

# Obsah

<b>1</b>	<b>Systém cestovního ruchu</b>	<b>9</b>
1.1	Podstata cestovního ruchu	10
1.2	Cestovní ruch jako systém	12
1.2.1	Subjekt cestovního ruchu	13
1.2.2	Objekt cestovního ruchu	15
1.3	Okolí systému cestovního ruchu	16
1.3.1	Ekonomické prostředí	16
1.3.2	Politické prostředí	17
1.3.3	Sociální prostředí	18
1.3.4	Technicko-technologické prostředí	18
1.3.5	Ekologické prostředí	19
1.4	Typologie cestovního ruchu	21
1.4.1	Druhy cestovního ruchu	22
1.4.2	Formy cestovního ruchu	27
<b>2</b>	<b>Vývoj cestování a cestovního ruchu</b>	<b>39</b>
2.1	Motivy a vývoj cestování ve starověku a středověku	39
2.2	Motivy cestování v novověku	40
2.3	Vznik a vývoj novodobého cestovního ruchu v Evropě	44
2.3.1	První etapa – období do 1. světové války	44
2.3.2	Druhá etapa – období mezi dvěma světovými válkami	45
2.3.3	Třetí etapa – období po 2. světové válce	46
2.3.4	Globalizace a evropeizace v oblasti cestovního ruchu	47
2.3.5	Cestovní ruch v kontextu Evropské unie	48
2.4	Zvláštnosti vývoje cestovního ruchu na území České republiky	50
2.4.1	Rozvoj cestovního ruchu v České republice mezi dvěma světovými válkami	50
2.4.2	Rozvoj cestovního ruchu v České republice po 2. světové válce	51
2.5	Organizace a řízení cestovního ruchu v České republice	55
2.5.1	Organizace a řízení cestovního ruchu do roku 1990	55
2.5.2	Systém cestovního ruchu po roce 1990	55
2.5.3	Odbor cestovního ruchu Ministerstva pro místní rozvoj ČR	56
2.5.4	Tradice hotelnictví v České republice	58
2.5.5	Vývoj průvodcovské činnosti	60

<b>3</b>	<b>Trh cestovního ruchu</b>	<b>62</b>
3.1	Základní charakteristika trhu cestovního ruchu a jeho specifika	62
3.2	Typologie účastníků cestovního ruchu	63
3.3	Metody studia trhu cestovního ruchu	65
3.4	Struktura trhu cestovního ruchu, trendy vývoje	65
3.5	Metody boje o trh cestovního ruchu	66
3.6	Vývoj nového produktu	71
3.7	Prodej ve sféře cestovního ruchu	71
3.7.1	Formy prodeje v cestovním ruchu	71
3.7.2	Reklama	72
3.7.3	Reklamní a nabídkové materiály jako podpora prodeje	73
3.7.4	Image subjektu cestovního ruchu	74
<b>4</b>	<b>Podniky cestovního ruchu</b>	<b>76</b>
4.1	Typologie podniků cestovního ruchu	76
4.2	Specifika podniků cestovního ruchu	80
4.3	Kooperace podniků cestovního ruchu	82
4.3.1	Výhody hotelových skupin	82
4.3.2	Problémy hotelových skupin	83
4.3.3	Integrovaný řetězec	83
4.3.4	Franchisový systém	83
4.3.5	Smlouva o řízení	85
4.3.6	Dobrovolný hotelový řetězec	86
4.4	Orgány koordinace cestovního ruchu	88
4.4.1	Ministerstvo pro místní rozvoj	88
4.4.2	Kraje	88
4.4.3	Obce	89
4.4.4	CzechTourism	89
4.4.5	Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky	90
4.4.6	Národní Federace hotelů a restaurací České republiky	91
4.4.7	Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu – HO.RE.KA ČR	92
4.4.8	Asociace cestovních kanceláří České republiky	92
4.4.9	Asociace českých cestovních kanceláří a agentur	93
4.4.10	Asociace průvodců České republiky	93
4.4.11	Sdružení průvodců České republiky	94
<b>5</b>	<b>Produkt cestovního ruchu</b>	<b>96</b>
5.1	Struktura, zvláštnosti a tvorba produktu cestovního ruchu	96

5.2	Služby jako součást produktu cestovního ruchu . . . . .	99
5.2.1	Podstata služeb a jejich znaky v cestovním ruchu . . . . .	100
5.2.2	Klasifikace služeb v cestovním ruchu . . . . .	103
5.2.3	Charakteristika služeb v cestovním ruchu . . . . .	106
5.3	Distribuce produktu cestovního ruchu . . . . .	125
<b>6</b>	<b>Marketing v cestovním ruchu . . . . .</b>	<b>130</b>
6.1	Marketing služeb (marketing services) . . . . .	130
6.2	Marketing cestovního ruchu (marketing tourism) . . . . .	134
6.3	Marketingový mix cestovního ruchu – charakteristika . . . . .	141
6.3.1	Produkt (Product) . . . . .	141
6.3.2	Cena (Price) . . . . .	142
6.3.3	Místo – distribuce (Place) . . . . .	142
6.3.4	Marketingová komunikace (Promotion) . . . . .	143
6.3.5	Lidé (People) . . . . .	146
6.3.6	Spolupráce (Partnership) . . . . .	146
6.3.7	Nabídka balíku služeb (Packaging) . . . . .	147
6.3.8	Programová specifikace služeb (Programming) . . . . .	147
6.4	Využití event marketingu v cestovním ruchu . . . . .	147
6.5	Využití přímého marketingu v cestovním ruchu . . . . .	148
<b>7</b>	<b>Destinační management a marketing . . . . .</b>	<b>152</b>
7.1	Destinační management a marketing . . . . .	152
7.2	Management destinace . . . . .	155
7.3	Model budování destinačního managementu . . . . .	157
7.3.1	Společnost pro management destinací . . . . .	158
7.3.2	Systémy klíčových produktů (obchodů) . . . . .	158
7.3.3	Sítě pro využití trhu . . . . .	159
7.3.4	Brand Management – řízení značek . . . . .	159
7.3.5	Management kvality . . . . .	160
7.3.6	Management znalostí . . . . .	160
7.4	Aplikace marketingu v destinačním managementu . . . . .	161
7.4.1	Marketingové koncepce destinace . . . . .	161
7.4.2	Životní cyklus destinace . . . . .	161
7.5	Poznámky k vybraným částem marketingového mixu . . . . .	163
7.5.1	Produkt, tvorba programů, programování . . . . .	163
7.5.2	Promotion (komunikační) mix . . . . .	163
7.5.3	Kooperace . . . . .	164
7.6	Destinační management a marketing v České republice . . . . .	164

<b>8</b>	<b>Hospodářské a sociální účinky cestovního ruchu . . . . .</b>	<b>168</b>
8.1	Ekonomické aspekty cestovního ruchu . . . . .	168
8.1.1	Účast cestovního ruchu na tvorbě příjmů do státního rozpočtu . . . . .	169
8.1.2	Cestovní ruch jako realizátor tzv. neviditelného exportu . . . . .	171
8.1.3	Cestovní ruch jako ekonomický multiplikátor . . . . .	171
8.1.4	Cestovní ruch jako nositel konečné spotřeby . . . . .	172
8.2	Satelitní účet a jeho aplikace pro měření efektů cestovního ruchu . . . . .	176
8.2.1	SICTA – Standardní mezinárodní klasifikace turistických činností . . . . .	179
8.2.2	Direktiva EU 95/57/EC . . . . .	180
<b>9</b>	<b>Mezinárodní cestovní ruch . . . . .</b>	<b>184</b>
9.1	Vývoj mezinárodního cestovního ruchu . . . . .	184
9.1.1	Bezpečnost a jistota . . . . .	186
9.1.2	Globalizační vlivy . . . . .	190
9.2	Trendy v poptávce evropských turistů . . . . .	192
9.2.1	Cestovní ruch dovolených . . . . .	192
9.2.2	Incentivní a kongresový cestovní ruch . . . . .	196
9.2.3	Česká republika v mezinárodním kontextu . . . . .	197
	<b>Přílohy . . . . .</b>	<b>201</b>
	Dokumenty z oblasti rozvoje cestovního ruchu . . . . .	204
	Světový etický kodex v cestovním ruchu . . . . .	208
	Organizace v cestovním ruchu – Česká republika . . . . .	212
	Zahraniční a mezinárodní organizace v cestovním ruchu . . . . .	216
	<b>O autorech publikace . . . . .</b>	<b>223</b>