

# GEOGRAFICKÉ ASPEKTY CESTOVNÍHO RUCHU V ČR

---

# Základní pojmy

- **Rekreace** – obnova, odpočinek, zotavení – motivována osobně
- **Cestovní ruch** – společenská, komerční aktivita, která umožňuje lidem, kteří se chtějí rekreovat různé služby
- Velmi dynamické odvětví (avšak citlivé na např. na politickou situace, různé události...)
- **Destinace cestovního ruchu** – cílová oblast, místo, kam směřují turisté

# Význam cestovního ruchu

- Vybrané **společenské funkce** cestovního ruchu:
  - umožňuje obnovu duševních a fyzických sil – odpočinek,
  - slouží k účelnému využití volného času,
  - pomáhá vytvářet nový životní styl – přenosem zvyků a návyků z jiných zemí nebo oblastí,
  - motivuje k získávání jazykových znalostí.
- **Ekonomická funkce:**
  - významnou složku světové ekonomiky i hospodářství jednotlivých států,
  - vytváří řadu pracovních příležitostí,
  - v některých oblastech tvoří hlavní zdroj příjmů obyvatel.
- Cestovní ruch je **rovněž ukazatelem životní úrovně obyvatelstva.**

# Vliv cestovního ruchu na další odvětví

## Přímý vliv

Ubytovací zařízení  
Stravovací zařízení  
Cestovní kanceláře  
Turistická informační centra  
Letecká doprava  
Železniční doprava  
Autobusová doprava  
Pronájem automobilů  
Autoservisy  
Čerpací stanice  
Taxislužba  
Autokluby  
Bankovní instituce  
Muzea  
Divadla  
Kulturní památky  
Lázeňství  
Upomínkové předměty  
Propagační materiály  
Mapy, katalogy, tištěné průvodce  
Sportovní zařízení

## Nepřímý vliv

Stavební průmysl  
Výroba potravin  
Výroba nápojů  
Výroba dopravních prostředků  
Výroba pohonných hmot  
Oděvní průmysl  
Výroba sportovních předmětů a potřeb  
  
Komunikační sítě  
Placené služby obyvatelstvu  
Prodejní síť  
  
Poradenství  
Vzdělávání  
Kultura  
  
Krajinotvorba



## EKONOMICKÝ VÝZNAM CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICĚ | 2019



PRODUKCE  
CESTOVNÍHO  
RUCHU

**355**  
mld. Kč

POČET OSOB  
ZAMĚSTNANÝCH  
V CESTOVNÍM RUCHU

**240**  
tis. osob



HRUBÝ DOMÁCÍ  
PRODUKT ČR

**165**  
mld. Kč

HRUBÁ PŘIDANÁ  
HODNOTA ČR

**143**  
mld. Kč

ZAMĚSTNANCI

**199**  
tis. osob

SEBEZAMĚSTNANÍ

**41**  
tis. osob

## HRUBÁ PŘIDANÁ HODNOTA CESTOVNÍHO RUCHU PODLE REGIONŮ V ČR V ROCE 2018

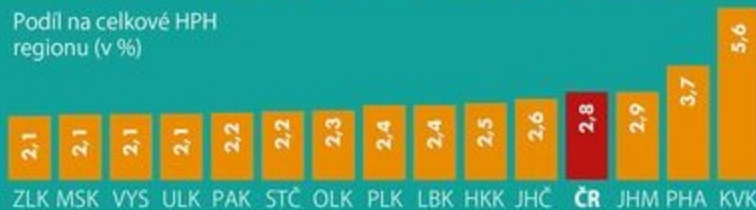
Hrubá přidaná hodnota cestovního ruchu podle regionů v mil. Kč



Podíl na celkové HPH CR (ČR = 100 %, v %)

PHA		JHM		
		34,9	10,3	
STČ	JHČ	5,2	PLK	4,3
	ULK	4,3		
MSK	HKK	4,2	KVK	3,7
	ZLK	3,5		
	OLK	3,8	PAK	3,2
	VYS	3,0	LBK	2,8

Podíl na celkové HPH regionu (v %)



# Lokalizační faktory CR

A) přírodní faktory,

B) společenské faktory

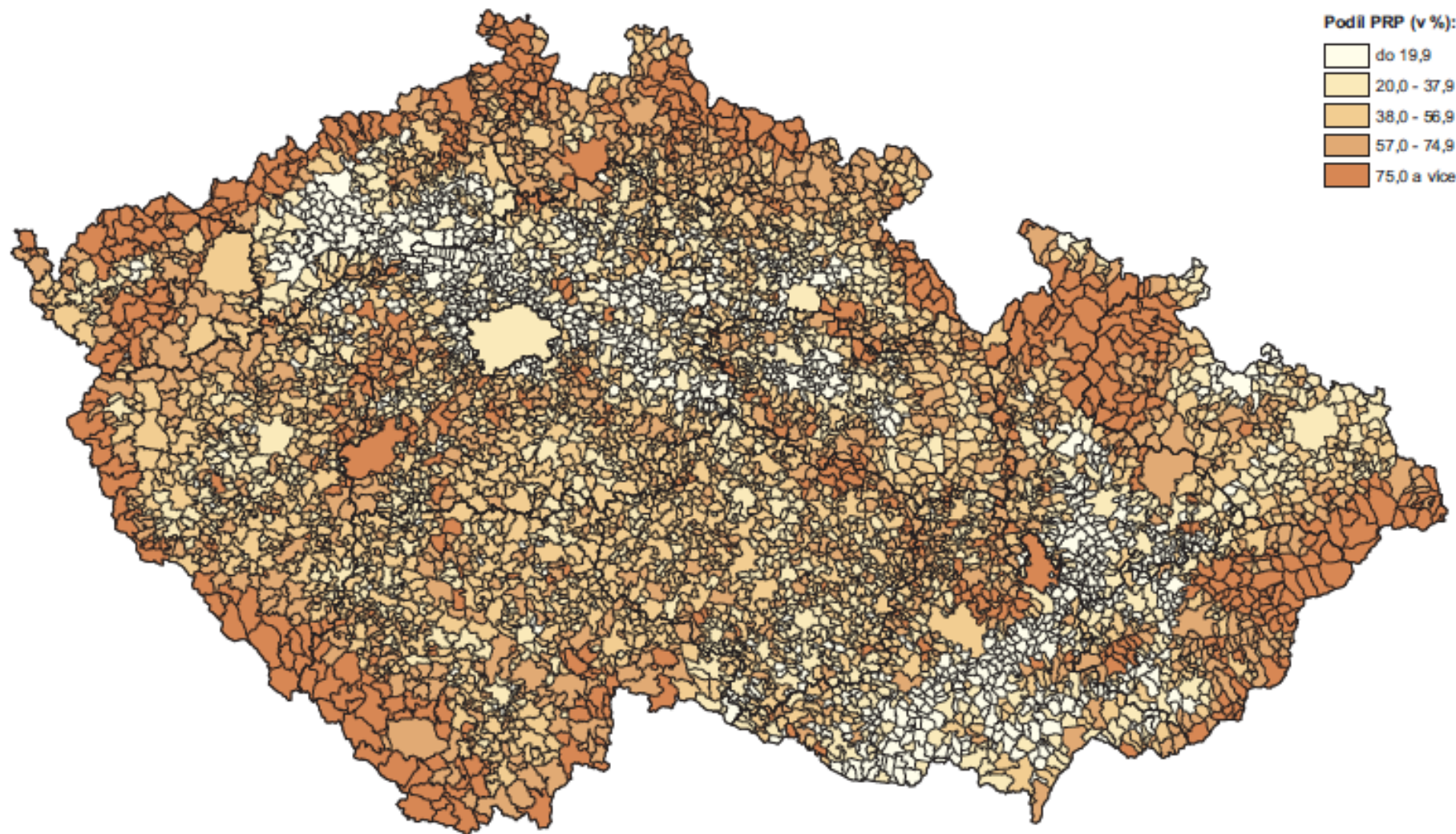
- Mezi **přírodní faktory** patří:
  - klima (podnebí),
  - hydrologické poměry,
  - reliéf,
  - geologie,
  - flóra a fauna.
- **Společenské faktory** mají většinou charakter stálých objektů (hrady, zámky, divadla) nebo jednorázových akcí (festivaly, koncerty, církevní akce).

# Satelitní účet CR

- <https://tourdata.cz/data/satelitni-ucet-cestovniho-ruchu-csu/>



# POTENCIÁLNÍ REKREAČNÍ PLOCHY



Zdroj dat: Úhonné hodnoty druhů pozemků, ČÚZK, 2005  
vlastní výpočty

0 20 40 60 80 100 km

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

# PŘÍRODNÍ ATRAKTIVITY A POZORUHODNOSTI CESTOVNÍHO RUCHU



## Legenda

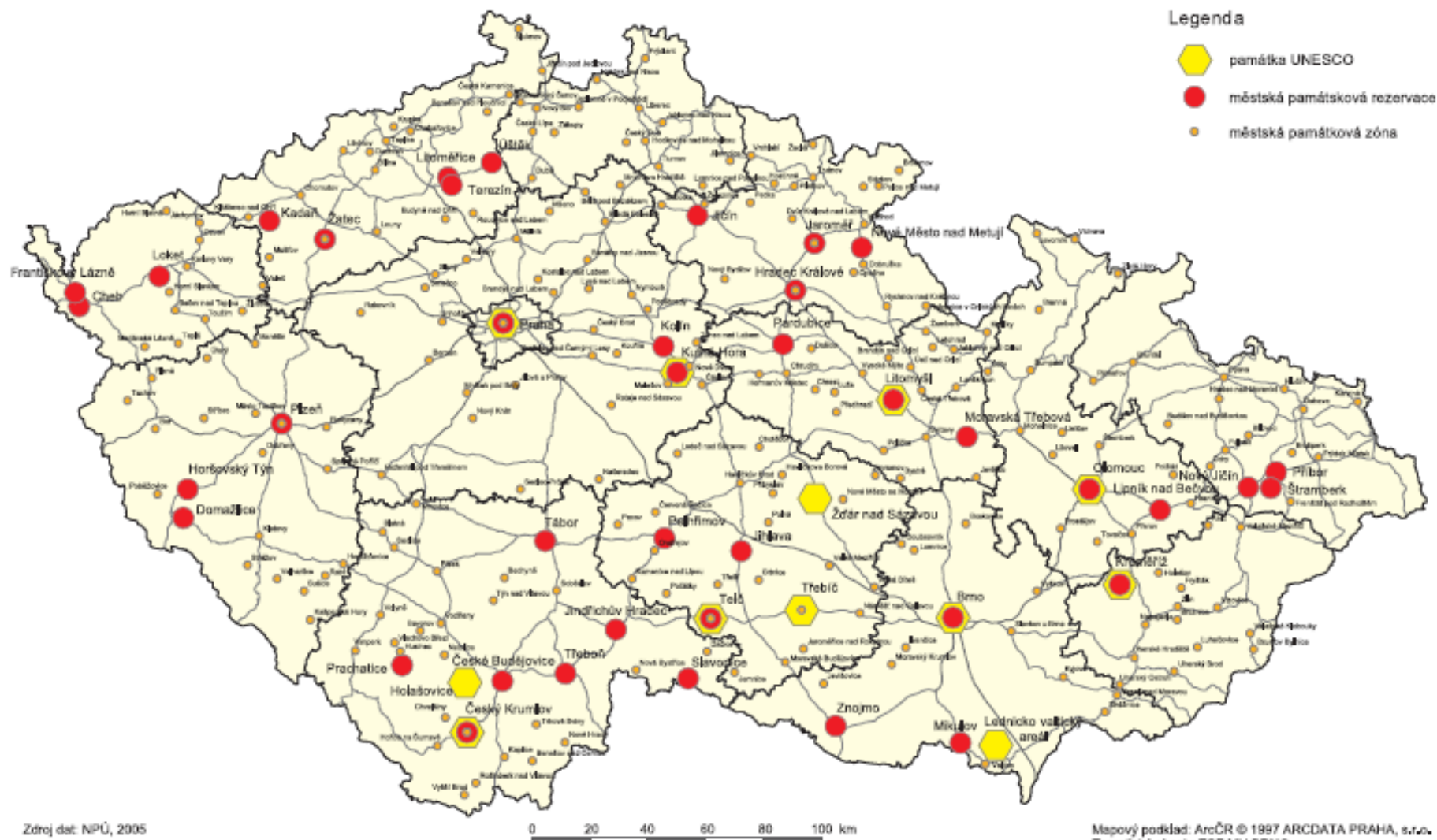
- Podolí národní park
- Beskydy CHKO
- skalní plískovcová města a útvary
- významné přírodní atraktivity
- ostatní přírodní atraktivity
- jeskyně

Zdroj dat: Navštívte národní parky a CHKO, 2003  
AOPK, 2006



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

# MĚSTSKÉ PAMÁTKOVÉ REZERVACE A ZÓNY A PAMÁTKY UNESCO



# Rizika cestovního ruchu

- **škody na životním prostředí** zejména při překročení únosné míry návštěvnosti (škody prostřednictvím činností a chování návštěvníků – znečišťování vody, půdy, ovzduší, hluk, lesní požáry, devastace flóry a fauny, poškozování památek, problémy spojené s likvidací odpadu),
- **socio-kulturní změny lokality** (změny životního stylu místních obyvatel, změna systému hodnot, střet kultur – ohrožení jejich původního způsobu života, sociální stres).

# Overturismus

- <https://magazin.aktualne.cz/turisticka-apokalypsa-v-adrspachu-kdyz-se-na-prirodu-stoji-v/r~2095dbeoc35211e9b5e8ac1f6b220ee8/r~04651be4c35111e9a305ac1f6b220ee8/>

# Typologie cestovního ruchu

- **Druhy cestovního ruchu** – stanoveny na základě způsobu realizace.
- **Formy cestovního ruchu** – určujeme na základě motivace účasti na cestovním ruchu.

# VÝZNAMNÉ HRADY A ZÁMKY



Zdroj dat: NÚP, 2005

0 20 40 60 80 100 km

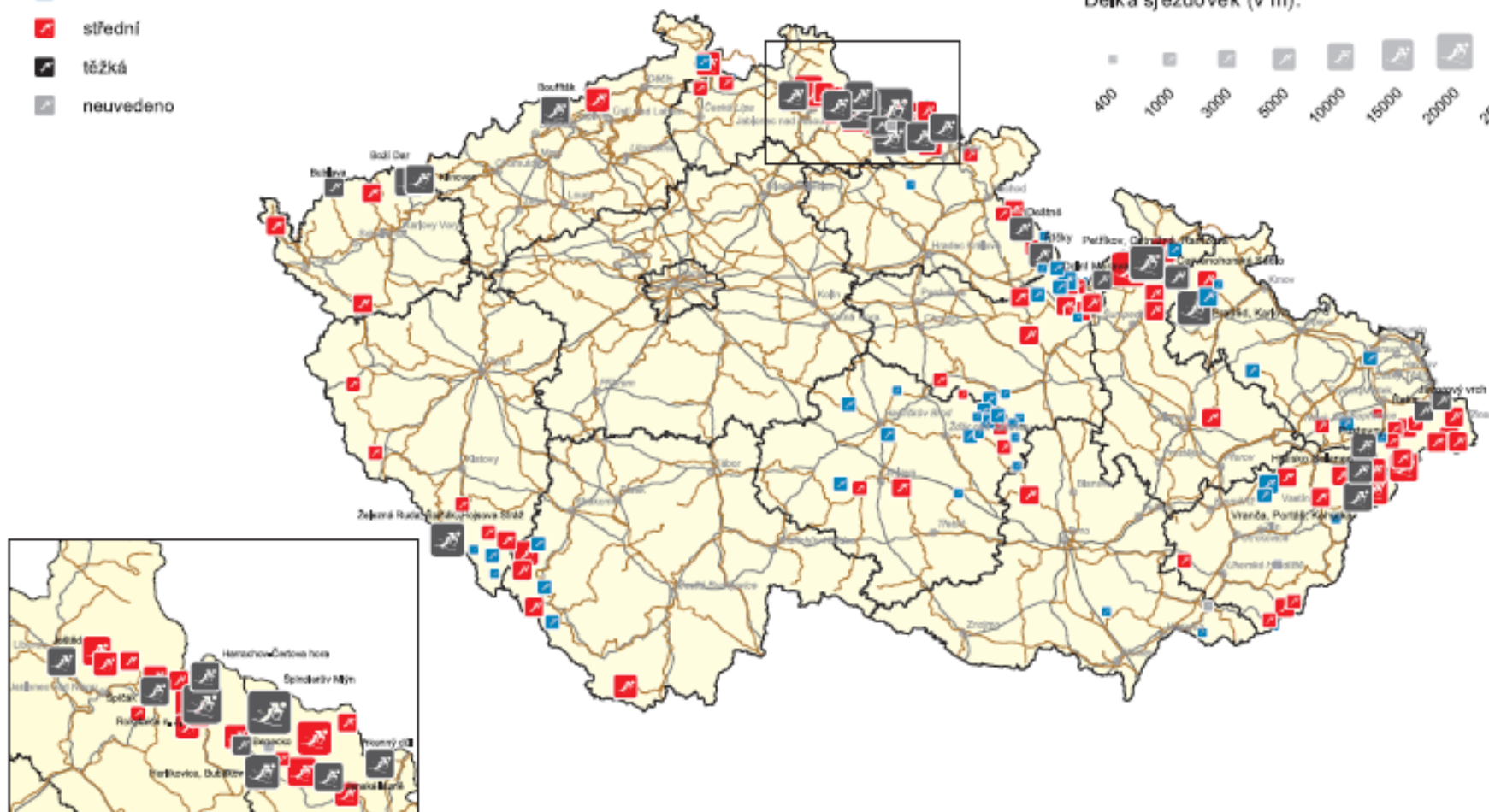
Mapový podklad: ArcČR © 1997 ARCDATA PRAHA, s.r.o.  
Tematický obsah: ESF MU BRNO

# ZIMNÍ SPORTY A REKREACE - SJEZDOVKY

Obtížnost sjezdových tratí:

-  lehká
-  střední
-  těžká
-  neuvedeno

Délka sjezdovek (v m):



Zdroj dat: [www.holidayinfo.cz](http://www.holidayinfo.cz)

0 25 50 75 100 125 km

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





# VELETRŽNÍ A KONGRESOVÝ CESTOVNÍ RUCH

Význam středisek veletržního a kongresového cestovního ruchu:

veletrhy

kongresy

- |               |                 |
|---------------|-----------------|
| ▲ lokální     | ● lokální       |
| ▲ regionální  | ● regionální    |
| ▲ národní     | ● nadregionální |
| ▲ mezinárodní | ● mezinárodní   |



Zdroj dat: www.CZsCOT.cz, 2005

0 20 40 60 80 100 km

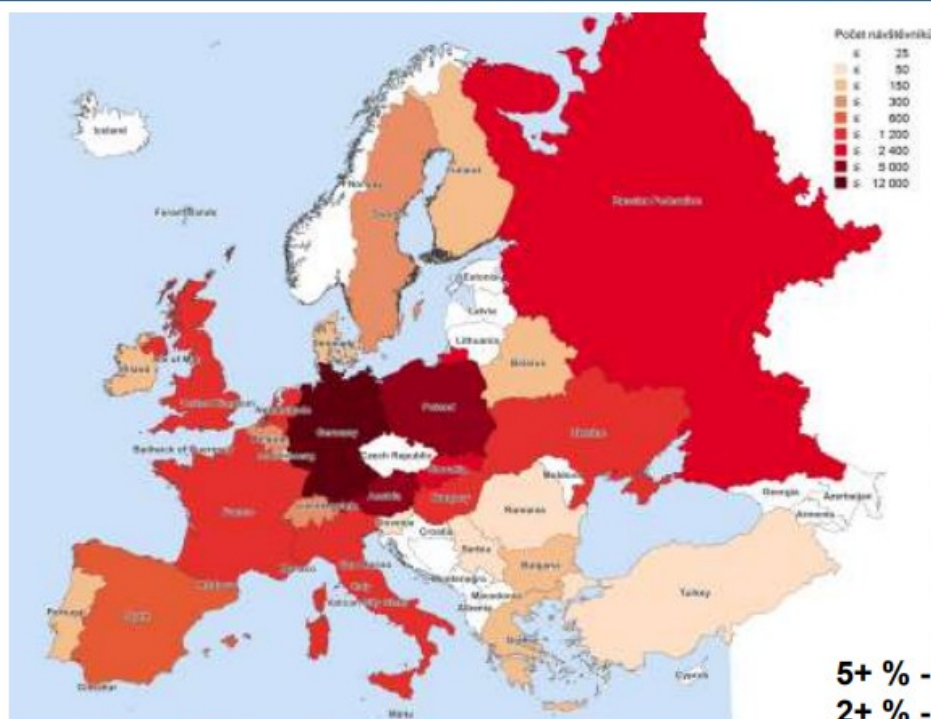
Mapový podklad: ArcČR © 1997 ARCDATA PRAHA, s.r.o.  
Tematický obsah: ESF MJ BRNO

# Turistické atraktivity v ČR

- Atraktivity jsou jednotlivé zvláštnosti, které činí konkrétní oblast pro **cestovní ruch** přitažlivější (například svou ojedinělostí).
- Atraktivity mohou být např.:
- **přírodní** - do značné míry neměnné a uplatňují se zpravidla v rozsáhlejších areálech,
- **společenské** - uspokojují hlavně poptávku po poučení a zábavě, uplatňují se přitom různorodé zájmy účastníků,
- **sportovní** - v souvislosti s masovou účastí obyvatelstva na podnicích tohoto druhu roste i význam těchto zařízení v cestovním ruchu.

89 % zahraničních návštěvníků ČR tvoří obyvatelé evropských zemí a mezi nimi především obyvatelé sousedních států, hlavně Německa (34%) a Polska (13%). Incoming z Rakouska, Slovenska a Ruska se pohybuje mezi 6-9%.

## ZAHRA NIČNÍ NÁVŠTĚVNÍCI ČR PODLE TRVALÉHO POBYTU



KONTINENT	Počet	%
<b>Evropa</b>	<b>30 883</b>	<b>89,3</b>
<b>Asie</b>	<b>2 950</b>	<b>8,5</b>
Severní Amerika	575	1,7
Jižní Amerika	81	0,2
Austrálie a Oceán.	70	0,2
Afrika	38	0,1
SOUSEDÍCÍ ZEMĚ	Počet	%
<b>Sousedí celkem</b>	<b>21 635</b>	<b>62,5</b>
<b>1. Německo</b>	<b>11 793</b>	<b>34,1</b>
2. Polsko	4 465	12,9
3. Rakousko	3 260	9,4
4. Slovensko	2 117	6,1

ZEMĚ	Počet	%
5. Rusko	2 109	6,1
6. Itálie	1 156	3,3
7. Francie	897	2,6
8. UK	808	2,3
9. Nizozemsko	790	2,3
10. Japonsko	786	2,3
11. Čína	744	2,2
12. Jižní Korea	694	2,0
13. Ukrajina	686	2,0
14. Maďarsko	629	1,8
15. Španělsko	578	1,7
16. USA	453	1,3
17. Izrael	321	0,9
18. Švédsko	284	0,8
19. Belgie	220	0,6
20. Švýcarsko	196	0,6

5+ % - 5 zdrojových trhů

2+ % - 13 zdrojových trhů

50+ respondentů – 30 zdrojových trhů

**CzechTourism** n=34 597, zahraniční návštěvníci

## HLAVNÍ DŮVOD NÁVŠTĚVY (PODLE PŮVODU NÁVŠTĚVNÍKA)

### REKREACE, VOLNÝ ČAS, DOVOLENÁ (>90)



Jižní Korea, Irsko,  
Japonsko, Čína

### NÁVŠTĚVA PŘÍBUZNÝCH, ZNÁMÝCH (>25)



Bulharsko, Slovensko,  
Ukrajina

### NÁKUPY (>8)



Německo, Polsko  
a Rakousko

### OBCHODNÍ CESTA (>20)



Izrael, Rakousko,  
Ukrajina



**Zahraníční turisté: kulturní památky, gastronomie a společenský život (+ církevní turistika).**  
**Domácí turisté: kulturních památky, pěší turistika a návštěvy (+ lyžování, koupání, cykloturistika, chata).**  
**Zahraníční výletníci: gastronomie.**

## TURISTICKÉ CÍLE (PODLE TYPU NÁVŠTĚVNÍKA)

	n	Cestovní ruch		Typ návštěvníka			
		16841	34597	7787	27337	9054	7260
		Domácí	Přijezdový	Turista (DCR)	Turista (PCR)	Výletník (DCR)	Výletník (PCR)
<b>Kulturní památky</b>		28	43	34	51	22	11
Gastronomie		11	26	13	27	10	21
Společenský život a zábava		13	22	17	25	9	12
Přírodní památky (jeskyně, vyhlídky ...)		14	18	20	19	9	10
Návštěva příbuzných či známých		20	16	27	18	14	9
Pěší turistika		24	15	33	15	16	16
Péče o fyzickou a duševní kondici (wellness ...)		8	14	15	17	2	2
Návštěvy kulturních akcí (festivally, koncerty ...)		9	11	9	12	9	5
Technické památky (rozhledny, doly a lomy ...)		5	6	6	7	3	3
Církevní turistika (církevní památky, poutě ...)		2	6	3	7	2	2
Lyžování		6	5	9	5	4	5
Návštěvy sportovních akcí (závody, utkání ...)		4	5	5	6	3	2
Koupání, vodní sporty		6	5	7	5	5	2
Cykloturistika, horská cyklistika, in-line apod.		4	3	7	3	2	3
Trekking, horská turistika		2	2	2	2	1	3
Táboření, expediční pobyt, život v přírodě		1	2	2	3	<1	<1
Venkovský turismus		1	2	2	3	1	1
Pobyt na chatě či chalupě		3	1	6	1	<1	<1

## TURISTICKÉ CÍLE (PODLE PŮVODU NÁVŠTĚVNÍKA)

### KULTURNÍ PAMÁTKY (>80)



Jižní Korea, Japonsko, Irsko,  
Čína, Portugalsko a  
Španělsko

### GASTRONOMIE (>35)



Maďarsko, Dánsko,  
Bulharsko, Itálie, Austrálie a  
Španělsko

### SPOLEČENSKÝ ŽIVOT A ZÁBAVA (>30)



Austrálie, Dánsko, Řecko,  
Maďarsko, Itálie, Belgie,  
Švédsko, UK a Španělsko

### PŘÍRODNÍ PAMÁTKY (>20)



Bělorusko, Rusko, Řecko,  
Nizozemsko, Dánsko a  
Německo



**Kultura: Praha.**

**Gastronomie: Jihomoravský kraj.**

**Aktivní dovolená: Liberecký kraj.**

## REGIONÁLNÍ DIFERENCIACE VÝZNAMNOSTI TURISTICKÝCH CÍLŮ

### KULTURNÍ TURISMUS



### GASTRONOMIE



### AKTIVNÍ TURISMUS



Kulturní památky (hrady, zámky, muzea, historická architektura), technické památky (rozhledny, industriální areály, doly a lomy, vojenské objekty), církevní turismus (církevní památky, poutě, náboženské aktivity apod.), návštěvy kulturních akcí (festivaly, slavnosti, koncerty apod.)

Cykloturistika, horská cyklistika, in-line apod., vodácký turismus, koupání, vodní sporty, trekking, horský turismus, lyžování, kolektivní sporty, outdoorové či adrenalinové sporty (horolezectví, air soft, létání apod.)

**CzechTourism**

**Otázka:**

**O6.** Jaké aktivity jste během tohoto Vašeho pobytu v lokalitě / turistickém regionu provozoval/a?  
/ Jaké aktivity jste během této Vaší návštěvy České republiky provozoval/a?

n=51 438, všichni respondenti, v %



**Wellness: KV „lázeňský trojúhelník“ + Zlínský kraj.**  
**Pěší turistika a přírodní památky: pohraniční hory na severu a SZ.**  
**Venkovský turismus: Vysočina.**

## REGIONÁLNÍ DIFERENCIACE VÝZNAMNOSTI TURISTICKÝCH CÍLŮ

### WELLNESS



Péče o fyzickou a duševní kondici (wellness a lázně, fitness, posilování, sauna, rehabilitace apod.)

### PĚŠÍ TURISTIKA, PŘÍRODNÍ PAMÁTKY A TÁBOŘENÍ



Pěší turistika, přírodní památky (jeskyně, vyhlídky, skalní útvary, hory, prameny, chráněná území), táboření, expediční pobyt, život v přírodě

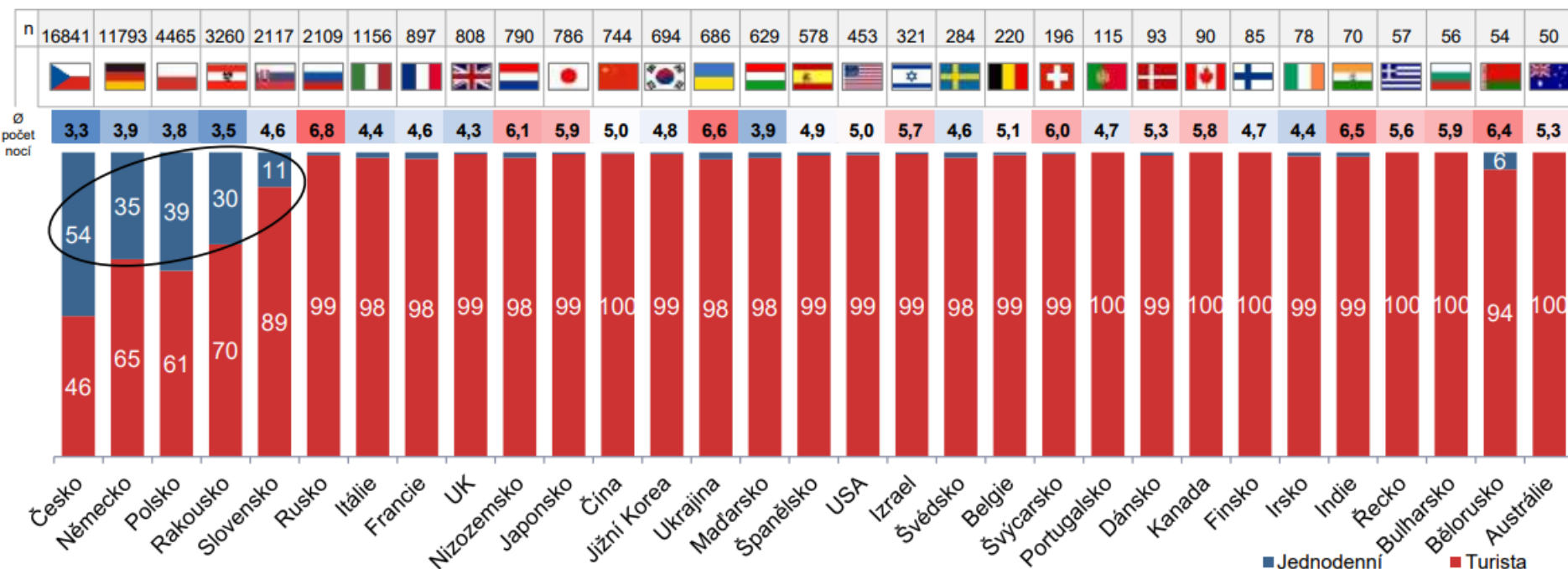
### VENKOVSKÝ TURISMUS



Venkovský turismus (agroturismus, pobyt na farmě, projíždky na koni apod.)

**Výletníci = tuzemci nebo sousední země.**  
**Na ostatních zdrojových trzích drtivě převažují turisté.**  
**Nejdelší pobyty: Rusové, Ukrajinci, Bělorusové a Indové.**

## Ø DÉLKA POBYTU (PODLE PŮVODU NÁVŠTĚVNÍKA)



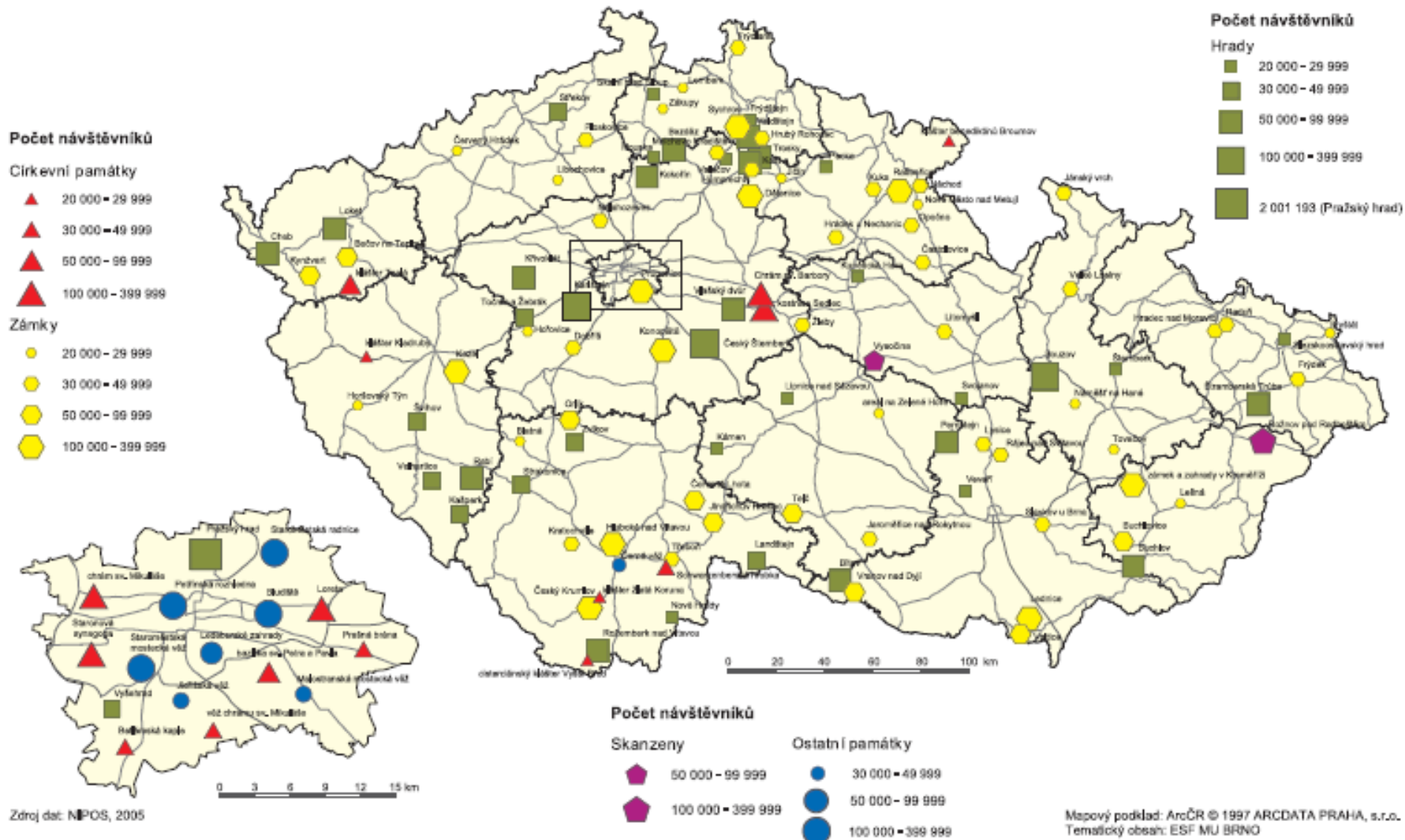
# TOP 10 nejnavštěvovanějších turistických cílů v 2020

## NEJNAVŠTĚVOVANĚJŠÍ TURISTICKÉ CÍLE ČESKÉ REPUBLIKY 2020

### TOP 50

	název cíle	v tis.*	%20/19	kraj
1	Lanová dráha na Petřín, Malá Strana	1014,3	-55%	Hlavní město Praha
2	Zoologická zahrada hl. m. Prahy, Troja	851,6	-42%	Hlavní město Praha
3	AquaPalace Praha, Čestlice	536,9	-47%	Středočeský kraj
4	Pražský hrad, Hradčany	512,8	-80%	Hlavní město Praha
5	ZOO Zlín, Zlín	506,0	-26%	Zlínský kraj
6	Dolní Vítkovice, Ostrava	493,1	-64%	Moravskoslezský kraj
7	Safari Park Dvůr Králové, Dvůr Králové nad Labem	450,9	-17%	Královéhradecký kraj
8	Zoologická zahrada Ostrava, Slezská Ostrava	419,5	-28%	Moravskoslezský kraj
9	ZOO Plzeň, Plzeň	372,4	-26%	Plzeňský kraj
10	Aqualand Moravia, Pásohlávky	367,7	-54%	Jihomoravský kraj

# NÁVŠTĚVNOST NEJVÝZNAMNĚJŠÍCH PAMÁTEK



# Rajonizace ČR z hlediska cestovního ruchu

- Předmětem rajonizace cestovního ruchu **bylo zmapování hlavních předpokladů rozvoje a rozmístění cestovního ruchu v konkrétních územních celcích.**

## Turistický region

- Územní celek, jehož nabídka CR svým množstvím, kvalitou, rozmanitostí a atraktivitou **vyvolává návštěvnost.** Potenciál území vytváří vhodné předpoklady pro realizaci konkurenceschopné nabídky produktů cestovního ruchu s důrazem na příjezdový cestovní ruch a pro vybrané z nich jsou součástí národních produktů. Území je v oblasti cestovního ruchu **řízeno profesní organizací a jsou za území shromažďovány statistické informace.** Je **základní jednotkou národní propagace a marketingu cestovního ruchu republiky.** Mohou se členit na turistické oblasti.

## Turistická oblast

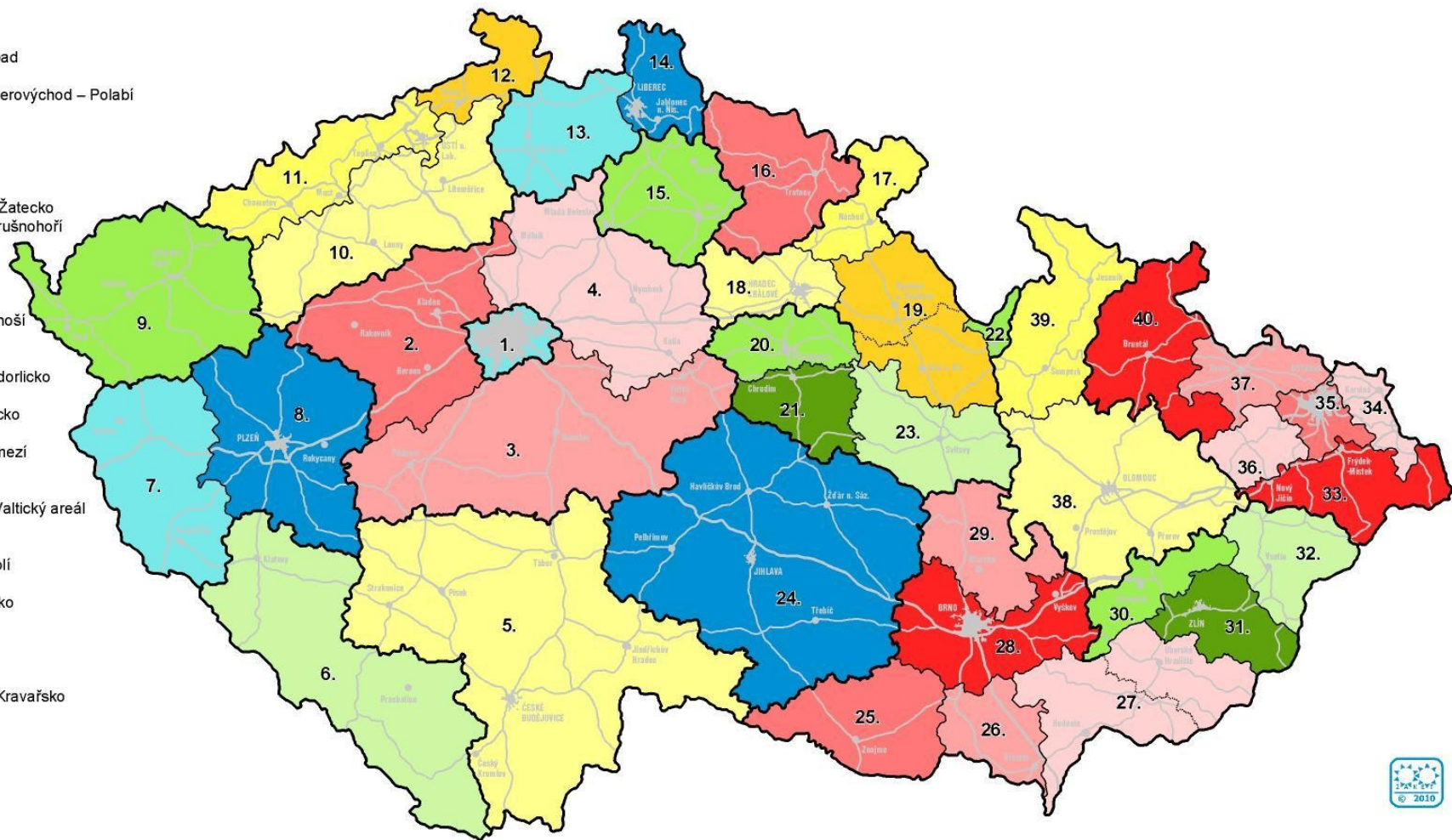
- Územní celek **specifických potenciálem převážně stejných přírodních, resp. kulturně-historických podmínek a vlastností pro rozvoj cestovního ruchu a rekreace.** Potenciál daného území vytváří vhodné předpoklady pro realizaci konkurenceschopné **nabídky produktů cestovního ruchu se zaměřením především na domácí cestovní ruch.** Území je v oblasti rozvoje cestovního ruchu koordinováno profesní organizací a jsou za území shromažďovány statistické informace.

# Turistické regiony České republiky



# Turistické oblasti České republiky

1. Praha
2. Střední Čechy – západ
3. Střední Čechy – jih
4. Střední Čechy – severovýchod – Polabí
5. Jižní Čechy
6. Šumava
7. Český les
8. Plzeňsko
9. Západočeské lázně
10. České Středohoří a Žatecko
11. Krušné hory a Podkrkonoší
12. České Švýcarsko
13. Českolipsko
14. Jizerské hory
15. Český ráj
16. Krkonoše a Podkrkonoší
17. Kladské pomezí
18. Hradecko
19. Orlického hory a Podorlicko
20. Pardubicko
21. Chrudimsko – Hlincecko
22. Králický Sněžník
23. Českomoravské pomezí
24. Vysočina
25. Znojemsko a Podyjí
26. Pálava a Lednicko-Valtický areál
27. Slovácko
28. Brno a okolí
29. Moravský kras a okolí
30. Kroměřížsko
31. Zlínsko a Luhačovičko
32. Valašsko
33. Beskydy – Valašsko
34. Těšínské Slezsko
35. Ostravsko
36. Poodří – Moravské Kravaňsko
37. Opavské Slezsko
38. Střední Morava
39. Jeseníky – západ
40. Jeseníky – východ



# Základní data a fakta o cestovním ruchu v ČR

- Měříme-li **úspěšnost jakékoliv činnosti, je nutné ji kvantifikovat** (změřit, spočítat). K hodnocení národního hospodářství daného státu budeme používat **makroekonomické** veličiny, kterými budeme sledovat a vyhodnocovat ekonomickou rovnováhu ve státě. Tyto ukazatele spolu úzce souvisí a jsou vzájemně provázané.
- **hrubý domácí produkt – HDP,**
- **inflace,**
- **nezaměstnanost,**
- **bilance zahraničního obchodu.**



# Dopady covid-19 na ČR

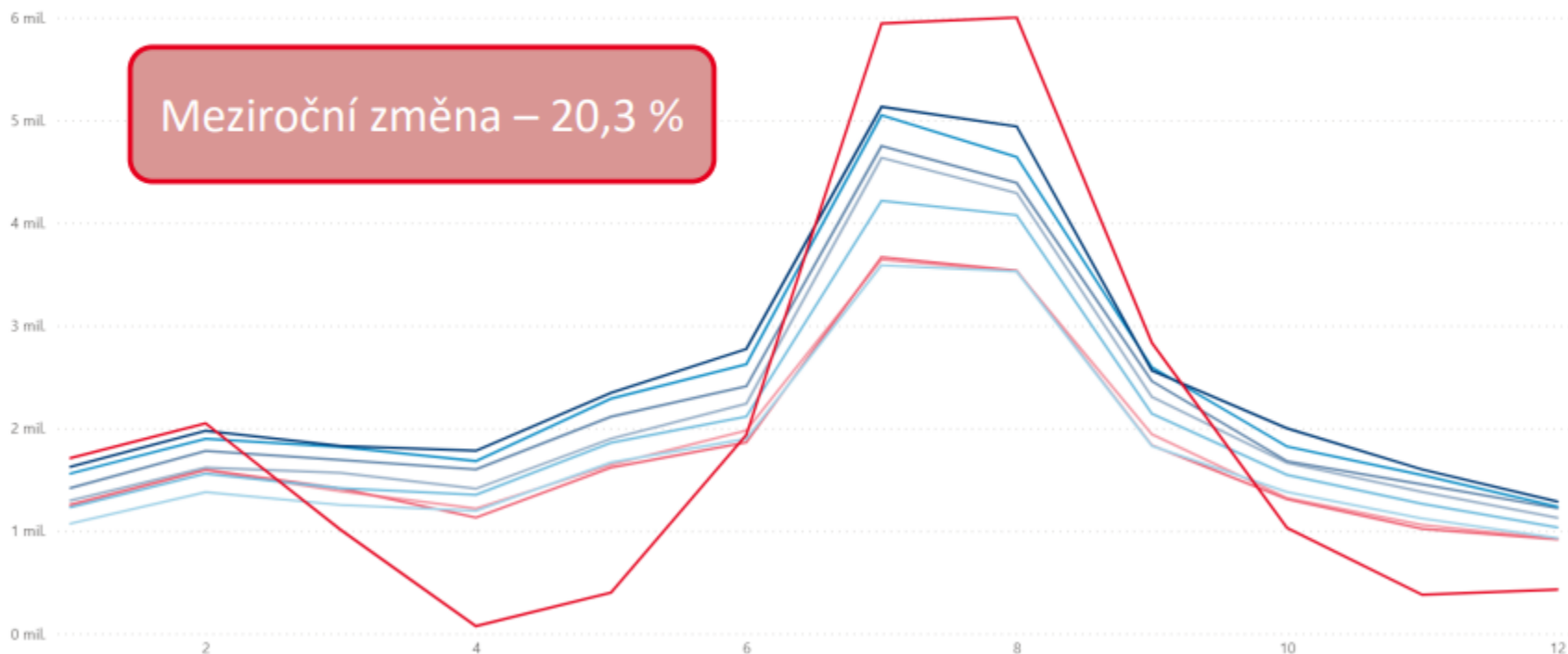
Pokles spotřeby o 161 mld.

V multiplikaci pokles o 324 mld.

Pokles o 111 tis. prac. úvazků v ČR

## Vývoj počtu přenocování – domácí turisté

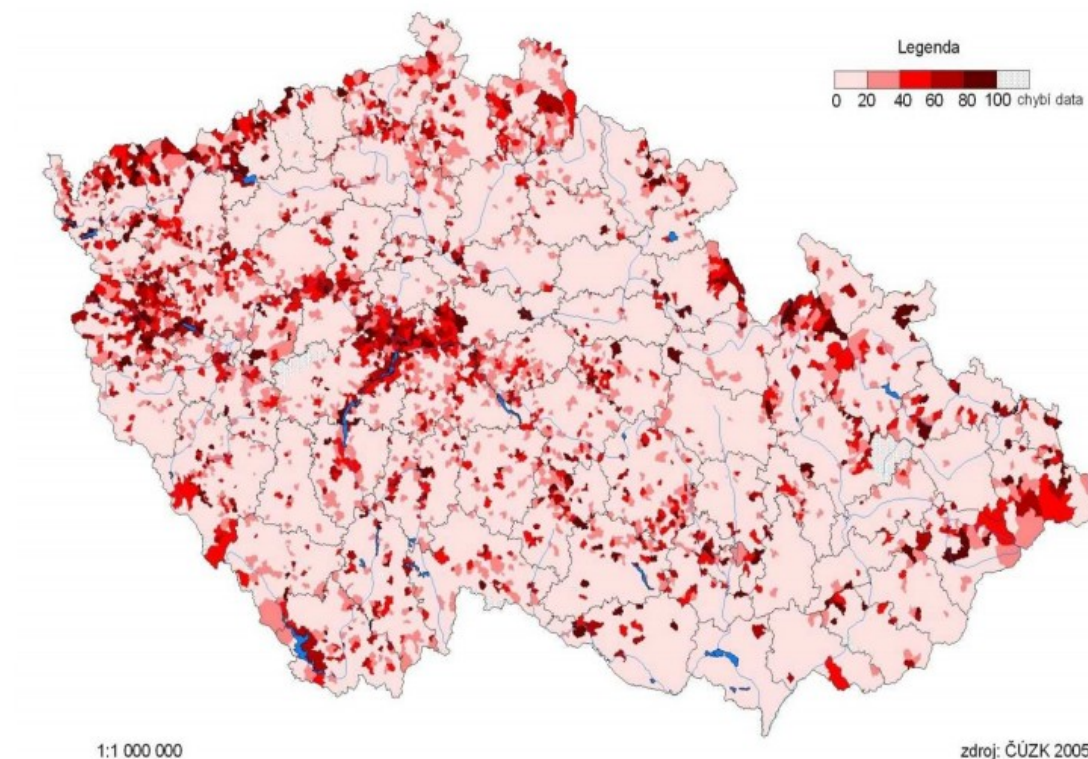
Rok ● 2012 ● 2013 ● 2014 ● 2015 ● 2016 ● 2017 ● 2018 ● 2019 ● 2020



# Druhé bydlení

Objekty druhého bydlení na úhrnu obytných staveb

autoři: Jiří Vágnr, Dana Fialová



# Literatura

- <http://www.czechtourism.cz>
- Vystoupil, J. a kol. Atlas cestovního ruchu ČR. Praha: MMR, 2006. ISBN 80-239-7256-1.
- PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Výkladový slovník cestovního ruchu, 2002*
- [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz)