detailná mapa biznis procesov

Rámcová mapa biznis procesov predstavuje východisko pre vytvorenie ich detailnej mapy. Detailná mapa biznis procesov kladie dôraz predovšetkým na popis horizontálnej štruktúry biznis procesov, vrátane ich vstupov a výstupov a na popis algoritmu (algoritmov) funkcionality

jednotlivých funkcií, z ktorých každý biznis proces pozostáva. Jadro detailnej mapy biznis procesov tvoria ich modely.

Model každého biznis procesu možno reprezentovať viac alebo menej jednoduchým diagramom, ktorý má slúžiť predovšetkým na účely pochopenia zákonitosti jeho funkcionality. Na druhej strane model umožňuje zobrazit' aj veľmi komplexné procesy tak, aby im rozumeli aj menej technicky a informaticky zdatní používatelia [2]. Jadrom detailnej mapy procesov je detailný procesný diagram horizontálnych tokov doplnený o prvky, ktoré identifikujú každú položku týchto tokov a nazývajú sa menovky [1]².

V súlade s metodikou modelovania, ktorú zaviedla firma, na čele ktorej stál Prof. August Wilhelm Scheer³, a ktorá sa stala dominantnou v oblasti modelovania biznis procesov možno ich detailnú mapu označiť ako množinu štyroch pohľadov na biznis proces definovaných takto[7]:

- Funkčný pohľad - pod pojmom funkcia rozumieme technickú úlohu alebo akciu, ktorá sa vykonáva na objekte s cieľom podporiť jednu alebo viac predmetných oblastí v rámci podnikateľského subjektu. Pod pojmom funkčný pohľad rozumieme schému funkcií, ktoré tvoria integrálnu súčasť každého biznis procesu spolu so vzájomnými vzťahmi, ktoré takto vytvárajú.
- Dátový pohľad - sa odvíja z požiadaviek na dáta, pričom zahrnuje v sebe sémantický dátový model polí, ktoré sú predmetom skúmania. V súlade s členením pohľadov v rámci systému ARIS tento popis pokrýva objekty, ktoré špecifikuje začiatok a koniec udalostí postulovaných v procesnom reťazci a stav opisu prostredia, ktorom predmetný procesný reťazec pôsobí. Z hľadiska informačnej podpory biznis procesov má dátový pohľad má bezprostredný vzťah k dátovej architektúre informačného systému, ktorý sa pokladá za nástroj takejto informačnej podpory [6].
- Organizačný pohľad - každý podnikateľský subjekt sa vyznačuje viac alebo menej komplexnou štruktúrou

² Tento pojem pochádza z anglického názvu „labels“ a je zavedený v práci [1].

³ V súčasnosti sa táto firma nazýva Software A.G.

organizačných jednotiek tvoriacich jeho celok. Na uvedené jednotky sa viaže viac alebo menej rozsiahla štruktúrovaná množina procesov, ktorých chod vyžaduje zvládnutie určitých úloh vykonávaných vlastníkmi alebo administrátormi procesov, s cieľom zabezpečiť ich riadny efektívny chod. Takto sa dostávame k deľbe práce priradenej organizačným jednotkám v rámci podnikateľského subjektu a hovoríme o organizačnej štruktúre podnikateľského subjektu. Ak na reprezentáciu organizačnej štruktúry podnikateľského subjektu použijeme zodpovedajúce komponenty a moduly systému ARIS, môžeme hovoriť o organizačnom pohľade na podnikateľský subjekt.

- Procesný pohľad – v rámci procesného pohľadu sa analyzujú vzťahy medzi funkciami, organizačnými jednotkami a údajmi. Celý postup pri analýze rozdelíme do dvoch krokov: v prvom kroku budeme analyzovať vzťahy medzi funkciami a organizačnými jednotkami a v druhom kroku pristúpime k analýze všetkých troch pohľadov, t.j. budeme skúmať vzťahy medzi funkciami, organizačnými jednotkami a údajmi.

Na základe predchádzajúcich úvah a faktov môžeme detailnú mapu biznis procesov definovať takto:

Detailná mapa biznis procesov kladie dôraz na popis horizontálnej, ale aj vertikálnej štruktúry biznis procesov, vrátane ich vstupov a výstupov a na popis algoritmu (algoritmov) funkcionality jednotlivých funkcií, z ktorých každý biznis proces pozostáva. Jadro detailnej mapy biznis procesov tvoria ich modely, pričom integrálnou súčasťou modelu každého biznis procesu je: funkčný, procesný, dátový a organizačný pohľad. Východiskom pre návrh detailnej mapy biznis procesov je rámcová mapa biznis procesov. Integrálnu súčasť detailnej mapy biznis procesov tvorí aj architektúra systému ich informačnej podpory, a to nielen v podobe globálnej architektúry, ale aj čiastkových architektúr (funkčnej, procesnej, dátovej, softvérovej a hardvérovej) predmetného systému.

2.3 Systém ARIS Express – štruktúra, vlastnosti, funkcionalita

ARIS Express je založený na osvedčenej ARIS metodológii a príslušných priemyselných štandardoch. Vyznačuje sa intuitívnym používateľským rozhraním. Jeho intuitívne používateľské rozhranie a najnovšie vylepšenia v modelovaní ho predurčujú k dosahovaniu okamžitých a priamych výsledkov. Prezentovaná verzia aplikácie ARIS Express je dostupná bezplatne a je vhodná predovšetkým pre školy a pre užívateľov, ktorí sú v oblasti BPM1 začiatocníci⁴. Vhodná je aj pre príležitostných používateľov. Aplikácia ARIS Express nemá žiadne obmedzenia v podobe demo alebo trial verzie a môže v určitom smere

poslúžiť ako náhrada za iné nástroje slúžiace pre účely kreslenia schém biznis procesov. Okrem štandardných funkcií slúžiacich pre účely modelovania biznis procesov.

Aplikácia ARIS Express poskytuje na viac niekoľko funkcií vhodných najmä pre užívateľov, ktorí sú v oblasti BPM začiatocníci. Inteligentný dizajn umožňuje používateľom podchytiť informácie vo firme na v podobe zostáv podobných výstupom z tabuľkového procesora, čo im umožňuje sa sústrediť na obsah a nemusia sa starať o štandardy modelovania alebo správne umiestnenie objektov. Model sa generuje okamžite po zadaní potrebných údajov a možno tiež okamžite zmeniť. Ďalšou dôležitou pomôckou pri modelovaní biznis procesov s použitím aplikácie ARIS Express je využitie fragmentov modelu. Pri vytváraní modelov procesov alebo organizačných štruktúr sa používatelia potrebujú starať zaužívané konvencie v modelovaní alebo viacnásobne modelovať tú istú kombináciu objektov. Na tento účel môžu definovať fragmenty ako kombináciu objektov, ktoré sa môžu opäť použiť na ďalšie modelovanie.

Vytvorenie obsahu modelov biznis procesov s použitím aplikácie ARIS Express zahŕňa v sebe koncept tzv. kontextovo senzitívneho modelovania. ARIS Express sa vyznačuje nástrojom obsahujúcim symboly, ktoré sa môžu používať pre účely prepojenia aktuálnych objektov a taktiež je možné vytváranie a prepájania viacerých alebo viacnásobných objektov. Všetky vyššie uvedené možnosti modelovania sú dostupné aj v rámci profesionálnej ARIS platformy.

⁴ Aplikácia ARIS Express je dostupná na <http://www.ariscommunity.com/aris-express>

Pri pohľade na základnú pracovnú plochu aplikácie ARIS Express vidíme, že pomocou nej môžeme vytvárať tieto typy modelov [7]:

- Model organizačnej schémy (organizational chart),
- Model biznis procesov (business process),
- Model IT infraštruktúry (IT infrastructure),
- Funkčný model biznis procesov (process landscape),
- Dátový model (data model),
- Systémový model (system model).

3. Systém ARIS Express – jeho postavenie a úlohy pri tvorbe rámcovej a detailnej mapy biznis procesov prebiehajúcich v podmienkach organizácií verejnej správy a cestovného ruchu na regionálnej úrovni

3.1 Systém ARIS Express – jeho postavenie a úlohy pri tvorbe rámcovej a detailnej mapy biznis procesov prebiehajúcich v podmienkach organizácií verejnej správy

Rámcová mapa biznis procesov

Vychádzajúc z definície a štruktúry rámcovej mapy biznis procesov (pozri odsek 2-1 a obr.2-1) vidíme, že táto kladie dôraz nielen na strategické ciele, strategické ukazovatele a ich popis, ale aj na nosné a hlavné biznis procesy, spolu o organizačnou štruktúrou firmy, v rámci ktorej predmetné biznis procesy prebiehajú. Na druhej strane, pri pohľade na úvodnú pracovnú plochu aplikácie ARIS Express vidíme, že na účely zobrazenia jednotlivých aspektov týkajúcich sa stratégie a strategických ukazovateľov podnikania, ako aj nosných a hlavných biznis procesov, možno použiť komponent s názvom „Whiteboard“, ktorého pracovná plocha umožňuje zobraziť celkový strategický cieľ (Overall goal), čiastkové ciele (Goals) a s nimi súvisiace detaily (Details), ale nosné a hlavné procesy (v rámci položky Activities) a ukazovatele KPI⁵. Sortiment produktov (služieb) možno zobraziť s použitím fragmentu ARIS House. Na účely reprezentácie rámcovej organizačnej štruktúry firmy je v rámci aplikácie ARIS Express k dispozícii komponent Organizačný diagram. Z uvedeného vyplýva, že Rámcovú mapu biznis

⁵ KPI – Kritické indikátory výkonu

procesov možno s použitím aplikácie ARIS Express vytvoriť s použitím týchto komponentov:

- *Whiteboard*
- *General diagram (ARIS House)*
- *Organizational chart*

Príklady uplatnenia uvedených komponentov pri tvorbe rámcovej mapy vybraných biznis procesov sú uvedené v ďalších častiach príspevku.

Detailná mapa biznis procesov

Vychádzajúc z definície a štruktúry rámcovej mapy biznis procesov (pozri odsek 2-1) vidíme, že táto kladie dôraz na zobrazenie vertikálnej a horizontálnej štruktúry biznis procesov, ako aj globálnej architektúry a čiastkových architektúr, ktoré reprezentujú pohľady popísané v odseku 2.3 zobrazené pomocou modelov opísaných v odseku 2.4. Detailná mapa biznis procesov zahrňuje v sebe tieto pohľady na biznis procesy:

- *Funkčný pohľad* na biznis procesy, ktorý reprezentuje predovšetkým ich vertikálnu štruktúru, možno znázorniť prostredníctvom komponentu „Process landscape“.
- *Procesný pohľad* na biznis procesy, ktorý reprezentuje predovšetkým ich horizontálnu štruktúru, možno znázorniť prostredníctvom komponentu BPMN a Process landscape diagram.
- *Dátový pohľad* na biznis procesy, ktorý reprezentuje predovšetkým štruktúru vstupov do biznis procesu a štruktúru jeho výstupov, a to v podobe databázových entít, atribútov entít a hodnôt atribútov entít.
- *Organizačný pohľad* na biznis procesy, ktorý reprezentuje predovšetkým prepojenie jednotlivých biznis procesov s organizačnými jednotkami firmy, kde tieto procesy prebiehajú.

Príklady uplatnenia uvedených pohľadov pri tvorbe detailnej mapy vybraných biznis procesov sú uvedené v ďalších častiach príspevku.

3.2 Systém ARIS Express – jeho postavenie a úlohy pri tvorbe rámcovej a detailnej mapy biznis procesov prebiehajúcich v podmienkach organizácií verejnej správy

3.2.1 Spisová služba - jeden z dôležitých procesov prebiehajúcich vo verejnej správe - Rámcová mapa procesov

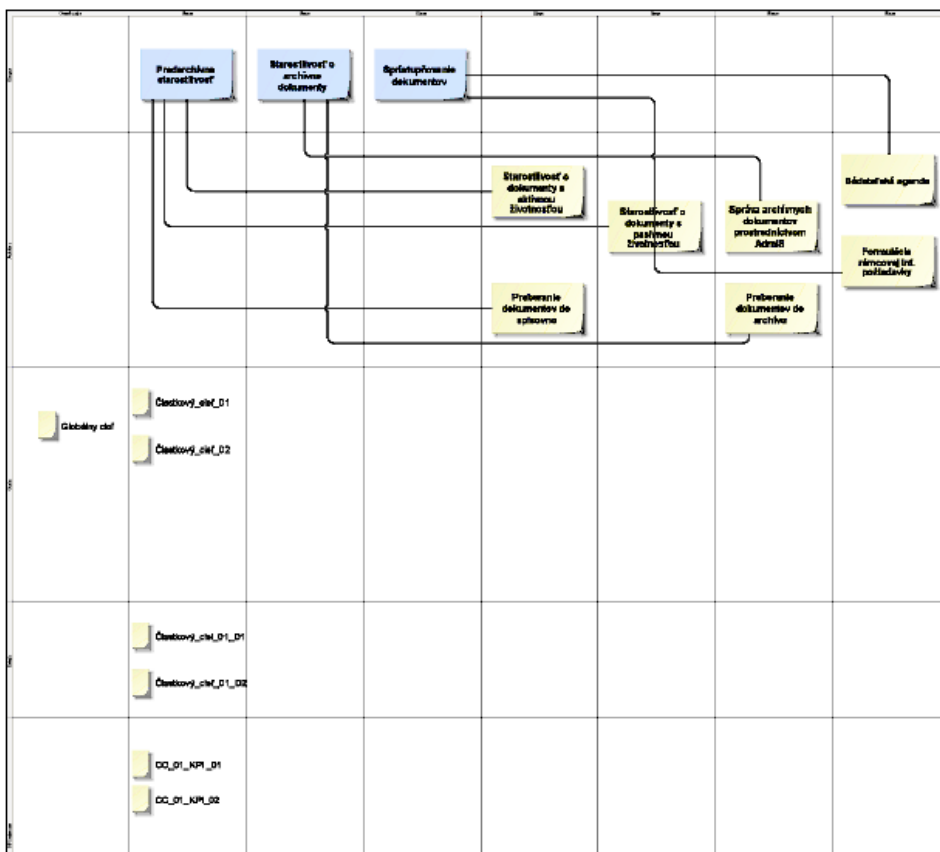
Spisová služba je biznis proces, ktorého poslaním je podchytiť dokument od okamihu jeho vzniku, cez jeho aktívnu a pasívnu životnosť až po jeho vyradenie na trvalé archivovanie alebo priemyselné spracovanie [5]. Vychádzajúc z tejto definície môžeme biznis proces Spisová služba (ktorý budeme pokladať za hlavný proces HP) rozčleniť na štyri podriadené procesy:

- HP-01 Predarchívna starostlivosť
- HP-02 Starostlivosť o archívne dokumenty
- HP-03 Starostlivosť o knižničné dokumenty
- HP-04 Sprístupňovanie archívnych a knižničných dokumentov

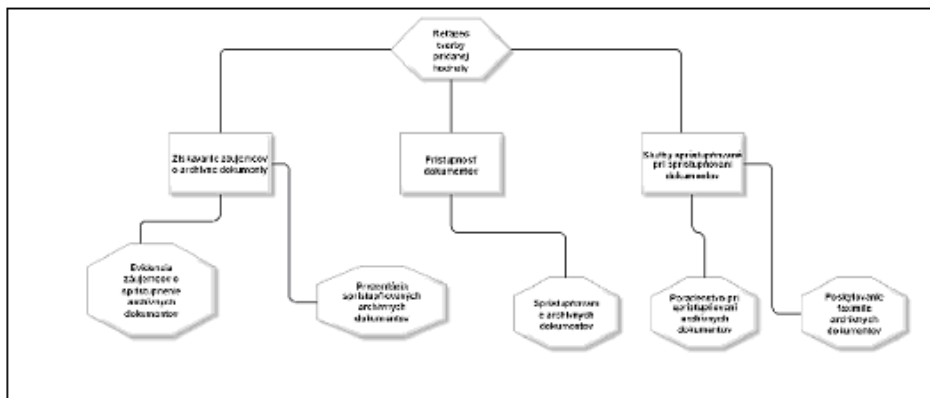
K podnikateľským subjektom, ktorých základnou orientáciou (Mission Statement) je Spisová služba a u ktorých sa procesy HP-01 až HP-04 možno pokladať za predmetné oblasti podnikania patria archívy pôsobiace na celoštátnej (národnej) alebo regionálnej úrovni. Vychádzajú zo základnej orientácie archívu ako podnikateľského subjektu, ktorá súčasne predstavuje jeho globálny strategický cieľ podnikania (Overall Goal). Aby bolo možné splniť spomínaný globálny strategický cieľ je potrebné spravidla splniť niekoľko čiastkových cieľov (Goals), ktoré sa bezprostredne viažu na splnenie predmetného strategického cieľa a je pri ňom potrebná detailnejšia špecifikácia (Details). Verbálna (kvalitatívna) interpretácia globálneho strategického cieľa, čiastkových cieľov a s nimi súvisiacich detailov sa pokladá za nutnú podmienku, ktorá však sama o sebe nepostačuje, pretože jednotlivé strategické ciele je potrebné vyjadriť aj kvantitatívne.

Tie sa spravidla vyjadrujú v časti inštancie KPI (KPI Instances), ktoré tvoria integrálnu súčasť rámcovej mapy biznis procesov s názvom Strategické ukazovatele a nosné procesy (pozri obr.3-1). Okrem uvedených kvalitatívnych a kvantitatívnych ukazovateľov sa pri tvorbe rámcovej mapy biznis procesov stretávame s potrebou reprezentovať ten reťazec (tie reťazce), ktoré majú bezprostredný súvis s tvorbou pridanej hodnoty. Na uvedený účel slúži diagram reťazca súvisiaceho s tvorbou

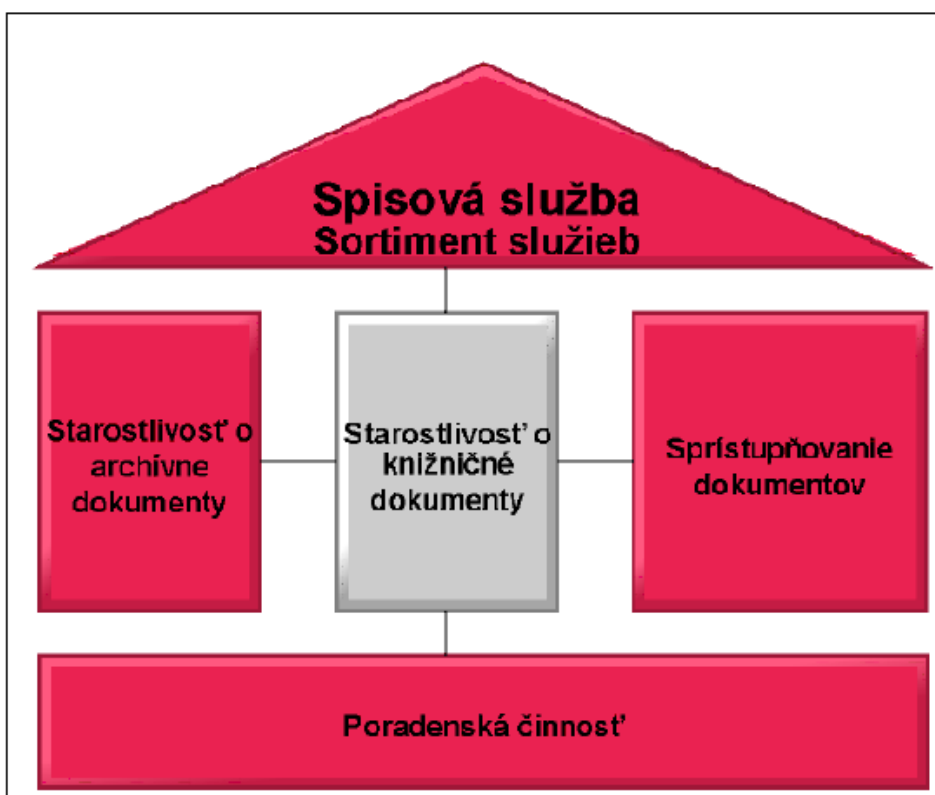
pridanej hodnoty (ďalej diagram VAC). Diagram reťazca súvisiaceho s tvorbou pridanej hodnoty (ďalej len reťazec VAC) zobrazuje nielen vzťahy nadriadenosti a podriadenosti funkcií, ale aj medzi indikátormi KPI a samotnými funkciami reťazca. Na uvedený účel možno v rámci aplikácie ARIS Express použiť Všeobecný diagram (General diagram) (pozri obr. 3-2). Nedeliteľnou súčasťou rámcovej mapy biznis procesov je aj informácia o výrobnom sortimente alebo sortimente služieb, pričom na účely znázornenia jeho štruktúry možno taktiež použiť v rámci aplikácie ARIS Express Všeobecný diagram (General diagram), konkrétne jeho časť s názvom ARIS House (pozri obr. 3-3). Rámcovú mapu biznis procesov logicky uzatvára informácia o rámcovej organizačnej štruktúre predmetného podnikateľského subjektu, ktorú možno, v rámci aplikácie ARIS Express, znázorniť prostredníctvom diagramu s názvom Organizačný diagram (Organizational Chart) – pozri obr. 3-4.



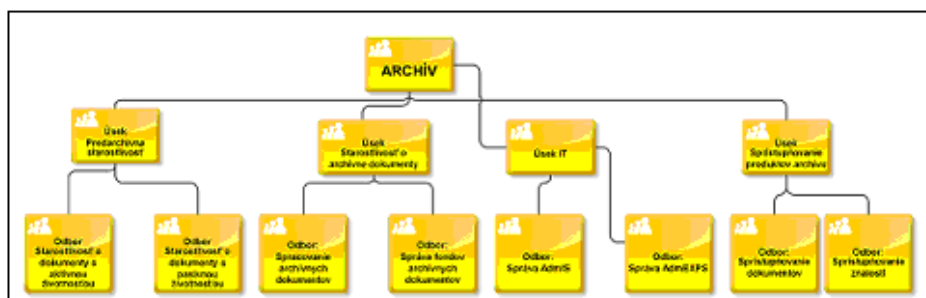
Obr. 3-1 Rámcová mapa biznis procesu Spisová služba
Časť Strategické ukazovatele a nosné biznis procesy



Obr. 3-2 Rámcová mapa biznis procesu Spisová služba. Časť Diagramu reťazca VAC [7]



Obr. 3-3 Rámcová mapa biznis procesu Spisová služba. Časť Štruktúra služieb

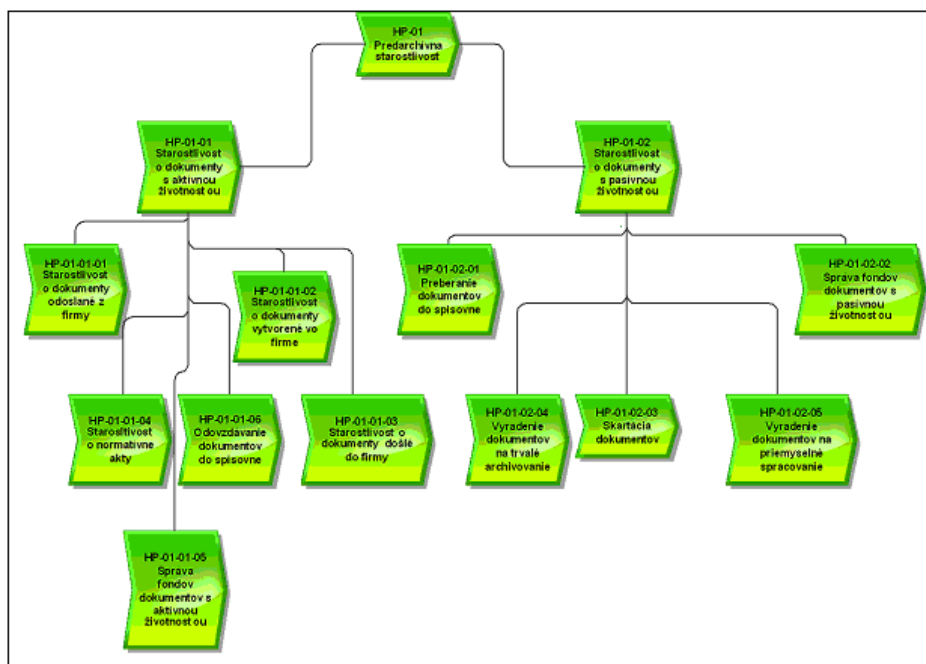


Obr. 3-4 Rámcová mapa biznis procesu Spisová služba.
Časť Organizačná štruktúra archívu

3.2.2 Spisová služba - jeden z dôležitých procesov prebiehajúcich vo verejnej správe -Detailná mapa biznis procesov

Funkčný pohľad

Vychádzajúc z definície a štruktúry rámcovej mapy biznis procesov (pozri odsek 2-1 a obr.2-1) vidíme, že táto kladie na prvom mieste dôraz na zobrazenie ich horizontálnej a na druhom mieste dôraz zobrazenie ich vertikálnej štruktúry. Ide predovšetkým o zobrazenie funkčného, procesného, dátového a organizačného pohľadu na biznis procesy (pozri odsek 3-1). V rámci príspevku sa v súvislosti s tvorbou detailnej mapy biznis procesov, sústredíme na hlavný proces s názvom „Predarchívna starostlivosť“. Na účely zobrazenia funkčného pohľadu na biznis procesy podriadené hlavnému biznis procesu s názvom „Predarchívna starostlivosť“ použijeme v rámci aplikácie ARIS Express, komponent „Základná architektúra biznis procesov (Process landscape), ktorá poskytne základný pohľad na biznis procesy, ktoré bezprostredne súvisia s tvorbou pridanej hodnoty a súčasne umožňuje reprezentovať ich hierarchickú štruktúru. Príklad hierarchickej štruktúry biznis procesu „Predarchívna starostlivosť“ je uvedený na obr. 3-5.



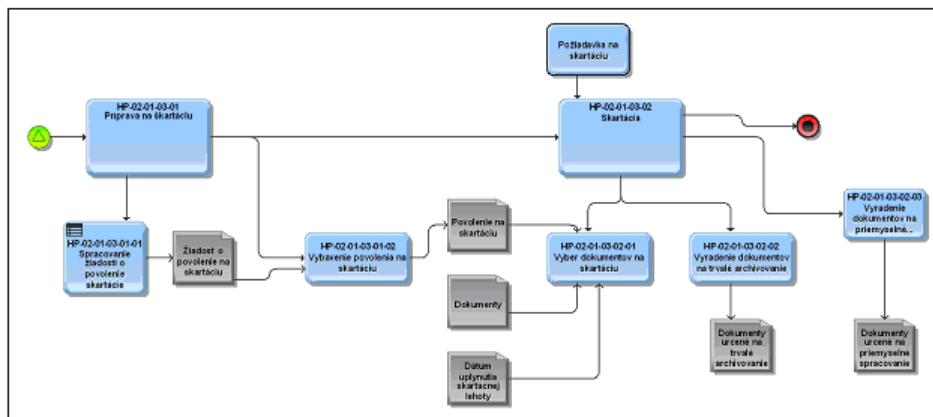
Obr. 3-5 Funkčný pohľad na biznis proces „Predarchívna starostlivosť“ a jeho hierarchickú štruktúru

Procesný pohľad

Vyberme teraz proces s názvom „Skartácia“ a pokúsme sa reprezentovať jeho horizontálnu štruktúru.

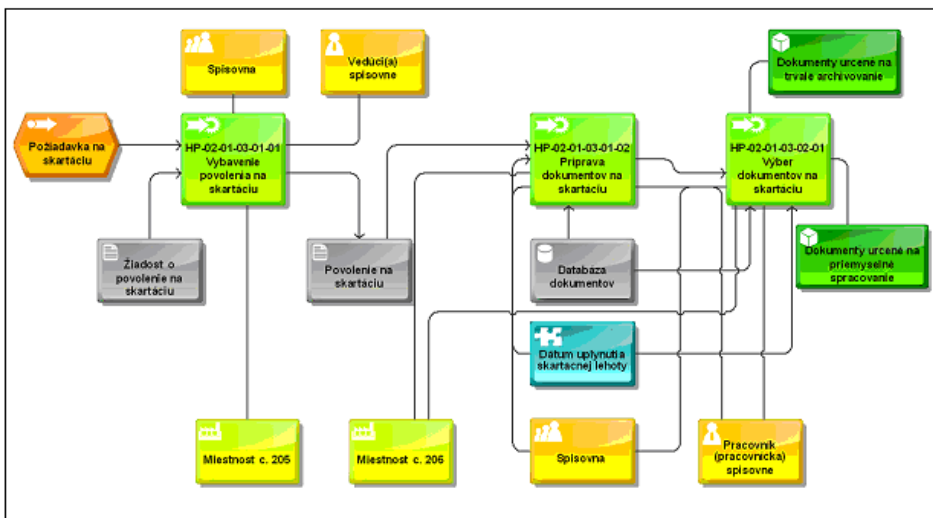
Na účely reprezentácie horizontálnej štruktúry procesu s názvom Skartácia možno použiť dva komponenty aplikácie ARIS Express:

- BPMN diagram, ktorý umožňuje modelovanie procesov v súlade s notáciou BPM 2.0 (pozri obr. 3-6). Tento typ diagramu umožňuje podchytiť biznis procesy a im podriadené procesy, spolu úlohami a dátovými komponentmi, ktoré sú jednotlivým procesom podriadené. Avšak neumožňuje podchytiť napr. vzťah medzi jednotlivými procesmi a im podriadenými úlohami a prvkami organizačnej štruktúry.



Obr. 3-6 BPMN diagram vzťahujúci sa na biznis proces, ktoré sú podriadené biznis procesu s názvom Skartácia

- Na účely detailnejšieho zobrazenia biznis procesu s názvom skartácia je možné v rámci aplikácie ARIS Express použiť komponent Diagram biznis procesu (Process diagram), ktorý umožňuje, okrem reprezentácie samotnej horizontálnej štruktúry biznis procesu, aj reprezentáciu prepojenia jednotlivých jeho komponentov na zodpovedajúce produkty, databázy, dokumenty a organizačné jednotky firmy, vrátane ich personálneho obsadenia v lokácii v rámci budovy firmy. Takto koncipovaný diagram biznis procesu je zobrazený na obr. 3-7.



Obr. 3-7 Diagram biznis procesu, ktorý umožňuje reprezentovať biznis proces v prepojenie na zodpovedajúce databázy, dokumenty, produkty a prvky organizačnej štruktúry

Dátový pohľad

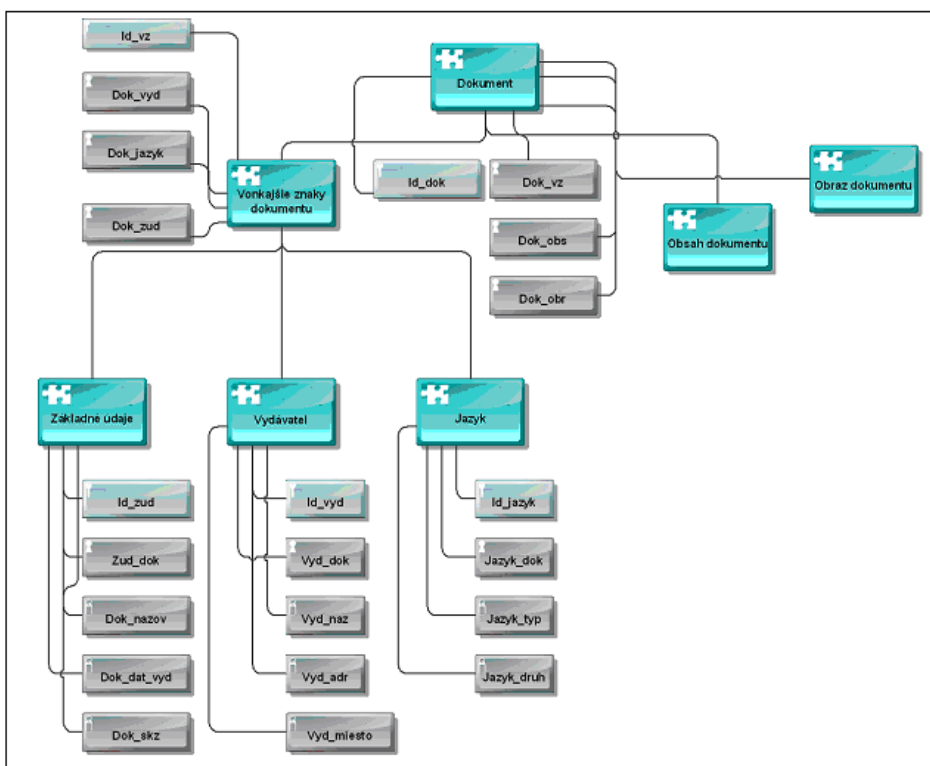
Aj keď predchádzajúci diagram (pozri obr.3-7) umožňuje zaznamenať databázy a dokumenty prislúchajúce jednotlivým biznis, neumožňuje zaznamenať štruktúru databázy, pokiaľ ide o jej entity a atribúty entít (primárny kľúč, cudzie kľúče, bežné atribúty). Na tento účel slúži ďalší diagram, ktorý umožňuje zobraziť štruktúru databázy a nazýva sa Diagram – dátový pohľad (pozri obr. 3-8). Dokument s pasívnou životnosťou predstavuje základný vstup do procesu Skartácia, zatiaľ čo výstupom z uvedeného procesu je taktiež dokument, ale doplnený o informáciu či postupuje ďalej na trvalé archivovanie alebo na priemyselné spracovanie. Na získanie tejto informácie sú potrebné dva základné údaje predstavujúce vonkajšie znaky dokumentu:

- Rok vydania dokumentu (R_{vd}), ktorého hodnotu možno vyextrahovať z hodnoty atribútu Dok_dat_vyd – dátum vydania dokumentu.
- Skartačná značka, ktorá pozostáva z alfa-numerickej ($AN=[A, V, S]$) a numerickej zložky (X) pričom obidve časti sú z hľadiska skartácie dôležité.
- Numerická časť X tvorí integrálnu súčasť vzťahu na výpočet doby uplynutia skartačnej lehoty (R_{sk} roku, kedy sa má dokument podrobiť skartácií, pričom pre výpočet roku kedy sa má dokument podrobiť skartácií platí vzťah (3.1):

$$R_{sk} = R_{vd} + X + 2 \quad (3.1)$$

- Alfa-numerickej zložka skartačnej značky zohráva dominantnú rolu pri rozhodovaní, či predmetný dokument postúpi na trvalé archivovanie do archívu (regionálneho alebo národného) alebo na priemyselné spracovanie.
- Ak napr. skartačná značka dokumentu je A-10 a rok vydania dokumentu je 2011 dokument sa podrobí škartácií v roku 2023 a po vykonaní skartácie postúpi na trvalé archivovanie do regionálneho alebo národného archívu.
- Ak však dokument má skartačnú značku S-3 a jeho rok vydania je 2011, podrobí sa škartácií v roku 2016 a po tomto roku bude vyradený na priemyselné spracovanie.

- Ak pracujeme s dokumentom, ktorý má skartačnú značku V-3, skartácií sa podrobí taktiež v roku 2016 a odborník, ktorý bude posudzovať jeho obsah rozhodne či sa tento dokument stane dokumentom typu A alebo typu S.



Obr. 3-8 Diagram Dátový pohľad, ktorý umožňuje zobrazit' štruktúru dokumentu.

4. Záver

Obsahom prezentovaného príspevku je potrebné vidieť ako v rovine teoretickej tak aj aplikačnej.

V teoretickej rovine ide o definovanie prvkov tvoriacich štruktúru rámcovej a detailnej mapy biznis procesov a ich postavenie a úlohy pri návrhu oboch druhov máp biznis procesov vzťahujúcich na skupinu biznis procesov, ktoré sú bezprostredne podriadené príslušným predmetným oblastiam podnikania. Na tomto mieste možno povedať, že

ide o všeobecný metodický postup pri tvorbe rámcovej a detailnej mapy biznis procesov.

V aplikačnej rovine ide o uplatnenie aplikácie ARIS Express na uvedený účel a jej použitie pri tvorbe rámcovej a detailnej mapy biznis procesov prebiehajúcich v podmienkach verejnej správy, pričom spisová služba ako biznis proces tvorí integrálu súčasť takto koncipovaných biznis procesov. Spomínaný všeobecný metodický postup sa konkretizuje nielen vo vzťahu k aplikácií ARIS Express, ale vo vzťahu k procesu spisovej služby. Uplatnenie predmetného metodického postupu ako aj samotnej aplikácie ARIS Express pri tvorbe rámcovej a detailnej mapy biznis procesov je vysvetlené na príklade procesu skartácie, ktorý tvorí nedeliteľnú súčasť spisovej služby. Opísaný postup možno uplatniť pri návrhu a implementácii biznis procesov prebiehajúcich nielen vo verejnej správe, ale aj v iných oblastiach podnikania a taktiež je vhodný aj pre študentov, ktorí sa modelovaniu a manažmentu biznis procesov začínajú venovať. Vzhľadom na to, že súbory s príponou .adf, v ktorých sú obsiahnuté jednotlivé komponenty rámcovej a detailnej mapy biznis procesov možno importovať jednotlivých aplikácií v rámci ARIS Business Design Platform, možno tieto ďalej rozvíjať a uplatniť ako východisko pri implementácii a controllingu zložitejších biznis procesov, na modelovanie ktorých už ARIS Express nepostačuje.

Literatura

- [1] Graham, B.B.: Understanding business processes <http://business-process-mapping.com/understanding%20business%20processes.pdf>
- [2] Owen, M. - Raj, J.: BPMN and Business Process Management Introduction to the New Business Process Modeling Standard http://www.bpmn.org/Documents/6AD5D16960.BPMN_and_BPM.pdf
- [3] Pojasek, R.B.: Understanding Processes with Hierarchical Process Mapping Environmental Quality Management / Winter 2005 /, p. 79
- [4] Process Mapping http://elsmar.com/pdf_files/ProcessMapping.pdf
- [5] Stašák, J: Problems of Records Management in the Small Firms, Companies and Institutions(Problémy spisovej služby v malých firmách, spoločnostiach a inštitúciách)
In: Zborník z medzinárodnej konferencie: Informačný systém

v riadení štátnej správy, samosprávy, malých a stredných podnikov a vo vyučovacom procese Prešov 3-4.9.1997, s. 101-109

- [6] Stašák, J.: Princípy modelovania ekonomických objektov EKONOM, Bratislava, 2010
- [7] Stašák, J.: Modelovanie procesov podnikania s využitím aplikačného programu ARIS, EKONOM, Bratislava, 2010

Kontaktné údaje

RNDr. Jozef Stašák, PhD.
Dubnický technologický inštitút
Sládkovičova 20
018 41 Dubnica nad Váhom
tel.: 00421 903 514 721
e-mail: jozefstasak@yahoo.com, jstasak@atlas.sk

Řízení cestovního ruchu v Kraji Vysočina

Petr Studnička

Abstrakt

Destinační management se stává stále významnější součástí cestovního ruchu, protože cestovní ruch se odehrává v konkrétním území, ve kterém musí být řízen. Z hlediska řízení cestovního ruchu mají nejvýznamnější postavení v České republice dva typy regionů – administrativně-správní regiony (kraje) a turistické regiony. Hranice obou typů regionů jsou rozdílné, což má dopady na rozvoj a řízení cestovního ruchu v příslušném území. Příspěvek se zabývá současným stavem řízení cestovního ruchu v Kraji Vysočina, který má z hlediska svého vymezení shodné hranice administrativně-správního i turistického regionu.

Klíčová slova

Cestovní ruch, destinační management, Kraj Vysočina.

Úvod

Řízení cestovního ruchu v konkrétním území (destinační management) má v současném cestovním ruchu velmi důležité postavení. Cestovní ruch je místně vázán a aktivity se realizují v konkrétních regionech. Z hlediska řízení a organizace cestovního ruchu mají nejvýznamnější postavení dva typy regionů – jedná se o administrativně-správní regiony a regiony cestovního ruchu. V České republice představují tyto typy regionů kraje, kterých je čtrnáct, a turistické regiony, kterých je sedmnáct. Hranice obou typů regionů jsou rozdílné, což má dopady na rozvoj a řízení cestovního ruchu v příslušném území.

Cílem příspěvku je zhodnotit současný stav řízení cestovního ruchu na území Kraje Vysočina a tento systém zaznamenat v grafickém znázornění.

Materiál a metody

Při zpracování příspěvku byly využity materiály Asociace krajů České republiky, České centrály cestovního ruchu-CzechTourism a Krajského úřadu Kraje Vysočina. Zároveň byly využity poznatky a informace z projektu Organizace cestovního ruchu v krajích a v turistických regionech České republiky, který v současné době zpracovává Vysoká škola hotelová v Praze pro agenturu CzechTourism.

Analýza organizace a řízení cestovního ruchu v kraji vychází z primárního dotazníkového šetření, které bylo realizováno v říjnu 2011 členy řešitelského týmu (Petříčková, L.; Studnička, P.; Vrchotová M. Organizace cestovního ruchu v krajích a v turistických regionech České republiky, [6]). Využity byly rovněž sekundární údaje z odborné literatury (Nejdl, K. Management destinace cestovního ruchu [4], Palatková, M. Marketingový management destinací, [5]). Z teoretických metod vědecké práce byly využity analýza, syntéza a abstrakce.

Výsledky a diskuse

Z organizačního hlediska působí v destinacích cestovního ruchu organizace destinačního managementu (DMO – Destination Management Organization). Jak uvádí Nejdl [4], zde je nutné upozornit na dvojí význam slova „organizace“ v českém jazyce. Na jedné straně představuje organizace stanovení vzájemných vazeb mezi jednotlivými prvky, na druhé straně se jedná o pojmenování vybrané strukturní jednotky. Jejich hlavním úkolem je být iniciátorem a realizátorem komplexního řízení cestovního ruchu v destinaci.

V České republice je věnována pozornost řízení cestovního ruchu od 90. let 20. století. V roce 1993 byla založena Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, která je národní organizací cestovního ruchu (NTO – National Tourism Organization). Následně, na přelomu let 1998/1999, byly ustaveny turistické regiony a turistické oblasti, které vznikly na návrh agentury CzechTourism. Jejich rozdělení doznalo změn na žádost krajských úřadů v roce 2010 [1].

Vznik subjektů podílejících se na řízení cestovního ruchu v konkrétních územích je zaznamenáván od 90. let minulého století, masivní rozvoj pak od roku 2000. V řadě případů však vznikají tyto organizace ze subjektivních důvodů nebo díky příznivým podmínkám ve vztahu k možnosti čerpání dotačních prostředků ze strukturálních fondů

Evropské unie. Mají různou právní formu podnikání, různé zřizovatele a vzhledem k jejich téměř výlučné marketingové funkci se ve většině případů nejedná o klasické organizace destinačního managementu. Není bez zajímavosti, že se v současné době používá v České republice pro tyto organizace již 14 různých označení – centrála cestovního ruchu, centrum cestovního ruchu, centrum rozvoje turismu, destinační agentura, destinační management, destinační společnost, informační centrum, regionální rozvojová agentura, sdružení, sdružení pro rozvoj cestovního ruchu, společnost destinačního managementu, svazek měst a obcí, turistická a informační služba či nesou dodatek „tourism“ [2], [3].

Současný stav řízení cestovního ruchu v České republice není jednoznačně legislativně upraven jak na celostátní, tak na regionální a lokální úrovni a je závislý na rozhodnutí příslušných orgánů (ministerstvo, krajský úřad, magistrát/městský úřad/úřad městse/obecní úřad). I z těchto důvodů iniciovalo Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky v roce 2010 zpracování návrhu věcného záměru zákona o podpoře a řízení cestovního ruchu, u kterého nyní probíhá vypořádání se s připomínkami z meziresortního připomínkového řízení.

Cestovní ruch na Krajském úřadu Kraje Vysočina spadá kompetenčně pod Odbor kultury, památkové péče a cestovního ruchu (celkem 14 zaměstnanců), který se dále dělí na:

- a) oddělení kultury (6 zaměstnanců včetně vedoucího oddělení),
- b) oddělení památkové péče (4 zaměstnanci včetně vedoucího oddělení).

Mezi základní činnosti odboru ve vztahu k cestovnímu ruchu patří:

- koordinace vytváření krajských zdrojů pro financování rozvoje cestovního ruchu v kraji,
- provádění analýz rozvoje odvětví cestovního ruchu v kraji,
- provádění konzultační a poradenské činnosti a poskytování informační podpory subjektům kraje v oblasti cestovního ruchu,
- realizace projektů na podporu cestovního ruchu, vyhledávání a administrace finančních zdrojů pro rozvoj cestovního ruchu v kraji,

- zajištění finančního managementu pro oblast čerpání prostředků ze strukturálních fondů a dalších dotačních programů Evropské unie,
- zajištění tvorby koncepčních a strategických materiálů ve svěřené oblasti,
- zajištění úkolů při plnění funkce zřizovatele k organizaci Vysočina Tourism, příspěvková organizace,
- zpracování koncepce rozvoje cestovního ruchu na území kraje a spolupráce na tvorbě celostátní koncepce cestovního ruchu a vymezení hlavních územních problémů a priorit.

Oddělení cestovního ruchu v současné době v odboru neexistuje. Kraj Vysočina je zřizovatelem příspěvkové organizace Vysočina Tourism, která je zodpovědná za řešení otázek rozvoje cestovního ruchu v kraji.

Zastupitelstvo Kraje Vysočina schválilo v listopadu 2007 zřízení nové organizace cestovního ruchu s názvem **Vysočina Tourism, příspěvková organizace** se sídlem v Jihlavě, která svoji činnost zahájila 2. 1. 2008.

Mezi základní činnosti organizace patří:

- koordinace činnosti všech aktivních subjektů v kraji směřující k přípravě turistických produktů, pomoc při přípravě produktů a balíčků služeb a zajištění jejich externího marketingu – prezentace nabídek, produkce reklamních prostředků, práce s veřejností, podpora prodeje,
- vyhodnocování statistických dat,
- sestavování a pravidelná aktualizace databází cestovního ruchu,
- koordinace činnosti turistických informačních center,
- poradenství pro subjekty v cestovním ruchu,
- spolupráce na celorepublikových projektech agentury CzechTourism,
- prezentace a propagace turistické nabídky (produkce propagačních materiálů, inzerce, veletrhy, workshopy, specializované akce),
- spolupráce s agenturou CzechTourism a s profesními a dalšími organizacemi působícími v cestovním ruchu (A.T.I.C. ČR, AHR ČR, Svaz venkovské turistiky, ECEAT atp.).

Vysočina Tourism pracuje na bázi spolupráce mezi veřejným, soukromým a neziskovým sektorem, spolupracuje s městy a obcemi v kraji, hotelovými školami, Vysokou školou polytechnickou v Jihlavě, turistickými informačními centry, kde se podílí na jejich spolufinancování ve výši 2 mil. Kč a Klubem českých turistů s mírou kofinancování ve výši 350 tis. Kč.

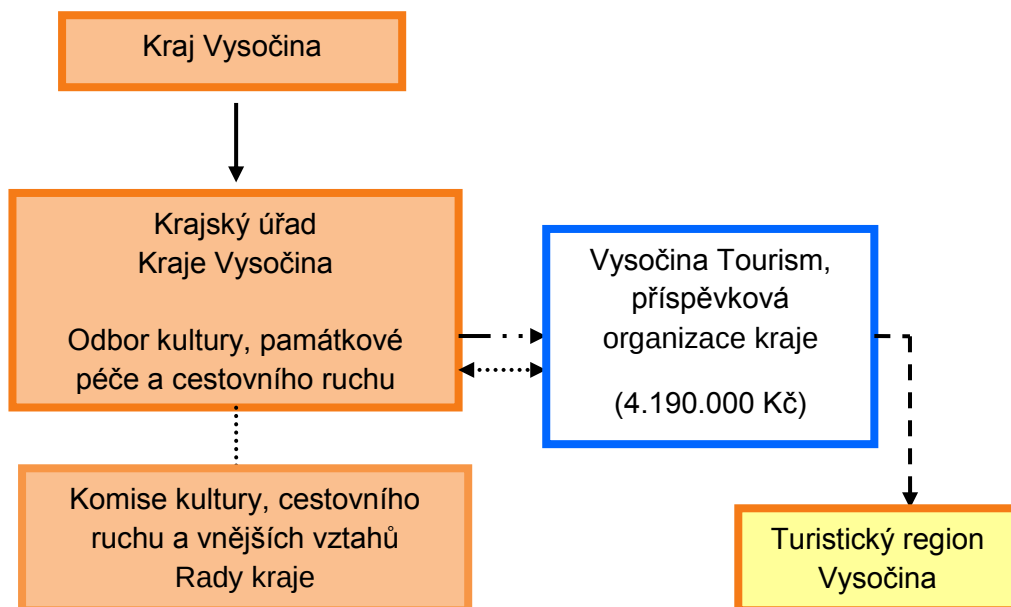
Jako nejvhodnější se jevila právní forma příspěvkové organizace kraje a to proto, že téměř 100 % financování je v současné době zajišťováno Krajem Vysočina a také je zachována možnost čerpat finanční podporu z fondů EU.

Vysočina Tourism je organizací s celokrajskou působností a spolu s Centrálou cestovního ruchu Jižní Morava, Centrálou cestovního ruchu Východní Moravy a Destinační společností Východní Čechy je členem Asociace organizací cestovního ruchu.

Systém řízení cestovního ruchu v Kraji Vysočina (stav k říjnu 2011) je graficky znázorněn ve Schématu 1. Vazby mezi kraji, turistickými regiony a subjekty podílejícími se na řízení cestovního ruchu, jsou vyznačeny následovně:

—————	řízení
- - - - -	podílení se na řízení
.....	spolupráce
- · - · - · -	finanční příspěvek na činnost

Schéma 1 – Systém řízení cestovního ruchu v Kraji Vysočina



Zdroj: Organizace cestovního ruchu v krajích a v turistických regionech České republiky, 2011.

Závěr

Cílem příspěvku bylo prezentovat institucionální zabezpečení systému řízení cestovního ruchu v Kraji Vysočina. Relativně jednoduchý systém řízení ve srovnání se zbývajícím kraji je dán především skutečností, že sledované území nemá překryvy hranic administrativně-správního a turistického regionu. Stěžejní úlohu v řízení cestovního ruchu mají krajský úřad a jím zřízená příspěvková organizace Vysočina Tourism, jejíž příspěvek od kraje v roce 2011 činí cca 4,2 mil. Kč

I když v oblasti destinačního managementu lze zaznamenat rychlý vývoj a významné změny, lze konstatovat, že v Kraji Vysočina je současný systém řízení cestovního ruchu stabilní.

Literatura

- [1] HOLEŠINSKÁ, A. 2010. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. [Dizertační práce.] Brno : ESF MU, 2010. 150 s. [cit. 2011-11-05] Dostupné na internetu: <http://is.muni.cz/th/21026/esf_d/>
- [2] KOLEKTIV AUTORŮ. 2008. *Sborník celostátního kolegia organizací cestovního ruchu v České republice*. Praha : CzechTourism, 2008. 60 s.
- [3] KOLEKTIV AUTORŮ. 2009. *Sborník Celostátního kolegia cestovního ruchu v České republice*. Praha : CzechTourism, 2009. 48 s.
- [4] NEJDL, K. 2011. *Management destinace cestovního ruchu*. Praha : Wolters Kluwer, 2011. 204 s. ISBN 978-80-7357-673-8.
- [5] PALATKOVÁ, M. 2011. *Marketingový management destinací*. Praha : Grada, 2011. 208 s. ISBN 978-80-247-3749-2.
- [6] PETŘÍČKOVÁ, L.; STUDNIČKA, P.; VRCHOTOVÁ, M. 2011. *Organizace cestovního ruchu v krajích a v turistických regionech České republiky*. Projekt Odboru výzkumů, trendů a inovací ČCCR-CzechTourism ve fázi zpracování (č. obj. 11/0/410/1211)

Kontaktní údaje

Ing. Petr Studnička
tajemník katedry cestovního ruchu
Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r.o.
Svídnická 506
181 00 Praha 8
Tel.: +420 283 101 138
e-mail: studnicka@vsh.cz

Formy podpory rozvoje Kraje Vysočina z prostředků Evropské unie, státu a kraje se zaměřením na cestovní ruch

Alice Šedivá Neckářová

Abstrakt

Regionálním rozvojem rozumíme růst socioekonomického a environmentálního potenciálu a konkurenceschopnosti regionů vedoucí ke zvyšování životní úrovně kvality života jejich obyvatel. Rozvoj jednotlivých regionů je determinující pro rozvoj celého státu. Zmenšování rozdílů mezi jednotlivými regiony umožňuje zvyšování výkonu národního hospodářství jako celku i lepší vzájemnou spolupráci mezi regiony jako takovými, proto je vhodné zaměřit se zejména na rozvoj regionů zaostávajících. Jedním z mnoha nástrojů regionální politiky je i cestovní ruch. Strategie regionálního rozvoje ve svém pojetí respektuje cíle regionální politiky Evropské unie a předpokládá maximální míru využití možností, které České republice z členství v Evropské unii vyplývají [3].

Klíčová slova

Regionální rozvoj, cestovní ruch, fondy EU, operační programy

1. Úvod

Významnou pomocí po vstupu České republiky do Evropské unie dne 1. května 2004 je možnost využití strukturálních fondů, zejména u těch regionů, které disponují slabším rozvojovým potenciálem, ale zároveň mají předpoklady pro efektivní využití vložených prostředků [1]. Největší objem prostředků je poskytován z Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF), další možností je Evropský sociální fond (ESF) a Fond soudržnosti (CF). Uplatňuje se zde tzv. evropská politika hospodářské a sociální soudržnosti a princip solidarity, kdy “bohatší” státy Evropské unie přispívají na rozvoj těch “chudších”. Cílem této politiky je snižování ekonomických a sociálních rozdílů mezi členskými státy a jejich regiony. Fondy Evropské unie (financované z kohezní politiky) patří s ohledem na

svůj rozsah k důležitým finančním nástrojům rozvoje [3]. Pro účely čerpání finančních prostředků ze strukturálních fondů zavedl Eurostat již v roce 1988 jednotnou klasifikaci územních jednotek – NUTS (z francouzského La Nomenclature des Unites Territoriales Statistiques) [2]. V ČR existuje 8 územních jednotek na úrovni NUTS II, Kraj Vysočina patří společně s Jihomoravským krajem do regionu NUTS II Jihovýchod. Kraj Vysočina má několik možností čerpání financí z rozpočtu Evropské unie v rámci stanovených cílů 1 a 3. V cíli 1 – Konvergence lze čerpat jak z tematických operačních programů, například na rozvoj dopravy, lidských zdrojů, podnikání, výzkumu a vývoje, tak také z regionálního operačního programu NUTS II Jihovýchod. V rámci tohoto programu jsou financované projekty rozděleny podle zaměření do 4 prioritních os – dostupnost dopravy, rozvoj udržitelného cestovního ruchu, udržitelný rozvoj venkovských měst a sídel a technická pomoc. Další možností je čerpat podporu v rámci cíle 3 – Evropská územní spolupráce, zejména z Operačního programu Cíl 3 Evropská územní spolupráce Rakousko – Česká republika. Rozvoj kraje podporuje samozřejmě také kromě státu přímo Kraj Vysočina dotacemi poskytovanými ze svého rozpočtu k naplňování Programu rozvoje kraje – jedná se o Fond Vysočiny, Program obnovy venkova, podporu principů místní Agendy 21 a Zdraví 21, podporu podnikatelů a další.

2. Konkrétní formy podpory cestovního ruchu v Kraji Vysočina

V minulém programovém období 2004 – 2006 bylo možné na Vysočině čerpat finanční prostředky v rámci cíle 1 na podporu rozvoje infrastruktury, průmyslu a podnikání, lidských zdrojů, venkova a zemědělstvím a také ze Společného regionálního operačního programu (SROP). Jedná se o souhrnný dokument, který zahrnoval rozvojové priority všech regionů soudržnosti na území České republiky, vyjma hlavního města Prahy. SROP byl rozdělen celkem na 5 priorit – Regionální podpora podnikání, Regionální rozvoj infrastruktury, Rozvoj lidských zdrojů v regionech, Rozvoj cestovního ruchu a Technická pomoc. V Kraji Vysočina bylo dokončeno v rámci opatření 4.1 – Rozvoj služeb cestovního ruchu, podopatření 4.1.2 Podpora regionálních a místních služeb cestovního ruchu celkem 27 akcí s celkovými náklady přesahujícími 37 mil. Kč, ze strukturálních fondů bylo z této částky

vyplaceno 27 mil. Kč¹. Financovány byly akce se zaměřením na tisk propagačních materiálů, poskytování informací, informačních a propagačních kampaní, tvorbu specializovaných webových stránek, realizaci značení turistických cílů a podobně. Konkrétně byly realizovány projekty zkvalitnění propagace a posílení image města Telče, rozvoj cestovního ruchu v západní oblasti Kraje Vysočina, rozvoj cestovního ruchu na Pelhřimovsku a další. V rámci opatření 4.2 – Rozvoj infrastruktury pro cestovní ruch, podopatření 4.2.2 – Podpora regionální a místní infrastruktury cestovního ruchu bylo zrealizováno celkem 16 projektů s celkovými náklady přesahujícími 133 mil. Kč, z prostředků EU bylo proplaceno 46.5 mil. Kč². Podpořeny byly především projekty týkající se výstavby a rekonstrukcí ubytovacích a restauračních zařízení a rozvoje vybavenosti pro sportovně – rekreační činnost. Podpořen byl mimo jiné také projekt s názvem „Postřižinské turistické a kulturní centrum – dostavba části pivovaru na penzion“. Cílem projektu bylo vybudovat a dostavět turistické a kulturní zařízení pivovaru Dalešice. V rámci zrealizovaných projektů bylo vytvořeno v Kraji Vysočina 353 stálých lůžek v hotelích a obdobných ubytovacích zařízeních a 123 hrubých pracovních míst v oblasti cestovního ruchu, podpořeno bylo 16 malých a středních podniků v cestovním ruchu³.

V současném programovém období 2007 – 2013 je možné pro rozvoj Kraje Vysočina čerpat z několika operačních programů, z hlediska rozvoje cestovního ruchu pak zejména z Regionálního operačního programu NUTS II Jihovýchod, prioritní osy 2 – Rozvoj udržitelného cestovního ruchu. Na tuto prioritní osu je vyčleněno celkem 134 mil. EUR (cca 3,3 mld. Kč), 19 % z celkového objemu prostředků z ROP JV⁴. Prioritní osa 2 je rozdělena na 2 oblasti podpory – oblast podpory 2.1 Rozvoj infrastruktury pro cestovní ruch a 2.2 Marketing cestovního ruchu, kulturní akce a informační centra. V oblasti podpory 2.1 je možno žádat o dotaci na výstavbu či technické zhodnocení turistické infrastruktury, technické zhodnocení a zpřístupnění památek regionálního významu pro potřeby cestovního ruchu, výstavbu ubytovacích a stravovacích zařízení, značení a úpravy cyklotras apod. Jak naznačuje tabulka č. 1, v této

¹ Zdroj: <http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2004-2006/Operacni-programy/SPOLECNÝ-REGIONÁLNÍ-OPERACNÍ-PROGRAM-%28SRP%29/Konference--Vysledky-SROP-v-regionech->

² Zdroj: <http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2004-2006/Operacni-programy/SPOLECNÝ-REGIONÁLNÍ-OPERACNÍ-PROGRAM-%28SRP%29/Konference--Vysledky-SROP-v-regionech->

³ Zdroj: <http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2004-2006/Operacni-programy/SPOLECNÝ-REGIONÁLNÍ-OPERACNÍ-PROGRAM-%28SRP%29/Konference--Vysledky-SROP-v-regionech->

⁴ Zdroj: <http://www.jihovychod.cz/cs/pro-zadatele/oblasti-dotace>

oblasti podpory zbývá vyčerpat 21,1 % celkových alokovaných prostředků. Mezi významné investiční akce patří například dostavba hotelového komplexu Hotelu Ski Nové Město na Moravě, rekonstrukce Zámeckého hotelu Lednice, vybudování sítě hipotras na Vysočině, značení cyklotras, rozšíření běžeckých tras na Novoměstsku, modernizace a zpřístupnění nových expozic zámku Třebíč, rozšíření a výstavba nových expozic v ZOO Jihlava a mnoho dalších. Co se týká oblasti podpory 2.2, zde je možno financovat projekty zaměřené na tvorbu marketingových strategií, podporu a propagaci specifických regionálních turistických produktů, vytváření systému informování turistů o atraktivitách cestovního ruchu, kulturní akce s významným regionálním dopadem, rozvoj informačních systémů cestovního ruchu a podobně. Podle stavu aktuálního čerpání v tabulce č. 1 zbývá v této oblasti podpory vyčerpat 18,6 % celkové alokace, což je cca 59 mil. Kč.

Tabulka č. 1: Přehled čerpání příspěvku ERDF k 1. 11. 2011 – ROP JV

ROP JV - Přehled čerpání příspěvku ERDF (1. 11. 2011)

Kurz Kč k EUR: 24,700

Oblast podpory	Alokace ERDF (Kč) (včetně dodatečných prostředků)	Schváleno příjemcům - ERDF (Kč)	Podíl schválených prostředků na alokaci	Zůstatek vyhlášených výzev - ERDF (Kč)	Zbývá z alokace po vyčerpání vyhlášených výzev - ERDF (Kč)	Podíl zůstatku alokace na alokaci	Plánované výzvy - ERDF (Kč)
	A	B	C=B/A	D	E=A-B-D	F=E/A	G
1.1	6 509 640 881	5 139 322 123	78,9%	764 096 885	606 221 873	9,3%	0
1.2	1 055 909 047	619 672 685	58,7%	0	436 236 362	41,3%	330 000 000
1.3	942 766 603	876 053 807	92,9%	0	66 712 796	7,1%	0
1.4	449 293 584	378 693 505	84,3%	0	70 600 079	15,7%	69 000 000
2.1	3 011 704 848	2 071 437 960	68,8%	304 694 614	635 572 275	21,1%	0
2.2	316 786 761	257 870 321	81,4%	0	58 916 440	18,6%	0
3.1	2 014 777 466	1 229 336 446	61,0%	418 438 272	367 002 747	18,2%	0
3.2	1 247 910 177	939 336 239	75,3%	0	308 573 938	24,7%	190 000 000
3.3	958 647 688	631 241 460	65,8%	0	327 406 228	34,2%	0
3.4	901 950 016	867 571 346	96,2%	0	34 378 671	3,8%	0
4.1	448 445 682	412 709 690	92,0%	0	35 735 992	8,0%	0
4.2	149 198 053	141 830 599	95,1%	0	7 367 454	4,9%	0
Celkem	18 007 030 805	13 565 076 180	75,3%	1 487 229 771	2 954 724 854	16,4%	589 000 000

Zdroj dat: IS ŘO ROP JV

Zdroj: IS ŘO ROP JV

Mezi významné neinvestiční akce dotované z oblasti podpory 2.2 patří v Kraji Vysočina jistě projekt „Šikland“, zkvalitnění marketingu turistické nabídky Kraje Vysočina, projekty „Vítejte na Vysočině“ a „Mediální kampaň turistického regionu Vysočina“ a mnoho dalších. Nyní mají kraje, obce a svazky obcí možnost až do února 2012 podávat projektové žádosti do prioritní osy 1, oblasti podpory 1.2 Ekobusy, terminály, park

and ride v rámci Regionálního operačního programu NUTS II Jihovýchod na výstavbu a modernizaci přestupních terminálů. Hlavním cílem je zvýšení komfortu cestujících při využívání veřejné dopravy, což jistě také přispívá v rozvoji cestovního ruchu v oblasti.

Z cíle 3 – Evropská územní spolupráce v rámci přeshraniční spolupráce Rakousko – Česká republika lze také financovat projekty, které přispívají k rozvoji Kraje Vysočina. Tento program je rozdělen do 3 prioritních os – Socioekonomický rozvoj, cestovní ruch a transfer knowhow, Regionální dostupnost a udržitelný rozvoj a Technická pomoc. Cestovní ruch, zejména pak zlepšení kvality přeshraniční infrastruktury a vytvoření sítě nabídek služeb cestovního ruchu lze financovat z 2. prioritní osy, na kterou je z fondů EU vyčleněno 51,8 mil. EUR⁵. Jedním z nejúspěšnějších projektů realizovaných v rámci přeshraniční spolupráce Rakousko – Česká republika byl v Kraji Vysočina projekt Dolnorakouské zemské výstavy 2009 s názvem „Rozdělení – odloučení – spojení“. Výstava se konala na české straně v Telči a na rakouské straně ve městech Horn a Raabs. Projekt sliboval velkou šanci pro podporu cestovního ruchu a další rozvoj obou regionů – jak Kraje Vysočina, tak Dolního Rakouska. Jen za první tři měsíce trvání projektu navštívilo expozice 140 000 návštěvníků, za celou dobu trvání výstavy jich pak bylo 405 192⁶. Projekt byl přínosným i v tom, že se odstartovaly další projekty v oblasti cestovního ruchu. V současné době probíhá Dolnorakouská zemská výstava 2011, která se koná ve Spolkové zemi Dolní Rakousko. Jedním z těchto navazujících projektů Dolnorakouské zemské výstavy 2009 je „Newmarkets“, společný projekt tří regionů Kraje Vysočina, Jihomoravského kraje a Dolního Rakouska zaměřený na propagaci turistických cílů a posílení cestovního ruchu. Trval od roku 2009 a náklady na projekt dosáhly výše dvou milionů EUR⁷. Projekt měl za cíl vytvoření propagačních letáků, webové prezentace regionu, účasti na konferencích a další.

Vysočina Tourism, příspěvková organizace Kraje Vysočina, jejíž hlavní činností je koordinace dlouhodobě udržitelného rozvoje sektoru cestovního ruchu, podporuje subjekty cestovního ruchu na Vysočině

⁵ Zdroj: <http://www.strukturalni-fondy.cz/getdoc/9b7e80b6-edf1-4526-9047-f39f0fa833b6/Cil-Evropska-uzemni-spoluprace-Rakousko---Ceska-re>

⁶ Zdroj: <http://www.kr-vysocina.cz/dolnorakouska-zemska-vystava-skoncila-za-obrovskeho-zajmu-verejnosti/d-4023360/query=dolnorakousk%C3%A11>

⁷ Zdroj: <http://www.kr-vysocina.cz/newmarkets-spolecny-projekt-tri-regionu-zamereny-na-posileni-turistickeho-ruchu/d-4038847/query=newmarkets>

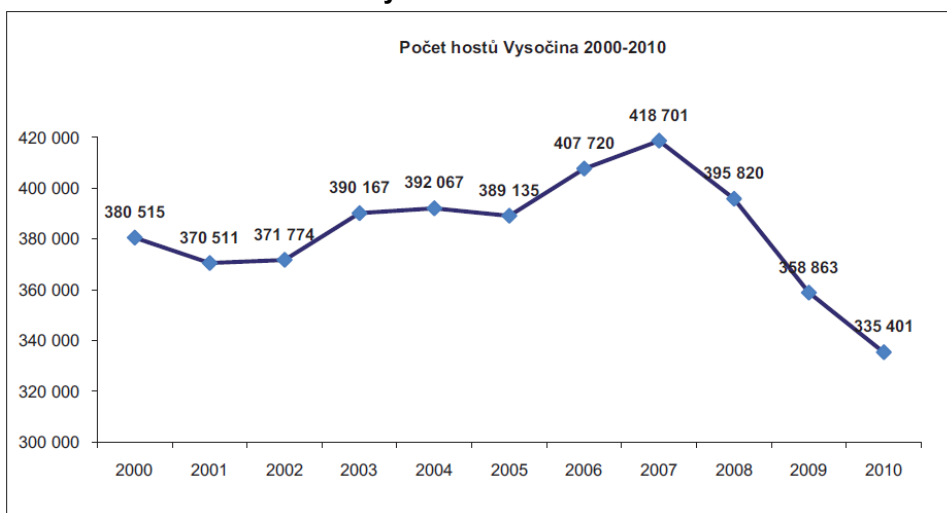
organizováním různých seminářů, nabídkou spolupráce pro provozovatele kempů, venkovských ubytovacích zařízení a dalších aktivit.

Rozvoj doprovodné infrastruktury cestovního ruchu zaměřené na rozvoj zážitkové turistiky na území Kraje Vysočina byl také cílem vyhlášené výzvy k předkládání projektů v rámci Fondu Vysočiny. Celkový objem finančních prostředků alokovaných na tento grantový program byl 2 500 000 Kč a byl zcela vyčerpán. Financována je výstavba, modernizace a rozšíření outdoorové a indoorové infrastruktury zážitkové turistiky včetně pořízení vybavení a pořízení vybavení pro rozvoj netradičních trendů v zážitkové turistice.

3. Přínosy podpořených projektů na rozvoj cestovního ruchu

Je vidět, že podpora regionálního rozvoje a cestovního ruchu je v Kraji Vysočina opravdu významná. Zdroje financování jsou různé, od fondů EU, přes podporu kraje, jednotlivých měst a obcí až po soukromé financování podnikatelskými subjekty. Smyslem finanční podpory cestovního ruchu je zvýšení počtu návštěvníků v Kraji Vysočina. Bohužel, jak vyplývá ze statistik, počet návštěvníků přijíždějících na Vysočinu se nezvyšuje.

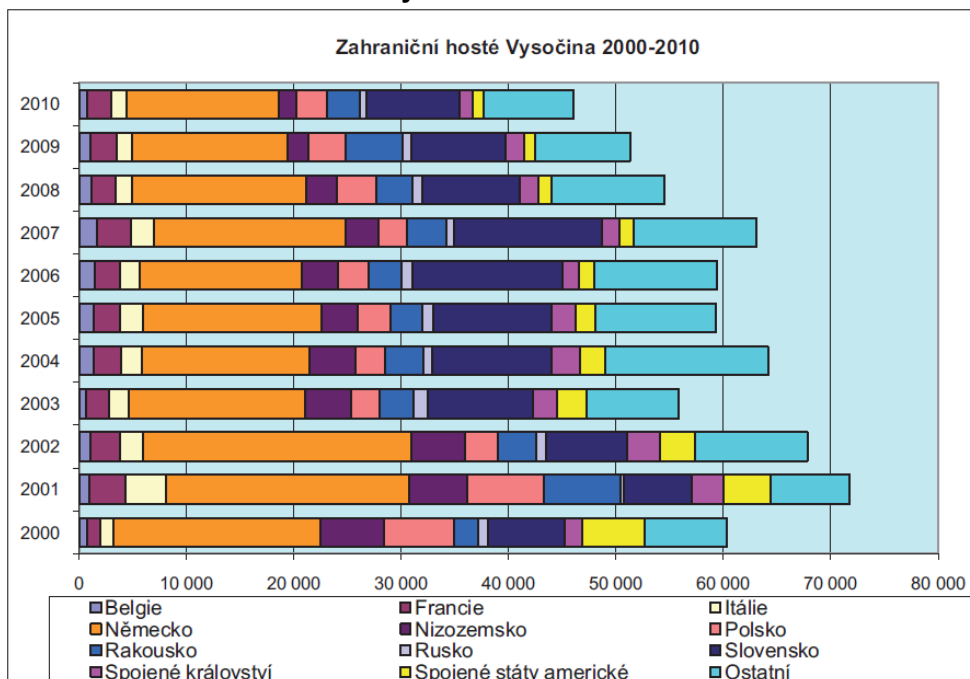
Tabulka č. 2: Počet hostů na Vysočině v letech 2000 – 2010



Zdroj: Vysočina Tourism

Jak je patrné z grafu č. 1, konkrétně Dolnorakouská zemská výstava rakouské turisty do regionu nepřivedla, jejich počet se v roce 2010 pohyboval kolem 7 procent⁸. Naopak počet Čechů cestujících do Dolního Rakouska se zvýšil přibližně o 10 procent⁹. Plánované železniční spojení mezi městy Fratres a Slavonice zatím není obnoveno. Pozitivním faktem však je to, že, na výstavě byla podepsána dohoda o spolupráci mezi Krajem Vysočina a Spolkovou zemí Dolní Rakousko, jednotlivé české a rakouské spolky spolu více spolupracují a vznikají nové přeshraniční projekty. Zvýšení počtu rakouských turistů na Vysočině nepřinesl ani navazující projekt Newmarkets. Jde však o navázání dlouhodobější spolupráce a její výsledky se mohou projevit až později.

Graf č. 1: Zahraniční hosté na Vysočině v letech 2000 – 2010



Zdroj: Vysočina Tourism

⁸ Zdroj: <http://www.kr-vysocina.cz/newmarkets-spolecny-projekt-tri-regionu-zamereny-na-posileni-turistickeho-ruchu/d-4038847/query=newmarkets>

⁹ Zdroj: <http://aktualne.centrum.cz/domaci/regiony/vysocina/clanek.phtml?id=720070>

4. Závěr

Cestovní ruch lze chápat jako jeden z významných faktorů regionálního rozvoje, kromě tvorby příjmů do místních rozpočtů a zprostředkovaně i do státního rozpočtu podporuje rozvoj malého a středního podnikání v oblasti a umožňuje ekonomický růst oblastí. Rozvoj regionu prostřednictvím turismu musí být samozřejmě adekvátně řízen z úrovně destinačního managementu, aby mohly být včas podchyceny a eliminovány možné negativní dopady cestovního ruchu. Kraj Vysočina disponuje značným potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu, v rámci České republiky může profitovat ze své výborné polohy a dobré dopravní dostupnosti, je zde čisté ovzduší, krásná příroda a velké množství historických památek. Rozhodně je tedy návštěvníkům co nabídnout, uvedené faktory vytváří téměř ideální podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Přesto, i přes značnou finanční podporu cestovního ruchu z různých zdrojů, je Vysočina v rámci České republiky dlouhodobě jedním z nejméně navštěvovaných regionů. Věřme tedy, že vynakládané investice začnou dříve či později přinášet své pozitivní výsledky.

Literatura

- [1] BOHÁČKOVÁ, I., HRABÁNKOVÁ, M. *Strukturální politika Evropské unie*. 1. vydání. Praha : C. H. Beck, 2009. 188 s. ISBN 978-80-7400-111-6
- [2] HALÁSEK, D. *Regionální politika v České republice : Efekty a nové výzvy*. Brno : GaREP Publishing, 2009. 188 s. ISBN 978-80-904308-3-9
- [3] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. *Strategie regionálního rozvoje České republiky*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj, 2006. 163 s. ISBN 80-239-7497-1

Kontaktní údaje na autora

Ing. Alice Šedivá Neckářová

Vysoká škola polytechnická, katedra cestovního ruchu

e-mail: neckarova@vspj.cz

Rozdíly v HDP a odměňování práce v souvislosti s konkurenceschopností regionů ČR

Filip Šimeček

Abstrakt

Uvedený příspěvek je v obecné rovině orientován na problematiku rozvoje českých regionů. Snaží se poukázat na možné ekonomické souvislosti mezi vybranými ukazateli a konkurenceschopností regionů se zaměřením na ČR. Konkurenceschopnost regionů je v posledních letech stále více diskutovaný pojem a je zajímavé jej komparovat s pojetím konkurenceschopností podniků. Významnost a aktuálnost této tematiky posílil vstup České republiky do Evropské unie. Cílem příspěvku je poukázat na možné přístupy ve vnímání regionální konkurenceschopnosti prostřednictvím vybraných ukazatelů, zejména HDP a mezd.

Klíčová slova

Region, kraj, konkurenceschopnost, HDP, mzda, životní úroveň.

Úvod

Dnes žijeme v moderní občanské společnosti, která se však neustále vyvíjí. Od roku 1990 již uplynula dvě desetiletí a je možno sledovat ekonomický posun daný ekonomickým rozvojem regionů v celém hospodářství České republiky, protože právě regiony se v globální ekonomice začínají stále více stávat hnacími silami ekonomiky. V poslední době jsou také regiony dávány do souvislosti s konkurenceschopností a hovoříme tak o konkurenceschopnosti regionů. Dochází k vytváření metodologických nástrojů pro komplexní hodnocení rozvoje regionů, které komparují stupně rozvoje regionů a disparity mezi nimi.

Materiál a metody

Použitou metodou při tvorbě příspěvku je analýza primárních (zákony ČR, původní výzkumy) i sekundárních pramenů (odborné/vědecké monografie a články), vč. sekundárního sběru dat z veřejně dostupných databází (MPSV ČR, ISPV, ČSÚ, EUROSTAT).

Vymezení pojmu region

Existuje více možností (kritérií), jak pojem region v ČR vymezit. Ústavní zákon č. 347/1997 Sb., o vytvoření vyšších územních samosprávných celků, ve znění pozdějších předpisů, vymezuje 14 vyšších územních samosprávných celků (kraje).

Pro statistické a analytické potřeby (vč. potřeby EU, např. pro určování finančních dotací) došlo k vymezení územních jednotek NUTS¹ v ČR, které zaštiťuje Statistický úřad Evropských společenství (Eurostat) [3].

Tabulka č. 1. Územní jednotky NUTS v ČR (CZ-NUTS)

NUTS 0	stát (ČR)
NUTS 1	území (ČR)
NUTS 2	oblast (sdružené kraje)
NUTS 3	kraj (vyšší územní samosprávné celky)
NUTS 4 (LAU 1)	okres ² , příp. mikroregion
NUTS 5 (LAU 2)	obec (základní územní samosprávný celek)

Zdroj: [3], ČSÚ, 2011

V ČR se nachází 8 jednotek úrovně NUTS 2 a 14 jednotek úrovně NUTS 3. NUTS 2 jsou složeny z jednotek NUTS 3. Jednotka NUTS 1 je tvořena územím ČR. V jiných případech se jedná o makroregiony jednotlivých států. Označení Čechy, Morava (a Slezsko) se používá pro dělení z historického hlediska, z hlediska NUTS 1 nikoliv [3].

¹ La Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques – Nomenclature Unit of Territorial Statistic – Územní statistická jednotka

² Ke dni 1. ledna 2003 byly zrušeny okresní úřady. Okresy jako jednotky státní správy nadále existují, okresy také zůstávají jednotkou statistickou.

Od 1. 1. 2008 je systém statistické klasifikace územních struktur v ČR v souladu se systémem Eurostatu rozdělen na dvě části. Jedná se o klasifikaci CZ-NUTS a systém LAU (Local Administrative Units). Klasifikace CZ-NUTS popisuje územní struktury do úrovně krajů (NUTS 3). Systém LAU je určen zejména pro potřeby statistiky regionů. Na rozdíl od systému NUTS, který je postaven na právním základě (Nařízení Evropského parlamentu a Rady č. (ES) 1059/2003.), LAU legislativní oporu nemá [1].

Konkurenceschopnost regionů

Dle Linharta [6, s. 205] je konkurence pojímána jako soutěžení, soupeření či projev hospodářské soutěže. Konkurenceschopnost pak představuje schopnost prosadit se v určitém odvětví, oboru ve srovnání s ostatními. Konkurenceschopnost může být také vnímána jako jedna z forem podnikatelského potenciálu nebo získání a udržení konkurenční výhody. Měřítkem konkurenceschopnosti podniku mohou být ziskovost, náklady a kvalita [4, s. 96].

Konkurenceschopnost státu či regionu z hlediska příčin nejlépe vystihuje pojem produktivita, z hlediska důsledků potom zvyšující se životní úroveň a zaměstnanost na daném území. Konkurenceschopnost může být měřena prostřednictvím produktivity, protože její vysoká úroveň umožňuje dosažení vysokých mezd a v konečném důsledku také vysoké životní úrovně [4, s. 96].

Pojem konkurenceschopnost lze možno chápat na úrovni podnikové (mikroekonomické) nebo úrovni ekonomiky jako celku (makroekonomické).

Tabulka č. 2. Regionální HDP v přepočtu na 1 obyvatele za rok 2009

Kraj (NUTS 3)	Počet obyvatel k 31.12.	Regionální HDP (mil. Kč, běžné ceny)	Regionální HDP na 1 obyvatele (tis. Kč)
Hlavní město Praha	1 249 026	946 630	758
Středočeský kraj	1 247 533	393 223	315
Jihočeský kraj	637 643	189 868	298

Plzeňský kraj	571 863	171 272	299
Karlovarský kraj	307 636	71 949	234
Ústecký kraj	836 198	230 481	276
Liberecký kraj	439 027	105 202	240
Královéhradecký kraj	554 402	161 496	291
Pardubický kraj	516 329	147 805	286
Kraj Vysočina	514 992	139 522	271
Jihomoravský kraj	1 151 708	379 669	330
Olomoucký kraj	642 041	167 195	260
Zlínský kraj	591 042	169 690	287
Moravskoslezský kraj	1 247 373	351 861	282

Zdroj: [2], ČSÚ, 2011

Tabulka č. 3. Medián hodinového výdělku a průměr hodinového výdělku v podnikatelské sféře dle jednotlivých krajů ČR za 4. Q. 2010 (Kč/hod.)

Kraj (NUTS 3)	Medián	Průměr
Hlavní město Praha	159,20	208,81
Středočeský kraj	129,82	152,45
Jihočeský kraj	111,67	130,60
Plzeňský kraj	123,10	141,37
Karlovarský kraj	106,53	125,67
Ústecký kraj	121,29	141,86
Liberecký kraj	122,59	141,48
Královéhradecký kraj	114,68	132,25
Pardubický kraj	113,74	132,07
Kraj Vysočina	115,30	135,11
Jihomoravský kraj	123,03	151,22
Olomoucký kraj	117,66	134,25
Zlínský kraj	113,92	130,83
Moravskoslezský kraj	121,92	139,50

Zdroj: [5], ISPV, 2011

Tabulka č. 4. Hrubá mzda a nezaměstnanost v jednotlivých krajích ČR k 31.10.2011

Kraj (NUTS 3)	Hrubá mzda (Kč/měsíc)	Nezaměstnanost (%)
Hlavní město Praha	30 340	4,01
Středočeský kraj	23 415	6,76
Jihočeský kraj	21 217	6,44
Plzeňský kraj	22 448	6,33
Karlovarský kraj	20 299	9,45
Ústecký kraj	21 491	12,38
Liberecký kraj	21 630	9,08
Královéhradecký kraj	21 682	6,64
Pardubický kraj	20 652	7,31
Kraj Vysočina	21 100	8,13
Jihomoravský kraj	22 684	8,91
Olomoucký kraj	20 844	10,16
Zlínský kraj	20 810	8,79
Moravskoslezský kraj	20 060	10,66

Zdroj: [2], ČSÚ, 2011

Výsledky a diskuse

Konkurenceschopnost regionů představuje nesporně aktuální problematiku, kterou je možno zasadit do zajímavých ekonomických souvislostí. Většinovým názorem prozatím je, že státy by měly tvořit pravidla a regule pro soutěžitele (podniky), ne se soutěžiteli stát. Na druhou stranu, v poslední době vzrůstá ekonomická odpovědnost vlád, a nelze tak přehlédnout vliv, které mají státy (regiony) na moderní ekonomiky. Území (státy, regiony) spolu nepochybně soupeří, např. ve vytváření podmínek pro udržení a akvizici právnických a fyzických osob, které přinášejí pracovní místa, nové příležitosti a v konečném důsledku i bohatství. To souvisí s již zmíněnou produktivitou, mzdami a zvyšující se životní úrovní. Konkurenceschopnost státu nebo regionu je tak dána součinností vlády, firem a dalších entit či faktorů, které na daném území působí. [4, s. 96-99].

Hančlová a kol. [4] zdůrazňuje skutečnost, že konkurenceschopnost regionů spadá mezi makroekonomické pojmy a není snadné ji přesně

vymezit. Cituje též Krugmana (1994), který zmiňuje, že podnik (firma), který není konkurenceschopný, je z trhu vytlačen, přestane existovat. Pro státy a regiony však ono konstatování neplatí. V daném státě či regionu můžeme zaznamenat pokles produktivity, zpomalení růstu mezd i životní úrovně, ale vypadnou z „podnikání“ státy a regiony jen tak nemohou [4, s. 99].

Konkurenceschopnost regionů můžeme vztáhnout vzhledem k regionům domácím, ale samozřejmě i zahraničním, to je další z důvodů vzniku územních jednotek NUTS, aby byly možné komparace relevantní.

V rámci srovnání českých regionů navzájem je zřejmé (tabulka č. 2), že výše regionálního HDP na 1 obyvatele napříč jednotlivými kraji (regiony, NUTS 3) není shodná. Nejnižší hodnotu tohoto ukazatele vykazuje Karlovarský kraj, nejvyšší hodnota je zjištěna v regionu Hlavní město Praha, dále pak v kraji Jihomoravském a Středočeském. Taktéž výše dosahovaných mezd se ve vybraném období v jednotlivých krajích liší. Za zmínku stojí fakt, že pro všechny kraje platí stejná výše minimální mzdy, která je vymezena legislativně státem. Od ledna 2007 je její měsíční výše 8000 Kč, hodinová pak 48,10 Kč [7]. Medián hodinového výdělku a průměr hodinového výdělku v podnikatelské sféře za 4. čtvrtletí 2010 dosahuje nejnižší hodnoty v Karlovarském kraji, nejvyšší hodnoty jsou zaznamenány v regionu Hlavní město Praha, Středočeském kraji a Jihomoravském kraji, přičemž rozdíl nejvyšší a nejnižší hodnoty mediánu hodinového výdělku činí 52,67 Kč/hod., v případě průměru hodinového výdělku je to 83,14 Kč/hod. Srovnáme-li minimální mzdu s mediánem, mohlo by to evokovat, že životní úroveň v českých regionech není špatná, na druhou stranu je třeba dodat, že dle dalších dat ISPV [5], je podíl zaměstnanců s podprůměrným hodinovým výdělkem v jednotlivých krajích přibližně dvoutřetinový. Z výše uvedených tabulek vyplývá, že vazba mezi regionálním HDP, výší výdělku a krajem (regionem) rozhodně existuje [5]. Např. Středočeský kraj tak může z tohoto hlediska vykazovat vyšší konkurenceschopnost než Karlovarský kraj. Není však jednoznačně možné na tomto základě přijmout závěr o hodnocení ekonomické konkurenceschopnosti daného regionu. Existují však modely [4,8], které již regionální konkurenceschopnost komplexně hodnotí, jejich další rozbor již není předmětem příspěvku.

Souvislost mezi krajem, výší hrubé mzdy a nezaměstnaností se již prokazuje podstatně obtížněji. V regionu Hlavní město Praha a Středočeském kraji je patrné, že vysoké výdělky kopírují nízkou nezaměstnanost, tj. v kraji s vysokými výdělky je relativně nízká nezaměstnanost. Naopak v Ústeckém kraji tomu tak zcela není. Jedná se o kraj s nejvyšší nezaměstnaností, průměrná hrubá měsíční mzda však k nejnižším nepatří, proto je nutné pro komplexní a detailní analýzu aplikovat konkrétní model (přístup) ekonomického hodnocení konkurenceschopnosti regionů. Z výše uvedených informací však vyplývá, že existuje vazba mezi konkurenceschopností regionů a vybranými ukazateli, které jsou pak sami součástí složitějších modelů.

Závěr

Předložený příspěvek pojednává o českých regionech, vymezuje pojem region a snaží se poukázat na spojitost mezi konkurenceschopností regionů a vybraných ekonomických ukazatelů, jako je např. regionální HDP nebo průměrná mzda. Cílem příspěvku není komplexní hodnocení konkurenceschopností regionů, ale vymezení určitých souvislostí, které jsou a nepochybně budou předmětem mnoha výzkumů a diskusí. Jedná se velmi aktuální téma, protože význam států a regionů (nejen v ČR) v působení na moderní ekonomiky stoupá.

Literatura

- [1] *Český statistický úřad* [online]. 2011, 21.9.2011 [cit. 2011-11-09]. Číselník okresů. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/ciselnik_okresu_lau1_nuts_2008>
- [2] *Český statistický úřad : Krajské údaje* [online]. 2011 [cit. 2011-11-09]. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/>>.
- [3] *Český statistický úřad* [online]. 2011, 3.12.2007 [cit. 2011-11-09]. Vymezení územních jednotek NUTS v ČR pro potřeby statistické a analytické a pro potřeby EU. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/vymezeni_uzemnich_jednotek_nuts_v_cr_pro_potreby>.
- [4] HANČLOVÁ, J. et al. *Makroekonomické modelování české ekonomiky a vybraných ekonomik Evropské unie*. 1.vyd. Ostrava : VŠB - TU Ostrava, 2010. 310 s. ISBN 978-80-248-2353-9.

- [5] *Informační systém o průměrném výdělku* [online]. 2011 [cit. 2011-11-08]. ISPV aktuálně. Dostupné z WWW: <<http://ispv.cz/cz/O-ISP.V.aspx>>.
- [6] LINHART, J. et al. *Slovník cizích slov pro nové století*. Litvínov: Dialog, 2004. 412 s. ISBN 80-85843-61-7.
- [7] *Ministerstvo práce a sociálních věcí* [online]. 10.7.2010 [cit. 2011-10-25]. Přehled o vývoji částek minimální mzdy. Dostupné z WWW: <<http://mpsv.cz/cs/871>>.
- [8] PAVELKOVÁ, D. et al. *Klasy a jejich vliv na výkonnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009. 268 s. ISBN 978-80-247-2689-2.
- [9] Ústavní zákon č. 347/1997 Sb., o vytvoření vyšších územních samosprávných celků, ve znění pozdějších předpisů.

Kontaktní údaje

Ing. Filip Šimeček

VUT v Brně, Fakulta podnikatelská, Ústav financí

e-mail: simecek@fbm.vutbr.cz

Posicioning cestovního ruchu krajského města v kontextu svého regionu na příkladu Českých Budějovic

Jiří Šíp

Abstrakt

Článek představuje pozici cestovního ruchu Českých Budějovic v kontextu jihočeského regionu. Analýza prokázala specifika nabídky služeb cestovního ruchu vycházející z nodální nadřazenosti města vůči svému regionu. Specifická nabídka Českých Budějovic nekonkuruje nabídkám ostatních jihočeských destinací. Tyto nabídky jihočeských destinací se naopak navzájem doplňují.

Klíčová slova

Městský cestovní ruch, regionální centrum, potenciál cestovního ruchu, posicioning města

Abstract

Positioning of the regional city tourism in the context with the own region as an example of the city České Budějovice

The article presents position of the city České Budějovice in the Southern Bohemian region.

Analyses have proved specialities of the tourism service offer placing modal superiority of the city higher than the own region.

Specific offer of the city České Budějovice does not compete against the offers of the rest of the Southern Bohemian destinations.

Key words

City tourism, regional centre, tourism potential, city positioning

Úvod

Období přechodu naší společnosti z fáze industriální do fáze postindustriální přináší změny zbytných potřeb i způsoby vlastní obživy obyvatel jihočeské oblasti. Fenoménem reality dnešní doby se stále více stávají moderní formy cestovního ruchu a rekreace. Sledované území statutárního města Českých Budějovic a jeho zázemí se současně stávají na trhu cestovního ruchu objekty nabídky i poptávky, které mají svoji reálnou pozici a předpoklady. Dlouhodobě a systematicky prováděné analýzy trhu cestovního ruchu vycházející z hodnocení selektivních i lokalizačních faktorů na straně nabídky i na straně poptávky jsou základním kamenem inovací produktů a dalšího trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu ve městě a jeho okolí.

České Budějovice jsou dostředivým nodálním centrem regionální infrastruktury, která se blíží řádovostní úrovni nejbližše srovnatelné s NUTS III. Jedná se o největší centrum průmyslu, služeb s největším počtem obyvatel v jihočeském regionálním systému a na základě těchto skutečností je i hlavním sídlem managementu významné tradiční české destinace cestovního ruchu „Jižní Čechy“.

Současný potenciál cestovního ruchu Českých Budějovic reprezentují aktivované atraktivity a služby s nimi spojené do produktů cestovního ruchu. Přitažlivost (gravitaci) aktivovaných českobudějovických potenciálů cestovního ruchu vyjadřuje návštěvnost ČB, která je výsledkem selektivních procesů poptávky lokalizovaných do prostředí nabídky města vycházející ze svých konkurenčních výhod výrazně ovlivněných svou geografickou polohou města. Pokud bychom chtěli kvantifikovat a cíleně vyjádřit postavení ČB v českém systému CR, což není předmětem této kapitoly, museli bychom podle určitých komparativních pravidel analyzovat a srovnat dispozice všech krajských měst. Další možnosti rozvoje jsou založeny na systematické analýze možností aktivace nevyužitých potenciálů atraktivit, služeb a destinačního managementu.

Přírodní a společenské předpoklady rozvoje cestovního ruchu v Českých Budějovicích

Přírodní atraktivity a společenské atraktivity cestovního ruchu jsou primárním potenciálem hodnoty území Č. Budějovic využitelné ve prospěch prosperity města a jeho obyvatel.

Přírodní atraktivity jsou kompozicí přírodních podmínek, která vytvořila základní charakter životního prostředí a profil obyvatel, jenž disponují potenciálem přírodních atraktivit cestovního ruchu pro další turistický rozvoj města. Přírodní atraktivity lze rozdělit do skupiny využívaných atraktivit nacházejících se ve městě, které zpravidla nebývají hlavním motivem návštěv města a druhou skupinu tvoří přírodní atraktivity determinované geografickou polohou ČB vůči svému atraktivnímu okolí. Přírodní atraktivita okolí města přitahuje značný počet návštěvníků, kteří během svého pobytu navštěvují produkty metropole jižních Čech.

1. Přírodní atraktivity města:

- vodní tok řeky Vltavy – využívané pro vodní turistiku a Malše - Tůně U Špačků – pravý břeh Malše u Starých Hodějovic – přírodní památka
- Vrbenské rybníky (CHKÚ) – naučná stezka
- Městské zelené plochy „Stromovky“ a „Městských sadů“ v přímém kontaktu s centrem města, Malší a Vltavou vytvářejí atraktivní klidovou zónu pro návštěvníky města a zároveň jsou i místem četných sportovních i kulturních akcí (např. sochařské sympozium)

2. Geografická poloha Č. Budějovic vůči přírodním atraktivitám svého okolí:

- vodní toky řek Vltavy, Malše, nedaleké Lužnice a Nežárky s výskytem lovných sladkovodních ryb, s četnými ptačími rezervacemi a lokalitami chráněných rostlin
- technické památky vodních kanálů Nové řeky a Zlaté stoky na Třeboňsku a Veselsku
- vodní plochy nedalekých rybničních soustav s dominantním Bezdrevem na Hlubocku, Rožmberkem na Třeboňsku a Horusickým rybníkem na Veselsku, umělými jezery po těžbě písku na Suchdolsku a na Veselsku, Hněvkovická přehrada a Orlická přehrada
- Systémy Českobudějovické a Třeboňské pánve s dominantní blatskou krajinou
- léčebné účinky rašeliny využívané v nedalekých lázních Třeboňi a Bechyni

- zalesněná území poskytující možnosti denní rekreace obyvatel města spojené se sběrem lesních plodů, pěší turistikou i cykloturistikou
- Vertikalita okolní krajiny v dotvářená blízkým horským systémem Šumavy s Novohradskými horami a Blanským lesem vytváří prostředí malebných panoramat.
- zalesněná území poskytují možnosti denní rekreace obyvatel města spojené se sběrem lesních plodů, pěší turistikou i cykloturistikou

Společenské atraktivita - Geografické prostředí jižních Čech vymodelovalo Jihočechy a zároveň obyvatele Českých Budějovic „minulosti a současnosti“, kteří na tomto území vytvořili a kontinuálně i vytvářejí jihočeské i českobudějovické kulturní dědictví, které dnes přitahuje účastníky cestovního ruchu jako společenské atraktivita. Rovněž, jako přírodní atraktivita Českých Budějovic, je lze rozdělit do dvou skupin. První skupinou jsou potenciály společenských atraktivit vytvořených na území města a druhou skupinou je turistická gravitace vycházející z geografické polohy města.

1. Společenské atraktivita na území města:

- historie spojená s počátky českého království (Přemysl Otakar II.),
- historie šlechtických rodů (Rožmberkové, Schwarzenberkové)
- sídlo biskupa,
- chráněné městské památky historického centra
 - Černá věž
 - Náměstí
 - Klášter
 - Solnice
- historické centrum Českých Budějovic s unikátním náměstím a Černou věží.
-
- Město České Budějovice – svojí polohou, i nodelitou krajského města Jsou přitažlivé pro návštěvu tranzitem, nebo ze sousedních destinací.
- tradice vaření piva, veletržní centrum

- univerzita, ČAV, konzervatoř – konference, sympozia, návštěvy bývalých absolventů středních a vysokých škol
- lední hokej, kopaná, odbíjená, plavání, přitahuje fanoušky soupeřů
- stálá divadelní scéna, konzervatoř – koncerty, představení
- Jihočeské muzeum, muzeum koněspřežky, Jihočeská Alšova galerie
- Funkční veletržní komplex s dlouholetou tradicí veletrhu „Země živitelka“ multiplikující stále více a více nových akcí.

2. Společenské atraktivita v okolí města:

- těžba stříbra v okolí Č. Budějovic
- další významné atraktivita měst v blízkém okolí Hluboká, Č. Krumlov, Zlatá Koruna,
- lázně Třeboň a Bechyně
- historie koněspřežky blízké okolí – Hluboká, Rudolfov, Lomec, Trocnov – rodiště J. Žižky
- historie šlechtických rodů a jejich sídel

Služby a infrastruktura

Služby a infrastruktura jsou sekundárním (realizačním) potenciálem možností ekonomického zhodnocení přírodních a společenských atraktivit. V cestovním ruchu obecně platí, že služby jsou nástrojem k ekonomickému zhodnocení potenciálu atraktivita území ve prospěch místní společnosti. Pestrost, kvalita a cenová hladina vyhovují aktuální úrovni poptávky, která se z větší části vytvořila samovolným procesem vycházejícím z logiky podstaty prostředí. Časoprostorová optimalizace socioekonomických procesů vyprofilovala na Českobudějovicku dominantní polaritu služeb cestovního ruchu v Českých Budějovicích profitující z dlouhodobě utvářené infrastruktury dopravy a služeb.

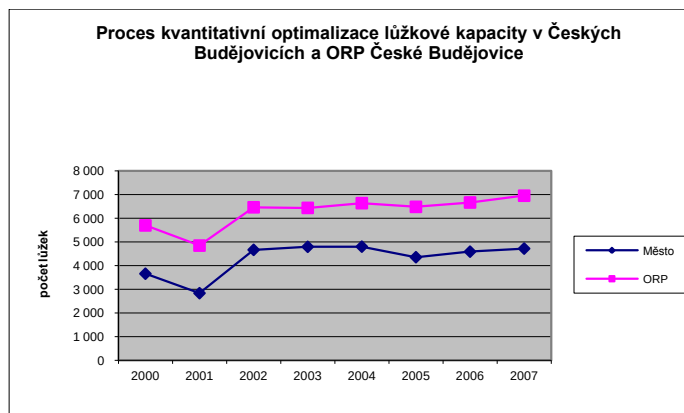
Ubytovací služby v Českých Budějovicích jsou základní službou cestovního ruchu , která je komplementárním předpokladem pro multiplikaci služeb dalších . V tabulce i grafu č.1 je vyjádřen proces kvantitativní optimalizace lůžkové kapacity a jeho vzestupná progresse počtu lůžek. V sedmiletém sledovaném období jsou patrné etapy růstu i poklesu počtu lůžek, které deklarují optimalizační proces vycházející

z kontinuální konfrontace nabídky a poptávky na trhu cestovního ruchu. Etapy s pozitivním růstem jsou ovlivněny posilováním české ekonomiky, růstem životní úrovně obyvatel České republiky, vstupem ČR do EU i obnovením statutu sídla Jihočeského kraje. Naopak etapy s poklesem lůžkových kapacit byly výsledkem převisu nabídky nad poptávkou, které vedly k zániku ekonomicky slabších zařízení. Tyto etapy poklesu výrazně ovlivnily povodně, silná konkurence na trhu cestovního ruchu i nevhodné investice, které nebyly založeny na odborných marketingových analýzách trhu.

Tab .č. 1 vývoj počtu lůžek v Č. Budějovicích

Rok/místo	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Č. Budějovice ORP	5702	4850	6469	6443	6644	6487	6672	6958
Č. Budějovice	3660	2838	4669	4798	4805	4358	4593	4723

Graf č. 1

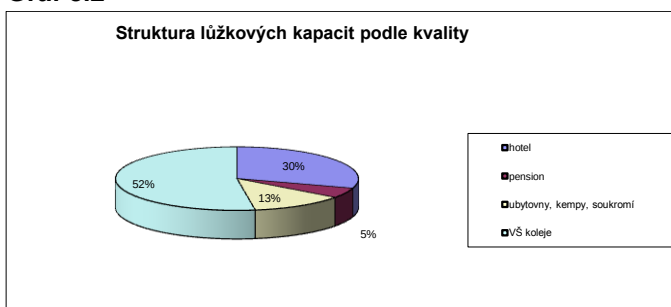


Vlastní zpracování

Kvalitativní struktura ubytovacích zařízení je vyjádřena v grafu č. 2. České Budějovice disponují vyváženou druhovou strukturou i strukturou podle kategorií odpovídající statutu města. Opomeneme-li sezónní kapacitu VŠ kolejí a internátů, kde lze spatřovat velké potenciály dalšího rozvoje nových produktů spojených s ubytováním, je v hlavním druhem

ubytování hotelového typu. Vývoj kvality hotelového ubytování za posledních deset let zaznamenal ve městě téměř 100% nárůst lůžek ve čtyřhvězdičkových hotelech, které dnes tvoří 50 % z celkového počtu a v konkurenci jihočeských měst jsou na prvním místě. I tato skutečnost profiluje specifičnost destinace České Budějovice. Potenciál dalšího rozvoje je zakódován zejména v kvalitativní složce ubytovacích služeb směřující k rozvoji dalších doplňkových služeb spojovaných do ucelených programů (wellness, fitness atd.) a postupným vytvářením vhodných podmínek pro vznik a existenci lůžkové kapacity v pětihvězdičkových hotelových zařízeních.

Graf č.2

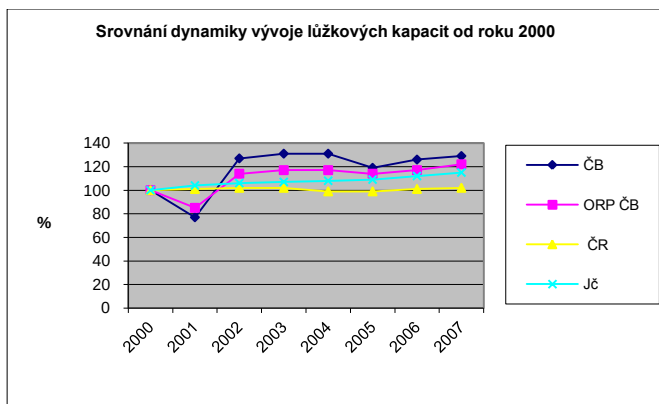


Vlastní zpracování

Dynamika růstu ubytovací základny je signifikátorem celé řady důležitých socioekonomických souvislostí dotýkajících se cestovního ruchu na všech řádovostních úrovních. Graf č. 3 představuje křivky procesu optimalizace, které mohou komparovat vývoj v destinacích na různých řádovostních úrovních a na základě srovnání analyzovat lokální úroveň konkurenceschopnosti. Z grafu je patrné, že samotné město i ORP Č. Budějovice se pohybují nad celostátním průměrem krajů i nad jihočeským průměrem. Vývojové křivky představují další pozitivní rozvoj základny města i jeho zázemí v době po povodních v roce 2002. Dále lze usuzovat, že Č. Budějovice se vydaly cestou příležitosti identifikace svojí specifické pozice na trhu, která je odlišná od tradičních jihočeských destinací Český Krumlov, Třeboň, Jindřichův Hradec, Písek, Tábor, Prachovice a jejich širšího zázemí. Tato skutečnost vyjadřuje pozitivní

aktivaci tradičně nejméně aktivovaného terciálního potenciálu na úrovni stále více se rozvíjející činnosti destinačního managementu.

Graf č. 3



Vlastní zpracování

Dopravní služby a jejich infrastruktura - jsou významným realizačním faktorem rovněž ovlivňujícím pozici destinace České Budějovice na trhu cestovního ruchu. Geografická poloha města vytvořila z Českých Budějovic významnou silniční a železniční křižovatku v minulosti doplňovanou o říční plavbu po Vltavě. V současné době město a Jihočeský kraj pracují na projektech znovuoobnovení plavby malých rekreačních plavidel na Vltavě a přestavbě bývalého vojenského letiště v Plané na civilní mezinárodní letiště. Realizace těchto projektů na základě podpory z dotací EU by výrazně posílily návštěvnost a s tím rozvoj dalších služeb.

Železniční doprava – České Budějovice se výrazným způsobem zapsaly do historie výstavbou první koněspřežné dráhy na evropském kontinentě vystavěné v 19. stol mezi Gmundenem, Lincem a Č. Budějovicemi. Dnes lze „Konešpřežku“ klasifikovat jako společenskou atraktivitu, jejíž primární potenciál je doposud minimálně využíván. Železniční uzel z něhož vycházejí hlavní tratě ve směru Plzeň (č. 190), Horní Dvořiště – Linz (č. 196), Praha (č.220), Č. Velenice – Vídeň (č. 199) a regionální trať (č.196) směr Volary-Nové Údolí – Černý Kříž

vytvářejí pro město konkurenční výhodu dobrou dostupností pro návštěvníky města. Reakce ČD na rozvoj cykloturistiky ve formě půjčoven kol na nádražích a rozšíření i zjednodušení přepravy kol zvyšují předpoklad Č. Budějovic pro zvýšení návštěvnosti tranzitujících účastníků cestovního ruchu. Potenciální rezervy na železnici lze spatřovat zejména v nabídce služeb a informačního systému na českobudějovickém nádraží a další provázanost s městem.

Silniční doprava – geografická poloha města výrazně ovlivňuje rovněž kontinuální rozvoj silniční infrastruktury, která je jedním ze základních stavebních prvků moderního městského cestovního ruchu. České Budějovice protíná síť regionálních i mezinárodních silnic, které vytváří optimální dostupnost města a možnosti přerušení cesty při tranzitu. Významnou roli hraje poloha na mezinárodní silnici č. 3 (budovaná D3.) s mezinárodním označením E-55 která, je významnou spojnici severní Evropy s jižní. Hustá síť regionálních silnic vytváří dobrý základ pro rozvoj cyklotras a v návaznosti na ně i cyklostezek. Důležitým produktem, který vznikl v průběhu posledních 4 let je nabídka produktu „Cyklotrans“ viz www.jihotrans.cz/cyklotrans/. Jedná se o propracovaný systém svozu a rozvozu cykloturistů do jihočeských turistických regionů z Českých Budějovic a zpět.

Pro Novohradsko mají význam linky :

1. Zelená linka (320025) z Českých Budějovic přes Třeboň, Jindřichův Hradec do Slavonic. Zajišťuje dopravu cestujících a kol 3x denně tam a zpět, v sezóně út. čt.. a o víkendech a svátcích. Trasa navazuje na železnici a služby poskytované ČD, které jsou spojené s přepravou, nebo půjčováním kol. Velikou výhodou je to, že kola lze vrátit v železniční stanici v cíli putování.

Novohradská linka z Českých Budějovic přes Trhové Sviny, Nové Hrady, do Hojné Vody jezdí v sezóně o víkendech a státem uznávaných svátcích 3x denně tam a zpět.

Infrastruktura cyklotras a cyklostezek – cykloturistika je jednou z nejdynamičtější se rozvíjejících forem aktivního odpočinku. Z města vycházejí, nebo procházejí četné cyklotrasy, které v některých částech jsou tvořeny cyklostezkami a z větší části jsou vedeny po silnicích a cestách nižší třídy. Velkou rezervou pro České Budějovice je budování

dalších cyklostezek s odpovídající nabídkou doprovodných služeb (sběrná parkoviště, stravování, opravy, převozy kol atd.) a tvorba tematických okruhů, které by propojovaly atraktivitu a projížděné území do zajímavého tematického celku. Z Č. Budějovic vyházejí, nebo procházejí trasy č. 12, 122, 1018, 1050, 1092, 1100, 1108, 1109 a 1120 (dále viz tabulka) Trasa č. 12 vedená severojižním směrem podél Vltavy (je součástí mezinárodní cyklostezky, která vede přes naše území z Německa do Rakouska). Rozsah cyklotras v k.ú. města je cca 42 km.

Tab. č.2 Přehled cyklostezek procházejících a vycházejících z Č. Budějovic

Číslo cyklotrasy	Směr cyklotrasy
12	Tábor, Č.B,K. Újezd, Z. Koruna, Č.K, D. Dvořiště
122	Č.B, Hrdějovice, Dunajovice, Třeboň
1018	Č.B, Plav, Římov, Kaplice
1050	Č. Budějovice, Borovany, N. Hrad (hr. Přechod)
1092-94	Č. Budějovice, Litvínovice, Holašovice
1100	Č. Budějovice, Dubné, Holašovice
1108	Č. Budějovice, Vrbenské rybníky
1120	Č. Budějovice, Mladé, Ledenice

Destinační management

Destinační management je terciálním potenciálem trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu ve sledované destinaci. Doposud provedená analýza prokázala, že destinační management Českých Budějovic pracuje adekvátně se současnými trendy rozvoje cestovního ruchu u nás v Evropě i ve světě. Akceptuje závěry prováděných analýz, propaguje a reprezentuje město doma i v zahraničí, jsou patrné náznaky koordinace podnikatelských i veřejných aktivit, evokuje vznik nových produktů cestovního ruchu, vytváří nové projekty dalšího rozvoje dotovaného z EU (např. splavnění Vltavy, veřejné mezinárodní letiště atd.) Přes všechna výše uvedená pozitiva, je pro svoji složitost terciální potenciál nejméně aktivovanou skupinou potenciálů cestovního ruchu, ve které lze

předpokládat další možnosti trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu ve městě. Doposud největší rezervy lze pozorovat v kooperaci a koordinaci činnosti veřejných a podnikatelských aktivit směřujících ke společným projektům.

Atraktivita (gravitace atraktivit) – je zakódována do mentální mapy české, evropské i světové populace, je určena fysickogeografickou a socioekonomickou hodnotou území, jeho geografickou polohou i ve smyslu historie lidských kultur, které jej využívaly a kultur, které jej dodnes využívají. Stupeň a efektivitu zhodnocování přírodních a společenských atraktivit v cestovním ruchu determinuje kvantita i kvalita infrastruktury služeb a s tím související management destinace. Časté chyby dlouhodobě zakódované do mentálních map mohou být opraveny na základě dlouhodobé systematicky propracované strategie vedené reprezentací města ve spolupráci s podnikatelskou sférou.

Na základě širšího výzkumu, který proběhl na JU v Českých Budějovicích lze představit stav přitažlivosti vybraných atraktivit cestovního ruchu a porovnat jejich přitažlivost s jinými atraktivitami v jihočeském regionu.

Tab. č. 3

Poř	nejznámější	v %	Nejnavštěvovanější během pobytu	v %	Nevyužitý potenciál	v %
1.	Zámek Hluboká	100	Trocnov	44	Barokní kostel Lomec	82
2.	Zámek Orlík n. Vl.	84	Prohlídka Budvaru	37	Soběslavská a Veselská Blata	77
3.	Černá věž	73	Zámek Orlík n. Vltavou	36	Hornické muzeum stříbra Rudolfov	75
4.	Husitské muzeum Tábor	69	Zlatá Koruna	35	Žumberk	70
5.	ZOO Hluboká	68	Holašovice	29	Poutní kostel, křížová cesta Římov	68
6.	Klet'	63	Muz. koněspř.	28	Stromovka ČB	66
7.	Masné krámy Schwarzenberská hrobka Třeboň	57	Hvězdárna ČB	28	Poutní kostel Klokoty Tábor	65
8.	Poutní kostel Klokoty	49	Jihočeské muzeum	27	Poutní kostel Dobrá Voda Holašovice	61
9.	Jihočeské muzeum	46	Dívčí Kámen	26	Muzeum koněspřežky	60
10.	Dívčí Kámen	42	Klášt. ČB	25	Nanebevzetí p.M	58
11.	Trocnov	38	Dobrá Voda	24	Planetárium	54

12.	Prohlídka Budvaru	33	Žumberk Hluboká n. VI.zámek	23	Budvar	51
13.	Zlatá Koruna Klášter ČB	30 30	Husitské muz. Tábor Římov Rudolfov ZOO Hluboká Kleť	20 20	JČ. muzeum	50
14.	Hvězdárna ČB Stromovka ČB	29 29	Černá věž Masné krámy Schwarzenberská Hrobka Třeboň	19 19 19 19	Zámek Orlik n. Vltavou	47
15.	Muz. koněspř.	19	Stromovka ČB	17 17	Masné krámy Klášter Zlatá Koruna Zřícenina hradu Dívčí Kámen	44
16.	Kostel Římov Kostel D. Voda	17 17	Lomec	16	ZOO a Lovecký zámeček Hluboká n. V	4242
17.	Holašovice	10,6		12	Schwarzenberská hrobka Třeboň	43
18.	Žumberk	10,5			Černá věž	34
19.	Holubov nauč. st.	8,5			Zámek Hluboká	33
20.	Rudolfov muzeum	7			Muzeum husitského hnutí Tábor Kleť	32
21.	Lomec	6,5			Trocnov	30

Z údajů vyplývajících z tabulky č. 3 lze klasifikovat skupiny atraktivit z Č. Budějovic a vybraných reprezentantů atraktivit z jižních Čech a na základě této klasifikace odhadnout jejich pozici a jejich šance na trhu cestovního ruchu. Je třeba upozornit, že každá atraktivita je unikátní, jejich komparace je relativní, pomocná, ale potřebná pro koncepcí rozvojových strategií. Z hlediska popularity je např. atraktivita zámek v Hluboké n. VI. absolutně nejznámější atraktivitou a tuto skutečnost je třeba využít při propagaci i Č. Budějovic

Druhou skupinu tvoří atraktivity s 84-64% popularitou, kde je v Českých Budějovicích dominantní Černá věž – jedna z nejvýznamnějších atraktivit i symbolů města. Popularita Černé věže je v širším prostoru srovnatelná

se zámek Orlík n. Vltavou, Husitským muzeem v Táboře, ZOO v Hluboké n. Vl., nebo Kletí. V tomto případě atraktivitu Černé věže lze využít jako významný marketingový nástroj při propagaci města. Do další skupiny náleží Budvar, Masné krámy, Jihočeské muzeum, které lze srovnat např. s Trocnovem, Dívčím Kamenem. V případě těchto atraktivit je třeba systematicky rozvíjet propagaci založenou na tvorbě nových produktů a inovacích stávajících.

Návštěvnost destinace je určena stupněm přitažlivosti, dostupnosti a vybavenosti území, které výrazně ovlivňuje výše zmíněná geografická poloha, jak ve smyslu fysickogeografickém, tak i ve smyslu socioekonomickém i vyspělost destinačního managementu, jehož úkolem je získávat optimální pozice na trhu cestovního ruchu.

Nejnavštěvovanějšími atraktivitami během pobytu (viz druhý sloupec tabulky č. 3) nejsou zpravidla ty nejznámější (zámek Hluboká n. Vl., nebo Černá věž), ale ty které identifikuje návštěvník až v místě návštěvy (např. Trocnov, Budvar). Tato skutečnost svědčí o dobré lokální a regionální úrovni propagace a o nízké propagaci na vyšší nadregionální úrovni. Známé atraktivity s vysokou nadregionální popularitou a nižší návštěvností během pobytu byly zpravidla navštíveny již dříve a návštěvník nemá důvod k její opětovné návštěvě. Vysoké popularity atraktivit lze využít při propagaci města a regionu a ke zvýšení návštěvy lokality musí být aktivován zbytkový potenciál skrytý v nabídce nových kvalitních produktů (Hluboká, Černá věž, historické jádro Č. Budějovic – programy, světlo a zvuk, dobové tematické prohlídky, divadlo a koncerty v přírodě, pivní slavnosti atd.) Třetí sloupec v tabulce nám představuje předpoklad zbytkového potenciálu atraktivit. Je patrné, že i u tradičních atraktivit profilujících město a jeho okolí je dostatek nevyužitého potenciálu, který může utvářet další profily návštěvníka Českých Budějovic.

Profily návštěvníka vyjadřují kvantitu i kvalitu současné poptávky na trhu cestovního ruchu v Českých Budějovicích a jsou reprezentanty aktuálně aktivovaného potenciálu ve sledovaném území.

Jednodenní návštěvník (výletník) města – převládá návštěva 3-6 hodin:

- ❖ domácí i zahraniční návštěvník atraktivit a zajímavostí města jako hlavního produktu
 - účastník školního výletu, exkurze, výletu pro důchodce, poznávacího zájezdu

- účastník výletu zaměstnanců, cestovní kanceláře
 - tranzitující účastník cestovního ruchu (pasant)
 - účastník cestovního ruchu, který tráví dovolenou v regionu nebo v okolí Č. Budějovic
 - návštěvník „Pivař“
 - obyvatel sousedního rakouského a německého příhraničí
- ❖ domácí i zahraniční návštěvník veletrhů, sportovních událostí, divadel, koncertů
- návštěvník s trvalým bydlištěm cca do 60 km
 - odborná veřejnost (veletrhy, sportovní utkání, koncert, divadlo, semináře)
 - sportovci, umělci - hosté
 - účastník akcí spojených s metropolitní dominancí města
- ❖ zahraniční návštěvník – německý a rakouský obyvatel příhraničí, který přichází
- za nákupy
 - gastronomií, kuřáckými restauracemi
 - sexuální turistikou

Návštěvník (turista) na více dní – převládají 1-3 dny

- ❖ domácí i zahraniční návštěvník atraktivit a zajímavostí města jako hlavního produktu
- účastník poznávacích zájezdů
 - bývalý rodák, nebo občan Č. Budějovic
 - občané spřátelených měst a regionů
- ❖ domácí i zahraniční návštěvník odborných událostí ve městě:
- vystavovatel i odborný návštěvník veletrhů,
 - divák i účastník (sportovec) sportovních závodů a turnajů
 - účastník vědeckých mezinárodních konferencí a vědeckých stáží na AVČR a vysokých školách
 - divák i účastník festivalů
 - účastník školení podniků a firem
 - účastník akcí spojených s metropolitní dominancí města

Závěr

Analýza cestovního ruchu v Českých Budějovicích potvrdila jejich konkurenční výhody - vlastní specifický charakter atraktivity a přitažlivosti této destinace na trhu cestovního ruchu. Tento aktuální stav je výsledkem časoprostorové optimalizace socioekonomických procesů, která vyprofilovala na Českobudějovicku vnitřní rajonizaci založenou na dominantní polaritě Č. Budějovic spolu s dlouhodobě utvářenou infrastrukturou dopravy, služeb a pracovních příležitostí. Povaha atraktivity a přitažlivosti města nemá ve svém užším i širším tržním prostředí významnou konkurenci. Atraktivitu některých jihočeských destinací (Hluboká n. Vl., Č. Krumlov, Třeboň, Tábor), českých (Praha, K. Vary), nebo evropských (Viedeň, Salzburk atd.) jsou významným interaktivním prvkem vzájemně posilujícím atraktivitu i návštěvnost měst.

Jednu z nejvýznamnějších interaktivních vazeb má vůči Č. Budějovicím město Hluboká n. Vl., které leží v jejich bezprostřední blízkosti a disponuje významným primárním, sekundárním i terciálním potenciálem cestovního ruchu. Vzájemnou komplementaritu je možno sledovat jak na úrovni výjezdového cestovního ruchu a rekreace obyvatel obou měst (outgoing), tak na úrovni příjezdového cestovního ruchu (incoming).

Realizovaným pobytovým produktem ve městě je návštěva památek v okolí, kongresová turistika, veletrhy, sportovní akce, tranzit, školní výlety, služební cesty. Převažují krátkodobé pobyty cca 1-3 dny.

Realizovaným produktem v okolí města jsou letní dětské prázdninové pobyty, letní rodinná rekreace, prázdninové a víkendové pobyty na chatách a chalupách spojené s koupáním, jízdou na lodi, sběr lesních plodin, rybolov, myslivost, cykloturistika, pěší turistika a výlety do okolí automobilem.

Tento složitý uzavřený systém cestovního ruchu výrazným způsobem multiplikuje širokou škálu služeb na straně nabídky a s tím souvisejících pracovních příležitostí, investic a daňových výnosů evokujících významnou participaci na trvale udržitelném rozvoji města a okolí. Město se svým zázemím je významnou součástí destinace „Jižní Čechy“, která se historicky zařadila mezi staré tradiční oblasti využívané v cestovním ruchu.

Literatura:

- [1] MALÁ, V. (1999): Cestovní ruch (vybrané kapitoly), Fakulta mezinárodních vztahů VŠE, Praha, 83 s.
- [2] MUSIL, J., Sociologie soudobého města, Praha 1967.
- [3] SÝKORA, L. (1993): Teoretické přístupy ke studiu města. In: Sýkora, Pavlínek ed.: Teoretické přístupy a vybrané problémy v současné geografii. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje PřF UK Praha
- [4] ŠÍP, J. (2008): The first knowledge from the tourism destination mind map research. In: Svatoňová, H. et al. (ed): Geography in Czechia and Slovakia – Theory and Practice at the Onset of 21st Century. Masaryk University, Brno, p. 240 – 246
- [5] ŠTĚPÁNEK, V., ŠÍP, J., KOPAČKA, L. (2001) Geografie cestovního ruchu. Karolinum, Praha. 228 str.

Kontakt

RNDr. Jiří Šíp, Ph.D.

Katedra cestovního ruchu VŠPJ Jihlava, Tolstého 16

e-mail: sipj@vspj.cz

Nabídka produktů zaměřených na město Zlín a jeho okolí cestovními kancelářemi a cestovními agenturami

Dana Šrámková

Abstrakt

Příspěvek se zabývá vyhodnocením situace v oblasti cestovního ruchu ve městě Zlíně a jeho okolí do vzdálenosti 10 kilometrů od města. Toto vyhodnocení vychází z provedeného marketingového výzkumu, jenž zmonitoroval zájem cestovních kancelářů a cestovních agentur (CK/CA) nabízet produkty cestovního ruchu zaměřené na město Zlín a jeho blízké okolí. Prezентuje dílčí výsledky výzkumu a v závěru práce popírá či potvrzuje stanovené hypotézy.

Klíčová slova

Marketingový výzkum, Zlín, dotazník, cestovní ruch

Úvod

Město Zlín z hlediska cestovního ruchu není v porovnání s jinými většími městy v České republice (mezi něž Zlín patří), tak atraktivní. V infrastruktuře jsou určité nedostatky, z nichž se úřady snaží některé tyto slabiny částečně eliminovat. Kromě toho není také jak pro turisty, tak i pro cestovní kanceláře a cestovní agentury z hlediska služeb cestovního ruchu a atraktivit, jež jsou především v podobě zajímavostí zanechaných z Baťovy éry, tak lákavé. Město Zlín se svým přilehlým okolím patří k městům, která plně nevyužívají svůj potenciál. Nedokáže nabídnout turistům své technické, historické a jiné zajímavosti. S tím souvisí i to, že subjekty cestovního ruchu, které nabízejí produkty v rámci domácího cestovního ruchu, nemají zájem se touto oblastí zabývat a zahrnovat ji do své nabídky.

1. Definování problému

Výzkum spočívá v dotazníkovém šetření, kdy cílem bylo zjistit, zda daný subjekt nabízí produkty zaměřující se na město Zlín a jeho okolí, či zda zvažují, že v budoucnu Zlínsko do své nabídky zařadí. V případě, že ano, na jaké aktivity cestovního ruchu v rámci příjezdového či domácího cestovního ruchu se chtějí zaměřit (případně zda mají přímo v nabídce specificky zaměřené zájezdy, např. Baťův kanál, ZOO Lešná atd.), jaké skupiny mají největší zájem o cestování na Zlínsko (důchodci, rodiny s dětmi, děti a mládež školního věku v rámci exkurzí a školních výletů...), atd.

Před realizací samotného výzkumu byly stanoveny následující hypotézy:

- H1** Naprostá většina CK/CA se zaměřuje hlavně na zahraniční zájezdy, ne na domácí cestovní ruch
- H2** Město Zlín není pro CK/CA atraktivní tak, aby jej zařadili do své nabídky
- H3** V případě, že klient CK/CA využívá nabídku zaměřenou na město Zlín, jedná se o poznávací či pobytovou dovolenou

Hypotézy byly stanoveny na základě znalosti lokality a situaci v místním cestovním ruchu.

Do výběru vzorku nositelů informací byly vybrány CK/CA, jež mají sídlo v České republice. Ke zjištění potřebných informací byl zvolen kvantitativní výzkum, přesněji technika kvantitativního výzkumu, a to průzkum.

2. Získávání dat

Výzkum mapuje zájem cestovních kanceláří a cestovních agentur začleňovat nabídky pro své klienty, zaměřené na město Zlín a jeho blízké okolí.

Výzkum probíhal pomocí internetového šetření, kdy cestovním kancelářím a cestovním agenturám byla zaslána zpráva obsahující odkaz, kde se dotazník nachází. Online dotazník byl vytvořen pomocí dotazníkové služby Vyplňto.cz jako interaktivní formulář. Výzkum probíhal v období od 9. 7. 2011 do 28. 7. 2011, celkem 458 hodin.

Celkem bylo osloveno 327 respondentů. Návratnost dotazníků je 67,6 %.¹ Reálně však dotazník vyplnilo 48 respondentů, což činí cca. 15 % z celkového vzorku. Průměrná doba vyplnění dotazníku byla 00.06:01 min.

Pro zjištění informací byla použita nejrozšířenější technika marketingového výzkumu, a to dotazník. Dotazník se skládá celkem z 12 otázek, z toho 9 otázek je uzavřených a 3 otevřené, která umožňovaly volnou odpověď. Dotazník je rozložen do tří tematických okruhů, kdy první část je tvořena otázkami zaměřenými na činnosti a aktivity v cestovním ruchu jednotlivých CK/CA. Otázka č. 5 je otázkou filtrační, která rozdělovala dotazované na dvě podskupiny. Pokud respondent odpověděl na otázku kladně, pokračoval dále ve vyplňování otázek ve druhé části dotazníku, zaměřené přímo na Zlínsko. V případě, že zodpověděl otázku záporně, přešel na následující otázku č. 6, po které došlo k ukončení dotazování.

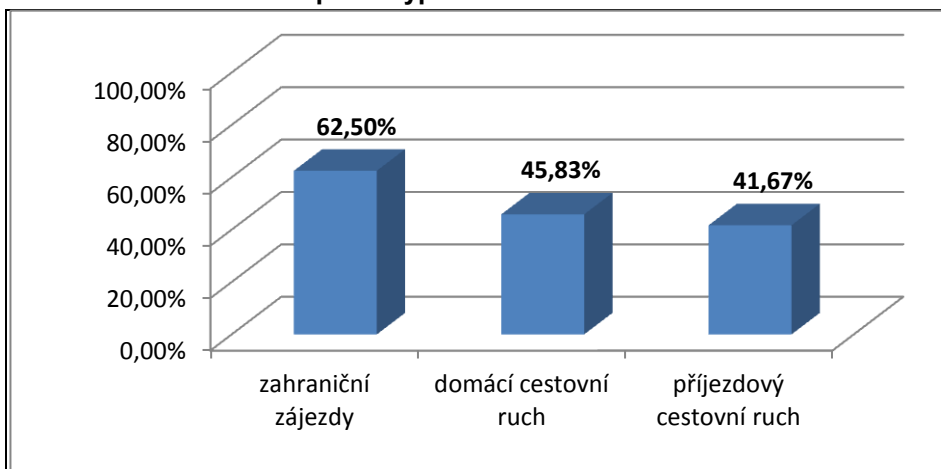
3. Analýza údajů - vyhodnocení výzkumu

Z celkového počtu 327 respondentů se jich výzkumu přímo zúčastnilo 48. Z celkového počtu respondentů jich nejvíce sídlí v hlavním městě Praze (58 %). Dále pak pocházejí ze Středočeského kraje (12,5 %) a kraje Karlovarského (8,5 %). Zbývající respondenti jsou rovnoměrně rozprostřeni mezi zbývajícím kraje České republiky.

Po vyhodnocení z dotazníkového šetření vyplynulo, že poměrná část cestovních kanceláří a agentur nabízí převážně zahraniční zájezdy (62,5 % dotázaných). Dále z šetření vzešlo, že 45,9 % dotázaných nabízí pobyty v rámci domácího cestovního ruchu a 41,6 % se zabývá příjezdovým cestovním ruchem (viz Graf 1).

¹ Návratnost dotazníků je dána poměrem vyplněných a zobrazených dotazníků. Jedná se o orientační údaj, který nebere v potaz ty oslovené respondenty, kteří ani nezobrazili úvodní text (neklikli na odkaz na dotazník).

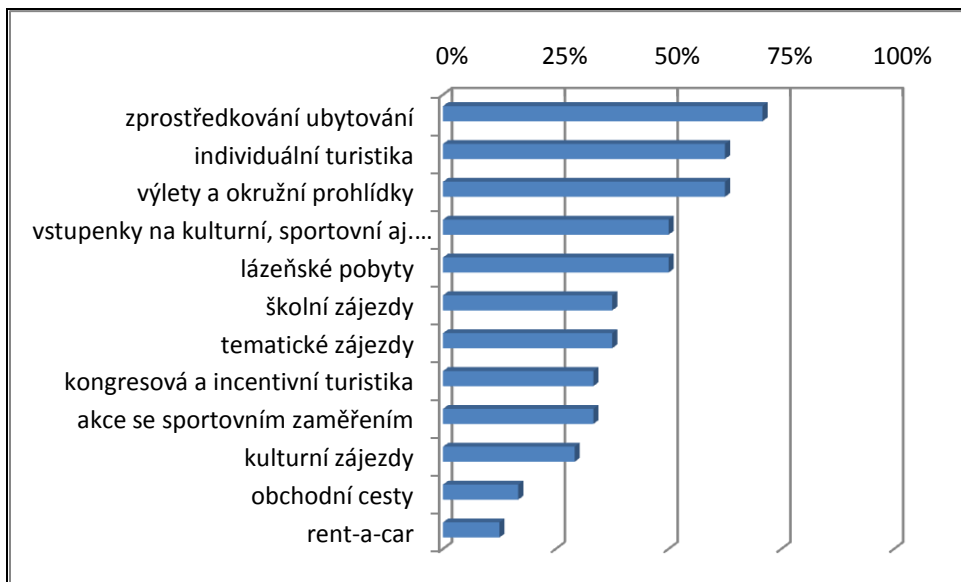
Graf 1: Zaměření CK/CA podle typu cestovního ruchu



Pramen: Vlastní zpracování

Pokud se zaměříme na aktivity jednotlivých cestovních kanceláří a agentur (viz Graf 2), které poskytují v rámci domácího a příjezdového cestovního ruchu, pak nejčastěji uváděnou možností je zprostředkovávání ubytování (71 %). Dalšími nejčastěji uváděnými možnostmi byla individuální turistika a nabídka výletů a okružních prohlídek, a to ve stejném poměru 62,5 %. Celá polovina, tedy 50 % dotázaných, nabízí prodej vstupenek na kulturní, sportovní a jiné akce, stejně jako i pobyty se zaměřením na lázeňskou turistiku. 37,5 % se zabývá organizováním školních zájezdů a zájezdů tematických. Třetina dotázaných (33,3 %) uvedla, že se zaměřují na kongresovou a incentivní turistiku, a také na akce se sportovním zaměřením. 29 % také poskytuje zájezdy, jež jsou určeny pro turisty mající zájem o kulturu a kulturní vyžití. Nejméně uváděnými položkami jsou obchodní cesty (16,7 %) a půjčování aut, tedy rent-a-car (12,5 %).

Graf 2: Aktivita poskytované CK/CA v rámci domácího a příjezdového cestovního ruchu



Pramen: vlastní zpracování

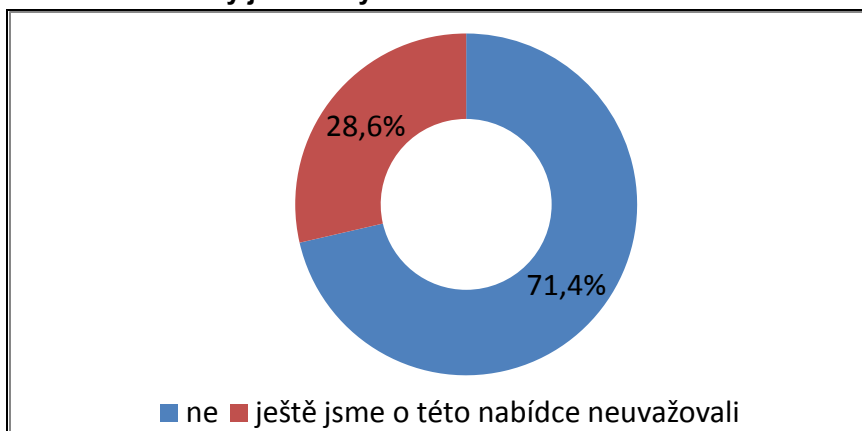
Cestovní kanceláře a agentury, které se zabývají příjezdovým cestovním ruchem, mají široký rozsah zemí, na které se v rámci tohoto typu cestovního ruchu specializují. Nejčastěji uváděnými zeměmi bylo Německo, Spojené státy, Španělsko a Itálie. Země, které se ve výčtu objevovaly více a stojí za zmínku, jsou také například Spojené arabské emiráty, Rusko, Rakousko a Polsko. Další uvedené země se ve výčtu objevovaly jen okrajově a jednalo se jak o evropské státy (Bulharsko, Francie, Chorvatsko...), tak i o státy z ostatních kontinentů (Brazílie, Egypt, Čína...).

Na první otázku, zaměřující se přímo na nabídku pobytů, zájezdů a exkurzí do města Zlína a jeho blízkého okolí (**např. Lázně Kostelec, Baťův kanál, ZOO Lešná, hřebčín Napajedla,...**), odpověděla **naprostá většina (96 %)**, že se nabídkou produktů zaměřených na tuto oblast **nezabývá**. Pouhá **4 %** uvedla, že produkty spadající do této oblasti nabízejí.

V případě, kdy se CK/CA nabídkou produktů z oblasti města Zlína a jeho okolí nezabývá, uvedlo 71,4 %, že tuto nabídku s určitou jistotou

v budoucnu nabízet nebudou. Zbývajících 28,6 % uvedlo, že o této nabídce zatím ještě neuvažovalo (viz Graf 3).

Graf 3: Úvaha o zařazení produktů zaměřených na město Zlín a jeho okolí do nabídky jednotlivých CK/CA



Pramen: Vlastní zpracování

Ze 4 %, která uvedla, že se nabídkou zaměřenou na Zlínsko zabývá, také dále uvedla, že největší zájem je o poznávací a pobytové dovolené a dále o lázeňské pobyty (to se týká Lázní Kostelec). Mezi skupiny, které mají zájem o cestování do města Zlína a jeho blízkého okolí, patří výhradně senioři. Dále z výzkumu také vyplynulo, že největší zájem o zájezdy a pobyty do Zlína a okolí je v letní sezóně, a to hlavně o letních prázdninách. V rámci těchto pobytů se vždy jednalo o týdenní pobyty.

Žádný z respondentů neuvedl, že by měl ve své nabídce specificky zaměřené zájezdy, např. romantický víkend na Baťově kanále, ZOO a zámek Lešná – ZOO kontinentů, apod.

4. Vyhodnocení hypotéz

H1 Naprostá většina CK/CA se zaměřuje hlavně na zahraniční zájezdy, ne na domácí cestovní ruch

Z odpovědí respondentů, kteří se výzkumu zúčastnili, vyplývá, že 62,5 % CK/CA nabízí ve svém portfoliu zahraniční zájezdy. Dále 46 % dotázaných odpovědělo, že nabízí pobyty v rámci domácího cestovního ruchu (hypotéza potvrzena).

H2 Město Zlín není pro CK/CA atraktivní tak, aby jej zařadili do své nabídky

Téměř 96 % CK/CA nenabízí zájezdy/pobyty/exkurze do města Zlína ani jeho blízkého okolí (Lázně Kostelec, Baťův kanál, hřebčín Napajedla...); (hypotéza potvrzena).

H3 V případě, že klient CK/CA využívá nabídku zaměřenou na město Zlín, jedná se o poznávací či pobyťovou dovolenou

Z dotazníkového šetření vyplývá, že pokud má klient CK/CA zájem do této oblasti vycestovat, zajímá se o lázeňské pobyty nebo o poznávací a pobyťové dovolené, a to stejnou měrou (hypotézu nelze potvrdit ani vyvrátit).

Závěr

Provedený výzkum, jenž je podrobně v článku rozebrán, lze klasifikovat jako kvantitativní, zaměřený na sběr primárních dat formou dotazování pomocí dotazníku umístěného na internetových stránkách.

Na základě marketingového výzkumu, řešícího zájem cestovních kanceláří a cestovních agentur nabízet produkty cestovního ruchu zaměřené na město Zlín a jeho blízké okolí, bylo zjištěno, jakými aktivitami a typy cestovního ruchu se jednotlivé kanceláře a agentury zabývají, zda nabízejí produkty zaměřené na oblast Zlínska a v případě že ne, pak zda uvažují o tom, že v budoucnu tyto produkty do své nabídky zařadí. Výzkum také podává informace o tom, o jaké aktivity je v této oblasti zájem.

Z výzkumu vzešlo, že o město Zlín a jeho okolí není ze strany cestovních kanceláří a cestovních agentur téměř žádný zájem a ani také nemají zájem tuto oblast v budoucnu do své nabídky zahrnout. Tato oblast se jim nezdá z hlediska cestovního ruchu atraktivní, což značí, že je třeba, aby se město Zlín (resp. instituce a agentury zaštiťující rozvoj města nejen po stránce CR) jako destinace cestovního ruchu více zaměřilo na svou propagaci a zviditelnění a dostalo se tak do hlubšího povědomí nejen odborné veřejnosti zaměřující se na oblast cestovního ruchu, ale i do povědomí široké veřejnosti.

Literatura

- [1] HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, a. s., 2003, 488 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [2] KOTLER, P. *Marketing, management*. 10. vydání. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-247-0016-6.
- [3] KOZEL, R. a kol. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006, 280 s. ISBN 80-247-0966-X.
- [4] LACINA, L. *Management a marketing cestovního ruchu*. 1. vydání, Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2010, 81 s. ISBN 978-80-7408-035-7
- [5] MOUDRÝ, M. *Marketing. Základy marketingu, 1. díl*. První vydání. Kralice na Hané: Computer Media, s. r. o., 2008, 80 s. ISBN 978-80-7402-000-1.

Kontaktní údaje

Ing. Dana Šrámková
katedra ekonomie, ekonomiky a managementu
Vysoká škola obchodní a hotelová
Bosonožská 9
625 00 Brno
e-mail: danasramkova@centrum.cz
tel.: +420 604 961 080

Rozvoj cestovního ruchu v oblasti Novohradsko

Gabriela Švejdová

Abstrakt

Mikroregion Novohradsko je v současné době velmi atraktivní a čím dál více vyhledávanou oblastí, které má velký potenciál pro rozvoj cestovního ruchu zaměřený na volný čas, aktivní relaxaci a agroturistiku. Jeho geografické umístění na hranici s Rakouskem umožňuje přeshraniční spolupráci a efektivnější využití všech možností, které tato lokalita nabízí. Je to oblast, kde se cestovní ruch teprve formuje a nemá ještě ani svou vlastní pevnou strukturu v rámci mikroregionu, nabízí proto velmi širokou škálu nabídek pro cestovní ruch ale jeho rozvoj může též velmi významně přispět k růstu počtu pracovních míst stálých obyvatel a snížení jejich migrace za prací do větších měst. Tento směr s sebou nese i potřebu zajištění kvalifikovaných a vzdělaných lidských zdrojů v oboru.

Klíčová slova

Mikroregion, marketing destinace, přeshraniční spolupráce, impulsní centra, agroturistika, operační program, Evropský fond pro regionální rozvoj, sezónnost, SWOT analýza regionu.

Úvod

Lokalita Novohradských hor svým příhodným krajinným rázem přímo vybízí k využití pro cestovní ruch, zejména pak pro agroturistiku, sportovní a wellness pobyty a díky aktivní příhraniční spolupráci s rakouskými obcemi i k soustavnému partnerskému rozvoji této oblasti bez ohledu na hranice. Tato oblast byla po mnoho let díky své poloze opomíjena a v podstatě "netknutá". Rozvoj této lokality byl i po revoluci velmi pozvolný a dá se říci, že pro odvětví cestovního ruchu byla objevena teprve před několika málo lety. I přes doposud nepříliš kvalitní silniční síť je její poloha vzhledem k dojezdovým vzdálenostem velmi výhodná. Z Prahy je to do samého srdce Novohradských hor 170 km a

z Vídně ještě o 10 km méně. Následující tabulka ukazuje na vzdálenost jednotlivých turistických a správně významných měst okolních regionů

České Budějovice	35 km
Český Krumlov	50 km
Třeboň	30 km
Jindřichův Hradec	60 km
Schrems	30 km
Linz	100 km
Salzburg	240 km

Na opravy pozemních komunikací a to nejen těch příjezdových, ale zejména pak komunikací vedoucích přímo k nějakému turisticky zajímavému objektu se však usilovně pracuje, za minulé období 2004-2006 žádalo město Nové Hrady v rámci operačního programu Interreg IIIA ČR-Rakousko o dotaci na projekt „Oprava místních komunikací zajišťujících přístup k turistickým objektům v Nových Hradech“ o dotaci ve výši 119 295 € [4]. V současné době také vrcholí realizace projektu podpořeného z Regionálního operačního programu regionu soudržnosti NUTS II Jihozápad v rámci 5. výzvy na zkvalitnění života obyvatel města a jejich místních částí prostřednictvím zkvalitnění dopravní infrastruktury, dokončuje se výstavba a modernizace místních komunikací v Nových Hradech a vytvoření podmínek pro rozvoj sídelních funkcí města Nové Hrady. Tato výstavba je téměř cele hrazena pomocí dotace z Evropského fondu pro regionální rozvoj [5].

Materiál a metody

Materiál a podklady pro tuto práci byly shromažďovány zejména na informačních webových stránkách mikroregionu Novohradska a osobními konzultacemi s odborníky na danou problematiku vytipovanými ve zkoumané lokalitě. Metodologie pak proběhla formou analýzy dokumentů, rozhovoru a pozorování.

Výsledky a diskuze

Cestovní ruch obecně, tedy i pro tento mikroregion je závislý na lidských zdrojích, jejich kvalitě, vzdělání a kvalifikaci. Pro zvýšení efektivity procesu zkvalitňování služeb cestovního ruchu této oblasti je velmi vhodné zapojit do společenských, kulturních a vzdělávacích aktivit i přeshraniční obyvatelstvo. Toto propojení by pak přineslo a dá se říci, že v poslední době již i přináší větší pocit sounáležitosti a podpory malého a středního podnikání v cestovním ruchu. O rozvoj nejen samotného mikroregionu ale i těchto přeshraničních aktivit se ve sledované oblasti stará IPC (Impulsní přeshraniční centrum) „Sdružení Růže“ se sídlem v Nových Hradech. Svou činnost započalo v r. 2004 s pomocí tehdejšího fondu Phare CBC. Jeho partnerem na druhé straně hranic je tzv. "GIZ (označení pro rakouská přeshraniční impulzní centra) Region Weitra". Daný region sdružuje šest obcí - Bad Grosspertholz, Grossschönau, Moorbach Harbach, St. Martin, Unserfrau - Altweitra a Weitra. Sdružení Růže nabízí např. tyto služby [3]:

- vyhledává vhodné a ochotné přeshraniční subjekty (organizace i osobnosti) pro spolupráci školám, spolkům, obcím...
- pomáhá při navazování a uskutečňování kontaktů
- podporuje a organizuje kulturní a společenské akce přeshraničního charakteru
- zajišťuje informovanost o dění v regionu na obou stranách hranice

Tato činnost má v regionu zmírňovat okrajový charakter příhraniční oblasti, oživovat potenciál především v oblasti cestovního ruchu, podpořit koordinaci přeshraničních aktivit podnikatelů, hospodářské kooperace, výrazně přispět k sociálnímu a kulturnímu rozvoji, vytvořit podmínky pro ekonomický rozvoj příhraničního mikroregionu, podpořit přeshraniční partnerství obcí i jiných organizací či podílet se na sblížování českých a rakouských občanů.

Sdružení Růže si nechalo firmou LesInfo zpracovat v loňském roce SWOT analýzu mikroregionu Novohradsko, jako výchozí analýzu proto tvorbu strategické koncepce cestovního ruchu v daném mikroregionu. Převažovaly zde slabé stránky co se interních faktorů týče a příležitosti v externích faktorech. Mezi silné stránky pak zpracovatelé zařadili např.

kvalitní životní podmínky nebo dobré předpoklady pro rozvoj venkovské turistiky. Ve slabých stránkách t pak byly zejména nekvalitní komunikační dostupnost, malá kapacita ubytovacích zařízení, minimální vybavenost základními a nadstandardními turistickými službami ve srovnání s okolními regiony, minimální propagace oblasti a neexistující image destinace a v neposlední řadě i značná sezónnost. Příležitosti pak spatřují v možnosti využití širokého spektra turistického marketingu, podporou zaměstnanci v cestovním ruchu, zejména v ubytovacích službách (a s tím související navýšení ubytovacích kapacit). Ohrožení lze spatřovat zejména v rizicích návratnosti investic do turistické infrastruktury a v úrovni regionální spolupráce. [1]

Ve zprávě strategického plánu města Nové Hradky z r. 2011 stojí v souvislosti s cestovním ruchem toto konstatování, které je charakteristickým rysem zatím nepříliš funkčního marketingu oblasti: „Marketingově velmi nadějná značka je však zatím využívána poněkud nesourodě a nekoordinovaně různými subjekty, z nichž téměř každý vytváří nové logo označující oblast. Toto tříštění sil vede jistě ke tříštění zájmu a určitému chaosu. Město Nové Hradky usiluje o to, stát se lídrem propagace destinace „Novohradské hory“ nebo „Novohradsko“, k čemuž ho předurčuje už samotné jméno města.“ [2]

Závěr

V této oblasti se nyní ani do budoucna nepředpokládá nijak masový rozvoj cestovního ruchu ve formě turistického průmyslu, pro který v této oblasti nejsou a díky limitům využití území ani nebudou vhodné podmínky. Podmínky a charakter území předurčují rekreační využití ve formě ekologicky šetrné turistiky zaměřené na pobyt v přírodě, ozdravné pobyty, krajinnou ekologii, rybářství, myslivost, agroturistiku a v omezené míře je možno předpokládat i místní využití turistických sjezdovek a běžeckých tratí. Díky přírodní atraktivitě území jsou velké předpoklady k rozvoji tzv. „Odborné turistiky“. Jedná se o pořádání seminářů a studijních pobytů zaměřených na krajinnou ekologii a hospodaření v krajině. V rámci těchto pobytů se nabízí využití naučných stezek, organizovaných návštěv chráněných území přírody s odborným výkladem apod. Stávající úroveň sportovně rekreační vybavenosti zatím pořád neodpovídá předpokládanému nárůstu ubytovacích kapacit a rostoucímu zájmu o pobyt v této oblasti. Proto je potřeba uvažovat o rozšíření nabídky sportovně-rekreační vybavenosti,

které bude směřovat zejména k prodloužení rekreační sezóny, ke zvýšení atraktivity území a v neposlední řadě k aktivní regulaci a usměrňování pohybu a pobytu návštěvníků v přírodě a krajinářsky cenném území.

Literatura

- [1] http://www.lesinfo.cz/studie_nh.php
- [2] <http://www.novehrady.cz/strategicky%2Dplan%2Drozvoje%2Dmesta/ds-1132/p1=2629>
- [3] www.sdruzeni.ruze.cz
- [4] <http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2004-2006/Iniciativy-Spolecenstvi/Interreg-IIIa-CR-Rakousko/Projekty/Oprava-mistnich-komunikaci-zajistujicich-pristup-k>
- [5] <http://www.novehrady.cz/realizovane%2Dprojekty/ds-1109/p1=2443>

Kontaktní údaje

Ing. Gabriela Švejdová
Katedra ekonomiky a managementu
Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích
Okružní 10

Aplikace regionální politiky při možnostech rozvoje mikroregionu Novoměstsko (s akcentací udržitelného cestovního ruchu)

Jakub Trojan, Zuzana Smetanová

Abstrakt

Příspěvek mapuje realizované projekty v oblasti cestovního ruchu mikroregionu Novoměstsko jako praktických nástrojů regionální politiky při formování rozvojových priorit. Na základě toho hodnotí současný stav podpory rozvoje mikroregionu. Na tuto analýzu navazuje kvalitativní terénní průzkum, který si klade za cíl zhodnotit projekty a jejich vliv na rozvoj Novoměstska z pohledu obyvatel i veřejné správy. Výstupem je mj. konfrontace percepce projektového managementu aktéry veřejné správy a obyvateli regionu.

Klíčová slova

Regionální rozvoj, regionální politika, projekty, dotace, cestovní ruch, mikroregion Novoměstsko

Úvod

Regionální rozvoj je téma transdisciplinárně protínající mnohé vědní obory. Setkáváme se s ním na mnoha úrovních (detailněji např. Blažek a Uhlíř, 2002 nebo Wokoun, 2008). V rámci rozvoje mikroregionů zejména venkovských oblastí (Věžník, 2007) je pak nezbytná jeho interakce s dotačními schématy zastřešujícími finanční podporu regionální politiky v současném programovacím období Evropské unie (obecně Chvojková a Květoň, 2007; v cestovním ruchu Vaníček, 2010; aplikovaně pak Trojan, 2010). Mikroregion Novoměstsko jako referenční dobrovolný svazek obcí představuje modelové území, na jehož příkladech jsou analyzovány aktivity regionální politiky směřující do podpory rozvoje mikroregionu prostřednictvím strukturálních fondů Evropské unie (Smetanová, 2011). Stěžejní je však jejich evaluace (Leimgruber et al., 2003), která integruje pohledy i dotčených cílových skupin za dodržování

elementárních principů komunitního přístupu k rozvoji mikroregionu (Sanoff, 1999, Svozil et al., 2010). V souladu s Galvasovou et al. (2007) i Perlínem (2006) tak v příspěvku předkládáme možnosti spolupráce obcí venkovského marginálního mikroregionu (Ilbery et al., 1998, Woods, 2005) s ohledem na možnosti dotačních zdrojů (Trojan, 2010) při respektování principů bottom-up evaluace místních aktérů veřejné správy i obyvatel (Smetanová, 2011).

Metody

Příspěvek je založen na metodách deskriptivní a evaluační analýzy projektů realizujících priority regionální politiky (s akcentací cestovního ruchu), přičemž zájmové území tvoří venkovský prostor (Ilbery et al., 1998) se všemi procesy v něm probíhajícími (Woods, 2005). V průběhu roku 2010 a 2011 byl na území prováděn systematický výzkum regionální politiky za účelem mapování intenzity využívání dotačních a grantových schémat následovaný jeho hodnocením ve smyslu komunitní participace výzkumníků (inspirováno podle Svozil et al., 2010). Pasivní deskriptivní a explorační analýza je doplněna kvalitativním výzkumem evaluace regionální politiky. Tento byl formou dotazníkového šetření a řízených semi-strukturovaných rozhovorů zahájen na přelomu února/března 2011, kdy byly dotazníky pro obyvatele rozdány do obcí mikroregionu Novoměstsko, které byly vybrány na základě doporučení veřejné správy a v souvislosti s realizovanými projekty. Dotazník obsahoval 14 komplexních otázek. Bylo rozdáno celkem 160 kusů, přičemž návratnost představovala 80 %. Cílem analýzy dotazníkového šetření bylo především zachytit vnímání projektů na rozvoj cestovního ruchu, zjistit spokojenost občanů se životem v obci a zároveň také získat podněty ke zlepšení rozvoje obcí a celého mikroregionu Novoměstsko. Následné řízené rozhovory zjišťovaly především přínos realizovaných projektů pro mikroregion, ale také názor na spolupráci s občany týkající se rozvoje mikroregionu. Jedním z výstupů je také porovnání názorů občanů a hlavních aktérů veřejné správy, které dokreslí celkové vyhodnocení analýzy.

Projekty, které byly podrobeny deskriptivní a explorační analýze, jsou z hlediska zdroje podpory (Vaníček, 2010) rozčleněny na projekty financované z Fondu Vysočiny a projekty financované z regionálního operačního programu (ROP NUTS II Jihovýchod, popřípadě dříve ze

SROP). Indikativní přehled projektů je uveden v tab. 1. Projekty je možné dále vnitřně členit i podle účelu a to na (Smetanová, 2011):

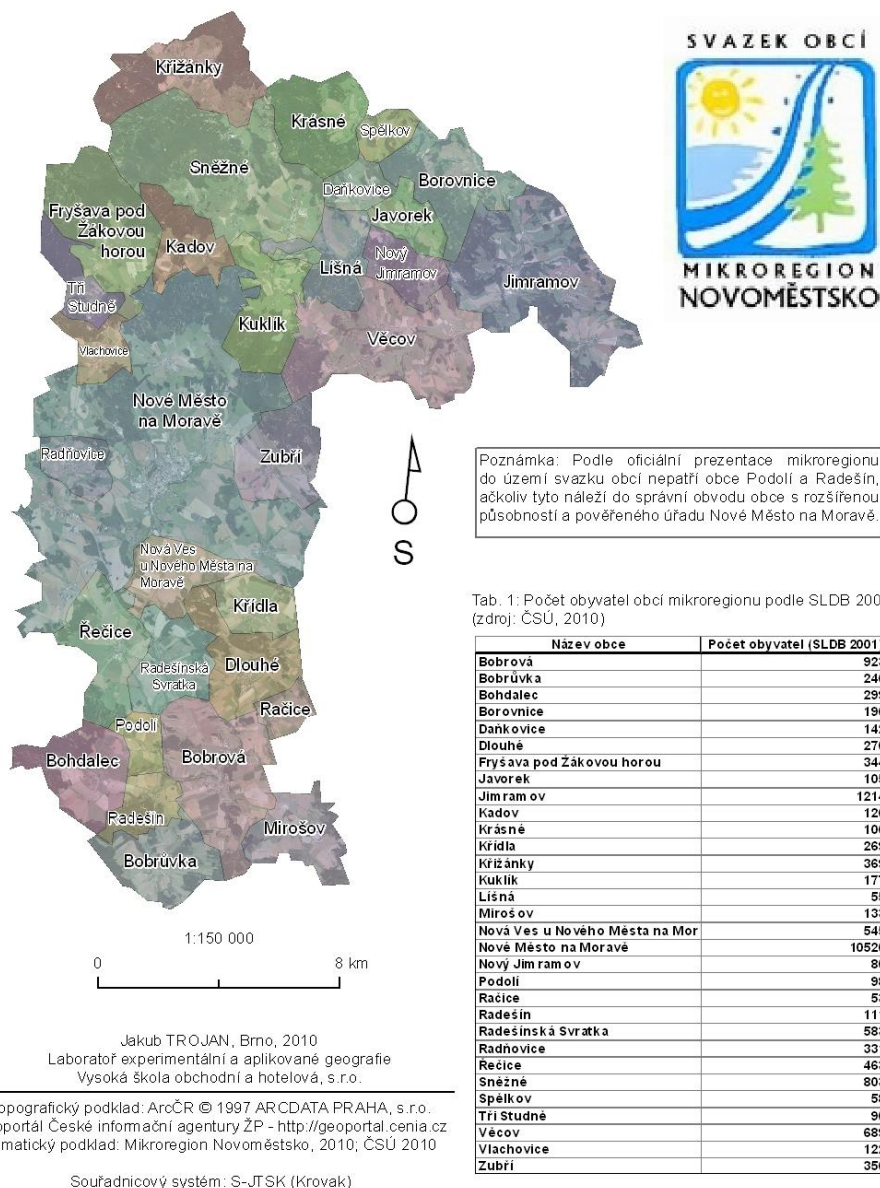
- *Projekty zaměřené na letní turistiku a cykloturistiku* (Na kole Žďárskými vrchy II – instalace mapových tabulí, Na kole Žďárskými vrchy III, Rozvoj cykloturistiky na Novoměstsku – vybudování sítě značených cyklotras).
- *Projekty zaměřené na zimní turistiku a lyžování* (Vysočina na lyžích VI).
- *Projekty zaměřené na propagaci mikroregionu* (Vítejte na Novoměstsku, Regionální informační síť „iNOVOMESTSKO“, Destinace cestovního ruchu Novoměstsko)

Tab. 1: Indikativní přehled projektů mikroregionu Novoměstsko (Smetanová, 2011)

Rok	Projekty – Fondy Vysočiny	Rok	Projekty (S)ROP
2004	Na kole Žďárské vrchy II. – instalace mapových tabulí	2005	Vítejte na Novoměstsku
2005	Na kole Žďárské vrchy III.	2005	Regionální informační síť „iNOVOMESTSKO“
2007	Rozvoj cykloturistiky na Novoměstsku – vybudování sítě značených cyklotras	2009	Destinace cestovního ruchu Novoměstsko
2008	Vysočina na lyžích VI.		

Zájmové území mikroregionu Novoměstsko se nachází na severo-východní části kraje Vysočina. Na severu sousedí s Pardubickým krajem a z ostatních stran tvoří hranici správní obvody obcí s rozšířenou působností kraje Vysočiny. Na východě je to Bystřice nad Pernštejnem, na západě Žďár nad Sázavou a na jihu hranici uzavírá Velké Meziříčí. Situační mapa je na obr. 1, bližší informace o území podává např. Svoboda (2001).

MIKROREGION NOVOMĚSTSKO ÚZEMNÍ DELIMITACE K 1. 12. 2010



Obr. 1: Delimitace modelového území (vytvořeny autory, 2010).

Výsledky a diskuse

V kapitole je podán komparativní přehled realizovaných projektů coby nástrojů regionální politiky mikroregionu Novoměstsko s akcentací udržitelného cestovního ruchu. Diskutována je i evaluace vlivu projektu na kvalitu a rozsah poskytovaných služeb a hodnocení všeobecných přínosů pro mikroregion.

Projekty zaměřené na letní turistiku a cykloturistiku

Realizace projektů zkvalitnila stávající infrastrukturu a tím také částečně přispěla k většímu komfortu, lepší orientaci a současně také k větší informovanosti jeho příjemců (cílových skupin). Je umožněno bezpečnější provozování cykloturistiky vedením některých cyklotras mimo frekventované silnice, díky čemuž se na území mikroregionu tento sport stává oblíbeným i pro další cílovou skupinou, kterou tvoří aktivní rodiny s dětmi. Pozitivní dopad měly projekty také na kvalitu stávajících služeb, zkvalitnila se zejména nabídka aktivně trávené dovolené a rozvoj šetrné turistiky. Došlo k posílení pozice služeb cykloturistiky. Před realizací projektů bylo v některých částech mikroregionu turistické značení a informovanost nedostatečná. Prostřednictvím těchto projektů byla absence relevantních informací a mapových podkladů doplněna. Stejně tak byly rozšířeny cyklotrasy o trasy dosahující dostatečného technického a bezpečnostního standardu.

Projekty zaměřené na zimní turistiku a lyžování

Všem návštěvníkům mikroregionu nebo zdejšími rezidentům v zimním období poskytuje Nové Město na Moravě díky výstupům projektu zvýšenou úroveň vybavení pro rekreační sporty, komfort při lyžování s možností výběru vyjetých tras pro volný nebo klasický styl lyžování. Projekt také podporuje delší pobyt turistů v mikroregionu. Díky přehlednému značení zajišťuje lepší orientaci a informovanost příjemců projektu. Instalací dřevěných mostků se současně zvyšuje bezpečnost lyžařů. Projekt má také pozitivní dopad na zlepšení informační infrastruktury v tomto oboru, prostřednictvím využití moderních technologií (GPS, internet). V tomto směru je také zvýšena konkurenceschopnost mikroregionu v porovnání s jinými oblastmi poskytujícími obdobné služby.

Projekty zaměřené na propagaci mikroregionu

Projekty jsou zaměřeny zejména na informovanost a poskytování informačních služeb s přidanou hodnotou v oblasti cestovního ruchu. Turisté mají možnost prostřednictvím realizovaných aktivit v rámci těchto projektů bezprostředního čerpání informací, ke kterým mají také snadnější přístup. Pozitivní dopad mají projekty zejména na podmínky zvýšení návštěvnosti mikroregionu. Jsou zde podpořeny nové služby v oblasti cestovního ruchu a díky zvýšené informovanosti turistů je předpokládáno zvýšení návštěvnosti některých atraktivit nebo památek mikroregionu, čímž také dochází k růstu příjmů ze vstupného. V rámci těchto projektů se také rozvíjí informační technologie (GPS, navigace, použití internetu k vyhledávání informací, využití on-line serverů pro rezervace ubytování atd.). Posiluje se image a všeobecné povědomí o mikroregionu (prezentace v časopisech, internetových serverech, prezentace na RegionTour Brno atd.). Projekt „Destinace cestovního ruchu Novoměstsko“ v podstatě doplňuje již realizované aktivity v rámci předchozích projektů a zkvalitňuje tak ještě více stávající služby. Nedochází zde k duplicitě produktů. Je předpokládán také nárůst návštěvnosti související s intenzivnějšími prezentacemi mikroregionu u příležitosti sportovních akcí a mediální kampaně pořádané prostřednictvím internetu a tisku ve spolupráci s partnery (České dráhy, sportovní klub).

Všechny výše zmíněné projekty se orientují na udržitelný cestovní ruch, snaží se maximálně využít šetrné volnočasové dopravy (cykloturistika, pěší turistika, běžecké lyžování). Důležitá je však zpětná vazba, tedy průzkum percepce výstupů projektu dotčenými skupinami osob – místními obyvateli v konfrontaci s percepcí aktérů veřejné správy.

Z dotazníkového šetření, které proběhlo v některých obcích v rámci mikroregionu Novoměstsko, vyplynuly poznatky, které také do určité míry korespondují s výsledky řízených rozhovorů mezi představiteli decizní sféry mikroregionu. Zvýšení cestovního ruchu veřejná správa podporuje a i zde se názory občanů s touto aktivitou ve velké míře setkávaly. Spokojenost se současným rozvojem mikroregionu se podle dotazníkového šetření u občanů setkala spíše s názory pozitivními. Další necelá polovina dotazovaných však v rozvoji viděla menší či větší nedostatky ve smyslu neúměrného rozložení zájmu o rozvoj ze strany veřejné správy a lokalizace projektů. Ta se do jisté míry s těmito názory

ztotožňuje a poukazuje na absenci některých aktivit, které by mohly zaplnit chybějící nabídku pro cestovní ruch, ale současně také pro obyvatele sledované oblasti. Zájem občanů o realizované aktivity, které přispívají k rozvoji oblasti, však lze považovat za nejednoznačně vyjádřený. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že se z převážné části občané o tyto aktivity moc nezajímají. Více než ve smyslu rozvoje cestovního ruchu přemýšlejí spíše ve smyslu rozvoje mikroregionu jako takového – například vyžadují více pracovních míst, opravu komunikací atd. Z jejich strany jsou tedy upřednostňovány jiné oblasti rozvoje, než na které se cíleně zaměřuje veřejná správa.

Spolupráce mezi občany a veřejnou správou podle našeho průzkumu v mikroregionu Novoměstsko funguje na standardní úrovni. Občané podle výsledků průzkumu také využívají možnost vlastních návrhů a námětů k ovlivnění rozvoje mikroregionu, i když v menší míře než jiné aktivity, jako je například účast v komisích, na zasedáních a také žádost o informace. Veřejná správa v tomto směru s občany spolupracuje.

Na otázku zjišťující absenci služeb/infrastruktury/produktů v mikroregionu odpovídali shodně občané i veřejná správa. Obě skupiny oslovených vidí velký nedostatek v absenci infrastruktury.

Otázka směřující k prospěšnosti spolupráce obcí se setkala s pozitivní reakcí u převážné části respondentů. Toto potvrdila i veřejná správa, která ale dodala, že k takovéto spolupráci dochází spíše výjimečně, což je však zase v rozporu s publikovanými výsledky jiných autorů (např. Perlín, 2006).

Závěr

Z výsledků provedených v realizovaném průzkumu vyplývá poměrně vysoká projektová aktivita mikroregionu Novoměstsko v případě realizace regionální politiky formou podpory z dotačních a grantových schémat. Důležitá je však i v souladu s moderními trendy jejich evaluace a percepce ze strany beneficiantů konfrontována s pohledy veřejné správy zastupující decizní sféru. Z našeho výzkumu vyplývá, že obyvatelé mikroregionu Novoměstsko coby referenčního dobrovolného svazku obcí pozitivně kvitují kroky volených zástupců veřejné sféry, přičemž „třetí“ názorové plochy jsou jen v okrajových případech, kterých si je však decizní sféra vědoma. Metoda semi-strukturovaných rozhovorů konfrontující výsledky dotazníkového kvalitativního výzkumu potvrdila

silný nástroj evaluace projektového managementu mikroregionu. Specifická orientace na projekty cestovního ruchu je vzhledem ke geografickým determinantům území v mikroregionu Novoměstsko zvláště příhodná.

Literatura

- [1] Binek, J. a kol. (2007): *Venkovský prostor a jeho oživení*. Brno : Georgetown, 2007, 137 s. ISBN 978-80-86251-19-6
- [2] Blažek, J., Uhlíř, D. (2002): *Teorie regionálního rozvoje – nástin, kritika, klasifikace*. Univerzita Karlova v Praze : Nakladatelství Karolinum, Praha, 2002. 212 p. ISBN 80-246-0384-5
- [3] Galvasová, I., Binek, J., Chabičovská, K. a kol. (2007): *Spolupráce obcí jako faktor rozvoje*. Brno : Georgetown, 1. vyd. 140 s. ISBN 80-251-20-9
- [4] Chvojková, A., Květoň, V. a kol. (2007): *Finanční prostředky fondů EU v programovacím období 2007 – 2013*, 1.vyd., Praha, IREAS, Institut pro strukturální politiku, o.p.s. 2007. ISBN 978-80-86684-43-7
- [5] Ilbery, B. et al. (1998): *The Geography of Rural Change*. Essex : Addison Wesley Longman Limited, 1998, 267 s. ISBN 0-582-27724-8
- [6] Leimgruber, W., Majoral, R., Lee, Ch-W. (2003): *Policies and strategies in marginal regions : summary and evaluations*. Aldershot : Ashgate, 2003. 384 s. ISBN 0754636275
- [7] Perlín, R. (2006): *The co-operation of rural municipalities – chance or condition of achievement*. Agricultural Economics - Czech, 52, 2006 (6), p. 263–272.
- [8] Sanoff, H. (1999): *Community Participation Methods in Design and Planning*. 1st ed., John Wiley and sons, 1999. 320 p. ISBN 978-04-713-5545-8
- [9] Smetanová, Z. (2011): *Možnosti rozvoje mikroregionu Novoměstsko*. Bakalářská práce (vedoucí: J. Trojan). Vysoká škola obchodní a hotelová, Brno, 2011. 64 s. + příl.
- [10] Svoboda, P. (2001): *Novoměstsko: turisticko-vlastivědný průvodce obcemi a jejich okolím*. 3. rozš. vyd., Tišnov, 2001. 263 s. ISBN 80-85799-97-9

- [11] Svozil, B., Trojan, J., Trávníček, J. (2010): *Community participation in local sustainability: methods of creating conditions for sustainable tourism in rural areas and the role of local primary school, case study Deblín, South Moravia*. Journal of Tourism, Hospitality and Commerce, Brno : Vysoká škola obchodní a hotelová, 1, 1, od s. 23-32, 68 s. ISSN 1804-3836. 2010.
- [12] Trojan, J. (2010): *Využití dotačních titulů coby nástroje regionální politiky pro rozvojové projekty venkova: case study Mikroregion Pernštejn*. In Ph.D. Workshop 2010 Proceedings. Ostrava : Institute of Geonics AS CR, 2010. od s. 74-79, 148 s. ISBN 978-80-86407-96-8.
- [13] Vaníček, J. (2010): *Projektový management v cestovním ruchu*. Distanční studijní opora. 1. vyd. Brno : Vysoká škola obchodní a hotelová, 2010. 90 s. ISBN 978-80-87300-08-4.
- [14] Věžník, A. (2007): *Možnosti rozvoje venkovského mikroregionu (na příkladu Jemnicka a Vranovska)*. In Česká geografie v Evropském prostoru. České Budějovice : Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2007.s. 774-779. ISBN 978-80-7040-986-2.
- [15] Wokoun, R. et al. (2008): *Regionální rozvoj. Východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování*. Linde Praha, a.s., Praha, 2008, 482 p. ISBN 978-80-7201-699-0
- [16] Woods, M. (2005): *Rural geography: processes, responses and experiences in rural restructuring*. London : Sage Publications, 2005. xiv, 330 s. ISBN 0-761-94761-2

Kontaktní údaje

Mgr. Jakub Trojan
 Laboratoř experimentální a aplikované geografie
 Vysoká škola obchodní a hotelová, Bosonožská 9 Brno
 e-mail: trojan@hospkolabrnno.cz

Bc. Zuzana Smetanová
 Ekonomicko-správní fakulta Masarykovy univerzity
 Lipová 41a, Brno
 e-mail: 401341@mail.muni.cz

Možnosti rozvoje cestovního ruchu se zaměřením na formy venkovského cestovního ruchu v oblasti Moravskoslezských Beskyd

Klára Václavínková

Abstrakt

Venkovský cestovní ruch patří v současnosti mezi oblasti s velkým potenciálem pro rozvoj. Mezi základní pojmy popisující tuto oblast patří venkovská turistika, trvale udržitelný rozvoj a agroturistika. V textu je uveden popis jednotlivých přírodních památek v oblasti Moravskoslezských Beskyd, demografické členění obyvatelstva a základní popis dopravní infrastruktury. Analytická část se zabývá zhodnocením potenciálu CHKO Moravskoslezské Beskydy z pohledu cestovního ruchu a v závěru jsou uvedeny možná doporučení pro podporu rozvoje v této oblasti.

Klíčová slova

Venkovský cestovní ruch, region, Beskydy, rozvoj

Úvod

Oblast Moravskoslezských Beskyd má z hlediska přírodních možností pro rozvoj venkovského cestovního ruchu velký potenciál. Venkovský cestovní ruchu a jeho konkrétní forma – agroturistika nám nabízí velkou škálu služeb a doprovodných programů, které pokryjí poptávku široké skupiny klientely. Následující text analyzuje oblast Moravskoslezských Beskyd z pohledu možností pro rozvoj venkovského cestovního ruchu, popisuje jednotlivé přírodní památky, nabízí pohled na demografické členění regionu a nakonec hodnotí potenciál této oblasti pro rozvoj dané formy cestovního ruchu. V závěrečném shrnutí se zabývá zhodnocením a navrhuje možná řešení.

1. Základní pojmy

Venkovský cestovní ruch patří společně s ekoturistikou do skupiny zelený cestovní ruch. Cílem je návrat k přírodě a ekologické počinání. Do venkovského cestovního ruchu patří agroturistika, vesnická turistika, ekoagroturistika a chataření, chalupaření [3].

Venkovská turistika je forma cestovního ruchu, jejíž aktivity jsou bezprostředně spjaté s přírodou, krajinou a venkovským prostředím. Někdy je známá pod názvem "zelená turistika". Představuje soubor přírodních a kulturních atraktivit: sport, kulturu, řemesla, školy v přírodě, ubytovací zařízení převážně nižších kategorií a další speciální nabídku služeb. Její zvláštnost spočívá v decentralizaci ubytovacích zařízení, což umožňuje rozmělnit četnost turistů, a tak eliminovat negativní dopady, které s sebou nese "organizovaná turistika" (tzv. masová turistika - ohromné soustředění lidí v turistických centrech, devastace krajiny po dobu turistické sezony ap.) [4].

Charakter venkovské turistiky je dán decentralizovaným ubytováním s nízkou kapacitou, nabízí se téměř rodinné zázemí a individuální přístup k potřebám zákazníka. Venkovský cestovní ruch je skvělou možností, jak strávit zdravou dovolenou v přírodě a ve společnosti svých blízkých. Vychází z myšlenky trvale udržitelného rozvoje, který si klade za cíl ochranu přírody.

Trvale udržitelný rozvoj lze charakterizovat jako takový rozvoj, který zabezpečuje uspokojení současných potřeb, aniž by ohrozil možnosti uspokojení potřeb generací budoucích. Udržitelný rozvoj turistiky má vést k řízení všech zdrojů, a to tak, aby byly uspokojeny ekonomické, sociální a estetické potřeby při zachování kulturní integrity, nejdůležitějších ekologických procesů, biologické různorodosti a procesů, které umožňují život. Produkty udržitelné turistiky jsou produkty, které fungují v souladu s místním životním prostředím, společností a kulturou tak, aby z nich životní prostředí, společnost a kultura měly užitek, a aby se nestaly obětí rozvoje turistiky.

Agroturistika je specifická forma venkovské turistiky, představuje bezprostřední vztah k využívání přírody a krajiny venkova, přímý vztah k zemědělským pracím nebo usedlostem (budovám) se zemědělskou funkcí, je provozována podnikateli v zemědělské prvovýrobě jako vedlejší

doplňková činnost, sloužící k získání dodatečných finančních prostředků s tím, že zemědělská činnost je dominantní [3].

Agroturistika je také doplňková činnost hlavní zemědělské výroby může být doplňkovým zdrojem příjmů farmy nebo zemědělského podniku, přináší existenční jistotu, výrazně finalizuje produkci podnikatelských subjektů tím, že výhodněji mohou zpeněžit vlastní výrobky, ubytovací kapacity, dokonce i technologický proces a prostředí farmy, hospodářského domu, pole, louky i krajinu, vytváří podmínky pro hospodaření i na méně výnosných či dokonce ohrožených zemědělských farmách a podnicích, vytváří dodatečný odbyt zemědělských výrobků a je stimulem pro rozšíření výroby. Provozování agroturistiky vyžaduje určitý stupeň vybavenosti zemědělské usedlosti a tím se zvyšuje celkový standard zemědělských domácností [7].

2. Moravskoslezské Beskydy

Území Moravskoslezských Beskyd se rozprostírá ve východní části České Republiky a probíhá podél hranice se Slovenskou republikou. Rozkládá se na území okresů Frýdek – Místek, Nový Jičín, nebo kolem měst Valašské Meziříčí a Rožnov pod Radhoštěm, které jsou součástí okresu Vsetín. I když je oblast převážně řídko osídlená, celkový počet obyvatel těchto krajů převyšuje 400 000 obyvatel.

Popis chráněné krajinné oblasti - CHKO

Chráněná krajinná oblast Beskydy byla zřízena v roce 1973. Má za úkol chránit přírodu a krajinu Moravskoslezských Beskyd, Vsetínských vrchů a Javorníků. Díky rozloze 1200 km² je naší největší chráněnou krajinnou oblastí v republice. Je jediným územím v České republice, kde žijí zároveň medvědi, vlci i rysi a kde najdete tolik zachovalých zbytků původních karpatských lesů. Později valašská a pasekářská kolonizace způsobila v horách známý krajinný ráz, který je typický pro celé Západní Karpaty a to jsou louky, pastviny s orchidejemi a jalovci, políčka a meze vysoko v horách. Celé území Beskyd je také zařazeno v Evropských významných lokalitách a jsou zde dvě Ptačí oblasti. Proto je tedy oblast součástí soustavy evropských chráněných území Natura 2000 [13].

Nejcennější lokality chráněné krajinné oblasti jsou chráněny jako národní přírodní rezervace, které mají nad sebou tu nejpřísnější ochranu, dále přírodní rezervace a přírodní památky. Na území chráněné krajinné oblasti Beskydy je prozatím vyhlášeno padesát chráněných lokalit, z čehož zhruba třičtvrtina náleží Moravskoslezským Beskydám. Tato takzvaná maloplošná zvláště chráněná území jsou v terénu značena tabulí se státním znakem a hranice tohoto území jsou vymezeny dvěma červenými pruhy na stromech. Mezi čtyřicet zvláště chráněných lokalit v Moravskoslezských Beskydech patří přírodní rezervace Čerňavina, Velký polom, Travný, Travný potok, Malenovický kotel, Mazácký Grúník, Zimný potok, Poledňana, Draplavý, Bučací potok, Smrk, Malý Smrk, Studenčany, V Podolankách, Klíny, Nořičí, Huštýn, Trojačka; přírodní památky Motyčanka, Kyčmol, Byčinec, Obidová, Vodopády Satiny, Pod Lukšincem, Ondrášovy díry, Podgrůň, Kněhyňská jeskyně, Velký kámen, Zubří, Rákosina ve Stříteži, Poskla, Pod Juráškou, Kudlačena, Kladnatá – Grapy, Lišková; národní přírodní rezervace Mionší, Mazák, Kněhyně, Radhošť a Salajka.

Přírodní památky CHKO Beskydy

NPR Radhošť je představována velmi prudkým podhřebenovým severním svahem nejznámější beskydské hory Radhošť, sahá až po rozsochu Mjaší v délce 2,8 km. Motivem ochrany je rozsáhlý komplex porostů vrcholových partií Radhoště, vystavený v hřebenových polohách severních a severovýchodních svahů nepříznivým klimatickým vlivům, zejména sněhu a námraze.

PP Ondrášovy díry představuje jeskynní systém na rozeklaném temeni rozsochy Lukšince. Chrání se zde podzemní systém pseudokrasových puklinových a rozsedinových jeskyní a jejich ekologických funkcí. Tato přírodní památka je ojedinělá zoologická lokalita s koloniemi ohrožených druhů netopýrů.

PP Vodopády Satiny představuje unikátní část toku říčky Satiny. Jedná se o přibližně jeden km dlouhý úsek, který má místy charakter soutěsky o hloubce až 15 m, s několika vodopády, peřejemi, přehrádkami a dalšími zajímavými tvary. Nachází se v masivu Lysé hory v údolním zářezu Satiny. Chráněná je unikátní geomorfologická a geologická lokalita v rámci flyšových Karpat.

PR Travný se rozkládá na západním svahu hory Travný od vrcholu až po úpatí k toku říčky Mohelnice. Chrání se zde fragmenty přirozených porostů pralesovitého charakteru v komplexu bučin v širokém rozpětí vegetačních stupňů od montánní olšiny po zakrslou bukovou smrčinu.

NPR Mionší patří k nejznámějším rezervacím v Moravskoslezských Beskydech a svou rozlohou k největším pralesům v České republice. První územní ochrana pralesa Mionší se datuje již od roku 1922. Cílem je ochrana zbytků jedlobukového karpatského pralesa s javorem klenem a smrkem v Moravskoslezských Beskydech s mozaikou drobných zbytků lesních luk a pastvin (polan), pramenisky a skalkami, s bohatou faunou a flórou. V minulosti bylo možné navštívit prales Mionší s průvodcem po zřízené naučné stezce. Těmito návštěvami však prales značně utrpěl, a tak od 1. ledna 1989 byla tato stezka z důvodu zachování nerušeného přírodního prostředí pro rozmnožování a úkryt řady vzácných druhů živočichů pro veřejnost uzavřena. Vstup do NPR Mionší je i nadále přísně zakázán.

PP Pod Lukšincem tvoří horské květnaté louky, které se nacházejí ve spodní části severovýchodně orientovaných svahů Lukšince - jedné z rozsoch Lysé hory. Hlavním předmětem ochrany byla populace rostliny hořce bezlodyžného. Ten byl ale počátkem 80. let 20. století vyhuben, nadále zůstává chráněna druhově bohatá květnatá horská louka s výskytem chráněných druhů rostlin.

PP Kněhyňská jeskyně je rozsáhlý vertikální jeskynní systém, který se nachází na jihovýchodním svahu hory Kněhyně v Radhošťské hornatině v Moravskoslezských Beskydech. Předmětem ochrany je zachování jedinečného fenoménu pískovcového pseudokrasu v centrální oblasti výskytu mocných godulských vrstev s nejhlubší pseudokrasovou propastí v České republice.

NPR Mazák jsou význačné beskydské jedlobukové pralesy a klimaxové smrčiny. Nachází se na prudkých západních svazích pod vrcholem Lysé hory. Předmětem ochrany je zachování porostů pralesovitého charakteru blízkých přirozené druhové skladbě. Ve vrcholové části je vylišený osmý lesní vegetační stupeň, který je v Moravskoslezských Beskydech velmi ojedinělý. Obdobná lokalita se nachází pouze na vrcholu Smrku.

PR Smrk tvoří vysokohorský smrkový les a smíšené porosty ve vrcholové a podhřebenové oblasti na prudkých jihovýchodních a severozápadních svazích izolovaného masívu Smrku. Cílem ochrany jsou zbytky

přirozených smrkových bučin s příměsí jedle bělokoré a javoru klenu se zachovanými dynamickými procesy probíhajícími v přirozených ekosystémech. Střídají se různé typy přírodních stanovišť od pramenišť po kamenité až balvanité sutě.

NPR Kněhyně zaujímá vrchol a přilehlý prudký svah Kněhyně a nehluboké sedlo oddělené masívem Čertova mlýna. Zájmem ochrany je jedinečný zbytek přirozených lesních porostů s bohatou škálou lesních typů v exponovaných polohách s typickou faunou, flórou a pseudo-krasovými jevy.

NPR Salajka je karpatský jedlobukový prales na severním svahu hraničního hřebene Moravskoslezských Beskyd v pramenné oblasti pravých přítoků Bílé. Jeden z nejzachovalejších a nejznámějších jedlobukových původních karpatských přirozených lesů v Beskydech s mimořádně silnými jedlemi, přes 60 let bez úmyslných těžebních zásahů.

PR Bučací potok je část levostranného přítoku řeky Ostravice o celkové délce asi 1260 m. Snaží se o uchování a ochranu výjimečného ekotopu Bučacího potoka, který je jedinečný svými kaskádami a existencí jednoho z největších vodopádů v moravské a slezské části Karpat, se zachovalými zbytky suťových lesů a výskytem chráněných a ohrožených druhů rostlin a živočichů patří mezi skvosty tohoto území.

PP Zubří tvoří vlhká louka v zahradě u rekreačního domku č. p. 173 na severním okraji obce Zubří v údolí Zuberského potoka. Nachází se v Rožnovské brázdě v nadmořské výšce 395 m. Tato louka je typická svou bohatou populací šafránu karpatského, je to jeden z mála dochovaných fragmentů původní lokality podél Zuberského potoka.

Demografické členění oblasti

Obyvatelstvo chráněné krajinné oblasti Moravskoslezské Beskydy představuje pouze malou část počtu obyvatel všech okresů nacházejících se na území. Podíl obyvatel okresů Frýdek – Místek, Nový Jičín a Vsetín je pouhých 7 % pro celou oblast. Celkový počet obyvatel je 37 108 obyvatel nerovnoměrně rozmístěných v jednotlivých okresech, Největší koncentrace obyvatel se nachází v okrese Vsetín, kde počet obyvatel 22 851 představuje 16 % z celého okresu a 61,5 % z celého území chráněné krajinné oblasti. To je ve srovnání s ostatními okresy

výrazný podíl. Takto vysoké procento počtu obyvatel je dáno právě tím, že na území vsetínského okresu se nachází Rožnov pod Radhoštěm, který má jako jediný z celé chráněné krajinné oblasti Moravskoslezské Beskydy statut města. S celkovým počtem obyvatel 16 871 je nejlidnatějším městem v celé oblasti a díky své výhodné poloze na hranicích mezi Moravskoslezskými Beskydy a Javorníky, je také centrem správy celé chráněné krajinné oblasti Beskydy.

Na rozdíl od Vsetínského okresu, kde se nachází převážná většina počtu obyvatel, ale pouze 3 další obce, se v okrese Frýdek – Místek nachází největší počet obcí v oblasti. V tomto okrese se nachází 13 obcí situovaných převážně v údolích pohoří Moravskoslezských Beskyd a nejlidnatější je obec Mosty u Jablunkova s počtem 3 936 obyvatel. Celkově má oblast v tomto okrese 11 945 obyvatel, což představuje 6 % z celého okresu a 32 % z chráněné krajinné oblasti. V okrese Nový Jičín se nachází pouze jedna obec, která se do území zařazuje. Má 2 332 obyvatel, které představují 2 % z okresu a 6 % z oblasti.

Průměrný věk obyvatel 40,9 let dokazuje, že převážná většina obyvatel v oblasti je ekonomickou silou, která se soustředí nejvíce opět v okrese Vsetín. Jedni z nejstarších obyvatel se nacházejí kolem města Jablunkova v obcích Mosty u Jablunkova a Milíkov u Jablunkova. Poměr mezi počtem žen a mužů je zde poměrně rovnoměrný a žádná obec v tomto ohledu nepřevažuje.

Počet obyvatelstva se v daném území časem mění. Je to dáno přirozeným přírůstkem, či úbytkem, nebo stěhováním populace. Přirozený i celkový přírůstek dosáhl během roku 2009 záporných hodnot. Vystěhovalí obyvatelé převažují nad přistěhovanými a v malých obcích je to více než zřetelné. Tento fakt poukazuje na to, že je v oblasti stále docela vysoká nezaměstnanost, protože většina území chráněné krajinné oblasti se nachází v Moravskoslezském kraji, a lidé se musí odstěhovávat do větších měst za práci. Pokud se v oblasti nezačne projevovat trend dnešní doby, stěhování z velkých měst na vesnice za klidem venkova, celkový přírůstek se v důsledku umírání starší populace a vysoké nezaměstnanosti bude nadále snižovat.

Dopravní infrastruktura

Dopravní infrastruktura patří v každém ohledu k významným parametrům pro případný rozvoj oblasti. V oblasti Moravskoslezských Beskyd je

nekvalitní a zejména stav silniční sítě a napojení celého kraje na českou mezinárodní dálniční síť je slabé. Infrastrukturu v oblasti zajišťují především silnice 1. třídy a stav okolních silnic v kraji typu 1. – 3. třídy také není dostatečně kvalitní, což samozřejmě znesnadňuje dostupnost oblasti. V současné době je ve výstavbě úsek dálnice D1 z Bohumína do Bílovce, který by měl zajistit napojení na důležité dopravní tepny. Oproti silniční dopravě poskytuje železniční síť obstojné spojení jak s Českou republikou, tak i se zahraničím. Velká část tratí se modernizuje a tím se také zlepšuje dostupnost celé oblasti.

Nejbližším spojením s leteckou sítí je Letiště Leoše Janáčka v Ostravě-Mošnově, které poskytuje spojení s Prahou, Vídní, Mnichovem či Splitem. V roce 2007 byla otevřena nová odletová hala.

3. Popis jednotlivých atraktivit CHKO Moravskoslezské Beskydy a jejich možnosti využití pro venkovský cestovní ruch

Následující kapitola popisuje jednotlivé atraktivity této oblasti, všechny do jednoho může využít provozovatel agroturistického zařízení pro svoji činnost. Kulturní památky ve spojení s folklorními akcemi dokážou návštěvníka této lokality opravdu mile překvapit a společensky obohatit. Najdou se zde aktivity, které dokážou uspokojit kteroukoliv zájmovou skupinu, ať už jsou to aktivní lidé, nebo ti, kteří dají přednost odpočinku. Spokojený pobyt se zde dá nalézt ve třech základních komponentech. Příroda, kultura a dobrodružství.

Přírodní památky oblasti Moravskoslezských Beskyd byly již podrobně popsány v předchozím odstavci. Dále následuje podrobný popis nové krajinné oblasti v Beskydech, která přibyla v roce 2011 a je to chráněná lokalita Lysá Hora.

PR Lysá hora představuje zbytky původních lesních porostů horských smrčín ve výškovém rozpětí 860 až 1 315 m n. m. Nachází se na východním úbočí Lysé hory (1323 m n. m.) v Lysohorské hornatině v Moravskoslezských Beskydech. Předmětem ochrany této rezervace jsou fragmenty původních porostů horských smrčín na východním úbočí Lysé hory a ochrana přirozených procesů, které umožňují existenci řady

vzácných a ohrožených druhů rostlin i živočichů. Vyhlášením PR Lysá hora, včetně ochranného pásma jižně od vrcholu, došlo k integraci maloplošných zvláště chráněných území ve vrcholové části Lysé hory (NPR Mazák, PR Malenovický kotel a PR Lysá hora). Jako celek je tak účinně chráněn jedinečný fenomén nejvyššího vrcholu Moravskoslezských Beskyd. Rezervace je také součástí Ptačí oblasti Beskydy. Předmětem ochrany jsou populace čápa černého, jeřábka lesního, tetřeva hlušce, kulíška nejmenšího, puštíka bělavého, žluny šedé, datla černého, strakapouda bělohřbetého, datlíka tříprstého, lejska malého a jejich biotopy.¹

Mezi kulturní památky můžeme zařadit přírodní ale zároveň nejstarší kulturní důkaz o pobytu člověka. Je to jeskyně Šipka u Štramberku pocházející ze starší doby kamenné asi před 40 000 lety. Jsou zde jasné známky toho, že se zde tehdy usídlila skupina neandrtálských lidí, u vchodu do jeskyně byla objevena dětská čelist a dále v jeskyni bronzové nástroje. V období gotiky vyrostly na území Moravskoslezských Beskyd četné hrady, z nichž nejvýznamnější jsou Hukvaldy, Starý Jičín, několik dochovaných zřícenin Šostýn, Rožnov pod Radhoštěm nebo třeba zbytky hradu na Landeku. Mezi největší kulturní poklady patří velké množství vystavěných dřevěných kostelíků, jejichž většina patří k chráněným kulturním památkám s mnoha dřevěnými soškami, řezbami a obrazy známých umělců a další vzácné nástěnné malby. Jsou to například kaple svatého Cyrila a Metoděje Radhošť v oblasti Trojanovic, Kostel sv. Petra a sv. Pavla v oblasti Albrechtic u Českého Těšína, kostel svatého Bedřicha v Bílé, kostel Panny Marie, pomocnice křesťanů v Gruňi, filiální kostel Božího Těla v Gutech a mnoho dalších. Další kulturní památky jsou záměčky (Žerotínský, Frýdecký), pomníky (partyzánského hnutí na Moravce, pomník padlých ve Frýdlantě nad Ostravicí), technické památky (telekomunikační věž na Lysé hoře, technické muzeum tatra Kopřivnice) a rozhledny (Prašivá, Bílá hora, Štramberská truba).

Oblast Moravskoslezských Beskyd je oblastí s bohatou kulturní tradicí, kterou můžeme vidět skoro na každém kroku. V současné době ji připomínají **folklórní festivaly**, čerpající z umění řady špičkových

¹ <http://nature.hyperlink.cz/Beskydy/> [29.9.2011].

souborů lidových písní a tanců, četné jarmarky a jiné zábavné doplňky těchto akcí. Jedním z nejvýznamnějších festivalů jsou folklorní slavnosti „Gorolski Świąto“, jejichž věhlas sahá až za hranice České republiky. Tento festival je totiž festival mezinárodního typu a svou specifickou atmosférou a programem si našel své příznivce nejenom v celé České republice, Polsku, Slovensku, ale i v celé řadě zemi Evropy. Mezi další folklorní akce můžeme zařadit Lomňanské jarmarky, které se konají v obou těchto obcích, Slezské dny v Dolní lomné anebo také velice významné akce města Rožnova pod Radhoštěm, jehož valašský folklor je také velice populární. Díky Valašského muzea v přírodě můžeme v Rožnově navštívit nespočet akcí, které se odvíjejí podle roční doby a většinou se opakují každý rok. Je to každoroční masopust, Velikonoce na Valašsku, stavění máje, zvonečkový, nebo starodávný jarmark a samozřejmě nesmí chybět Valašské Vánoce společně s živým betlémem.

3.1. Možnosti turistického vyžití v oblasti CHKO Beskydy

a) Pěší turistika

Zde lze zařadit formy cestovního ruchu jako lesní turistika a turistika zážitková. Oba trendy samozřejmě přináší pozitiva i negativa. Pozitivem u zážitkového cestovního ruchu je vyhledávání a prožívání sociálních kontaktů a kontaktů s přírodou a kulturním prostředím. V oblasti se nachází dostatek peších tras, ať už to jsou naučné stezky, náročnější výšlapy, nebo prosté procházky po krásách přírody. Jednou z nejvýznamnějších tras Moravskoslezských Beskyd je v pralese Mionší, kde se nachází okružní naučná stezka, která je sezonní a vyhrazena pouze pro pěší turistiku. K dalším neméně důležitým a velice atraktivním trasám patří například trasa Pustevny-Radhošť, za sochou boha Radegasta; výšlap na Lysou horu, Naučná stezka Gruň - Bílý Kříž, Naučná stezka Prameny řeky Morávky a výšlap na Javorový vrch nebo Ostrý.

b) Turistika

Turistika je pro oblast Moravskoslezských Beskyd naprosto zásadní a podstatné odvětví. Zúčastňuje se ho každý rok mnoho návštěvníků a samozřejmě se zde nabízí pestrá škála toho jakou turistiku praktikovat a ve které části Beskyd pro nás bude nejlákavější.

c) Cykloturistika

V oblasti je velké množství cyklotras od II. až po IV. třídu. Mnoho z nich má speciální značení s evidenčním číslem cyklotrasy a kilometrůž. Na kolech je možné projezdit trasy jako okruh kolem Žermanické přehrady o délce 46 km; Beskydský okruh s délkou 24 km; z Pusteven přes Martiňák, Čeladnou do Ráztoky, délka 29 km; Z Bílé na Kozí hřbety a zpět, délka 18 km. Všechny trasy samozřejmě nabízejí plno zajímavých zastávek během cesty, kde můžeme využít jak nejrůznější prohlídky kulturních nebo přírodních památek, tak také posezení v některých chatách, restauracích nebo penzionech. K dispozici jsou také půjčovny kol [12].

d) Zimní sporty

Velké množství ski areálů se rozděluje do několika oblastí, mezi které se řadí oblast Bílá, Čeladná, Frýdek – Místek, Grůň, Javorový, Malenovice, Morávka, Ostravice, Pustevny a Těšínsko. Mezi největší a nejatraktivnější se řadí ski areál Bílá, který jako jediný z celých Moravskoslezských Beskyd má v provozu sedačkovou lanovku. Lyžařský areál v Bílé se nachází v údolí řeky Bílá Ostravice a je tvořen řadou sjezdových tratí od závodní sjezdovky s homologací FIS, přes sjezdovky střední obtížnosti, až po sjezdovky pro začátečníky a výuku dětí. Součástí areálu je snowpark pro snowboarding. Dalším velice atraktivním zimním střediskem, každoročně navštěvovaným velkým počtem návštěvníků je ski areál Mosty u Jablunkova. Toto zařízení je unikátní v celé České republice se zaměřením na celoroční volnočasové aktivity. Bohatá nabídka služeb areálu je ojedinělá jak svou rozmanitostí, tak cenami. V zimní sezoně nabízí 3 upravované sjezdovky o celkové délce 2100 m, umělé zasněžování, intenzivní osvětlení sjezdových tratí, snowpark, lyžařskou školu, 44 km upravovaných běžeckých tratí, značkový ski servis, stanoviště horské služby a bobovou dráhu s celoročním provozem. Nejdelší sjezdovka, která je zároveň nejdelší zasněžovanou sjezdovkou v Beskydech, se nachází ve ski areálu Řeka a měří 1300 m.

Běžecké tratě se obvykle nacházejí v blízkosti samotných ski areálů, v oblastech Lysé hory, Ostravice, Čeladné a Moravky. Významnou je dozajista Lysohorská magistrála, která má tři trasy A, B, C. Nejdelší z nich je trasa B, která vede z Albínova náměstí Malenovickým kotlem na

Ivančenu, dále na Labažky, Zimný a na vrchol Lysé hory a má délku 13 km.

e) Chataření a odpočinek

Forma relaxace je také prezentována fenoménem chataření a chalupaření. Tento typ turistiky vznikl jako reakce na přetrhání vtažů mezi městem a venkovem v období kolektivizace.

f) Lesní turistika

Další formou odpočinku je lesní turistika, motivem účastníka je pak pobyt v lesním prostředí a jeho pozorování.

g) Hipoturistika

Hipoturistika bývá součástí doprovodných programů venkovské turistiky a také specifickou formou agroturistiky. V oblasti se nachází jak malé ranče, tak i velké jízdárny. Mohou jezdit začátečníci, pokročilí, jednotlivci i skupiny. Jedny z nejatraktivnějších zařízení situovaných do krásné přírody patří například Prosper Horse Ranch Čeladná. Stáj je zaměřená na rekreační ježdění ve westernovém stylu. Všem zájemcům nabízí široké spektrum služeb, především westernové ježdění a výcvik koní s možností ustájení, v zimním období také trénink ve dvou temperovaných halách. Nebo sportovní klub Skalický Dvůr ve Frýdku-Místku, jízdárna se zaměřením na rekreační ježdění je umístěna na statku v krásné přírodě na úpatí Beskyd. V menším měřítku dá čas strávený na koních nalézt v Pensionu Jízdárna, Morávka.

4. Závěr

Závěrem můžeme říci, že CHKO Moravskoslezské Beskydy má velké možnosti, které jsou dané hlavně přírodou a rozmanitými lokalitami se statusem přírodních rezervací, národních přírodních rezervací a památek. Je zde také bohaté zázemí historicko – kulturních památek. Oblast má vzhledem k blízkosti hranic i velkou možnost návštěvy zahraniční klientely z Polska nebo Slovenské republiky. Ideální podmínky jsou zde hlavně dány velkým množstvím zalesněných ploch, což je velká možnost pro rozvoj zelených forem cestovního ruchu. Oblast nabízí také celoroční využití. Je tady velké množství lyžařských areálů, běžeckých tratí v zimních měsících a zařízení pro relax a wellness.

Oblast má potenciál dalšího rozvoje. Nabízí se modernizace lyžařských středisek, nalákání zahraniční klientely, větší propagace a hlavně využití nových forem cestovního ruchu, jako je právě agroturistika a ekoturistika. Je zde třeba také poukázat na využití trvale udržitelného rozvoje k podpoře konkurenceschopnosti a snažit se o další rozvoj turisticky atraktivních lokalit a čerpání národních a mezinárodních podpůrných programů, dotací.

Mezi přetrvávající **problémy** patří neustále se zhoršující kvalita silnic, neúčinná marketingová strategie a jistá stagnace zlepšování kvality služeb v zařízeních určených pro cestovní ruch. Dochází také k přetížení nejvýznamnějších turistických lokalit v zimním období (Mosty u Jablunkova, Bílá). Jako nedostatky může patřit špatná dopravní dostupnost některých turistických atraktivit a nekvalitní silniční značení, s tím související špatná kvalita místních komunikací a nedostatek parkovacích míst. V některých lokalitách nejsou zcela kvalitní ubytovací zařízení a setkáváme se i s nedostatečnou propagací oblasti. Problémem je také nízká nabídka služeb cestovních kanceláří. Ač blízkost hranic s Polskem nebo Slovenskem vyloženě vybízí zahraniční návštěvníky k návštěvě, je zde návštěvnost zahraničních turistů relativně nízká.

Potenciál rozvoje oblasti Moravskoslezských Beskyd je velký. Návštěvník zde nalezne, jak přírodní tak kulturní zajímavosti. Zařízení poskytující agroturistiku a další formy venkovského cestovního ruchu v regionu Moravskoslezských Beskyd postupem času přibývá. Klient zde nalezne venkovský styl života, relax a může využít pestré nabídky buďto agroturistických chalup a farem, nebo přímo určených jízďaren zároveň poskytujících ubytování. Problémem v tomto odvětví je nedostatečná propagace. Zákazníkům není agroturistika nabízena jako nový druh odpočinku, klient pak často o takovéto možnosti odpočinku a trávení volného času ani neví. Příkladem pro porovnání může být například wellness, velmi progresivně se rozvíjí, je propagován a lidé o této možnosti, jak se odreagovat vědí a využívají ji. Proč takto nezpropagovat agroturistiku? Tady je šance a je třeba ji využít. Z tohoto důvodu by hlavní prioritou poskytovatelů těchto služeb měla být výraznější propagace. Propagace formou webových stránek je v tomto případě nedostačující. Proto by se zákazníkům mělo neustále připomínat, jak důležitý je pro ně ten správný odpočinek. Jakou formou si ho mohou při agroturistice užít a co nového je možno ještě dále objevit v přírodě.

Vše by se dalo nabídnout formou intenzivní internetové propagace, případně propagačních letáčků v turistických informačních centrech a spolupráce s cestovními agenturami. Investice do propagace se brzy vrátí a provozovatel může získané prostředky využít pro další rozvoj svého zařízení, pro budování nových ubytovacích kapacit a doplnění služeb, doprovodných programů atd... Mezi doprovodné programy ve venkovské turistice a agroturistice patří: stravování, zemědělské činnosti, projížďky na koních, lov zvěře, rybaření, houbaření, historie, kultura, příroda, řemesla, zájezdní hostince, školy v přírodě, speciální klientela (vč. 50+). Může tak vzniknout agroturistické zařízení na vysoké úrovni, které uspokojí potřeby všech klientů s ohledem na šetrný přístup k přírodě a dodržování tradic.

Literatura:

- [1] BERÁNEK, J., KOTEK, P. Řízení hotelového provozu. Praha: Grada Publishing 1996.
- [2] BURIAN, M. První průvodce venkovskou turistikou aneb Jedou k nám hosté. Brno: ECEAT, 1999.
- [3] JANOTKA, K. Venkovská turistika a agroturistika. Pardubice: SOŠ CR, 1999.
- [4] KOSTKOVÁ, M., Udržitelný rozvoj venkova a cestovní ruch. Chrudim: Vodní zdroje Ekomonitor spol. s.r.o., 2010, ISBN 978-80-86832-52-4.
- [5] KOTLER, P., ARMSTRONG, G. Marketing. Praha: Grada Publishing, 2004.
- [6] NĚMČANSKÝ, M. Agroturistika. Karviná: SU OPF, 1996, ISBN 80-85879-36-0.
- [7] POUROVÁ, M. Agroturistika. Praha: PEF ČZU, 2002, ISBN 80-213-0965-2.
- [8] POLIAČIKOVÁ, E. Marketing I. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 2007, ISBN 978-80-8083-363-3.
- [9] VAŠTÍKOVÁ, M. Marketing služeb efektivně a moderně. Praha: Grada Publishing 2008.
- [10] ZELENKA, J. Trvale udržitelný rozvoj. České Budějovice: Životní prostředí, 1999, ISSN 0044-4863.

- [11] <http://nature.hyperlink.cz/Beskydy/>, [25.1.2011]
[12] <http://www.prazdninynavenkove.cz/>, [1.10. 2011]
[13] <http://www.beskydy.cz/Content/default.aspx>, [15.9.2011]
[14] <http://www.ubytovani-na-farme.cz/redakce/index.php?dr=634&lanG=cs&xuser=>. [28.9.2011]

Kontaktní údaje

Mgr. Václavínková Klára
Odborný asistent katedry cestovního ruchu
Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné
Univerzitní nám. 1934/3, 733 40 Karviná
e-mail : vaclavinkova@opf.slu.cz

Využití Integrovaného operačního programu pro tvorbu produktů cestovního ruchu

Jiří Vaníček

Abstrakt

Integrovaný operační program v jedné ze svých priorit podporuje tvorbu národních produktů cestovního ruchu a jejich marketingovou podporu. Příspěvek pak vymezuje postavení Integrovaného operačního programu (IOP) v rámci strukturálních fondů EU, definuje pojem národní produkt cestovního ruchu a jeho marketingovou podporu. Dále uvádí konkrétní příklad takového produktu, jehož realizace byla podpořena z IOP.

Klíčová slova

Integrovaný operační program, IOP, cestovní ruch, projekt, národní produkt cestovního ruchu, marketingová kampaň.

Strukturální a regionální politika EU

Mluvíme-li o politice regionálního rozvoje, je nutné připomenout důvody, pro které tato politika existuje, a které vedou k naplňování cílů v ní obsažených. Je neoddiskutovatelnou skutečností, že výkonnost jednotlivých území uvnitř národních celků není vyrovnaná, existují územní celky-regiony, které jsou prosperující, ale také existují regiony se stagnující ekonomikou, i regiony zaostávající za obecně vnímaným stupněm rozvoje. Snahou regionální politiky je, tyto rozdíly co nejvíce eliminovat, zmírnit, aby ekonomicky slabší regiony dosáhly určitého přijatelného stupně ekonomické prosperity a tím byla zajištěna i jejich sociální stabilita. Proto je také nutné chápat regionální politiku v nejtěsnější vazbě na ekonomické sektorové politiky i na politiku sociální a neomezovat ji pouze na ekonomickou stránku.

Cesty, které k naplnění cílů vedou, jsou v podstatě dvě. Jednou z nich je cesta, která klade důraz na institucionální zásahy do regionálního rozvoje. Jinými slovy, je to přístup, který je založen na silné roli „centra“ – institucí, které na sebe berou odpovědnost za územní rozvoj, a na

finanční podpoře ve formě dotací, zvýhodněných úvěrů, půjček, daňových úlev a dalších, především ekonomických nástrojů.

Druhou cestou je ta, která naopak zpochybňuje centrální intervenci s tím, že při ní dochází k deformaci podnikatelského prostředí, k preferenci jedněch před druhými, k tlumení podnikatelských aktivit a ke zvyšování závislosti podniků na centrálních rozhodnutích i zdrojích, k finanční náročnosti na veřejné prostředky. Za hlavní nástroj regionálního rozvoje je považován růst aktivity podnikatelských subjektů, ať již soukromých či veřejných, využití možností trhu, zabezpečení prosperity vlastními silami a také vlastní odpovědnost za dosažené výsledky. Je zřejmé, že každá z těchto cest má své přednosti i své nedostatky.

V současné době jde o to, jak v rámci regionální politiky využít přednosti obou přístupů. Je nezpochybnitelné, že hlavní roli v rozvoji regionů musí sehrát regiony samy – přesněji řečeno, musí efektivně využít potenciál, který ke svému rozvoji mají. Opírat by se přitom měly o svou podnikatelskou strukturu, měly by využívat podmínky, které zatím nejsou využívány nebo jsou využívány jen částečně, vyhledávat nové příležitosti, přičemž spojovacím článkem by byla motivace a následná aktivita lidského faktoru. Je rovněž nezpochybnitelné, že ne všechny regiony mají síly a hlavně prostředky k „nastartování“ ekonomického rozvoje. V tomto momentě jsou pak skutečně na místě centrální zásahy, které mohou vhodnou formou regionální aktivity povzbudit. Současná strukturální politika EU je po Společné zemědělské politice druhou finančně nejnáročnější oblastí (cca 30 % rozpočtu). Je proto velmi žádoucí, aby prostředky, které jsou na ni poskytovány, byly skutečně efektivně využity. Jedním z nástrojů centrální podpory rozvoje v regionech je právě IOP, včetně podpory cestovního ruchu.

Podpora cestovního ruchu z IOP^{1,2}

a) Struktura Integrovaného operačního programu

Řídícím orgánem je MMR. IOP obsahuje 5 tematických os, kde je popsána podpora v oblasti modernizace veřejné správy, podporuje se zavádění ICT v územní veřejné správě, zvýšení kvality a dostupnosti veřejných služeb a významná část se věnuje národní podpoře cestovního ruchu včetně území Hlavního města Prahy a tím je zajištěna součinnost s Operačním programem Praha – Konkurenceschopnost. Měly by být vesměs podporovány aktivity, které mají systémovou, resp.

národní povahu a kde je žádoucí, aby jejich realizace se dotkla celého území státu. IOP zahrnuje tyto prioritní osy:

1. Prioritní osa Modernizace veřejné správy

Na prioritní osu 1 je z fondů EU vyčleněno 334,5 mil. €, tj. 21,1 % IOP. Jde např. o výstavbu datových sítí pro potřeby služeb veřejné správy, elektronizaci služeb veřejné správy, a to i v oblasti justice (e-justice), daňové správy (e-komunikace) nebo celní správy, kultury (e-kultura), vzdělávání (e-učení), zdravotnictví (e-zdraví), dopravy (e-doprava), zaměstnanosti, sociální péče, hospodářství a archivnictví, digitalizaci vybraných datových zdrojů, vybudování širokopásmových bezdrátových přístupových technologií apod.

2. Prioritní osa Zavádění ICT v územní veřejné správě

Na prioritní osu 2 je z fondů EU vyčleněno 170,8 mil. €, tj. 10,8 % IOP. Je podporováno např. pořízení technologického řešení umožňující zvýšení využívání e-Governmentu v podmínkách územní veřejné správy, digitalizace vybraných datových zdrojů a zabezpečení jejich zpřístupňování všem oprávněným subjektům, zřizování tzv. kontaktních míst veřejné správy - zapojování regionálních a místních pracovišť k tzv. Czech Point, zapojování orgánů územní veřejné správy k systému sdílení dat, vybudování vysokorychlostních datových infrastruktur s vysokou propustností a širokopásmových bezdrátových přístupových technologií apod.

3. Prioritní osa Zvýšení kvality a dostupnosti veřejných služeb

Na prioritní osu 3 je z fondů EU vyčleněno 545,1 mil. €, tj. 34,5 % IOP. Podpora jde např. na investiční podporu procesu a zavádění jednotného přístupu v transformaci pobytových zařízení sociálních služeb v jiné typy sociálních služeb, investiční podporu služeb, které umožní návrat příslušníků nejvíce ohrožených sociálně vyloučených romských lokalit zpět na trh práce a do společnosti, modernizaci přístrojového vybavení a zvýšení úrovně technického zázemí zdravotnických zařízení, rozvoj koordinovaného národního systému motivace obyvatel ke zdravému životnímu stylu, modernizaci a inovaci infrastruktury pro prevenci poškození zdraví v důsledku známých chronických neinfekčních onemocnění, vybudování školících středisek služeb zaměstnanosti a spolupracujících organizací, podpora vybudování Národní logistické základny pro krizovou připravenost, modernizaci operačních středisek

IZS v krajích, vč. modernizace radiokomunikačního systému PEGAS, výstavbu a modernizaci operačních středisek Policie ČR apod.

4. Prioritní osa Národní podpora cestovního ruchu

Na prioritní osu 4 je z fondů EU vyčleněno 65,2 mil. €, tj. 4,1 % IOP, tedy relativně malá část prostředků tohoto operačního programu. Jde především o zavedení národního informačního a rezervačního systému, zavádění a informační podporu národních a mezinárodních standardů ve službách cestovního ruchu (certifikace, metodika apod.), prezentaci a propagaci kulturního a přírodního dědictví, kulturního průmyslu a služeb s využitím pro cestovní ruch na národní úrovni, podporu prezentace ČR jako destinace cestovního ruchu.

5. Prioritní osa Národní podpora územního rozvoje

Na prioritní osu 5 je z fondů EU vyčleněno 420,9 mil. €, tj. 26,6 % IOP. Jedná se např. o budování a zefektivnění celostátně působících center identifikace, dokumentaci, uchování, prezentaci a využití nemovitého kulturního dědictví ČR, revitalizaci veřejných prostranství v rámci problémových sídlišť (úpravy sídlištního prostoru), ekologické a energeticky efektivní sanace bytových domů, odstranění statických poruch nosných konstrukcí a opravy konstrukčních nebo funkčních vad konstrukce domu, opravy, rekonstrukce technického vybavení domů, podporu tvorby a aktualizace územních plánů obcí apod.

6. Prioritní osa Technická pomoc

Na prioritní osu 6 je z fondů EU vyčleněno 45,9 mil. €, tj. 2,9 % IOP. Podporováno bude financování aktivit spojených s řízením programu, např. platy pracovníků zapojených do řízení IOP, výběr projektů, monitoring projektů a programu, zpracování studií a analýz, publicita programu, podpora schopnosti potenciálních příjemců čerpat finanční prostředky z programu apod.

b) Oblasti podpory cestovního ruchu v IOP

Prioritní osa 4a – Národní podpora cestovního ruchu – Cíl Konvergence, Prioritní osa 4b – Národní podpora cestovního ruchu – Cíl Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost. Prioritní osa 4a zahrnuje podíl aktivit programu podporovaných v regionech spadajících do cíle Konvergence. Prioritní osa 4b zahrnuje podíl aktivit programu

podporovaných v regionech cíle Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost (RKaZ), tj. na území hl. města Prahy. Ani jedna z prioritních os není zaměřena na přímou podporu infrastruktury CR, ta je podporována pouze z Regionálních operačních programů. Cílem prioritních os 4a, 4b je podpora vytvoření základního prostředí a nezbytných podmínek pro rozvoj CR na národní úrovni. Ve prospěch jeho efektivního rozvoje je nezbytné řídit a koordinovat některé aktivity CR z národní úrovně, což přispívá k vytváření vhodných podmínek pro rozvoj podnikání, růst konkurenceschopnosti a zaměstnanosti v této oblasti.

Prioritní oblast má národní a systémový význam na rozdíl od opatření v Regionálních operačních programech, která akcentují místní či regionální rozměr. Na prioritní oblast budou komplementárně navazovat intervence do oblasti CR z jednotlivých ROP. Propagaci spojenou s CR je nezbytné vést z národní úrovně (prezentace ČR jako destinace CR a součást destinace Evropa) i regionální úrovně (v ROP se počítá pouze s propagací příslušných regionů, nikoliv s propagací ČR jako celku). V opačném případě se ČR vystavuje riziku nekoordinovaného vývoje v tomto odvětví a ztráty možnosti vylepšení pozice na trhu CR. Také efektivní marketingová podpora CR na národní úrovni je jedním z klíčových předpokladů konkurenceschopného CR. Sledování vývojových trendů, změn na trhu je pro správné zacílení propagace, volbu nástrojů a distribučních cest nevyhnutné. Aby výsledky mohly být využívány jako podpora tvorby produktů na národní úrovni, musí šetření probíhat jednotnou metodikou na celém území ČR.

Podpora prezentace ČR bude realizována prostřednictvím tvorby a systémové propagace národních produktů CR (bohatství historie, aktivní dovolená, české lázeňství, kongresový a incentivní cestovní ruch a zážitková dovolená). Součástí propagace ČR budou i kampaně s vazbou na národní produkty CR. Komplexní přístup má za cíl zefektivnit propagaci ČR jako destinace CR.

Důležitou podmínkou konkurenceschopnosti nabídky CR v ČR je zvyšování a garance kvality nabízených služeb v zařízeních CR. Kvalita těchto služeb stále velmi kolísá, chybí jejich certifikace a standardizace. Pro úspěšný rozvoj CR v ČR je nezbytné zavádění národních a mezinárodních standardů ve službách CR. S tím úzce souvisí

i problematika spojená s profesionalizací všech subjektů působících v cestovním ruchu.

Zavedení informačního a rezervačního systému ČR včetně využívání jednotných standardů odpovídajících technickému vývoji v oblasti ICT ve službách CR představuje nezbytný předpoklad pro konkurenceschopnost ČRv odvětví CR. Ve srovnání s vyspělými destinacemi CR je využití moderních informačních a rezervačních systémů v ČR nedostačující.

Oblast CR v prioritních osách 4a, 4b navazuje na Koncepti státní politiky CR na léta 2007 – 2013, z níž vyplývá dělba práce mezi podporou realizovanou MMR a kraji či regiony soudržnosti. Podpořené oblasti budou eliminovat následující nedostatky v oblasti CR v České republice na národní úrovni:

- nedostatečné zavádění nových informačních technologií v cestovním ruchu,
- nedostatečně rozvinuté marketingové aktivity,
- nedostatečná kvalita služeb,
- nedostatečné využití a povědomí o potenciálu kulturního a přírodního bohatství

Globální cíl a specifické cíle prioritních os 4a, 4b v IOP

Zvýšit využití potenciálu území prostřednictvím národních, systémových intervencí v cestovním ruchu. Specifické cíle prioritních os 4a, 4b:

- zvýšení počtu subjektů napojených na rezervační systém CR,
- zajištění zvýšení kvality poskytovaných služeb CR jejich jednotnou certifikací a standardizací,
- zkvalitnění statistik a informací o cestovním ruchu,
- zvýšení počtu propagačních nebo marketingových produktů CR.

Finanční indikativní rámec prioritních os 4a, 4b:

Na prioritní oblast 4 připadá v rámci Cíle Konvergence (prioritní osa 4a) 3,82% a v rámci Cíle Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost (prioritní osa 4b) 0,3 % z celkové alokace IOP. Podpora v obou prioritních osách představuje ročně cca 10,18 mil. EUR (cca 285 mil. Kč),

což zhruba odpovídá rozsahu propagace zajišťované agenturou CzechTourism v letech 2004-2006.

Hlavní cílové skupiny – příjemci podpory prioritních os 4a, 4b:

- organizační složky státu a jimi zřizované příspěvkové organizace
- NNO
- zájmová sdružení právnických osob s celorepublikovou působností v ČR

Druhá a třetí skupina žadatelů musí prokázat minimálně tříletou historii a kontinuální činnost v oboru cestovního ruchu.

Podporované aktivity prioritní osy 4a:

- a) Zavedení národního informačního a rezervačního systému.
- b) Zavádění a informační podpora národních a mezinárodních standardů ve službách ČR. Na trhu ČR bude iniciován systém, který povede k zajištění standardů kvality poskytovaných služeb v cestovním ruchu.
- c) Podpora marketingu na národní úrovni a tvorby zdrojových databází (výzkum trhu, zaměřený tematicky a budou podporována statistická šetření, která budou sloužit pro dopracování a upřesňování Satelitního účtu ČR).
- d) Prezentace a propagace kulturního a přírodního bohatství, kulturního průmyslu a služeb s využitím pro cestovní ruch na národní úrovni.
- e) Podpora prezentace ČR jako destinace ČR. Předpokládá se realizace projektů, které budou podporu prezentace ČR řešit systémově.

Podpora cestovního ruchu v plánovacím období 2007 až 13 je především orientovaná na regionální operační programy. V Integrovaném operačním programu by měly být podpořeny projekty „neregionálního“ charakteru. Většina výzev pro podporu ČR je určena omezenému počtu žadatelů. Jedná se o aktivity určené pro Odbor cestovního ruchu MMR a pro CzechTourism. Jsou také vypisovány časově omezené výzvy určené širšímu spektru potenciálních žadatelů. Specifikou IOP je skutečnost, že některé prioritní osy jsou podporovány ze dvou cílů: Cíl Konvergence a Cíl Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost,

takže mohou o tyto projekty žádat subjekty na celém území České republiky, ale s tím, projekt má dopad na celé území ČR, včetně Prahy, když realizace projektu musí proběhnout nejméně ve 4 regionech NUTS II.

Produkt destinace cestovního ruchu

Vzhledem k tomu, že prioritní osa 4 a, b v podstatě podporuje tvorbu národních produktů cestovního ruchu a jejich marketingovou podporu, je třeba si definovat co je produkt destinace cestovního ruchu.

Vymezení produktu destinace

Každá destinace se snaží prodat svoji jedinečnost a postavit své produkty tak, aby byly diferencovány ať už kvalitou, využitím jedinečných, např. přírodních předpokladů či svou pestrostí od ostatních a uspěly na trhu. Každá destinace má své klíčové produkty (z dlouhodobého hlediska relativně spolehlivé co do objemu prodeje) a vedlejší produkty³.

Produkt cestovního ruchu se vyznačuje průřezovostí (spojuje ubytovací, stravovací a dopravní služby, služby turistických atrakcí, touroperatorů, organizací destinačního marketingu a další).

Produkt destinace se odvíjí od přirozených kulturně-historických a přírodních předpokladů nebo může být výsledkem dodatečných, umělých aktivit, vytvářejících materiálně-technickou základnu, resp. nabídku. Zdroje destinace lze rozdělit do tří skupin:

- fyzické (příroda, klima)
- sociálně-kulturní (kulturní dědictví, folklor ap.)
- ekonomické (poměr cena/kvalita, domácí a zahraniční investice do ČR).

Produkt destinace cestovního ruchu je vždy chápán jako kombinace dvou rovin:

- Rovina fyzická – souhrn původních nebo odvozených předpokladů.
- Rovina symbolická – souhrn iluzí, fantazie, představ a snů.

Jefferson a Lickorish vymezují produkt cestovního ruchu jako "...soubor vlastností fyzického produktu a charakteristických vlastností poskytovaných služeb společně se symbolickými asociacemi, které jsou očekávány k uspokojení přání a potřeb zákazníka. Často je proto potřeba

oddělit zákulisí a jeviště poskytovaných služeb, např. Hotelová kuchyně může být velmi rušné a rutinně pracující místo, avšak hotelová restaurace, kde se jídlo připravené v kuchyni servíruje, musí mít punc jedinečnosti a klient musí nabýt dojmu skutečného kulinářského zážitku bez ohledu na to, co se děje v zákulisí. Zážitek v destinaci závisí na kvalitě práce v zákulisí a na tom, jak dobře je oddělena a skryta od toho, co se děje na jevišti⁴. Produkty destinace lze členit do dvou na sobě závislých skupin:

- Tzv. destinační produkty (regiony, místa, tranzitní trasy),
- Tematické produkty (aktivity)

Regionální i tematické produkty jsou často strukturovány podle značek, což znamená prodej celé destinace pomocí prodeje všech nebo některých vybraných regionů pod jejich vlastními značkami. Přináší to jednoduchost a snadnou orientaci pro cílový trh. Produkty jsou zpracovány v různém rozsahu – hotové pakety a programy, připravené včetně termínů, cen a podmínek prodeje, nebo produkty připravené domácími operátory, popřípadě produkty připravené ve spolupráci obou.

Specifika národního produktu cestovního ruchu

Pro potřeby hodnocení projektů z oblasti cestovního ruchu a kvantifikace výstupu byl autor požádán, aby upřesnil pojmy týkající národního produktu cestovního ruchu a jeho marketingové podpory. Ze strany odboru strukturálních fondů EU na Ministerstvu pro místní rozvoj byl vznesen následující dotaz:

Na semináři pro žadatele vznikla diskuze nad tím, co je marketingová kampaň a jak určit cílovou hodnotu indikátoru v projektu. Žadatelům jsme doporučovali, aby jako cílovou hodnotu uváděli 1, protože budou propagovat 1 produkt s využitím určitého mixu marketingových nástrojů v určitém časovém období. Většinou se nestávalo, že by kampaň proběhla opakovaně. Vzniká otázka, jak se k výpočtu monitorovacího indikátoru "počet realizovaných marketingových kampaní" postavit? Lze vůbec definovat, co to je marketingová kampaň? Jak se nahlíží na propagační kampaň v čase? Pokud se kampaň za dobu realizace projektu např. každoročně opakuje, pak se dá hovořit o 3 kampaních?

Podle názoru autora je pojem "marketingová kampaň" zavádějící. Ve skutečnosti jde o marketingovou podporu nějakého produktu (výrobek, služba) a k tomu se využijí různé marketingové nástroje. V tomto smyslu

můžeme mluvit o využití marketingového mixu (u služeb 7 P - základní je price, product, promotion, place (distribuce) + rozšířený mix služeb, kde ještě využijeme další „P“ people, packing (programming) a partnership. Pak také můžeme mluvit jen o využití promotion - propagačním nebo komunikačním marketingovém mixu.

V případě národního produktu jde jen o propagaci, tedy komunikačním mixu (hlavním nástrojem je reklama - v různých formách). Znamená to, že u projektu z IOP, priorita 4 a, b jde stručně řečeno o propagační kampaň na podporu určitého produktu. Z tohoto hlediska lze navržené formy komunikačního mixu v projektu považovat za jednu marketingovou kampaň. Vzhledem k tomu, že na národní úrovni vytváříme jen "imaginární" produkt (u kterého není určena cena a zájemce si může vybrat z nabízeného balíčku služeb jen jednu nebo několik), pak skutečně můžeme realizovat jen propagační nebo komunikační kampaň na podporu takto vytvořeného produktu.

Co to je jedna „marketingová kampaň“, to nikde není definováno. Lze říci, že pokud průběh kampaně je každý rok stejný, pak jde o jednu kampaň. V projektu, který byl zpracován pro Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezsko (SHS ČMS) je jedna kampaň zaměřenou na zahraniční návštěvníky a realizuje se jeden rok a druhá je zaměřena na tuzemské návštěvníky. Obě používají různé formy propagace a jsou zaměřeny na různou cílovou skupinu a navíc používají různé nástroje komunikačního mixu. Pak v rámci projektu budou realizovány 2 „marketingové kampaně“. ⁵

Příklad konkrétního projektu podpořeného z IOP „Putování po historických městech Čech, Moravy a Slezska“

ČR je významnou destinací ČR, která je založena na množství historických, kulturních a technických památek a zajímavostí. Hlavním problémem ČR v ČR je skutečnost, že asi 57 % nerezidentů navštíví pouze Prahu. Přitom jsou v ČR předpoklady pro rozvoj kulturního ČR na celém území ČR. Ale i rezidenty je třeba seznámit s možnostmi putování za kulturními památkami v ČR. Tato nabídka nemůže být obecná, ale je třeba vytvořit konkrétní národní produkt, který by je oslovil, a tím by mnohem častěji trávili svou dovolenou v ČR.

Projekt se snaží prosadit na trh ČR nabídku nového produktu, která byla nazvána „Putování po historických městech Čech, Moravy a Slezska“.

Nabídka je využitelná jak pro příjezdový, tak pro domácí CR. SHS ČMS má jako organizace ideální předpoklady takovýto produkt CR nabídnout. Projekt se realizuje i z toho důvodu, že v tomto odvětví je doposud nízká úroveň partnerství mezi neziskovými či zájmovými organizacemi, podnikatelskými subjekty a obcemi. Produkt mohou nabízet jak destinační společnosti jednotlivých turistických regionů, tak i incomingové cestovní kanceláře. Projekt je tedy určen zahraničním i domácím cestovním kancelářím a taktéž jednotlivcům. Zvláště je třeba zdůraznit, že celosvětový trend směřuje ke stále menšímu zájmu turistů využívat služeb CK a CA a organizovat svou dovolenou ve vlastní režii. Společným motivem pro tuto nabídku je především poznání těch měst, která vykonala nejvíce práce v rámci Programu regenerace MPR a MPZ a která uspěla v soutěži iniciované v roce 1994 SHS ČMS a spolupořádané MK a MMR. V soutěži uspěly a mají zájem se podílet na projektu: Svitavy, Kadaň, Třeboň, Kroměříž, Klášterec n. O., Kutná Hora, Litomyšl, Nový Jičín, Prachatice, Spálené Poříčí, Česká Kamenice, Polná, Jindřichův Hradec, Šternberk. K propagaci národního produktu se využívají například městské slavnosti v jednotlivých městech, které jsou zaměřeny na podporu kulturního a městského CR. Byly stanoveny tyto základní priority tvorby projektu:

- Podpořit kulturní a městský CR v regionech s cílem zvýšit návštěvnost především v členských městech Sdružení. Je však třeba podporovat i další aktivity kulturního CR.
- Tvorba národního produktu kulturního cestovního ruchu musí vycházet z aktivit jednotlivých regionů, které budou vzájemně propojeny.
- Jednotlivé fáze projektu je nutné realizovat především formou služeb, aby byla zajištěna jejich profesionální realizace.
- Vytvoření národního produktu zajišťuje expertní skupina, která se podílela již na tvorbě regionálních aktivit a tím je zajištěna tvorba unifikovaného národního produktu, který podpoří domácí i příjezdový kulturní CR.
- Celkové náklady na realizaci projektu v průběhu let 2010 až 2013 budou činit necelých 10 mil. Kč.

Projekt má tři hlavní fáze:

- Tvorba národního produktu kulturního cestovního ruchu,
- Propagace a prezentace produktu na národní úrovni a v okolních státech
- Propagace národního produktu v regionech.

V přípravné fázi projektu proběhla následující výběrová řízení na zajištění těchto aktivit v rámci projektu:

- Výtvarná soutěž na logo a grafický manuál celého projektu.
- Zpracování a provoz internetových stránek projektu.
- Zpracování nabídky konkrétních regionálních aktivit pro turisty s možností pobytu v regionu po dobu 2, 3 nebo 7 dnů a to jak pro návštěvníky, kteří chtějí cestovat autem, pro milovníky pěší a cykloturistiky s možností vlastní dopravy nebo s využitím veřejné dopravy.
- Vytvoření národního produktu z regionální nabídky.
- Tisk všech propagačních materiálů pro turisty v rámci projektu.
- Výroba televizních záznamů z aktivit projektu a zpracování propagačních materiálů pro potřeby televizních spotů.⁶

Literatura

- [1] MELICHÁREK, M. Řešení modelových situací v cestovním ruchu. Praha: Idea servis, 2000. ISBN 8085970224.
- [2] MMR: Příručka pro žadatele a příjemce prioritní osy 4a,4b: Národní podpora cestovního ruchu. Vydání 01, platnost od 29. června 2010. K dispozici na www.mmr.cz.
- [3] VANÍČEK, J. Destinační marketing a management, spolupráce soukromého a veřejného sektoru. Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2006.
- [4] PALATKOVÁ, Monika. Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. 1st ed. 2006. ISBN 80-247-1014-5.
- [5] VANÍČEK, J. Marketing destinace - specifická forma marketingu služeb. Marketing & komunikace, 2010/2. s. 9-10. ISSN 12115622.
- [6] SHS ČMS: <http://www.historickeputovani.cz/>

Backing of tourism from Integrated Operational Program for the formation of tourism products

Abstract

The IOP includes 6 priority axes dividing the operational program into logical units and those are further specified by means of the so-called intervention areas, which define the types of projects that may be supported within the respective priority axes. One of it is support of creation of tourist national products and its promotion. The article presents the experience of author with creation and management of this kind of projects.

Key words

Integrated Operational Program, IOP, tourism, project, national product of tourism, marketing promotion.

Kontaktní údaje

doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc.

Vysoká škola polytechnická Jihlava, Tolstého 16, 586 01 Jihlava

tel.: 567 141 130

fax: 567 300 727

e-mail: vanicek@vspj.cz

Vliv genia loci na rozvoj cestovního ruchu v česko-slovenském přeshraničním regionu

Jaroslav Vencálek

Abstrakt

Tím, že člověk přisuzuje svou činností jednotlivým místům (regionům) konkrétní významy a vizualizuje tak své životní představy, jejich kumulací je vytvářen genius loci (genius regionis). Tato neobyčejně zajímavá a významná hodnota krajiny vznikající generační akumulací lidských zkušeností, tvoří stěžejní část celkového rozvojového potenciálu jakéhokoliv místa (regionu). Má-li docházet k rozvoji cestovního ruchu, je v rozhodující míře zapotřebí aktivizovat tento sociálně-ekonomický potenciál, jehož jádro bývá zpravidla spojeno právě s geniem loci (geniem regionis). Na příkladu areálu slovanské (mikulčicko-kopčanské) sídelní aglomerace vzniká na počátku 3. tisíciletí v přeshraničním regionu ČR-SR zcela nová možnost rozvoje kulturních neprůmyslových odvětví, která by spolu s rozvojem cestovního ruchu výrazně ovlivnila i tvorbu pracovních příležitostí.

Klíčová slova

Genius loci, genius regionis

Úvod

Cestovní ruch je podobně jako mnoho ostatních sociálně-ekonomických aktivit vnímán značně nekomplexně. Nejde ani tak o nedostatečné množství faktorů, s nimiž by měli analytici cestovního ruchu pracovat, ale spíše se jedná o způsob vnímání tohoto fenoménu. Především, cestovní ruch bývá vnímán značně izolovaně na bázi standardně analyzovaných lokalizačních, selektivních a realizačních předpokladů. V souladu se snižováním role kauzality a zvyšováním významu studia kontextuálnosti společenských vztahů, je možno cestovní ruch vnímat na bázi vzájemné doplňkovosti fyzických a duchovních aspektů fungování determinant rozvoje tohoto jevu. [5]

To znamená respektovat komplementární vztahy mezi materiálními (hmotnými) a nemateriálními (nehmotnými), mezi objektivními a subjektivními, a tím i racionálně a iracionálně působícími faktory. Při zohlednění těchto přístupů se nabízí k lidskému poznání i další funkce času, nejen jeho časoměrný rozměr. Nová funkčnost prostoru, v němž se realizuje i cestovní ruch se promítá do nové organizace míst (regionů) a do jejich geometrie. V souvislosti s šířícím se fenoménem nejrůzněji pojímaných integrací je prokázáno, že nové rozvojové trajektorie cestovního ruchu jsou ovlivňovány nejen vlastními zdroji daných míst (regionů) ale i faktory, vznikajícími v nově hierarchicky rozdílně a kontextuálně utvářených strukturách (např. příhraniční regiony, etnografické regiony, nodální regiony, euroregiony). Zohledňováním uvedených aspektů lze fenomén cestovního ruchu vnímat nejen jako momentálně existující aspekt. Lze jej studovat i ve vazbě k těm jevům, které i přes momentálně malý společenský význam, v minulosti ovlivňovaly mnoho generací daných regionů. Postindustriální společnost dospěla k přesvědčení o nezbytnosti kontinuity rozvoje cestovního ruchu s kontinuitou inovací. Inovační obměna je ale systémově propojeným komplexem lokální, celostátní, celoevropské a celosvětové, časové, prostorové a odvětvové struktury [2]. I při analýzách vlivu cestovního ruchu na rozvoj regionů, právě vzhledem k různým funkcím času (např. stimulační, operační, transformační) by měl být brán zřetel jak na evolučně vzniklé synchronické struktury, tak i na diachronicky vznikající struktury.

Ke kontextuálnímu zohlednění fenoménu času je nezbytné studium *genia loci* (*genia regionis*), umožňující odhalit v krajině právě dlouhodobě působící vztahy člověka (komunit, či jiných *pospolitostí*) s daným územím.

Cílem tohoto příspěvku je nastínit na příkladu příhraničního regionu ČR-SR vliv znalostí *genia loci* (*genia regionis*) na rozvoj území obou států. Základní metodou při studiu *genia loci* je vývojově-historická analýza. Touto metodou je v letech 2004-2012 komplexně řešen výzkum *genia krajiny* česko-slovenského přeshraničního regionu při 251 km dlouhé společné hranici (Moravskoslezský kraj, Zlínský kraj, Jihomoravský kraj, Žilinský kraj, Trenčiansky kraj, Trnavský kraj).

Genius loci a regionální rozvoj

I když v Západní civilizaci je na počátku 21. století stále nejvíce uplatňovaným paradigmatem ve sféře regionálního rozvoje paradigma konkurenceschopnosti, stále výrazněji se prosazují názory upozorňující na nezbytnost paradigmatické změny v podobě respektování principu vzájemného spolužití na bázi vzájemné výhodnosti. V této souvislosti by v regionálním rozvoji měla být věnována stěžejní pozornost těm otázkám, v nichž se lidé zamýšlejí nad skutečností, jak nejlépe prostřednictvím inovací propojit minulé vývojové trajektorie s budoucími. V současnosti se bohužel uplatňují ale kritéria mající krátkodobé dopady na momentálně existující realitu. Proto je tak neoprávněně nadhodnocován význam ekonomických kritérií (z nich pak především makroekonomických), která se dostávají mimo kontextuální vazby vzájemné provázanosti minulosti a současnosti s budoucností. Pokud však jsou inovace daným místům (regionům) mocensky vnucovány a realizovány bez vazeb k dějům minulým, daná místa (regiony) mohou po určité době pozbývat životaschopnosti. Z tohoto pohledu rozvoj cestovního ruchu úzce souvisí s civilizačním vytěšňováním jakékoliv závislosti člověka na tradicích. To ale neznamená, že by tradice ztratily schopnost sehrávat inovativní funkci, zvláště pak, pokud se jedná o rozvoj cestovního ruchu. Prostřednictvím rozumu je nutno naučit se původní, téměř jednostrannou závislost člověka na tradičních aspektech fungování krajiny a tradičních společenských vazbách nahradit respektem k lidské kultuře a planetární biosféře. [5]

Vůdčí osobnost slovenského národního hnutí počátku 20. století Andrej Hlinka (1864–1938) k tomuto synergickému vztahu téměř před sto lety poznamenal: Člověk zakotvený v minulosti upiera svoj zrak a celú svoju osobnosť do budúcnosti. Hodnotu jeho života mu vytvára minulosť, odvahu kráčať napriek všetkému dopredu mu dodáva perspektíva budúcnosti.

Protože vnímání tradice, ale i mnoha dalších nehmotných fenoménů krajinné sféry náleží spíše k iracionálním aspektům vědomí člověka, nové paradigmatické vnímání reality je úzce svázáno s objevy fungování lidského vědomí, které se udály od druhé poloviny 20. století. A právě s těmito medicínsky racionálními výzkumy podstaty funkcí levé a pravé mozkové hemisféry souvisí i obnova těch myšlenek a teorií, které paradigmaticky vycházejí při analýze pozemské reality člověka z principu

vzájemnosti vnějšího krajinného rámce (landscape) a jeho vnitřního prostředí (inscape). A právě tato vzájemnost sepětí vnitřního a vnějšího prostředí člověka, předávána následujícím generacím vytváří neobyčejně významný soubor lidských zkušeností, který lidem umožňoval kontinuální prosperitu. [4]

Odhalování těchto zkušeností nemá vůbec nic společného s neosobním pojetím ducha místa. Znalost genia loci (regionis) se počátkem 3. tisíciletí stává i v České republice, i když velmi pozvolna, přece jen zřetelným fenoménem zcela nových pohledů na funkci a společenský význam kulturních neprůmyslových odvětví (např. místa s významným geniem loci k národnímu obrození, místa významného spirituálního významu, místa s festivaly, legendami či poutěmi, místa s výraznou koncentrací lidové architektury). Je zcela evidentní, že rozvoj cestovního ruchu a jeho vliv na rozvoj lokalit a regionů je úzce propojen tímto způsobem s tvorbou nových pracovních příležitostí a zcela novými determinantami (nejen) ekonomické prosperity krajiny. [6]

Areál slovanské (mikulčicko-kopčanské) sídelní aglomerace - příklad inovace na bázi rozvoje kulturního neprůmyslového odvětví

Valy u Mikulčic jsou místem, kde se po dvě staletí vyvíjel první západoslovanský státní útvar, nazvaný v 10. století byzantským císařem Konstantinem Porfyrogenetem Velkou Moravou. Naši předchůdci obývající lužní lesy v nivách dolních toků Moravy a Dyje byli předky českého a slovenského národa. Brzy po zahájení systematického archeologického výzkumu v Mikulčicích se ukázalo, že Velká Morava i mikulčický předvelkomoravský hradištní komplex (s hradem) nemají v celém západoslovanském prostředí obdoby. Proto se místo stalo záhy národní kulturní památkou ČR. Nejedná se jen o prostou archeologickou lokalitu, ale o místo, mající v dichotomicky kulturně členěné Evropě (Východ, Západ) natolik významné postavení, že jeho genius loci může v celoevropském vývoji sehrát ve 3. tisíciletí neobyčejně významnou roli. Již od dob lovců mamutů byl tento prostor vystaven nejružnějším migračním proudům, směřujícím těmito místy od severu k jihu, či naopak od jihu k severu. Vpádem Avarů do Panonie (568) se do tohoto prostoru dostaly nové artefakty a prostřednictvím zručných řemeslníků se rozšířilo kulturní dědictví evropského helénistického Východu. Objevené základy dvanácti kostelních staveb na hradě a v podhradí mikulčického hradiště

byly velkolepé. Jednoapsidová, 35 m dlouhá a 9 m široká trojlodní bazilika s pilíři mezi hlavními a bočními loděmi byla patrně chrámem biskupským. [3]

Nánosy bahna po dlouhá staletí ukrývaly zbytky dřevěných věder, naběraček, talířů či proutěných vrší na chytání ryb, ale i pecky ovocných stromů: slívy, broskvoně, švestky či pecičky hroznů divoké i pěstované vinné révy či dokonce okurková semena. Ta potvrzují, že naši předkové využívali tuto zeleninu – i když jinak vypadající – dávno předtím, než se v 16. století pěstování uherských okurek rozšířilo na Znojemsko.

Bylo by chybou neseznámit se v Mikulčicích s lužním lesem při řece Moravě. Přestože říční koryto je dnes výrazně regulováno, jen kousek od památníku lze spatřit zbytky slepých ramen dříve silně meandrující řeky. V bezprostřední blízkosti vodního toku jsou stromové porosty zastoupeny druhy s měkkým dřevem, jako je vrba a topol. Tam, kde půda není trvale podmáčena, je vyvinut tzv. tvrdý luh, tvořený především duby, habry, jasany a javory. A právě zde, ve volné přírodě, si nejlépe uvědomíme, jak v dobách rozkvětu Velké Moravy vypadalo původní říční koryto, které spolu s mohutným opevněním chránilo knížecí hrad a celé mikulčické sídliště.

Zesilující nájezdy Maďarů vyústily bitvou u Bratislavy (r. 907) nejen v prohru bavorské šlechty, ale také ve zpečetění osudu Velké Moravy. Ze strachu před loupeživými útoky Maďarů opouští obyvatelstvo velkomoravské Mikulčice – snad někdejší sídelní město Rostislavovo (antiqua urbis Rástici) – a po několika desetiletích se kdysi slavné centrum proměňuje v rozpadající se ruiny. I kámen ze zbylých staveb je odvážen a využit při stavbě nových okolních sídel. Zatímco kámen lze rozdrtit snadno a prach roznést do dálav, aniž by existovala reálná možnost jej znovuobjevit, duch krajiny, i když těžce uchopitelný, přežívá v mnoha podobách stále.

Řeka Morava vytváří jižně od Rohatce státní hranici mezi Českou republikou a Slovenskou republikou. Každý vodní tok ale podléhá v průběhu svého vývoje postupným změnám, kterými se přizpůsobuje jednak vodnímu režimu (průtoky), jednak přísunům sedimentů. Proto se spád řeky časem postupně mění. Sedimentací unášeného materiálu podél říčních břehů vznikají často významné agradační valy. A v tomto území řeka Morava nejen meandrovala, ale každoročně byla vystavena významným výkyvům v průtocích vody.

Podle slovenského archeologa Janšáka mohutné velkomoravské centrum, v němž žilo na 2 tis. obyvatel, by nemohlo existovat bez úzkých vazeb k zázemí v podobě zemědělských a řemeslnických osad. Ty se nacházely na spojnici mezi velkomoravským hradištěm a levobřežní částí řeky Moravy v horním Záhoří. Proto se zdá pravděpodobné užší sepětí velkomoravského hradiště Valy se slovenskou částí Dyjsko-moravské nivy. Navíc kamenný materiál pro stavby slovanského hradiště Valy pocházel prokazatelně z okolí Skalice (Žalostinská vrchovina tvořící nejjižnější část Bílých Karpat). Velkomoravské hradiště bylo navíc situováno na historické stezce západovýchodního směru, propojující dolní Pováží s dolním Pomoravím - tzv. České cestě. Deset let trvající archeologický výzkum (2000–2009) přinesl unikátní objev. Kostel sv. Margity Antiochijské (okres Skalica) nepochází ze 12–13. století, jak se dříve soudilo, ale z 9. století. Archeolog Peter Baxa konstatuje: *Historicky ide o kostol, ktorý bol súčasťou sídla elity v dnešnom katastri obce Kopčany na dôležitej ceste z Nitrianska na Moravu. Ako taký predstavuje pevnú súčasť mikulčického hradiska, vzdialeného niečo vyše kilometra, na území susednej Českej republiky. Kostol považujem za trinásty mikulčický kostol, považujem jej za veľkomoravskú stavbu karolínskeho predrománskeho obdobia.*

Možná právě díky velmi mladým archeologickým objevům v levobřežní slovenské části dolního toku Moravy lze zcela nově vnímat genia krajiny a porozumět vývoji, který má kulturně historickým propojením mnoho společného s oblastí označovanou Francia Media, zahrnující území od západoevropských břehů Atlantiku až ke Karpatskému masivu, kde se významným spolupůsobením křesťanství formovala idea společné, avšak vnitřně bohatě diferencované Evropy.

Účastníci mezinárodního odborného sympozia konaného v jihomoravském Hodoníně (2010) přijali v rámci úsilí o zapsání mimořádně hodnotného areálu velkomoravského hradiště v Dyjsko-moravské nivě Dolnomoravského úvalu do Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO, prohlášení:

Areál slovanské sídelní aglomerace dnešní národní kulturní památky Mikulčice a národní kulturní památky Kostel sv. Margity Antiochijské a památkové zóny Kopčany je v kontextu střední Evropy areálem mimořádné a unikátní hodnoty, nesouměřitelné kvalitou nálezů s podobnými mocenskými centry 8. až 10. století ve východní části

střední Evropy. Tato hodnota je skryta nejen v archeologickém potenciálu místa. Je to lokalita nepochybně spjatá s dějinami christianizace střední Evropy, stejně jako místo, kde se potkával východ Evropy se západem a svědek počátků prvního významného státu na území střední Evropy – Velké Moravy. Toto mocenské centrum bylo střediskem tvorby a šíření právních aspektů raného státu a kulturní výměny.

Počátkem 3 tisíciletí se tak začíná v Dyjsko-moravské nivě prosazovat vize česko-slovenského archeologického parku, který by překlenul dlouhodobé opomíjení významu této krajiny a připomínal sílu ducha této pozoruhodné části Dolnomoravského úvalu. Je zcela možné, že i prostřednictvím genia loci této krajiny je reálný vznik nových přístupů k možnostem překlenování vývojových rozdílností mezi helenisticky ortodoxní východní Evropou (kulturní dědictví spojené s Východořímskou říší) a latinizující se západní Evropou (kulturní dědictví Západořímské říše). Cyrilo-Methodějská misie na Velkou Moravu je tak stále více badateli vnímána v širších evropských souvislostech jako pokus o překlenutí tehdy existujících kulturních rozdílností. V této souvislosti je pro celou Evropu neobyčejně významné vyhlášení druhé encykliky papeže Jana Pavla II. „Slavorum apostoli“ (1985) a prohlášení Cyrila a Metoděje za patrony Evropy. [1]

Cestovní ruch je samozřejmě spojen se společenským významem konkrétních míst (regionů). V případě areálu slovanské sídelní aglomerace je zřejmé, že jak artefakty materiální povahy, tak i duchovní potenciál území vytváří v případě přijetí rozvojového modelu Evropy na bázi politického, náboženského a kulturního ekumenismu neobyčejné možnosti pro rozvoj cestovního ruchu právě v této krajině (rozuměno s dosahem nadnárodním). Popisovat růst atraktivnosti regionu ve vazbě na návazné kulturní atributy dolního Pomoraví je pro naprostou zřejmost zcela zbytečné. V případě přijetí mocensko-hegemonistického modelu rozvoje Evropy se ale tato analýza, spolu s geniem loci stává druhořadou a genius loci nabývá opět latentnější podoby.

Závěr

Jestliže v minulosti bylo možno přistupovat k rozvoji cestovního ruchu na bázi zřetelně jednoznačného strukturně determinovaného zájmu soustředěného na lokalizační, selektivní a realizační předpoklady při

vysoké pravdepodobnosti reálne fungujúcich kauzálnych vzťahů a vazeb, v postmodernej spoločnosti je nutno analyzovať predovšetkým vzťahy kontextuálne. Nové vonjšie podmienky, ale i nové inovatívne produkty ako výsledok vnútorného zdrojového potenciálu území môžu výrazne ovplyvniť spôsoby, miery a dopady na rozvoj cestovného ruchu v konkrétnych území. Použitím metódy vývojovo-historickej analýzy v regionálnych štúdiách je možno odhaliť pestrú sieť vzťahů medzi objektami a javmi, majúcimi najrôznejšiu kultúrne-historickú, spoločensko-výrobnú, sociálne-prostorovú alebo i mytologicko-spirituálnu determináciu. Štúdiom *genia loci* (*regionis*) lze prispieť k komplexnejšiemu poznaniu evolúcie cestovného ruchu a jeho možnému vplyvu na rozvoj daných miest či regiónů.

Literatura

- [1] IVANIČKA, K. (1997): Základy synergetiky. Banská Bystrica: Fakulta politických vied a medzinárodných vzťahů UMB, 174 s. ISBN 80-8055-076-X.
- [2] IVANIČKA, K. (2000): Slovensko *genius loci*. Bratislava: Eurostav, 168 s. ISBN 80-968183-3-3.
- [3] VENCÁLEK, J. (2007): Jihomoravský kraj *genius loci*. Opava: Optys, 296 s. ISBN 978-80-85819-64-9.
- [4] VENCÁLEK, J. (2009): Od *genia loci* k vizím o regionálnom rozvoji. In: Scientific skript FPVMV UMB Banská Bystrica, roč. 8, s. 165 – 172.
- [5] VENCÁLEK, J. (2010): Vnímání cestovného ruchu jako respekt k ľudskej kultúre a planetárnej biosfére. In: Dobrá praxe a udržateľnosť cestovného ruchu /Recenzovaný zborník 2. Ročníku konferencie s medzinárodnou účasťou Hradec Králové Brno: Tribun EU, s. 131–144. ISBN 978-80-7399-983-4.
- [6] ZELENKA, J. a kol. (2008): Percepce krajiny a *genius loci*. Hradec Králové: Gaudeamus, 326 s. ISBN 978-80-7041-191-9.

Kontaktní údaje

Prof. PaedDr. Jaroslav Vencálek, CSc.
Inštitút politológie, Filozofická fakulta, Prešovská univerzita v Prešove
Ul. 17. novembra 1, 080 78 Prešov
e-mail: Jaroslav.vencalek@unipo.sk

Význam logistiky v oblasti event tourismu

Petr Vlček

Abstrakt

Príspevok pojednáva o organizovaní akcií a udalostí (events) jako o významné součásti rozvoje cestovního ruchu. Eventy tvořící specifické produkty cestovního ruchu rovněž významně napomáhají udržovat regionům konkurenceschopnost. V současné době turisté vyhledávají takové destinace jako motiv k cestování, které nabízejí akce nebo události, ne jako doprovodný program, ale jako cíl cestování. Za své vynaložené prostředky a úsilí turisté očekávají kvalitu.

Udržet si v regionu turistický ruch ukládá organizátorům eventů zvolit správnou strategii. Jednou z možností je zaměřit se na logistiku jako na manažerskou praxi, která dokáže sladit řetězce nejrůznějších aktivit, aby se dosáhlo výsledku, jenž má synergickou povahu. Logistika dokáže z pohledu času a hospodárnosti zpružnit a zefektivnit řízení činnosti v oblasti cestovního ruchu.

Klíčová slova

Event, event tourism, cestovní ruch, logistika, logistické řízení.

Úvod

Cestovní ruch jako forma uspokojování potřeb rekreace, kultury a léčení, se v celosvětovém měřítku dynamicky rozvíjí. Jednotlivé regiony se snaží řešit problémy tím, že se orientují na rozvoj cestovního ruchu na svém území, a tím získají výrazné ekonomické přínosy. Lidé vyhledávají odpočinek, rozptýlení, zábavu, kulturní a sportovní vyžití. Problém je v tom, že ne všechny regiony mají dostatek antropogenního potenciálu ať hmotného či nehmotného. Zaměřují se proto na jednu z cest, která má v cestovním ruchu stále větší význam a to na rozvoj event tourismu. Regiony začínají těžit z faktu, že eventy už nejsou pro turisty pouze zpestřením jejich pobytu v určité destinaci, ale že eventy jsou jejich cílem. Destinacím to přináší současně i ten fakt, že na pořádání akcí musí být dostatečně připraveni. Event-turisté jsou informovanější,

zkušenější i náročnější a za své peníze očekávají stále vyšší kvalitu. Jsou proto kladeny vyšší nároky na management, který má na starosti organizaci eventů. Nesmí se zapomenout na sebemenší maličkost, která by mohla narušit dobrý pocit turistů z návštěvy eventů. Z toho důvodu získává na významu v event tourismu logistika. Jejím využitím management organizující event docílí sladění řetězce nejrůznějších aktivit, aby dosáhl výsledku, jenž má synergickou povahu.

Event tourism

Cestovní ruch představuje významný dynamizující faktor v oblasti jak ekonomické a společensko – kulturní, tak v oblasti životního prostředí, čímž výrazně přispívá k celkovému rozvoji regionu. Předpokladem je, aby region měl k dispozici určitý potenciál, který umožní rozvoj cestovního ruchu. Regionální destinace nabízejí turistům atrakce, které mohou být buď přírodní, nebo antropogenní (které se dělí na hmotné a nehmotné).

Přírodní potenciál dělíme na[2]:

- geomorfologický
- klimatický
- hydrologický
- biologický

Antropogenní potenciál hmotný[2]:

- kulturně-historické památky
- technické památky
- památky lidové architektury
- moderní stavby

Antropogenní potenciál nehmotný[2]:

- historie, kultura
- tradice, zvyky, obyčeje, mýty legendy
- gastronomie
- akce a události

V současné době procházejí preference při výběru atrakcí vývojem. Turisté vyhledávají destinace se zaměřením na nehmotný antropogenní potenciál a především cestují za různými akcemi nebo událostmi (events). Akce a události zaznamenávají v nabídce cestovního ruchu řady měst a regionů nebývalý rozvoj. Jedná se o nový trend cestovního ruchu, který je označován event tourism. Ten je založen na principu, kde motivací k cestování je rostoucí zájem o zážitky jako nezbytné součásti nejen cestovního ruchu, ale celé oblasti volného času.

Eventy můžeme členit podle [2]:

- obsahového zaměření
- cílových skupin
- podle místa
- pořadatelského subjektu
- počtu účastníků
- významu
- doby trvání
- periodicity realizace

Členění podle *obsahového zaměření (tematické)*

- kulturní
- sportovní
- eventy zaměřené na místní zvyky, tradice, historii, mýty a legendy
- společenské a zábavní eventy
- náboženské eventy
- specifické eventy v cestovním ruchu
 - incentivní akce
 - kongresy, konference, semináře,
 - veletrhy a výstavy
 - eventy v oblasti hotelnictví a gastronomie,
- ostatní eventy (svatební, politické, firemní, vzdělávací a jiné)

Členění podle *cílových skupin*

Toto kritérium dělí eventy na uzavřené, které jsou určeny pro přesně vymezený okruh pozvaných účastníků, přičemž se může jednat o akce jak soukromé, tak i pořádané nějakou firmou nebo institucí, neziskovou organizací či subjektem veřejné správy a na otevřené, které jsou určeny pro jakéhokoliv zájemce, jsou přístupné všem. Vstup na tyto eventy může být volný nebo na které se platí vstupné.

V rámci marketingové komunikace, která musí zohledňovat způsob oslovení cílové skupiny a volit správné a efektivní komunikační kanály, je nutné přesně definovat cílové skupiny, a to s ohledem na věk, odborné zaměření nebo zájmy. Naopak jiné eventy jsou určeny pro širokou veřejnost, cílová skupina zde není přesně vymezena.

Členění podle *místa*

Eventy mohou být pořádány v určitém objektu „pod střechou“ (indoor) nebo venku (open air, outdoor). Jednoznačně netradiční prostředí (středověky hrad, klášter, zámecké zahrady, vodní plocha, technické památky) přispívá k zesílení zážitků spojených s účastí na dané akci.

Členění podle *pořadatelského subjektu*

Eventy mohou být pořádány jak institucemi působícími v oblasti veřejné správy, neziskovou organizací (škola, muzeum, sdružení), tak obchodní společností nebo fyzickou osobou.

Členění podle *velikosti* (podle počtu účastníků)

Velikost eventu je nutné hodnotit ve vztahu k destinaci nebo firmě či instituci, která event pořádá, jinak ztrácí objektivnost.

Člení se na:

- mega eventy – nad 500 000 účastníků
- velké eventy – 100 000–500 000 účastníků
- střední eventy – 10 000–100 000 účastníků
- malé eventy – méně než 10 000 účastníků

Členění eventů podle *významu*

- mezinárodní – mají výrazný mezinárodní, často globální význam
- značkové – jsou úzce spjaté s daným místem, dotvářejí jeho image, mají celostátní nebo i mezinárodní význam
- regionální – jejich význam je omezen na určitý region, spíše výjimečně jsou navštěvovány návštěvníky z větší vzdálenosti
- místní – tvoří významnou nabídku pro místní obyvatele dané destinace a návštěvníky z blízkého okolí

Členění podle *doby trvání*

Eventy mohou trvat několik hodin - krátkodobé (koncert, divadelní představení), několik dní - střednědobé (festivaly, výstavy) i několik týdnů - dlouhodobé (mistrovství světa ve fotbale).

Členění podle *periodicity realizace*

Eventy mohou být konány v pravidelných intervalech (každoročně) nebo v jiných intervalech.

Dlouhodobá tradice pravidelného konání eventů z nich vytváří určitou „značku“, která se příznivě odráží v jejich návštěvnosti, v případě, že se jedná o akce, které jsou pořádány na stejném místě, pak výrazně pozitivně ovlivňují image destinace, se kterou jsou spojovány.

Eventy, které zaznamenaly úspěch, stejně tak jako eventy, které se periodicky opakují, většinou příznivě ovlivní image destinace, potažmo napomohou k rozvoji cestovního ruchu v regionu. Medializace eventů napomáhá v informovanosti potenciálních turistů a může se zvýšit i zájem o návštěvu nejen daného eventu, ale i samotné destinace, se kterou je daný event spojován.

Vyskytují se ovšem i negativní dopady eventů na destinace, ve kterých jsou pořádány. Mezi základní patří:

- přetěžování dopravní infrastruktury,
- tvorbou odpadu,
- zvýšenými nároky na bezpečnost účastníků i místních obyvatel,

- někdy problémy se zásobováním,
- vyššími cenami.

Logistika

Jádrem logistiky je akce (akce vojenských sil, výrobní zakázka, obchodní transakce, sportovní akce, výstavní či veletržní akce, festival, koncert, apod.). Akci je třeba naplánovat, přemístit do jejího místa všechno potřebné, provést technické zabezpečení, čili uskutečnit řetězce mentálních, informačních, komunikačních a fyzických aktivit, nezbytných k zahájení a hladkému průběhu akce [5].

Aby akce proběhla, je nutné využívat zdrojů (síly, zařízení, kapacity, věcí, lidí, informací). Logistika má tedy za úkol postarat se o tok a rozmístění zdrojů.

Výsledkem je, že zdroje jsou k dispozici tam a tehdy, kde a kdy je jich pro akci zapotřebí, v požadovaném množství a kvalitě. Předpokládá to, aby tok zdrojů byl sladěn, harmonizován, a to z hlediska množství (a kvality) a času – musí být zkoordinován a synchronizován; musí proběhnout s vynaložením přiměřených nákladů – být ekonomicky optimalizován – a to jako celek, nikoli jako kaleidoskop izolovaných řešení dílčích problémů či jednotlivých částí. Pouze celistvým, systémovým řešením, lze dosáhnout uskutečnění konečného efektu (úspěchu akce, spokojeného návštěvníka, zákazníka), jenž má povahu synergického efektu.

Podmínkou úspěchu při užití logistických činností je specializace a bezchybnost. Management se nemůže spolehnout na univerzální strategii, jedinou správnou organizační strukturu, jedinou správnou metodu řízení, protože nic takového neexistuje. Nejsou dány technologie, není dáno konečné užití. Management organizující event musí obsáhnout celý proces přípravy a průběh akce, musí se soustředit na výsledek a na výkonnost, tím dosáhne sladění řetězce aktivit, jež jsou s to poskytnout významnou konkurenční výhodu. Výsledek se projeví u konečných uživatelů, zákazníků. Měla by to být shoda s jejich hodnotami a rozhodnutí o tom, zda vynaloží své prostředky, aby získali zážitek z eventu či informaci. A právě toto musí být cílem strategie a to i každá jednotlivá akce, přičemž jistota, že se zvolila správná strategie bude trvat jen tak dlouho, dokud se nezmění postoj uživatelů, zákazníků, event-turistů nebo dokud nebudou nalezeni či vytvořeni jiní.

Vytvoření dokonalého a pružného logistického řízení pořádaných eventů je zárukou zdárného průběhu akce. Současně logistické řízení umožňuje eliminovat negativní dopad eventů na destinace. Zpravidla jde o řízení všech činností (služeb) vztahujících se k organizování eventů (služby před, v průběhu a po skončení eventů) v úzké provázanosti na logistiku. Lze takto řešit problém týkající se přetěžování dopravní infrastruktury v místě konání eventů. Základem je preferování městské hromadné dopravy před individuálním motorismem, převádění individuálního motorismu na systémy Park and Go, vytváření integrovaných dopravních systémů a regulace dopravy.

Při pořádání eventů je možný transfer, případně adaptace řady logistických technologií vyvinutých a osvědčených v podnikové sféře (příkladem mohou být skladové technologie, které napomáhají řešit problémy se zásobováním). Jiným příkladem mohou být technologie označování a automatické identifikace objektů, lokací či organizačních útvarů na bázi čárových kódů nebo na bázi radiofrekvenční. Standardní logistické technologie a know-how pro spotřební zboží jsou přímo přenositelné na toky zboží jako upomínkových předmětů, katalogu, programu apod.

Cestou k úspěchu jsou potřebné logistické zdatnosti – průprava a praktické zkušenosti z oblasti logistických systémů a technologií s akcentem na počítačové dovednosti, pronikavé myšlení ve variantách včetně vyhodnocování jejich důsledků pro ostatní činnosti, schopnost výběru a prosazení nejlepší varianty, podpořená komunikačními a motivačními dovednostmi, připravenost k rychlým a účinným reakcím na odchylky a změny.

Závěr

Event tourism může napomáhat k vytváření ekonomického bohatství regionů. Zapotřebí je i postoj místní samosprávy, podnikatelských subjektů a rezidentů k rozvoji cestovního ruchu. Pro rozvoj cestovního ruchu ve vybrané destinaci je nutné sledovat aktuální trendy a prognózy, které mohou přispět při jejich akceptování k udržení konkurenceschopnosti na trhu.

U subjektů cestovního ruchu organizujících eventy je potřeba využívat logistiky vedoucí ke zpružnění a zefektivnění řady operativních i strategických činností. Logistickými postupy a metodami lze organizovat

unikátní akce, například výstavy, koncerty, turné, divadelní premiéry. U většiny organizací pořádajících eventy je možné vytvořit logistický systém, který se kontinuálně vyvíjí a je nutné jej inovovat. V event turismu jako konkurenčním prostředí, vyznačujícím se úsilím o získání a udržení návštěvníků-zákazníků může být logistika významným zdrojem konkurenční výhody.

Také v oblasti cestovního ruchu a především v rámci event tourismu je nutné se vyvarovat nepochopení možností, jež logistika nabízí a empirickému redukcionismu logistiky na zajišťování operativních funkcí skladování a přepravy, případně s nimi bezprostředně související manipulace, balení a označování.

V cestovním ruchu mohou být efekty dosažitelné logistickým řešením tím větší, čím komplexnější je záběr řešení, tzn. čím vyššího stupně horizontální a vertikální integrace je dosaženo, přičemž při horizontální integraci jsou včleněny pokud možno všechny subjekty (organizace, útvary, osoby), jejichž spolupráce je účelná a činnosti harmonizovatelné v rámci řetězců materiálních, informačních, finančních, mentálních a dalších aktivit, jež vedou k předsevzatému cíli. Vertikální integrace propojuje rovinu procesní s rovinami plánovací, strategickou a prognostickou.

Literatura

- [1] JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2009. ISBN 978-80-247-3247-3.
- [2] KOTÍKOVÁ, H., SCHWARTZHOFFOVÁ, E. *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. Praha: Papírtisk, s.r.o., 2008. ISBN 978-80-87147-04-7.
- [3] NĚMEC, F. *Logistické procesy*. Karviná: OPF SU, 2001. ISBN 80-7248-128-2.
- [4] ORIEŠKA, J. *Kongresový cestovní ruch*. Zvolen: Bratia Sabovci, s.r.o., 2001. ISBN 80-8055-516-8.
- [5] PERNICA, P. a kolektiv. *Arts Logistics*. Praha: Oeconomica, 2008. ISBN 978-80-245-1412-3.
- [6] PERNICA, P. *Logistický management*. 1. vyd. Praha: Radix, 1998. ISBN 80-86031-13-6.

Kontaktní údaje

Ing. Petr Vlček
Slezská univerzita v Opavě
Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné
Katedra logistiky
Univerzitní náměstí 1934/3
733 40 Karviná
tel.: +420 596 398 515
e-mail: vlcek@opf.slu.cz

Přínosy knowledge managementu pro rozvoj cestovního ruchu

Marta Wilczková

Abstrakt

Článek se zabývá problematikou určení přínosů zavedení knowledge managementu, který patří v poslední době mezi významné přístupy směřující ke zlepšování postavení podniku v rámci konkurenčního prostředí. Článek pojednává o možnosti strategického řízení znalostí a s tím související plánování a implementace znalostního řízení v podniku cestovního ruchu. Vhodná aplikace knowledge managementu v podmínkách podniku cestovního ruchu a také v rámci celé destinace, součástí kterého je podrobná analýza znalostí, které má podnik k dispozici a dále znalostí, které je v zájmu další prosperity podniku nutné získat, by měla směřovat k vytvoření dlouhodobých strategických plánů v oblasti znalostního řízení.

Klíčová slova

Znalosti, knowledge management, systémové archetypy, cestovní ruch

Úvod

Významnou hrozbu pro destinace a jednotlivé podniky cestovního ruchu představuje růst konkurence globalizace, která na jedné straně zvyšuje tlak na snižování nákladů a na straně druhé způsobuje vyšší očekávání a požadavky zákazníků. Nalézt vhodné metody a postupy pro udržení požadované úrovně uspokojení potřeb zákazníka a zabezpečení zákaznického servisu se stává stále obtížnějším úkolem a pečlivé znalostní řízení může být zdrojem konkurenční výhody.

V současné době podniky v odvětví cestovního ruchu nevěnují dostatečnou pozornost znalostnímu řízení a pro řešení problémů s nedostatkem relevantních znalostí využívají pouze krátkodobá řešení a v důsledku toho může docházet ke snížení konkurenceschopnosti podniku a také celé destinace z dlouhodobého hlediska. Identifikace

potřebných znalostí patří mezi strategické úkoly podniku a vedoucí pracovníci by si měli uvědomit, že cílem znalostního managementu je využívat znalostí k dosažení celopodnikových cílů při současné minimalizaci nákladů na získání, udržování a implementaci znalostí v podniku.

Systémové archetypy a knowledge management v odvětví cestovního ruchu

Rozhodujícím prvkem diferenciací destinací cestovního ruchu a současně jednotlivých podniků, působících v tomto odvětví, se stává schopnost podniku nalézt způsob, který umožní alokovat zdroje do oblastí, kde je podnik dokáže nejlépe zhodnotit, a nesoustřeďovat pozornost na okrajové aktivity. Důležitým úkolem manažera podniku je snaha o identifikaci potřebných znalostí a vhodných postupů pro jejich využívání. Předpokladem toho je změna pohledu na řízení nákladů spojených s řízením znalostí a uvědomění si, že se jedná o strategické rozhodování. Pro strategické řízení nákladů v oblasti znalostního řízení je potřebné podle Doylea (2002) zjistit v podniku informace o:

- různých přístupech ke kontrole nákladů,
- možnostech, jak odstranit nebo minimalizovat zbytné nebo hodnotu nepřidávající činnosti,
- úrovni informovanosti a odpovědnosti za náklady.

Významným úkolem řídicích pracovníků je správné řízení lidského kapitálu. V oblasti cestovního ruchu patří mezi důležité problémy zejména nedostatečné vzdělání pracovníků na všech úrovních a také vysoká míra fluktuace front-line zaměstnanců. Uvedené problémy v oblasti řízení lidského kapitálu jsou pak příčinou nedostatku znalostí jak na podnikové úrovni, ale také na úrovni celé destinace.

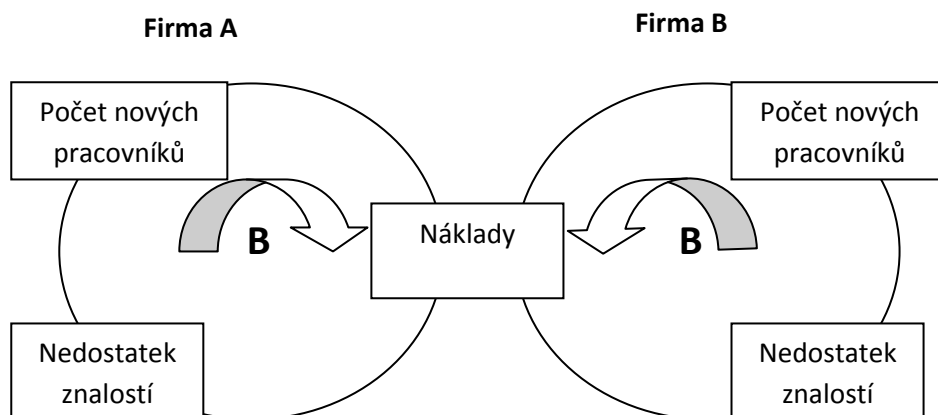
Pomocí aplikace systémové analýzy a s využitím systémových archetypů je možné naznačit přístup k řešení problému řízení lidského kapitálu v podniku cestovního ruchu se zaměřením na využití knowledge managementu.

Pro popis a analýzu problému byla využita metoda „systémových archetypů“, kterou Peter Senge publikoval v knize *The Fifth Discipline. The Art and Practice of the Learning Organization* (1990) a v českém překladu byla uvedena na trh v roce 2007. Metoda „systémových

archetypů“, je založena na mapování problémových procesů využitím zpětnovazebných smyček.

Existují dva základní typy zpětnovazebných procesů: posilující (označení **R**) nebo také zesilující a vyvažující (označení **B**) či vyrovnávající. V rámci systému je posilující zpětná vazba příčinou růstu a vyvažující zpětná vazba se projevuje všude, kde pozorujeme cílově orientované chování. Dalším důležitým pojmem je prodleva (označení **D**), která způsobuje pozvolný a postupný následek určitého chování takže skutečné důsledky rozhodnutí mohou být pro firmu neočekávané.

Dalším faktorem, který je pro popis systému důležitý je pojmem hranice systému [8, 9]. Hranice systému určují možnosti přímého ovlivňování. Význam hranic je zřejmý z obrázku č. 1., kde aktivita jedné firmy, v našem případě problémy s nedostatkem znalostí v podniku zapříčiňuje neustálé vyhledávání nových pracovníků a to může vést k následné odezvě u dalších podniků v odvětví cestovního ruchu. Důsledkem je zvýšení nákladů na získání znalostí potřebných na udržení konkurenceschopných produktů na celém trhu, co pro všechny podniky představuje náklady navíc. Senge označuje zmiňovaný problém jako archetyp *eskalace*. Řešením je možný přesun „boje o znalosti“ z nákladové oblasti do oblasti identifikace potřebných znalostí lepšího sdílení znalostí mezi zaměstnanci.



Obr. č. 1 Stupňování (eskalace)

Na podnikové úrovni může nesystémové zvyšování mezd vyústit v nespokojenost ostatních zaměstnanců, kteří mají častokrát pouze omezené informace o přínosech a významu jednotlivých pracovníků případně profesí pro podnik cestovního ruchu. Nedostatečná informovanost a nedostatečná pozornost k míře spokojenosti zaměstnanců má za následek snížení míry sounáležitosti s firmou a je možnou příčinou neloajálního chování pracovníků.

V důsledku zvyšujícího se tlaku na rychlá a správná rozhodnutí se znalosti stávají jedním z nejdůležitějších faktorů rozvoje jednotlivých podniků, společně s tím také rozvoje konkurenčního prostředí a v neposlední řadě také rozvoje celé ekonomiky. Důležitost a význam znalostí dokládá také vznik termínu znalostní ekonomika (knowledge-based economy, Lesáková (2009)). Znalostní ekonomika je charakteristická růstem významu lidských zdrojů, které představují důležitou hodnotu a přispívají značným podílem k úspěchu a konkurenceschopnosti jednotlivých podniků a regionů, ve kterých podniky působí. Lesáková (2009) považuje za základní pilíře znalostního managementu prvky, kterými jsou:

- lidé,
- procesy,
- infrastruktura.

K pojmu znalostní řízení se v průběhu vývoje přistupovalo z různých úhlů a proto se vymezení rámce pojmu *znalostní řízení (knowledge management)* liší v důsledku preference jednoho nebo kombinace základních prvků znalostního managementu. S ohledem na uvedený fakt proto Bureš (2009) doporučuje posuzovat pojem z několika hledisek. Pro potřeby hodnocení a řízení nákladů spojených s plánováním v oblasti znalostního managementu je možné faktory, které autor uvádí jednotlivě, rozdělit do čtyř základních skupin:

Definice znalostního managementu

- Konceptuální hledisko - jedná se o samotnou definici znalosti a znalostního managementu, znalostní principy a také celkový rámec znalostního managementu.
- Procesní hledisko – zaměřuje se na definování a pochopení jednotlivých znalostních procesů zajišťujících realizaci znalostních toků.

Analýza, plánování

- Technologické hledisko - jedná se o způsoby, jakými mohou vybrané informační, komunikační a znalostní technologie pomoci při realizaci znalostního managementu v podniku.
- Organizační hledisko – týká se řešení problematiky vymezení a popisu znalostní organizace, odpovídající formální a neformální organizační struktury, úloh, odpovědností a organizačního učení.

Realizace

- Implementační hledisko – jedná se o soubor metodik vhodných pro zavedení znalostního managementu do organizace s ohledem na kritické faktory úspěšnosti, očekávané přínosy a také proces tvorby znalostní strategie.
- Personální hledisko – týká se vlivu zavedení znalostního managementu na řízení lidských zdrojů a tvorbu znalostně orientované podnikové kultury.

Hodnocení a kontrola

- Administrativní hledisko – jedná se o změny v tocích dokumentů, které souvisejí se zavedením znalostního managementu.
- Ekonomické hledisko – posuzuje ekonomické faktory zavedení znalostního managementu v organizaci (náklady, výnosy).

Na základě výše popisovaných skupin je zřejmé, že prvním krokem k adekvátnímu plánování, řízení a hodnocení nákladů a přínosů v oblasti znalostního managementu je definování znalostí a identifikace znalostí, které podnik potřebuje pro dosahování celopodnikových cílů a stanovení jakým způsobem se potřebné znalosti budou získávat, uchovávat a implementovat. Úkolem řídicích pracovníků v oblasti cestovního ruchu je tedy zabezpečit, aby znalosti byly k dispozici ve správném čase, na správném místě a v adekvátní podobě.

Z důvodu řízení nákladů spojených s řízením znalostí je nutné klasifikovat podnikové znalosti a členit je podle jednotlivých *typů*, podle *formy* nebo *obsahu*. Autoři Petříková a kol. (2010) rozlišují následující základní typy znalostí, kterými jsou:

- dovednost (zručnost, um) – jedná se o účelovou koordinaci akce, pravidla koordinace jsou vnitřní (např. psaní, čtení),

- znalost (v pravém slova smyslu) – jedná se o soulad s vnějšími pravidly koordinace akce a výsledků,
- expertiza – jde o nejvyšší formu znalostí a koordinace akce, expert má oprávnění určovat, ovlivňovat a měnit pravidla.

S ohledem na možnosti a úroveň formalizace znalostí a následné externalizace Bureš (2007) člení znalosti podle *formy* na:

- explicitní – formalizovaná, dokumentovaná znalost, která je většinou dobře strukturovaná a snadno přenositelná,
- implicitní – znalost, která je uložena v hlavách pracovníků, avšak je možné ji kdykoliv převést do explicitní formy,
- tacitní – skryté osobní znalosti jednotlivce, rozptýlené, nestrukturované, obtížné nebo nemožné je převést do explicitní formy a formalizovat nebo dokumentovat.

Z hlediska využitelnosti znalostí v rámci organizačních, případně podnikových procesů rozděluje Petříková (2010) znalosti podle *obsahu* na:

- procedurální – znalosti pracovních postupů,
- deklarativní – znalosti stavů, vlastností, vztahů o objektech.

V rámci procesu řízení je tedy potřebné analyzovat stávající úroveň znalostí, posoudit jejich přínos v procesu dosahování celopodnikových cílů, analyzovat perspektivní zdroje informací z interního a externího prostředí, které mohou přispět k vytvoření nových znalostí a jejich následná implementace v rámci podnikových procesů. Následně je potřebné využít vykonané analýzy pro vypracování plánu pro řízení znalostní, který by měl být součástí celkového strategického plánu podniku.

Řídící pracovníci v odvětví cestovního ruchu by si měli uvědomit, že dosahování dlouhodobých podnikových cílů je procesem, který propojuje jednotlivé prvky do řetězce, součástí kterého jsou dodavatelé hmotných a nehmotných vstupů, producenti a distributoři produktu cestovního ruchu a ve výsledku také zákazník. A právě znalosti tvořené, uchovávané a využívané v rámci řetězce představují spojení mezi jednotlivými články. Podniková praxe ukazuje, že individuální a izolované řešení problémů

nevede k úspěšnému řešení problémů v rámci celého řetězce a proto je potřebné přistoupit k analýze znalostí a následné implementaci znalostního managementu také s ohledem na všechny zúčastněné partnery v rámci destinace. Optimální uplatňování znalostí v podnikové praxi tak umožňuje vybudovat na jedné straně dlouhodobé vztahy se zákazníky na druhé straně také udržovat oboustranně výhodné vztahy s dodavateli a dalšími partnery, které tak napomáhají k rozvoji a udržení konkurenceschopnosti celé destinace.

Přínosy zavedení znalostního managementu v podniku cestovního ruchu

Implementace znalostního managementu znamená pro podnik cestovního ruchu především lepší alokaci a využívání vzácných a omezených zdrojů. Bureš (2007) zdůrazňuje, že mezi nejvýznamnější *přínosy* v rámci řízení podniku, a které souvisejí s uplatňováním přístupů znalostního managementu, patří zejména:

- zlepšení sdílení znalostí a kooperace mezi zaměstnanci organizace,
- rozšiřování nejlepších praktik v podniku,
- zlepšení učení se a integrace nováčků,
- eliminace ztráty know-how,
- zlepšení kvality projektů a inovace,
- zdokonalení vztahů s externím prostředím (především se zákazníky, s konkurencí apod.) a snaha připravit se na jejich vývoj,
- připravenost reagovat na neočekávané události a schopnost zvládnout naléhavé krizové situace.

Mezi další přínosy znalostního managementu, které jsou bezprostředně spojené se základními *obchodními cíli* organizace Bureš (2007) považuje:

- zvýšení výkonnosti organizace,
- zvýšení zisku,
- maximalizace tržeb,
- snížení nákladů,
- zavedení nových způsobů práce,
- vytvoření nových příležitostí na trhu.

Z uvedeného vyplývá, že zavedení znalostního managementu v podniku cestovního ruchu může být sice přínosné také na úrovni jedné organizační jednotky nebo funkční oblasti, ale na úrovni celého podniku bude mít významně větší pozitivní dopad na dosahování strategických cílů. Následně pak posílení pozice jednotlivého podniku cestovního ruchu může zlepšit konkurenční postavení destinace jako celku.

Závěr

V oblasti rozvoje cestovního ruchu můžeme pozorovat neustálý nárůst požadavků na rychlost a kvalitu komunikace a s tím související neustálý vývoj v oblasti komunikačních technologií, který má významný vliv na rozvoj tržního prostředí a tím také na konkurenceschopnost jednotlivých podniků a také destinace, ve které podnik cestovního ruchu působí. Vedení podniku by si mělo uvědomit význam strategického řízení znalostí, protože musí řídit podnik v době:

- rostoucí konkurence,
- výrazných demografických změn,
- zkracujícího se životního cyklu produktů,
- stále lépe informovaných zákazníků, které je stále obtížnější získat (Hanna, Dodge, 1997).

Analýza úrovně znalostního řízení a následná implementace nutných opatření v podniku tak umožní využít potenciál podniku a pomůže lépe koordinovat postup v dosahování cílů v podmínkách nejistoty. Problémy, které vznikají v důsledku z rychlých změn vnějšího prostředí, by měly být minimalizovány prostřednictvím zlepšení informovanosti o vývoji makroprostředí, mikroprostředí a zavedením postupů a činnosti zaměřených na podporu znalostního řízení v podniku, které tak umožní optimalizovat aktivity podniku.

Knowledge management se soustřeďuje na efektivnější uplatnění lidského kapitálu a tím přispívá k úspěchu jak v oblasti řízení lidských zdrojů podniků a organizací na jedné straně, ale také úspěchu a udržitelnému rozvoji podniku jako celku, přičemž výsledný efekt není možné chápat jenom jako pouhý součet výsledků úspěchů jednotlivých součástí a oblasti působících v podniku, ale jedná se spíše o synergický efekt a v důsledku toho dosažení kvalitativně vyšší úrovně řízení podniku v souvislosti s implementací znalostního managementu. Implementace

znalostního managementu umožňuje lepší adaptaci na změny, přispívá k zabezpečení stabilního postavení podniku v rámci podnikatelského prostředí a je možné tedy považovat za významný faktor pro udržení dlouhodobé prosperity jak jednotlivého podniku cestovního ruchu, tak celé destinace.

Literatura

- [1] BUREŠ, V. Konceptuální perspektiva znalostního managementu. In *E+M Ekonomie a Management*, č. 2, s. 84-96. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2009. ISSN 1212-3609.
- [2] BUREŠ, V. *Znalostní management a proces jeho zavádění. Průvodce pro praxi*. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1978-8.
- [3] DOYLE D. P. *Strategické řízení nákladů*. Praha: ASPI, 2002. ISBN 80-7357-189-7.
- [4] HANNA N., DODGE H. R. *Pricing. Zásady a postupy tvorby cen*. Praha: Management PRESS, 1997. ISBN 80-85943-34-4.
- [5] LESÁKOVÁ, L. et al. *Innovative Management in the Knowledge-based Economy*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta v Banskej Bystrici, 2009. ISBN 978-80-8083-748-8.
- [6] PETŘÍKOVÁ, R. a kol. *Moderní management znalostí (principy, procesy, příklady dobré praxe)*. Příbram: Professional Publishing, 2010. ISBN 978-80-7431-011-9.
- [7] SENGE, P.: *Pátá disciplína. Teorie a praxe učící se organizace*. Praha: Management Press. 2007. ISBN 978-80-726-1162-1.
- [8] WOLSTENHOLME E.: Towards the definition and use of a core set of archetypal structures in system dynamics. In *System Dynamics Review*. 2003.
- [9] WOLSTENHOLME E.: Using generic system archetypes to support thinking and modelling. In *System Dynamics Review*. 2004.

Kontaktní údaje

Ing. Marta Wilczková
Odborný asistent Katedra logistiky
Slezská univerzita v Opavě
Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné
Univerzitní nám. 1934/3
733 40 Karviná
e-mail: wilczkova@opf.slu.cz

Interpretace místního dědictví – efektivní nástroj rozvoje cestovního ruchu

Olga Žampová, Martina Vágnerová

Abstrakt

Interpretace místního dědictví, jako metoda komunitního rozvoje je efektivním nástrojem rozvoje cestovního ruchu a přináší významné dopady i v mnoha dalších oblastech – rozvoj vzdělanosti, posílení vztahu k životnímu prostředí, ve kterém žijeme a zodpovědnosti za něj, posílení patriotismu, posílení rolí místních lídrů, posílení demokratických principů občanské společnosti.

Klíčová slova

Cestovní ruch, komunitní rozvoj.

Pojem regionální rozvoj zahrnuje širokou oblast aktivit, jejichž obecným cílem je zlepšit socioekonomickou úroveň regionů a obcí. Regionální rozvoj je permanentní proces, do kterého se promítá široké spektrum oborů a odvětví, jejichž vzájemné vazby jsou mnohdy neodhadnutelné či velmi obtížně specifikovatelné. **Cestovní ruch představuje jedno z nejdynamičtější se rozvíjejících odvětví u nás a stává se stále významnějším a nepostradatelným faktorem regionálního rozvoje v řadě českých regionů i celé ekonomiky.** A proto bývá problematika cestovního ruchu neodmyslitelnou součástí mnohých strategických rozvojových plánů a dokumentů.

Regionální rozvoj, jehož součástí je rozvoj cestovního ruchu, má ve svém popisu práce především politická reprezentace. Je ale vždy (a bohužel nedoceněnou) výhodou, zapojení i dalších aktérů. **Nástroje regionálního rozvoje**, uplatnitelné na státní, krajské, obecní úrovni různými typy aktérů můžeme členit dle různých hledisek. Jedno z možných členění je následující:

- administrativní nástroje (legislativa, závazné procedury, postupy, organizační normy),

- koncepční nástroje (strategie, programy, plány, pozemkové úpravy),
- institucionální nástroje (instituce, spolupráce, regionální management),
- věcné nástroje (infrastruktura, poskytnutí prostor, služeb, poradenství),
- sociálně-psychologické nástroje (vzdělávání, komunikace, motivace),
- finanční nástroje (systémy finančních podpor, dotace, granty).

Metodika Interpretace místního dědictví byla formulovaná ve Velké Británii v letech 1955 – 1957 a je zde, i jinde ve světě, používána jako efektivní nástroj regionálního rozvoje. Tato metoda poskytuje návod jak objevit, pečovat, „provozovat“ i „užívat“ Genius Loci míst.

„Interpretace místního dědictví je vysvětlování významu místa či objektu lidem s cílem zlepšení kvality života a lepšího pochopení historie a svého okolí stejně jako vytváření pozitivního pohledu na jeho ochranu“ ...

(Sdružení pro interpretaci místního dědictví, Velká Británie)

„Interpretace místního dědictví je odhalování návštěvníkům, kteří si to přejí, něco z kráasy a kouzla, inspirace a duchovního významu (místa) přesahující to, co sami mohou vnímat svými smysly.“

(Freeman Tilden, Interpretace našeho dědictví, 1957)

Metoda IMD, společně s dalšími metodami komunitního rozvoje byla do Československé „dovezena“ Nadací Partnerství po roce 1989. V našem prostředí má její uplatňování další, velký dopad a přínos. Proces Interpretace počítá se zapojením veřejnosti, s její aktivní rolí, stojí na demokratických principech otevřené diskuse a spolupráce. Tento efekt, společně s významným posilováním vztahu ke kulturním hodnotám, k historii, ke společenským vazbám, posilování patriotismu atp., se projevil v prostředí postsocialistických států velice silně.

Aplikace metodiky Interpretace místního dědictví v projektu „Graselovy stezky“, probíhá na území česko – rakouského pohraničí v okolí Slavonic. Toto kdysi celistvé správní území, nyní spadá do tří krajských územně správních celků. Do krajů Jihočeského, Jihomoravského a kraje Vysočiny. Strategické cíle rozvojových plánů a jednotlivá opatření týkající

se cestovního ruchu, se v uvedených regionech různí, obecně je lze však shrnout do následujících okruhů:

- Zlepšení kvality služeb v cestovním ruchu
- Zkvalitnění informačních služeb a zavedení jednotného systému jejich propagace
- Tvorba a marketing turistických produktů a jejich propagace
- Rozvoj infrastruktury cestovního ruchu.
- Využití kulturního a přírodního dědictví a rozvoj kulturních aktivit

Proces Interpretace místního dědictví probíhá na Slavonicku od roku 2001, od roku 2003 pod hlavičkou Graselových stezek. Na výstupech tohoto projektu do roku 2011, chceme ilustrovat JAK (s použitím jakých nástrojů) a ČEHO (naplnění jakých strategických rozvojových cílů) jsme dosáhli.

Naplnění strategických rozvojových cílů:

Strategické cíle	Čím jsou naplněny	Regiony		
		JČKraj	Vysočina	JmKraj
Zlepšení kvality služeb v cestovním ruchu	Vyškolený personál – průvodci na Graselových stezkách/ osoby	4	3	3
Zkvalitnění informačních služeb a zavedení jednotného systému jejich propagace	Grafická design projektu, grafický manuál (předlohy, šablony, atp.), webové stránky (provázání s partnery, rezervace, linky)	Sdílené výstupy		

Tvorba a marketing turistických produktů a jejich propagace	Marketingová strategie rozvoje GS 2011-2015, Balíčky, služby Návštěvnického centra GS	Sdílené výstupy		
Rozvoj infrastruktury cestovního ruchu.	Km vyznačených pěších stezek, Návštěvnické centrum – zatím sezónní provoz	GS okruhy Slavonice Český Rudolec Nová Bystřice 51 km	GS okruhy Nové Syrovice 10 km	GS okruhy Vratětin 13 km
Využití kulturního a přírodního dědictví a rozvoj kulturních aktivit	Architektonické a přírodní, technické památky.	MPR Slavonice, Technická památka Vodní pila PENIKOV, městská zóna Nová Bystřice, přírodní rezervace BLANKO.	Přírodní rezervace Habrová seč	Přírodní rezervace Bílý kříž, Národní park Podyjí
	Partneři kulturních aktivit	MěKs Slavonice, Junák, ZŠ Slavonice, SRS, sdružení Konopa, Volba pro Slavonice, OÚ a Hasiči Č.Rudolec, ZŠ Č.Rudolec, MěÚ ,Infocentrum, ČSOP N.Bystřice, 12 partnerů	OÚ Nové Syrovice, Svaz myslivců NS, ZŠ a TJ NS 4 partneři	OÚ, ZŠ Vratětin, NP Podyjí 3 partneři

Použité nástroje regionálního rozvoje:

	Nástroje projektu Graselovy stezky:
administrativní nástroje (legislativa, závazné procedury, postupy, organizační normy),	Grafický manuál Graselových stezek – závazné předlohy pro navigační a informační systém GS - info-panely, značení stezek, pozvánky, plakáty, tiskové zprávy, atp.
koncepční nástroje (strategie, programy, plány, pozemkové úpravy),	Marketingová strategie GS – cíle a plán realizace marketingových aktivit, harmonogram realizace. Proces plánování MS GS
institucionální nástroje (instituce, spolupráce, regionální management	Návštěvnické centrum GS – regionální management produktů GS, řízení a zastřešování projektu i aktivit partnerů – kulturní, sportovní, společenské programy na GS, atp.
věcné nástroje (infrastruktura, poskytnutí prostor, služeb, poradenství),	Sdílena infrastruktura – stezky, poradenství partnerům i dalším subjektům,
sociálně-psychologické nástroje (vzdělávání, komunikace, motivace),	Vzdělávání, pravidelná komunikace s partnery, plánování aktivit
finanční nástroje (systémy finančních podpor, dotace, granty).	Finanční podpora partnerů projektu, sdílení prostředků dotací

Cílem tohoto příspěvku je ukázat, že metoda IMD je efektivním nástrojem rozvoje cestovního ruchu a tím regionálního rozvoje, která by si zasloužila pozornost a větší využití. Cílem našeho příspěvku je nadchnout Vás, pozvat Vás k jejímu objevení. Nabízíme, publikace, příkladné projekty, sdílení zkušeností, výuku a konzultace.

Literatura

- [1] Ladislav Ptáček: Interpretace místního dědictví /vydavatel Nadace partnerství
- [2] Ladislav Ptáček: Manuál místního průvodce /vydavatel Slavonická renesanční, o.p.s.
- [3] www.regionalnirozvoj.cz

Kontaktní údaje

Slavonická renesanční, o.p.s. - Mgr. Olga Žampová
Ing. Martina Vágnerová

Na Potoku 629, Slavonice 378 81

www.zdrojislavonice.cz