

Otázka: Cestovní ruch jako systém

Předmět: Cestovní ruch

Přidal(a): stachelovanela

Subjekt CR – subjekt cestovního ruchu reprezentuje účastník cestovního ruchu = je jím každý kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování – obvykle ve volném čase. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu.

Typy účastníků:

- Návštěvník – osoba, která v domácím CR cestuje na jiné místo na méně než 6 měsíců, v zahraničním na méně než 1 rok – v obou případech s jiným cílem, než je výdělečná činnost
- Turista – osoba která cestuje v domácím nebo zahraničním CR, s minimálně 1 přespáním (DCR – méně než 6 měs., ZCR – Méně než 1 rok) – účelem není výdělečná činnost
- Výletník – návštěvník, který se zdrží jen 1 den – účelem není výdělečná činnost

Objekt CR – všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka CR – příroda, historické památky) je nositelem nabídky a tvoří ho cílové místo, podniky a instituce.

- Cílové místo – středisko/destinace CR, region nebo stát jeho cestovní cíl musí mít přírodní a kulturní předpoklady (primární) a různorodou infrastrukturní vybavenost (sekundární) – podniky, zařízení, instituce

Z hlediska funkcí rozlišujeme:

- Městská střediska – kulturně-historické památky, obchody, průmysl
- Lázeňská místa
- Rekreační obce – zaniklá hospodářská funkce
- Chatové oblasti

Region CR – přirozený celek, odlišuje se od sousedních zemí, má z hlediska rozvoje CR společnou charakteristiku a splňuje návštěvnost, komunikační dostupnost a infrastrukturní vybavenost

Okolí systému CR

- Ekonomické prostředí – negativní a pozitivní vlivy těchto faktorů:
- Ekonomický růst – projevuje se v růstu HDP, který ovlivňuje objem investic + výdajů CR, pozitivní vliv nastává, když výdaje rostou rychleji než HDP, negativní vliv má hospodářský pokles a krize
- Nezaměstnanost – pokles příjmu obyvatel a výdajů na CR
- Inlace – pokles kupní síly peněz, růst cen zboží a služeb (včetně CR)
- Stabilita měny – ovlivňuje zahraniční CR, devalvace měny zdražuje vycestování do zahraniční a zlevňuje pobyty cizinců, zhodnocení měny má na CR opačný účinek
- Úroková sazba – cena za úvěr, může stimulovat investování v CR

Politické prostředí – ovlivňuje rozvoj CR, mírové podmínky ve státě a světě

- CR se daří v bezpečných zemích, významné je odstraňování bariér v podobě cestovních formalit – zrušení víza, rychlejší odbavení
- Sociální prostředí – dáno úrovní společnosti, tu ovlivňuje rozdělování HDP, pracovní a

mimopracovní podmínky a sociální politika státu, jedinečný význam má zákonná placená dovolená

- Technicko-technologické prostředí – dopravní infrastruktura, technická a informačně-technologická vybavenost umožňují rozvoj CR, významné jsou nové technologie, které umožňují např.: elektronické rezervování služeb přes centrální systémy rezervování, internet jako distribuční systém
- Ekologické prostředí – CR je závislý na přirozené tvorbě atraktivního prostředí, narušení rovnováhy země (voda, půda, ovzduší, flóra a fauna) může CR omezit až likvidovat

Produkt CR – komplex nabízených služeb a zážitků jehož cílem je uspokojit klientelu, základními vlastnostmi je užitelnost, dosažitelnost a použitelnost

Složení produktu:

- jádro produktu – určuje základní motivaci výběru
- image produktu – každá destinace by měla mít vytvořenou značku a heslo vystihující region
- Vnější obal produktu – služby, které jsou turistům poskytovány po návštěvě destinace

Zvláštnosti produktu CR:

- produkt je jedinečný a nehmatatelný, je spojen se zážitkem
- je vícevrstvý, jsou kombinované různé typy služeb a zážitků
- je zaměřený na cílovou skupinu

Kvalifikace produktu CR:

- Dílčí produktová nabídka – jedná se o tzv. balíčky (sdružení vybraných služeb/zážitků, lze zde zařadit zájezdy co v minimální podobě kombinují zajištění dopravy a ubytování a jednoduché balíčky, součástí mohou být další služby (1denní výlety, průvodce)
- Regionální produkt – sdružuje komplexní ucelenou nabídku služeb, je vytváření

krajskou/oblastí organizací destinačního managementu, regionálním tématem může být kulturní/přírodní památka, tradice

- Nadregionální produkt - široká nabídka služeb spojující silně nadregionální téma např. nadregionální produkt České Baroko sdružuje regionální produkty zaměřené na místní barokní památky

Postavení CR v hospodářství, definice

CR - Činnost lidí spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší než 1 rok za účelem využití volného času, obchodu a za jinými účely

Význam CR

- přináší svým účastníkům radost z poznání jiných zvyklostí kultury, krás přírody a památek
- podporuje porozumění mezi lidmi různých ras a víry
- přináší odpočinek pro uchování zdraví a obnovu pracovní síly
- podporuje rozvoj stavebnictví, pro mnoho zemí je zdrojem finančních prostředků, vytváří pracovní příležitosti

Hospodářské sektory

- primér = prvovýroba (odvětví využívající přírodní zdroje - lov, rybolov, zemědělství)
- sekundér = druhovýroba (odvětví zpracovatelského průmyslu - stavebnictví a nákladní dopravy)
- terciér = obslužná sféra (všechny služby - obchod, školství, CR, zdravotnictví)
- CR patří do třetího sektoru, tedy ho ředíme do nevýrobních činností (lidi poskytují služby jiným lidem, přispívají ke zvýšení životní úrovně, zajišťují základní potřeby lidí)
- CR zabírá široké spektrum lidských činností spojených s využíváním volného času a množství druhů a forem jeho využití jako krátkodobá rekreace, velehorská turistika, návštěvy sportovních a kulturních událostí ale také cestování za obchodem/vzděláním.