



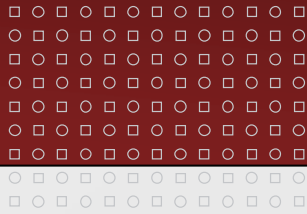
# MASARYKOVA UNIVERZITA EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA

1. Mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu

9. – 10. září 2010, Pavlov

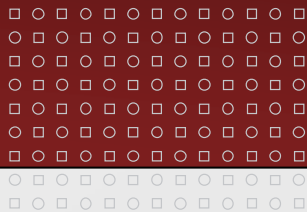
## Vybrané prostorové (geografické) problémy cestovního ruchu

doc. RNDr. Jiří Vystoupil, CSc.



- 1. Hlavní teoretické koncepty a směry výzkumu v české geografii cestovního ruchu**
- 2. Fenomén druhé bydlení**
- 3. Regionalizace v cestovním ruchu**

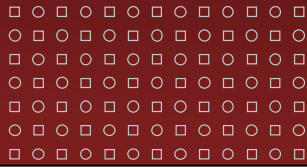




## Hlavní teoretické koncepty a směry výzkumu v české geografii cestovního ruchu

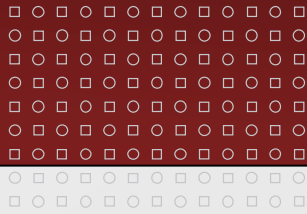
- 1. Diskuze k předmětu geografického výzkumu cestovního ruchu a rekreace**
- 2. Analýza vybraných lokalizačních, selektivních a realizačních faktorů v cestovním ruchu**
- 3. Problémy krátkodobé rekreace (městského) obyvatelstva a rekreativity obyvatelstva**
- 4. Fenomén druhé bydlení**
- 5. Vývoj cestovního ruchu, analýzy prostorové organizace cestovního ruchu a jeho hlavních forem a druhů**





- 6. Kartograficko-geografické přístupy a metody v cestovním ruchu**
- 7. Environmentální a socio-kulturní problémy a faktory cestovního ruchu**
- 8. Publikace vysokoškolských učebnic a vysokoškolských textů**
- 9. Aplikovaný výzkum v oblasti geografických problémů cestovního ruchu**
- 10. *Hlavní geografické školy, pracoviště a představitelé***



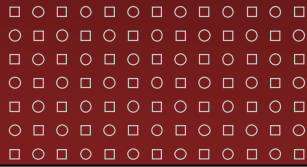


## Fenomén druhé bydlení

Nejvýznamnější a publikačně nejrozsáhlejší téma v naší geografii cestovního ruchu představuje již 40 let výzkum krátkodobé (víkendové) rekreace a zejména druhého bydlení, označovaného v geografické literatuře jako proces sociálně-prostorové difuze. V problematice druhého bydlení byl a je nejvíce rozšířen výzkum:

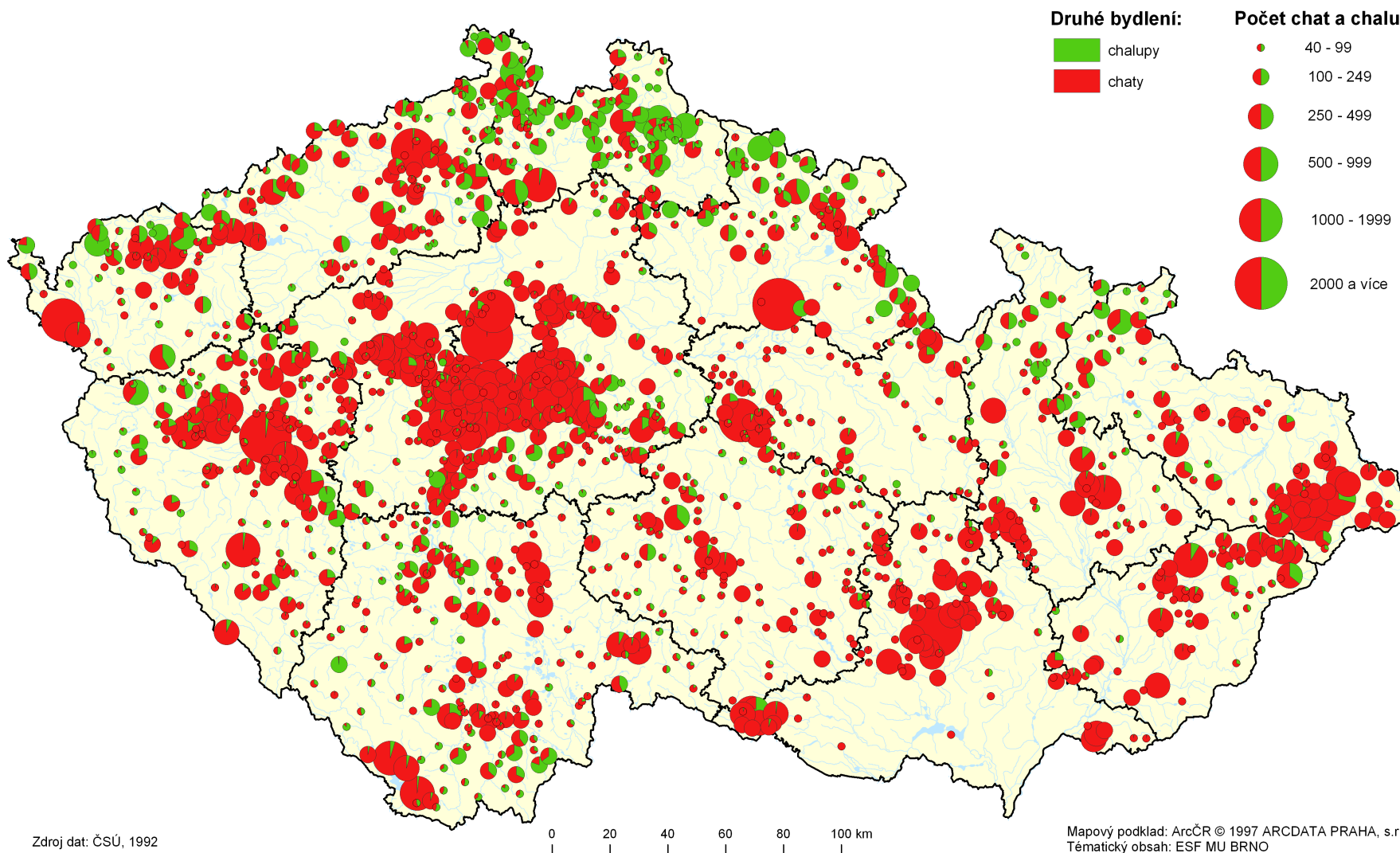
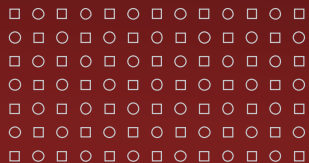
- jeho utváření a územní organizace na různých prostorových úrovních, často spojený s utvářením a vymežováním příměstských rekreačních zázemí
- rozhodující lokalizační faktory - jsou analyzovány především vzdálenost a přírodní atraktivita, sídelní situace v návštěvních místech
- vliv druhého bydlení na rozvoj venkovského prostředí a rekreačních středisek

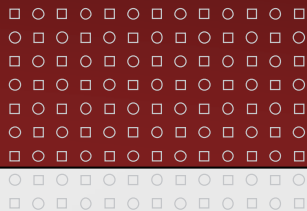




- regionální analýzy druhého bydlení povětšinou obyvatelstva našich největších měst
- celonárodní výzkumy příčin rozvoje, vývoje, prostorové organizace, socio-geografických souvislostí a konečně výzkumy perspektiv druhého bydlení u nás



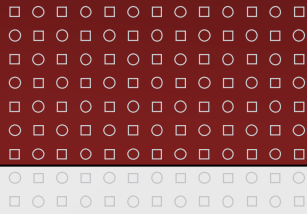




# Regionalizace v cestovním ruchu



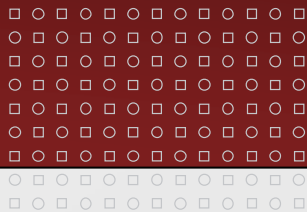




## Teoreticko-metodická východiska

- Definice regionu
- Typy regionu (homogenní a heterogenní)
- Hranice regionu
- Regionalizace

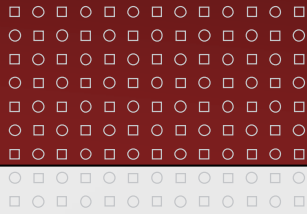




## Turistický region

- Region cestovního ruchu - jeho specifika, hlavní znaky a aspekty
- Problematika delimitace a hranic turistických regionů
- Teoreticko-metodické přístupy k regionalizaci
- Regionalizace cestovního ruchu v ČR

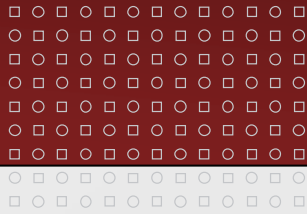




## Regionalizace a rajonizace cestovního ruchu

- Nejstarší přístup od 50. do 70. let minulého století akcentuje především **geografický princip**, vyčleňující, resp. členící obvykle území podle významných geografických (geomorfologických) celků (např. hory, resp. horské oblasti, moře, pobřeží, velkoměsta, lázně, aj.).

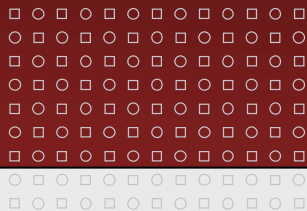




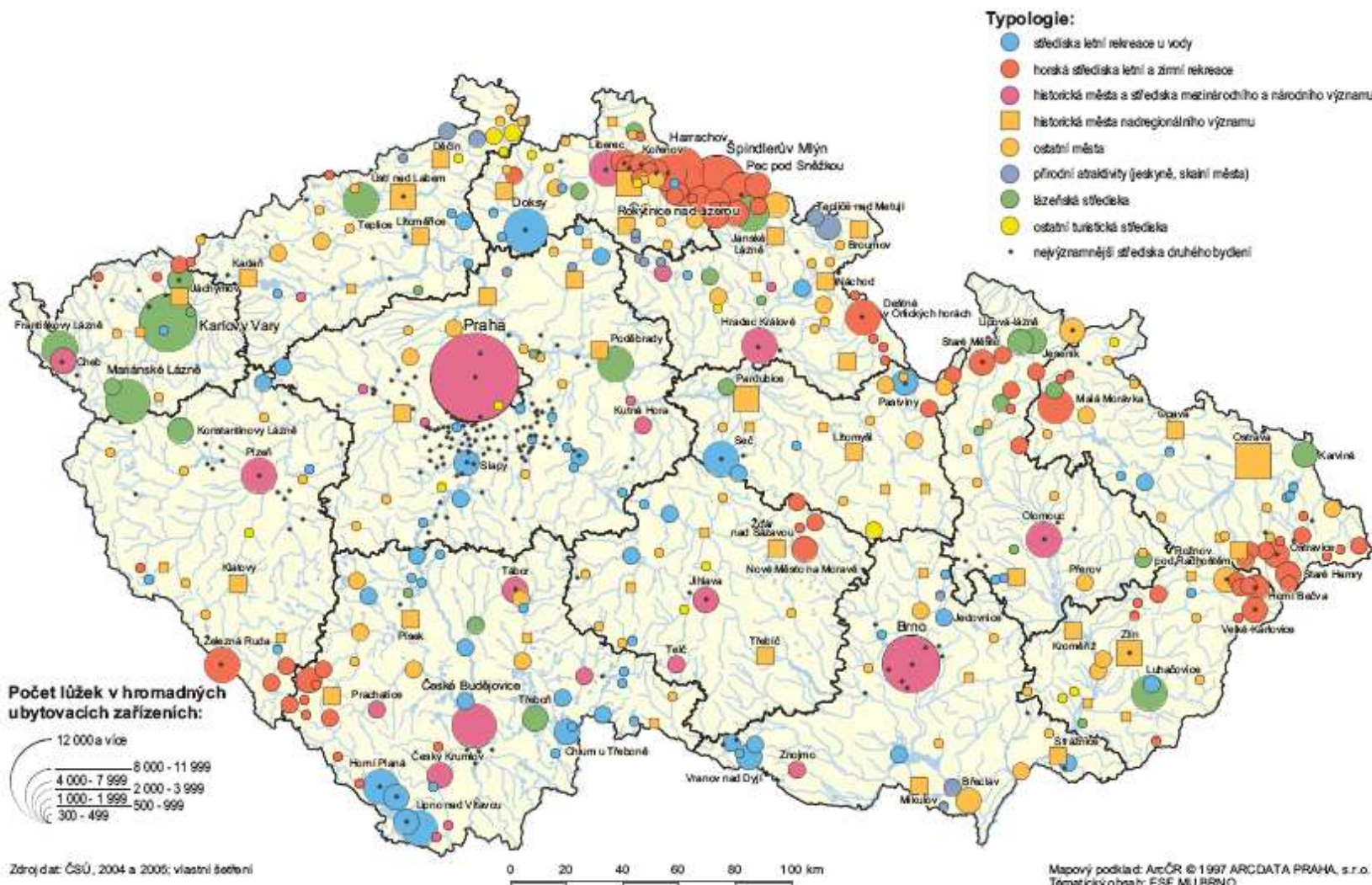
## Geografická regionalizace cestovního ruchu

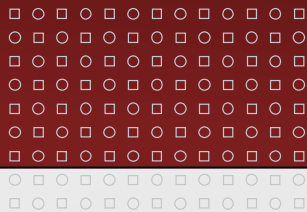
- Účel a cíle
- Metodický postup
- Vymezení funkčně-prostorových jednotek
- Hlavní turistická centra a střediska a jejich typologie
- Časoprostorové hledisko





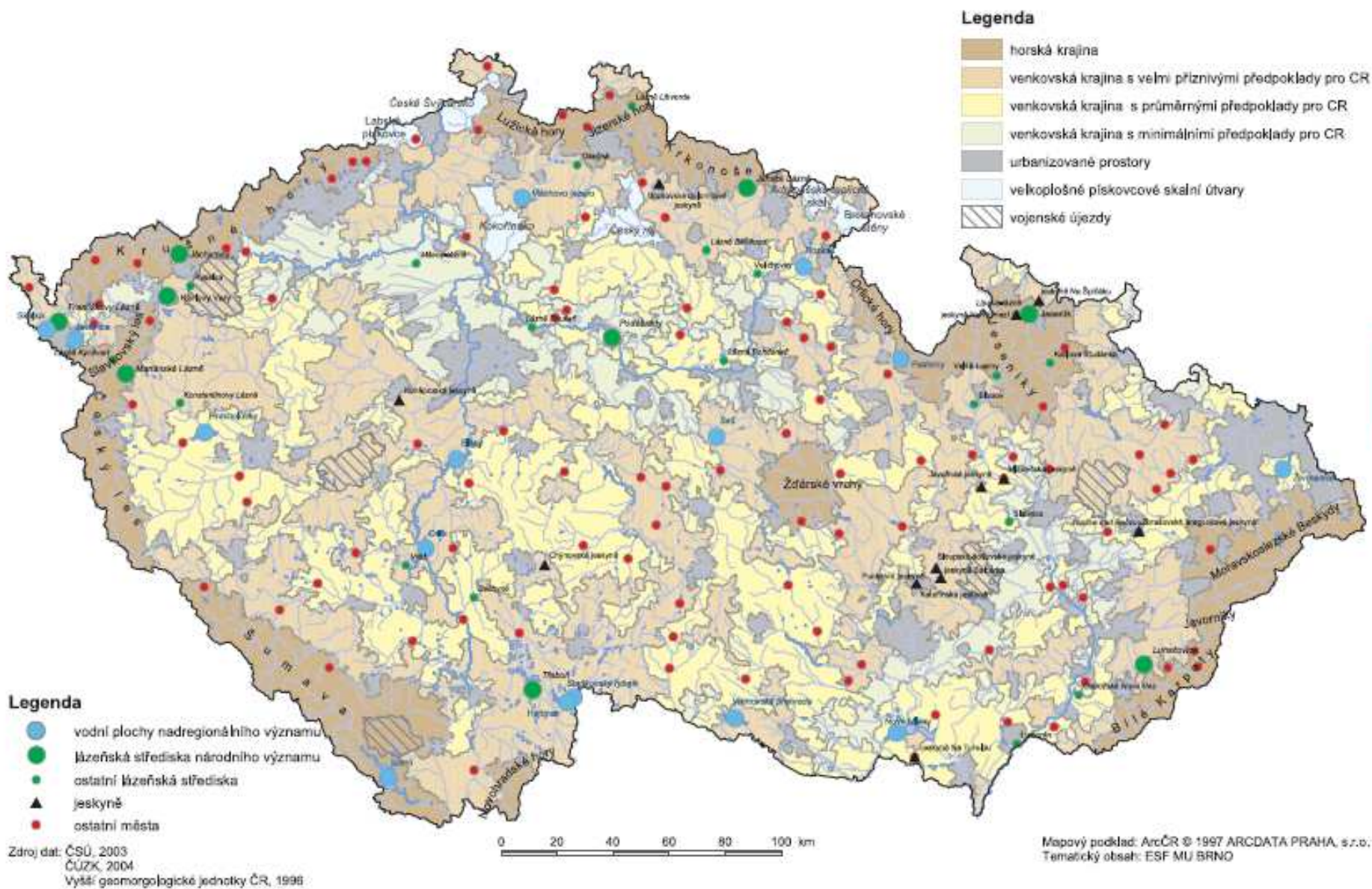
## FUNKČNÍ TYPOLOGIE STŘEDISEK CESTOVNÍHO RUCHU







## RAJONIZACE CESTOVNÍHO RUCHU



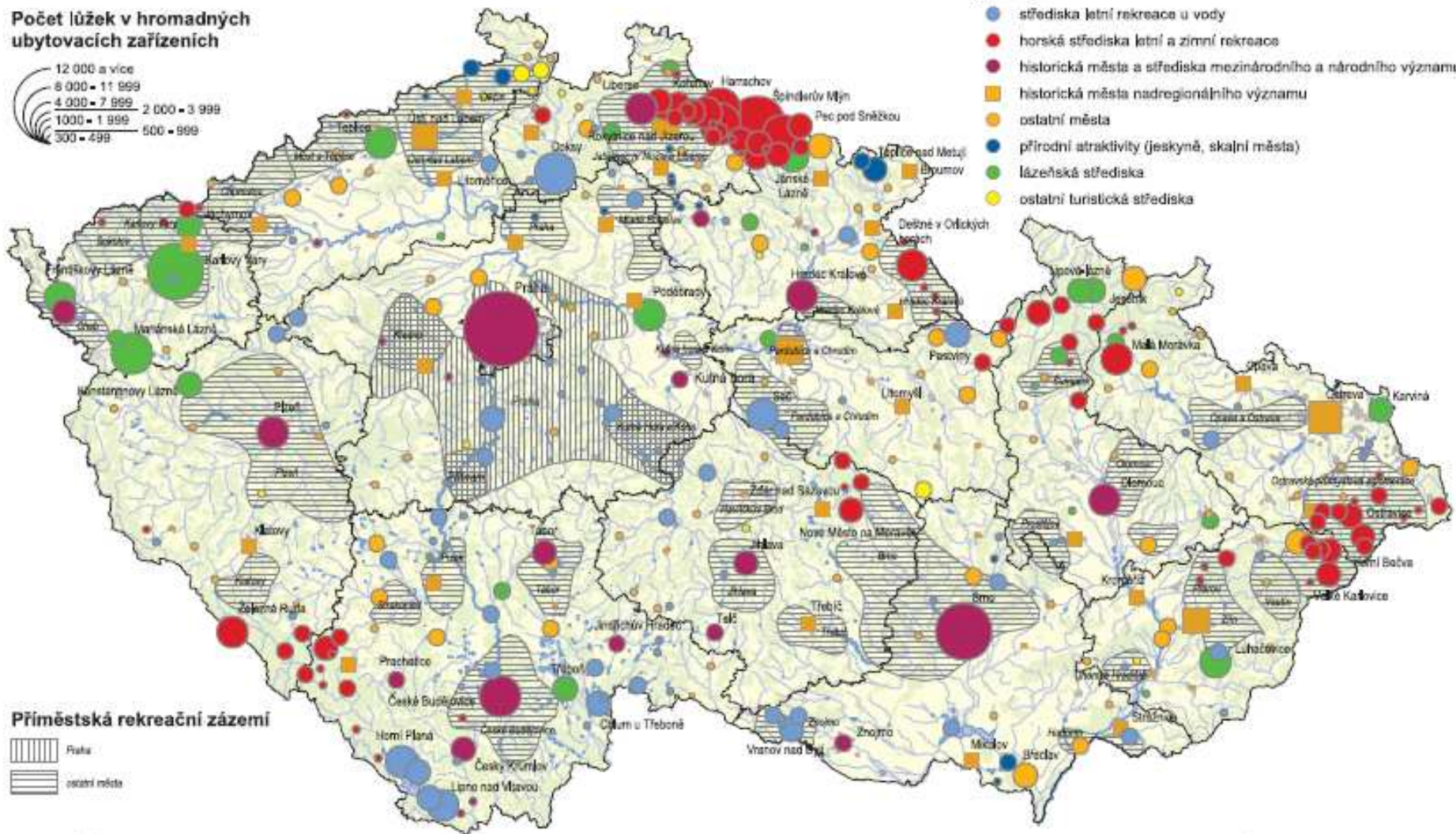
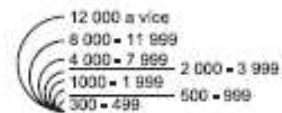






# HLAVNÍ OBLASTI A CENTRA VÍKENDOVÉ A POBYTOVÉ REKREACE A CESTOVNÍHO RUCHU

## Počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních



## Typologie

- střediska letní rekreace u vody
- horská střediska letní a zimní rekreace
- historická města a střediska mezinárodního a národního významu
- historická města nadregionálního významu
- ostatní města
- přírodní atraktivita (jeskyně, skalní města)
- lázeňská střediska
- ostatní turistická střediska

## Příměstská rekreační zázemí

- ▨ Praha
- ▨ ostatní města

Zdroj dat: ČSÚ, 2003



Mapový podklad: ArcCR © 1997 ARCDATA PRAHA, s.r.o.  
Tematický obsah: ESF MU BRNO



# Schéma návrhu prostorové organizace cestovního ruchu

turistická funkce sídel (kapacita HUZ/obyv.)

významná    malá až rozvojová

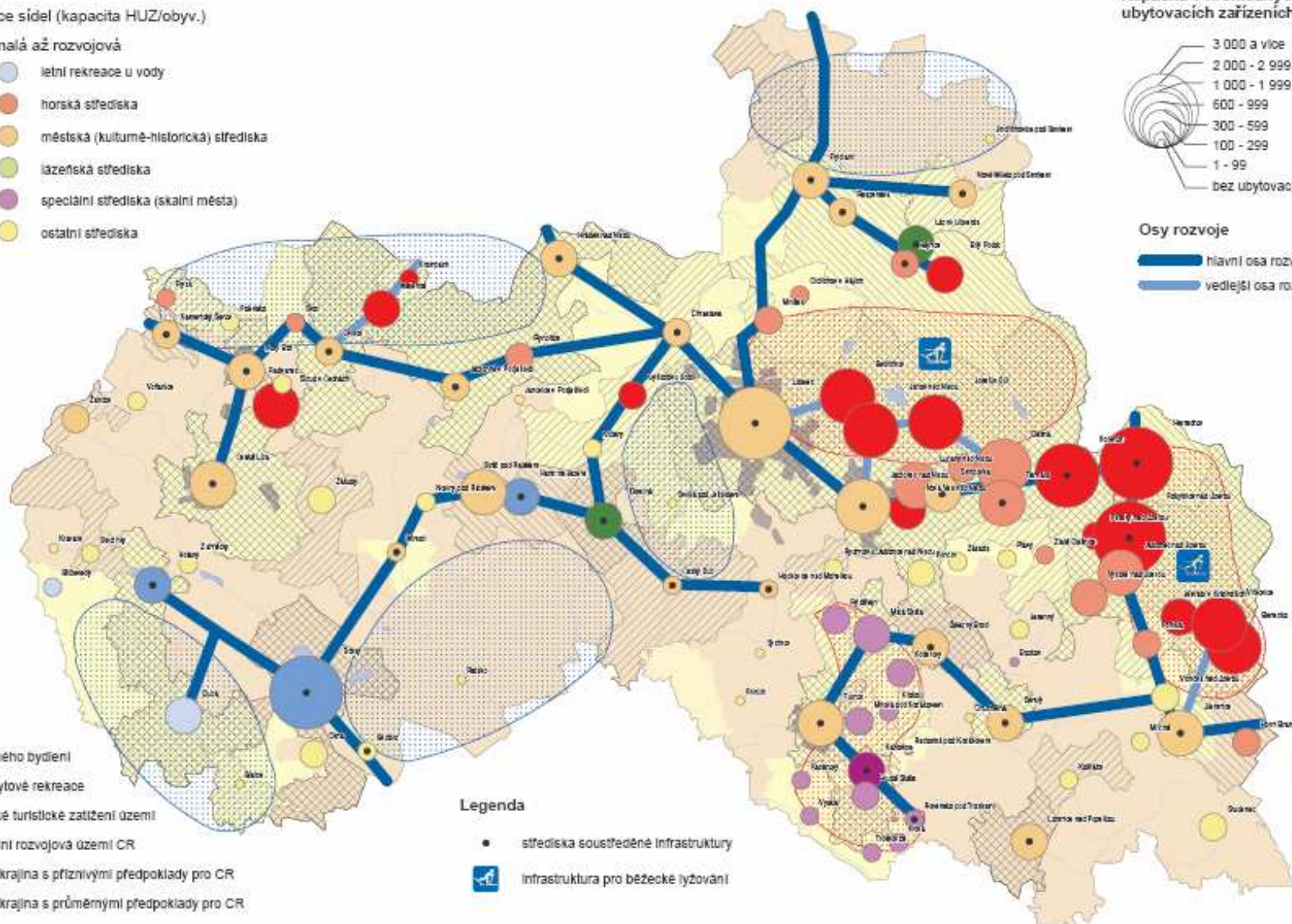
- letní rekreace u vody
- horská střediska
- městská (kulturně-historická) střediska
- lázeňská střediska
- speciální střediska (skalní města)
- ostatní střediska
- letní rekreace u vody
- horská střediska
- městská (kulturně-historická) střediska
- lázeňská střediska
- speciální střediska (skalní města)
- ostatní střediska

Kapacita v hromadných ubytovacích zařízeních:



Osy rozvoje

- hlavní osa rozvoje
- vedlejší osa rozvoje



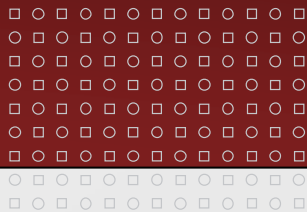
Legenda

- oblasti druhého bydlení
- oblasti pobytové rekreace
- velmi vysoké turistické zatížení území
- potenciální rozvojová území ČR
- venkovská krajina s příznivými předpoklady pro CR
- venkovská krajina s průměrnými předpoklady pro CR

Legenda

- střediska soustředěné infrastruktury
- infrastruktura pro běžecké lyžování





## Územně-plánovací princip

- Druhý přístup akcentuje **územně-plánovací princip**, tedy delimitaci území podle diferenciací funkčního využití území a prostorového rozložení resp. významu cestovního ruchu a jeho aktivit, spojený často s přístupem normativním, určujícím jednotlivých regionům (oblastem) možnosti, resp. limity využití a zatížení, kategorizuje jejich význam, apod.





Regionalizácia cestovného ruchu v SR -  
Kategorizácia regiónov CR v dlhodobom horizonte



Legenda :

- hlavné mesto
- krajské mesto
- okresné mesto
- mesto
- obec
- mestská časť
- hranica SR
- hranica kraja
- hranica okresu
- hranica ZÚJ
- 1 hranica regiónov CR



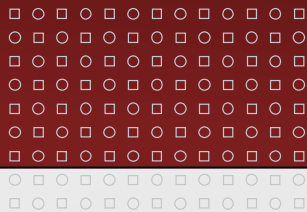
Legenda :

- I. kategória - s medzinárodným významom
- II. kategória - s národným významom
- III. kategória - s nadregionálnym významom
- IV. kategória - s regionálnym významom
- územia v regióne vyššej kategórie ako príslušný región

Územné regióny cestovného ruchu :

- |                     |                      |
|---------------------|----------------------|
| 1 - Bratislavský    | 12 - Ipeľský         |
| 2 - Podunajský      | 13 - Gemerský        |
| 3 - Záhorský        | 14 - Horehronský     |
| 4 - Dolnopovažský   | 15 - Pohronský       |
| 5 - Strednopovažský | 16 - Tatranský       |
| 6 - Nitriansky      | 17 - Spišský         |
| 7 - Hornonitriansky | 18 - Košický         |
| 8 - Severopovažský  | 19 - Šarišský        |
| 9 - Turčiansky      | 20 - Hornozemplínsky |
| 10 - Oravský        | 21 - Dolnozemplínsky |
| 11 - Liptovský      |                      |





## Marketingový princip

- Třetí, nejmladší a v současnosti nejrozšířenější přístup, lze označit jako **marketingový přístup**. Vychází z pragmatické potřeby co nejúčelnější propagace turistické nabídky území na národní, resp. regionální úrovni na jedné straně, a významně také z požadavku přípravy konkurenceschopných turistických produktů místními a regionálními aktéry v těchto regionech a oblastech (lokální a regionální turistické regiony a turistická sdružení) na straně druhé.





# MARKETINGOVÉ TURISTICKÉ REGIONY



Zdroj dat: CzechTourism

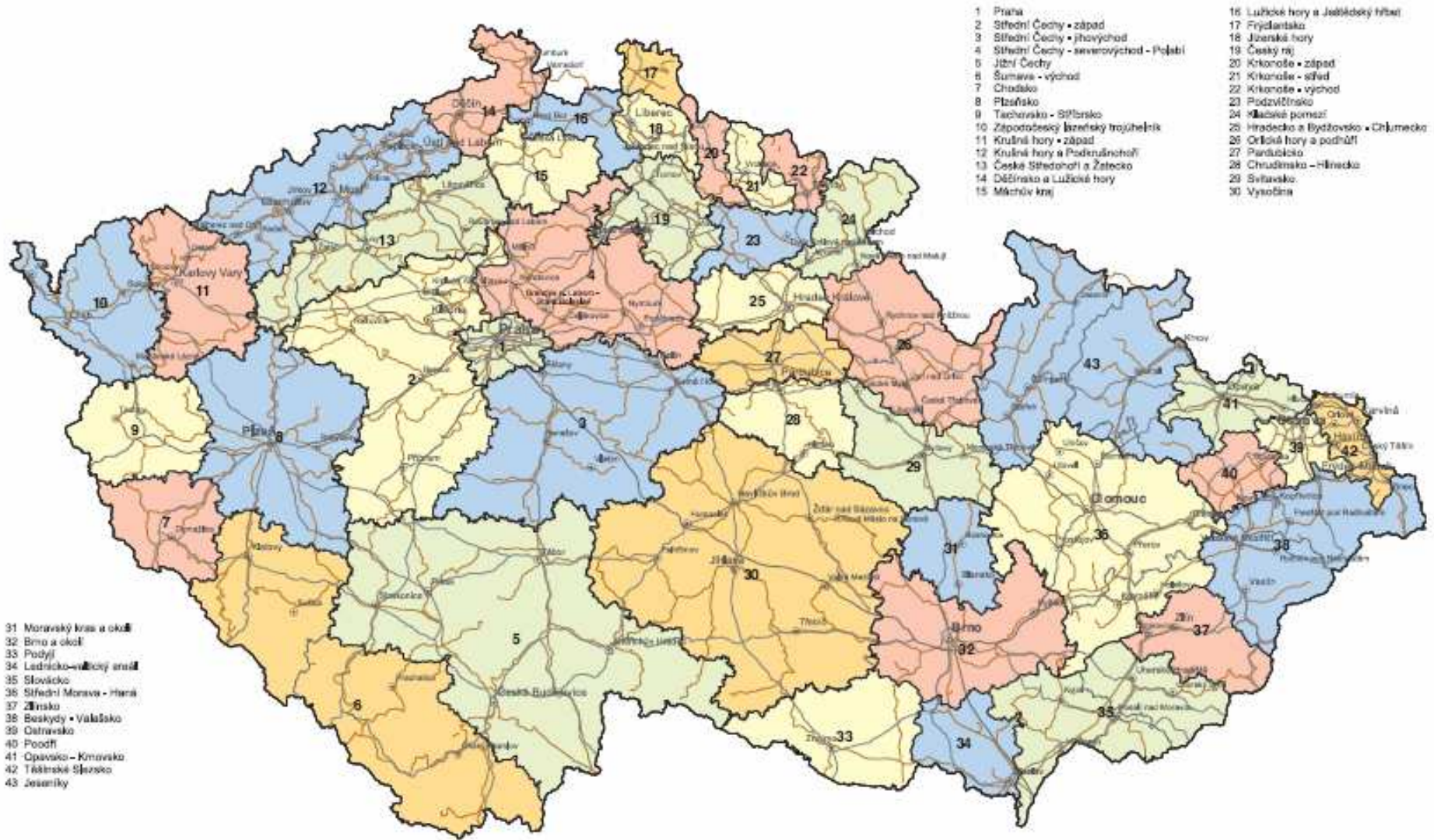


Mapový podklad: ArcOR © 1997 ARCDATA PRAHA, s.r.o.  
Tematický obsah: ESF MU BRNO





# MARKETINGOVÉ TURISTICKÉ OBLASTI



- 1 Praha
- 2 Střední Čechy - západ
- 3 Střední Čechy - jihovýchod
- 4 Střední Čechy - severovýchod - Polabí
- 5 Jižní Čechy
- 6 Šumava - východ
- 7 Chodsko
- 8 Plzeňsko
- 9 Tachovsko - Středočechy
- 10 Západočeský územní trojúhelník
- 11 Krušné hory - západ
- 12 Krušné hory a Podkrupínsko
- 13 České Středohoří a Žatecko
- 14 Děčínsko a Lužické hory
- 15 Máchův kraj
- 16 Lužické hory a Jesenícký území
- 17 Fryčantsko
- 18 Jizerské hory
- 19 Český ráj
- 20 Krkonoše - západ
- 21 Krkonoše - střed
- 22 Krkonoše - východ
- 23 Podvíněnsko
- 24 Mladské pomorší
- 25 Hradecko a Býdčovsko - Chlumecko
- 26 Orlická hory a podhůří
- 27 Pardubicko
- 28 Chrudimsko - Hlinsko
- 29 Svitavsko
- 30 Vysoký území

- 31 Moravský kras a okolí
- 32 Brno a okolí
- 33 Podolí
- 34 Lednicko-valtický území
- 35 Slovácko
- 36 Střední Morava - Hraná
- 37 Žlíbsko
- 38 Beskydy - Valašsko
- 39 Opatovsko
- 40 Poodří
- 41 Opavsko - Krnovsko
- 42 Těšínské Slezsko
- 43 Jeseníky

Zdroj dat: CzechTourism

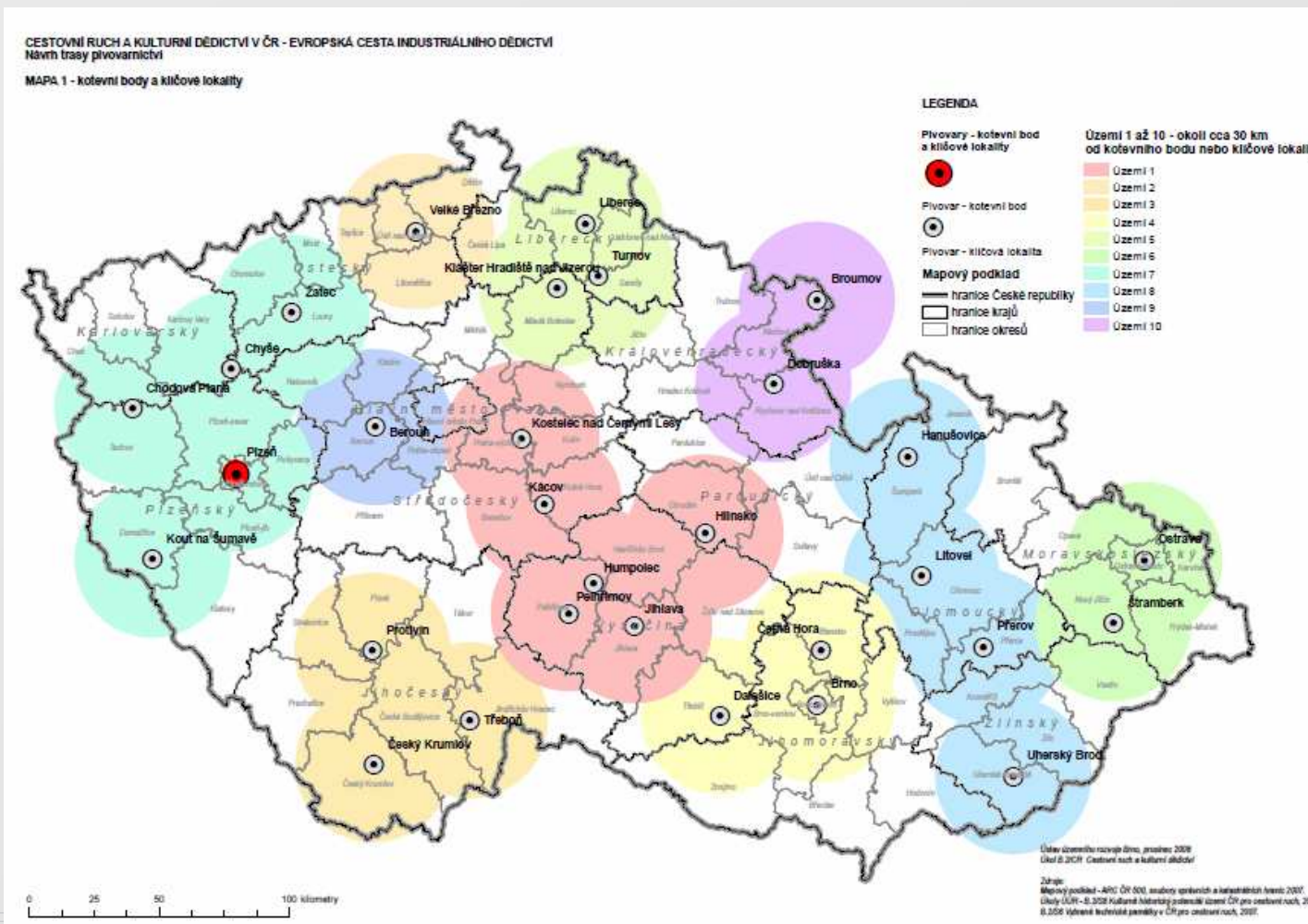


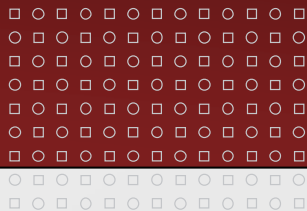
Mapový podklad: ArcCR © 1997 ARCDATA PRAHA, s.r.o.,  
Tematický obsah: ESF MU BRNO



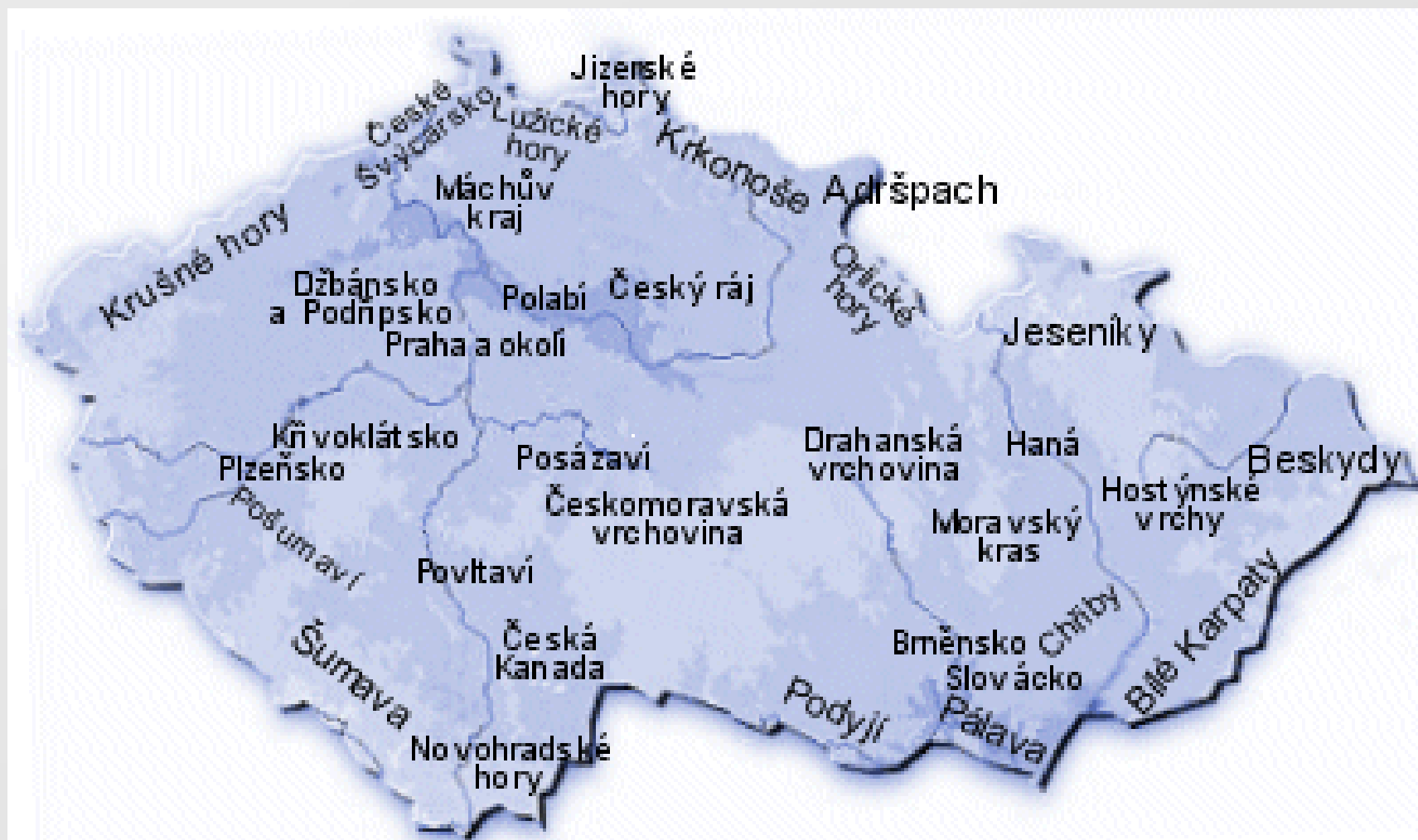


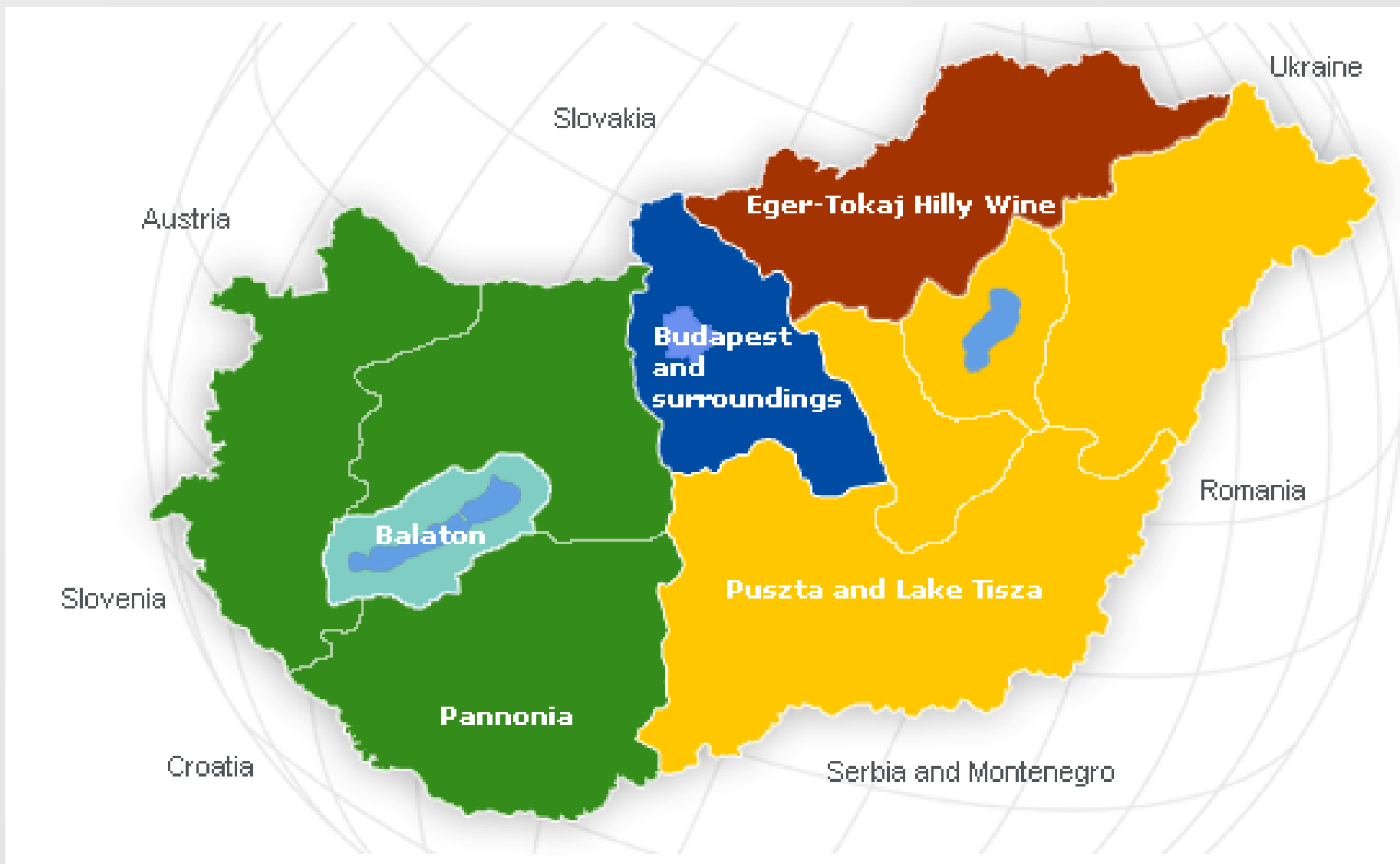
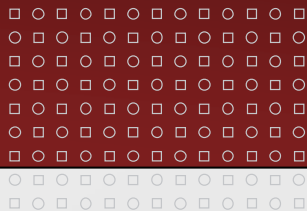
# Pivní regiony v ČR



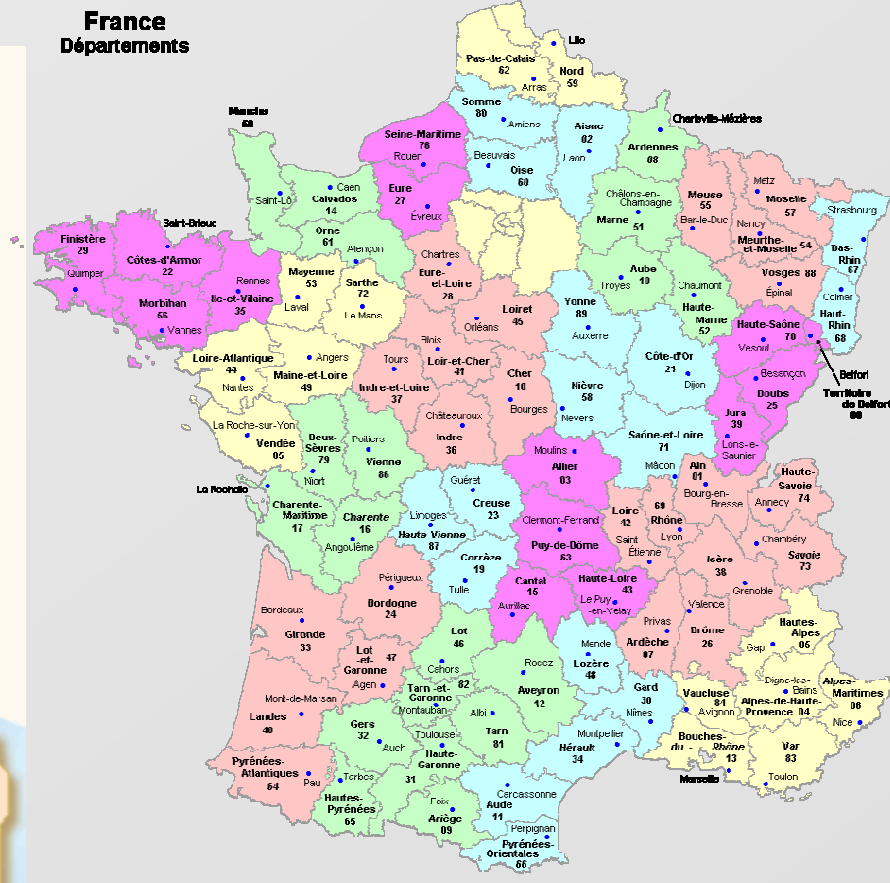


## Turistické regiony ČR očima Němců



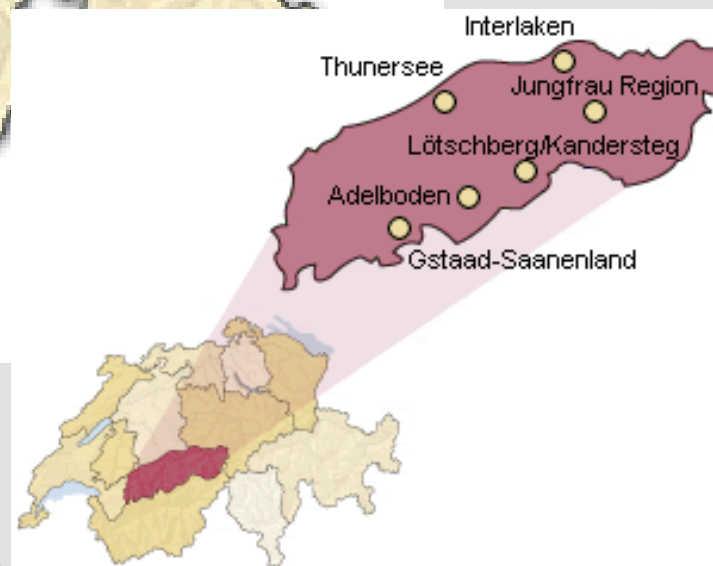


**Turistické marketingové regiony Francie**  
 1. stupeň - administrativní regiony, 2. stupeň - departementy



7ème région Ile-de-France		Départements d'Outre-Mer (D.O.M.)	
<p>2ème couronne</p>	<p>1ère couronne</p>	<p>Guadeloupe</p> <p>Martinique</p> <p>Basse-Terre</p> <p>Fort-de-France</p>	

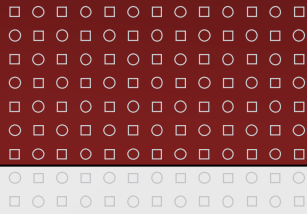








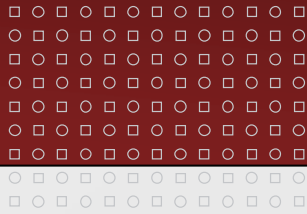




## Přínosy z regionalizace

- Teoreticko - metodologický (region cestovního ruchu - specifika, hlavní znaky a aspekty, problematika delimitace, funkční hledisko)
- Manažerský (zlepšení organizace a marketingu trhu cestovního ruchu, zaměření se na poptávku po turistických produktech)
- Pedagogický (regionalizace jako poznávací nástroj ve výuce)

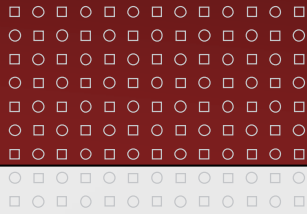




## Prostorové a funkční vymezení destinací cestovního ruchu (turistické regiony)

- Region cestovního ruchu - jeho specifika, hlavní znaky a aspekty
- Problematika delimitace a hranic turistických regionů
- Prostorové aspekty vymezení turistických destinací
- Kritéria vymezení turistických regionů a oblastí

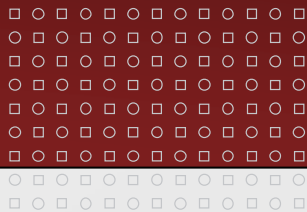




## kriteria

- Základem je funkčně-prostorové hledisko. Např. v Rakousku jsou termínem turistické organizace označovány jak funkční vztahy (např. úkoly a činnost turistických spolků a organizací na lokální, regionální, zemské a spolkové úrovni) tak jejich prostorové vymezení. Z pohledu zemských zákonů o podpoře cestovního ruchu jsou základními kritérii pro turistické obce (4 kategorie A,B,C,D) na základě 5ti -letého průměru ukazatelů - počet a intenzita přenocování, specifický obrat z turistického ruchu). Zařazení obce do kategorie A,B,C nebo do kategorie „Statutární město“ implikuje vznik svazu cestovního ruchu.

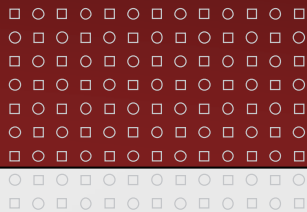




## kritéria

- K zajištění účinné a hospodářské správy záležitostí cestovního ruchu, zejména společné propagace a péče o turisty, může zemská vláda po konzultaci s příslušným svazem cestovního ruchu zřídit turistický region. Členy turistického regionu jsou svazy cestovního ruchu ležící na jeho území. Svazy cestovního ruchu a obce kategorie D se mohou k zabezpečení svých společných zájmů prostřednictvím jednomyslného přijetí stanov sdružit ve spolek svazů cestovního ruchu. Svazy cestovního ruchu, turistické regiony a spolky svazů cestovního ruchu jsou sdruženy v zemském svazu cestovního ruchu v Horním Rakousku.

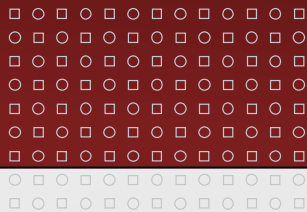




## Kriteria Švýcarsko - Zákon o cestovním ruchu v kantonu Freiburg

- Čl. 4 Turistické regiony:
- a) Pojem a vymezení
- Jako turistické regiony platí oblasti, které patří geograficky a hospodářsky do spádové oblasti jednoho nebo více kantonálních turistických středisek ve smyslu kantonálního směrného plánu.
- Freiburský spolek cestovního ruchu (FTV) schvaluje oficiální hranice turistických regionů.

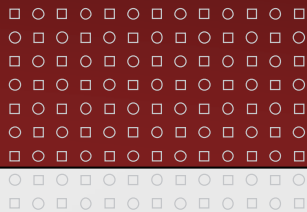




## Kriteria Švýcarsko

- **Oficiální nositelé cestovního ruchu:**
- **Čl. 7 Všeobecné**
- **Oficiální nositelé cestovního ruchu jsou:**
  - **Freiburský spolek cestovního ruchu;**
  - **regionální organizace cestovního ruchu;**
  - **turistické spolky**

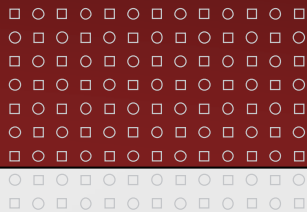




## Kriteria Švýcarsko

- 2. *Regionální organizace cestovního ruchu*
- Čl. 11 Postavení
- Regionální organizace cestovního ruchu je obecně prospěšné soukromoprávní sdružení, které sdružuje pod sebe turistické spolky, které působí na jejím území.
- Může to být sdružení, které je pověřeno všeobecnou reklamou v regionu.



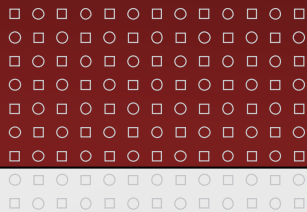


## Kriteria Švýcarsko

- Čl. 12 Uznání
- Aby byly oficiálně uznány od FTV, musejí regionální organizace cestovního ruchu:
  - zastupovat nejdůležitější hodnoty regionu;
  - sjednotit pod sebe všechny aktivní turistické spolky, které působí v jejich oblasti;
  - převzít reklamu pro nabídky dotyčných turistických spolků;
  - volně disponovat na rovině exekutivy profesionálními strukturami a vhodnými technickými schopnostmi, stejně jako při plnění smlouvy dostačujícími prostředky.



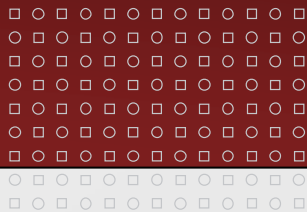




## Kriteria Švýcarsko

- 3. *turistické spolky*
- Čl. 17 Postavení
- Turistické spolky jsou obecně prospěšné soukromoprávní sdružení.
- Principiálně je turistický spolek činný na úrovni obcí. Může svou činnost rozšířit na více, zpravidla sousedící obce; dotyčné úřady obcí jsou v tomto případě přednostně vyslyšeny.

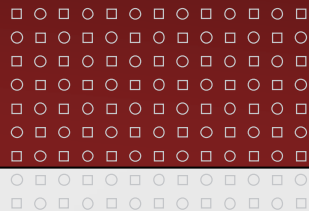




## Kriteria

- (2) Obec bude zařazena do kategorie A, B, nebo C pokud jejich současné určující hodnoty překračují nejméně dvě ze tří hraničních hodnot dané kategorie
- (3) Stanovení hraničních hodnot
- 1. Pro zařazení do kategorie A
    - a) čtyřnásobek střední hodnoty určujících hodnot
    - b) čtyřnásobek střední hodnoty určujících hodnot
    - c) dvou a půl násobek střední hodnoty určujících hodnot
  - 2. Pro zařazení do kategorie B
    - a) dvounásobek střední hodnoty určujících hodnot
    - b) dvounásobek střední hodnoty určujících hodnot
    - c) střední hodnota určujících hodnot podle §2, odstavce 2, bodu 3
  - 3. Pro zařazení do kategorie C
    - vždy 75 % střední hodnoty určujících hodnot





Děkuji za pozornost

