

K U L A T Ý S T Ů L

INOVACE V ODVĚTVÍ CESTOVNÍHO RUCHU

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

Praha, 29. 5. 2008

Zpracováno v rámci řešení projektu výzkumu a vývoje v programu
WD – Výzkum pro řešení regionálních disparit MMR ČR

WD-37-07-2

**Výzkum domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu
ve vztahu k zmírnění společensko-ekonomických disparit**

Projekt je financován ze státního rozpočtu České republiky
z kapitoly Ministerstva pro místní rozvoj České republiky.

Úvodní slovo

Vážení účastníci kulatého stolu k problematice inovací v cestovním ruchu,

Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky věnuje velkou pozornost odvětví cestovního ruchu, kterého je ve vládě České republiky gestorem. V loňském roce byl přijat vládou České republiky ministerstvem zpracovaný návrh Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013 a v současné době byly ukončeny práce na Prováděcím dokumentu k této koncepci. Ministerstvo v rámci těchto prací úzce spolupracuje i se sférou vědy a výzkumu a v tomto směru si cení spoluúčasti a plnění uzavřených dohod s Vysokou školou hotelovou v Praze. Po úspěšném zpracování projektu WA-037-05-Z06 „Návrh systematického výzkumu cestovního ruchu v České republice se zvláštním zřetelem na kraje“ řešitelským týmem Výzkumného centra VŠH je to nyní v rámci výzkumného programu pro řešení regionálních disparit WD na léta 2007 – 2011 projekt WD-37-07-02 „Výzkum domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu ve vztahu k zmírnění společensko-ekonomických disparit“. Před hodnotící komisí našeho ministerstva byly v březnu t. r. posouzeny dosažené výsledky řešitelského týmu Výzkumného centra VŠH za minulý rok a bez připomínek odsouhlaseno pokračování v plánovaném programu pro rok letošní. Tyto projekty jsou financovány ze státního rozpočtu České republiky z kapitoly Ministerstva pro místní rozvoj České republiky.

Doporučili jsme uskutečnění setkání odborníků k problematice inovací v cestovním ruchu, poněvadž má podle našeho názoru úzkou vazbu k obsahu zmíněného projektu k řešení disparit i s pomocí rozvoje cestovního ruchu v oblastech k tomu vhodných.

Jsmo rádi, že se Vysoká škola hotelová v Praze operativně ujala uskutečnit tento kulatý stůl a připravit potřebné podklady k problematice inovací a to i s využitím poznatků Mezinárodního sdružení vědeckých expertů cestovního ruchu (AIEST) se sídlem v Bernu ve Švýcarsku a ze zasedání regionální Komise pro Evropu Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) dne 16. 5. 2008 v Praze.

Přeji úspěšný průběh setkání.

*PhDr. Blažena Křížová
ředitelka Odboru cestovního ruchu Ministerstva pro místní rozvoj České republiky*

Praha, květen 2008

Předmluva

Vážení čtenáři,

Vysoká škola hotelová v Praze pořádá tento kulatý stůl za aktivní účasti řady zájemců z teorie i praxe v cestovním ruchu na doporučení Ministerstva pro místní rozvoj České republiky v rámci řešení projektu WD 37-07-2 „Výzkum domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu ve vztahu k zmírnění společensko-ekonomických disparit“. Tento projekt, který je financován ze státního rozpočtu České republiky z kapitoly Ministerstva pro místní rozvoj České republiky, řešený v rámci veřejné soutěže č. 1 programu WD – Výzkum pro řešení regionálních disparit, se zabývá možnostmi přispět rozvojem domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu ke zmírnění společensko-ekonomických disparit v regionech a má úzké vazby i na problematiku inovací.

Inovace v mezinárodním rozvoji cestovního ruchu byly hlavním tématem 55. Kongresu Mezinárodního sdružení vědeckých expertů cestovního ruchu (AIEST), který se uskutečnil v roce 2005 v USA. V úvodním vystoupení vedoucího Výzkumného centra naší školy – dlouholetého člena AIEST – k diskusi u tohoto kulatého stolu, které v plném znění zveřejňujeme v tomto podkladu, se můžete seznámit se základními teoretickými přístupy této mezinárodní organizace k řešení problematiky inovací v odvětví cestovního ruchu a s provedeným porovnáním vývoje cestovního ruchu u nás.

Věřím, že tak jako již vydaná dvě zvláštní monotematická čísla našeho recenzovaného časopisu pro vědu a informace Czech Hospitality and Tourism Papers – Hotelnictví, lázeňství, turismus k výsledkům práce Výzkumného centra VŠH, i tento podklad bude pro Vás zajímavým.

*doc. Ing. Miroslav Čertík, CSc.
jednatel Vysoké školy hotelové v Praze 8, spol. s r. o.*

Obsah

1. Přístupy k inovacím v cestovním ruchu – poznatky AIEST (Mezinárodní sdružení vědeckých expertů cestovního ruchu)	6
Model č. 1 – Inovační přístupy z pohledu trhu, zdrojů a místa – destinace	7
Model č. 2 – Společenské inovace jako kolébka moderního cestovního ruchu – technický pokrok	7
Model č. 3 – Popularizace cestovního ruchu pomocí inovací v dopravě	8
2. Porovnání trendů inovací ve vztahu k odvětví cestovního ruchu v České republice	8
A) Inovační přístupy z pohledů trhu, zdrojů a místa – destinace	8
1) Kreativní síly trhu	8
2) Kreativní a rutinní přístupy podnikatelů	10
3) Význam atraktivit (prostorová dimenze destinace, její vnitřní struktura a ekonomické aspekty)	12
B) Společenské inovace jako kolébka moderního cestovního ruchu – technický pokrok	16
1) Ekonomické změny – industrializace, terciální sektor, IT revoluce	16
2) Inovace v sociální sféře – placená dovolená, „společnost volného času“, „společnost zážitků“	18
C) Popularizace cestovního ruchu ve vztahu k inovacím v dopravě	19
3. Koncepty nových inovací produktů a služeb v mezinárodním cestovním ruchu	19
4. Vzdělávání a inovace ve vztahu k cestovnímu ruchu	20
Závěr	22
Příloha č. 1 – Základní druhy oblastí pro řešení společensko-ekonomických disparit	23
Příloha č. 2 – „Strom“ domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu v krajích ČR	24

Příloha č. 3 – „Pyramida“	26
Příloha č. 4 – Inovace v oblasti lidských zdrojů v cestovním ruchu - modely UNWTO	28
Informace o činnosti Výzkumného centra VŠH	29
Použitá literatura	32

Ing. Antonín Franke, CSc.

K problematice inovací v mezinárodním cestovním ruchu ve vztahu k odvětví cestovního ruchu v České republice s využitím poznatků a závěrů z kongresu AIEST

Úvod

Problematika *inovací v cestovním ruchu* se stala hlavním tématem **55. Kongresu AIEST** (Mezinárodní sdružení vědeckých expertů cestovního ruchu), který se konal v roce 2005 v Brainerd v USA. V úvodním vystoupení prezident AIESTu prof. Dr. Peter Keller ze Švýcarska zdůraznil, že jde o velmi aktuální téma jak pro vědu, tak i pro praxi. *Inovaci nelze pokládat pouze jako kreativní sílu na trhu, se kterou je třeba uvažovat, ale také jako dostupný podnikatelský zdroj, přičemž je třeba mít stále na zřeteli i prostorovou dimenzi destinace.* Šok, který nastal vytvořením nových podmínek v důsledku globalizace, vedl až k otázce přežití jak pro soukromé společnosti, tak pro destinace v tradičních zemích cestovního ruchu. Proto je třeba *rozvíjet koncepty nových ukázkových (show-how) inovací*, které mohou napomoci k překonání určitého znevýhodnění zejména v rámci průmyslově vyspělých zemí cestou „*osvěžení*“ *nabízených tradičních produktů a služeb cestovního ruchu a učinit je více atraktivními pro návštěvníky.*

1. Přístupy k inovacím v cestovním ruchu – poznatky AIEST

K inovaci¹ v oblasti cestovního ruchu lze přistupovat ze tří základních pohledů:

1) z pohledu trhu: kreativní síla na trhu

Cestovní ruch je fenomén, který ve vztahu k poptávce závisí ve značném rozsahu – v citaci prof. Dr. Petra Kellera – na meta-ekonomické motivaci. Potenciální návštěvníci vyhledávají z jejich pohledu ideální destinaci, jejich doba pobytu v ní je často závislá na nabízeném produktu, kvalitě služeb a na možnostech jedinečných poznatků. Přitom účastník cestovního ruchu vždy přihlíží k přidáním hodnotám.

2) z pohledu zdrojů: kreativní a rutinní přístup podnikatelů

Činnost podnikatelů směřuje ve vztahu k novým trendům na trhu a ve vztahu k rozvoji produktů a služeb vyhovět těmto novým požadavkům a podmínkám na

¹ Innovation in Tourism – Creating Customer Value, 55. Kongres AIEST, 2005, Brainerd, USA, Publication of the AIEST, vol. 47, St. Gallen

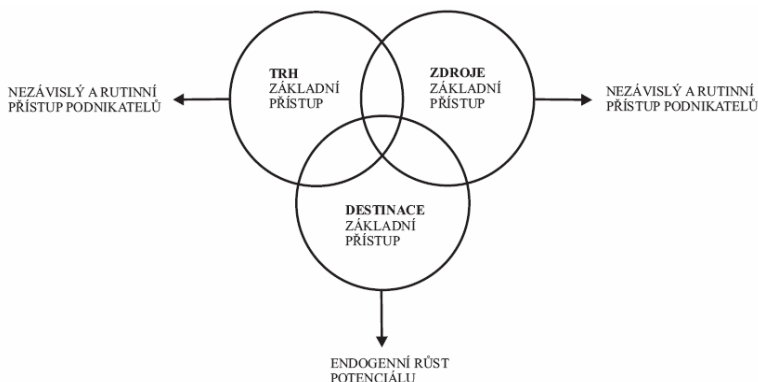
trhu. Podnikatelé musí v té samé době vytvořit vyšší hodnoty nebo nadbytek možností pro spotřebitele. Inovace ve stylu práce podnikatelů hraje významnou úlohu právě v cestovním ruchu.

3) z pohledu místa: význam atraktivit

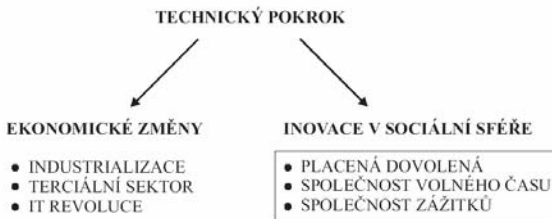
Cestovní ruch vždy působí ve specifickém prostředí (příroda, kultura, člověkem vytvořené atrakce, faktory jako geografické, potenciál zdrojů trhu, vliv dopravní přístupnosti, náklady a ceny apod.). Uplatnění těchto předpokladů v té které destinaci lze podporovat novými produkty (balíčky) služeb, s pomocí marketingu atd. v průběhu působení těch kterých limitů.

Prof. Dr. Peter Keller uvádí k shora uvedeným pohledům na inovaci následující modely²:

Model č. 1 – Inovační přístupy z pohledu trhu, zdrojů a místa – destinace

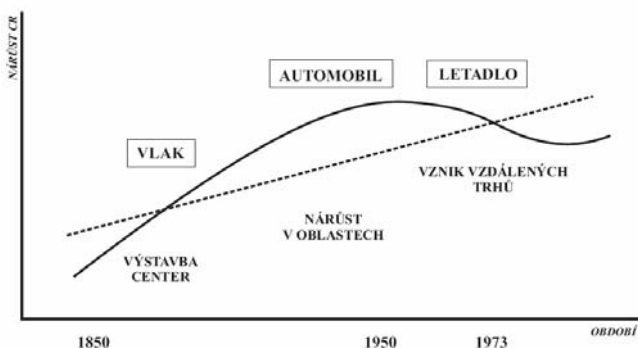


Model č. 2 – Společenské inovace jako kolébka moderního cestovního ruchu



² KELLER, P.: Innovation in tourism – Creating customer value, AIEST, vol. 27, St. Gallen 2007, str. 10, 11 a 13

Model č. 3 – Popularizace cestovního ruchu pomocí inovací v dopravě



2. Porovnání trendů inovací ve vztahu k odvětví cestovního ruchu v České republice

Členění Aiest základních přístupů k inovacím v odvětví cestovního ruchu lze plně promítnout do vývoje cestovního ruchu v ČR a lze je shrnout do následujících bodů:

A) Inovační přístupy z pohledu trhu, zdrojů a místa – destinace

1) Kreativní síly trhu

V rozvoji cestovního ruchu v České republice po roce 1989, postupující privatizací a tím rostoucí kreativní silou trhu v ekonomice, přístupem zainteresovaných nových podnikatelů a měnícím se přístupům a názorům na území a tvorbu destinace cestovního ruchu docházelo poměrně v krátkém časovém úseku k *podstatným změnám i v majetkově právních vztazích materiálně-technické základny cestovního ruchu* – jak vznikem nových provozovatelů zařízení poskytujících služby cestovního ruchu, tak *ve struktuře poptávky* po těchto službách a to *v domácím i příjezdovém zahraničním cestovním ruchu*:

- Česká republika se stala na mezinárodním trhu cestovního ruchu rychle standardní zemí, což se plně projevilo v kvantitativní i strukturální formě příjezdového zahraničního cestovního ruchu,
- prudce vzrostl výjezdový zahraniční cestovní ruch do evropských i dalších zemí včetně v minulosti považovaných za exotické a to i v důsledku sílící globalizace a vlivu tohoto fenoménu na cestovním ruchu,
- domácí cestovní ruch s ukončením rekreace placené z veřejných, odborových a závodových prostředků se rychle transformoval k posílení individuální, zejména příměstské rekreace a ve vlastních

zařízeních a prostřednictvím zájezdů cestovních kanceláří v ČR, avšak část této poptávky se přesunula směrem k zahraničním, často příhraničním zájezdům. Došlo k rychlému nárůstu sportovně-rekreačního využití volného času (cykloturistika, hipoturistika, adrenalinové vyžití apod.),

- k rychlé transformaci poptávky dochází rovněž v českých lázních, v nichž ukončený dlouholetý „nemocniční systém“ se vrací k sílící volně nastupující poptávce a to především v rámci příjezdového zahraničního cestovního ruchu (zejména ve vztahu k západočeskému lázeňskému trojúhelníku). Pozvolna roste i poptávka v rámci domácího cestovního ruchu. Specifikem v poptávce se stávají Karlovy Vary, kde hotel Imperial v rámci reparačí po druhé světové válce se stal doménou ruské klientely, která po roce 1989 se nejen zachovala, ale i zesílila a to i v důsledku vstupu ruských podnikatelských kruhů do podnikání zejména v nemovitostech.
- poměrně v krátkém období začíná zájem zahraničních západních firem zejména o vstupy a zapojování do hotelových řetězců (např. rodinné firmy z USA Hilton, Marriott), a v posledních letech pak i o investice do pozemků a výstavbu nových zařízení v některých oblastech a místech cestovního ruchu (např. výstavba atriových domů v horských střediscích Krkonoš holandskými investory, zájem o pozemky a výstavbu německých a holandských investorů na Lipně, ojediněle i o výstavbu nových hotelů, kde je zaručena poptávka, např. v Brně ve vztahu k BVV, přeměna bytových domů na přechodné ubytování návštěvníků např. italskými investory v Praze).
- globalizace a převratný stále pokračující rozvoj letecké dopravy vedl k vytvoření nadnárodních destinací, z čehož těží i evropský kontinent s cílem navštívit v těchto makrouzemích v limitovaném časovém rozsahu co nejvíce špičkových atraktivit. Je významným úspěchem, že ve velkém množství k dispozici stojících evropských atraktivit jednoznačně uspělo u zahraničních organizátorů i zařazení Prahy, což není stále dostatečně doceněno. Dokonce se tato skutečnost stává i terčem domácí polemiky a nástrojem k prosazování často lokálních představ výstavby čtyř a pěti hvězdičkových hotelů v tom kterém městě apod.
- rezervou je právě promyšlené využití limitované, několikadenní návštěvnosti ČR do Prahy v rámci dalších různých evropských center a oblastí návštěvníky z mimoevropských kontinentů (Japonsko, začínající Čína, ale i z jiných světadílů) *k diverzifikaci současné poptávky v rámci návštěvy Prahy*. Cestou je rozšíření a inovace krátkodobých zájezdů z Prahy k prezentaci dalších na míru šitých atraktivit v časově dostupném okruhu. Přitom však bude třeba citlivě zachovávat převážně přenocování v cílovém místě (účastníci cestující Evropou by spíše již neměl mít další krátkodobé přesuny s jedním či dvoudenním přenocováním). Ve více

místech pak především v případech tranzitů přes ČR do dalších evropských zemí.

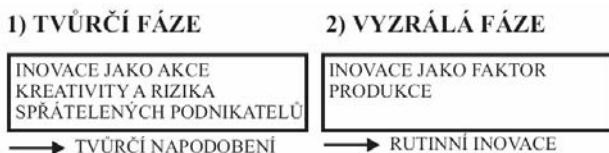
2) Kreativní a rutinní přístupy podnikatelů

Návrat ČR do rodiny tržního hospodářství v roce 1989 po čtyřicetiletém přerušení znamenal i v odvětví cestovního ruchu zrod nových podnikatelů. Stejně jako v mezinárodním cestovním ruchu byly v prvé polovině devatenáctého století i v nově vzniklém Československu po roce 1918 podnikatelé – pionýři, zakládající a rozvíjející produkty ve sféře poskytování služeb v tehdejší rámci cestovního ruchu vyrůstajících především ze sféry drobného podnikání ve stravovacích a ubytovacích službách. V dvacetileté existenci první republiky však můžeme zaevidovat výrazná jména velkých podnikatelů jako byl v hotelnictví např. Šroubek, Havel v Praze, rovnající se většinou podnikatelům v odvětví průmyslu jako byl např. Tomáš Baťa. Kvalitní práce v malých a středních podnicích v pohostinství se stala stavovskou ctí řady rodin a jejich následujících generací a často tato zařízení hrdě nesla rodinná jména od hostinců na venkově a v malých městech až po střední a větší města. České kuchařské umění a kvalitní pivo oceňované již v době Rakousko-Uherska rozkvétalo. Středně velké podniky, vyžadující větší základní finanční kapitál, např. hotely, vznikaly v období první republiky často s pomocí finančního kapitálu pojišťoven, spořitelen a obdobných finančních kruhů a byly většinou pronajímány. Specifický kvalitativní rozvoj zaznamenávala lázeňská místa. Tento spontánní přístup byl násilně přerušena druhou světovou válkou a v letech 1945 – 1948 se již nestačil obnovit a řečeno slovy zkoumané problematiky – inovovat.

Další vývoj v ČR po roce 1948 se pak ubíral i v cestovním ruchu jiným směrem, než tomu bylo v západních evropských zemích, zejména pak v dnes nazývaných klasických zemích cestovního ruchu. V nich se plně projevil v odvětví cestovního ruchu specifický vývoj podnikatelské činnosti ve vztahu k novým produktům, procesům a formám organizace a otevírání nových trhů. Vznikají velcí hráči na trhu cestovního ruchu, kteří mají dostatek zdrojů k systematické realizaci inovačních postupů na rozdíl od malých a středních podniků. Tyto velké podniky zakládají v rámci své organizační struktury např. divize pro výzkum a vývoj. Inovované produkty zejména v hotelnictví však nelze patentovat a ochraňovat jako je tomu např. v průmyslu, což vedlo k flexibilnímu přejímání těchto produktů i malými a středními podniky nevybavenými dostatečným kapitálem a to za předpokladu poznatků, že tyto produkty uspěly u zákazníků. V tomto směru se níže uvádí další model zpracovaný prof. Dr. Petrem Kellerem, prezidentem AIEST³:

³ KELLER, P.: Innovation in tourism – Creating customer value, AIEST, vol. 27, St. Gallen 2007, str. 15

Kreativní hazard nebo tvůrčí proces?



Současná struktura a kapacita hotelů a podobných zařízení v ČR, v posledních pěti letech stagnující, osciluje kolem 4.300 zařízení (rok 2005)⁴. Z toho necelé 1 % je hotelů pěti hvězdičkových, přičemž z jejich celkového počtu 34 je pouze 8 mimo Prahu. 6 % hotelů je čtyřhvězdičkových a 93 % je ostatních hotelů a penzionů. Ze sta hotelů označených jako TOP, s kapacitou nad 300 pokojů, je pouze jeden mimo Prahu, přičemž ani jeden z nich nebyl postaven po roce 1989. Jejich privatizace proběhla se značným podílem zahraničního kapitálu a tyto hotely jsou ve většině případů součástí mezinárodních řetězců (Hilton, Corinthia Towers Hotel, Renaissance Prague Hotels a řetězec OREA Hotels). Vysoce kvalitní management těchto hotelů je převážně z řad českých odborníků, kteří vyrostli v síti Interhotelů Čedok. Top hotelů s 200 až 300 pokoji je 9, hotelů s 100 až 200 pokoji 14 (z toho 8 v řetězci OREA vytvořeného převážně privatizací bývalých zařízení ROH). TOP hotelů do 100 pokojů je celkem 20. Tak vypadá současná vlajková loď ubytovacích možností v odvětví cestovního ruchu ČR.

Jasně z toho vyplývá, že v současné době disponibilní finanční prostředky, ať již domácího či zahraničního kapitálu, nesměřují v této etapě k budování dalších finančně náročných ubytovacích kapacit. To však neznamená, že ve stávající privatizované hotelové síti neprobíhají inovační procesy, spíše naopak, a to právě i díky jejich zařazení do mezinárodních řetězců.

U malých a středních ubytovacích a stravovacích podniků i v České republice plně platí shora položená otázka. Český drobný a střední podnikatel v této kategorii – prakticky živnostník opatrně vstupuje do větších pro něj rizikových investic. V zájmu udržení konkurenceschopnosti podporuje spíše přejímání pro něj dostupných vzorů než vynakládání prostředků na investice, které by se měly projevit až za delší časové období. V posledních letech, kdy sílí aktivity orgánů místní správy, využít nových možností získat finanční prostředky i z evropských fondů, u kterých je však konkrétně vymezeno jejich určení (opravy kulturně-historických památek, budování cyklotras apod.), vidí i drobní a střední podnikatelé novou šanci zvýšit následně v rámci cestovního ruchu své tržby a hledají možnosti zapojení do tohoto

⁴ Ročenka cestovního ruchu, ubytování a pohostinství 2006, mag CONSULTING, Praha 2006, str. 115, 176

procesu. V rámci inovační politiky tak dochází i na našem trhu cestovního ruchu k určitému soutěžení mezi kompetencemi a kooperací. Malé podniky v destinacích nemají dostatek finančních sil v péči o inovace. Proto na současném mezinárodním trhu cestovního ruchu působí stále intenzivněji podpora jednotlivých států majících zájem na rozvoji odvětví cestovního trhu formou spolupráce nejrůznějších promotorů inovací umožňující větší a nákladnější transakce v jednotlivých destinacích cestovního ruchu.

Pro názornost se ještě uvádí následující model prof. Dr. Petra Kellera k soutěživé a konkurenceschopné kompetenci struktur na trhu cestovního ruchu⁵:

Konkurenceschopná struktura trhu



Jak známo, odvětví cestovního ruchu je obecně typické tím, že na jeho rozvoji se podílí řada dalších odvětví a úseků národního hospodářství. Proto s otázkami kompetencí a koordinací úzce souvisí i docenění *prvku koordinace*. Ta v rozvoji destinací cestovního ruchu v ČR může sehrát důležitou úlohu např. i při objektivním posuzování priorit směřů využívání disponibilních finančních zdrojů včetně prostředků z evropských fondů, což přispěje v konečném efektu k žádoucímu zvyšování jejich konkurenceschopnosti na trhu cestovního ruchu.

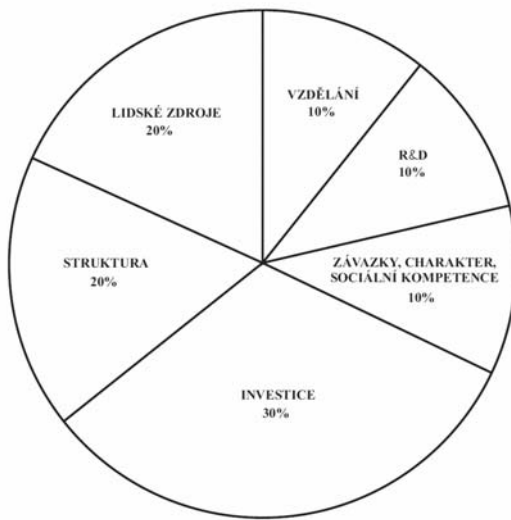
3) Význam atraktivit

Limity příležitosti k inovacím produktů v destinaci

„Prvním rozhodnutím účastníka cestovního ruchu je realizovat návštěvu konkrétních atrakcí, resp. destinace. Teprve poté přichází volba určitého balíčku služeb. A to je jasná otázka pro soupeření mezi destinacemi. Úlohou státu jako „stewarda“ a spolutvůrce podmínek rozvoje cestovního ruchu je přispívat k publikaci destinací. Regiony pak musí usilovat o optimální rozvoj cestovního ruchu právě cestou inovací, aby v tomto soupeření získaly předstih. Jejich

⁵ KELLER, P.: Innovation in tourism – Creating customer value, AIEST, vol. 27, St. Gallen 2007, str. 16

rozhodnutí umožňují plnější využívání endogenního nárůstu potenciálu destinací“.⁶ V tom spočívá i význam tvůrčího prvku inovačního mechanismu, který znázorňuje v procentním vyjádření jeho graf – *determinace produktivity práce v cestovním ruchu*⁷ (význam tvůrčího inovačního mechanismu).



Prostorová dimenze destinace, její vnitřní struktura a ekologické aspekty

Účastníci domácího či zahraničního cestovního ruchu přijíždějící do konkrétní destinace mohou v krátkém čase porovnat pravdivost nabídky se svým očekáváním a to nejen z hlediska péče o přírodní předpoklady, kulturně-historické památky, vybavenost destinace, ale neanonymním přímým stykem s poskytovateli i úroveň služeb a celkové postoje místního obyvatelstva k návštěvníkům. Proto *destinaci cestovního ruchu je třeba pokládat za základní kámen* v podnikání na poli cestovního ruchu a věnovat jí odpovídající, kvalifikovanou pozornost i v inovačních procesech jak v teorii, tak v praxi.

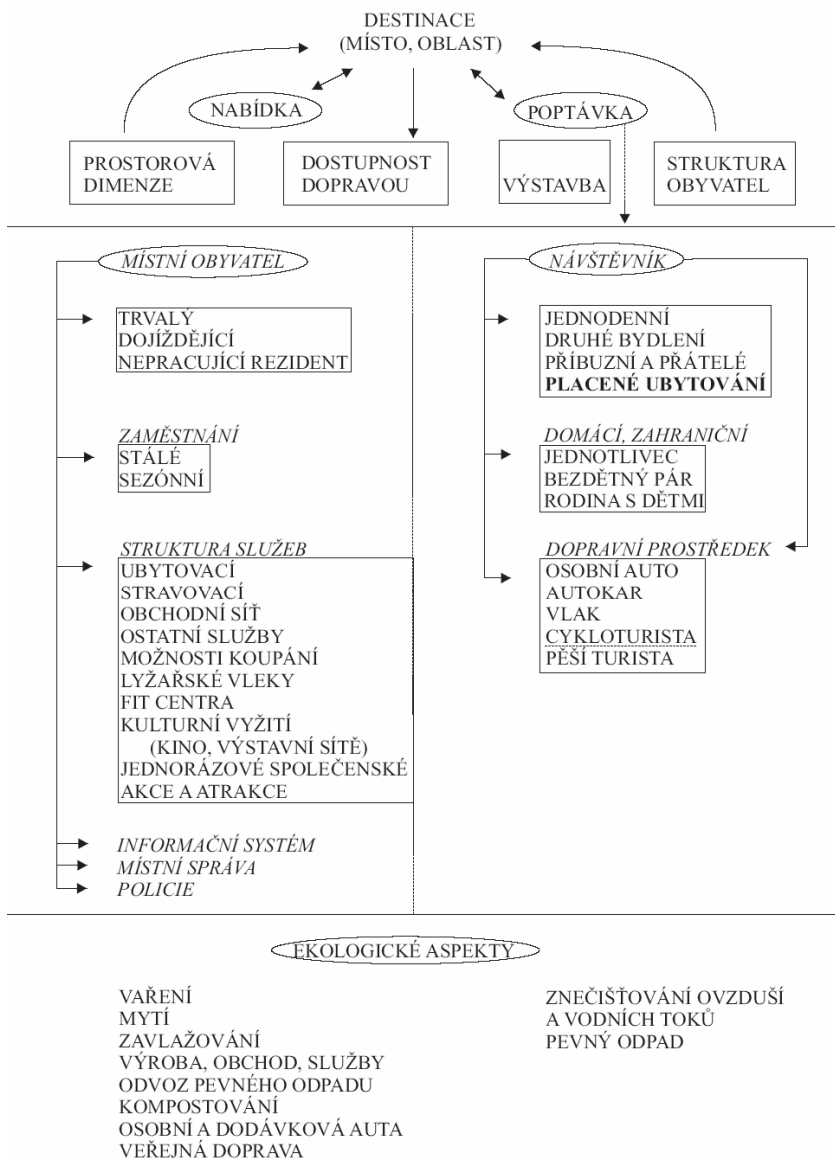
Za destinaci cestovního ruchu se v současné praxi pokládá jak místo, tak oblast, ale i stát či světový kontinent. Ve stanovené destinaci lze nejlépe konkrétními průzkumy analyzovat strukturu současné nabídky a jejich porovnáním s IT

⁶ KELLER, P.: Innovation in tourism – Creating customer value, AIEST, vol. 27, St. Gallen 2007, str. 17

⁷ KELLER, P.: Innovation in tourism – Creating customer value, AIEST, vol. 27, St. Gallen 2007, str. 17

informacemi. Na druhé straně stupeň a strukturu návštěvníků a zaměření jejich poptávky lze dnes již poměrně přesně kvantifikovat z dostupných statistických podkladů, satelitních účtů apod. Ale stále platí, že čím zkoumáme menší destinaci, tím je těchto podkladů méně a musí se přistoupit k individuálním šetřením konkrétních doplňujících číselných podkladů. Rovněž lze v podstatě bez námahy kvantifikovat a kvalifikovat dopravní dostupnost, rozsah materiálně-technické základny, počty a strukturu obyvatelstva v destinaci, sezónnost zaměstnanosti, tedy další předpoklady z hlediska nabídky. Významnou pomocí je Návrh nové rajonizace cestovního ruchu České republiky, který umožňuje přesně charakterizovat přírodní předpoklady a stupeň jejich významu v daném teritoriu i ve vztahu k celému státu. Poměrně složitější je kvantifikovat environmentální faktory, zejména poškozování prostředí a zde se neobejdeme bez anketních šetření a řízených rozhovorů.

Model vnitřní struktury a základní vazby v destinaci cestovního ruchu⁸



⁸ KELLY, J., WILLIAMS, P.: Assessing material flow eco-efficiency strategies in tourism destinations. AIAEST, vol. 27, St. Gallen 2007, str. 277 (upraveno, vlastní zpracování)

B) Společenské inovace jako kolébka moderního cestovního ruchu – technický pokrok

1) Ekonomické změny

Ekonomické změny v České republice po roce 1989 a následný dnes již téměř dvacetiletý vývoj hrály a dále hrají významný ať již kladný či záporný vliv i na odvětví cestovního ruchu ve vztahu k vývoji a inovacím v technickému pokroku.

Industrializace v bývalé ČSSR podle socialistického vzoru často nepřihlížela k charakteru a vlivům na přírodní prostředí. Docházelo stále více nejen k nadměrnému znečišťování ovzduší, ale i k přímým negativním důsledkům necitlivými zásahy do přírodního prostředí ať již výstavbou gigantních průmyslových staveb, či v rámci kolektivizace zemědělství apod. Vodní toky a vodní plochy – v minulosti samozřejmě střediska pro koupání, se v řadě případů staly průmyslovými stokami. Léčivým pramenům v okolí Karlových Varů dokonce hrozilo, že si najdou jiné cesty. To jsou jen namátkové příklady.

Ale i v některých střediscích zimních sportů v evropských Alpách zasažených průmyslovým vývojem se pozvolna začal projevovat odklon v tradiční návštěvnosti. Některá přímořská vyhlášená letoviska kolem Středomoří začala být znehodnocována znečišťováním pláží nárůstem přímých odpadů splašků z přímořských center přímo do moře, stále více využívané lodní námořní trasy vytvářely olejová a ropná znečištění mořské vody přímo v letoviscích. Na plavkách rekreatantů se nejednou začaly objevovat skvrny po ropě.

Ve vztahu k zachování přirozených a historicky vytvářených oblastí cestovního ruchu, kterým shora uvedený vývoj často nenávratně škodil, bylo světlým bodem přijetí dnes již unikátního dokumentu *Rajonizace cestovního ruchu v Československu z roku 1962 a 1981* schváleného vládou, která byla podpořena jako vzorová i UIOOT (mezinárodní organizace cestovního ruchu).

V evropských rozvinutých zemích z hlediska cestovního ruchu se začal uplatňovat trend, který v České republice pozorujeme zejména až v posledním desetiletí a to nahrazovat technickým pokrokem poškozované přírodní předpoklady oblastí *indukovanými investicemi*, tedy paradoxně zase pomocí technického rozvoje. Tak jako v přímořských hotelech se začaly stavět bazény s mořskou vodou a s vlnobitím, protože se v moři nedá koupat, v ČR postupně přibývá akvaparků. I ve vyhlášených alpských střediscích pracují po určitou dobu sezóny děla na výrobu sněhu – protože není dostatek sněhu. V ČR byla uspořádána v zimním období 2007/2008 řada mezinárodních lyžařských soutěží – od Hradčanského náměstí v Praze počínaje, kterými se nemohou pochlubit ani některá alpská střediska. Řeší se to však široce diskutovaným z ekonomického i ekologického hlediska převážením sněhu do pořádacích míst, často středisek v nadmořské výšce 400 –

500 m. Do některých z nich provozovatelé lanovek a vleků nakoupili 20 let stará zařízení z rakouských, rovněž níže položených středisek, kde se ukázal jejich provoz z důvodů změn klimatických poměrů jako neefektivní.

Terciální sektor v České republice po roce 1989 prudce vzrostl. Vzrostl významně i počet malých a středních zařízení poskytujících v rámci tohoto sektoru služby účastníkům jak domácího tak příjezdového zahraničního cestovního ruchu. Svědčí o tom údaje v ročenkách vydávaných Českým statistickým úřadem. V nejbližších letech po roce 1989 často i v rámci „zvědavosti“ navštívit Českou republiku ze západních zemí prudce vzrostla krátkodobá návštěvnost míst a oblastí cestovního ruchu zejména ze sousedních států. Další skupinu zvyšující počet příjezdů a počty ubytování v malých a středních zařízeních pro přechodné ubytování tvořili návštěvníci přijíždějící navázat obchodní styky, resp. vybudovat podnikatelské firmy na území ČR. Pokud uspěli, převzali časem funkci těchto podnikatelů osoby s trvalým pobytem v ČR, nebo si zahraniční podnikatelé vybudovali vlastní soukromé ubytovací možnosti a z ubytovacích statistik pro přechodné ubytování vypadli. To vedlo postupně i k ekonomickému oslabení zejména malých a středních ubytovacích zařízení zejména v některých menších městech. Tak např. i v minulém pětiletém období 2001 – 2005 pokračoval tento pokles počtu hromadných ubytovacích zařízení v ČR ze 7.703 na 7.608, přičemž při stagnaci či poklesu ve většině krajů došlo v Praze k nárůstu z 527 na 597⁹.

Ve službách v rámci výjezdového zahraničního cestovního ruchu prudce vzrostla *malá a střední zařízení poskytující služby* do té doby privilegovaných několika velkých *cestovních kancelářích*. Podle údajů ČSÚ mělo v roce 2002 oprávnění k poskytování služeb cestovních kancelářích cca 900 subjektů, z nichž nejvíce se podílely, a to 78 % na organizování výjezdů našich občanů do zahraničí, 63 % zajišťováním služeb v rámci domácího cestovního ruchu a 43 % příjezdovým zahraničním cestovním ruchem (šlo tedy v řadě případů o kombinované služby)¹⁰.

Pokud jde o *IT revoluci*, hodnocení jsou ve vztahu k odvětví cestovního ruchu v ČR po roce 1989 různá. V zásadě se však většina odborníků shoduje, že v cestovním ruchu ČR postupovala a postupuje poměrně zdlouhavě, což bylo způsobeno jednak postupným vytvářením finančních zdrojů hráčů na tomto trhu a tím, že IT nebyly u řady podnikatelů pokládány za prioritní, neboť konečný efekt nenastupuje okamžitě. Další vážnou překážkou byla nepřipravenost zejména starší generace pracujících v tomto odvětví. Nositelem IT pokroku se staly především zahraniční řetězce operující na trhu zahraničního cestovního ruchu v ČR, zejména hotelové. Tak IT byla koncentrována především do větších měst a center cestovního ruchu a nezasáhla v dostatečné dimenzi malé a střední podniky. Rovněž

⁹ Ročenka cestovního ruchu, ubytování a pohostinství 2006, mag CONSULTING, Praha 2006, str. 72

¹⁰ Ročenka cestovního ruchu, ubytování a pohostinství 2006, mag CONSULTING, Praha 2006, str. 72

podpora z centra nebyla dostatečně atraktivní a v řadě případů i dobré projekty se nepodařilo prosadit a postupně realizovat. V České republice nedošlo zatím k vytvoření národního turistického informačního systému v odvětví cestovního ruchu tak jak tomu je v řadě vyspělých zemí cestovního ruchu. Je třeba ocenit v tomto směru aktivity Univerzity Hradec Králové. Blíže se tímto problémem zabývá výzkumný projekt MMR ČR WA-037-05-Z06 „Návrh systematického výzkumu cestovního ruchu v České republice se zvláštním zřetelem na kraje“ zpracovaný řešitelským týmem VŠH v letech 2005 – 2006¹¹ a proto se v této stati podrobněji nerozvádí.

2) Inovace v sociální sféře

Placená dovolená a kapacity volného času patří svojí úrovní v České republice po řadu let k předním vyspělým zemím na světě. Politicko-ekonomický vývoj po roce 1989 a návrat k demokracii dále tuto skutečnost upevňuje a rozšiřuje. Dochází postupně ke kvalitativní změně a uvědomění ve společnosti i ve vztahu k cílevědomému získávání poznatků, zkušeností a zážitků jednotlivce i rodiny. Tento faktor je v ekonomicky vyspělých demokraciích realizován mimo jiné i prostřednictvím domácího a zahraničního cestovního ruchu.

„*Společnost volného času*“. V roce 2005 provedené průzkumy uvádějí, že za účelem strávení volného času a dovolené bylo uskutečněno téměř 10 milionů domácích cest a téměř 4,5 milionů cest v zahraničí. „Celkové výdaje na delší cesty dosáhly v tomto roce 71,3 mld. Kč, z toho na cesty v ČR 18,7 mld. Kč. a na cesty do zahraničí 52,6 mld. Kč. Průměrné výdaje na jednu delší cestu činily 7.169 Kč, z toho na cestu v ČR 3.357 Kč a na cestu do zahraničí 12.021 Kč. Výdaje českých občanů na kratší cesty dosáhly 18,0 mld. Kč a na zahraniční cesty 3,7 mld. Kč. Průměrné výdaje na 1 kratší cestu byly 980 Kč, z toho na domácí cestu 825 Kč a na zahraniční 3.631 Kč,“ uvádí se v Ročence cestovního ruchu, ubytování a pohostinství 2006.

„*Společnost zážitků*“, jak je tento fenomén označován, je v ČR zatím přesně nevyhraněný a ne dostatečně analyzovaný a to jak ze sociologického tak ekonomického hlediska. Ze současného složení účastníků jak v rámci domácího, tak zejména výjezdového zahraničního cestovního ruchu však vyplývá, že dnes počítá v rámci svého rozpočtu s určitými finančními prostředky vydávanými na služby cestovního ruchu již přes 50 % občanů. Podněty mohou být různé – rekreační, zdravotní, poznávací, cesty za prací atd., ale také nebyť pozadu v „módě“ navštívit co nejvíce zahraničních destinací. Stále více sílí poznávací, studijní, ale i pracovní motiv výjezdů mladých lidí do 30 let věku, a jak potvrzují průzkumy v USA, tato věková skupina právě proto, že IT jsou pro ní

¹¹ FRANKE, A. a kol.: Návrh systematického výzkumu cestovního ruchu v České republice se zvláštním zřetelem na kraje (zvl. č. 1 Czech Hospitality and Tourism Papers). VŠH, Praha 2007, 144 str., ISSN 1801-1535

samozřejmostí, „šije si na míru“ prostřednictvím informací z internetu bez pomoci cestovních kanceláří své zájezdy. Stejně tomu začíná být i v dalších vyspělých evropských státech a doputovává to i do ČR.

C) Popularizace cestovního ruchu ve vztahu k inovacím v dopravě

Historický vývoj cestovního ruchu je nerozlučně spjat s rozvojem moderní dopravy, tj. *železnice*, osobní a skupinová *autodoprava* a *osobní letecké doprava*.

Již v druhé polovině 18. století vznik a rozvoj železniční osobní dopravy vytvářel v podstatě první širší možnosti k zapojení nově vznikajících služeb pro přesun individuálních a skupinových návštěvníků do míst, která dosud nebyla běžně v širším měřítku dostupná. Ještě dnes si uvědomujeme, že i v našich městech první větší hotely vznikaly v blízkosti nádraží, často tyto budovy byly na pionýrskou dobu počátků „cestovního ruchu“ honosné a stojí dodnes, avšak ve velké většině jsou již využívány k náhradním účelům. Hluk u nádraží moderní době cestovního ruchu již neprospívá a tak ekonomika přinutila majitele hledat jiná řešení.

Vznik a rozvoj osobní *automobilové dopravy* a následně *hromadné autobusové dopravy* odstranil v 30. – 50. letech minulého století bariéru kolejové dopravy a tak cestovní ruch začal posilovat v dosud složité dostupných oblastech i v našem prostředí. A konečně masový nástup *civilní letecké přepravy* v druhé polovině minulého století postupně otevřel návštěvnost účastníků zejména v rámci zahraničního cestovního ruchu do nově vznikajících trhů mezinárodního cestovního ruchu, jak jsme toho stále více svědky v struktuře poptávky vjezdového zahraničního cestovního ruchu v posledních letech i v ČR.

Tento rozvoj je podstatným faktorem v příjezdovém zahraničním cestovním ruchu, do toho kterého teritoria i v Evropě včetně ČR a stále intenzivněji mění strukturu zahraničních návštěvníků (např. růst z Japonska do Evropy), narůstá i poptávka z Číny a není daleko doba, kdy bude zaznamenán i vyšší nárůst z jihoamerického kontinentu. Zcela určitě jsou již dnes oproti Evropě rezervy v ČR v návštěvnosti z USA a Kanady.

3. Koncepty nových inovací produktů a služeb v mezinárodním cestovním ruchu

V mezinárodním cestovním ruchu v posledních 15 – 20 letech došlo v odvětví cestovního ruchu k řadě inovací. Důvodem ve vyspělých, klasických evropských zemích cestovního ruchu bylo a je zejména *odolat konkurenci nově vznikajících destinací* cestovního ruchu v různých zemích a kontinentech.

Příkladem je příjem řady inovačních projektů za podpory státu započatých na zlomu století v tradičních středoevropských zemích jako Švýcarsko a Rakousko v alpských zimních střediscích, ale i v přímořských letoviscích např. ve Španělsku. Rovněž v lázeňských evropských centrech dochází k rozvoji nových forem, např. 7 pilířů wellness (péče o krásu, joga, sauna, fitness, masáže, aktivity v přírodě, strava apod.) jako faktoru intenzivního využití hotelových kapacit. Příkladem je síť Sheraton Hotels, konkrétně Starwood/Arabella Sheraton hotel a Mardavall Hotel & Spa na Mallorce.

„*Benchmarking*“ – metoda přejímání dobrých vzorů i v odvětví cestovního ruchu napomáhá k šetření lidského i finančního potenciálu k objevování již objeveného a v praxi vyzkoušeného.

K inovacím v odvětví cestovního ruchu napomáhá i *prohlubování styků mezi globálními společnostmi na jeho mezinárodním trhu*, zejména mezi Severní Amerikou a Evropou a nově vznikajícími destinacemi přírodně dosud nedotčených mořských pobřeží Dálného východu.

Mezikontinentální spolupráci napomáhá stále výrazněji i *inovace v IT systému* (internet, rezervační systémy).

Inovace náplně zájezdů cestovních kanceláří se cíleněji zaměřuje z různých hledisek na strukturu zájemců. Dobrým příkladem jsou např. zájezdové programy cestovní kanceláře Čedok 2008 pro cílenou rodinnou dovolenou s malými dětmi a jejich propagace včetně strategie cen.

V *hotelnictví* musí přihlížet objektivní proces rekonstrukce stávajících, ale i výstavby nových objektů k *měníci se náročnosti poptávky hostů*. To úzce souvisí i se zvyšováním kvalifikace včetně zainteresovanosti v něm pracujícího personálu. Prestižní oceňování kvalitních a nových forem služeb v cestovním ruchu, hotelnictví a pohostinství nabývá stále více na významu. Svědčí o tom například vstup renomovaného oceňování restauračních zařízení a kuchařů hvězdičkou průvodce Michelin v letošním roce poprvé i pro české restaurace.

Podrobněji je možné se seznámit s mezinárodními trendy inovací v jednotlivých evropských zemích v již citovaném čísle 47 edice publikací AIEST, které bylo vydáno při příležitosti konání 55. kongresu AIEST v roce 2005.

4. Vzdělávání a inovace ve vztahu k cestovnímu ruchu

Tak jako je jedním ze základních předpokladů a motivací pro rozvoj odvětví cestovního ruchu ekonomicko-sociální rozvoj, v obráceném gardu se tento

dynamický rozvoj cestovního ruchu v posledních letech stává stále vhodnější oblastí i pro *strukturálně zaměřenou působnost vzdělávacích a učebních aktivit* včetně problematiky *inovací*. Ne náhodou se touto problematikou zabývá i Evropská komise, která v roce 2006 vydala v této souvislosti i podrobnou příručku¹². Ve vztahu k inovacím v destinacích cestovního ruchu a poslání vzdělávacích aktivit se v ní zdůrazňuje zejména význam *rozvojového a synergického faktoru* jak pro individuální, tak podnikovou sféru (malé a střední podniky, ale i řetězce) a regionální správní orgány a instituce (veřejná správa). K realizaci opatření přijala Evropská komise konkrétní cíle v těchto třech fázích: *zahajovací* – vedoucí k seznámení s problematikou nejrůznějšími formami, *koordinační* – ustavením příslušných pracovních skupin, plánu zveřejňovaní na webu apod., *prováděcí* – především vymezením akceschopného rámce pro realizaci.

Jako *vzorové příklady pro studium inovací vzdělávání ve vztahu k cestovnímu ruchu* v Evropě zvolila komise 7 různých modelů s různou realitou:

Bergamo (Itálie) – vzorová spolupráce Univerzity Bergamo ve vztahu k inovačním opatřením ve vzdělávání se zainteresovanými příjemci

Algarve (Portugalsko) – jihoevropský pobřežní styl návštěvnosti (5 mil. osob ročně) se základnou malých a středních podniků, digitální portál, implementace vzdělávání v destinaci

Lake Constance (Německo) – koordinace vzdělávání ve vztahu k přírodním předpokladům

East Riding / Yorkshire (Velká Británie) – propojení univerzit s praxí

Pongau / Salzburg (Rakousko) – spolupráce 20 obcí při budování vzdělávací sítě

Tématický cestovní ruch (PLAS):

agroturismus (Holandsko) – více než 5.000 malých a středních rodinných farem

lázeňský turismus (Maďarsko) – více než 1.000 léčivých pramenů s teplotou vody nad 30° C, kořeny využívání již od římské doby

Jako primární při volbě forem vzdělání k následné podpoře inovací v destinaci je třeba si vždy stanovit *cílové skupiny* (malé a střední podniky, individuální, veřejná péče), tzv. „targeting“, za kterým nastupuje stejně tak důležité *doručení znalostí* ze získaného vzdělávání, tzv. „delivering“, k realizaci inovací v dané destinaci.

¹² Innovation in tourism – How to create a tourism learning area: European Commission, Office for Official Publication of the European Communities, Luxembourg 2006

Závěr

Problematika inovací je významnou v současném vývoji odvětví cestovního ruchu v ČR i při řešení regionálních disparit.

Úsilí o realizaci inovačních opatření v dané destinaci a jejich úspěch však předpokládá mít k dispozici dostatečně kvalifikované analýzy na odpovědi a to zejména na tyto otázky:

1) Do kterého základního typu oblastí vhodných pro rozvoj cestovním ruchem lze zařadit destinaci podle stupně přírodních a ostatních předpokladů, resp. indukovanými investicemi změnit destinaci bez předpokladů do skupiny s ostatními předpoklady (model viz. příloha č. 1)?

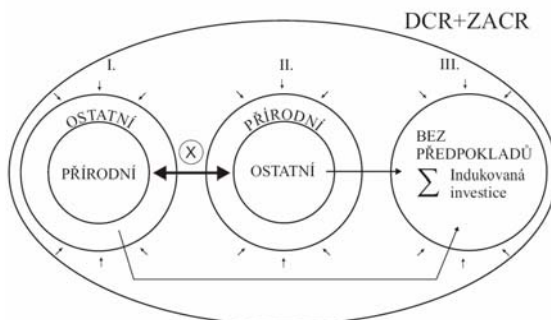
2) Jaká je současná návštěvnost v destinaci, tj. analýza kvantitativních ukazatelů současného stavu a předpokladů rozvoje domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu (model viz. příloha č. 2).

3) Současný stav přírodních, kulturně-historických, společensko-ekonomických a organizačně-technických předpokladů v destinaci; infrastruktura a suprastruktura, lidský faktor (model viz. příloha č. 3).

Odpovědi na tyto otázky pak umožňují cíleně zaměřovat strategii a marketing a charakterizovat výsledný produkt včetně jeho případné specifčnosti a jedinečnosti.

Příloha č. 1

Základní druhy oblastí pro řešení společensko-ekonomických disparit



Zdroj: vlastní schéma (projekt WD-37-07-2)

Oblast I. disponuje prevažujícimi přírodními předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu doplněnými ostatními předpoklady. Taková oblast má předpoklady pro rozvinutou, dlouhodobější – z hlediska počtu dnů – návštěvnost jak v domácím tak příjezdovém zahraničním cestovním ruchu podle kvality a konkurenceschopnosti těchto předpokladů na domácím, resp. zahraničním trhu cestovního ruchu.

Oblast II. je v opačném gardu k oblasti I. Nedisponuje sice přírodními předpoklady, ale kvalitními ostatními předpoklady, kterými se stává na trhu cestovního ruchu zajímavou a tak konkurenceschopnou. Tyto předpoklady však mohou pouze v omezené míře vyvolávat dlouhodobější pobyt a to především návštěvníků specializovaných na určitý druh cestovního ruchu.

Oblast III. je bez obou druhů předpokladů, ale lze v ní vybudovat některé ostatní předpoklady. Podle jejich kvality a komplexnosti služeb tak mohou stimulovat poptávku návštěvníků jak v domácím tak i zahraničním cestovním ruchu (např. formou cílené a propagační podporované diverzifikace z oblastí I., zřejmě však s kratší dobou návštěvnosti, resp. pobytu).

Příloha č. 2

„Strom“ domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu v krajích ČR

Podle možností současných statistických ukazatelů o domácím a příjezdovém zahraničním cestovním ruchu v počtu osob (ČSÚ) lze bezproblémově vyplnit sestavu za ČR a jednotlivé kraje. Jde o tyto ukazatele v procentním vyjádření, tj. 100 % = ČR a procentní podíly jsou za jednotlivé kraje v seřazení od nejvyššího podílu po nejnižší. V levé části stromu jsou údaje za domácí cestovní ruch, v pravé údaje za příjezdový zahraniční cestovní ruch. Podle výsledku košatí strom v rozdílných částech svého růstu, tj. od svého *základu* – ukazatele domácího cestovního ruchu po *vrchol* – ukazatele za příjezdový zahraniční cestovní ruch.

Takto sestavený strom umožňuje následně provést jednoduché porovnání podílů a významu domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu spojením linií mezi totožnými kraji na levé (DCR) a pravé (ZCR) straně stromu a z toho vyplývající celkové umístění jednotlivých krajů v domácím a zahraničním cestovním ruchu v daném časovém okamžiku (zpravidla rok) v ČR.

V případě potřeby lze uvedené postupy využít i u dalších menších územních celků, avšak zde již bariérou budou možnosti získání potřebných statistických ukazatelů a bude nutné počítat především s vlastními šetřeními.

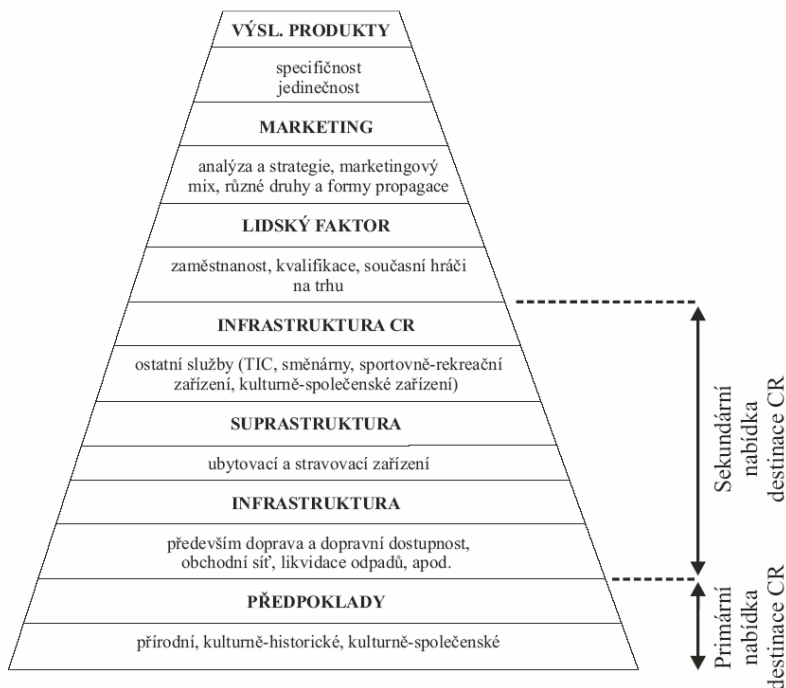
Rozvoj cestovního ruchu a jeho strukturu v členění na domácí a příjezdový zahraniční lze v České republice za rok 2006 charakterizovat tímto pomyslným stromem, který na základě počtu zahraničních turistů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR (celkem 6,435 mil.) a počtu uskutečněných delších cest českých občanů v ČR (celkem 4,985 mil.) vypadá takto:

	DCR v %	CESTOVNÍ RUCH	ZCR v %	
PRAHA	4,5		57,5	PRAHA
KRAJE Moravskoslezský Karlovarský	7,0 4,0 3,0	1. Příjezdový zahraniční → 2. Domácí	23,5 7,5 6,0 5,0 5,0	KRAJE Karlovarský Jihomoravský Jihočeský Královéhradecký
KRAJE Olomoucký Zlínský Ústecký Pardubický	20,0 7,0 5,0 4,0 4,0	← 1. Domácí 2. Příjezdový zahraniční	10,5 4,0 3,5 3,0	KRAJE Liberecký Středočeský Ústecký
KRAJE Jihomoravský Plzeňský Vysočina	18,5 7,5 6,0 5,0	← 1. Domácí 2. Příjezdový zahraniční	4,5 2,0 1,5 1,0	KRAJE Plzeňský Olomoucký Zlínský
KRAJE Jihočeský Královéhradecký Středočeský Liberecký	49,0 14,0 13,0 11,0 11,0	← 1. Domácí 2. Příjezdový zahraniční	4,0 2,0 1,0 1,0	KRAJE Moravskoslezský Vysočina Pardubický

Pozn.: zaokrouhleno na 0,5 %, zpracováno na základě podkladů ČSÚ a MMR ČR
Zdroj: vlastní schéma (projekt WA-037-05-Z06)

Příloha č. 3

„Pyramida“



Zdroj: vlastní schéma

Sestavení jednotlivých stupňů pyramidy znázorňujících předpoklady k rozvoji cestovního ruchu lze realizovat za různé destinace (stát, region, kraj, místo) s cílem zvolit *optimální produkt k nabídce* dané destinace.

K naplnění uvedených stupňů pyramidy konkrétními údaji je možné využít především Návrhu nové rajonizace cestovního ruchu v České republice (zejména údajů o potenciálu a předpokladech cestovního ruchu, ubytovacích zařízeních cestovního ruchu – hosté a návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních, o sportovně-rekreační a dopravní infrastruktuře, profilech jednotlivých krajů), dostupných údajů ČSÚ (především statistiky ubytovacích zařízení), Úřadů práce (ve vztahu k zaměstnanosti) a disponibilních podkladů, které se nacházejí na jednotlivých stupních veřejné správy. Tyto údaje bude však třeba v některých případech, a to zejména ve vztahu k menším destinacím a místům, doplňovat

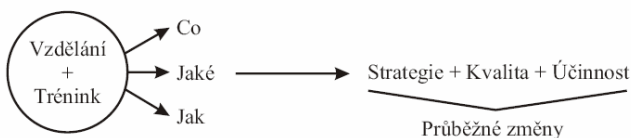
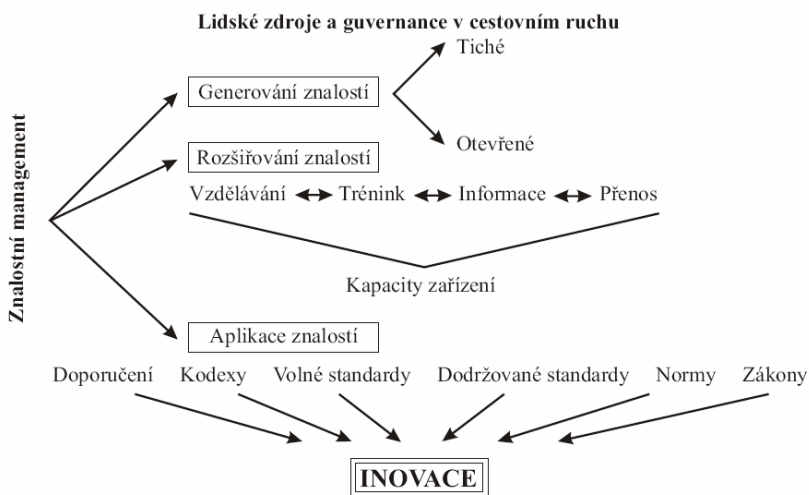
individuálními šetřeními. Zcela individuálně bude nutné analyzovat problematiku marketingu.

Při získání co nejvíce relevantních podkladů lze předpokládat vysokou míru výsledné analýzy specifičnosti a jedinečnosti destinace a tak i správnou volbu nabízeného produktu a jeho úspěšnost.

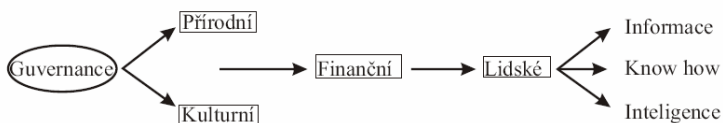
Příloha č. 4

Inovace v oblasti lidských zdrojů v cestovním ruchu – modely UNWTO

Problematikou inovací v oblasti lidských zdrojů v cestovním ruchu se zabýval na zasedání Komise pro Evropu UNWTO dne 16. 5. 2008 v Praze v rámci konání technického semináře „Politika cestovního ruchu a problematika lidských zdrojů“ prof. Dr. Eduardo Fayos-Sola, regionální zástupce UNWTO pro Evropu.



Nová éra cestovního ruchu Zdroje, klíčový faktor k úspěchu



Informace o činnosti Výzkumného centra VŠH

V březnu 2005 bylo na Vysoké škole hotelové v Praze v souladu s Dlouhodobým záměrem vzdělávací, vědecké, výzkumné a další tvůrčí činnosti VŠH na období 2006 – 2010 zřízeno Výzkumné centrum VŠH. Cílem tohoto centra je napomáhat k obnově systematické výzkumné činnosti v cestovním ruchu a v hotelnictví v České republice a její kvalifikované a operativní napojení na současné potřeby praxe. Od počátku existence je vedoucím Výzkumného centra VŠH Ing. Antonín Franke, CSc., dlouholetý člen Aiest (Mezinárodní sdružení vědeckých expertů cestovního ruchu se sídlem v Bernu ve Švýcarsku). Program Výzkumného centra VŠH se zaměřuje zejména na řešení aktuálních a koncepčních problémů cestovního ruchu v České republice. Vysoká škola hotelová v Praze úzce spolupracuje v oblasti výzkumu a vývoje s Ministerstvem pro místní rozvoj České republiky a s Českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism.

Servisních služeb tohoto centra mohou využívat vedle ústředních orgánů státní správy rovněž orgány veřejné správy na krajské, regionální, oblastní a místní úrovni, podnikatelská sféra a organizace podílející se na službách v cestovním ruchu, hotelnictví a gastronomii. Výzkumné centrum VŠH má k dispozici jak vysoce kvalifikované specialisty přednášející na VŠH, tak význačné externí spolupracovníky v oboru cestovního ruchu a hotelnictví včetně lektorů z partnerských vysokých škol. V návaznosti na studijní program využívá VŠH i studentů vyšších ročníků při získávání podkladů např. formou bakalářských a diplomových prací, formou anket či přímých rozhovorů.

Výzkumné projekty MMR ČR řešené Výzkumným centrem VŠH financované ze státního rozpočtu z kapitoly Ministerstva pro místní rozvoj České republiky jsou tyto:

1. 7. 2005 – 30. 11. 2006	Návrh systematického výzkumu cestovního ruchu v České republice se zvláštním zřetelem na kraje WA-037-05-Z06 Odpovědný řešitel: Ing. Antonín Franke, CSc. Výzkumný program WA – Výzkum a vývoj pro potřeby státní správy MMR 2004 – 2006
1. 4. 2007 – 30. 6. 2011	Výzkum domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu ve vztahu k zmírnění společensko-ekonomických disparit WD-37-07-2 Odpovědný řešitel: Ing. Antonín Franke, CSc. Výzkumný program WD – Výzkum pro řešení regionálních disparit MMR (veřejná soutěž č. 1)

Projekt WA-037-05-Z06 byl v roce 2007 ukončen a úspěšně obhájen. Poznatky z něho vyplývající byly využity MMR ČR při tvorbě Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013 předložené a schválené vládou České republiky.

Projekt WD-37-07-2 získala VŠH v loňském roce ve veřejné soutěži vyhlášené v rámci programu MMR ČR „Výzkum pro řešení regionálních disparit“. Řešitelský tým Výzkumného centra VŠH složený z expertů Vysoké školy hotelové v Praze, Ekonomicko-správní fakulty Masarykovy univerzity v Brně, Fakulty informatiky a managementu Univerzity Hradec Králové, Ekonomické fakulty Univerzity Mateja Bela v Banské Bystrici a České centrály cestovního ruchu – CzechTourism neprodleně zahájil a počátkem tohoto roku obhájil před hodnotící komisí MMR ČR dosažené výsledky za rok 2007 s kladným stanoviskem pokračovat na základě schváleného harmonogramu v další práci v roce 2008.

V příloze č. 1 této příručky se uvádí původní modelový graf *tří základních druhů „oblastí vhodných pro cestovní ruch“*. Model, včetně návrhu kvalitativních indikátorů k provádění analýz oblastí vhodných k zmírňování společensko-ekonomických disparit rozvojem domácího, resp. příjezdového zahraničního cestovního ruchu v destinacích (místo, oblast, stát), se stal s pomocí Návrhu nové rajonizace cestovního ruchu ČR zpracovaného týmem ESF MU v Brně pro MMR ČR základem k šetřením v *7 oblastech* s různým charakterem cestovního ruchu, v nichž proběhly anketní šetření a řízené rozhovory za pomoci studentů Vysoké školy hotelové v Praze, Univerzity Hradec Králové a Masarykovy univerzity v Brně. Jsou to tato místa, resp. oblasti:

Klášterec nad Ohří

MPR (městská památková rezervace), městský cestovní ruch

Město Český Krumlov a Českokrumlovsko

Jako přední kulturně-historická památka ČR s největším počtem zahraničních návštěvníků hned po Praze a okres Český Krumlov (katastrální území dvou obcí s rozšířenou působností Český Krumlov a Kaplice) jako vysoce specifický region ve vztahu k rozvoji cestovního ruchu

Rakovnicko

Jako jeden z vládou vymezených a specificky podporovaných hospodářsky slabých regionů

Křivoklátsko

CHKO (chráněná krajinná oblast)

Mostecko

Unikátní území, jehož krajina vlivem povrchové těžby uhlí prochází v ČR nejvýraznější změnou krajiny a možnosti rozvoje cestovního ruchu

Králický Sněžník, Králicko

Příhraniční region se specifickým společensko-ekonomickým vývojem po druhé světové válce, Králický Sněžník – „Evropská hora rozmezí třech povodí“, její environmentální zajímavosti, horské středisko zimních sportů a rekreace

Mikulovsko, Lednicko-valtický areál

Oblast s bohatými přírodními předpoklady, příhraniční oblast, památky UNESCO, předpoklady k vybudování dosud nevyužitých lázeňských možností

V těchto oblastech s pomocí studentů – diplomantů byly provedeny anketní šetření a řízené rozhovory. *Výsledné materiály jsou zveřejněny ve zvláštním čísle recenzovaného časopisu VŠH pro vědu a informace Czech Hospitality and Tourism Papers z ledna 2008, které bylo vydáno při příležitosti konání semináře k této problematice na letošním veletrhu cestovního ruchu GO a REGIONTOUR v Brně.*

V letošním roce pokračují výzkumné práce v uvedených oblastech aplikací stanovených postupů při konstrukci modelu ke zvýšení ekonomické výtěžnosti cestovního ruchu a tvorbě návrhů na její realizaci. Výsledkem bude zpracování *pilotního projektu modelu opatření k rozvoji domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu a návazně modelu kvantifikace ekonomického efektu z investic do rozvoje ubytovacích a ostatních komplementárních služeb cestovního ruchu za oblast Českokrumlovsko a Klášterec nad Ohří, tj. oblasti s převažujícími kulturně-historickými předpoklady a obdobného pilotního projektu a modelů za oblast Mikulovsko, tj. oblasti s převažujícími přírodními předpoklady. Počítá se s tím, že stejně jako tomu bylo v minulém roce, uskuteční se na VŠH kolokvium k dosaženým poznatkům za účasti zainteresovaných zájemců z teorie i praxe ve 4. čtvrtletí t. r.*

Od roku 2005 vydává Vysoká škola hotelová rovněž recenzovaný časopis pro vědu a informace Czech Hospitality and Tourism Papers – Hotelnictví, lázeňství, turismus, jehož šéfredaktorkou je od počátku prof. Ing. Lenka Pražská, CSc. Časopis vychází 2x ročně a uveřejňuje statě a analytické studie českých i zahraničních autorů zaměřené na rozvíjení teorie a praxe v oboru hotelnictví, lázeňství, gastronomie a cestovního ruchu.

Bližší informace o činnosti Výzkumného centra VŠH najdete na www.vsh.cz/vyzkum.

Bližší informace o recenzovaném časopise VŠH pro vědu a informace najdete na www.vsh.cz/chtp.

Použitá literatura

KELLER, P., BIEGER, T.: Innovation in Tourism – Creating Customer Value. AIEST, St. Gallen 2005, 384 str., ISBN 3-9521723-6-7

KOLEKTIV AUTORŮ: Koncepce státní politiky cestovního ruchu České republiky na období 2007 – 2013. MMR ČR, Praha 2007, 66 str.

FRANKE, A. a kol.: Návrh systematického výzkumu cestovního ruchu v České republice se zvláštním zřetelem na kraje (WA-037-05-Z06). In: Czech Hospitality and Tourism Papers (zvl. č. 1), VŠH, Praha 2007, 144 str., ISSN 1801-1535

FRANKE, A. a kol.: Výzkum domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu ve vztahu k zmírnění společensko-ekonomických disparit (WD-37-07-2). In: Czech Hospitality and Tourism Papers (zvl. č. 2), VŠH, Praha 2008, 169 str., ISSN 1801-1535

Ročenka cestovního ruchu, ubytování a pohostinství 2006, mag CONSULTING, Praha 2006, 220 str., ISBN 978-80-86724-11-9