

Hodnocení dopadů regulace podle obecných zásad – RIA

Obsah

1.	Důvod předložení a cíle	3
1.1.	Úvod	3
1.2.	Význam cestovního ruchu	5
1.2.1.	Ekonomický význam cestovního ruchu.....	5
1.2.2.	Přírodní a socio-kulturní význam cestovního ruchu	7
1.2.3.	Politika cestovního ruchu	7
1.3.	Definice problému	9
1.3.1.	Cíle zákona.....	14
1.4.	Popis existujícího právního stavu v dané oblasti	15
1.4.1.	Platná právní úprava v oblasti cestovního ruchu	15
1.4.2.	Přehled předpisů EU v oblasti cestovního ruchu.....	18
1.4.3.	Přehled národních předpisů v oblasti cestovního ruchu.....	18
1.5.	Popis cílového stavu a dotčených subjektů.....	19
1.5.1.	Popis cílového stavu	19
1.5.2.	Identifikace dotčených subjektů.....	25
1.6.	Zhodnocení rizik.....	26
2.	Návrh a vyhodnocení variant řešení.....	27
2.1.	Varianta 0 – současný stav	27
2.2.	Varianta 1 – samoregulace	29
2.3.	Varianta 2 – novela zákona o krajích.....	31
2.4.	Varianta 3 – zákon o podpoře rozvoje cestovního ruchu.....	32
3.	Vyhodnocení přínosů variant	34
4.	Vyhodnocení nákladů variant.....	35
5.	Dopad nejhodnější varianty	38
5.1.	Zvyšování administrativní zátěže.....	38
5.1.1.	Zavedení systému	38
5.1.2.	Implementace systému	38
5.2.	Dopad na podnikatelské prostředí	39

5.3.	Dopad na znevýhodněné skupiny obyvatel.....	40
5.4.	Dopad na rovnost mužů a žen	40
5.5.	Dopad na udržitelný rozvoj.....	40
5.5.1.	Socio-ekonomický pilíř.....	40
5.5.2.	Kulturní pilíř	40
5.5.3.	Environmentální pilíř	40
6.	Implementace a vynucování.....	41
6.1.	Implementace.....	41
6.1.1.	Implementace zákona	41
6.1.2.	Implementace opatření zákona.....	41
6.2.	Vynucování	41
6.3.	Přezkum účinnosti a sankce	42
7.	Konzultace a zdroje dat	43
7.1.	Konzultace	43
7.2.	Zdroje dat	44
8.	Shrnutí a doporučení	45
8.1.	Shrnutí	45
8.2.	Doporučení	47
9.	Kontakt na zpracovatele RIA.....	48
10.	Přílohy.....	49
10.1.	Základní principy destinačního řízení	49
10.2.	Případová studie – Rakousko	51
10.3.	Základní pojmy.....	55
10.4.	Vývoj cestovního ruchu v ČR	59
10.5.	Financování politiky cestovního ruchu	62
10.6.	Výzkum zaměřený na motivaci potenciálních zahraničních turistů (Evropa).....	66

1. Důvod předložení a cíle

1.1. Úvod

Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky (dále jen „MMR“) zpracovalo RIA v souladu s usnesením vlády č. 877/2007 upravujícím Hodnocení dopadů regulace (Regulatory Impact Assessment – dále jen RIA) a usnesením vlády č. 922/2012 upravujícím postup posuzování kvality zpracovaných RIA k návrhu věcného záměru zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu. RIA analyzuje dopady zavedení zákona na všechny dotčené subjekty (podnikatele, státní správu a samosprávu, DMO¹) a provázanost systému organizace (uspořádání) a řízení cestovního ruchu na vývoj ukazatelů výkonnosti a konkurenceschopnosti cestovního ruchu.

Účelem této legislativní úpravy není dále upravovat oblast podnikání ve službách cestovního ruchu², ale **vytvořit zastřešující systém řízení destinací**, který zkvalitní podmínky pro komplexní rozvoj destinací cestovního ruchu, a to zejména **ve spolupráci veřejné správy a podnikatelských subjektů na podporu podnikání v cestovním ruchu**.

Globálním cílem předloženého návrhu zákona je prostřednictvím navržených opatření stimulovat rozvoj cestovního ruchu v regionech České republiky a reagovat na negativní vývoj posledních let ve ztrátě konkurenceschopnosti a poklesu výkonnosti cestovního ruchu.

Zákon navrhuje efektivní systém organizace a řízení cestovního ruchu, čímž vytvoří dlouhodobě kvalitnější podmínky pro stabilní činnost DMO, dále specifikuje kompetence a odpovědnosti jednotlivých úrovní (stát – kraj – turistická oblast), vymezí jejich činnosti a umožní nastavit systém spolupráce a komunikace. Výsledkem bude systém organizace cestovního ruchu, který bude působit na účinnější realizaci priorit rozvoje cestovního ruchu, jejich implementaci na národní i regionální úrovni a cílené zaměření podpory rozvoje odvětví. Zákonem bude dále vytvořena legislativní opora Českého systému kvality služeb, který je systémem nástrojem politiky cestovního ruchu realizovaným MMR za účelem zvyšování kvality poskytovaných služeb v sektoru cestovního ruchu. **Celý návrh směřuje k posílení role podnikatelů v managementu destinací cestovního ruchu, zvýšení jejich konkurenceschopnosti a podpoře při prosazování jejich produktů a služeb na trhu cestovního ruchu.**

Potřeba zákona vyplývá předně ze změn na straně poptávky cestovního ruchu. Současný účastník cestovního ruchu je stále náročnější. Nevnímá návštěvu destinací cestovního ruchu pouze přes spotřebu jednotlivých služeb, ale komplexně. To znamená, že celkový dojem z návštěvy destinace je dán spolupůsobením nejrůznějších faktorů: od kvality služeb a atraktivity turistických cílů, přes stav doprovodné infrastruktury cestovního ruchu až po marketing destinace a veřejný prostor. Souhra těchto faktorů vytváří

¹ Destination management organization (DMO) – v českém prostředí není překlad ustálený. V praxi se setkáváme s různými pojmy (např. organizace destinačního managementu, destinační společnost, společnost destinačního managementu, organizace cestovního ruchu apod.). Jde organizaci zaměřenou na management destinace. Jejich úkolem je rozvíjet cestovní ruch v destinaci, zjišťovat trendy vývoje poptávky a nabídky v cestovním ruchu, sestavovat komplexní produkt cestovního ruchu, sledovat životní cyklus produktu a upravovat produkt dle jednotlivých fází jeho cyklu, zajišťovat propagaci produktů, volit zdrojové trhy – zajišťovat úpravu produktů a propagace dle potřeb jednotlivých trhů, sledovat vývoj cestovního ruchu v destinaci, měřit úspěšnost realizovaných opatření, realizovat návštěvnický management – minimalizovat dopady cestovního ruchu na kulturně-historické a přírodní dědictví destinace, rezidenty a destinaci samotnou.

² ta je již upravena několika zákony: zákonem č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů; zákonem č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů; zákonem č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník ve znění pozdějších předpisů; zákonem č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů

pozitivní zkušenost či zážitek návštěvníka destinace. Právě koordinace nabídky, tvorba komplexních produktů cestovního ruchu, zvyšování kvality služeb a péče o značku destinace jsou základními úkoly DMO.

Je nutné uvedené procesy iniciovat zákonem? Zkušenosti z posledních dvaceti let ukazují, že ano. **Období samoregulace či nekonzistentní podpory cestovního ruchu přineslo velmi málo.** Pozitivní změny v prostředí se dostávají velmi pomalu, navíc jsou mnohdy převáženy neefektivním chováním aktérů cestovního ruchu (mnoho subjektů působí v území s různou motivací a tedy i strategií a koncepcí jejich činnosti).

Absence smysluplné kooperace a koordinace aktivit vede **k plýtvání zdrojů a podvazování výkonnosti cestovního ruchu v ČR. Pozice ČR se na mezinárodním trhu stále zhoršuje** a odhady dalšího vývoje nejsou příliš pozitivní (klesají spotřební výdaje domácích a zahraničních turistů, klesá počet přenocování, zkracuje se délka pobytu, blíže viz příloha č. 4). Růst konkurence a změny na straně poptávky vedou k obtížné prosaditelnosti ČR na mezinárodních trzích. **Chybí produkty cestovního ruchu, které by dokázaly uspokojovat nároky současných návštěvníků.** Jestliže chce stát profitovat z globálního růstu cestovního ruchu, musí prostřednictvím zákonné normy urychlit a zkvalitnit procesy vedoucí k efektivnímu a systémovému řešení (ČR dnes v této oblasti potřebuje pravidla hry a řád).

Navrhovaný zákon představuje investici státu do budoucnosti. Vytvoří prostředí, které bude motivovat aktéry cestovního ruchu ke spolupráci, vyšším výkonům a kvalitě poskytovaných služeb. Opatření vyplývající ze zákona kromě podpory příjezdového cestovního ruchu představují i prorůstové opatření v kontextu domácího cestovního ruchu, který v posledních letech stagnuje, respektive dochází k poklesu jeho výkonnosti.

Zákon chce:

- Profesionalizovat řídicí struktury destinací a zkvalitnit jejich činnost.
- Zajistit stabilní a výkonově orientované pracovní pozice zaměřené na produktový management, prodej a PR destinací.
- Podpořit rozvoj a využití nových marketingových (tržně orientovaných) nástrojů s využitím moderních informačních technologií a systémů.
- Minimalizovat konflikty zájmů mezi aktéry cestovního ruchu. Partnerství veřejného, privátního a neziskového sektoru za účelem podpory podnikání v regionech.
- Prostřednictvím Českého systému kvality služeb podpořit rozvoj podnikání v regionech a zvýšení kvality poskytovaných služeb.

1.2. Význam cestovního ruchu

Následující pasáže budou věnovány významu cestovního ruchu. Zde uvedeny argumenty, které podporují, resp. legitimizují potřebu státní politiky cestovního ruchu. Cestovní ruch je složitý, obtížně uchopitelný socio-ekonomický jev. Má průřezový charakter, projevuje se v mnoha odvětvích národního hospodářství i aktivitách jedinců. Ve společnosti plní celou řadu funkcí a nespočívá pouze v ekonomických přínosech. Cestovní ruch má přesahy také do kulturních, vzdělávacích, environmentálních a dalších oblastí našeho života. Od toho se odvíjí i popis následujících efektů cestovního ruchu pro společnost a jejich odraz v politice cestovního ruchu.

1.2.1. Ekonomický význam cestovního ruchu

Cestovní ruch zastává stále významnější postavení ve spotřebě obyvatelstva po celém světě. Díky tomu je dnes jedním z nejvýznamnějších odvětví světové ekonomiky. Pouze mezinárodní cestovní ruch generuje v současnosti příjmy přes 1 bilion dolarů ročně a řadí tak cestovní ruch mezi přední exportní odvětví světa (za ropný, chemický a automobilový průmysl). Domácí cestovní ruch je přitom ještě významnější (OECD, 2010). Odhady UNWTO (2011) a WTTC (2012) uvádějí až 10 % podíl cestovního ruchu na celkových ročních výkonech světové ekonomiky (při započítání i nepřímých a indukovaných efektů).

V České republice sice podíl cestovního ruchu na HDP nedosahuje světových hodnot, ale i tak je stále podstatným zdrojem tvorby HDP ČR. Přímé výkony cestovního ruchu dosahují necelých 3 % HDP (přes 104 mld. Kč ročně), ale **podstatný je zprostředkovaný vliv cestovního ruchu na výkonnost dalších odvětví** (viz níže uvedená tabulka). Podle odhadů WTTC (2010) lze přímé a nepřímé efekty cestovního ruchu celkově vyčíslit na 307,3 mld. Kč (8 %). Oproti roku 1993 se ve stálých cenách hodnota produktu cestovního ruchu v ČR zvýšila 1,5 násobně.

Tab č. 1: Vliv cestovního ruchu na vybraná dílčí odvětví národního hospodářství (2010)

Odvětví	Podíl cestovního ruchu na Hrubá přidaná hodnota (%)	Podíl cestovního ruchu na celkové zaměstnanosti (%)
Hotely a podobná zařízení	78,9	97,0
Druhé bydlení	100,0	-
Restaurace a podobná zařízení	32,7	42,0
Osobní železniční doprava	47,1	40,0
Osobní silniční doprava	30,0	30,0
Osobní lodní doprava	19,4	30,0
Osobní letecká doprava	83,2	95,0
Doplňkové služby osobní dopravy	14,0	16,0
Pronájem zařízení pro osobní dopravu	3,5	7,3
Cestovní kanceláře a podobná zařízení	100,0	100,0
Kulturní služby	22,5	32,2
Sportovní a rekreační služby	5,3	8,7

Pramen: ČSÚ, TSA (2012)

- **V České republice cestovní ruch zaměstnává více než 235 tis. osob** (Satelitní účet cestovního ruchu - dále TSA, 2012). To je o něco méně než ve zdravotnictví, ale více než např. v zemědělství. Ve srovnání s velmi silným stavebnictvím si cestovní ruch nestojí nejhůře, generuje asi polovinu zaměstnanosti tohoto odvětví. Právě schopnost generovat zaměstnanost je velmi zajímavou a cennou vlastností cestovního ruchu. Současně cestovní ruch umožňuje i zaměstnávání osob s nízkou kvalifikací, vytváří se tak tzv. ekonomická rezerva v případě poklesu průmyslu.

Tab č. 2: Srovnání základních makroekonomických ukazatelů cestovního ruchu s vybranými odvětvími národního hospodářství (2010)

Zaměstnanost (počet zaměstnaných osob)		Podíl na HPH	
Cestovní ruch	235 569	Cestovní ruch	2,6 %
Zemědělství, lesnictví a rybářství	155 465	Zemědělství, lesnictví a rybářství	1,7 %
Stavebnictví	483 737	Stavebnictví	7,2 %
Zdravotní a sociální péče	294 530	Zdravotnictví a sociální péče	4,2 %

Pramen: ČSÚ, TSA, národní účty (2012)

- Cestovní ruch je typický (nejen v ČR) **vysokým zastoupením malých a středních podniků** (99 % všech podniků; OECD, 2010). Tato struktura podnikatelských subjektů má svá nezanedbatelná pozitiva. MSP jsou významným ekonomickým činitelem v rozvoji regionů. Obvykle jsou daleko silněji zapojeny do regionálních struktur ekonomiky (míra úniků finančních prostředků mimo region je nižší než u nadnárodních firem) a přispívají k vyšší stabilitě území.
- Význam cestovního ruchu můžeme dále deklarovat na výši devizových příjmů z cestovního ruchu. V této souvislosti se **o cestovním ruchu hovoří jako o neviditelném exportu**, který do území přináší dodatečné zdroje. Dle ČNB (2012) dosahují devizové příjmy cestovního ruchu v ČR 135 mld. Kč, v celkovém hodnocení lze i přes krátkodobé výkyvy konstatovat dlouhodobý mírný růst. Devizové příjmy z cestovního ruchu pozitivně ovlivňují platební bilanci ČR, zejména bilanci služeb (podíl devizových příjmů z cestovního ruchu na devizových příjmech ze služeb činí 33,1 %; na exportu se devizové příjmy z cestovního ruchu podílejí 5,5 %).
- Cestovní ruch může být a v mnoha případech i je důležitým faktorem regionálního rozvoje. Cestovní ruch je prostorově velmi diferencovaným jevem. Uplatňuje se pouze ve vybraných regionech a lokalitách s příznivými podmínkami pro jeho rozvoj. I proto zde fungují poněkud jiné zákonitosti, než v ostatních odvětvích národního hospodářství (faktory, které ovlivňují jeho lokalizaci a rozvoj jsou odlišné). Výsledkem je schopnost cestovního ruchu přispívat k omezení vzniku socioekonomických disparit v území (periferní regiony, horské regiony apod.). Z pohledu regionálního rozvoje jsou důležitým specifickým cestovního ruchu silnější vnitroregionální vazby aktérů, jež vedou k relativně nižším únikům finančních prostředků z regionu. Důvodem je komplexita a provázanost produktu cestovního ruchu. **Pro řadu regionů cestovní ruch představuje dlouhodobě jediný potenciál jejich rozvoje infrastruktury, podnikání a zaměstnanosti.**
- Pozitivní efekty cestovního ruchu je možné hledat i v přínosech pro daňové příjmy státu. **Podle studie KPMG vygeneroval cestovní ruch** ve sledovaném období 2006 – 2008 příjmy státního rozpočtu ve výši 97,5 miliard korun ročně, což představuje 6,9 % všech jeho příjmů a v období 2009 – 2010 **příjmy státního rozpočtu ve výši 92 miliard korun ročně, což představuje 6,5 % všech příjmů státního rozpočtu.** V období 2006-2008 největší výnosy plynuly z DPH (38 %) a z odvodů na sociálním pojištění (29 %). V období 2009-2010 výnosy z DPH vzrostly na 41 %, zatímco výnosy ze sociálního pojištění klesly na 27,36 %. Cestovní ruch v České republice generoval ve sledovaném období 2006-2008 průměrně 293 miliard korun ročně, zatímco v období 2009-2010 došlo k poklesu na 260 miliard korun ročně. Přínosy cestovního ruchu v multiplikaci dosahují dokonce dvojnásobku uvedených hodnot.

1.2.2. Přírodní a socio-kulturní význam cestovního ruchu

- Přitažlivost destinací cestovního ruchu pro návštěvníky je primárně dána atraktivitou přírodního a socio-kulturního prostředí. Přírodní a kulturní hodnoty jsou základem nabídky většiny destinací v ČR. Péče o tyto hodnoty je tedy v zájmu cestovního ruchu jako takového. Uplatňování principů udržitelného rozvoje v oblasti cestovního ruchu je více než důležité. **Cestovní ruch tedy umožňuje rozvíjet a zhodnocovat přírodní a kulturně-historický potenciál daných míst**, který by bez cestovního ruchu zůstal v převážné míře nevyužit.
- Cestovní ruch zlepšuje a rozvíjí vybavenost a úroveň veřejných služeb a přispívá k oživení folklóru a místních tradic. Celkově tedy zvyšuje kvalitu života a životní úroveň obyvatel v místě soustředění cestovního ruchu.
- Atraktivní přírodní a kulturní prostředí také spoluutváří celkovou kvalitu podnikatelského prostředí území (Viturka a kol., 2003). Kromě vlivu spojeného s přirozeným rozvojem podnikatelských aktivit v oblasti cestovního ruchu a rekreace, je stále významnějším faktorem jeho nepřímé působení na celkovou image daného území. Atraktivní přírodní a kulturní prostředí tak může pozitivně ovlivňovat rozhodování firem například o jejich lokalizaci.
- Výchovně-vzdělávací funkce cestovního ruchu, která přispívá ke kultivaci osobnostních i dovednostních charakteristik každého jedince (poznávání kulturních a přírodních hodnot přímo v místě jejich výskytu).
- Péče o přírodní a kulturní dědictví země a jeho propagace v zahraničí přispívá k tvorbě pozitivní image ČR. Cestovní ruch a jeho nabídka je svým způsobem „výkladní skříní“ státu.

1.2.3. Politika cestovního ruchu

Cestovní ruch je ve srovnání s ostatními ekonomickými aktivitami poměrně mladým segmentem národního hospodářství. To je také důvod, proč si stále obtížně hledá svoji pozici v hospodářské politice státu v ČR i v zahraničí. I proto většina mezinárodních organizací v oblasti cestovního ruchu (např. UNWTO, WTTC) usiluje o posilování prestiže a významu cestovního ruchu v politikách jednotlivých vlád i mezinárodních organizací. Především turisticky vyspělé země dnes cestovní ruch považují za významný fenomén, a to nejen z ekonomického hlediska. Česká republika si začíná uvědomovat význam cestovního ruchu na ekonomický rozvoj a zapojuje se do aktivit mezinárodních organizací.

Následující stručný přehled aktivit v oblasti politiky cestovního ruchu dokumentuje význam cestovního ruchu, který mu přikládá Evropská unie a ČR.

Politika cestovního ruchu EU

Cestovní ruch má významný potenciál, neboť přispívá k dosažení několika významných cílů EU jako je udržitelný rozvoj (zachování kulturního i přírodního dědictví), hospodářský růst, zaměstnanost či hospodářská a sociální soudržnost.

Evropská unie sice nikdy nestanovila společnou politiku cestovního ruchu (především pro značnou rozdílnost politik cestovního ruchu v jednotlivých členských zemích EU), ale **plně si uvědomuje význam cestovního ruchu jako třetího nejvýznamnějšího ekonomického odvětví v EU**. Svoje aktivity v oblasti cestovního ruchu realizuje prostřednictvím generálního ředitelství (DG) pro Podnikání a průmysl Evropské komise (dále jen EK), které vydává řadu doporučení a koncepčních dokumentů, jež směřují k posilování

konkurenceschopnosti odvětví a udržitelnosti jeho rozvoje (zdůrazňuje význam cestovního ruchu pro růst zaměstnanosti, tvorbu HDP a ochranu kulturního a přírodního bohatství).

Evropa jako přední světová destinace cestovního ruchu – nový politický rámec pro evropský cestovní ruch - KOM (2010) 352 v konečném znění, jako nejvýznamnější aktuální dokument Evropské unie v oblasti odvětví cestovního ruchu, představuje výchozí a nejdůležitější podklad pro určení, resp. zdůvodnění zařazení cestovního ruchu do celkové koncepce ekonomického a sociálního rozvoje České republiky. V souladu s Lisabonskou smlouvou je v tomto dokumentu stanoven **jako hlavní cíl evropské politiky cestovního ruchu stimulovat konkurenceschopnost odvětví** a mít přitom na paměti, že konkurenceschopnost je z dlouhodobého hlediska úzce spojena s „udržitelností“ způsobu jejího rozvoje. Cílem strategického rámce je také zavedení jednotné značky kvality v EU prostřednictvím národních systémů kvality služeb, kterým je v ČR Český systém kvality služeb, pro který tento zákon vytvoří legislativní oporu.

Politika cestovního ruchu ČR

O významu cestovního ruchu pro konkurenceschopnost a rozvoj České republiky svědčí začlenění podpory cestovního ruchu do národních strategických dokumentů:

- **Programové prohlášení vlády ČR.** Podpora cestovního ruchu je součástí programového prohlášení vlády ČR ze 4. srpna 2010: *„Cestovní ruch - V rámci podpory cestovního ruchu vláda podpoří projekty, které povedou k zatraktivnění a rozšíření nabídky pro domácí i zahraniční klientelu za současného zjednodušení podnikání cestovního ruchu vytvořením odpovídající legislativy. Vláda podpoří domácí cestovní ruch nástroji, které povedou ke zvýšení obsazenosti v období mimo sezónu.“*
- **Strategický rámec udržitelného rozvoje ČR** schválený usnesením vlády ČR č. 37/2010 a zpracovaný na období 2010-2030 představuje zásadní rámec pro hodnocení významu cestovního ruchu na národní i regionální úrovni, z hlediska ekonomického, socio-kulturního či environmentálního. Cestovní ruch je zmiňován především v prioritní ose 3 „Rozvoj území“ a v ní klíčové téma: *„Podmínky kvality života v území“* akcentuje cestovní ruch jako významný segment české ekonomiky, který může na regionální úrovni představovat významný zdroj příjmů a zároveň připomíná jeho značný rozvojový potenciál. V rámci priority 3.2 *„Rozvoj místní infrastruktury“* doporučuje využití místního potenciálu zejména rozvojem udržitelného cestovního ruchu formou budování kvalitního zázemí pro cestovní ruch. Jako hlavní cíl je uváděno posílení zastoupení udržitelného cestovního ruchu ve struktuře místní ekonomiky.
- **Strategie regionálního rozvoje ČR pro období 2007-2013** byla schválena usnesením vlády ČR č. 682/2000. Tento strategický dokument usiluje o prosazení principů dlouhodobě udržitelného rozvoje využívajícího veškerý pozitivní rozvojový potenciál České republiky. Cestovní ruch je zde chápán jako významný faktor regionálního rozvoje v řadě českých regionů i v celé ekonomice. Konkrétní podporu cestovního ruchu řeší problémová oblast 6 Strategie, jejíž součástí jsou tři aktivity: 6.1 Organizace a management cestovního ruchu, 6.2 Rozvoj infrastruktury cestovního ruchu, 6.3 Rozvoj produktu a služeb cestovního ruchu.
- **Koncepce státní politiky cestovního ruchu ČR na období 2007-2013** (dále jen „Koncepce“) je základní střednědobý strategický dokument, stanovující základní směry rozvoje cestovního ruchu v ČR. Koncepce byla schválena usnesením vlády ČR č. 1239/2007, tím vláda ČR deklarovala zájem o rozvoj cestovního ruchu jako plnohodnotný segment národního hospodářství. Cílem Koncepce je zvýšení ekonomické výkonnosti cestovního ruchu využitím a dalším rozvojem dostupného potenciálu a tím docílení zvýšení konkurenceschopnosti celého průmyslu cestovního ruchu na

národní i regionální úrovni, při respektování zájmů ochrany přírody a krajiny a dalších složek životního prostředí.

- **Programy rozvoje krajů** zpracovávají kraje na základě zákona č. 129/2000 Sb., o krajích. Tento dokument představuje základní střednědobý programový dokument k podpoře regionálního rozvoje na úrovni kraje. Všechny kraje považují oblast cestovního ruchu za základní prioritu jejich rozvoje. To se projevuje i vznikem dalších koncepčních dokumentů specificky orientovaných na problémy cestovního ruchu (Programy rozvoje cestovního ruchu). Kromě Hl. m. Prahy mají tento typ dokumentu zpracovány všechny krajské samosprávy.

1.3. Definice problému

Na cestovní ruch jako široce průřezové ekonomické odvětví působí řada faktorů ovlivňujících konkurenceschopnost jakékoliv destinace, přičemž tyto faktory jsou provázané a vzájemně se ovlivňují. Ve stručnosti lze hovořit o třech základních pilířích rozvoje moderního cestovního ruchu, a to:

- primární pilíř, který tvoří přírodní a kulturně-historický potenciál a předpoklady destinace,
- sekundární pilíř, který tvoří základní a doprovodná infrastruktura cestovního ruchu destinace,
- terciární pilíř, který tvoří organizační a řídicí struktura cestovního ruchu v destinaci, jejímž úkolem je především příprava a tvorba produktů cestovního ruchu v destinacích a jejich marketing.

Porovnáme-li vývoj cestovního ruchu v posledních 20 letech v evropském kontextu, jsou patrné významné tendence a kvalitativní změny zejména v oblasti národní a regionální podpory výše uvedeného třetího pilíře.

Nabídka klasických přírodních a kulturně-historických památek a atraktivit již **dlouhodobě převyšuje poptávku**. Vznik další atraktivní nabídky, jako např. zážitkového cestovního ruchu, zajímavých forem udržitelného (zeleného) cestovního ruchu, netradičních akcí, apod. na jedné straně a rozvoj informačních technologií a letecké dopravy na druhé straně vede ke globální konkurenci mezi světovými i evropskými destinacemi, Českou republiku nevyjímaje.

Po roce 1990 Česká republika vstoupila opět do evropského cestovního ruchu, ovšem s mnoha slabými stránkami proti evropským turisticky významným zemím. Pro posílení prvního pilíře byla mnohdy potřebná náročná rekonstrukce našich atraktivních kulturně-historických památek. Podobně značně zaostával i druhý pilíř nabídky cestovního ruchu, totiž vybavenost základní a doprovodnou infrastrukturou cestovního ruchu (ubytovací a stravovací zařízení, sportovně-rekreační infrastruktura) a všeobecně nízká kvalita služeb cestovního ruchu. Tyto slabé stránky se podařilo nejrychleji odstraňovat v Praze, v destinaci světového významu. V ostatních regionech České republiky postupovala regenerace nabídky a kvality cestovního ruchu mnohem pomaleji. Prvním hlavním rozvojovým impulsem pro cestovní ruch byla zajímavost nové evropské destinace České republiky, zejména v období 1993-2000, druhým potom vstup ČR do EU v roce 2004. Kromě významných soukromých investic do ubytovacích a kongresových zařízení a sportovně-rekreační infrastruktury cestovního ruchu v našich nejatraktivnějších destinacích cestovního ruchu (Praha, lázně, Krkonoše, Šumava, vybraná krajská města) se podpora cestovního ruchu zvýšila v rámci realizace národní a regionální politiky cestovního ruchu (období 2007-2012). V rámci kohezní politiky Evropské unie se postupně podařilo do výstavby základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu a rekonstrukce kulturně-historických památek získat přes 30 mld. Kč v uvedeném období. Investiční projekty přitom směřovaly do všech našich regionů, především do významnějších středisek cestovního ruchu. Tím došlo v posledních 15 letech **k významnému kvantitativnímu a především kvalitativnímu posunu nabídky cestovního ruchu ČR** (viz přílohy - kapitola č. 10.4).

V popisovaném období let 1990-2012 došlo **v evropských turisticky významných zemích k výrazným změnám** v pojetí a funkci třetího zmíněného pilíře, a to ve vytváření efektivních organizačních a řídicích struktur cestovního ruchu na úrovni lokálních, regionálních a národních destinací. Hlavním důvodem byla **potřeba podpory sofistikované distribuce nabídky produktů cestovního ruchu pod neustálým až globálním konkurenčním tlakem** nejen evropských destinací mezi sebou, ale i s rostoucím nástupem moderních informačních technologií, nových marketingových technik a nástrojů, zrychleným nástupem mezinárodní letecké dopravy, vytvářením nadnárodních sítí touroperátorů a dopravních přepravců aj. Především pro podporu ekonomické prosperity podnikatelského sektoru v cestovního ruchu přinášejícího významné příspěvky do tvorby HDP a zaměstnanosti v mnoha lokálních, regionálních a národních destinacích. Dochází k teoretickému propracování (bližší souvislosti k principům a funkcím destinačního řízení a DMO jsou uvedeny v příloze č. 1 a praktickému vytváření nových organizačních struktur v cestovním ruchu – destinačních managementů, zejména v Rakousku³, Švýcarsku, Německu, ve Francii, Španělsku, aj. **V mnoha uvedených zemích je tato podpora umocněna i legislativně**, vznikají „zákony o cestovním ruchu“, a to na regionální úrovni (např. rakouské spolkové země, švýcarské kantony, španělské a italské provincie). Obsahem těchto zákonů je jednoznačně podpora zakládání a činnosti lokálních a regionálních DMO ve spolupráci s národními centrály. Cílem těchto zákonů je potom připravovat a **vytvářet konkurenceschopné produkty cestovního ruchu v destinacích ve spolupráci veřejného, podnikatelského a neziskového sektoru a s pomocí moderních marketingových technik a nástrojů** je nabízet domácím a zahraničním návštěvníkům. V souhrnu je hlavním cílem podpora podnikatelského sektoru v cestovním ruchu z již výše zmíněných důvodů.

To, co se děje a daří realizovat v evropsky i světově turisticky významných zemích, je zatím u nás jednou z nejslabších stránek v rozvoji cestovního ruchu. **Na problém nedostatečné spolupráce mezi podnikatelským a veřejným sektorem v oblasti přípravy a tvorby produktů cestovního ruchu a následně jejich marketingu poukazují nejen dosavadní Koncepce státní politiky cestovního ruchu od roku 1999, ale také naprostá většina profesních sdružení v cestovním ruchu na regionální a národní úrovni.** Absence funkční organizační struktury cestovního ruchu se pak promítá do následujících problémů:

- pokles výkonnosti cestovního ruchu v ČR
- nízká míra uplatňování principů destinačního managementu, nízká úroveň partnerství mezi veřejným a podnikatelským sektorem v destinacích,
- nedostatečná tvorba komplexních produktů cestovního ruchu, účinnost marketingu destinací a nízká kvalita poskytovaných služeb,
- nesystémová podpora odvětví, vč. nesystémových podmínek pro podnikání v cestovním ruchu,
- malá konkurenceschopnost podnikatelů cestovního ruchu s výraznými překážkami pro vstup na mezinárodní trh cestovního ruchu.

A. Pokles výkonnosti cestovního ruchu v ČR

Z dat a grafů uvedených v příloze (kapitola 10.4) je patrné vyčerpání stávajících růstových faktorů cestovního ruchu a snížení konkurenčních výhod ČR. **Díky neschopnosti ČR nabídnout domácím a zahraničním návštěvníkům konkurenceschopný produkt cestovního ruchu dochází k poklesu počtu přenocování v ČR a poklesu průměrné délky pobytu.** Současně s tím dochází ke snižování spotřebních

³ Příklad řešení organizační struktury cestovního ruchu v Rakousku je uveden v příloze č. 1

výdajů za služby v cestovním ruchu. To má mimo jiné negativní vliv na bilanci cestovního ruchu. Vedle ztráty dynamiky růstu příjmů z mezinárodního cestovního ruchu se na snižování salda s bilance cestovního ruchu podílí i růst výdajů českých občanů v zahraničí. Např. Rakousko díky intenzivním a provázaným aktivitám zaznamenalo v roce 2011 rekord, co se týče počtu příjezdů (603 tis.) a přenocování (2,1 mil.) z ČR, ČR představuje sedmý nejdůležitější zdrojový trh cestovního ruchu Rakouska.

Především z hlediska počtu přenocování dochází dlouhodobě k poklesu výkonnosti českého cestovního ruchu. Tento trend není způsoben pouze ekonomickou krizí v Evropě (resp. ve světě), ale jedná se o dlouhodobý problém (pokles přenocování začal ještě v předkrizovém období), na který ČR nebyla schopna zareagovat.

B. Uplatňování principů destinačního managementu

V posledních deseti letech dochází k postupnému zavádění principů destinačního managementu do praxe. Nicméně tento proces byl a je spontánní a nesystémový. Můžeme zde identifikovat dvě skupiny problémů. Za prvé je to problém vzniku a podmínek fungování vlastních DMO (jako základních organizačních jednotek celého systému). Zde především narážíme **na nedostatečně vymezené kompetence a pravomoci klíčových aktérů cestovního ruchu** – zejména vztah veřejný sektor (MMR, kraje, regiony a obce, CzechTourism) a DMO, čímž dochází k nekoordinované činnosti. Ta následně vede k duplicitám a plýtvání finančních ale i lidských zdrojů. Celkově tedy chybí jasně definovaný rámec pro zřízení a fungování DMO, který by zaručoval stabilitu jejich provozu a činnosti. Tato situace do jisté míry i omezuje potenciál pro větší zapojení soukromých subjektů do celého systému organizace cestovního ruchu. Druhý problém vychází z prvního. **Nevyjasněné kompetence a nestabilita současného prostředí vede k nízké efektivitě samotných činností DMO.** Aktivita těchto organizací se soustřeďují na realizaci jednorázových projektů, často podpořených z fondů EU. Chybí dlouhodobá vize role DMO v rozvoji destinací cestovního ruchu. Navíc nejsou naplno využívány všechny potenciální nástroje posilující konkurenceschopnost a udržitelnost cestovního ruchu v destinaci.

C. Tvorba komplexních produktů cestovního ruchu a účinnost marketingu destinací

Z důvodu složitosti a vzájemné propojenosti procesů v destinaci je tvorba produktů cestovního ruchu výsledkem součinnosti celé řady subjektů a institucí – aktérů cestovního ruchu (důvody spolupráce na produktu cestovního ruchu jsou uvedeny v příloze č. 2. Základním předpokladem tvorby produktů cestovního ruchu je tedy úzká spolupráce mezi aktéry cestovního ruchu. Opak následně vede k tvorbě spíše kvazi produktů (imaginární produkty) bez vazby na konkrétní potřebu a očekávání návštěvníka v destinaci. V oblasti tvorby produktů cestovního ruchu lze hlavní problémy charakterizovat následovně:

- produkty cestovního ruchu **nejsou vytvářeny na principu síťování** jednotlivých služeb a turistických cílů,
- vytvářené produkty cestovního ruchu **nemají** požadovanou kvalitu, srozumitelně a jednoznačně **definované přínosy a výhody pro spotřebitele/návštěvníka,**
- **produkty** cestovního ruchu **nereagují na změny ve struktuře poptávky** a změny spotřebního chování účastníků cestovního ruchu a dostatečně nereflektují jejich potřeby a očekávání,
- **slabá inovační aktivita nositelů marketingových aktivit,** hledání nových řešení, zapracování nových prvků nabídky, apod. (využití IT, ...).

Vedle vlastní tvorby produktů zaostávají naše destinace i v kvalitě marketingových činností. Z hlediska předpokládaných efektů navrženého zákona je největším problémem **minimální provázanost marketingových aktivit** mezi různými geografickými úrovněmi destinací (turistická oblast/kraj/stát). Druhým problémem je **nízká efektivita marketingových aktivit** způsobená nestabilním zázemím pro realizátory těchto aktivit, dále nekoncepční podporou (podpora není žádným způsobem koordinována) a kvalitou lidských zdrojů. Výsledkem jsou velmi často duplicitní aktivity, mnohdy s rozdílným výsledným reklamním sdělením. Dochází tak ke snižování věrohodnosti a tím i konkurenceschopnosti produktů a destinací cestovního ruchu. V neposlední řadě jsou na tyto činnosti neefektivně vynakládány veřejné finanční prostředky.

Důsledkem je absence informací o nabídce, resp. nabídce jako takové. Tuto skutečnost potvrzují výzkumy CzechTourismu. Například výzkum zaměřený na motivaci potenciálních zahraničních turistů (Evropa) upozorňuje na nízké povědomí o ČR jako celku. Hlavně u zemí nesousedících s ČR je míra znalosti o ČR velmi slabá. Informace o ČR jsou velmi kusé a většinou nepřesné. ČR je asociována primárně s Prahou, občas s postkomunismem (zeměmi bývalé Východní Evropy, šedivostí), případně se sportem (hokej, fotbal). Často panuje nejistota až obava z toho co je/co lze nalézt v České republice mimo Prahu – či dokonce jen její centrum (blíže viz kapitola č. 10.5 v příloze)

D. Nesystémová podpora odvětví

Na implementaci politiky cestovního ruchu se dnes podílí celá řada subjektů, které nemají přesně specifikované kompetence a vymezené činnosti. Výsledkem je **velká roztržitost podpory cestovního ruchu a ztráta účinných nástrojů koordinace** jednotlivých aktivit. Těžiště podpory cestovního ruchu se přesunulo na regiony soudržnosti – do Regionálních operačních programů (dále jen „ROP“).

MMR - hlavní gestor rozvoje cestovního ruchu na národní úrovni mělo a má pouze malý vliv na směřování podpory cestovního ruchu, a tím i na realizaci státní politiky cestovního ruchu. Nízká provázanost mezi regionální a národní úrovní podpory cestovního ruchu je hlavním problémem současné politiky cestovního ruchu. S tím souvisí i nízké propojení strategických dokumentů jednotlivých úrovní, nedostatečný/nesystémový monitoring podpořených aktivit a slabé vyhodnocování efektů podpory.

Dalším problémem je fakt, že rozložení finančních dotací do určité míry nereprezentovalo a nereprezentuje skutečné rozložení potenciálu cestovního ruchu, které je regionálně značně nerovnoměrné (např. podpora z ROP byla rozložena relativně rovnoměrně mezi kraji, tj. v průměru stejně na obyvatele a rozlohu krajů).

Současná legislativa (především zákon č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky; zákon č. 129/2000 Sb., o krajích; zákon č. 128/2000 Sb., o obcích; a zákon č. 131/2000 Sb., o hlavním městě Praze) sice svěřuje reálnou odpovědnost za rozvoj cestovního ruchu MMR a územně samosprávným celkům, ale již **nedefinuje role, kompetence a odpovědnosti jednotlivých nositelů politiky cestovního ruchu**. Nelze tak zajistit koordinovaný rozvoj cestovního ruchu a provázanost realizovaných opatření a aktivit.

Problém koordinace aktivit jednotlivých subjektů státu není pouze v rovině vertikální (stát – kraj – oblast), ale také v kompetencích a vazbách mezi ústředními orgány státu, které v rámci svěřených kompetencí implementují opatření politiky cestovního ruchu. Koordinace politiky cestovního ruchu je zde, i přes dílčí úspěchy (např. tvorba Koncepce státní politiky cestovního ruchu), velmi slabá. **MMR nemá dostatečně efektivní nástroje, které by implementaci státní politiky cestovního ruchu sjednotily.**

E. Malá konkurenceschopnost podnikatelů cestovního ruchu s výraznými překážkami pro vstup na mezinárodní trh cestovního ruchu

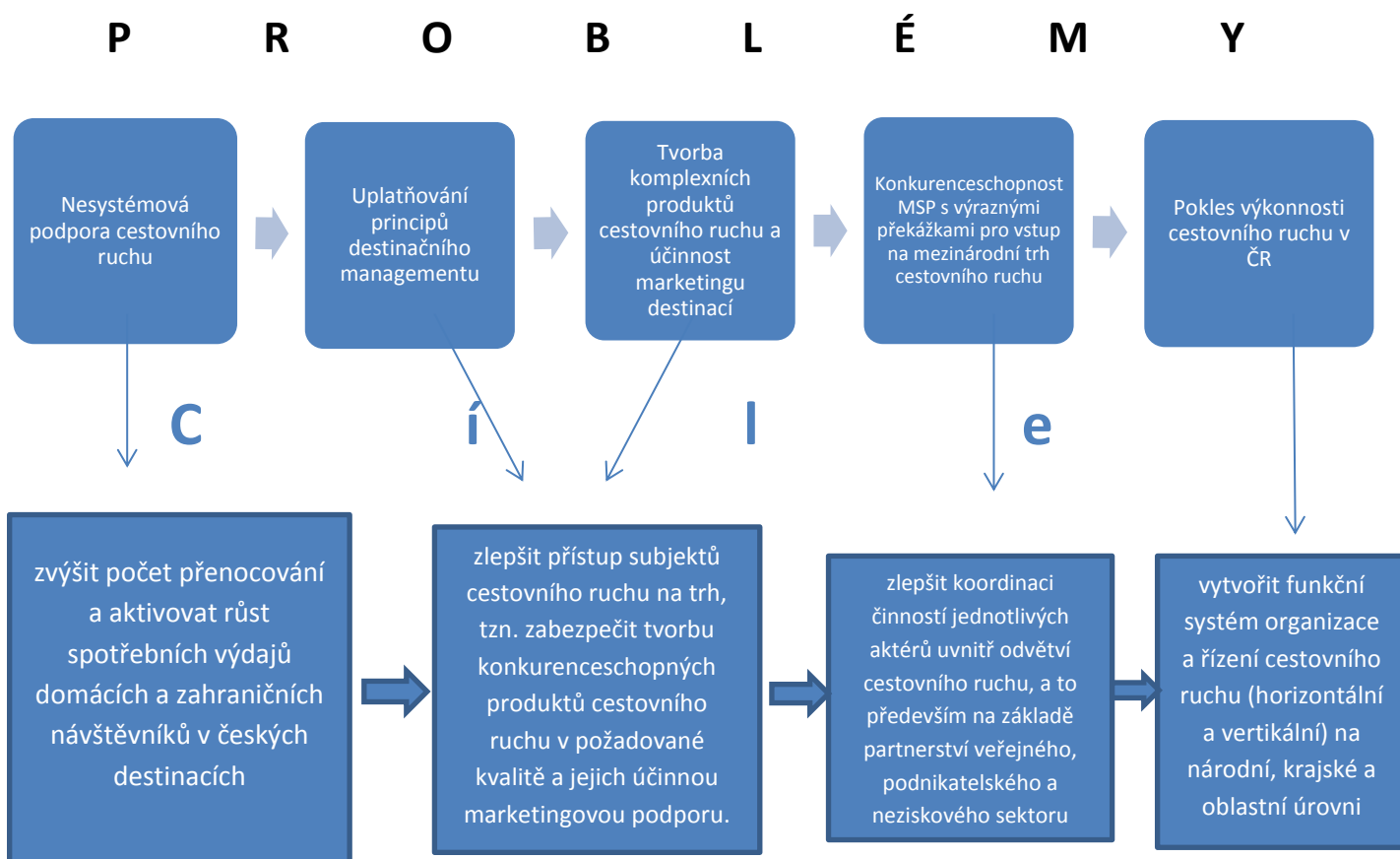
V odvětví cestovního ruchu v drtivé většině působí malí a střední podnikatelé (blíže OECD Tourism Trends and Policies 2010). V globální ekonomice však malé a střední firmy čelí celé řadě problémů a bariérám. Jsou to především **omezení na straně přístupnosti informací a jejich efektivního využití, dále v oblasti kvality lidských zdrojů a jejich schopnosti strategického rozhodování v souvislosti s časovými možnostmi majitelů mnohdy rodinných podniků**. Tyto všechny faktory svým způsobem přispívají k nedostatečnému využití potenciálu aktivace nabídky podnikatelských subjektů na trhu cestovního ruchu. Role DMO je ve vytváření partnerství se soukromým sektorem a poskytování služeb a informací, které zlepšují přístup podnikatelských subjektů na trh cestovního ruchu (společný marketing, nové distribuční kanály, vzdělávání a školení podnikatelů cestovního ruchu).

Celkově lze konstatovat, že rozhodujícím problémem je tedy absence jednotné funkční organizační a řídicí struktury cestovního ruchu v ČR včetně systémového delegování kompetencí a odpovědností mezi ústředními orgány státní správy na národní úrovni a národní krajskou a oblastní úrovni. Na rozdíl od výše uvedených zemí, kde systém organizace a řízení cestovního ruchu vychází především z regionální úrovně (země, kantony, provincie – s legislativními pravomocemi k tvorbě zákonů o cestovním ruchu), je v ČR situace poněkud obrácená. Poměrně kvalitní je národní úroveň organizace a řízení cestovního ruchu (MMR, CzechTourism). Regionální úroveň vznikla teprve až po roce 2001, až na výjimky nevykonává mnoho činností v oblasti destinačního managementu náležících do její kompetence, navíc je regionální úroveň organizace ze strany krajů a turistických oblastí dobrovolná a nezávazná a jen málo efektivně provázána s národní úrovní.

1.3.1. Cíle zákona

Výše uvedené problémy odvětví cestovního ruchu se promítají do definice cílů předkládaného návrhu věcného záměru zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu. Následující schéma naznačuje logiku řešení problémů a vazby mezi jednotlivými cíli zákona.

Obr. 1: Cíle zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu a vazba na identifikované problémy



Pramen: vlastní zpracování

Globálním cílem zákona je podpořit výkonnost odvětví cestovního ruchu, tedy zvýšit počet přenocování a aktivovat růst spotřebních výdajů domácích a zahraničních návštěvníků v českých destinacích. Tento cíl chceme dosáhnout prostřednictvím zlepšení pozice malých a středních podnikatelů v cestovním ruchu (MSP) na trhu cestovního ruchu. Podstatou opatření zákona je provázat nabídku subjektů cestovního ruchu do konkurenceschopných produktů a podpořit je efektivním marketingem a distribucí. Základním předpokladem těchto činností je však spolupráce veřejného, podnikatelského a neziskového sektoru zahrnovaná do funkčního systému organizace a řízení cestovního ruchu.

Cílem zákona je tedy především podpořit tvorbu **konkurenceschopných produktů cestovního ruchu v destinacích ve spolupráci veřejného, podnikatelského a neziskového sektoru a s pomocí moderních marketingových technik a nástrojů** je nabízet domácím a zahraničním návštěvníkům. V souhrnu je hlavním cílem podpora podnikatelského sektoru v cestovním ruchu.

Nepřímo chceme prostřednictvím zákona přispět k udržení stávajících přínosů cestovního ruchu na ekonomiku ČR vyjádřenou podílem cestovního ruchu na zaměstnanosti, HDP.

Cílem zákona není:

- navyšovat výdaje vynakládané na podporu cestovního ruchu, ale prostřednictvím navrhovaných opatření zprůhlednit a zefektivnit finanční toky a podporu odvětví tak, aby v rámci dostupných finančních prostředků došlo ke stabilizaci systému vytvořeného zákonem,
- vytvářet nové instituce veřejného sektoru, které budou podporu cestovního ruchu implementovat a realizovat, ale využít stávajících institucí a zefektivnit jejich činnost;
- centralizovat podporu cestovního ruchu, ale podpořit iniciativu místních a regionálních sdružení rozvíjet svůj region.

1.4. Popis existujícího právního stavu v dané oblasti

Z přehledu existující právní úpravy cestovního ruchu vyplývá, že v současné době je upraveno pouze podnikání v cestovním ruchu, avšak oblast podpory rozvoje podnikání (systém řízení, organizační struktura, odstranění překážek tvorby produktů, zajištění koordinovaného a systematického rozvoje odvětví – tedy nástroje konkurenceschopnosti produktů, destinací a přeneseně podnikatelů) dosud upravena není.

1.4.1. Platná právní úprava v oblasti cestovního ruchu

Zákon č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky, ve znění pozdějších předpisů

MMR je ustanoveno zákonem č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky, ve znění pozdějších předpisů, jako ústřední orgán státní správy ve věcech rozvoje cestovního ruchu, zajišťuje metodickou koordinační pomoc vyšším územně správním celkům, městům a obcím.

Zákon č. 129/2000 Sb., o krajích (krajské zřízení), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o krajích“)

Rozvoj cestovního ruchu na krajské úrovni není v zákoně o krajích explicitně upraven. Lze jej chápat jako součást úkolu kraje pečovat o všestranný rozvoj území kraje o potřeby občanů kraje (§ 1 odst. 4 zákona o krajích).

Vzhledem k tomu, že kraj je odpovědný pouze za rozvoj území kraje, chybí nástroje na zajištění koordinace opatření na podporu cestovního ruchu a jejich provázanost s národní úrovní organizace cestovního ruchu a provázanost s ostatními kraji. Díky této roztržitosti není v ČR vytvořena organizační struktura a systém řízení odvětví.

Oblasti cestovního ruchu se dotýká pouze ustanovení § 35 odst. 2 písm. a) **„zastupitelstvu je vyhrazeno schvalovat koncepce rozvoje cestovního ruchu na území kraje, zajišťovat jejich realizaci a kontrolovat jejich plnění“**.

Zákon č. 131/2000 Sb., o hlavním městě Praze, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o HMP“)

Obdobně jako v zákoně o krajích, není rozvoj cestovního ruchu na území hlavního města Prahy explicitně a komplexně zákonem upraven. Cestovní ruch je v zákoně o hlavním městě Praze zmíněn ve dvou případech – v § 18 odst. 1 písm. b) zákona o HMP je uvedeno: **„oprávnění městských částí zakládat, zřizovat a rušit právnické osoby a organizační složky potřebné pro jejich rozvoj a pro uspokojování potřeb občanů městských částí, a to pro odvoz a likvidaci tuhých komunálních odpadů, údržbu veřejné zeleně, sociální služby, kulturní činnost, sport, rekreaci a cestovní ruch, správu bytového fondu, základní školy, zařízení jim sloužící a předškolní zařízení, zřízení jednotky dobrovolných hasičů, jakož i úkoly vyplývající z funkce**

jejich zakladatele a zřizovatele“ a podle § 24 odst. 1 a § 24 odst. 2 písm. a) zákona o HMP „Hlavní město Praha může uzavřít s obcemi smlouvu o vytvoření dobrovolného svazku obcí (dále jen "svazek"). Hlavní město Praha může též vstupovat do svazků již vytvořených. Předmětem činnosti svazku mohou být zejména úkoly v oblasti školství, sociální péče, zdravotnictví, kultury, požární ochrany, cestovního ruchu a péče o zvířata.“

Zákon č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o obcích“)

Obdobně jako v zákoně o krajích a o hlavním městě Praze, není rozvoj cestovního ruchu na území obce explicitně upraven zákonem. Cestovního ruchu se dotýká úprava obsažená v § 50 odst. 1 písm. a): **„Předmětem činnosti svazku obcí mohou být zejména úkoly v oblasti školství, sociální péče, zdravotnictví, kultury, požární ochrany, veřejného pořádku, ochrany životního prostředí, cestovního ruchu a péče o zvířata.“**

Současná právní úprava územní správy vymezuje, že členové svazku obcí mohou být pouze obce. Z pohledu rozvoje cestovního ruchu toto ustanovení brání vzniku destinací, jejichž členy jsou kromě měst a obcí, také zástupci destinací (sousední, vyšší / nižší úrovně), podnikatelů, nestátní neziskové organizace, kulturních institucí orgánů ochrany přírody a krajiny, atd.

Dokončením decentralizace státní moci vznikly územní samosprávné celky: kraje i obce, které jsou ze zákona o krajích, zákona o obcích a zákona o hlavním městě Praze odpovědné za rozvoj svých území. Kraje i obce vytváří vlastní strategie rozvoje území a disponují finančními prostředky umožňujícími realizaci těchto strategií. Cestovní ruch je chápán jako jeden z nástrojů regionálního rozvoje, z tohoto důvodu řízení cestovního ruchu náleží do působnosti územních samosprávných celků.

Zákon o podpoře cestovního ruchu neoslabuje působnost a vliv krajů a obcí na rozvoj cestovního ruchu. Kraje i obce budou i nadále odpovědné za rozvoj svých území, implementaci politiky cestovního ruchu na území kraje a budou si stanovovat vlastní priority rozvoje cestovního ruchu. Kraje a obce budou navíc také rozpracovávat priority a opatření vyplývající z národních strategií, a tím bude umožněno koordinovat rozvoj cestovního ruchu a vytvořit tak systém řízení.

Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu a o změně zákona č. 40/1994 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu“)

Zákon upravuje pouze velmi úzkou speciální část aktivit cestovního ruchu, jako je definice zájezdu, podmínky založení a činnost cestovních kanceláří a agentur, povinnosti cestovní kanceláře při prodeji zájezdu a obsah cestovní smlouvy. Dále upravuje činnost Horské služby ČR.

Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

Do občanského zákoníku byla vložena část upravující zvláštní typ závazkového vztahu mezi zákazníkem a cestovní kancelář, tj. cestovní smlouva. Požadavky na tuto právní úpravu vyplývají z evropské směrnice. Občanský zákoník se zabývá vymezením cestovní smlouvy, jejími náležitostmi, případy porušení cestovní smlouvy ze strany cestovní kanceláře i zákazníka.

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů

V živnostenském zákoně jsou ustanoveny podmínky odborné způsobilosti pro získání koncese k provozování (koncesované) živnosti „Provozování cestovní kanceláře“, jakož i podmínky potřebné k podnikání v oboru činnosti „Provozování cestovní agentury a průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu“ jako živnosti ohlašovací volné, „Provozování ubytovacích služeb“ jako živnosti volné a „Poskytování stravování (hostinská činnost)“ jako živnosti řemeslné.

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o ochraně spotřebitele“)

Zákon o ochraně spotřebitele se cestovního ruchu dotýká okrajově, a to v tom smyslu, že stanovuje povinnosti podnikatelů při poskytování služeb včetně služeb cestovního ruchu, práva spotřebitelů při reklamaci a vymezuje nekalé, klamavé a agresivní obchodní praktiky, atd.

Zákon č. 565/1990 Sb., o místních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o místních poplatcích“)

Zákon o místních poplatcích upravuje druhy poplatků, poplatníka, výši poplatků, které je obec oprávněna vybrat. Cestovního ruchu se týká tzv. poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt hrazený ubytovaným (tento poplatek mohou obce vybírat v místech soustředěného cestovního ruchu – která nejsou nikde v zákoně definovány) a poplatek z ubytovací kapacity hrazený ubytovatelem (vybírání na celém území ČR bez ohledu na potenciál cestovního ruchu v daném místě).

Zákon však obcím nestanovuje způsob dalšího využití vybraných poplatků, respektive na realizaci jakých aktivit budou poplatky využity. Poplatky získané z realizace cestovního ruchu v obci v současné době mnohdy nejsou investovány zpět do rozvoje cestovního ruchu. Určit povinnost obcí z poplatků financovat DMO, jako tomu je např. v Rakousku, Švýcarsku, by v ČR bylo zásahem do samostatné působnosti obcí. Nicméně z logiky věci by alespoň část prostředků generovaných z cestovního ruchu měla jít na podporu cestovního ruchu v daném regionu. Např. by se mohlo jednat o členský příspěvek obce v DMO.

Zákon č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o podpoře regionálního rozvoje“)

Zákon definuje region, regionální rozvoj, podporované regiony, zaměření podpory a oblasti podpory regionálního rozvoje. Jako významná oblast podpory regionálního rozvoje byl mimo jiné stanoven rozvoj cestovního ruchu.

Zákon č. 89/1995 Sb., o státní statistické službě, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o státní statistické službě“)

Není zde přímý vztah k řízení cestovního ruchu. V zákoně o státní statistické službě je upraveno postavení statistického úřadu, potřeba zjišťování dat od fyzických osob, obcí a všech ekonomických subjektů, tedy i podnikatelů v cestovním ruchu.

Zákon č. 114/1992 Sb., o ochraně přírody a krajiny, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o ochraně přírody a krajiny“)

Zákon mimo jiné upravuje podmínky turistického využití zvláště chráněných území.

1.4.2. Přehled předpisů EU v oblasti cestovního ruchu

- Směrnice Rady č. 90/314/EHS ze dne 13. června 1990 o souborných službách, pro cesty, pobyty a zájezdy.
- Doporučení Komise č. 2004/645/ES ze dne 16. září 2004 o provádění Memoranda o porozumění mezi Evropským společenstvím a Národní správou pro cestovní ruch Čínské lidové republiky o vízech a souvisejících otázkách týkajících se turistických skupin z Čínské lidové republiky (ADS MoP) konzulárními úřady členských států.
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 ze dne 27. října 2004 o spolupráci mezi vnitrostátními orgány příslušnými pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu zájmů spotřebitele („nařízení o spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele“).
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 2008/122/ES ze dne 14. ledna 2009 o ochraně spotřebitele ve vztahu k některým aspektům smluv o dočasném užívání ubytovacího zařízení (timeshare), o dlouhodobých rekreačních produktech, o dalším prodeji a o výměně.
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 2006/123/ES ze dne 12. prosince 2006 o službách na vnitřním trhu.
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 261/2004 ze dne 11. února 2004, kterým se stanoví společná pravidla náhrad a pomoci cestujícím v letecké dopravě v případě odepření nástupu na palubu, zrušení nebo významného zpoždění letů a kterým se zrušuje nařízení (EHS) č. 295/91.
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1008/2008 ze dne 24. září 2008 o společných pravidlech pro provozování leteckých služeb ve Společenství.
- Směrnice Rady 95/57/ES ze dne 23. listopadu 1995 o shromažďování statistických informací v oblasti cestovního ruchu.
- Stanovisko Evropského hospodářského a sociálního výboru k Politice cestovního ruchu a spolupráce veřejných a soukromých sektorů (2005/C 74/02).
- Stanovisko Evropského hospodářského a sociálního výboru na téma Politika cestovního ruchu v rozšířené EU (2005/C 255/02).
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EC) č. 692/2011 ze dne 6. července 2011 o evropské statistice cestovního ruchu a o zrušení směrnice Rady 95/57/EHS
- Nařízení Komise (EU) č. 1051/2011 ze dne 20. října 2011, kterým se provádí nařízení Evropského parlamentu a Rady (EC) č. 692/2011 o evropské statistice cestovního ruchu upravující strukturu zpráv, kvalitu a předávání údajů.

1.4.3. Přehled národních nelegislativních předpisů v oblasti cestovního ruchu

- Koncepce státní politiky cestovního ruchu ČR na období 2007 – 2013 Státní program ochrany přírody a krajiny ČR
- Státní politika životního prostředí
- Strategický rámec udržitelného rozvoje ČR

1.5. Popis cílového stavu a dotčených subjektů

1.5.1. Popis cílového stavu

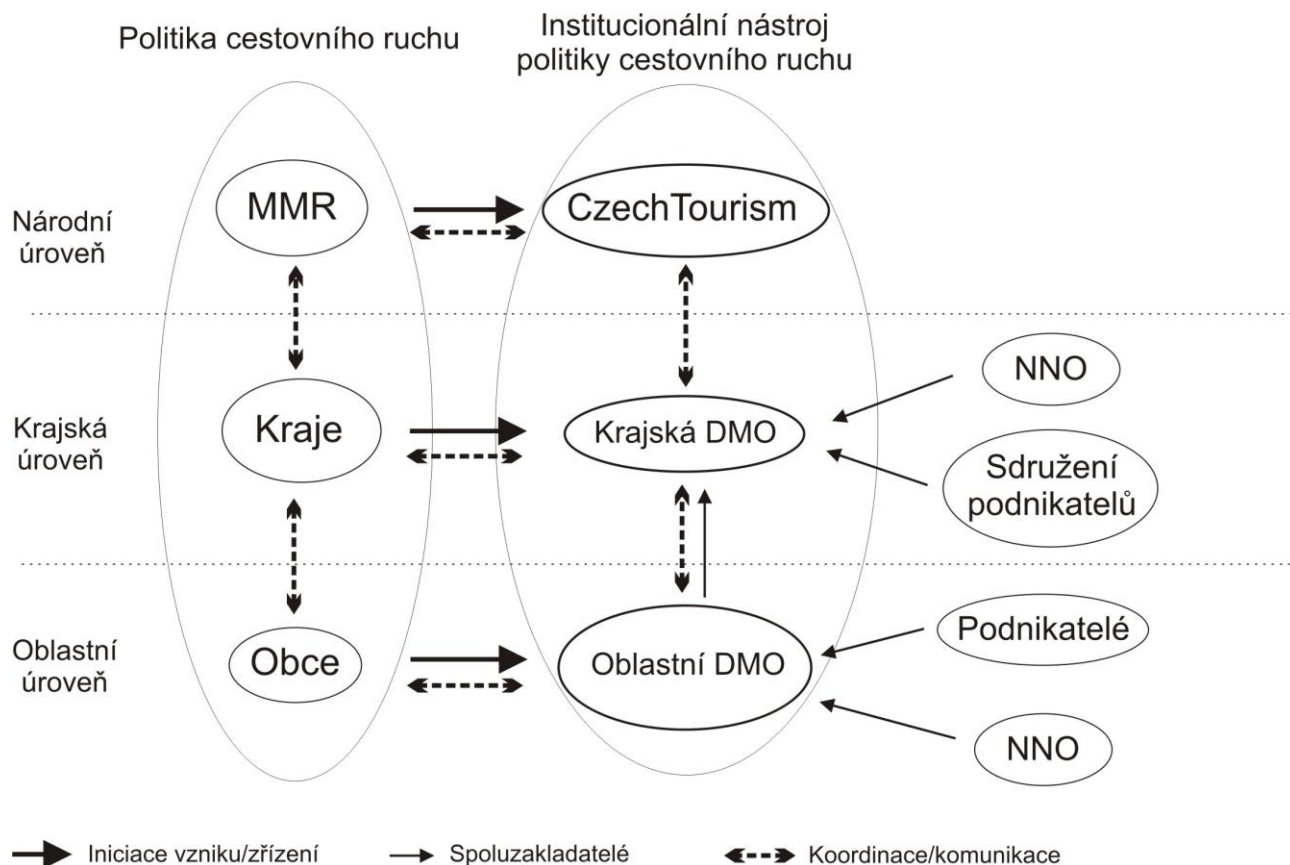
Politika cestovního ruchu dostane nové účinné nástroje, kterými bude efektivně implementovat (naplňovat) své cíle dané v Koncepti a v programových prohlášeních vlády. Zákon ukotví **system organizace (uspořádání) cestovního ruchu v ČR**, tj. **dá vzniknout či podpoří stávající jednotky (DMO)** zabývající se řízením cestovního ruchu v regionech. Tímto krokem se vytvoří institucionální nástroj politiky cestovního ruchu, který zajistí koordinaci aktivit vyplývajících z naplňování cílů státní, potažmo regionální, politiky cestovního ruchu. Efektivnost tohoto kroku se projeví v eliminaci duplicit vykonávaných činností, a tedy ve snížení doposud vynakládaných prostředků z veřejných rozpočtů. Dále zákon zajistí *stabilitu financování* vytvořeného *systemu*, čímž budou dány podmínky pro strategické plánování zaručující kontinuitu v rozvoji destinací a s tím ruku v ruce zvyšování konkurenceschopnosti.

Systém organizace a řízení cestovního ruchu

Podstatou *systemu organizace (uspořádání) cestovního ruchu* je vytvoření podmínek pro **úkolově-orientovanou formu spolupráce** vycházející z principu partnerství veřejného, privátního a neziskového sektoru, která by stimulovala podnikatelské prostředí, aby mohlo docházet k synergiím⁴. Stěžejním krokem je jasné stanovení kompetencí a pravomocí klíčových aktérů cestovního ruchu, tj. veřejného sektoru (ministerstvo, kraje), podnikatelského sektoru a samotných DMO. Angažovanost podnikatelského sektoru je posílena zajištěním autonomie DMO při rozhodování o vlastní činnosti. Eliminovány jsou tak politické zájmy a naopak je dán prostor pro zájmy podnikatelů, které s sebou přinášejí inovace, tedy impulzy pro zvyšování konkurenceschopnosti.

⁴ Vzhledem ke struktuře malých a středních podniků, které tvoří podstatnou platformu pro realizaci cestovního ruchu v regionech, dochází díky synergiím k efektivnějšímu využívání finančních prostředků (minimalizace nákladů), implementaci inovací, zavádění nových metod řízení a managementu kvality, vznikají úspory z rozsahu (economies of scale) a úspory z dosahu (economies of scope), lze lépe čelit negativním externalitám zejména na životní prostředí atd.

Obr. 1: Schéma systému organizace a řízení cestovního ruchu v ČR



Pramen: Holešinská (2010)

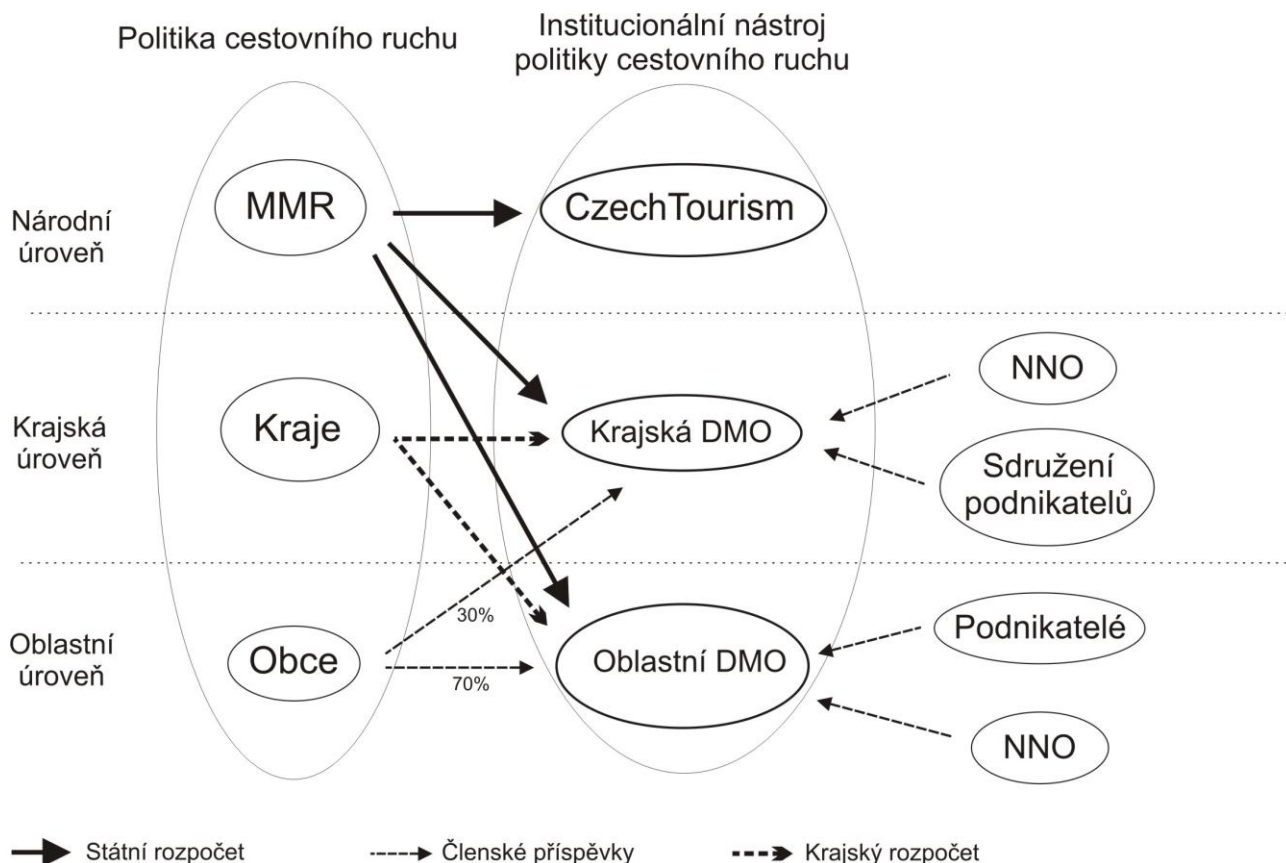
Schéma zachycuje **třístupňovou úroveň organizace (uspořádání) cestovního ruchu v ČR**, kde je vedle stávající agentury CzechTourism na národní úrovni ukotvena pozice krajských a oblastních DMO, které doplňují v současnosti chybějící články systému uspořádání cestovního ruchu a klíčové koordinační jednotky v kontextu implementace politiky cestovního ruchu.

Zákon o podpoře rozvoje cestovního ruchu umožní MMR zavedením systému organizace efektivněji vykonávat své kompetence v oblasti cestovního ruchu, které jsou dány zákonem č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky, ve znění pozdějších předpisů, a to zejména při uplatňování nástrojů politiky cestovního ruchu. Zákon o podpoře rozvoje cestovního ruchu bude jedním z hlavních a nezbytných nástrojů, jenž přispěje k jeho celkové efektivitě. **Při implementaci této legislativní úpravy bude MMR odpovědné za vytvořený systém včetně jeho metodického řízení, registraci krajských a oblastních DMO, proces poskytování dotací a dalších opatření vyplývajících z navrhovaného zákona.**

Financování organizace a řízení cestovního ruchu

Pro dobře fungující systém uspořádání cestovního ruchu bude nezbytné stanovit jeho **financování**. Zákon chce vytvořit podmínky, které by garantovaly investici státu vázanou na konkrétní účel použití. **Výše podpory (investice) je determinována samotným výkonem cestovního ruchu** (viz kritéria v samotném věcném návrhu zákona) v regionu. Tímto krokem jsou aktéři cestovního ruchu (podnikatelé i obce) motivováni ke zvyšování příjmů (obratů) z cestovního ruchu.

Obr. 2: Schéma financování systému organizace a řízení cestovního ruchu v ČR



Pramen: Holešinská (2010)

Nastavený způsob **financování bude vycházet z reinvestování finančních prostředků vygenerovaných cestovním ruchem zpět do aktivit cestovního ruchu**. Konkrétně se jedná o realokaci příjmů, které plynou obcím do rozpočtu. Využitím vybraných poplatků z ubytovací kapacity (event. za rekreační a lázeňský pobyt) jako členského příspěvku obcí do regionálních DMO by se vyvinul tlak na podnikatele, aby pravdivě přiznávali kapacitní využití lůžek. Toto opatření bude mít i pozitivní dopad na hospodaření obcí (nárůst příjmů z daní a poplatků). Zkvalitnila by se tak i vypovídací hodnota statistických dat, a potažmo i ukazatele výkonu cestovního ruchu v regionu vyjadřující jeho konkurenceschopnost.

Dalším rozměrem návrhu je zajištění stability financování činnosti DMO. Dnes je z valné části závislá na realizaci jednorázových projektů, což způsobuje roztržitost aktivit bez dlouhodobé vize. Navržený systém financování tento nedostatek odstraňuje. **Příspěvek ze státního rozpočtu bude financován ze stávající rozpočtové kapitoly MMR**. Příspěvek ze státního rozpočtu bude následně kofinancován z příspěvku krajů, obcí a ostatních subjektů cestovního ruchu.

Příspěvek ze státního rozpočtu bude vyplácen formou objednávky MMR na výkon marketingu a managementu cestovního ruchu ČR, respektive formou účelové dotace. Přímé platby regionálním

organizacím cestovního ruchu budou propláceny ze státního a krajských rozpočtů na základě § 7 odst. 1 písm. u) zákona o rozpočtových pravidlech a dále na základě připravovaného zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu, který se tímto stane shora uvedeným zvláštním zákonem k zákonu o rozpočtových pravidlech.

Systém financování DMO

Systém financování DMO na jednotlivých úrovních pracuje se systémem multiplikace finančních prostředků, respektive aktivace vnitřních zdrojů. Před poskytnutím příspěvku ze státního rozpočtu DMO musí prokázat, že disponuje prostředky na spolufinancování, tvořenými primárně členskými prostředky a výdělečnými nástroji. Při vyúčtování dotace DMO prokazuje, že na realizaci aktivit použila dotaci, ale i vlastní finanční prostředky.

V případě, že DMO obdrží příspěvek (dotaci) na podporu rozvoje destinace z veřejných zdrojů ve výši více než 50% z celkové finanční alokace vynaložené na podporu rozvoje destinace (realizaci projektu), naplní definici dotovaného zadavatele a bude povinen postupovat podle zákona o veřejných zakázkách. V případě, že výše příspěvku (dotace) nedosáhne částky více než 50% peněžních prostředků poskytnutých z veřejných zdrojů, bude příjemce příspěvku postupovat podle závazných metodik MMR.

Předpokládáme, že výše příspěvku ze státního rozpočtu, vynaložená na podporu krajských i oblastních DMO v jednom roce, nepřesáhne 200 mil. Kč. Dotace bude rozdělena mezi krajské a oblastní DMO v poměru 40 : 60. Toto rozdělení reflektuje význam oblastí jako cílových destinací (míst navštěvovaných návštěvníky) a krajských organizací, de facto zastřešujících subjektů, kteří zastřešují aktivity oblastí působících na území kraje a případně pokrývají „tzv. bílá místa“, tedy území, které nebude spadat pod žádnou oblastní DMO.

Jednotka cestovního ruchu	Zdroj financování
Národní DMO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ příspěvek ze státního rozpočtu (MMR) ▪ dobrovolné příspěvky samosprávy ▪ dobrovolné příspěvky sdružení podnikatelů na národní úrovni, případně podnikatelů samotných ▪ vlastní výdělečné nástroje
Krajská DMO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ příspěvek ze státního rozpočtu (MMR) ▪ příspěvek z krajského rozpočtu min. ve výši 50 - 100 % poskytnutého příspěvku ze státního rozpočtu* ▪ dobrovolné příspěvky obcí ▪ dobrovolné příspěvky sdružení podnikatelů na úrovni kraje, případně podnikatelů samotných ▪ vlastní výdělečné nástroje
Oblastní DMO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ příspěvek ze státního rozpočtu (MMR) ▪ příspěvek z krajského rozpočtu, na jehož území se oblast vyskytuje ▪ příspěvek obcí, které jsou členy destinace ▪ dobrovolný příspěvek ostatních obcí ▪ dobrovolný příspěvek podnikatelů působících v destinaci ▪ vlastní výdělečné nástroje <p>(příspěvky kraje, obcí, podnikatelů a výdělečné nástroje musí dohromady tvořit 50-100 % příspěvku ze státního rozpočtu*)</p>

* bude upraveno prováděcí vyhláškou k zákonu o podpoře rozvoje cestovního ruchu vydanou MMR

Navržený objem prostředků investovaných do systému je v souladu s připravovanou Konceptí státní politiky cestovního ruchu na období 2014 – 2020 (viz přílohy – kapitola č. 10.5) a je dostupný ze stávajících zdrojů aktérů cestovního ruchu (MMR, kraje, obce, atd.).

Výčet podporovaných aktivit

Výčet podporovaných aktivit vychází ze zaměření činnosti DMO. Úkolem DMO je rozvíjet cestovní ruch v destinaci, zjišťovat trendy vývoje poptávky a nabídky v cestovním ruchu, sestavovat komplexní produkt cestovního ruchu, sledovat životní cyklus produktu a upravovat produkt podle jednotlivých fází jeho cyklu, zajišťovat propagaci produktů, volit zdrojové trhy – zajišťovat úpravu produktů a propagace dle potřeb jednotlivých trhů, sledovat vývoj cestovního ruchu v destinaci, měřit úspěšnost realizovaných opatření, realizovat návštěvnický management – minimalizovat dopady cestovního ruchu na kulturně – historické a přírodní dědictví destinace, rezidenty a destinaci samotnou.

Metodika výpočtu příspěvku

▪ Krajská DMO

Metodika výpočtu příspěvku ze státního rozpočtu krajským DMO			
Složení příspěvku	Koeficient RUD pro jednotlivé kraje	Koeficient RUD pro jednotlivé obce	Intenzita cestovního ruchu
Stanovení koeficientu	zákon č. 243/2000 Sb. příloha 1	zákon č. 243/2000 Sb. příloha 2 a 3	počet přenocování na počtu obyvatel (ČSÚ)
Ukazatel	koeficient za kraj	součet za všechny obce v kraji	průměr za 5 let
Poměr koeficientů*	30 %	30 %	40 %

RUD = rozpočtové určení daní

* Poměr jednotlivých koeficientů v prvních letech implementace systému financování, po pěti letech se bude poměr koeficientů snižovat ve prospěch intenzity cestovního ruchu.

▪ Oblastní DMO

Metodika výpočtu příspěvku ze státního rozpočtu oblastním DMO			
Složení příspěvku	Fixní základ	Koeficient RUD pro jednotlivé obce	Intenzita cestovního ruchu
Stanovení koeficientu	pevná částka pro každou oblastní DMO	zákon č. 243/2000 Sb. příloha 2 a 3	počet přenocování na počtu obyvatel (ČSÚ)
Ukazatel		součet za všechny obce v destinaci	průměr za 5 let za všechny členské obce v destinaci (data na vyžádání)
Poměr koeficientů*	50 %	20 %	30 %

RUD = rozpočtové určení daní

* Poměr jednotlivých koeficientů v prvních letech implementace systému financování, po pěti letech se bude poměr koeficientů snižovat ve prospěch intenzity cestovního ruchu.

Specifické postavení v systému financování zaujímá Hlavní město Praha, Praha je zároveň kraj i město. Vzhledem k tomu, že Praha je nejdůležitější destinací cestovního ruchu ČR, bude Praha financována jako oblast.

K zajištění rovnoměrného rozvoje oblastí bude maximální výše podpory pro jednu oblast zastropována na 10-20 % celkové výše alokace určené na podporu oblastí. (bude upraveno prováděcí vyhláškou k zákonu o podpoře rozvoje cestovního ruchu vydanou MMR)

Vezmeme-li v úvahu výše uvedené problémy a navržený systém řešení, můžeme konstatovat následující:

A. Pokles výkonnosti cestovního ruchu v ČR

Zákon přináší opatření, která mají posílit konkurenceschopnost cestovního ruchu v ČR. Ta není oslabována nízkou nebo špatnou infrastrukturní vybaveností destinací (ta se za posledních 10 let zlepšila), ale hlavně absencí dlouhodobé a účinné spolupráce aktérů cestovního ruchu na sofistikovaných činnostech v oblasti managementu a marketingu destinací (viz níže). Jestliže ČR nechce ztrácet svoji pozici na trhu, musí alespoň část těchto činností prostřednictvím zákona aktivovat.

B. Uplatňování principů destinačního managementu

Zákon vytváří podmínky pro systémový rozvoj destinačního řízení v ČR. Za prvé definuje pravidla, povinnosti a kompetence jednotlivých úrovní řízení destinací. **Eliminuje tak potenciální duplicity v činnostech jednotlivých organizací a vytváří předpoklady pro tvorbu synergií.** Za druhé zákon vytváří nástroje pro zefektivnění činnosti DMO, především v podobě účelového financování vybraných aktivit destinací. Cílem je posílit strategické plánování, propojovat nabídku služeb uvnitř destinace, posilovat kvalitu služeb, zlepšit péči o značku destinace, postupně zapojovat podnikatelské subjekty do produktivních aktivit destinace. Neméně důležitým opatřením je implementace systému monitoringu a měření výdajů spojených s podporou destinačního managementu.

Navržený koncept spolupráce klíčových aktérů (institucí) v regionu na platformě destinačního řízení je v souladu s aktuálními zkušenostmi v zahraničí i odbornými poznatky. Příkladem může být model TLA (Tourist Learning Areas⁵). Ten představuje regionální síť založenou na partnerství veřejného a soukromého sektoru a vzdělávacích a výzkumných institucí, které se navzájem pozitivně ovlivňují prostřednictvím kontinuálního učení a vzdělávání (sdílení informací, zkušeností, transfer znalostí, diskuzí, atd.). Návrh předpokládá **zřízení tzv. poradních skupin, které na jednotlivých úrovních řízení budou zajišťovat koordinaci a transfer zkušeností a znalostí mezi DMO a ostatními aktéry cestovního ruchu v destinaci**, jež se přímo nepodílí na řízení destinace (zástupci NP a CHKO, kulturní organizace, NNO, vysoké školy apod.).

C. Tvorba komplexních produktů cestovního ruchu a účinnost marketingu destinací

Důležitou oblastí aktivit DMO je tvorba produktů cestovního ruchu a jejich marketing. Základním problémem je v této oblasti kvalita činností a aktivit současných aktérů cestovního ruchu a malé zapojení soukromých subjektů. Zákon nastavuje procesy komunikace a kooperace tak, aby za prvé vytvořil vhodné podmínky pro tvorbu produktů cestovního ruchu a za druhé posílit účinnost marketingu destinací. Hlavním nástrojem je **metodicky ukotvená podpora DMO vázaná na tvorbu konkrétních konkurenceschopných produktů** cestovního ruchu a vyšší kvalitu marketingových aktivit (kooperativní marketing, e-marketing, péče o značku, brand partnerships atd.). Zákon vytváří předpoklady pro spolupráci různých hierarchických

⁵ Blíže Rhodri Thomas (2007), in "Fostering SME and Entrepreneurship Development in the Tourism Sector in Bulgaria – An active review", OECD LEED Trento Centre.

úrovni DMO, jež povede k úsporám z rozsahu (economies of scale) a k úsporám z dosahu (economies of scope).

Stát účinnosti zákona získá nástroj (prostřednictvím financování a metodické činnosti) pro silnější usměrňování dosud velmi nezávislých a v důsledku málo provázaných marketingových aktivit jednotlivých destinací.

D. Nesystémová podpora odvětví

Koncepce zákona odstraňuje hlavní nedostatek současné podpory odvětví. Tím je nízká provázanost podpory mezi národní a regionální úrovní. **Zákon vytváří nástroj, kterým národní úroveň může metodicky ovlivňovat povahu podpory.** Zákon také bude vyžadovat propojení strategických dokumentů jednotlivých úrovní řízení destinací a důsledný monitoring podpořených aktivit a jejich efektů.

Z hlediska vazeb a kompetencí na centrální úrovni zákon vytváří horizontální systém řízení cestovního ruchu, který definuje vztah mezi MMR a ostatními subjekty státní správy.

E. Malá konkurenceschopnost podnikatelů cestovního ruchu s výraznými překážkami pro vstup na mezinárodní trh cestovního ruchu

Odstranění tohoto problému je podmíněno eliminací výše uvedených problémů. Posilování konkurenceschopnosti podnikatelů je ústřední myšlenkou všech opatření a aktivit navrhovaného zákona. Zákon nepřímo (svou filozofií) i přímo (konkrétními nástroji) kultivuje myšlení lidí (v DMO i mimo něj) směrem k tržně orientovaným aktivitám destinací cestovního ruchu. **DMO je tu pro poskytovatele služeb v cestovním ruchu a má odstraňovat bariéry přístupu na trh cestovního ruchu. Zákon dává možnost podnikatelům do DMO vstupovat a ovlivňovat jejich činnost (resp. získávat společné know-how).**

Zákonem budou také vytvořeny legislativní podmínky pro realizaci Českého systému kvality služeb, jehož prostřednictvím budou do organizací působících v cestovním ruchu zavedeny moderní metody řízení kvality. Jednotlivým MSP, DMO a dalším aktérům cestovního ruchu bude umožněno získávat potřebné znalosti v oblasti strategického řízení svých organizací a zvyšování kvality poskytovaných služeb. Systém těmto subjektům přinese měřitelné zvýšení kvality služeb, které jim přinese lepší postavení na trhu a zvýšení jejich konkurenceschopnosti.

1.5.2. Identifikace dotčených subjektů

Z výše uvedeného zaměření předkládaného návrhu a cíle jednotlivých opatření vyplývají i cílové skupiny, respektive skupiny dotčené předloženým návrhem:

- stát (udržení stávajících přínosů cestovního ruchu),
- samosprávné subjekty (udržení stávajících přínosů cestovního ruchu, zefektivnění aktivit na podporu rozvoje cestovního ruchu, zvýšení návštěvnosti regionů)
- MMR (zajištění a posílení koordinace rozvoje cestovního ruchu),
- podnikatelé (zvýšení konkurenceschopnosti),
- destinace (podpora činnosti),
- regiony (cestovní ruch nástroj udržitelného rozvoje),
- NNO (zapojení do rozvoje cestovního ruchu v destinaci),
- návštěvníci (cílený produkt respektující jejich potřeby).

1.6. Zhodnocení rizik

Neexistence systému funkční organizace a řízení cestovního ruchu v ČR je vážnou slabou stránkou v rozvoji cestovního ruchu, postupně totiž způsobuje pokles konkurenceschopnosti destinace a podnikatelských subjektů v ní, a tím přeneseně způsobuje i pokles české ekonomiky.

Rizika nezavedení systému funkční organizace a řízení cestovního ruchu jsou patrná již v současnosti a lze očekávat, že se budou i nadále prohlubovat. Bez existence systému navrhovaného předloženým zákonem dojde postupně k vyčerpání klasických faktorů konkurenceschopnosti cestovního ruchu a k poklesu jeho výkonnosti. Oslabování konkurenceschopnosti nabídky (produktů cestovního ruchu) se projeví poklesem domácí a zahraniční poptávky. To bude mít následně dopad na pokles příjmů podnikatelského sektoru a snižování počtu dlouhodobých pracovních míst. To bude mít dopad na postupný pokles daňových i nedaňových příjmů státního a veřejných rozpočtů (DPH, daň ze závislé činnosti zaměstnanců v podnicích v odvětví cestovního ruchu i navazujících odvětví ekonomiky, daně z příjmů fyzických a právnických osob, spotřební daň, poplatky apod.).

První modernější a účinnější nástroje národní i regionální politiky cestovního ruchu jsou u nás zaváděny od roku 2001. Nelze však hovořit o vytvoření koncepčního systému podpory a vytvoření účinných nástrojů zajišťujících koordinaci základních rozvojových priorit cestovního ruchu a efektivitu vynakládaných veřejných prostředků, zejména v oblasti tvorby a marketingu produktů cestovního ruchu a vytváření DMO. Chybí rovněž efektivní spolupráce mezi podnikatelskou sférou a veřejným sektorem. Tyto slabé stránky – problémy a překážky – cestovního ruchu definují národní strategické dokumenty v celém období 2007-2013. Pro jejich odstranění však nebyly vytvořeny účinné legislativní a finanční nástroje a především jejich koordinace, a to jak na národní, tak na krajských úrovních. A to i přes značný nárůst veřejných výdajů na podporu řešení výše uvedených problémů, zejména v období 2007-2012.⁶

Cestovní ruch tak nevyužívá efektivně svůj potenciál jako nástroj regionálního rozvoje, a tím klesá ochota rozvoj tohoto odvětví nadále podporovat. Vzhledem k tomu, že v ČR není vytvořen funkční systém podpory organizace a řízení rozvoje tohoto odvětví a všeobecně dochází a dojde k poklesu rozpočtových výdajů, se tento trend, spolu s nízkou efektivitou vynakládaných výdajů, obrátí v další pokles výkonnosti cestovního ruchu, a tím dojde i k poklesu výnosů generovaných prostřednictvím cestovního ruchu.

Za hlavní rizika do budoucna lze považovat v uvedených souvislostech zejména pokračující neefektivnost vynakládaných veřejných prostředků na neprovázanou tvorbu produktů cestovního ruchu a na drahé marketingové aktivity na národní i na krajských úrovních. Dalším rizikem je rostoucí nedůvěra podnikatelského sektoru k současným izolovaným a neprovázaným aktivitám DMO na všech úrovních. Při pokračování výše uvedených tendencí je potom největším rizikem dlouhodobý pokles konkurenceschopnosti cestovního ruchu v ČR.

⁶ Například v období 2007-2011 bylo z veřejných prostředků a dotací (zejm. evropských) podpořeno a vytvořeno jen několik národních produktů a několik desítek specifických regionálních produktů cestovního ruchu (celkem 258 projektů) v hodnotě přes 660 mil. Kč, na jejich marketing však byly vynaloženy téměř 2 mld. Kč. Podobně na podporu vytváření organizačních struktur cestovního ruchu (zakládání a činnost organizací cestovního ruchu, činnost turistických informačních center, spolupráce mezi veřejným a podnikatelským sektorem, neziskovými organizacemi a profesními a zájmovými sdruženími v cestovním ruchu) bylo podpořeno celkem 43 projektů s dotací 366 mil. Kč, provoz a činnost CzechTourism byla ve sledovaném období podpořena ze státního rozpočtu částkou převyšující 1,5 mld. Kč. Efektivnost při vynaložení této masivní dotační podpory se však v uvedených prioritách (třetí pilíř) v důsledku velmi malé společné koordinace národních a regionálních projektů ve zvýšené míře nedostavila.

2. Návrh a vyhodnocení variant řešení

Navržené varianty řešení jsou hodnoceny na základě vybraných faktorů (kritérií), které ovlivňují naplnění cíle politiky cestovního ruchu, potažmo naplnění cíle zákona. Kritéria byla hodnocena podle jejich negativního či pozitivního dopadu na konečný cíl, tj. bodová škála -2 = velmi negativní dopad, -1 = mírně negativní, 0 = neutrální dopad, 1 = mírně pozitivní a 2 = velmi pozitivní dopad. Jednotlivá kritéria byla zařazena do oblastí, které vycházejí z definovaných problémů, jež si politika cestovního ruchu (zákon) klade za cíl vyřešit. Každé z oblastí byla přidělena váha podle jejich významu, tj. konkurenceschopnost regionů v cestovním ruchu, resp. podnikatelských subjektů, má nejvyšší prioritu, a tedy váhu 0,4; financování organizace a řízení cestovního ruchu, jakožto stabilní zdroj pro realizaci konkurenceschopných aktivit na bázi partnerství veřejného a soukromého sektoru, má váhu 0,25; postavení samotné politiky cestovního ruchu - váha 0,2 a v neposlední řadě význam vytvoření funkčního systému organizace a řízení cestovního ruchu má váhu 0,15. Metodika hodnocení jednotlivých variant byla provedena na základě expertní úvahy, tedy byla použita delphi metoda.

2.1. Varianta 0 – současný stav

Politika cestovního ruchu disponuje Konceptí státní politiky cestovního ruchu, která má však nelegislativní povahu a vůči subjektům samosprávy má pouze doporučující charakter. **Politika cestovního ruchu na národní úrovni postrádá nástroje pro realizaci opatření uvedených v programovém prohlášení vlády ČR⁷**, tj. stávající legislativní nástroj (zákon o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu) řeší pouze jeden ze segmentů cestovního ruchu; institucionální nástroj politiky cestovního ruchu pokrývá jen národní úroveň (agentura CzechTourism) a finanční nástroje na podporu cestovního ruchu jsou značně diversifikovány. Na regionální úrovni je politika cestovního ruchu v rukou samosprávy. Nositelé politiky cestovního ruchu na jednotlivých úrovních nemají mezi sebou jasně vymezeny kompetence.

Organizace a řízení cestovního ruchu v ČR je nekoordinované. Na regionální úrovni živelně vznikají DMO. Iniciátorem jejich vzniku je z naprosté většiny (93 %) veřejný sektor⁸. Vzhledem k tomu, že organizace cestovního ruchu není nikterak upravena, dochází k duplicitám ve výkonu některých činností⁹, a tím k plýtvání zdrojů. Dále je zde prostor pro prosazování politických postojů, které brzdí procesy inovace.¹⁰ **Zapojení podnikatelského sektoru do organizace a řízení cestovního ruchu v regionech je nízké¹¹**. Příčin je několik - od nedůvěry ve spolupráci s veřejným sektorem, po nepochopení, že DMO je servisní organizací pro podnikatele, až po skutečnost, že podnikatelé v současné situaci necítí potřebu se sdružovat a kooperovat na společném rozvoji cestovního ruchu v regionu, protože sami využívají prostředků z operačních programů¹². Stav tohoto scénáře je udržitelný do roku 2014 (2015), kdy bude dobíhat čerpání prostředků z operačních programů. Nedojde-li k zásahu ze strany politiky cestovního ruchu, pak se dá očekávat přechod na variantu 2.

⁷ Podpora cestovního ruchu včetně vytvoření legislativy na podporu podnikání v cestovním ruchu je jednou z priorit programového prohlášení.

⁸ Holešinská, 2010

⁹ Nejčastěji se jedná o marketingovou činnost, což potvrzují podané žádosti do regionálních operačních programů.

¹⁰ Poznatek pochází ze studie provedené v alpských regionech, viz Pechlaner a Tschurtschenthaler (2003). V ČR jej lze spatřit na příkladech destinačních společností, které se díky politickému rozhodnutí musely transformovat či zrušit, např. Destinační management Moravsko-Slezský, Středočeská turistická a informační služba, Jihočeská centrála cestovního ruchu, Vysočina Tourism atd.

¹¹ 48% fungujících destinačních společností nemá za partnera (zakládajícího člena) soukromý sektor, viz Holešinská (2010).

¹² V ČR tak nedochází k přirozenému rozvoji spolupráce mezi aktéry cestovního ruchu, jak tomu bylo v alpských regionech, viz Pechlaner a Tschurtschenthaler (2003).

Financování cestovního ruchu je nesystémové. V oblasti organizace a řízení cestovního ruchu nemá **politika cestovního ruchu žádný přímý finanční nástroj**. Prostředky plynoucí do cestovního ruchu ze státního rozpočtu jsou vzhledem k výkonu odvětví minimální. Výjimkou je národní úroveň, tedy financování agentury CzechTourism. Regionální úroveň čerpá finanční prostředky na své aktivity ze stávajících Regionálních operačních programů. Na těchto zdrojích je závislých 68 % DMO, přičemž od roku 2007 se projevuje rostoucí tendence podílu dotační složky na celkovém rozpočtu DMO.¹³ Díky tomu, že nejsou nastaveny podmínky financování DMO, dochází k jisté disproporci. Zatímco krajské DMO (zřízené krajem) mají relativní dostatek finančních prostředků na svůj provoz a činnost, oblastní DMO zřizované obcemi mají kapitál na (částečné) pokrytí provozních nákladů.¹⁴ Tento nepoměr není způsoben jen velikostí rozpočtu kraje k rozpočtům jednotlivých obcí, ale nedoceněním významu cestovního ruchu, které je patrné například ve stanovení výpočtu členských příspěvků¹⁵.

Konkurenceschopnost regionů v cestovním ruchu, vyjádřeno počtem návštěvníků a devizovými příjmy, roste. Růst je však extenzivní a jeho dynamika klesá. Podnikatelé v cestovním ruchu využívají možnosti čerpání dotací ze strukturálních fondů EU. Čerpáním veřejných prostředků v podstatě eliminují náklady, které by jim za normálních okolností vznikly jako reakce na změny v poptávce. Díky tomu, že soukromé subjekty vykazují nízkou míru spolupráce a koordinace, nedochází k synergiím, které by kupříkladu řešily špatnou optimalizaci výrobních nákladů, kdy příliš mnoho služeb je poskytováno souběžně jednotlivými subjekty individuálně.¹⁶ V takovémto prostředí je minimální prostor pro nastartování inovačních procesů.

¹³ Holešinská, 2012:91

¹⁴ Holešinská, 2012:91

¹⁵ Běžně používanou „metodou“ výpočtu členských příspěvků obcí je přepočítání na obyvatele, který je pozůstatkem z dob zakládání sdružení za účelem budování společné kanalizace atd. Tato metoda tak zcela popírá skutečný význam cestovního ruchu pro území dané obce.

¹⁶ Viz teorie výrobních okrsků

Vyhodnocení přínosů varianty 0

Oblast	Kritérium	Bod
Politika cestovního ruchu 0,2	Nástroje politiky cestovního ruchu	-2
	Koordinace politik cestovního ruchu na jednotlivých úrovních	-2
	Naplňování politiky cestovního ruchu (resp. Koncepce, vládního prohlášení)	-2
Hodnocení politiky cestovního ruchu		-1,2
Organizace a řízení cestovního ruchu 0,15	Systémová struktura (uspořádání)	-2
	Vymezení kompetencí a pravomocí	-2
	Zapojení veřejného sektoru	1
	Zapojení soukromého sektoru	-1
	Celková spolupráce aktérů cestovního ruchu (princip PPP)	-1
	Koordinace aktivit cestovního ruchu v regionech	-2
Hodnocení organizace a řízení cestovního ruchu		-1,05
Financování 0,25	Spolufinancování obcemi	1
	Spolufinancování kraji	1
	Spolufinancování podnikatelskými subjekty	-2
	Stabilní systém financování organizace a řízení cestovního ruchu	-2
	Dopad (zatížení) na státní rozpočet – krátkodobý	0
	Dopad (zatížení) na státní rozpočet – dlouhodobý	-1
Hodnocení financování organizace a řízení cestovního ruchu		-0,75
Konkurenceschopnost 0,4	Výkonnost cestovního ruchu v regionech (index konkurenceschopnosti)	0
	Tvorba synergií (economies of scale, economies of scope)	-1
	Inovační procesy	-1
Hodnocení konkurenceschopnosti regionů v cestovním ruchu		-0,8
Celkové hodnocení varianty		-3,8

2.2. Varianta 1 – samoregulace

Politika cestovního ruchu v případě samoregulace by zůstala beze změn. Přetrvával by stav, kdy **státní politika cestovního ruchu a regionální politika cestovního ruchu nejsou vzájemně koordinovány** a jejich aktivity nejsou provázány (dochází tak k duplicitám v činnostech). Politika cestovního ruchu by byla bez přímých nástrojů stimulujících rozvoj cestovního ruchu.

Organizace a řízení cestovního ruchu je ponecháno na vývoji trhu a na aktivitách samotných aktérů cestovního ruchu (především podnikatelů). Základním předpokladem pro budování DMO ze strany podnikatelů je důvěra ve smysluplnost a návratnost takových aktivit. Pochopení těchto aspektů funkce DMO však vyžaduje čas. Např. v alpských zemích tento proces trval 40 – 50 let¹⁷. Základním problémem této varianty je tedy čas. Tlak vnějších faktorů (globální konkurence a její aktivity) sice může tento proces urychlit, nicméně stále naráží na výrazné překážky:

- rozdrobená struktura poskytovatelů služeb v cestovním ruchu (vysoké zastoupení hlavně malých podniků v cestovním ruchu), ve které se společný zájem hledá velmi obtížně,
- nezájem samotných subjektů cestovního ruchu daný deficitem informací a znalostí,
- vysoká vytíženost malých podnikatelů činnostmi přímo souvisejících s každodenním provozem jejich businessu,
- negativní zkušenosti z minulosti, kdy sice byly nastartovány určité projekty spolupráce, ty však byly postaveny na jednotlivých aktivitách a dotacích bez dlouhodobé udržitelnosti.

¹⁷ Viz rakouská studie Bartl a Schmidt, 1998

V ČR by to **znamenal návrat do druhé poloviny 90. let minulého století**. V případě, že by politika cestovního ruchu nečinila žádné prorůstové opatření, byl by tento proces **vykoupen poklesem konkurenceschopnosti regionů**. Růst odvětví by tak byl odkázán na postupné (samovolné, nestimulované) budování partnerství veřejného, privátního a neziskového sektoru, jakožto iniciátora synergií.

Další rizika jsou spojena se skutečností, že neregulované, spontánně vznikající partnerství může být motivováno čistě soukromými zájmy, které pak převáží nad zájmy veřejnými. Problémem je i samotný proces vzniku stabilní struktury uspořádání. Pokud je v případě samoregulace vůbec takový výsledek možný, pak náklady na vznik takového uspořádání jsou velké. Důvodem je vysoká pravděpodobnost střetu různých zájmových skupin a neustálého (konkurenčního) boje mezi sebou (i na platformě DMO) do doby než zvítězí ten nejsilnější.

Financování této varianty by pro státní rozpočet nemělo představovat žádné dodatečné náklady. Naopak za předpokladu menší možnosti čerpání prostředků z operačních programů v programovém období 2014-2020 by se podíl státního rozpočtu na financování aktivit v cestovním ruchu snížil. Vzhledem k tomu, že činnost DMO, tj. servis pro aktéry cestovního ruchu v regionu, je neziskového charakteru, **lze předpokládat, že jeden ze způsobů navýšení prostředků do rozpočtu DMO by vedl k nárůstu členských příspěvků, což by pro obecní rozpočty znamenalo zvýšenou zátěž**. Pokud by se aktivně nezapojily podnikatelské subjekty, byla by existence DMO neudržitelná. Podnikatelská participace na řízení cestovního ruchu ve spolupráci s veřejným sektorem a tvorba synergií se však bude odvíjet od okamžiku, kdy je trh (poptávka) přiměje k uvědomění si této potřeby. Než tato situace nastane, mohou paralelně vznikat společnosti sdružující pouze podnikatele z cestovního ruchu, kteří v regionu začnou prosazovat (vlastní) komerční zájmy na úkor zájmů veřejných. Tomuto stavu bude nahrávat i fakt, že politika cestovního ruchu nebude mít připraveny žádné legislativní či metodické nástroje, které by jasně stanovily podmínky pro organizaci a řízení cestovního ruchu v regionech.

Konkurenceschopnost regionů by díky zpomalení vývoje zapojení soukromého sektoru do organizace a řízení cestovního ruchu ve střednědobém horizontu stagnovala či se projevila poklesem, což by se promítlo i do makroekonomických ukazatelů ČR. Multiplikační efekt, který s sebou přináší cestovní ruch, a synergie jsou závislé na koordinaci a kooperaci mezi aktéry cestovního ruchu, tedy i podnikatelskými subjekty. V regionech by mohlo dojít i k prohloubení ekonomické krize. Pro znovuoživení konkurenceschopnosti regionů by bylo zapotřebí investic do inovačních procesů.

Vyhodnocení přínosů varianty 1

Oblast	Kritérium	Bod
0,2	Nástroje politiky cestovního ruchu	-2
	Koordinace politik cestovního ruchu na jednotlivých úrovních	-2
	Naplňování politiky cestovního ruchu (resp. Koncepce, vládního prohlášení)	-2
Hodnocení politiky cestovního ruchu		-1,2
0,15	Systémová struktura (uspořádání)	-2
	Vymezení kompetencí a pravomocí	-2
	Zapojení veřejného sektoru	1
	Zapojení soukromého sektoru	1
	Celková spolupráce aktérů cestovního ruchu (princip PPP)	0
	Koordinace aktivit cestovního ruchu v regionech	-1
Hodnocení organizace a řízení cestovního ruchu		-0,45
0,25	Spolufinancování obcemi	-1
	Spolufinancování kraji	-1
	Spolufinancování podnikatelskými subjekty	1
	Stabilní systém financování organizace a řízení cestovního ruchu	-2
	Dopad (zatížení) na státní rozpočet – krátkodobý	0
	Dopad (zatížení) na státní rozpočet – dlouhodobý	0
Hodnocení financování organizace a řízení cestovního ruchu		-0,75
0,4	Výkonnost cestovního ruchu v regionech (index konkurenceschopnosti)	-1
	Tvorba synergií (economies of scale, economies of scope)	-1
	Inovační procesy	0
Hodnocení konkurenceschopnosti regionů v cestovním ruchu		-0,8
Celkové hodnocení varianty		-3,2

2.3. Varianta 2 – novela zákona o krajích

Politika cestovního ruchu by novelizací zákona o krajích jasně stanovila, jaké mají kraje kompetence a odpovědnosti v oblasti cestovního ruchu. Došlo by k vertikálnímu propojení politiky cestovního ruchu, a tím k posílení koordinace realizovaných aktivit na národní a regionální úrovni. Novelizaci zákona o krajích však nelze považovat za přímý nástroj politiky cestovního ruchu.

Organizace a řízení cestovního ruchu by i přes novelizaci zákona o krajích neměla podobu uceleného systému. Pozitivním přínosem by bylo nastavení kompetencí a odpovědností v cestovním ruchu u nositelů politiky cestovního ruchu na národní a krajské úrovni. Tímto krokem by došlo ke snížení duplicit v činnostech a do jisté míry zvýšení nezávislosti na politickém rozhodnutí, což by kladně přispělo k posílení autonomie krajských DMO. Toto opatření by nemělo žádný dopad na úpravu systému organizace 3. úrovně (oblastí), která je hlediska navrhovaného systému nejdůležitější a jejich provázání na národní a regionální organizační strukturu. Vzhledem k tomu, že novelizace zákona se týká veřejného sektoru na krajské úrovni, **zapojení podnikatelského sektoru tato varianta nestimuluje**. Je totiž prokázáno¹⁸, že spolupráci mezi podnikatelským a veřejným sektorem je nejméně intenzivnější na oblastní úrovni, kde se nabídka cestovního ruchu přímo vytváří. Krajská úroveň neumožňuje vytvoření uceleného systému, respektive vytvoření podmínek pro stimulaci partnerství s podnikatelským sektorem a podporu tvorby nabídky.

Financování organizace a řízení cestovního ruchu by zůstalo stejné jako ve variantě 0, tj. stabilní systém financování by nebyl nastaven. **Veřejný sektor by stále sehrával dominantní roli ve spolufinancování DMO.** Zákonem nastavená koordinace by však vedla ke snížení jeho nákladů na vykonávané aktivity, neboť by byly

¹⁸ Bieger, 1996; Bieger a Weibel, 1998

odstraněny duplicity. Intenzita zapojení podnikatelského sektoru do spolufinancování by se odvíjela od politicko-ekonomické situace v zemi. Lze předpokládat, že v dlouhodobém horizontu by rostoucí náklady stále více nutily malé a střední podnikatele k aktivnějšímu zapojení do činnosti, a tedy i financování DMO.

Konkurenceschopnost regionů by stagnovala. Postupným zapojováním podnikatelského sektoru do spolupráce by se začaly projevovat synergické efekty ovšem bez stimulace podnikatelského prostředí k vytváření inovačních procesů by výkonnost cestovního ruchu zaostávala.

Vyhodnocení přínosů varianty 2

Oblast	Kritérium	Bod
Politika cestovního ruchu 0,2	Nástroje politiky cestovního ruchu	-1
	Koordinace politik cestovního ruchu na jednotlivých úrovních	1
	Naplňování politiky cestovního ruchu (resp. Koncepce, vládního prohlášení)	-1
Hodnocení politiky cestovního ruchu		-0,2
Organizace a řízení cestovního ruchu 0,15	Systémová struktura (uspořádání)	-1
	Vymezení kompetencí a pravomocí	1
	Zapojení veřejného sektoru	2
	Zapojení soukromého sektoru	-1
	Celková spolupráce aktérů cestovního ruchu (princip PPP)	0
	Koordinace aktivit cestovního ruchu v regionech	1
Hodnocení organizace a řízení cestovního ruchu		0,3
Financování 0,25	Spolufinancování obcemi	1
	Spolufinancování kraje	1
	Spolufinancování podnikatelskými subjekty	0
	Stabilní systém financování organizace a řízení cestovního ruchu	-1
	Dopad (zatížení) na státní rozpočet – krátkodobý	0
	Dopad (zatížení) na státní rozpočet – dlouhodobý	0
Hodnocení financování organizace a řízení cestovního ruchu		0,25
Konkurenceschopnost 0,4	Výkonnost cestovního ruchu v regionech (index konkurenceschopnosti)	-1
	Tvorba synergií (economies of scale, economies of scope)	0
	Inovační procesy	-1
Hodnocení konkurenceschopnosti regionů v cestovním ruchu		-0,8
Celkové hodnocení varianty		-0,45

2.4. Varianta 3 – zákon o podpoře rozvoje cestovního ruchu

Politika cestovního ruchu by díky zákonu o podpoře rozvoje cestovního ruchu měla vlastní a účinný nástroj pro naplňování priorit a opatření v Koncepci a v programovém prohlášení vlády. **Na základě zákona by byly vyjasněny kompetence a odpovědnosti na jednotlivých prostorových úrovních politiky cestovního ruchu**, čímž by se docílilo efektivity v koordinaci činností jak ve vertikální, tak v horizontální rovině. Dotčení by byli nejen samotní nositelé politiky cestovního ruchu, ale také DMO.

Organizace a řízení cestovního ruchu v ČR by mělo jasnou strukturu. Zákon by taxativně stanovil kompetence a pravomoci dotčených institucí, tj. nositelů politiky cestovního ruchu (ministerstvo, kraje), podnikatelského sektoru a samotných DMO. **Jasně vymezení pozice veřejného a soukromého sektoru by vedlo ke zvýšení zapojení obou sektorů do vzájemné spolupráce**, která by prohloubila princip partnerství veřejného, privátního i neziskového sektoru. Podnikatelským subjektům by bylo přiznáno právo podílet se na řízení cestovního ruchu v regionu. Stávající (transformované) DMO by si upevnily své postavení a nové

by měly předem nastaveny podmínky pro svůj vznik (pro všechny shodné). DMO by tak mohly mnohem efektivněji koordinovat aktivity cestovního ruchu v regionech a podnítit jeho další rozvoj.

Financování dané zákonem má zajistit stabilitu rozpočtů DMO, která jim umožní naplňovat dlouhodobou strategii. Nastavený způsob financování je provázán s vymezenými kompetencemi a odpovědností jednotlivých subjektů, které participují na řízení cestovního ruchu v regionu. Je tak iniciován faktor motivace pro *intenzivnější zapojení zejména podnikatelského sektoru*. Tento krok povede ke zkrácení vývojové etapy organizace a spolupráce v cestovním ruchu¹⁹, kterým si musely projít alpské země, přibližně o 20 let, což bude mít pozitivní efekt na státní rozpočet, ale i na celou konkurenceschopnost regionů.

Konkurenceschopnost cestovního ruchu v regionech zavedením zákona bude udržitelná. Vytvořené podmínky pro systémovou spolupráci mezi soukromým a veřejným sektorem iniciují tvorbu synergií, které z dlouhodobého hlediska budou stimulovat výkonnost cestovního ruchu. Stát však svojí intervencí v podobě účelové podpory, viz financování nastavené zákonem, nastartuje inovační procesy, které jsou pro ekonomický růst a potažmo konkurenceschopnost nezbytným předpokladem.

Vyhodnocení přínosů varianty 3

Oblast	Kritérium	Bod
Politika cestovního ruchu 0,2	Nástroje politiky cestovního ruchu	2
	Koordinace politik CR na jednotlivých úrovních	2
	Naplňování politiky cestovního ruchu (resp. Koncepce, vládního prohlášení)	1
Hodnocení politiky cestovního ruchu		1
Organizace a řízení cestovního ruchu 0,15	Systémová struktura (uspořádání)	2
	Vymezení kompetencí a pravomocí	2
	Zapojení veřejného sektoru	2
	Zapojení soukromého sektoru	1
	Celková spolupráce aktérů cestovního ruchu (princip PPP)	1
	Koordinace aktivit cestovního ruchu v regionech	2
Hodnocení organizace a řízení cestovního ruchu		1,5
Financování 0,25	Spolufinancování obcemi	2
	Spolufinancování kraji	2
	Spolufinancování podnikatelskými subjekty	1
	Stabilní systém financování organizace a řízení cestovního ruchu	1
	Dopad (zatížení) na státní rozpočet – krátkodobý	0
	Dopad (zatížení) na státní rozpočet – dlouhodobý	1
Hodnocení financování organizace a řízení cestovního ruchu		1,75
Konkurenceschopnost 0,4	Výkonnost cestovního ruchu v regionech (index konkurenceschopnosti)	1
	Tvorba synergií (economies of scale, economies of scope)	1
	Inovační procesy	1
Hodnocení konkurenceschopnosti regionů v cestovním ruchu		1,2
Celkové hodnocení varianty		5,45

¹⁹ Bartl, Schmidt (1998), resp. Holešinská (2012)

3. Vyhodnocení přínosů variant

Oblast	Kritérium	Varianta 0 Současný stav	Varianta 1 Samoregulace	Varianta 2 Změna zákona o krajích	Varianta 3 Zákon o podpoře rozvoje cestovního ruchu
Politika cestovního ruchu 0,2	Nástroje politiky cestovního ruchu	-2	-2	-1	2
	Koordinace politik CR na jednotlivých úrovních	-2	-2	1	2
	Naplňování politiky cestovního ruchu (resp. Koncepce, vládního prohlášení)	-2	-2	-1	1
Hodnocení politiky cestovního ruchu		-1,2	-1,2	-0,2	1
Organizace a řízení cestovního ruchu 0,15	Systémová struktura (uspořádání)	-2	-2	-1	2
	Vymezení kompetencí a pravomocí	-2	-2	1	2
	Zapojení veřejného sektoru	1	1	2	2
	Zapojení soukromého sektoru	-1	1	-1	1
	Celková spolupráce aktérů cestovního ruchu (princip PPP)	-1	0	0	1
	Koordinace aktivit cestovního ruchu v regionech	-2	-1	1	2
Hodnocení organizace a řízení cestovního ruchu		-1,05	-0,45	0,3	1,5
Financování 0,25	Spolufinancování obcemi	1	-1	1	2
	Spolufinancování kraji	1	-1	1	2
	Spolufinancování podnikatelskými subjekty	-2	1	0	1
	Stabilní systém financování organizace a řízení cestovního ruchu	-2	-2	-1	1
	Dopad (zatížení) na státní rozpočet – krátkodobý	0	0	0	0
	Dopad (zatížení) na státní rozpočet - dlouhodobý	-1	0	0	1
Hodnocení financování organizace a řízení cestovního ruchu		-0,75	-0,75	0,25	1,75
Konkurenceschopnost 0,4	Výkonnost cestovního ruchu v regionech (index konkurenceschopnosti)	0	-1	-1	1
	Tvorba synergií (economies of scale, economies of scope)	-1	-1	0	1
	Inovační procesy	-1	0	-1	1
Hodnocení konkurenceschopnosti regionů v cestovním ruchu		-0,8	-0,8	-0,8	1,2
Celkové hodnocení varianty		-3,8	-3,2	-0,45	5,45

4. Vyhodnocení nákladů²⁰ variant

Oblast	Kritérium	Současný stav	Samoregulace	Změna zákona o krajích	Zákon o podpoře rozvoje CR
Nastavení systému	administrativní náklady krajů	0	0	-1	-1
	administrativní náklady obcí	0	0	-1	-1
	administrativní náklady podnikatelských subjektů	0	0	0	0
Implementace systému	administrativní náklady krajů	0	-1	-2	-1
	administrativní náklady obcí	0	-1	-1	-1
	administrativní náklady podnikatelských subjektů	0	-2	0	-1
Celkový dopad na státní rozpočet	Krátkodobý	0	0	-2	-1
	Dlouhodobý	-2	-2	-1	0

V případě **varianty 0 – současný stav** nevzniknou žádné administrativní náklady. A protože nebude vytvořen žádný systém organizace, nevyskytnou se ani administrativní náklady spojené s jeho implementací. Dopad na státní rozpočet ve variantě 0 je z krátkodobého hlediska neutrální, tj. nedochází ke zvýšení nákladů spojených s organizací a řízením cestovního ruchu. V dlouhodobém horizontu je však třeba počítat se zvýšením nákladů, které budou spojeny s řešením externalit vyvolaných neefektivním fungováním stávající organizace a řízení cestovního ruchu.

Varianta 1 – samoregulace nepočítá se zavedením systému, a proto jsou administrativní náklady nulové. Vzhledem k tomu, že bude systém organizace cestovního ruchu ponechán na podnikatelských subjektech, vzrostou jim náklady. Než však dojde ke spolufinancování DMO podnikatelským sektorem, budou kraje a obce nuceny najít chybějící prostředky (dříve získané z operačních programů) ve svém rozpočtu. Naopak státní správa může (při určitém optimismu) očekávat úspory spojené se snížením agendy v oblasti cestovního ruchu. V krátkém horizontu bude dopad na státní rozpočet neutrální. Náklady se však mohou navýšit v dlouhém období díky řešením externalit vyvolaných neefektivním fungováním stávající organizace a řízení cestovního ruchu.

Částečné zavedení systému organizace a řízení cestovního ruchu, které předpokládá **varianta 2 – změna zákona o krajích**, s sebou v souvislosti s nastavením systému přináší růst administrativních nákladů veřejnému sektoru. Samotná implementace je pak nákladnější pro kraje než pro obce. Podnikatelských subjektů se tato varianta nedotýká. Z krátkodobého hlediska je státní rozpočet zatížen, přičemž v dlouhém horizontu lze očekávat úspory spojené s částečným fungováním systému organizace a řízení cestovního ruchu.

²⁰ Metodika hodnocení nákladů jednotlivých variant vychází z delphi metody, která čerpá z expertních hodnocení.

Bodové hodnocení nákladů variant		
nulové	Nízké (minimální)	Vysoké
0	-1	-2

U **varianty 3 – zákon o podpoře rozvoje cestovního ruchu** se projevuje růst administrativních nákladů na straně veřejného sektoru (krajů i obcí), ale v případě implementace systému dochází i k iniciaci podnikatelských subjektů, kterým se zvyšují náklady. Z hlediska celkového dopadu na státní rozpočet je tato varianta nejméně zatěžující. V krátkém období se sice projeví zvýšené administrativní náklady spojené se zaváděním a implementací zákona (systému), ale v dlouhodobém horizontu bude mít nulové náklady, neboť prostředky na financování systému budou částečně hrazeny ze stávajících zdrojů ministerstva a současně z vnitřních úspor vzniklých koordinací aktivit a finančních toků.

Přehled přínosů a nákladů variant

Varianta	Přínosy		náklady		
	Negativní	Positivní	Nastavení systému	Implementace systému	Státní rozpočet
0 – současný stav	<ul style="list-style-type: none"> politika cestovního ruchu má doporučující charakter nevymezené kompetence implikují duplicitu a ty vedou k plýtvání zdrojů nestabilita financování DMO nízká míra zapojení podnikatelského sektoru nedochází k synergím extenzivní růst s klesající dynamikou žádné inovace 	<ul style="list-style-type: none"> vysoká aktivita veřejného sektoru 	<ul style="list-style-type: none"> nulové náklady 	<ul style="list-style-type: none"> nulové náklady 	<ul style="list-style-type: none"> z krátkodobého hlediska nulové náklady z dlouhodobého hlediska výšení nákladů v důsledku řešení externalit
1 – samoregulace	<ul style="list-style-type: none"> politika cestovního ruchu bez prorůstového opatření nevymezené kompetence implikují duplicitu a ty vedou k plýtvání zdrojů nestabilita financování DMO dlouhodobý proces pro nastartování systému hrozba v podobě prosazování komerčních zájmů zpomalení růstu 	<ul style="list-style-type: none"> stimulace podnikatelského sektoru posílení partnerství veřejného, privátního i neziskového sektoru 	<ul style="list-style-type: none"> nulové náklady 	<ul style="list-style-type: none"> z krátkodobého hlediska zátěž krajských a obecních rozpočtů z dlouhodobého hlediska růst nákladů podnikatelského sektoru 	<ul style="list-style-type: none"> z krátkodobého hlediska nulové náklady z dlouhodobého hlediska výšení nákladů v důsledku řešení externalit

Varianta	Přínosy		Náklady		
	Negativní	Positivní	Nastavení systému	Implementace systému	Státní rozpočet
2 – změna zákona o krajích	<ul style="list-style-type: none"> • politika cestovního ruchu bez přímého nástroje • zapojení podnikatelského sektoru není stimulováno • nestabilita financování DMO • stagnace konkurenceschopnosti regionů 	<ul style="list-style-type: none"> • vertikální propojení politiky cestovního ruchu • vymezení kompetencí na národní a krajské úrovni • eliminace duplicit v činnostech 	<ul style="list-style-type: none"> • zvýšení administrativních nákladů krajů 	<ul style="list-style-type: none"> • zvýšení administrativních nákladů krajů 	<ul style="list-style-type: none"> • z krátkodobého hlediska zvýšené náklady • z dlouhodobého hlediska minimální náklady
3 – zavedení zákona	<ul style="list-style-type: none"> • transformace stávajících DMO 	<ul style="list-style-type: none"> • naplnění Koncepce • vyjasnění kompetencí a odpovědností = systém organizace • prohloupení partnerství veřejného, privátního i neziskového sektoru • upevnění stability financování DMO • podpora synergií a potenciálu k inovacím • posílení konkurenceschopnosti 	<ul style="list-style-type: none"> • zvýšení administrativních nákladů krajů i obcí 	<ul style="list-style-type: none"> • zvýšení administrativních nákladů krajů, obcí i podnikatelských subjektů zapojených do systému 	<ul style="list-style-type: none"> • z krátkodobého hlediska zvýšené náklady • z dlouhodobého hlediska nulové náklady

5. Dopad nejvhodnější varianty

5.1. Zvyšování administrativní zátěže

5.1.1. Zavedení systému

V případě varianty 0 nevzniknou žádné administrativní náklady. Zatímco v případě variant 1, 2 a 3 změnou legislativy (novela stávajících zákonů, vydávání nových zákonů) vzniknou veřejnému sektoru administrativní náklady spojené s implementací těchto variant (personální náklady, tzv. menu costs – vydání upravených zákonů, další výdaje – poradenství, školení, atd.). Soukromému a neziskovému sektoru nevzniknou žádné výdaje spojené se zavedením systému.

5.1.2. Implementace systému

- V případě varianty 0 nedojde k vytvoření systému a tím nevzniknou žádné administrativní náklady spojené s jeho implementací.
- U varianty 1 také nedochází k dodatečným nákladům na implementaci systému. Naopak může dojít (při určitém optimismu) k úsporám uvnitř státní správy (snížení agendy veřejné správy a samosprávy).
- Varianta 2 předpokládá částečné zavedení systému:
 - Náklady pro kraj:
 - specifikaci kompetencí a vymezení činností v rámci implementace politiky cestovního ruchu krajů. Uvedené činnosti reflektují princip procesu implementace politiky cestovního ruchu a představují základní soubor aktivit, které by měly subjekty cestovního ruchu na regionální a lokální úrovni vykonávat. Vzhledem k tomu, že některé subjekty tyto aktivity dosud nerealizují, bude to pro ně znamenat nárůst agendy, který v tomto případě nebude krytý příspěvkem ze státního rozpočtu (systém financování).
 - U této varianty nedojde k vytvoření systému organizace a financování, obce a podnikatelské subjekty se nebudou podílet na vzniku, kontrole a spolufinancování krajských a oblastních DMO.
 - Náklady pro obce:
 - tato varianta nebude znamenat nárůst aktivit i výdajů pro jednotlivé obce
 - Náklady pro podnikatele:
 - tato varianta nebude znamenat nárůst nákladů pro podnikatele
- Varianta 3 předpokládá zavedení systému:
 - Náklady pro kraj:
 - transformace krajského odboru/oddělení cestovního ruchu
 - vytvoření krajské organizace cestovního ruchu – jednorázové administrativní náklady
 - podpora činnosti krajské organizace – převedení části zaměstnanců odboru/oddělení cestovního ruchu do krajské organizace cestovního ruchu
 - podpora oblastních organizací cestovního ruchu vzniklých v souladu se zákonem
 - implementace politiky cestovního ruchu kraji
 - podíl na vzniku a kontrole krajských a oblastních DMO
 - tyto náklady budou částečně kryty z příspěvku ze státního rozpočtu (MMR) a částečně z rozpočtu kraje. Existence státního příspěvku může znamenat snížení

výdajů na podporu cestovního ruchu vynakládaných kraji, avšak alokace na realizaci jednotlivých aktivit zůstane zachována.

- Náklady pro obce:
 - předpokládá se spoluúčast obce na financování krajské a oblastní DMO. Financování organizací cestovního ruchu bude zajištěno např. formou členského příspěvku.
 - vzhledem k tomu, že organizace cestovního ruchu budou vykonávat aktivity v oblasti cestovního ruchu za obec (obec tyto aktivity nemusí nadále sama realizovat), dojde k úspoře výdajů na aktivity cestovního ruchu, které budou využity na úhradu příspěvku. Výše výdajů obcí na podporu cestovního ruchu tedy zůstane stejná jako doposud, spíše dojde k jejímu poklesu.
- Náklady podnikatelů:
 - získají partnera, budou se moci podílet buď sami, nebo prostřednictvím svého zástupce na řízení cestovního ruchu v destinaci
 - podnikatelé v současné době již participují na financování organizací cestovního ruchu dobrovolnými příspěvky, případně úhradou služeb. Zákon počítá s tím, že příspěvky podnikatelů budou i nadále dobrovolné (pokud se nebude jednat o jiný smluvní vztah – dodávka služeb).
- Varianta 3 nepředpokládá další zvyšování požadavků na státní a veřejné rozpočty. Prostředky na financování systému budou hrazeny ze stávajících zdrojů MMR.

5.2. Dopad na podnikatelské prostředí

Vytvoření organizační struktury cestovního ruchu i zavedení systému financování cestovního ruchu jsou opatření navržená v Koncepti státní politiky cestovního ruchu 2007-2013 schválené usnesením vlády ČR č. 1239/2007. Konceptce navazuje na „Strategii udržitelného rozvoje ČR“ (usnesení vlády č. 1242/2004), „Politiku územního rozvoje ČR 2008“ (usnesení vlády č. 929/2009), „Strategii regionálního rozvoje“ (usnesení vlády č. 560/2006), „Strategické obecné zásady Společenství pro soudržnost“ (COM 2005-0299), „Národní Lisabonský program 2005-2008 (Národní program reforem České republiky) (usnesení vlády č. 1200/2005) a další strategické dokumenty.

V těchto dokumentech je cestovní ruch chápán jako **nástroj regionálního rozvoje s vazbou na tvorbu pracovních míst, rozvoj lidských zdrojů a na podporu podnikatelských aktivit**. Zavedení zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu dále přispěje k zefektivnění řízení a realizace politiky cestovního ruchu a transparentnosti trhu v odvětví cestovního ruchu. Opatření vyplývající ze zákona mají přispět:

- ke stabilizaci prostředí (vč. podnikatelského)
- a vytvořit předpoklady pro odstraňování bariér přístupu malých a středních podniků na trhy cestovního ruchu prostřednictvím:
 - posílení strategického řízení a rozhodování
 - efektivnějšího marketingu destinace,
 - péče o značku destinace,
 - tvorby a distribuce produktů cestovního ruchu,
 - informačního servisu pro podnikatele,
 - vzdělávání a školení – transferu znalostí mezi akademickou sférou, destinačním managementem, neziskovými organizacemi a podnikatelským sektorem.

5.3. Dopad na znevýhodněné skupiny obyvatel

Vlivem rostoucí globální konkurence, zpomalování růstu cestovního ruchu v Evropě a vysoké sezónní závislosti cestovního ruchu navrhuje EK opatření na rozšíření cílové skupiny účastníků cestovního ruchu. Jedním z těchto opatření je tzv. sociální cestovní ruch, jehož cílem je prostřednictvím zapojení dosud znevýhodněných skupin do aktivit spojených s cestovním ruchem (handicapovaní, senioři, rodiny s dětmi, mládež), tím omezit sezónní výkyvy a udržet zaměstnanost v cestovním ruchu. Do této aktivity se prostřednictvím realizace Národního programu podpory cestovního ruchu 2010-2013 zapojila i ČR. Fungující systém organizace a financování cestovního ruchu umožní snazší zjišťování trendů rozvoje cestovního ruchu, zjišťování potřeb cílových skupin, úpravu infrastruktury podle těchto zjištění a následnou tvorbu produktů a jejich propagaci.

Implementace zákona bude mít pozitivní vliv na rozšíření možnosti cestování znevýhodněných skupin v ČR.

5.4. Dopad na rovnost mužů a žen

Opatření vyplývající ze zákona nebudou mít negativní dopad na rovnost mužů a žen.

5.5. Dopad na udržitelný rozvoj

5.5.1. Socio-ekonomický pilíř

Systém organizace a financování cestovního ruchu představuje účinný nástroj podpory podnikání, tvorby investic v cestovním ruchu a zušlechťování podnikatelského prostředí. Cílem zákona je realizovat opatření vedoucí ke zvýšení atraktivity destinací, zvýšení návštěvnosti regionálních destinací a tím i ekonomického rozvoje regionů. Cestovní ruch se rozvíjí i ve strukturálně postižených regionech (např. horské, venkovské a příhraniční regiony) a v těchto regionech představuje zpravidla jedinou možnost podnikání, či zaměstnání. Cestovní ruch přispívá k udržení osídlení a zvýšení kvality života v regionech. Z tohoto pohledu **je klíčovým faktorem regionálního rozvoje** s vazbou na zemědělství, regionální produkty, atd.

5.5.2. Kulturní pilíř

Kulturní potenciál regionu zvyšuje jeho atraktivnost. Účast na kulturních aktivitách představuje jednu z předních motivací návštěvy ČR a regionálních destinací. Udržitelný cestovní ruch přispívá ke všeobecnému rozvoji destinace, opatření vyplývající ze zákona budou mít dopad na **zachování kulturního dědictví regionu** a zkvalitnění kulturního života pro domácí obyvatelstvo i návštěvníky.

5.5.3. Environmentální pilíř

Důraz na udržitelnost a ochranu životního prostředí vyplývá i z podstaty cestovního ruchu, kdy kvalitní životní prostředí zvyšuje atraktivitu destinace, respektive rozvoj cestovního ruchu v regionech je závislý na atraktivitě regionu (přírodní, kulturně-historický potenciál, poskytované služby). Součástí opatření vyplývajících ze zákona bude v destinacích **realizovat návštěvnický management** (sledování a usměrňování toku návštěvníků, rozproštění návštěvnosti mimo exponované celky) a kontrola dopadu cestovního ruchu na přírodní potenciál. Zákon předpokládá vytvoření **tzv. poradních skupin** (budou se podílet na tvorbě strategických dokumentů, řízení cestovního ruchu v destinaci a kontrole hospodaření destinace) na všech úrovních DMO, jejichž členy budou mj. i zástupci NP, CHKO, případně dalších chráněných míst vyskytujících se na území destinace.

6. Implementace a vynucování

6.1. Implementace

6.1.1. Implementace zákona

MMR zajistí vydání zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu včetně navazujících vyhlášek, vydání metodických pokynů k vytvořenému zákonu, ve spolupráci s ostatními orgány a organizacemi státní správy a krajské samosprávy zajistí informační a školící kampaň k vytvořenému zákonu a zajistí nezbytnou aktualizaci všech informačních zdrojů.

MMR bude poskytovat metodickou podporu DMO na národní a krajské úrovni, zástupcům profesních a odborných asociací, případně dalším subjektům z oblasti cestovního ruchu v souvislosti se zavedením zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu.

Při implementaci zákona do právního systému České republiky je třeba věnovat pozornost komplexní přípravě tak, aby v okamžiku vzniku účinnosti zákona byly všem dotčeným skupinám k dispozici aktualizované metodické pokyny a většina dotčených skupin byla proškolená.

6.1.2. Implementace opatření zákona

- tvorba a implementace státní politiky cestovního ruchu – MMR
- tvorba a implementace regionální politiky cestovního ruchu – kraje a destinace (krajské i oblastní DMO)
- rozvoj infrastruktury cestovního ruchu – stávající vlastníci podle svých potřeb a možností
- implementace opatření státní politiky cestovního ruchu – subjekty podle prováděcího dokumentu ke koncepci, zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu a jimi přidělených kompetencí (koordinace opatření prostřednictvím aktivit MMR)
- schválení a registrace DMO:
 - krajské DMO vznikají ze zákona o krajích – MMR bude při registraci kontrolovat existenci povinných dokumentů
 - oblastní DMO vznikají v souladu se zákonem o podpoře rozvoje cestovního ruchu – MMR kontroluje naplnění kritérií pro vznik, existenci povinných dokumentů a souhlasné stanovisko kraje se vznikem turistické oblasti/oblastní DMO (vzhledem k tomu, že kraj se bude podílet na spolufinancování a řízení oblastní DMO, musí souhlasit s jejím vznikem).
- kontrola činnosti DMO:
 - MMR, případně ve spolupráci s agenturou CzechTourism kontroluje činnost krajských i oblastních DMO
 - kraj kontroluje činnost krajské a oblastní DMO, působící na území kraje, na jejíž činnost přispívá, případně, jichž je členem
 - zakladatelé, případně členové kontrolují činnost založené / členské DMO.

6.2. Vynucování

Odpovědnost za implementaci politiky cestovního ruchu i nadále bude na MMR. Výkon dohledu nad plněním aktivit vyplývajících ze zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu bude mít Odbor cestovního ruchu MMR.

MMR bude kontrolovat plnění podmínek pro vznik krajské DMO, naplnění kritérií pro vznik oblastní DMO (včetně předloženého stanoviska kraje ke vzniku oblastní DMO) a kontrolu implementace aktivit vyplývajících ze zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu.

MMR bude také kontrolovat plnění monitorovacích indikátorů a cílů vycházejících ze strategických dokumentů jednotlivých DMO. Současně se bude kontrolovat efektivita, účelnost a hospodárnost finančních prostředků vynaložených z příspěvku ze státního rozpočtu na financování aktivit organizací cestovního ruchu.

Oprávnění dohledu nad činností oblastních DMO budou mít i jejich zřizovatelé/zakladatelé (obce, profesní a odborné asociace, podnikatelé) a členové. Kontrolu výkonu samostatné působnosti krajů vykonává podle zákona o krajích Ministerstvo vnitra.

6.3. Přezkum účinnosti a sankce

Účinnost zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu lze v praxi ověřit běžnými metodami správní kontroly a dozoru a pravidelným vyhodnocováním základních ukazatelů, kterými mohou být:

- existence a míra naplňování strategie udržitelného rozvoje cestovního ruchu,
- existence a naplňování Střednědobé marketingové strategie,
- existence systému monitorování stavu, vývoje a efektů cestovního ruchu dané destinace,
- efekty realizovaných propagačních aktivit (marketingové výdaje na jeden příjezd, OTS, OTH, CPT, konverzní poměry)²¹ a jejich soulad s platnou strategií,
- sledování efektivity realizovaných aktivit (např. ROI, čistá současná hodnota investice apod.),
- počet vytvořených produktů cestovního ruchu, tržby z prodaných produktů,
- počet (objem) zprostředkovaných rezervací,
- počet návštěvníků,
- počet přenocování a délka pobytu,
- příjmy z cestovního ruchu (např. na 1 návštěvníka, na 1 obyvatele apod.),
- investice do cestovního ruchu,
- realizace a výstupy monitoringu,
- plnění kritérií pro vznik turistického regionu či oblasti,
- postoje místních obyvatel k rozvoji cestovního ruchu na území jejich obce a okolí (na základě periodického dotazníkového šetření).

Kontrolou u národní, krajské a oblastní DMO je pověřeno MMR, v případě totožnosti nebo výrazného územního překryvu turistické oblasti s územím národního parku (příp. chráněné krajinné oblasti) ve spolupráci s Ministerstvem životního prostředí.

Přidělení státního příspěvku je závislé na splnění podmínek vyplývajících ze zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu. Pokud by DMO dané podmínky nesplnila, na státní příspěvek nemá nárok.

Pokud MMR v průběhu kontroly zjistí, že DMO nesplnila podmínky zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu, případně prostředky státního rozpočtu budou vynaloženy v rozporu s 3E, zahájí řízení o odejmutí státního příspěvku, vrácení části státního příspěvku, či jeho snížení v dalších letech.

Veřejnosprávní kontrola bude realizovaná ve smyslu zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole), ve znění pozdějších předpisů.

²¹ OTS – opportunity to see, OTH – opportunity to hear, CPT – cost per thousand

7. Konzultace a zdroje dat

7.1. Konzultace

Počátkem roku 2010 Odbor cestovního ruchu MMR svolal zasedání pracovní skupiny ke Koncepci, jehož cílem bylo zjistit aktuální stav implementace Koncepce případně navrhnout aktualizaci tohoto strategického dokumentu. Členy této pracovní skupiny jsou zástupci krajských i oblastních DMO, zástupci profesní a odborné veřejnosti a vysokých škol. Hlavním výstupem jednání byla shoda na nutnosti řešit absenci systému organizace cestovního ruchu a nedostatečné specifikaci kompetencí a vymezení činností subjektů implementujících politiku cestovního ruchu. Tato platforma tedy nadnesla potřebu zavedení zákona o podpoře cestovního ruchu.

Po tomto jednání byl ustanoven pracovní tým složený ze zástupců Komise Rady Asociace krajů ČR pro cestovní ruch, Asociace turistických regionů ČR a vysokých škol, který se průběžně scházel a podílel se na tvorbě a připomínkování návrhu věcného záměru zákona a analýzy RIA.

Postup prací na návrhu zákona byl průběžně prezentován a diskutován na několika odborných fórech: jednání Asociace krajů ČR, jednání Komise Rady Asociace krajů ČR pro cestovní ruch, jednání Celostátního kolegia cestovního ruchu (poradní orgán ministra, ve kterém jsou zastoupeny profesní asociace v cestovním ruchu a zástupci DMO), jednání Regionálních koordinátorů v cestovním ruchu a různých workshopech pořádaných při příležitosti konferencí v oblasti cestovního ruchu (Holiday World Praha, Hospitality and Tourism Summit, Mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu, atd.).

Koncem roku 2010 byl návrh zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu předložen do vnějšího připomínkového řízení, připomínkového řízení se zúčastnilo 58 připomínkových míst, 20 z nich vneslo připomínky, z toho 8 připomínkových míst vneslo zásadní připomínky. Až na připomínku hl. m. Prahy a Ministerstva financí ČR (MF ČR) se podařilo všechny připomínky vypořádat. Po několika jednáních se zástupci hl. m. Prahy se podařilo v průběhu roku 2011 jejich připomínku vypořádat. Připomínku MF ČR se i přes jednání na úrovni ředitelů a náměstků do konce roku 2011 nepodařilo vypořádat. Počátkem roku 2012 došlo k úpravě systému financování, kdy na financování systému organizace cestovního ruchu MMR nebude vyžadovat dodatečné finanční prostředky, ale tato částka bude částečně kryta ze stávajících finančních zdrojů MMR. Zároveň bude dotace poskytnuta prostřednictvím ustanovení § 7 odst. 1 písm. u) zákona o rozpočtových pravidlech a dále na základě připravovaného zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu, který se tímto stane shora uvedeným zvláštním zákonem k zákonu o rozpočtových pravidlech. **Nedojde tedy k navyšování požadavků na státní rozpočet a zavádění nových finančních toků.** Připomínka MF ČR je tímto vypořádána.

V roce 2011 se postupem prací na zákoně o podpoře rozvoje cestovního ruchu zabýval i Podvýbor PSP ČR pro cestovní ruch. Zároveň došlo k uspořádání semináře pro poslance PSP ČR, na kterém byl kromě aktuálního vývoje cestovního ruchu, přínosů cestovního ruchu pro ekonomiku, překážek rozvoje představen i návrh věcného záměru zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu.

Počátkem roku 2012 byl návrh věcného záměru zákona konzultován s Pracovní skupinou pro RIA a následně projednán na Komisi pro hodnocení dopadů regulace při Legislativní radě vlády ČR. Výstupem tohoto jednání bylo doporučení návrh zákona rozšířit a dopracovat. MMR zpracovalo přepracovanou verzi návrhu v souladu s výstupy Komise pro hodnocení dopadů regulace a v souladu s výstupy vnějšího připomínkového řízení.

Počátkem roku 2012 Odbor cestovního ruchu MMR začal s přípravou nové Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2014-2020. Současně agentura CzechTourism začala s přípravou Střednědobé marketingové strategie ČR (2013-2015). Oba dokumenty byly průběžně připomínkovány v rámci jednání pracovních skupin²², na kterých byla opět řešena potřeba zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu. Jak Střednědobá marketingová strategie ČR (2013-2015) tak Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2014-2020 považují zákon za základní nástroj implementace politiky cestovního ruchu.

Účastníci Meziřesortní koordinační komise pro cestovní ruch obdrželi jako podklad před jednáním návrh zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu po vnějším připomínkovém řízení a vypořádání připomínek. Po projednání návrhu zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu bylo vzato na vědomí usnesení vlády o postupu prací na návrhu zákona a vypořádání připomínkového řízení. Účastníci nevznесли žádné připomínky k předloženým materiálům.

Přepracovaná verze návrhu věcného záměru zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu **byla konzultována s garanty nové Koncepce státní politiky cestovního ruchu, zpracovateli Marketingové strategie, Asociací krajů ČR, Komisí Rady Asociace krajů ČR pro cestovní ruch, Podvýborem PSP ČR pro cestovní ruch a nově ustanovenou Pracovní skupinou k zákonu o cestovním ruchu**, kterou kromě zástupců MMR a agentury CzechTourism tvořili zástupci Sdružení vědeckých expertů v cestovním ruchu, vysokých škol, společností destinačního managementu (DMO) a zahraniční expert. Jednání této pracovní skupiny proběhly v průběhu října a listopadu.

7.2. Zdroje dat

Pro zpracování tohoto materiálu byly využity následující zdroje:

- statistická data ČSÚ a ČNB,
- analýza Postavení a význam cestovního ruchu v ČR - Přínosy cestovního ruchu pro ČR,
- analýza Návrh způsobů financování podpory cestovního ruchu v ČR,
- Analýza výdajů na cestovní ruch v ČR,
- Zpráva o plnění Koncepce státní politiky cestovního ruchu (období 2007-6/2009 a období 7/2009-6/2011),
- výstupy z projednání materiálu na odborných fórech,
- výstupy z pracovních komisí,
- výstupy z vnějšího připomínkového řízení a jednání Komise pro hodnocení dopadů regulace,
- analýzy zpracované pro potřeby vytvoření Českého systému kvality služeb.

²² interní pracovní skupina - tvořená zástupci MMR ČR, pracovní skupina tvořená zástupci krajských i regionálních organizací cestovního ruchu, zástupci profesní a odborné veřejnosti, vysokých škol a zaměstnavatelů a Meziřesortní koordinační komisi pro cestovní ruch

8. Shrnutí a doporučení

8.1. Shrnutí

Cestovní ruch je významným fenoménem současnosti. Jeho význam ve spotřebě společnosti roste, plní však i celou řadu mimoekonomických funkcí. Zároveň je jevem poměrně komplikovaným a těžce uchopitelným. Vnitřní roztržitost cestovního ruchu a různorodé zájmy jeho aktérů vedou k zjednodušování a někdy i přehlížení jeho problémů. Některé z nich chce řešit předkládaný zákon o podpoře rozvoje cestovního ruchu.

Východiskem pro iniciaci zákona jsou následující teze:

- Cestovní ruch v ČR pomalu ztrácí konkurenceschopnost. Hlavně regiony, ale i **jednotliví podnikatelé, čelí stále větší konkurenci ze zahraničí**, která je připravuje jak o zahraničního, ale také domácího o návštěvníka.
- Příčiny můžeme hledat na jedné straně v kvalitě poskytovaných služeb cestovního ruchu (tedy v aktivitách jednotlivých podnikatelů), na straně druhé v neschopnosti prosadit svoji nabídku na mezinárodním (ale i na domácím) trhu. To souvisí se slabou tvorbou produktů cestovního ruchu a efektivní distribucí a marketingem těchto produktů.
- Konkurenceschopnost destinací cestovního ruchu v ČR je také dána schopností reagovat na změny na straně poptávky. Současný účastník cestovního ruchu je stále náročnější. Nabídka jednotlivých komerčních služeb nestačí. Návštěvník vnímá návštěvu destinací komplexně. Vyžaduje provázání služeb, turistických cílů, veřejných prostor a doprovodné infrastruktury do jednoho celistvého produktu. Navíc stále větší roli v jeho rozhodování hraje image destinace a dostupnost relevantních informací.
- V tomto kontextu nejvýznamnější slabou stránkou cestovního ruchu v ČR je **nedostatečná spolupráce mezi podnikatelským a veřejným sektorem v oblasti přípravy a tvorby produktů cestovního ruchu a následně jejich marketing, který by zajišťoval odborně kompetentní (profesionální) personál.**
- Doprovodným problémem je určitá neuspořádanost ve vztazích a vazbách mezi jednotlivými subjekty veřejné správy. Nevyjasněné kompetence mezi regionální a národní úrovní, duplicity v systému a výrazné regionální rozdíly v chápání funkce DMO jsou bariérou efektivní podpory cestovního ruchu v ČR.

Cílem zákona je tedy především podpořit tvorbu **konkurenceschopných produktů cestovního ruchu v destinacích ve spolupráci veřejného, podnikatelského a neziskového sektoru a s pomocí moderních marketingových technik a nástrojů** je nabízet domácím a zahraničním návštěvníkům. V souhrnu je hlavním cílem podpora podnikatelského sektoru v cestovním ruchu. Zákon tedy vnímáme jako pro růstový nástroj, který má povzbudit regionální ekonomiku prostřednictvím posilování:

- vnitroregionálních vazeb mezi podnikateli a ostatními subjekty
- a multiplikačních efektů cestovního ruchu do jiných odvětví národního hospodářství – zdravotnictví (lázeňství), zemědělství (tradiční zemědělské produkty) nebo malovýroba (regionální produkty).

Podstata řešení spočívá v aktivizaci DMO²³ jako platformy pro spolupráci aktérů cestovního ruchu (veřejný, podnikatelský a neziskový sektor) a koordinaci nabídky cestovního ruchu (i z hlediska její časoprostorové diverzifikace). Koncept DMO má řadu výhod:

- Umožňuje profesionalizovat řadu aktivit uvnitř destinací cestovního ruchu (tvorbu, marketing a distribuci produktů, návštěvnický management, atd.), což je nezbytný předpoklad, jak čelit globálním výzvám.
- Eliminuje většinu politických vlivů na odborná rozhodování v destinaci.
- DMO je čitelným a kompetentním partnerem pro podnikatelskou i neziskovou sféru;
- DMO je budována ze zdola, na základě znalosti místních podmínek a konkurenčních výhod destinace. Má vznikat pouze tam, kde je dostatečná poptávka po službách v cestovním ruchu.
- Vlastní činnost DMO je postavena na aktivizaci synergií pro podnikatelský sektor. Je partnerem, který z hlediska podnikatelů v cestovním ruchu pečuje o image destinace (a další pozitivní externality) a přináší úspory z rozsahu a dosahu (economies of scale, economies of scope) v rámci distribuce a marketingu produktů cestovního ruchu.

Proč je nutné uvedené problémy řešit (upravit) zákonem:

DMO mohou samozřejmě vznikat spontánně (ony i vznikají) na základě impulsu samotných podnikatelů či starostů obcí. Na druhou stranu tento scénář přináší řadu externích nákladů:

- Náklady na straně času. Čistě podnikatelské nebo na podnikatelích založené DMO v ČR nevznikají. Zkušenosti ze zahraničí ukazují, že jde o postupný a dlouhodobý proces, který např. v Rakousku trval 30 – 40 let. Zákon chce tyto procesy urychlit.
- V ČR existují výrazné rozdíly v chápání role a funkcí DMO. To má svůj vliv na překryvy v činnostech jednotlivých DMO, naopak některé aktivity úplně chybí. Dosud nevznikla přirozená hierarchie jednotlivých stupňů DMO, kde by byly jasně definovány povinnosti a kompetence jednotlivých úrovní. Zákon chce vnést do současné situace řád (smysluplně nastavit pravidla).
- V podmínkách ČR pouze zákon dokáže propojit aktivity regionální a národní úrovně. Vzhledem k tomu, že cestovní ruchu je právně ukotven především v samosprávné kompetenci krajů a obcí, má stát (MMR, CzechTourism) velmi omezené nástroje, jak celou organizaci cestovního ruchu koordinovat a provázat národní aktivity s aktivitami regionálními.
- Spontánně vzniklé DMO bojují se stabilitou a dlouhodobou udržitelností své činnosti. Pouze subjekt stabilní, jasně viditelný, s autoritou (ze zákona vyplývající) a profesionálně vedený může být partnerem pro podnikatele v cestovním ruchu. Pokud nebude mít podnikatel důvěru ve smysluplnost a udržitelnost spolupráce, nikdy se na takových aktivitách podílet nebude. Zákon v tomto ohledu vytváří jasnou strukturu organizace (uspořádání) cestovního ruchu a přináší stabilní řešení.

²³ **Destination management organization (DMO)** – v českém prostředí není překlad ustálený. V praxi se setkáváme s různými pojmy (např. organizace destinačního managementu, destinační společnost, společnost destinačního managementu, organizace cestovního ruchu apod.). Jde organizaci zaměřenou na management destinace. Jejich úkolem je rozvíjet cestovní ruch v destinaci, zjišťovat trendy vývoje poptávky a nabídky v cestovním ruchu, sestavovat komplexní produkt cestovního ruchu, sledovat životní cyklus produktu a upravovat produkt dle jednotlivých fází jeho cyklu, zajišťovat propagaci produktů, volit zdrojové trhy – zajišťovat úpravu produktů a propagace dle potřeb jednotlivých trhů, sledovat vývoj cestovního ruchu v destinaci, měřit úspěšnost realizovaných opatření, realizovat návštěvnický management – minimalizovat dopady cestovního ruchu na kulturně-historické a přírodní dědictví destinace, rezidenty a destinaci samotnou.

Souhrnně lze tedy konstatovat, že zavedením zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu dojde:

- k vytvoření efektivního (účinného) systému organizace cestovního ruchu (horizontálního i vertikálního),
- k definici a specifikaci kompetencí a vymezení činností subjektů cestovního ruchu na jednotlivých prostorových úrovních,
- ke koordinaci implementace politiky cestovního ruchu a ke zlepšení provázanosti národní a regionální politiky cestovního ruchu,
- k definování podmínek a kritérií pro vznik DMO,
- k zavedení nástrojů pro monitorování a měření efektivity realizovaných opatření a ke splnění cílů národní a regionálních politik cestovního ruchu,
- k zefektivnění systému podpory cestovního ruchu a financování organizační struktury cestovního ruchu,
- ke zlepšení vymahatelnosti cílů a priorit ze strategických dokumentů v oblasti cestovního ruchu a následně k určení měřitelných indikátorů pro sledování dopadu realizovaných opatření,
- k zapojení všech subjektů (majících prospěch z cestovního ruchu) do rozvoje cestovního ruchu v destinaci (participace na řízení destinace, tvorbě a schvalování strategických dokumentů destinace, kontrole činnosti destinace, aj.).
- k vytvoření legislativních podmínek pro realizaci Českého systému kvality služeb, který bude nástrojem zvyšování kvality služeb podnikatelských subjektů a destinací působících v cestovním ruchu.

Závěrem konstatujeme, že dosavadní vývoj implementace politiky cestovního ruchu (především realizací kohezní politiky EU) odhalil i její hlavní slabiny. Ty se projevily na straně nízké koordinace a spolupráce aktérů cestovního ruchu a z toho vyplývajících neefektivních aktivit (nekonceptnost, duplicity, kvalita apod.).

Tento neuspokojivý stav podnítl aktivitu samotných aktérů (jak na národní, tak regionální a lokální úrovni) směrem ke koncepčnímu řešení představované předkládaným zákonem. Jako východisko pro řešení problémů v cestovním ruchu ho chápou nejen přímo zainteresované subjekty (MMR, CzechTourism, kraje, DMO), ale **také zástupci profesních asociací** (AHR ČR, Svaz obchodu a cestovního ruchu, Asociace lanové dopravy ČR) a zástupci vysokých škol.

8.2. Doporučení

Vytvořit návrh věcného záměru zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu.

Urychlit zpracování návrhu věcného záměru zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu a následně zpracovat paragrafové znění zákona.

Vypracovat paragrafové znění zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu tak, aby platnost zákona nastala v průběhu roku 2013 a účinnost zákona nastala v průběhu roku 2014. Je nutné zajistit provázání zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu s novou Koncepcí státní politiky cestovního ruchu na období 2014-2020, Střednědobou marketingovou strategií ČR a operačními programy na podporu cestovního ruchu spolufinancovanými ze SF EU.

9. Kontakt na zpracovatele RIA

Aleš Hozdecký
Ministerstvo pro místní rozvoj ČR
Odbor cestovního ruchu
Staroměstské náměstí 6
110 15 Praha 1

Pracoviště: Na Příkopě 3
tel.: 234 154 406
e-mail: ales.hozdecky@mmr.cz

10. Přílohy

10.1. Základní principy destinačního řízení

Současné poznatky z teorie i praxe směřují k zdůraznění role propojování, resp. síťování a spolupráce při aktivaci potenciálu destinací cestovního ruchu. Význam těchto procesů je dán rozptýlenou povahou cestovního ruchu. Cestovní ruch je prostorově velmi rozptýlený jev s obvykle velkou vzdáleností mezi destinací a zdrojovými trhy. Zároveň je typický i vysokou fragmentací vlastní nabídky. V odvětví se vyskytuje vysoce nadprůměrný počet malých a středních podniků, na nabídce se podílejí i jiné subjekty (neziskové organizace, sdružení obcí, občanská sdružení a spolky, instituce veřejného sektoru, atd.). Na druhou stranu návštěvník vnímá destinaci jako celek. I proto je produkt cestovního ruchu definován jako komplex širokého spektra služeb a prostředí destinace (krajina, veřejné prostory, atd.). Tudíž struktura a kvalita jednotlivých prvků nabídky nutně neznamená úspěšné postavení destinace na trhu cestovního ruchu. Ty jsou pouze nutnou podmínkou. Cestou ke zvyšování konkurenceschopnosti destinací je utváření a posilování funkčních sítí. Destinace mohou prostřednictvím síťování jednotlivých aktérů cestovního ruchu, ale i širšího spektra subjektů a institucí, aktivovat potenciál vzniku úspor z rozsahu, vzniku úspor ze sortimentu, internacionalizace podnikání, zlepšení transferu znalostí a dalších efektů, které pozitivně působí na jednotlivé faktory konkurenceschopnosti.

V podmínkách cestovního ruchu je základním prostředkem síťování koncept destinačního řízení. Ten je založen na vzniku DMO (jakýchsi kvazi firem zakládáných na principu PPP), které jsou platformou pro spolupráci a koordinaci aktivit uvnitř destinace cestovního ruchu. Autoři jako Freyer, Kaspar (In Bieger, 1996) si všimli, že vzhledem k výše uvedeným specifikům a charakteru produktu cestovního ruchu existují v rámci destinace určité činnosti, které je nutné zajišťovat kooperativně, tedy pod záštitou DMO.

Samotný Bieger (1996) definuje jednotlivé kooperativní úkoly, které by měla DMO realizovat v rámci destinačního řízení. Jako argumentaci pro uplatňování konkrétních úkolů, resp. pro identifikování základních funkcí destinačního managementu, využívá charakteristik produktu cestovního ruchu.

Plánovací funkce je tedy determinována skutečností, že produkt cestovního ruchu se skládá z dílčích produktů a služeb (tvoří souhrn služeb), které je třeba vzájemně propojit. V rámci této funkce je úkolem DMO:

- spolupracovat s partnery a působit na stanovování turistických cílů v destinaci;
- průběžně analyzovat konkurenční situaci (trhy, přímá a nepřímá konkurence, poptávka, dodavatelé, odvětví);
- stanovovat strategie, zejména zaujmout pozici na trhu;
- a posléze naplňovat stanovenou strategii destinace, m.j. prostřednictvím poradenství a aktivního používání nástrojů řízení změn nebo řízení inovací.

Funkce nabídky je odvozena od faktu, že nedílnou součástí produktu cestovního ruchu jsou také veřejné statky (služby), které nejsou pro soukromé subjekty finančně atraktivní. I když u některých služeb tohoto charakteru je možné jejich zpoplatnění, stejně by nestačilo na pokrytí nákladů. Navíc by tento krok měl pravděpodobně negativní vliv na image destinace. Vzhledem k tomu, že jsou takové služby nebo produkty nezbytné nebo velice žádoucí, je třeba, aby DMO realizovala následující aktivity (úkoly):

- zajišťování veřejných produktů a služeb (tj. turistické cesty, informační služba, doprovodný program, péče o hosty), pro které neplatí princip vyloučitelnosti;

- koordinace nabídky v destinaci a tvorba nabídkových balíčků (packages);
- vytváření nových produktů – buď prostřednictvím poradenství a iniciování přes soukromé subjekty nebo subsidiárně prostřednictvím vlastních podniků;
- kontrola kvality.

Marketingová funkce vychází z charakteristiky, kterou je abstraktnost a nehmateľnost služeb, resp. produktu cestovního ruchu. Na tyto vlastnosti se váže kvalita poskytovaných služeb v destinaci, která ovlivňuje spotřebu produktu a návštěvník tak hledá co nejvíce kvazi garancí, které by tuto nejistotu eliminovaly nebo snižovaly. Takovou zárukou je značka destinace. Podstatou destinačního marketingu však je propojení veškerých služeb jednotlivých poskytovatelů v destinaci, tak aby byla vytvářena společná nabídka, kterou může vytvářet pouze kolektivní subjekt, nikoliv jednotlivý poskytovatel služeb cestovního ruchu. Proto je úkolem DMO zajistit:

- vypracování marketingové strategie destinace;
- péči o image a značku destinace;
- podporu prodeje, prodej/rezervační systémy, reklama, PR;
- celkovou informovanost potenciálních hostů a zajišťování kvality produktu cestovního ruchu.

Funkce zastupování zájmů vyplývá z toho, že cestovní ruch vytváří externí efekty. Na jedné straně způsobuje pozitivní hospodářské efekty jako vytváření pracovních míst, dále společenské efekty jako stimuly pro udržení počtu obyvatel a také ekologické efekty jako zajištění obhospodařování ploch, které by jinak kvůli vylidňování ležely ladem. Na druhé straně cestovní ruch způsobuje nezanedbatelné negativní efekty zejména s vlivem na ekologii (znečišťování životního prostředí, hluk, emise) a společnost (ztráta kultury, růst nevraživosti vůči turistům). Z těchto důvodů má veřejnost a politika zájem ovlivňovat cestovní ruch a zastupování zájmů turistické branže má velký význam. DMO musí vykonávat tuto funkci, protože má k tomu lepší předpoklady než jednotliví poskytovatelé služeb. Jejím úkolem je tedy:

- zvyšovat vnímavost obyvatelstva pro cestovní ruch;
- koordinovat zájmy jednotlivých aktérů cestovního ruchu;
- a současně zastupovat zájmy turistů vůči partnerům a veřejnosti.

10.2. Případová studie – Rakousko²⁴

Rakousko (*Republik Österreich*) je spolkovým státem, v jehož čele stojí přímo volený spolkový prezident. Zákonodárná moc je v rukou dvoukomorového parlamentu, na úrovni spolkových zemí pak v rukou jednokomorového zemského sněmu. Výkonná moc se dělí mezi národní úroveň (*Bund*) a úroveň zemskou (9 spolkových zemí), představovanou zemskými vládami. Podle ústavy spadá do kompetence spolkových zemí vše, co není výslovně upraveno jako záležitost na úrovni svazu. V kompetenci svazu je řešení mezinárodních smluv, členství v mezinárodních organizacích, pasová politika, železniční doprava a další.

Na národní úrovni je výkonným orgánem Ministerstvo hospodářství, rodiny a mládeže (*Das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend*), které stanovuje rámcové podmínky a strategie pro zásadní rozvoj cestovního ruchu v Rakousku. Odbory Ministerstva se soustředí na čtyři oblasti činností spojené s turismem, a to:

- rámcová národní politika cestovního ruchu ve vazbě na jeho ekonomické přínosy,
- zahraniční vztahy v cestovním ruchu zejména vůči Evropské unii a mezinárodním organizacím,
- služby pro soukromý sektor a účastníky turismu (např. PR aktivity spojené s turismem, státní ocenění v oblasti cestovního ruchu),
- podpora cestovního ruchu využívající finančních nástrojů podpory soukromému sektoru, ale např. i statistické sledování cestovního ruchu navázané na činnost tzv. OGAF (*Die Österreichische Gesellschaft für Angewandte Fremdenverkehrswissenschaft*) v rámci projektu „Tourismus-Studien-Austria“.

Cestovní ruch je podle federální ústavy v kompetenci spolkových zemí, které formulují politiku rozvoje cestovního ruchu a navazující legislativní normy týkající se jeho rozvoje a financování. Předmětem úpravy je forma řízení cestovního ruchu ve spolkové zemi, systém financování a další podpory rozvoje cestovního ruchu (např. poskytování úvěrů). Na úrovni spolkových zemí tak funguje devět autonomních organizací propojených s nižším stupněm regionálních a lokálních organizací cestovního ruchu. Legislativa spolkových zemí je propojena se systémem financování v podobě vytváření fondů podpory rozvoje cestovního ruchu, jejichž příjmovou stránku představují zejména poplatky odváděné v odvětví cestovního ruchu ať již poskytovateli služeb nebo účastníky cestovního ruchu samotnými.

Nastavení systému řízení cestovního ruchu v Rakousku má zcela jednoznačné dopady do marketingového řízení destinace a na konkurenceschopnost destinace. Na národní úrovni zastoupené národní marketingovou agenturou *Österreich Werbung* se soustředí těžiště do oblasti komunikačního mixu (např. strategie značky). Zemská úroveň marketingového řízení klade rovněž důraz na komunikační mix. Role regionální a místní úrovně je posunuta více k tvorbě produktu, „prodeji“ destinace, statistickému sledování, ale i např. výběru poplatků. Podstatným rysem celého systému je povinnost provázat jednotlivé činnosti v zájmu naplnění cílů vyšší úrovně politiky cestovního ruchu.

Zcela specifickou roli hrají v systému řízení hospodářské komory na úrovni národní a na úrovni jednotlivých spolkových zemí. Členství v hospodářské komoře je povinné. Na národní úrovni funguje Hospodářská komora Rakouska (*Wirtschaftskammer Österreich*), která zahrnuje odvětvové divize orientované na cestovní ruch jako např. divizi pro hotelnictví, lázeňská zařízení, gastronomii, cestovní kanceláře, kulturní a zábavní služby, lanovky a vleky a další. Aktivní podíl hospodářských komor na řízení cestovního ruchu

²⁴ Sestaveno na základě Palatková, M.: Zákon o podpoře turismu jako předpoklad úspěšného systému marketingového řízení destinace. In: *Journal of Tourism and Services* č. 1, 2010 a studie KPMG „Návrh způsobů financování podpory cestovního ruchu v České republice“, 2010

v Rakousku je z velké části zárukou propojení veřejného a soukromého sektoru a odráží se i ve finanční podpoře cestovního ruchu v oblasti soukromého sektoru (úvěry, kofinancování projektů EU ze strany Ministerstva, program Ministerstva zaměřený na finanční podporu rozvoje alpské infrastruktury).

S ohledem na institucionální systém řízení cestovního ruchu v Rakousku a na vyjasněné kompetence lze pak hovořit i o účinném systému financování systému.

Systém financování cestovního ruchu v Rakousku

Popis systému financování cestovního ruchu v Rakousku je výstupem analýzy „Návrh způsobů financování podpory cestovního ruchu v ČR“. Součástí této analýzy bylo posouzení systému financování národní a regionální úrovně řízení cestovního ruchu v 8 předních evropských destinacích cestovního ruchu. Mezi základní zdroje regionálních destinací patří pobytové poplatky, poplatky od členských obcí, poplatky od hotelů, výnosy městských karet apod. De facto všechny výše zmiňované možnosti financování řízení cestovního ruchu jsou příjmy obcí generované z cestovního ruchu vložené zpět do jeho rozvoje.

Národní úroveň – Österreich Werbung

činnost: marketing turistické destinace Rakousko, organizace veletrhů a akcí na podporu prodeje, realizace školení pro cestovní kanceláře a touroperátory;

rozpočet 2009:

Příjmy (mil. Kč)		v %	Výdaje (mil. Kč)		v %
Státní dotace	897,3	67,0	Marketing	804,0	60,0
Vlastní výdělečná činnost	442,7	33,0	Administrativa	536,0	40,0
Celkem	1 340,0	100,0	Celkem	1 340,0	100,0

Pramen: KPMG (2010)

Regionální/oblastní úroveň – Wiener Tourismusverband

činnost: marketing destinace Vídeň (spolkové země), získávání a aktualizace dat z oblasti cestovního ruchu, podpora tvorby produktů cestovního ruchu, zastupování destinace na veletrzích a výstavách, správa informačních webových portálů;

rozpočet 2009:

Příjmy (mil. Kč)		v %	Výdaje (mil. Kč)		v %
Daň z ubytování	286,7	47,0	Marketing	357,8	58,7
Dotace z města	134,2	22,0	Provoz	66,7	10,9
Dotace od úřadu pro obchod	12,2	2,0	Mzdy	181,9	29,8
Vlastní výdělečná činnost	176,9	29,0	Ostatní	3,6	0,6
Celkem	610,0	100,0	Celkem	610,0	100,0

Pramen: KPMG (2010)

Porovnání navrhovaného systému

Navrhovaný systém řízení cestovního ruchu v ČR vychází z rakouského systému řízení, proto je v této kapitole uvedeno porovnání obou systémů.

	Úroveň	Administrativní jednotka	Zákon	Strategie rozvoje		Marketingová koncepce	
Rakousko	1	stát	ne*	ano		ano	
				závažnost	ano	závažnost	ano
	2	spolkové země	ano	ano		ano	
				závažnost	ano	závažnost	ano
	3	svazy CR / destinace	ne	ano		ano	
				závažnost		závažnost	
	Úroveň	Administrativní jednotka	Zákon	Strategie rozvoje		Marketingová koncepce	
ČR	1	stát	ano	ano		ano	
				závažnost	ano	závažnost	ano
	2	kraje	ne	ano		ano	
				závažnost	ano	závažnost	ano
	3	destinace	ne	ano		ano	
				závažnost		závažnost	

* vzhledem k tomu v Rakousku je závazná organizační struktura rozvoje cestovního ruchu a strategické dokumenty publikované na národní úrovni jsou pro spolkové země a destinace závazné, nemusí být na národní úrovni zpracovány zastřešující zákon.

Z výše uvedených tabulek a popisu rakouského systému je zřejmá velká obdobnost a provázanost obou systémů. Srovnání Rakouska a ČR:

- cestovní ruch je pro Rakousko významným odvětvím, zatím co ČR je nadále zaměřena převážně na průmysl.
- v Rakousku je organizační struktura cestovního ruchu definována národní strategií, závaznou pro spolkové země, a zemskými zákony o cestovním ruchu. Spolkové země představují druhou úroveň organizace cestovního ruchu.
- v Rakousku je povinné členství podnikatelů v Hospodářské komoře, která se kromě aktivit v oblasti systému kvality služeb podílí i na financování DMO. Podnikatelé jsou klasifikováni do kategorií dle přínosu jejich činnosti na rozvoji cestovního ruchu, na základě těchto kategorií jim je následně stanovena výše sazby povinného příspěvku DMO vypočteného z jejich obrátu.
- v Rakousku obce povinně odvádí daně a poplatky generované cestovním ruchem zpět do rozvoje odvětví, respektive z těchto poplatků financují DMO. Výše příspěvku obcí DMO je závislá od potenciálu rozvoje cestovního ruchu obce. Na základě stanoveného potenciálu cestovního ruchu jsou obce zařazeny do 4 kategorií (A, B, C, D) a dle jednotlivých kategorií je obcím stanovena povinná výše příspěvku na činnost DMO.
- na rozdíl od krajů mohou spolkové země vydávat vlastní zákony.
- v ČR není zřízena organizační struktura cestovního ruchu, aby byla zajištěna provázanost, nestačí novelizovat stávající zákony (kompetenční, o krajích a o obcích), ale je potřeba zavést novou zákonnou úpravu, která organizační strukturu definuje.
- národní strategické dokumenty v oblasti cestovního ruchu jsou v ČR dobrovolné – jejich implementaci je nutné zajistit prostřednictvím zákona.
- kraje a obce jsou samosprávné subjekty, nelze jim tedy nařídit, aby povinně odváděly daně a poplatky z cestovního ruchu na financování DMO.

- členství podnikatelů v hospodářské komoře, či profesní organizaci je dobrovolné, současně právní řád ČR neumožňuje nařídit podnikatelům, aby povinně odváděly daň z obrátu na financování DMO.
- vzhledem k tomu, že ČR je unitární stát a administrativní jednotky nemohou vydávat zákony, zákon je nutné zavést na národní úrovni

Navrhovaný systém představuje kompilaci faktorů vycházejících z Rakouska i domácí legislativy. Vzhledem k nízké tradici řízení cestovního ruchu v ČR a stávající legislativě je zavedení efektivního a koordinovaného systému řízení velmi složité a i nadále bude v zásadních otázkách spočívat na principu dobrovolnosti.

Srovnání indikátorů cestovního ruchu Rakouska a České republiky

Srovnání základních indikátorů cestovního ruchu – Rakousko a Česká republika (2009)		
Indikátor	Rakousko	Česká republika
Obecná charakteristika destinace		
Počet obyvatel (mil.) 2009 (střední stav)	8,4	10,5
Rozloha (tis. km ²)	83,9	78,9
GDP per capita (PPP) 2009 (EUR)	32 800	13 068
Základní ukazatele cestovního ruchu (2009):		
Počet lůžek (Rakousko - celkem bez kempů, ČR - hromadná ubyt. zař.)	1 087 400	463 087
Počet příjezdů celkem (mil.)*	32,3	12,0
v tom: Počet příjezdů rezidentů (mil.)	10,6	6,0
Počet příjezdů nerezidentů (mil.)	21,7	6,0
Počet přenocování celkem (mil.)**	124,3	36,7
v tom: Počet přenocování rezidentů (mil.)	34,4	18,9
Počet přenocování nerezidentů (mil.)	89,9	17,7
Přímý vliv cestovního ruchu (2008)		
podíl cestovního ruchu na HDP (%)	5,4%	2,9%
podíl cestovního ruchu na zaměstnanosti (%)	5,3%	4,7%
Devizové příjmy a výdaje na cestovní ruch (2009)		
Výše devizového inkasa z cestovního ruchu (mil. EUR)	13 912	4 639,3
Výše devizových výdajů na cestovní ruch (mil. EUR)	7 744	2 923,4
Saldo (mil. EUR)	6 168	1 715,9

Kurz CZK/EUR 26,445,- (průměrný kurz za rok 2009)

* pozn.: počet příjezdů v mil. (2008): Rakousko a Česká republika udávají počty příjezdů do hromadných ubytovacích zařízení (TCE),

** pozn.: počet přenocování v mil. (2008): Rakousko udává počty přenocování ve všech ubytovacích zařízeních, Česká republika v hromadných ubytovacích zařízeních

Zdroje:

- Český statistický úřad. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr
- Statistik Austria. Dostupné z: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/tourismus/index.html
- OECD Tourism Trends and Policies 2010

10.3. Základní pojmy

Cestovní ruch²⁵ – je komplexní společenský jev, zahrnující aktivity osob cestujících mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem zábavy, rekreace, vzdělávání, zaměstnání (výdělečná činnost není v navštíveném místě založena na trvalém či přechodném pracovním poměru) či za jiným účelem. Dále zahrnuje i aktivity subjektů poskytujících služby a produkty těmto cestujícím osobám a aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch (včetně politických a veřejně správních aktivit. (Zelenka, J. – Pásková, M.: Výkladový slovník cestovního ruchu, 2012)

Nabídka v cestovním ruchu – předmětem nabídky jsou veškeré služby a zboží (komerční, veřejné i neziskové), které slouží k uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu. Nabídku cestovního ruchu tvoří atraktivita destinace (lokalizační předpoklady – tzv. primární nabídka), vybavenost destinace (realizační předpoklady – tzv. sekundární nabídka) a selektivní předpoklady (např. demografické, sociální, politické, ekologické a další). Vybavenost destinace umožňuje využití primární nabídky a rozvoj cestovního ruchu, vybavenost zahrnuje všechny služby cestovního ruchu poskytované v destinaci.

Poptávka v cestovním ruchu je projev potřeb účastníka cestovního ruchu podložený koupěschopností a ochotou ke koupi. Nositel poptávky je účastník cestovního ruchu, který se účastní cestovního ruchu, rozsah poptávky je dán charakterem, rozsahem a strukturou potřeb, které účastník svojí účastí na cestovním ruchu uspokojuje. Poptávka po cestovním ruchu vyplývá z motivace návštěvníka a zvolené formy cestovního ruchu (poznávání, rekreace, aktivní dovolená, kulturní cestovní ruch, business travel, atd.), požadavků na služby (kvalita služeb) a požadavků na destinaci (umožní realizaci požadované formy cestovního ruchu a konzumaci požadovaných služeb v požadované kvalitě). Z pobytu mimo místo bydliště vyplývá i požadavek návštěvníka na komplexní nabídku služeb, tedy nabídku uspokojující jeho veškeré potřeby (ubytování, stravování, dostupnost, informace, atraktivita, aktivity, atd.).

Destinace znamená cílové místo cestování návštěvníka; z pohledu velikosti a vzdáleností trhu, na který se destinace orientuje, a konkrétností poskytovaných informací, rozeznáváme několik úrovní destinace – lokální, regionální, národní i nadnárodní destinace. Nadnárodní a národní marketing a management zabezpečuje národní organizace cestovního ruchu, regionální – krajské organizace cestovního ruchu a lokální – turistické regiony. Destinace dále představuje soubor služeb cestovního ruchu koncentrovaných na jednom území, služby jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivita). Atraktivita představuje podstatu destinace a hlavní motivaci k návštěvě. Atraktivita má často unikátní povahu danou přírodním prostředím, kulturními památkami nebo se jedná o aktivity, jakými jsou nejruznější sportovní a kulturní akce. Jednotlivé subjekty si pak v rámci platformy partnerství nekonkurují, ale spoluvytvářejí ucelenou nabídku svého regionu, která je dobře uplatnitelná na trhu cestovního ruchu. Při účinné kooperaci vznikají synergické efekty, dochází k efektivnějšímu využívání prostředků, implementaci inovací, zavádění nových metod řízení a tím lze lépe čelit narůstající konkurenci i dopadům na životní prostředí.

²⁵ Tourism is a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes. These people are called visitors (which may be either tourists or excursionists; residents or non-residents) and tourism has to do with their activities, some of which imply tourism expenditure.

As such, tourism has implications on the economy, on the natural and built environment, on the local population at the destination and on the tourists themselves. Due to these multiple impacts, the wide range and variety of production factors required to produce those goods and services acquired by visitors, and the wide spectrum of stakeholders involved or affected by tourism, there is a need for a holistic approach to tourism development, management and monitoring. This approach is strongly recommended in order to formulate and implement national and local tourism policies as well as the necessary international agreements or other processes in respect of tourism. (UNWTO: International Recommendations for Tourism Statistics 2008).

Schéma úrovně destinací



Vzhledem k uspokojení komplexních potřeb / poptávky návštěvníků, je cílem destinace cestovního ruchu poskytnout tzv. **komplexní řetězec služeb**, tedy služby realizované před samotnou cestou (informace o destinaci, marketing a propagace destinace, rezervace pobytu a požadovaných služeb, cesta), související s pobytem v destinaci (uvítání v destinaci, ubytování, stravování, péče o klienta, informace, aktivity a zábava, rozloučení) a služby související s odjezdem z destinace (cesta, péče o klienty po návratu – zasílání dalších informací o nabídce a aktivitách pořádaných v destinaci, dotazník spokojenosti s návštěvou destinace, atd.).

Destinační management – soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci. Výsledkem takového procesu jsou udržitelné a konkurenceschopné produkty cestovního ruchu, společné sdílené logo, značka kvality, společný (sdílený) informační - rezervační systém, tvorba cenové politiky, provádění výzkumu a sběru statistických dat z oblasti cestovního ruchu, iniciace partnerství soukromého a veřejného sektoru cestovního ruchu i podpora profesních spolků, sdružení a organizací. Součástí destinačního managementu je návštěvnický management, model LAC a tzv. spektrum rekreačních příležitostí.“ (Výkladový slovník cestovního ruchu, MMR 2002).

Destination management organization (DMO) – v českém prostředí není překlad ustálený. V praxi se setkáváme s různými pojmy (např. organizace destinačního managementu, destinační společnost, společnost destinačního managementu, organizace cestovního ruchu apod.). Jde o organizaci zaměřenou na management destinace. Jejich úkolem je rozvíjet cestovní ruch v destinaci, zjišťovat trendy vývoje poptávky a nabídky v cestovním ruchu, sestavovat komplexní produkt cestovního ruchu, sledovat životní cyklus produktu a upravovat produkt dle jednotlivých fází jeho cyklu, zajišťovat propagaci produktů, volit zdrojové trhy – zajišťovat úpravu produktů a propagace dle potřeb jednotlivých trhů, sledovat vývoj cestovního ruchu v destinaci, měřit úspěšnost realizovaných opatření, realizovat návštěvnický management

– minimalizovat dopady cestovního ruchu na kulturně-historické a přírodní dědictví destinace, rezidenty a destinaci samotnou.

Produkt cestovního ruchu – je pojem mnohovrstvý, používaný v různém kontextu různě. Pro účely tohoto dokumentu je chápán jako produkt destinace cestovního ruchu. V tomto případě na něj nahlížíme jako na kombinaci různých služeb a statků veřejného a soukromého sektoru (vč. volných statků), kdy návštěvník spotřebovává a hodnotí destinaci jako celek. Míra komplexnosti a provázanosti je však různá, od konkrétních produktových balíčků (paketů), přes vytváření řetězců služeb až po marketingové pojetí produktu (nadstavba, doplnění kombinace služeb o symbolické a hodnotové asociace).

Tvorbou produktu, resp. řízením nabídky v destinaci v souladu s Palatkovou (2011) rozumíme proces orientovaný na klienta (návštěvníka) destinace, založený na existenci vertikální a horizontální spolupráce s cílem zajištění potřebných kvalit a atributů vytvářených produktů (nabídky). Proces řízení nabídky v destinaci zahrnuje následující kroky (Luft 2005; in Palatková 2011):

- koordinace nabídky (vytváření řetězců služeb, inovace produktů a služeb),
- zpracování a příprava nabídky (vytváření pobytových programů, paketů – zájezdů a jednotlivých součástí nabídky),
- realizace nabídky (zajištění péče o návštěvníky v destinaci, animační programy, zajištění jednotlivých služeb i svazků služeb),
- zajištění kvality služeb (prosazování standardů kvality dílčích služeb či svazků služeb).

Region cestovního ruchu (též turistický region) - jeden z typů regionů, který může být vymezen jako homogenní region (území relativně homogenní z hlediska předpokladů pro realizaci cestovního ruchu – typů atraktivit cestovního ruchu, dostupnosti a úrovni infrastruktury cestovního ruchu) nebo heterogenní region. Z pojetí homogenních regionů vycházela v minulosti v České republice provedená tzv. Rajonizace cestovního ruchu. Příkladem homogenního regionu je CHKO s předpoklady pro přírodní cestovní ruch. Příklad heterogenního regionu je středisko zimních sportů představující vlastní lyžařský areál a jeho infrastrukturální zázemí. Odlišné pojetí regionalizace cestovního ruchu představuje členění na marketingové regiony cestovního ruchu, iniciované agenturou CzechTourism, kde hlavní kritérium spočívá v organizačně-ekonomických vazbách, v ochotě obcí, mikroregionů daného regionu komunikovat a spolupracovat na společném marketingu a rozvoji infrastruktury cestovního ruchu. Hranice regionů tak nejsou pevně vymezeny, ale vyvíjejí se v čase. Problémem zůstává statistické podchycování rozvoje cestovního ruchu, neboť vymezení těchto regionů se plně nekryje ani nesestává ze správních jednotek, pro které jsou statistická data zjišťována. Také finanční toky jsou rozhodujícím způsobem určeny podle administrativních jednotek.

Konkurenceschopnost – je vymezena schopností produkovat zboží a služby, které obstojí v testu mezinárodní konkurence, a zároveň schopností udržovat nebo zvyšovat reálný HDP. Potenciál konkurenceschopnosti subjektů působících na území České republiky není dán pouze jejich subjektivními charakteristikami. Tento potenciál je zásadně dotvářen jak neovlivnitelnými podmínkami jejich fungování (přírodními, geografickými, podmínkami fungování v zahraničí, konkurenčními subjekty, globálním hospodářským a finančním cyklem), tak podmínkami ovlivnitelnými činnostmi národní vlády a veřejné správy (ovlivňující případně i podmínky vnitřního trhu EU). (ZPĚT NA VRCHOL: Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti České republiky pro období 2012 až 2020)

Regionální rozvoj - regionální rozvoj je komplexem procesů, které probíhají uvnitř regionů a které se týkají pozitivních ekonomických, sociálních, environmentálních a jiných proměn regionu. V obecné rovině můžeme rozvoj označit jako „proces pozitivních změn, obvykle jde o zlepšení kvantitativních (extenzivní

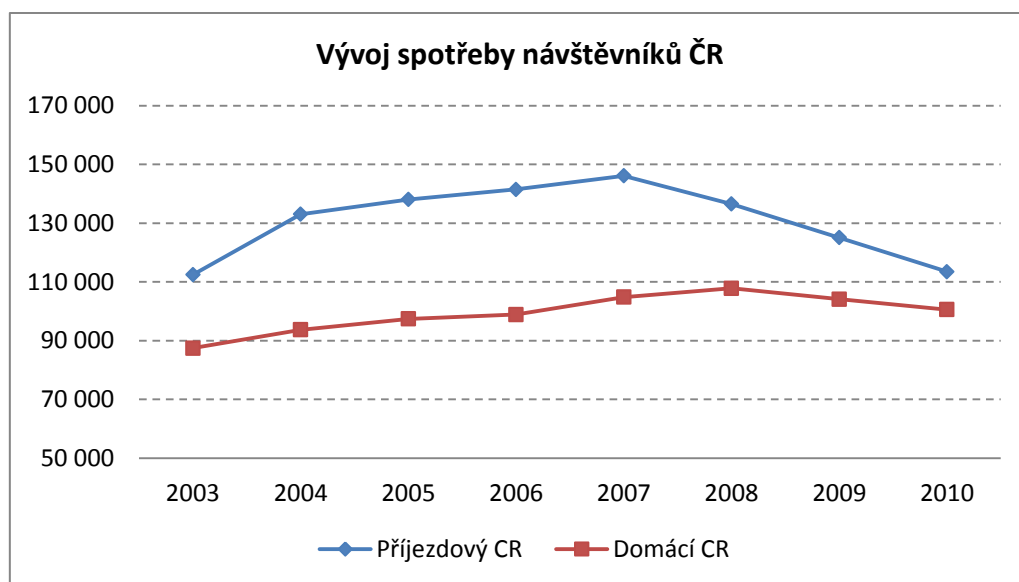
rozvoj), ale zejména kvalitativních (intenzivní rozvoj) charakteristik dané oblasti (nejčastěji přírodní a sociálně-ekonomické oblasti). Je ale nutné odlišit od sebe posouzení toho, jak se zlepšilo naplnění kvantitativních charakteristik (vybudování ubytovacích kapacit apod.), od toho, jakých cílů (dopadů) mělo být dosaženo realizací jednotlivých aktivit (zkvalitnění infrastruktury cestovního ruchu, zvýšení výdajů návštěvníků atd.).“ Konkrétní představa o (žádoucím) rozvoji je spojena s vnímáním jednotlivých proměn ze strany příslušných aktérů (obyvatelé, podnikatelé, političtí představitelé, úředníci veřejné správy atd.). Rozvoj se stává ryze subjektivní veličinou, která se odvíjí od hodnotové orientace občanů, lokálních autorit apod. Směřování rozvoje se odvíjí od místních zdrojů a rozvoj získává obrysy přeměnou zdrojů na rozvojové potenciály. (Garep: <http://www.regionálnírozvoj.cz/index.php/regionalni-rozvoj.html>)

10.4. Vývoj cestovního ruchu v ČR

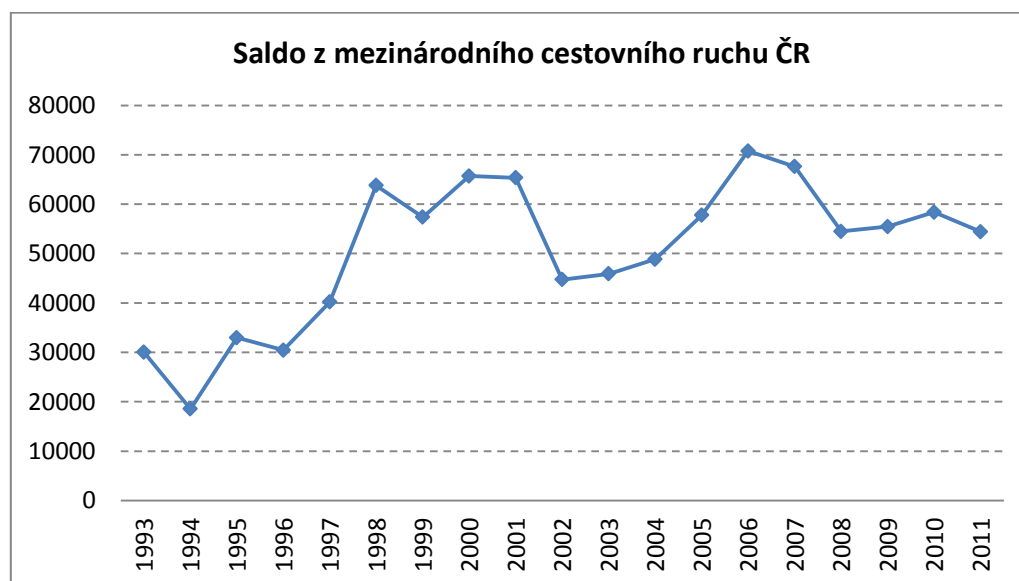
Z dat o poptávce cestovního ruchu (viz níže uvedené grafy a tabulky) je patrné vyčerpání stávajících růstových faktorů cestovního ruchu a snížení konkurenčních výhod ČR. Důvody lze mimo jiné spatřovat v nesyntémovém řízení cestovního ruchu. ČR neumí nabídnout domácím ani zahraničním návštěvníkům konkurenceschopný produkt cestovního ruchu. Dochází tak k poklesu počtu přenocování v destinaci a zkracování délky pobytu. Na konci těchto příčinných vazeb je pak snižující se úroveň výdajů návštěvníků v destinacích cestovního ruchu v ČR. Kromě toho má na snižování salda platební bilance vliv i současný trend hledání konkurenceschopných produktů v zahraničí, které zvyšuje výdaje českých občanů v zahraničí. Např. Rakousko zaznamenalo v roce 2011 rekord, co se týče počtu příjezdů (603 tis.) a přenocování (2,1 mil.) z ČR, ČR představuje sedmý nejdůležitější zdrojový trh cestovního ruchu Rakouska.

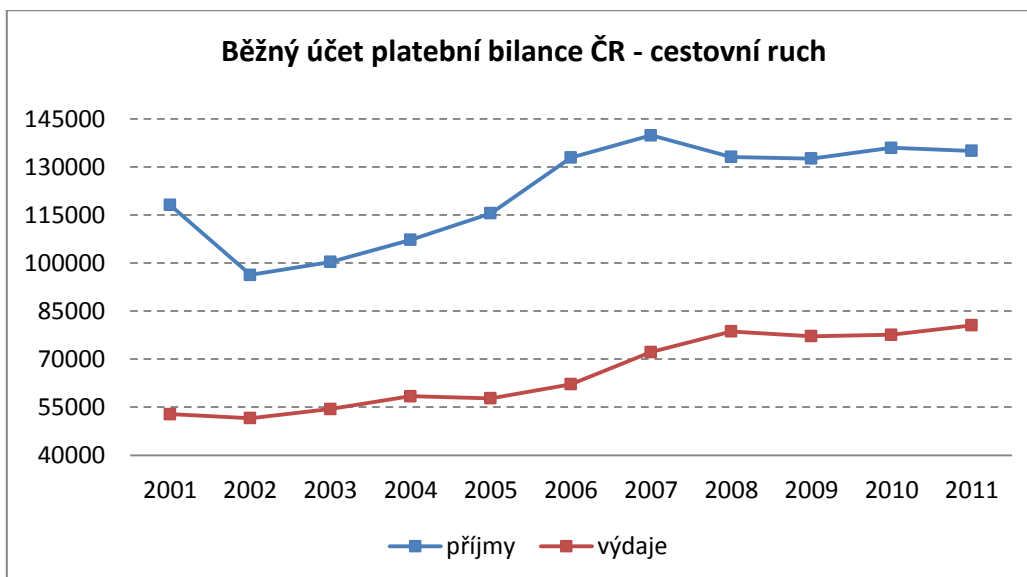
Mezi základní trendy vývoje patří:

- Objem poptávky měřený spotřebními výdaji návštěvníků ČR v posledních letech klesá. To platí jak o příjezdovém, tak domácím cestovním ruchu. Vývoj příjezdového cestovního ruchu také zaostává za výjezdovým cestovním ruchem. Důsledkem je snižování pozitivního salda s mezinárodního cestovního ruchu.



Pramen: ČSÚ, Satelitní účet cestovního ruchu





Pramen: ČNB, Statistika platební bilance ČR

- Nepříznivý vývoj spotřebních výdajů je dán snižováním počtu přenocování. V případě domácího cestovního ruchu počet přenocování neustále klesá a dnes je na nejnižší úrovni za sledované období.
- Počet zahraničních turistů pravidelně od roku 2000 do roku 2007 postupně rostl (od 4,8 mil. k 6,7 mil.) Ekonomická krize v letech 2008-2010 se samozřejmě promítla především do poklesu cestování, ať již zahraničních či domácích turistů. Rok 2011 znamená návrat na předkrizová čísla, alespoň pokud jde o počty návštěvníků. U zahraničních návštěvníků zaznamenáváme rekordní hodnoty. Bohužel růst počtu hostů v destinacích není doprovázen adekvátním růstem přenocování.
- Neustálý pokles absolutního počtu německých turistů i jejich podílu přenocování (v roce 1995 asi 7 mil. přenocování německých turistů a podíl téměř 45 % z celkového příjezdového cestovního ruchu u nás, v roce 2000 pak 6 mil. přenocování s podílem 38,5 % a konečně v roce 2011 cca 4,7 mil. přenocování a podíl jen 23,7 %).
- Zahraniční návštěvnost ČR je regionálně dlouhodobě významně diferencována. Fakt, že absolutní prim hraje Hlavní město Praha, není nic překvapivého. Například v roce 2000 byl podíl Prahy na celkovém počtu přenocování zahraničních turistů v ČR 40,9 % a v roce 2010 již 60,1 %. Z pohledu srovnání počtu zahraničních turistů je dominance Prahy ještě výraznější. V roce 2000 činil podíl Prahy na celkovém počtu zahraničních turistů v ČR 48,6 %, v roce 2010 již 65 %.
- Jak v případě domácích, tak i u zahraničních turistů se zkracuje délka pobytu. V roce 2003 byla průměrná délka pobytu 3,5 dne. V roce 2011 se hodnota snížila na 3,0 dny. Rychleji klesá v případě domácích turistů. U zahraničních turistů je sice délka pobytu nižší (2,9 dne), ale klesá pomaleji.
- Do určité míry slabým místem domácího cestovního ruchu je i vysoká sezónnost. Domácí návštěvnost je významně ovlivňována časováním hlavní dovolené do letních měsíců, s čímž souvisejí určité typy cestovního ruchu (letní rekreace u vody, letní rekreace v horách či venkovský cestovní ruch).

Tab č. 3: Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR v letech 2000 až 2011

rok	Počet hostů (v tis.)			Počet přenocování (v tis.)		
	celkem	zahraniční	domácí	celkem	zahraniční	domácí
2000	10 864	4 773	6 091	44 200	15 597	28 603
2001	11 283	5 405	5 878	39 122	17 255	21 866
2002	10 415	4 743	5 672	37 110	15 569	21 541
2003	11 346	5 076	6 270	39 343	16 511	22 832
2004	12 220	6 061	6 159	40 781	18 980	21 821
2005	12 362	6 336	6 026	40 320	19 595	20 725
2006	12 725	6 435	6 290	41 448	20 090	21 358
2007	12 961	6 680	6 281	40 831	20 610	20 021
2008	12 836	6 649	6 187	39 283	19 987	19 296
2009	11 986	6 032	5 954	36 662	17 747	18 915
2010	12 212	6 334	5 878	36 908	18 365	18 543
2011	12 912	6 831	6 080	38 188	19 853	18 335
Index 2007/2001 v %	114,87	123,59	106,86	104,37	119,44	91,56
Index 2011/2007 v %	99,62	102,26	96,80	93,53	96,33	91,58

Pramen: ČSÚ (2012)

Tab č. 4: Regionální distribuce návštěvnosti v HUZ v krajích ČR (2011)

	Počet hostů		Počet přenocování		Průměrný počet přenocování	
	Celkem	z toho zahraniční	celkem	z toho zahraniční	celkem	z toho zahraniční
ČR celkem	12 911 677	6 831 452	38 187 556	19 852 878	3,0	2,9
Hlavní město Praha	5 132 042	4 433 048	13 214 304	11 941 171	2,6	2,7
Středočeský kraj	682 914	164 455	1 750 990	412 544	2,6	2,5
Jihočeský kraj	917 071	292 833	2 613 974	621 179	2,9	2,1
Plzeňský kraj	510 113	180 475	1 359 406	393 392	2,7	2,2
Karlovarský kraj	721 759	490 056	4 381 393	3 224 563	6,1	6,6
Ústecký kraj	320 020	115 955	932 341	311 206	2,9	2,7
Liberecký kraj	656 232	156 734	2 210 468	577 293	3,4	3,7
Královéhradecký kraj	829 354	220 588	3 074 468	793 789	3,7	3,6
Pardubický kraj	303 059	46 154	879 966	117 976	2,9	2,6
Vysočina	353 249	50 897	928 433	120 330	2,6	2,4
Jihomoravský kraj	1 062 496	409 300	2 062 184	689 626	1,9	1,7
Olomoucký kraj	385 989	86 423	1 443 272	174 556	3,7	2,0
Zlínský kraj	473 768	73 221	1 537 667	194 806	3,2	2,7
Moravskoslezský kraj	563 611	111 313	1 798 690	280 447	3,2	2,5

Pramen: ČSÚ, (2012)

10.5. Financování politiky cestovního ruchu

1. Období 2007-2013

V programovacím období EU 2007-2013 bylo na podporu cestovního ruchu v ČR v rámci SF EU alokováno z veřejných zdrojů 1,138 mld. EUR.

Celková finanční alokace z operačních programů na cestovní ruch (v EUR)					
EU	Státní rozpočet	Ostatní veřejné zdroje	Celkem veřejné zdroje	Soukromé zdroje	Celkem
959 397 557	105 252 285	73 399 547	1 138 049 389	66 095 911	1 204 145 300

Pramen: Prováděcí dokument ke Koncepci

V následující tabulce je uveden přehled nejvýznamnějších finančních nástrojů na podporu cestovního ruchu financovaných ze zdrojů SF EU a ostatních finančních nástrojů. Tento přehled je doplněn o počet realizovaných projektů a jejich celkovou alokaci. Tento přehled je součástí Zprávy o plnění Koncepce státní politiky cestovního ruchu, předložené do vlády ČR k 30. červnu 2011. Zdrojem pro zpracování přehledu byla data z IS Monit. Zpráva o plnění Koncepce se zpracovává jednou za dva roky; v době zpracování Zprávy bylo již alokováno přes 80 % alokace určené na podporu cestovního ruchu, data jsou tedy aktuální.

Souhrnný přehled nástrojů resp. programů podpory cestovního ruchu		
Zdroje SF EU a ostatní finanční nástroje		
Nástroje, resp. programy podpory	Počet projektů	Finanční dotace projektů v mil. Kč
	2007-6/2011	2007-6/2011
ROP	1 085	24 648,24
IOP	31	5 988,17
Program přeshraniční spolupráce	154	1 802,06
PRV	1 080	1 871,13
OP Životní prostředí	80	1 038,75
OPPK	24	670,15
OP podnikání a inovace	20	133,78
OPLZZ	24	163,26
OPVK	35	121,39
Norské fondy	31	636,78
Celkem	2 564	37 073,71

Významným nástrojem na podporu rozvoje cestovního ruchu, primárně aktivit nepodporovatelných ze zdrojů SF EU, byla dotační a grantová schémata financovaná ze zdrojů státního rozpočtu. Níže uvedený přehled je také součástí výše uvedené Zprávy o plnění Koncepce a obsahuje počet realizovaných projektů na podporu cestovního ruchu a jejich alokaci.

Souhrnný přehled nástrojů resp. programů podpory cestovního ruchu		
Zdroje státní rozpočet		
Nástroje, resp. programy podpory	Počet projektů	Finanční dotace projektů v mil. Kč
	2007-6/2011	2007-6/2011
NPPCR (MMR)	36	64,32
Státní program podpory CR (MMR)	0	6,00
CzechTourism (rozpočet)	0	1 329,99
Dotace HS ČR, o.p.s. (MMR)	0	219,00
Dotace KČT a NNO (MMR)	0	51,62
Podpora rozvoje regionů (MMR)	64	48,54
SFDI	213	756,71
MK	97	119,19
Celkem	410	2 595,37

Věcné zaměření podpory analyzuje níže uvedená tabulka. Z dat je zřejmé jednoznačné zaměření politiky na budování turistické infrastruktury (85 % celkové finanční dotace). Naopak minimum prostředků bylo směřováno na dvě klíčové priority: Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu a Vytváření organizační struktury cestovního ruchu.

Souhrnný přehled za priority						
Priority	Počet projektů			Finanční dotace projektů v mil. Kč		
	2007-6/2009	7/2009-6/2011	2007-6/2011	2007-6/2009	7/2009-6/2011	2007-6/2011
Priorita 1: Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu	102	197	299	274,66	462,74	737,36
Priorita 2: Rozšiřování a zkvalitňování infrastruktury a služeb cestovního ruchu	886	1 296	2 082	11 443,17	22 733,62	34 176,79
Priorita 3: Marketing cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů	116	285	401	1 320,17	2 705,60	4 025,77
Priorita 4: Vytváření organizační struktury cestovního ruchu	8	35	43	309,55	551,26	860,81
Celkem	1 112	1 813	2 825	13 348	26 453	39 801

V následující tabulce jsou uvedeny výstupy zpracované analýzy výdajů na podporu cestovního ruchu a souvisejících aktivit, které vynaložily subjekty státní správy a samosprávy (ministerstva, kraje, obce), vynaložené výdaje jsou následně rozděleny na investiční a neinvestiční. Tato analýza vychází z dat ze státního a veřejných rozpočtů za rok 2011.

Struktura výdajů na podporu CR v ČR dle druhu využití v roce 2011 – subjekty státní správy i samosprávy (v tis. Kč)			
Položka výdajů dle druhu využití	Běžné výdaje	Kapitálové výdaje	Celkem
Cestovní ruch	1 204 459	275 970	1 480 429
Ubytování a stravování	51 760	18 693	70 453
Ostatní zájmová činnost	87 553	88 673	176 227
Cestovné	274 955	-	274 955
Školy v přírodě	43 312	90	43 402
Letiště	199 886	218 104	417 990
Příroda	287 725	162 172	449 896
Kultura	416 400	195 296	611 695
Sport	267 233	226 381	493 614
Zdravotnictví	10 658	5 448	16 106
Celkem	2 843 941	1 190 826	4 034 767

zdroj: KPMG – Analýza výdajů na cestovní ruch v ČR

V následující tabulce je uvedena struktura výdajů na cestovní ruch vynaložených jednotlivými úrovněmi veřejné správy v roce 2011. Z této tabulky vyplývá poměrně vyrovnaný podíl výdajů státu (27 %) a krajů (28 %) na podporu cestovního ruchu a dominantní výše výdajů na cestovní ruch vynakládaná městy a obcemi (45 %).

Struktura výdajů na podporu CR v ČR dle úrovně veřejné správy v roce 2011 – (v tis. Kč)			
Položka výdajů dle druhu využití	Běžné výdaje	Kapitálové výdaje	Celkem
Stát	877 788	226 333	1 104 121
Kraje	780 072	344 721	1 124 792
Města a obce	1 186 081	619 772	1 805 854
Celkem	2 843 941	1 190 826	4 034 767

zdroj: KPMG – Analýza výdajů na cestovní ruch v ČR

2. Období 2014-2020

Zaměření politiky cestovního ruchu v období 2014-2020 vyplývá z Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2014-2020. Leitmotivem koncepce je zvýšení kvality služeb, důraz na rozvoj odvětví i znalostí, kooperace aktivit, zvyšování konkurenceschopnosti a tím i atraktivnosti destinace ČR. V Koncepti jsou definovány čtyři rozvojové priority: P 1 – Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu, P 2 – Management cestovního ruchu, P 3 – Destinační marketing, P 4 – Politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj. Součástí Koncepce je také indikativní rámec finanční alokace dle jednotlivých opatření a úrovně realizace.

V opatření 2.1 Zakládání a podpora činností destinačních společností se již počítá s realizací aktivit vycházejících ze zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu. Alokace na realizaci tohoto opatření půjde ze zdrojů MMR.

Indikativní finanční rámec Koncepce na období 2014-2020 vynaložený všemi subjekty implementujícími politiky cestovního ruchu za rok

Priorita, opatření	Název	Orientační významová váha v %	Výdaje v mil. Kč/rok (Národní/regionální úroveň)
1	Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu	63	1 880
1.1	Zkvalitnění podnikatelského prostředí	4	120
1.2	Výstavba a modernizace základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu*	23	700 100/600
1.3	Zkvalitnění nabídky služeb cestovního ruchu	2	60
1.4	Zkvalitnění nabídky primárního potenciálu cestovního ruchu	30	890 250/640
2	Management cestovního ruchu	14	420
2.1	Zakládání a podpora činností destinačních společností	11	330 165/165
2.2	Posílení a inovace řízení destinací	2	60 40/20
2.3	Rozvoj lidských zdrojů v cestovním ruchu	1	30
3	Destinační marketing	17	510
3.1	Marketingová podpora příjezdového cestovního ruchu	12	360 340/20
3.2	Tvorba a marketing národních a regionálních produktů cestovního ruchu	3	90 30/60
3.3	Marketingové informace	2	60 40/20
4	Politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj	6	190
4.1	Politika cestovního ruchu jako součást hospodářské a regionální politiky	1	40
4.2	Statistika a výzkum v cestovním ruchu, mezinárodní spolupráce	2	60
4.3	Krizové řízení a bezpečnost	3	100
	Celkem	100	3 000
	Z toho národní úroveň		1 385
	Z toho regionální úroveň		1 615

Pramen: Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2014-2020

Porovnáním alokace na podporu cestovního ruchu v období 2007-2013 a 2014-2020 zjistíme, že implementace Koncepce v příštím období i při realizaci obdobných aktivit bude klást nižší nároky na finanční zdroje. Podmínkou snížení finančních nároků na implementaci Koncepce je zavedení systému organizace cestovního ruchu a s tím spojená implementace opatření jako: úprava systému vyplácení podpory (zavedení institutu zvýhodněných úvěrů a záruk pro podnikatelské projekty), koordinace realizovaných aktivit, zavedení nástrojů pro měření efektivity realizovaných opatření, apod.

V současné době probíhají práce na zaměření a tvorbě operačních programů financovaných ze zdrojů SF EU. Z uvedených záměrů je zřejmé, že i nadále bude možné čerpat finanční prostředky na rozvoj cestovního ruchu ze SF EU. Předpokladem pro možnost využití prostředků SF EU na podporu cestovního ruchu je schválení povinné kondicionality v této oblasti: odvětvové národní strategie, tedy Koncepce státní politiky cestovního ruchu ČR na období 2014-2020 a Zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu, jako nástrojů zajištění koordinace, koncentrace a efektivity vynaložených prostředků.

10.6. Výzkum zaměřený na motivaci potenciálních zahraničních turistů (Evropa)

Výzkum byl zaměřen na zjišťování motivace potenciálních turistů z vybraných evropských zemí pro cestování a jejich vztah k České republice. Cílem u turistů, kteří v ČR již byli, bylo identifikovat zážitky, za kterými návštěvníci a turisté přijíždějí do České republiky, jak jsou spokojeni s pobytem, **co o naší zemi věděli před návštěvou**, z jakých informací čerpali a s jakou pravděpodobností a frekvencí se k nám budou vracet. Pozornost byla věnována i definici profilu, skladbě návštěvníků, jaké socio-demografické skupiny jsou mezi turisty častěji zastoupeny. **U těch, kteří v ČR dosud nebyli, byla zjišťována znalost o naší zemi, jak ČR vnímají a jaký je potenciál pro jejich případnou návštěvu v budoucnu.**

Z částí věnované informovanosti o ČR vyplývá následující.

Často panuje nejistota až obava z toho co je/co lze nalézt v České republice mimo Prahu (či dokonce jen její centrum). Vyskytují se obavy, že mimo Prahu jde o zemi poměrně chudou, zaostalou, stále se snažíci překonat následky a pozůstatky postkomunistického dědictví, což jde vzhledem k nedostatku financí jen velmi pomalu. ("Představuji si to jako Turecko, jako nádhernou zemi, nicméně s velmi špatnými silnicemi." (potenciální, Valencie)).

Obyvatelé těchto zemí často ani neví, že ČR je v Evropské unii nebo si tím nejsou zcela jisti, z čehož následně plyne nejistota, co je potřeba k cestě do této země.

U velké části návštěvníků nedojde ani po pobytu v České republice k výraznějšímu nárůstu informací o ČR a jejich případné doporučení přátelům a známým se odehrává ve velmi obecné rovině, jakou většinou obdrželi oni sami před svojí návštěvou ČR – magická Praha, krásné památky, kultura, vcelku příjemné město. ("Největší otázkou je, co dělat mimo Prahu? Kdybyste se mě zeptali, nevěděl bych co odpovědět." (návštěvník, Madrid)). I když se změní její případné dřívější vnímání jako zaostalé země.

Z hlediska potenciálních návštěvníků má Česká republika několik handicapů:


- Vyjma povědomí o Praze, není znám jakýkoliv jiný důvod proč ČR navštívit – a Praha sama (= několikadenní chození po městě) není pro většinu potenciálních návštěvníků rozhodně postačujícím důvodem k návštěvě.
- Neexistuje tak žádný důvod proč zařadit Českou republiku mezi destinace pro delší dovolenou. Převládá pocit, že ČR není schopna nabídnout důležité věci, které se očekávají od dovolené, zvláště pak na delší dovolené (dostatečný komfort, slunce – což by nevadilo, pokud by byly k dispozici různé možnosti aktivit, kterými lze strávit třeba 2 týdny).
 - To platí i pro potenciální návštěvníky z okolních zemí (včetně Slovenska)
- Informace se sice získat dají, ale jen pokud je člověk aktivně hledá („koneckonců na internetu se najde vše, když se člověk snaží“).
- I v případě Prahy jde jen o často vágní pověst o krásném, zajímavém, kulturním městě – což nemusí být pro řadu potenciálních návštěvníků nijak atraktivní.
- V případě Německa, Rakouska a také Polska je mezi těmi, kteří ČR ještě nenavštívili také zřetelně vyšší míra různých předsudků a resentmentů (a to v obou směrech – pocit nadřazenosti, nechuti vůči Čechům, tak naopak obava, že se ze strany Čechů mohou potenciální návštěvníci dočkat povýšeného až nepřátelského jednání).
- V případě potenciálních návštěvníků z Maďarska jde v první řadě o pochybnost, proč vůbec do Česka jet, když je de facto velmi podobné Maďarsku.

- V západoevropských zemích pak často mezi staršími potenciálními návštěvníky (30 let a výše) převládá pocit, že ČR je jednou z postkomunistických zemí, s nevalnou úrovní služeb, vysokou kriminalitou a obecně nepříliš vhodnými podmínkami pro dovolenou.


Bariéry návštěvnosti

Motivů, které v negativním slova smyslu ovlivňují návštěvnost České republiky, je několik a dá se říci, že se v jednotlivých zkoumaných zemích příliš neliší. Pojdme se tedy alespoň na ty nejdůležitější v přehledu podívat.

Slovenští potenciální návštěvníci se v souvislosti s Českou republikou vyjádřili ve smyslu, že ČR postrádá moře. Nedokáží vyjmenovat žádné přírodní krásy, které by mohli navštívit. Poukazují také na nízkou znalost reklamy o ČR a nedostatečnou komunikaci zajímavých destinací k vidění. Navíc si v souvislosti s Českou republikou vybavují především Prahu, což je však trend podobný ve všech zkoumaných zemích.

<p>Q24. Z jakého důvodu byste o České republice neuvažoval/a</p>	
<p>Příklady konkrétních důvodů</p>	
<p>→ „Lyžovat můžu doma a moře nemají“ → „Není taková reklama jako u jiných zemí“ → „Je příliš blízko, není to zajímavá země“ → „Je to země podobná té naší, stačí tam jet na výlet“</p>	


Pro polské potenciální návštěvníky je hlavní bariérou v jejich případně návštěvě České republiky především absence moře, nízká atraktivita a také horší klima. Nicméně Poláci (podobně jako Slováci) poměrně výrazně preferují dovolenou v tuzemsku.

<p>Q24. Z jakého důvodu byste o České republice neuvažoval/a</p>	
<p>Příklady konkrétních důvodů</p>	
<p>→ „Nemám rád hory, dávám přednost moři“ → „Není atraktivní, Polsko je hezčí“ → „Ve srovnání s jinými zeměmi tam nejsou žádné zajímavosti“ → „Je tam zima stejně jako v Polsku“ → „Od žádného z kamarádů jsem neslyšel, že v České republice může být hezky, že si tam mohu užít zábavu“</p>	


Maďarští potenciální návštěvníci nespatřují v České republice atraktivní destinaci, což může do jisté míry souviset také s nízkým povědomím o možných místech k vidění, dále pak uvedli finanční důvody jako jeden z omezujících faktorů. Maďari podobně jako Slováci nebo Poláci upřednostňují tuzemskou dovolenou, pokud by přeci jenom někam jeli, tak do sousedního Rakouska a nebo k moři.

Q24. Z jakého důvodu byste o České republice neuvažoval/a	
Příklady konkrétních důvodů	
<ul style="list-style-type: none"> → „Neslyšel jsem o ní dobré věci“ → „Nemají rádi Maďary“ → „Připomíná mi to komunismus“ → „Dávám přednost středozezním státům“ → „Kvůli událostem z roku 1968“ 	


Nízká znalost komunikace ČR mezi potenciálními zákazníky převládá také v sousedním Německu, kteří si s ČR spojují zejména Prahu, ostatní asociace jsou minimální. Navíc také Němci velmi výrazně tráví dovolenou v tuzemsku a na úkor ČR upřednostňují především Rakousko a Maďarsko. V souvislosti s ČR u nich převládá spíše nezáměr a nízká atraktivita.

Q24. Z jakého důvodu byste o České republice neuvažoval/a	
Příklady konkrétních důvodů	
<ul style="list-style-type: none"> → „Východní Evropa pro mě není zajímavá prázdninová destinace“ → „Žádné moře, žádné hory“ → „Nevěřím, že tam jsou pro dovolenou atraktivní místa“ → „Proto, že jen Praha je zajímavým místem – žádné moře, žádný sníh“ → „Nejezdím moc do země bývalého východního bloku“ 	


V Rakousku je největší bariérou návštěvnosti obecně nízký zájem o Českou republiku. Navíc je zde velmi vysoké procento lidí, kteří nepovažují ČR za srovnatelnou s ostatními evropskými destinacemi. Česká republika se navíc v Rakousku těší nepříliš dobré pověsti. Poměrně výrazným důvodem, na základě kterého by Rakušané neuvažovali o návštěvě ČR, je dále nedostatečná propagace a komunikace zajímavých českých destinací. Také Rakušané mají vysoké preference tuzemské dovolené, v případě zahraniční dovolené pak volí nejčastěji země v okolí Středozezního moře.

Q24. Z jakého důvodu byste o České republice neuvažoval/a	
Příklady konkrétních důvodů	
<ul style="list-style-type: none"> → „Žádné slunce, pláže, moře“ → „Zjistil jsem, že tam není nic zajímavého“ → „Nižší standart ubytování, vysoká kriminalita“ → „Byl jsem v Praze a všechno ostatní nepovažuji za zajímavé“ 	


V případě Holanďanů je velmi výrazná bariéra v nedostatečné komunikaci českých atraktivit a jejich malé přitažlivosti, ale také v tom, že celkem 65 % potenciálních návštěvníků z Nizozemí nezná Prahu. Navíc zhruba 30 % Holanďanů vnímá pověst ČR v jejich zemi jako negativní. Pokud by měli možnost volby, tak by si na úkor ČR vybrali podobně jako Maďaři Rakousko.

	<p>Q24. Z jakého důvodu byste o České republice neuvažoval/a</p>
Příklady konkrétních důvodů	
<p>→ „Vůbec mě nezajímá“ → „V době letních prázdnin se mi líbí sedět v blízkosti pláže“ → „Raději zůstanu ve známém prostředí“ → „Netuším, co bych tam dělal“ → „Protože na mém seznamu je tolik jiných míst“</p>	

Mezi italskými potenciálními návštěvníky jsou největší bariéry pro případnou návštěvu České republiky především nízká atraktivita ČR jako takové, dále vysoká preference tuzemské dovolené a neschopnost vyjmenovat zajímavá místa kromě Prahy. Celkově se dá říci, že Italové nahlíží na ČR jako na “východní” zemi, o které nemají hlubší znalosti.


	<p>Q24. Z jakého důvodu byste o České republice neuvažoval/a</p>
Příklady konkrétních důvodů	
<p>→ „Méně atraktivní než jiné destinace“ → „Dávám přednost teplým místům a moři“ → „Nikdy jsem o ní neslyšel nic dobrého“ → „Protože to není bezpečné místo“</p>	

Také ve Španělsku se setkáváme s nedostatečnou komunikací o České republice. Španělé poukazují na málo informací a reklam o ČR. Poměrně výraznou bariérou je zejména velmi vysoká neznalost České republiky, neboť 82 % potenciálních návštěvníků Českou republiku vůbec nezná. Ti, co Českou republiku znají, spatřují hlavní bariéry návštěvnosti především v horším klimatu a absenci moře a Česká republika pro ně není atraktivní destinací. Navíc Španělé obecně velmi výrazně preferují tuzemskou dovolenou.

	<p>Q24. Z jakého důvodu byste o České republice neuvažoval/a</p>
Příklady konkrétních důvodů	
<p>→ „Není v té části Evropy, která mě zajímá“ → „Musela by být propagována jako turistická země, aby tam člověk zvažil jet. Musíte vědět, jestli tam je něco zajímavého k vidění, jestli je tam dobré ubytování, atd..“ → „Neviděl a neslyšel jsem o ničem, co by mohla tahle země nabídnout“ → „Kvůli vzdálenosti, jazyku a podnebí“</p>	

K hlavním důvodům, proč by o České republice jako o místu pro svoji dovolenou neuvažovali Francouzi, patří zejména nízký zájem o ČR obecně. Francouzi navíc podobně jako Holanďané nepovažují ČR za destinaci srovnatelnou s ostatními evropskými zeměmi, což může být do jisté míry způsobeno nedostatkem informací o ČR a nedostatečnou komunikací českých atraktivit. Také Francouzi velmi výrazně upřednostňují

tuzemskou dovolenou, což v kombinaci se zmíněnými bariérami vytváří velmi nepříznivé výchozí podmínky pro dovolenou v ČR.

<p>Q24. Z jakého důvodu byste o České republice neuvažoval/a</p>	
<p>Příklady konkrétních důvodů</p>	
<p>→ „Dávám přednost zemím s přístupem k moři“ → „Žádná pláž, ceny, jazyk“ → „Nic mě tam nepřitahuje, nedostatek informací“ → „Není to země, která mě zajímá“ → „Příliš velká jazyková bariéra, preferuji hispánské a anglofonní země“</p>	

Poslední zkoumanou zemí je Velká Británie, kde lze obecně mezi hlavní bariéry návštěvnosti ČR zahrnout nedostatečnou komunikaci, nízkou atraktivitu a málo informací o ČR. Dalším důvodem, na jehož základě by Britové neuvažovali o návštěvě ČR, je absence moře a navíc Česká republika se “těší” u potenciálních návštěvníků z Británie horší pověsti.

<p>Q24. Z jakého důvodu byste o České republice neuvažoval/a</p>	
<p>Příklady konkrétních důvodů</p>	
<p>→ „Je příliš blízko válečným zónám“ → „Vůbec nevím, co tam je“ → „Protože jsou Češi nepřátelští“ → „Je tam zima a neznám jazyk“ → „Není tam žádné zajímavé místo“</p>	