

Otázka: Cestovní ruch v národním hospodářství a EU

Předmět: Cestovní ruch

Přidal(a): teriffi

1) Definice CR, jeho klasifikace z různých hledisek

definice = činnost osoby cestující ve svém volném čase na přechodnou dobu do místa mimo její trvalé bydliště a to za jiným účelem než výkon práce

turista = návštěvní, který v dané destinace alespoň 1 přespí

klasifikace z různých hledisek:

* dle motivace: rekreační, kulturní, sportovní, venkovský, kongresový

* dle geografického hlediska: domácí a zahraniční; výjezdový a příjezdový

-> outgoing (pasivní) x incoming (aktivní)

* dle zabezpečení: organizovaný x individuální

* dle financování: komerční a sociální

* další hlediska rozdělení: podle dopadu na životní prostředí, podle délky pobytu, podle vlivu

na platební bilanci

2) Předpoklady rozvoje CR

- * selektivní: subjektivní x objektivní (např. politické poměry x životní úroveň a styl)
- * realizační: služby zajišťující CR – materiálně technické (strava, ubytování, doprava, hygiena...)
- * lokalizační: přitažlivost daného místa – kulturní x přírodní (destinace)

3) Hlavní světové destinace

- * 1. místo – Francie
- * 2. a 3. – mimoevropské USA, Čína
- * další Španělsko, Itálie, Turecko, Německo, VB, Rusko...
- * města: Bangkok, Londýn, Paříž
- * do ČR nejvíce: Němci, Slováci, Rusové a Asiati
- * Češi nejvíce do: Slovenska, Německa, Chorvatska, Řecka

4) Přínosy CR pro společnost a jednotlivce

pro jednotlivce: kulturní rozvoj a poznání nových míst, rozvoj osobnosti, využití volného

času, obnova duševních a fyzických sil

pro společnost: národní hospodářství (příjmy do veřejných rozpočtů: DPH, víza, daně, poplatky), regionální rozvoj (rozvoj služeb, zvelebení krajiny), více pracovních míst (sezónní stánky), lepší dopravní infrastruktura, stavebnictví má více zakázek (stavba hotelů), účast na tvorbě hodnot (přidaná hodnota, vyvolaná poptávka, využití volných statku), vliv na platební bilanci (příjezdový CR), ochrana přírodních a kulturních hodnot (architektura, rozvoj turistických atrakcí)

5) Negativní důsledky CR

šíření nemocí (Zika, Ebola), únosy, kriminalita, vliv na životní prostředí, růst cen (turistická inflace), přelidněnost, terorismus, averze vůči turistům, komercializace, poškozování památek a krajiny, likvidace atmosféry („genius loci“)

6) Subjekty a objekty trhu CR, specifika služeb

subjekty: prodávající (CK, ubytovací a dopravní podniky, průvodci), zprostředkovatel (CA), kupující (široká veřejnost, ten kdo má zájem a peníze)

objekty: služby, zboží, volné statky (neovlivnil člověk) a veřejné statky (ovlivněny/vytvořeny člověkem, ale jsou veřejně přístupné)

specifika služeb:

-> nedají se skladovat, slouží k uspokojování potřeb účastníků CR

primární x sekundární (naplní moje potřeby, individuální u každého z nás – sight seeing, sport, relaxace, zábava x základní potřeby, které má každý – doprava, stravování, ubytování)

charakteristika:

- * časová a místní návaznost (sezóny, rekreační prostor)
- * komplexnost a komplementárnost (ucelenost a vzájemné doplňování)
- * zastupitelnost (např. půjčení lyží)
- * mnoho oborový charakter služeb (více služeb v jednom)
- * nezbytnost zprostředkování služeb (průvodci, infocentra...)
- * dynamika a sezónnost poptávky (čas, roční období...)
- * nezbytnost poskytování informací o službách a kvalitě
- * neanonymita spotřebitele

služby dělíme na: dodavatelské, zprostředkovatelské, specializované pro CR, služby v cílovém místě

7) Marketingový mix, jeho rozšíření pro CR

= podnikatelská filozofie, která se zaměřuje na poznání potřeb a přání zákazníka (co?, za kolik?, jak?, komu?)

4P:

- * product (co?) - služba nebo zájezd -> odlišnost, potřeby zákazníků, načasování
- * price (za kolik?) - konkurenceschopnost, zisk, přijatelnost pro zákazníka, slevy

* promotion (jak?) - reklama, katalog, podpora prodeje (veletrhy), vztahy s veřejností/P.R. (prezentace, charita)

* place - minimalizace nákladů, maximalizace odbytu, dostupnost, způsob komunikace

rozšíření pro CR:

* people - výběr lidí, kteří služby poskytují

* packaking - vytvoření souboru služeb

* programming - vytváření balíčků na míru

* partnership - spolupráce různých subjektů podílejících se na organizaci

8) Sídla a orgány EU

sídla: Brusel, Štrasburk, Lucemburk, Mezinárodní soudní dvůr v Haagu, banka ve Frankfurtu nad Mohanem

orgány: Evropský parlament (europoslanci; fce zákonodárná a kontrolní), Evropská komise (komisaři hájící zájmy jiných států; moc výkonná), Rada EU (ministři členských zemí, fce zákonodárná)

9) Výhody členství v EU pro rozvoj CR

výhody: euro (odpadají výdaje za směnu), cestovní doklady (cestovní pas nebo jen OP), pasová kontrola (volné hranice Schengenského prostoru bez pravidelné kontroly), celní kontrola (neprovádí se na vnitřních hranicích), zastupitelské úřady (nárok na pomoc v nouzi na velvyslanectví jiné členské země), zdravotní péče (nárok na zdravotní péči v nezbytném

rozsahu), právo svobodně žít, pracovat, usazovat se (v celé EU), fondy (čerpání dotací na projekty v ČR)