# Přednáška

## Ekonomika a řízení regionálního cestovního ruchu

# Úvod

- Ve světě je považován CR za odvětví budoucnosti s ohledem na multiplikační efekt doprovázející jeho rozvoj. Často bývá označován za nejvýznamnější odvětví, ve kterém vzniká nejvíce pracovních příležitostí.
- Mimo zaměstnanosti ovlivňuje podstatným způsobem dalších zhruba pět oblastí:
  - podílí se na tvorbě hrubého domácího produktu,
  - pozitivně ovlivňuje platební bilanci státu,
  - tvoří příjmy státního rozpočtu,
  - má vliv na příjmy místních rozpočtů a jeho rozvoj,
  - podporuje investiční aktivity.

Z toho všeho vyplývá i **význam cestovního ruchu pro rozvoj regionů**.

- **DALŠÍ ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU PROTO VYŽADUJE VĚNOVAT ZVÝŠENOU POZORNOST:**

• možnostem ČR na mezinárodním trhu cestovního ruchu, zejména vytváření nových produktů cestovního ruchu s ohledem na jejich klientelu ve zdrojových zemích,

• kvalitě infrastruktury cestovního ruchu,

• nabídce a kvalitě základních a doplňkových služeb cestovního ruchu,

• rozšíření nabídky produktů cestovního ruchu a tvorbě nových regionálních produktů cestovního ruchu,

• údržbě a obnově kulturně historického dědictví,

• přípravě lidských zdrojů,

• podnikatelskému klimatu,

• ochraně spotřebitele a jeho bezpečnosti.

# Přínosy cestovního ruchu pro region

- Při kvalitním managementu je CR přínosem pro region především v **oblasti ochrany životního prostředí** a **v sociálně-kulturní** a **ekonomické oblasti**.
- **V OBLASTI OCHRANY ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ** SE CR STÁVÁ PRO REGION PŘÍNOSEM PŘEDEVŠÍM, KDYŽ:

• jsou příjmy ze vstupného do národních parků, jeskyň apod. použity na financování ochrany přírody,

• je zdrojem daní a poplatků (například daň z příjmu, poplatky za rybářský a lovecký lístek, lázeňské poplatky, pronájem rekreačních zařízení apod.), které pomáhají financovat ochranu přírodních zdrojů,

• přispívá k uznání důležitosti ochrany životního prostředí veřejností a k výchově místních obyvatel k jeho ochraně,

• jsou důsledkem atraktivity přírodního prostředí a přírodních zdrojů pro CR vytvářeny národní parky, přírodních rezervace apod.,

• vytváří pracovní příležitosti a tím pomáhá zabraňovat devastování přírodního prostředí místními obyvateli (například pytlačení, ilegální kácení lesů apod.),

• reguluje počty návštěvníků v chráněných územích.

❑POZITIVNÍ PŮSOBENÍ CR **V SOCIÁLNĚ–KULTURNÍ OBLASTI** SE V REGIONU PROJEVUJE:

- vytvářením pracovních míst a podporou sociálního rozvoje, přerozdělením příjmů, zmírňováním chudoby, což má rovněž za následek posilňování komunity v regionu,
- prostřednictvím kulturně výchovné funkce CR, kdy se lidé kontaktují a vnitřně se navzájem obohacují, více si rozumí a ztrácejí předsudky,
- prostřednictvím funkce CR jako mírotvorného činitele,
- zvyšováním životního standardu místních obyvatel, kteří mohou využívat zařízení, vybudovaná pro návštěvníky regionu,
- prostřednictvím záchrany kulturních tradic, historie, tradičních řemesel apod.,• zainteresováním místních obyvatel na ochraně přírodních a kulturních hodnot, stimulací jejich pocitu hrdosti v oblasti tradic a historie.

- **V EKONOMICKÉ OBLASTI** JE POZITIVNÍ VLIV CR NA REGION ZŘETELNÝ PŘEDEVŠÍM:

• ve zlepšení platební bilance státu prostřednictvím příjezdového CR (tzv. neviditelný export),

• prostřednictvím daní a poplatků, které zvyšují příjmy do místních rozpočtů i státního rozpočtu,

• v oblasti podpory rozvoje malého a středního podnikání,

• ve zvyšování zaměstnanosti,

• v oblasti stimulování investic do místní infrastruktury (vodovody, kanalizace, elektrifikace, telekomunikace, silniční a železniční sít, letiště) apod.

# Negativní dopady rozvoje cestovního ruchu v regionu

KROMĚ PŘÍNOSŮ JE ROVNĚŽ MOŽNÉ VYMEZIT TŘI NEJDŮLEŽITĚJŠÍ OBLASTI, NA KTERÉ MŮŽE MÍT CR V REGIONU NEGATIVNÍ DOPAD, A TO:

- **životní prostředí** – především v případě, kdy počet návštěvníků regionu překročí míru únosnosti a životní prostředí ztratí schopnost vypořádat se s nadměrným využíváním, což může vést nejen k jeho oslabení, ale i k jeho znehodnocení (nejmarkantněji se v této souvislosti projevuje neúměrné využívání přírodních zdrojů, znečišťování přírodního prostředí či fyzické znečišťování),
- **sociálně-kulturní oblast** – změna systému hodnot a chování místních obyvatel, která v důsledku ohrožuje původní způsob života (změny často nastávají i ve struktuře komunity, rodinných vztazích, v tradičním životním stylu a morálce, CR muže způsobit změny v místní komunitě a hodnotách prostřednictvím přímého a nepřímého kontaktu návštěvníků s obyvateli regionu),

- **ekonomická oblast** – dopady rozvoje CR se v regionu projevují prostřednictvím skrytých nákladů, které vznikají jako následek rozvoje CR, ekonomické závislosti lokální komunity na CR, sezónního charakteru práce, ekonomické krize, vzniku tzv. enklávového CR.

# Systém řízení cestovního ruchu v regionech

- Rozvoj CR v regionu dosažením tzv. udržitelného rozvoje CR závisí jednak na rozsahu a kvalitě nabídky veřejných služeb a jednak na rozsahu a kvalitě nabídky služeb podnikatelských subjektů, a to v souladu se specifickými charakteristikami konkrétního regionu.
- V případě, že některá ze složek vykazuje nedostatky, projeví se negativní dopady na rozvoji celého regionu.
- Z výše uvedeného lze odvodit, že klíčovým principem organizace a řízení CR v regionech je vzájemná spolupráce zainteresovaných subjektů soukromého a veřejného sektoru.
- Synergický efekt této spolupráce vzniká na základě principu partnerství, nikoliv konkurence.
- Formami této spolupráce mohou být spolupráce mezi podnikatelskými subjekty, spolupráce mezi veřejnoprávními subjekty a veřejno-soukromé partnerství (PPP).

# Systém řízení cestovního ruchu v regionech

- Z pohledu vývoje systému řízení CR v regionech turisticky vyspělých zemí lze charakterizovat 3 základní fáze – od vzniku účelových sdružení po vytvoření komplexního managementu regionu.
- Česká republika stojí z pohledu vývoje systému řízení CR v regionu na začátku druhé fáze – vznik organizací CR.
- Vzhledem k neexistenci jednoho univerzálního postupu či modelu je však potřeba pro každý region nalézt řešení, které bude reflektovat specifika regionu.

# Organizace cestovního ruchu

- OCR je soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci CR v dané destinaci.
- Výsledkem takového procesu jsou:

✓ udržitelné a konkurenceschopné produkty CR,

✓ společně sdílené logo, značka kvality,

✓ společný (sdílený) informačně – rezervační systém,

✓ tvorba cenové politiky, provádění výzkumu a sběru statistických dat z oblasti CR,

✓ iniciace partnerství soukromého a veřejného sektoru CR i podpora profesních spolků, sdružení a organizací.

# Organizace cestovního ruchu

- Cílem OCR je zvýšit příliv turistů v destinaci, zvýšit jejich tržby a přilákat movitějších turisty.
- Kromě místních šetření by o úspěšnosti měla hovořit také oficiální statistika.
- Pokud nebude agregovaná za dané destinace, bude vyhodnocování stále v rovinách slovního hodnocení – povedlo se, nepovedlo se, možná se zvýšilo atp.
- Především podnikatelé však na tato hodnocení neuslyší, je třeba úspěchy i neúspěch kvantifikovat.
- Pak lze také používaná opatření korigovat

# Organizace cestovního ruchu

- je organizace zaměřená na management destinace v oblasti vytváření a prosazení destinace a jejích produktů CR na trhu,
- realizuje záměry OCR,
- je zaměřena na vývoj a aktivní prodej hlavních produktů,
- koordinuje a řídí tvorbu produktů CR, cenovou politiku a aktivní prodej destinace,
- je zpravidla podporována nebo vytvořena hlavními poskytovateli služeb v destinaci.

# Organizace cestovního ruchu

- Můžeme rozdělit na státní, polostátní či s převažujícím privátním podílem, je základním řídícím prvkem destinace na několika možných úrovních:

**1. Lokální turistická organizace** ( local turist organization – LTO )¨u nás např. Destinacní management města Český Krumlov nebo Pražská informační služba.

2. **Regionální turistická organizace** (regional tourist organization - RTO) např. Jihočeská centrála cestovního ruchu, Regionální agentura Beskydy-Valašsko, Krkonoše - svazek mest a obcí ...

3. **Národní turistická organizace** (national tourist organization - NTO) např. Hungary Tourism, British Tourist Authority, Österreich Werbung, CzechTourism …

4**. Kontinentální turistická organizace** (European Travel Commission - ETC).

# Vymezení organizace cestovního ruchu

- Rozvoj CR je podmíněn existencí vhodného potenciálu, který má výrazný teritoriální aspekt a je vázán na krajinný systém.
- Přírodní i antropogenní (vytvořený lidskou činností) potenciál, který vyjadřuje způsobilost územního celku vytvořit podmínky pro rozvoj CR, je rozmístěn nerovnoměrně a kvalitativně různorodě, přičemž se obvykle liší i v rámci velkých územních celku.
- Destinace CR je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje CR jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací.

# Vymezení organizace cestovního ruchu

- Podle WTO představuje destinace CR místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami CR, které si účastník CR nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh.
- V některých zemích je území rozděleno do turisticky, historicky nebo administrativně kompaktních destinací s tvorbou a propagací společného turistického produktu a případně i zpracováním statistik CR.
- V ČR je od roku 1999 rozčleněn turistický potenciál na turistické regiony a následně byly tyto regiony rozčleněny při zpracování programu rozvoje CR krajů a regionu také na menší území – turistické oblasti.

http://www.czechtourism.cz/nase-sluzby-pro-vas/spoluprace-s-regiony/mapa-turistickych-regionu-a-oblasti,-kontakty/

# Předpoklady vzniku organizace cestovního ruchu

- SOUČÁSTÍ ŘÍZENÍ REGIONU JE:

• návštěvnický management, tj. soubor řídících technik a nástrojů, používaných OCR za účelem usměrňování toku návštěvníků a ovlivňování jejich chování (přístupový management, cenová politika, budování TIC, zpracování etických kodexů a kodexů chování podnikatelských subjektů, návštěvníků, pořádání seminářů a výchovně vzdělávacích akcí),

# Předpoklady vzniku organizace cestovního ruchu

- model limitu přijatelné změny, tj. stanovení únosného zatížení území a využívání indikátoru udržitelného rozvoje CR,
- spektrum rekreačních příležitostí, které zahrnuje lokalizační předpoklady (geografické, přírodní, kulturně-historické, ostatní antropogenní), realizační předpoklady (infrastruktura CR, dostupnost a ostatní infrastruktura) a selektivní předpoklady (demografické, sociální a ekonomické charakteristiky návštěvníků) rozvoje CR v regionu.

# Předpoklady vzniku organizace cestovního ruchu

- V regionu je nutností, aby fungovala organizace, která bude iniciovat a řídit celý proces rozvoje CR ve spolupráci se soukromým i státním sektorem a místními obyvateli.
- V TÉTO SOUVISLOSTI JE POTŘEBNÉ:

• vzít v úvahu potřeby návštěvníků a ekonomické zájmy průmyslu CR,

• redukovat případný negativní dopad rozvoje CR na obchodní zájmy obyvatel regionu a ochraňovat je,

• vzít v úvahu památky a kulturní dědictví a jejich ochranu,

• vzít v úvahu stav životního prostředí a jeho ochranu.

# Předpoklady vzniku organizace cestovního ruchu

❑OCR V REGIONU OVLIVŇUJE PŘEDEVŠÍM:

• postavení CR v rámci odvětvové struktury regionu, tj. jestli je CR polarizujícím (hnacím), indikujícím (hnaným) nebo neutrálním odvětvím,

• struktura odvětví CR z hlediska podílu jednotlivých služeb, charakteru vlastnictví apod.,

• typy CR (např. domácí, zahraniční, mezinárodní, národní, příhraniční, výjezdový, příjezdový,

• krátkodobý, dlouhodobý, organizovaný, neorganizovaný, individuální, sociální, městský, venkovský, lázeňský, přírodní, vodní, celoroční, sezónní apod.),

• charakter atraktivit (příroda a přírodní podmínky, společenské, uměle vytvořené, hmotné a nehmotné – genius loci, příjezdové, pasivní, formální, neformální, kulturní, technické apod.),

- **Polarizujícím (hnacím) odvětvím** se cestovní ruch v regionu stává v případě, že má bezprostřední vliv na hospodářský a sociální rozvoj regionu, výrazně ovlivňuje zaměření i jiných ekonomických aktivit a stává se tak určujícím faktorem ekonomické činnosti.
- Region se stává předmětem nabídky na mezinárodních trzích cestovního ruchu (Krkonoše, Šumava, Český Krumlov, Karlovy Vary, Český ráj apod.)
- V regionu, kde má cestovní ruch na hospodářský a sociální rozvoj jen zprostředkovaný vliv, je **indukovaným (hnaným) odvětvím**. Znamená to, že rozvoj regionu stimuluje, ale není jeho dynamickým odvětvím (Praha, Jižní Morava, Český sever apod.).
- V případě, že cestovní ruch nemá v regionu vliv na jeho hospodářský a sociální rozvoj, ale je jeho důležitým doplňkem, je pro region **neutrálním odvětvím** (Severozápadní Čechy, Plzeňsko apod.).

PŘEDPOKLADEM ÚSPĚŠNÉ KOORDINACE JE:

- systematická a kontinuální spolupráce všech zainteresovaných subjektů,
- podnikatelské myšlení zainteresovaných subjektu,
- vypracování a realizace koncepce rozvoje CR v regionu,
- znalost společných zájmů,
- stanovení společných cílů,
- vytvoření organizačních předpokladů pro realizaci společných zájmu a dosažení společných cílů.

# Formy organizace cestovního ruchu

- Region CR by měl, v zájmu koordinace už zmíněných činností, vytvořit OCR, kterou může být například strategická aliance, právnická osoba, případně sdružení CR.
- Univerzální postup na vytvoření organizační struktury OCR neexistuje a její výběr pro konkrétní region závisí vždy na vnitřních podmínkách toho kterého regionu.
- Dnešní legislativa však nenabízí pro tyto účely odpovídající model a specifika CR si vyžadují řešit sdružování v CR specifickou legislativní normou (např. jako na Slovensku či v Rakousku).

# Formy organizace cestovního ruchu

❑PŘI VÝBĚRU PARTNERŮ JE TŘEBA SI UVĚDOMIT, ŽE:

• ne všichni potenciální partneři mají stejné vzdělání v oblasti CR,

• ne všichni potenciální partneři mají stejné zkušenosti, zručnosti a schopnosti v řízení, plánování apod.,

• ne všichni potenciální partneři chápou potřeby a požadavky návštěvníků regionu,

• obyvatelé nepracující přímo v zařízeních CR mohou mít k jeho rozvoji v regionu neutrální až negativní postoj.

# Formy organizace cestovního ruchu

- V SOUVISLOSTI S UVEDENÝM JE TŘEBA VĚNOVAT POZORNOST VZDĚLÁVÁNÍ PARTNERŮ OCR VČETNĚ MÍSTNÍCH OBYVATEL, A TO PŘEDEVŠÍM V OBLASTI:

- přínosů, ale i možných negativních dopadů rozvoje CR v regionu,
- potřeb a požadavků návštěvníků regionu,
- tvorby produktů,
- vytváření a posilňování image regionu,
- výběru vhodných komunikačních nástrojů,
- podnikání v CR.

# Formy organizace cestovního ruchu

- Součástí organizační struktury OCR by měla být i síť TIC.

VE VZTAHU K OCR TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM:

- plní marketingové funkce (spolupodílí se na realizaci marketingového výzkumu, tvorbě a realizaci marketingové koncepce a strategie apod.),
- plní vzdělávací funkci (organizačně zabezpečuje vzdělávání průvodců CR, pracovníků TIC nižší úrovně apod.),
- spolupracuje s orgány státní správy na regionální, krajské i celostátní úrovni v oblasti CR,
- v rámci administrativní funkce buduje a pravidelně aktualizuje informační systém CR,
- sleduje a vyhodnocuje kvalitu služeb poskytovaných v regionu,

- poskytuje poradenské a konzultační služby,
- poskytuje informace návštěvníkům regionu,
- prodává produkty CR,
- poskytuje rezervační služby.

❑ Konkrétní rozsah činností závisí na dohodě OCR a TIC.

# Základní principy činnosti organizace cestovního ruchu

❑ZÁKLADNÍ PRINCIPY ČINNOSTI OCR JSOU:

- respektování a podpora principu partnerství, tedy takových vztahů, které jsou vzájemně výhodné pro zúčastněné strany, vztahů, které nejsou apriori svázány obchodními smlouvami či snahami o monopolizaci nebo zneužívání určitého postavení,
- respektování a podpora již fungujících, pozitivní výsledky přinášejících vztahů, struktur a dělby práce v sektoru CR v regionu a jeho subregionech,
- diferencovaný přístup k jednotlivým subregionům, vycházející z potřeb, specifik a rozvojového potenciálu těchto subregionů

# Základní principy činnosti organizace cestovního ruchu

- Vycházíme-li tedy z uvedeného principu, bude rolí OCR z pohledu krátkodobého zejména:

• identifikovat co nejpřesněji potřeby a požadavky potenciálních klientů (zejména turistů, protože z celé řady průzkumů vyplývá, že turista utratí 50 – 60 % celkových výdajů spojených s CR za ubytovací a stravovací služby) a tyto potřeby a požadavky přeložit do formy prodeje

• nalézt spolehlivé dodavatele součástek požadované kvality – služeb, atraktivit – celkového produktu CR,

• zajistit shodu těchto subdodavatelů na konečné podobě produktu, jeho značce a podílu jednotlivých subdodavatelů na konečné ceně produktu,

• zajistit časové, nákladové a kvalitativní sladění dodávek dílčích částí produktu,

# Základní principy činnosti organizace cestovního ruchu

- vytvoření značky dodavatele – destinace, jejíž prostřednictvím bude možno vytvářet požadovaný image regionu,
- zajistit vhodný marketing (volba nástrojů pro prosazení se na trhu) a propagaci těchto produktů (zajištění forem informovanosti, prezentace atd.),
- vytvořit systém prodeje těchto produktů (prodej přes tradiční kanály – cestovní agentury, prodej přes prostředníky a zprostředkovatele – ubytovatelé, TIC, provozovatelé atraktivit atd., katalogový prodej, elektronický prodej – prodej přes internet).

# Strategie organizací cestovního ruchu

- STRATEGII JE MOŽNO ROZČLENIT DO TĚCHTO OBLASTÍ:
- vývoj produktů a produktových balíčků CR,
- propagace,
- marketing,
- monitoring trhu (sběr, sledování a vyhodnocení statistických informací,
- řízení OCR,
- financování činnosti OCR v regionu.