

OBSAH

Úvod	9
A. VÝCHODISKA A RÁMEC CESTOVNÍHO RUCHU	11
1. Obecné aspekty cestovního ruchu	13
1.1 Přístupy k vymezení cestovního ruchu	13
Vymezení cestovního ruchu	17
Prostorové souvislosti cestovního ruchu	20
Typologie cestovního ruchu	28
Charakteristika cestovního ruchu jako hospodářského odvětví	33
1.2 Možnosti rozvoje odvětví cestovního ruchu	41
Podmínky rozvoje cestovního ruchu	41
Současné faktory ovlivňující cestovní ruch na lokální, národní a evropské úrovni	45
Aktuální problémy a rizika cestovního ruchu	49
Současné trendy a příležitosti rozvoje cestovního ruchu	55
B. SPECIFIKACE ODVĚTVÍ CESTOVNÍHO RUCHU	63
2. Atraktivita a typy cestovního ruchu	65
2.1 Atraktivita cestovního ruchu	65
Přírodní atraktivita	65
Kulturně-historické atraktivita	67
Organizované atraktivita	69
Sociální atraktivita	69
2.2 Typy cestovního ruchu	71
Aktivní turistika	71
Incentivní turistika	76
Poznávací turistika	78
Venkovská turistika	80
Veletržní a kongresová turistika	84
Lázeňská turistika	87
Specifická turistika	89
3. Infrastruktura a služby cestovního ruchu	95
3.1 Základní turistická infrastruktura a služby	96
Ubytovací a stravovací zařízení a služby	96

Kategorizace ubytovacích a stravovacích zařízení	99
3.2 Doprovozná turistická infrastruktura a služby	104
Infrastruktura a služby pro kulturu	104
Infrastruktura a služby pro sport, volný čas a rekreaci	107
3.3 Turistická dopravní infrastruktura a služby	110
4. Organizace a management cestovního ruchu	121
4.1 Organizace cestovního ruchu	121
Aktéři rozvoje	122
Přístupy k organizaci na různých prostorových úrovních	126
4.2 Management cestovního ruchu	134
Organizační a personální zajištění managementu	134
Financování managementu cestovního ruchu	139
Využití nových informačních technologií v cestovním ruchu	162
5. Marketing a produkty cestovního ruchu	145
5.1 Marketingová podpora cestovního ruchu	146
Image regionu a percepce	147
Marketingová strategie	148
Rajonizace cestovního ruchu a její význam jako marketingového nástroje	151
Prodej a distribuce turistické nabídky	153
Vybrané marketingové nástroje prodeje a distribuce turistické nabídky	162
Šetření a monitoring návštěvnosti	169
5.2 Programy a produkty cestovního ruchu	176
Produkt cestovního ruchu	176
Tvorba produktů a programů	177
Uplatnění/zhodnocení produktů cestovního ruchu	180
Tematické programy a produkty cestovního ruchu	181
Programy a produkty založené na spolupráci více subjektů	182
C. CESTOVNÍ RUCH A VEŘEJNÁ SPRÁVA	185
6. Činnosti subjektů veřejné správy v rozvoji cestovního ruchu	187
6.1 Veřejná správa a cestovní ruch	187
Veřejná správa v ČR	187
Státní správa a její organizace	191

6.2 Organizace, kompetence a činnosti v oblasti cestovního ruchu na regionální úrovni	197
Činnosti krajských samospráv v oblasti cestovního ruchu	197
Přístupy krajů ČR k rozvoji cestovního ruchu	201
6.3 Organizace, kompetence a činnosti v oblasti cestovního ruchu na místní úrovni	205
Činnosti obcí v oblasti cestovního ruchu	205
Zapojení obcí do rozvojových struktur v oblasti cestovního ruchu	207
7. Nástroje veřejného sektoru pro podporu cestovního ruchu	211
7.1 Koncepční dokumenty	212
Koncepční dokumenty	213
Politika cestovního ruchu	215
Programy rozvoje cestovního ruchu v krajích ČR	218
Koncepční dokumenty organizací cestovního ruchu	220
Cestovní ruch v dokumentech regionálního rozvoje	222
7.2 Organizační struktury	224
Klasifikace a charakteristiky spolupráce ve veřejné správě	224
Spolupráce v cestovním ruchu	225
Financování spolupráce	226
7.3 Finanční nástroje	229
Uplatnění finančních nástrojů na jednotlivých úrovních veřejné správy	229
Finanční systém veřejné správy	230
Dotace	231
Finanční spolupráce	234
7.4 Ostatní formy podpory	236
Věcná podpora	236
Metodická podpora	237
Marketingová podpora	238
Glosář	241
Seznam zkratk	251
Literatura	255