

Vytváření organizací cestovního ruchu (OCR) v turistických regionech

Obsah

1. Vymezení destinace cestovního ruchu
2. Postavení cestovního ruchu v regionu
3. Přínosy cestovního ruchu pro region
4. Negativní dopady rozvoje cestovního ruchu v regionu
5. Proč vytvářet organizaci cestovního ruchu (OCR) v regionu
6. Problémy ovlivňující vznik OCR v regionu
7. Co ovlivňuje charakter OCR v regionu
8. Možné formy OCR v regionu
9. Úlohy OCR v regionu
10. Jak vytvářet finanční prostředky na činnost OCR v regionu

1. Vymezení destinace cestovního ruchu

Rozvoj cestovního ruchu je podmíněn existencí vhodného potenciálu, který má výrazný teritoriální aspekt a je vázán na krajinný systém. Přírodní i antropogenní (vytvořený lidskou činností) potenciál, který vyjadřuje způsobilost územního celku vytvořit podmínky pro rozvoj cestovního ruchu, je rozmístěn nerovnoměrně a kvalitativně různorodě, přičemž se obvykle liší i v rámci velkých územních celků.

Destinace cestovního ruchu je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací.

Podle WTO představuje **destinace cestovního ruchu** místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh.¹

Výkladový slovník cestovního ruchu pod pojmem **destinace cestovního ruchu** rozumí v užším smyslu cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu a v širším smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků. Pro mezinárodní návštěvníky je, podle uvedeného slovníku, destinací buď celá navštívená země, nebo její některý region, případně město. V některých zemích je území rozděleno do turisticky, historicky nebo administrativně kompaktních destinací s tvorbou a propagací společného turistického produktu a případně i zpracováním statistik cestovního ruchu.²

V **Česku** je od roku 1999 rozčleněn turistický potenciál na **turistické regiony** a následně byly tyto regiony rozčleněny při zpracování programů rozvoje cestovního ruchu krajů a regionů také na menší území – **turistické oblasti**.

Podle D. Buhalise je pro **region cestovního ruchu charakteristických šest komponentů**, a to³

- **přitažlivosti** - primární nabídka cestovního ruchu, která množstvím, kvalitou a atraktivitou vyvolává návštěvnost (přírodní, kulturně – historický potenciál)
- **přístupnost služeb** - všeobecná infrastruktura, která umožňuje přístup do regionu, pohyb za atraktivitami regionu, patří sem také služby využívané především místními obyvateli jako jsou zdravotnické, bankovní, poštovní apod.
- **komfort** - suprastruktura a infrastruktura cestovního ruchu, které umožňují pobyt v regionu a využití jejich atraktivit (ubytovací, hostinská, sportovně – rekreační, kulturně – společenská a jiná zařízení)
- **turistické produkty** - připravené produktové balíčky
- **aktivity** - rozmanité aktivity.

Nabídku cestovního ruchu je možné rozdělit na primární a sekundární.

Komponenty **primární nabídky cestovního ruchu** jsou utvářejícími podmínkami pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků regionu, struktura, rozmístění a úroveň **sekundární nabídky cestovního ruchu** je určujícím faktorem využitelnosti regionu pro aktivity cestovního ruchu.

Turistické regiony je možné **typologizovat** na základě různých kritérií, v praxi se však obvykle používá vymezení typu regionu na základě nejtypičtější atraktivit primární či sekundární nabídky. Je nutno podotknout, že ve skutečnosti lze přiřadit regionu více typů cestovního ruchu.

2. Postavení cestovního ruchu v regionu

Cestovní ruch v regionu může být považován za polarizující, indukované, případně neutrální odvětví.

¹ Viz: www.world-tourism.org

² Pásková, M., Zelenka, J.: Cestovní ruch. Výkladový slovník. Praha, Ministerstvo pro místní rozvoj 2002, str. 59 - 60

³ Viz: Buhalis, D.: Marketing the Competitive Destination of the Future. In: Tourism Management: Research Policies Practice, 1/2000, str. 98

Polarizujícím (hnacím) odvětvím se cestovní ruch v regionu stává v případě, že má bezprostřední vliv na hospodářský a sociální rozvoj regionu, výrazně ovlivňuje zaměření i jiných ekonomických aktivit a stává se tak určujícím faktorem ekonomické činnosti. V souvislosti s rozvojem a potřebami cestovního ruchu se v regionu rozvíjejí návazná i podpůrná odvětví, rozvíjí se i kooperace mezi regiony. Ekonomické podmínky umožňují podnikatelským subjektům, v porovnání s jinými regiony, dosahovat úspor a zvyšovat konkurenceschopnost na rozsáhlých trzích. Region se stává předmětem nabídky na mezinárodních trzích cestovního ruchu (Krkonoše, Šumava, Český Krumlov, Karlovy Vary, Český ráj apod.).

V regionu, kde má cestovní ruch na hospodářský a sociální rozvoj jen zprostředkovaný vliv, je **indikovaným (hnaným) odvětvím**. Znamená to, že rozvoj regionu stimuluje, ale není jejím dynamickým odvětvím (Praha, Jižní Morava, Český sever, apod.).

V případě, že cestovní ruch nemá v region vliv na její hospodářský a sociální rozvoj, ale je jeho důležitým doplňkem, je pro region **neutrálním odvětvím** (Severozápadní Čechy, Plzeňsko, apod.).

Komplikací v řízení cestovního ruchu v regionu je skutečnost, že "turistický region" může zahrnovat více municipalit či oblastí. Na řízení cestovního ruchu v regionu by měly participovat místní samosprávy, zástupci místních obyvatel, akademická obec, obchodní komory, zástupci podnikatelů apod., popř. i stát.

3. Přínosy cestovního ruchu pro region

Při kvalitním managementu je **cestovní ruch přínosem** pro region především v oblasti ochrany životního prostředí, sociálně-kulturní a ekonomické oblasti.

V oblasti ochrany životního prostředí se cestovní ruch stává pro region přínosem především, když

- jsou příjmy ze vstupného do národních parků, jeskyň apod. použity na financování ochrany přírody
- daně a poplatky (například daně z příjmů, poplatky za rybářský a lovecký lístek, lázeňské poplatky, pronájem rekreačních zařízení apod.) pomáhají financovat ochranu přírodních zdrojů
- přispívá k uznání důležitosti ochrany životního prostředí veřejností a k výchově místních obyvatel k jeho ochraně
- důsledkem atraktivity přírodního prostředí a přírodních zdrojů pro cestovní ruch je vytvoření národních parků, přírodních rezervací apod.
- vytváří pracovní příležitosti a tím může zabránit devastování přírodního prostředí místními obyvateli (například pytláčení, ilegální kácení lesů apod.)
- reguluje počty návštěvníků v chráněných územích.

Pozitivní působení cestovního ruchu **v sociálně–kulturní oblasti** se v region projevuje

- vytvářením pracovních míst a podporou sociálního rozvoje, přerozdělením příjmů, zmírňováním chudoby, což má za následek posilování komunity v regionu
- prostřednictvím kulturně – výchovné funkce cestovního ruchu, kdy se lidé kontaktují a vnitřně se navzájem obohacují, více si rozumí a ztrácejí předsudky
- prostřednictvím funkce cestovního ruchu jako mírotvorného činitele
- zvyšováním životního standardu místních obyvatel, kdy mohou využívat zařízení, vybudovaná pro návštěvníky regionu
- prostřednictvím záchrany kulturních tradic, historie, tradičních řemesel apod.
- zainteresováním místních obyvatel na ochraně přírodních a kulturních hodnot, stimulací jejich pocitu hrdosti na tradice a historii.

V ekonomické oblasti je pozitivní vliv cestovního ruchu na region markantní především

- v zlepšení platební bilance státu prostřednictvím příjezdového cestovního ruchu (tzv. neviditelný export)

- prostřednictvím daní a poplatků, které zvyšují příjmy do místních i státního rozpočtu
- v oblasti podpory rozvoje malého a středního podnikání
- ve zvyšování zaměstnanosti
- v oblasti stimulování investic do místní infrastruktury (vodovody, kanalizace, elektrifikace, telekomunikace, silniční a železniční síť, letiště) apod.

4. Negativní dopady rozvoje cestovního ruchu v regionu

V souvislosti s uvedeným je možné vyčlenit **tři nejdůležitější oblasti, na které může mít cestovní ruch v regionu negativní dopad**, a to:

- **životní prostředí** - především v případě, kdy počet návštěvníků regionu překročí míru únosnosti a životní prostředí ztratí schopnost vypořádat se s nadměrným využíváním, což může vést nejen k jeho oslabení, ale i k jeho zničení (nejmarkantněji se v této souvislosti projevuje neúměrné využívání přírodních zdrojů, znečišťování přírodního prostředí či fyzické znečišťování)
- **sociálně-kulturní oblast** - změní se systém hodnot a chování místních obyvatel, čímž je ohrožen původní způsob života (změny často nastávají i ve struktuře komunity, rodinných vztazích, v tradičním životním stylu a morálce, cestovní ruch může způsobit změny v místní komunitě a hodnotách prostřednictvím přímého a nepřímého kontaktu návštěvníků s obyvateli regionu)
- **ekonomická oblast** - dopady rozvoje cestovního ruchu se v regionu projevují prostřednictvím skrytých nákladů, které vznikají jako následek rozvoje cestovního ruchu, ekonomické závislosti lokální komunity na cestovním ruchu, sezónního charakteru práce, ekonomické krize, vzniku tzv. enklávového cestovního ruchu a vzniku turistických ghett.⁴

V případě „neřízení“ rozvoje cestovního ruchu v regionu mohou negativní vlivy převládnout a ohrozit, resp. vyloučit další rozvoj cestovního ruchu.

5. Proč vytvářet organizaci cestovního ruchu v regionu

Potřeby, očekávání a možný přínos cestovního ruchu se v jednotlivých regionech liší. Zkušenosti ze zahraničí dokazují, že strategické plánování a management rozvoje cestovního ruchu v zájmu dosažení cílů je pro region klíčové. Je třeba, aby ti, kteří jsou odpovědní za rozvoj regionu, mysleli integrovaně a ne jenom operativně řešili problémy rozvoje cestovního ruchu. Všichni zainteresovaní v regionu, včetně obyvatelů, by měli mít stejný cíl – ochránit zdroje, které daný region dělají výjimečným a přitahují návštěvníky.

Rízením cestovního ruchu v regionech rozumíme soubor technik, nástrojů a opatření používaných **organizací cestovního ruchu** (OCR) v regionu při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v regionu za účelem dosažení jeho udržitelného rozvoje a zachování konkurenceschopnosti na trhu.

Pro řešení řízení organizace cestovního ruchu v regionech se doposud užívá termín „**Destinační management**“ či „**Destination Management Company (DMC)**“, který je definován jako organizace zabývající se organizováním a logistikou konferencí a regionálních akcí. Je to organizace, která kooperuje s dodavateli služeb potřebných pro organizování konferencí a regionálních akcí. **Tyto názvy tedy nejsou vhodné pro organizaci cestovního ruchu v regionu.**

⁴ Királ'ová, A.: Marketing region cestovního ruchu. 1. vydání. Praha, Ekopress 2003, ISBN80-86119-56-4, str . 24-26

Součástí řízení regionu je

- **návštěvnícký management**, tj. soubor řídicích technik a nástrojů, používaných OCR za účelem usměrňování toků návštěvníků a ovlivňování jejich chování (přístupový management, cenová politika, zonace, budování turistických informačních center, zpracování etických kodexů a kodexů chování podnikatelských subjektů a návštěvníků, pořádání seminářů a výchovně vzdělávacích akcí)
- **model limitů přijatelné změny**, tj. stanovení únosného zatížení území a využívání indikátorů udržitelného rozvoje cestovního ruchu
- **spektrum rekreačních příležitostí**, které zahrnuje lokalizační předpoklady (geografické, přírodní, kulturně-historické, ostatní antropogenní), realizační předpoklady (supra a infrastruktura cestovního ruchu, dostupnost a ostatní infrastruktura) a selektivní předpoklady (demografické, sociální a ekonomické charakteristiky návštěvníků) rozvoje cestovního ruchu v regionu.

V regionu je tudíž nutností, aby fungovala organizace, která bude iniciovat a řídit celý proces rozvoje cestovního ruchu ve spolupráci se soukromým i státním sektorem a místními obyvateli.

V této souvislosti je potřebné vzít v úvahu

- potřeby návštěvníků a ekonomické zájmy průmyslu cestovního ruchu
- redukovat případný negativní dopad rozvoje cestovního ruchu na obchodní zájmy obyvatel regionu a ochraňovat je
- památky a kulturní dědictví a ochraňovat je
- stav životního prostředí a ochraňovat je.

V zájmu jednotného postupu při nabízení regionu na trhu cestovního ruchu bude takto vytvořená organizace cestovního ruchu (OCR) efektivně koordinovat činnosti všech zainteresovaných subjektů působících v regionu, bude schopna přizpůsobit se změnám na trhu a její odpovědnost za dosažené výsledky bude korespondovat s její možností tyto výsledky ovlivnit.

V OCR by v této souvislosti měly být zastoupeny podnikatelské subjekty, občanské a kulturní organizace, orgány státní správy, orgány místních samospráv a obyvatelé regionu.

Koordinace zájmů všech zainteresovaných stran je jednou z podmínek nekonfliktního rozvoje cestovního ruchu v regionu. Předpokladem úspěšné koordinace je

- systematická a kontinuální spolupráce všech zainteresovaných subjektů
- podnikatelské myšlení zainteresovaných subjektů
- vypracování a realizace koncepce rozvoje cestovního ruchu v regionu
- znalost společných zájmů
- stanovení společných cílů
- vytvoření organizačních předpokladů pro realizaci společných zájmů a dosažení společných cílů.

Dosažení cílů cestovního ruchu v dynamicky se měnícím prostředí je možné jen pomocí kvalitně zpracovaných strategických plánů. OCR musí mít funkční organizační strukturu, aby mohla strategii úspěšně implementovat.

6. Problémy ovlivňující vznik OCR v regionu

V souvislosti s uvedeným a vzhledem k zaměření činnosti a zájmům zainteresovaných stran, vystávají určité problémy, které je třeba řešit.

Podnikatelské subjekty se orientují na marketing a jejich cílem je, v zájmu dosažení ekonomického efektu, uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků.

Orgány státní správy, místní samosprávy, občanské a kulturní organizace se obvykle orientují na řešení tří okruhů problémů týkajících se cestovního ruchu, a to ochrany, regulace a redistribuce. Jejich cílem je, kromě jiného, ochrana a záchrana památek, řešení konfliktů vznikajících nedodržením právních, resp. jiných norem a sociální cíle. Cestovní ruch je pro ně jen jednou z funkcí multifunkčního území. Je řízený v souladu s úkolem, který mu byl, na základě norem, politických rozhodnutí a v zájmu dosažení cílů území, určen.

Z uvedeného vyplývá problém, kterého podstatou je produktová orientace orgánů státní správy a místních samospráv. Potřebám a požadavkům návštěvníků regionu uvedené instituce obvykle nevěnují dostatek pozornosti.

Dalším problémem, který je v této souvislosti třeba řešit, je skutečnost, že odpovědnost za propagaci a podporu prodeje produktu „regionu“ obvykle nenesou ti, kteří se přímo podílejí na jeho tvorbě. Je těžké najít jiný sektor ekonomiky státu, kterého produkt by byl závislý na takovém množství podnikatelských a jiných subjektů, přičemž propagace a podpora prodeje produktu by byla v rukou administrativy, která přímo na tvorbě produktu neparticipuje.

Nedostatek nástrojů řízení a plánování trhu je problém, který souvisí s těžkostmi při definování, ohraničení a měřitelnosti jak produktu, tak i trhu cestovního ruchu a nejvíc se projevuje při kontrole kvality produktu a jeho komponentů.

Výrazným atributem, který ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu v regionech, je vznik nového administrativního členění státu na kraje. Hranice správních celků nekorespondují s hranicemi turistických regionů. OCR se potýkají s problémem v případě, že území regionu leží na území více krajů. Spolupráce krajů v této souvislosti neodpovídá potřebám dynamického rozvoje cestovního ruchu v regionech.

Fungující partnerství a spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem je jedním z předpokladů fungování OCR a tím i funkčního a efektivního managementu rozvoje cestovního ruchu v regionu. V této souvislosti je třeba definovat, jaký přínos budou mít jednotlivé subjekty ze spolupráce v OCR. Tyto přínosy je nutné uvedeným subjektům vhodně interpretovat, aby byly motivovány v OCR spolupracovat.

OCR plní z větší části funkci „veřejné služby“. Z racionálního hlediska je účelné na jednom území minimalizovat počet OCR, resp. určitě v počáteční fázi soustředit úsilí ke vzniku jedné OCR. Důvodem je i eliminovat případné konfrontační postavení mezi OCR a orgány veřejné správy a samosprávy na daném území.

7. Co ovlivňuje charakter OCR v regionu

OCR v regionu ovlivňuje především

- postavení cestovního ruchu v rámci odvětvové struktury regionu, tj. jestli je cestovní ruch polarizujícím, indukujícím nebo neutrálním odvětvím
- struktura odvětví cestovního ruchu z hlediska podílu jednotlivých služeb, charakteru vlastnictví apod.
- druhy (např. domácí, zahraniční, mezinárodní, národní, příhraniční, výjezdový, příjezdový, krátkodobý, dlouhodobý, organizovaný, neorganizovaný, individuální, sociální, městský, venkovský, lázeňský, přírodní, vodní, celoroční, sezónní apod.) a formy cestovního ruchu (např. rekreační, poznávací, socio-profesní, společenský)
- charakter atraktivit (příroda a přírodní podmínky, společenské, uměle vytvořené, hmotné a nehmotné – genius loci, příjezdové, pasivní, formální, neformální, kulturní, technické apod.)
- rozvoj cestovního ruchu (fáze životního cyklu regionu, dlouhodobý, krátkodobý, plánovitý, spontánní apod.)
- charakter trhu (domácí, zahraniční, krátkodobý, dlouhodobý, individuální, organizovaný, diverzifikovaný, masový apod.).

8. Možné formy OCR v regionu

Region cestovního ruchu by měl, v zájmu koordinace už zmíněných činností, vytvořit kvazi podnik – OCR, kterou může být například **strategická aliance, právnická osoba, případně sdružení cestovního ruchu.**

Univerzální postup na vytvoření organizační struktury OCR neexistuje a její výběr pro konkrétní region závisí vždy na vnitřních podmínkách toho kterého regionu. Dnešní legislativa však nenabízí pro tyto účely odpovídající model a specifika cestovního ruchu si vyžadují řešit sdružování v cestovním ruchu specifickou legislativní normou (např. jako na Slovensku či v Rakousku).

V souvislosti s potřebou založení funkční OCR v regionu je nevyhnutelné uskutečnit následující kroky :

- definovat, kdo jsou iniciátoři rozvoje cestovního ruchu v regionu (když veřejný sektor není iniciátorem, je třeba ho pro spolupráci získat)
- najít způsob zainteresovanosti místních obyvatel na rozvoji cestovního ruchu a práci v OCR
- definovat klíčové partnery pro spolupráci v OCR
- zabezpečit, aby partneři spolupracující v OCR byli legitimními zástupci regionu a prezentovali její zájmy jako celku
- zabezpečit, aby OCR byla svými partnery pojmána jako organizace schopná zabezpečit rozvoj cestovního ruchu
- vybrat reprezentanta OCR, který bude schopen přesvědčit partnery o výhodnosti a nutnosti spolupráce.

Při výběru partnerů je třeba si uvědomit, že

- ne všichni potenciální partneři mají stejné vzdělání v oblasti cestovního ruchu
- ne všichni potenciální partneři mají stejné zkušenosti, zručnosti a schopnosti v řízení, plánování apod.
- ne všichni potenciální partneři chápou potřeby a požadavky návštěvníků regionu
- obyvatelé nepracující přímo v zařízeních cestovního ruchu mohou mít k jeho rozvoji v regionu neutrální až negativní postoj.

V souvislosti s uvedeným je třeba věnovat pozornost vzdělávání partnerů OCR včetně místních obyvatel, a to především v oblasti

- přínosů, ale i možných negativních dopadů rozvoje cestovního ruchu v regionu
- potřeb a požadavků návštěvníků regionu
- tvorby produktu
- vytváření a posilňování image regionu
- výběru vhodných komunikačních nástrojů
- podnikání v cestovním ruchu.

Součástí organizační struktury OCR by měla být i síť **turistických informačních center.**

Ve vztahu k OCR **turistické informační centrum**

- plní marketingové funkce (spolupodílí se na realizaci marketingového výzkumu, tvorbě a realizaci marketingové koncepce a strategie apod.)
- plní vzdělávací funkci (organizačně zabezpečuje vzdělávání průvodců cestovního ruchu, pracovníků informačních kanceláří cestovního ruchu nižší úrovně apod.)
- spolupracuje s orgány státní správy na regionální, krajské i celostátní úrovni v oblasti cestovního ruchu
- v rámci administrativní funkce buduje a pravidelně aktualizuje informační systém cestovního ruchu
- sleduje a vyhodnocuje kvalitu služeb poskytovaných v regionu

- poskytuje poradenské a konzultační služby
- poskytuje informace návštěvníkům regionu
- prodává produkty cestovního ruchu
- poskytuje rezervační služby.

Konkrétní rozsah činností závisí na dohodě OCR a TIC.

9. Úlohy OCR v regionu

Po rozhodnutí o organizační struktuře OCR je nutné vytvořit základní pravidla pro participaci na rozhodování, plán činnosti a stanovit termíny plnění. OCR sehrávají roli koordinátora rozvoje cestovního ruchu v regionech a rozsah jejich činnosti závisí na rozloze regionu, na postavení OCR v regionu a stupni jejího vývoje. **Maximální spektrum úloh OCR :**

- vytváří vizi rozvoje cestovního ruchu v regionu v provázanosti s vizemi krajů, na jejichž území se rozkládá
- ve spolupráci s kraji se podílí na vytváření koncepce rozvoje cestovního ruchu
- formuluje strategii rozvoje cestovního ruchu v regionu včetně marketingové strategie
- formuluje akční program rozvoje cestovního ruchu v souladu se strategií
- vytváří pracovní skupiny v souladu se strategií
- aktivizuje dobrovolníky a nevládní organizace ke spolupráci
- analyzuje současnou situaci a identifikuje faktory rozvoje cestovního ruchu (analýza vnitřních podmínek - silné a slabé stránky a vnějšího okolí - příležitosti a ohrožení regionu, segmentace trhu, výběr cílových segmentů, aktivizace marketingového mixu vzhledem k vybraným segmentům)
- podílí se na posilování image regionu, na jeho prezentaci a propagaci (vytvoření destinační identity, internetová prezentace regionu, účast na výstavách a veletrzích, členství v národních oborových a profesních svazech, apod.)
- vytváří strategie v oblasti turistických produktů s ohledem na vybrané cílové segmenty a podporu jejich vzniku, podílí se na jejich zpracování
- spolupracuje s CzechTourism
- zajišťuje fundraising rozvojových projektů, lidských zdrojů, kvality aj. (dotace, granty apod.)
- podporuje a zabezpečuje vzdělávání v oblasti cestovního ruchu
- podporuje výchovu místních obyvatel k cestovnímu ruchu
- sleduje rozvoj cestovního ruchu a jeho dopad na region (analýza trhu, potřeb a požadavků návštěvníků, pozitivní i negativní dopady rozvoje cestovního ruchu)
- uskutečňuje návštěvníkový management
- stanovuje únosné zatížení území regionu pomocí indikátorů udržitelného rozvoje cestovního ruchu
- připravuje scénář krizového managementu (pro případ živelních pohrom, útoků teroristů apod.)
- koordinuje spolupráci subjektů cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru v rámci regionu
- reprezentuje zájmy regionu na národní úrovni a zájmy cestovního ruchu v rámci regionu
- iniciuje rozvoj suprastruktury a infrastruktury cestovního ruchu v souladu s potřebami a požadavky trhu
- zabezpečuje optimalizaci vlivů cestovního ruchu na region v zájmu zajištění udržitelné rovnováhy mezi ekonomickým užitekem a sociálně-kulturními náklady a náklady na životní prostředí
- podporuje maximalizaci uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků regionu (výzkum a prezentace výsledků)
- podporuje zavádění moderních technologií do praxe
- podílí se na maximalizaci multiplikačního efektu cestovního ruchu v regionu

- koordinuje činnosti turistických informačních center
- vytváří, spravuje a naplňuje regionální fond cestovního ruchu
- shromažďuje informace o turistickém potenciálu regionu, zajišťuje jejich průběžnou aktualizaci a jejich zpracování pro jednotlivé cílové skupiny uživatelů a to všemi žádanými formami.

OCR není obchodní organizací a neprodává produkty cestovního ruchu. Produkty cestovního ruchu prodávají podniky a zařízení cestovního ruchu, resp. turistická informační centra.

10. Jak vytvářet finanční prostředky na činnost OCR v regionu

Organizace cestovního ruchu potřebuje na vykonávání své činnosti **finanční prostředky**. Vytvářet je může především z těchto zdrojů :

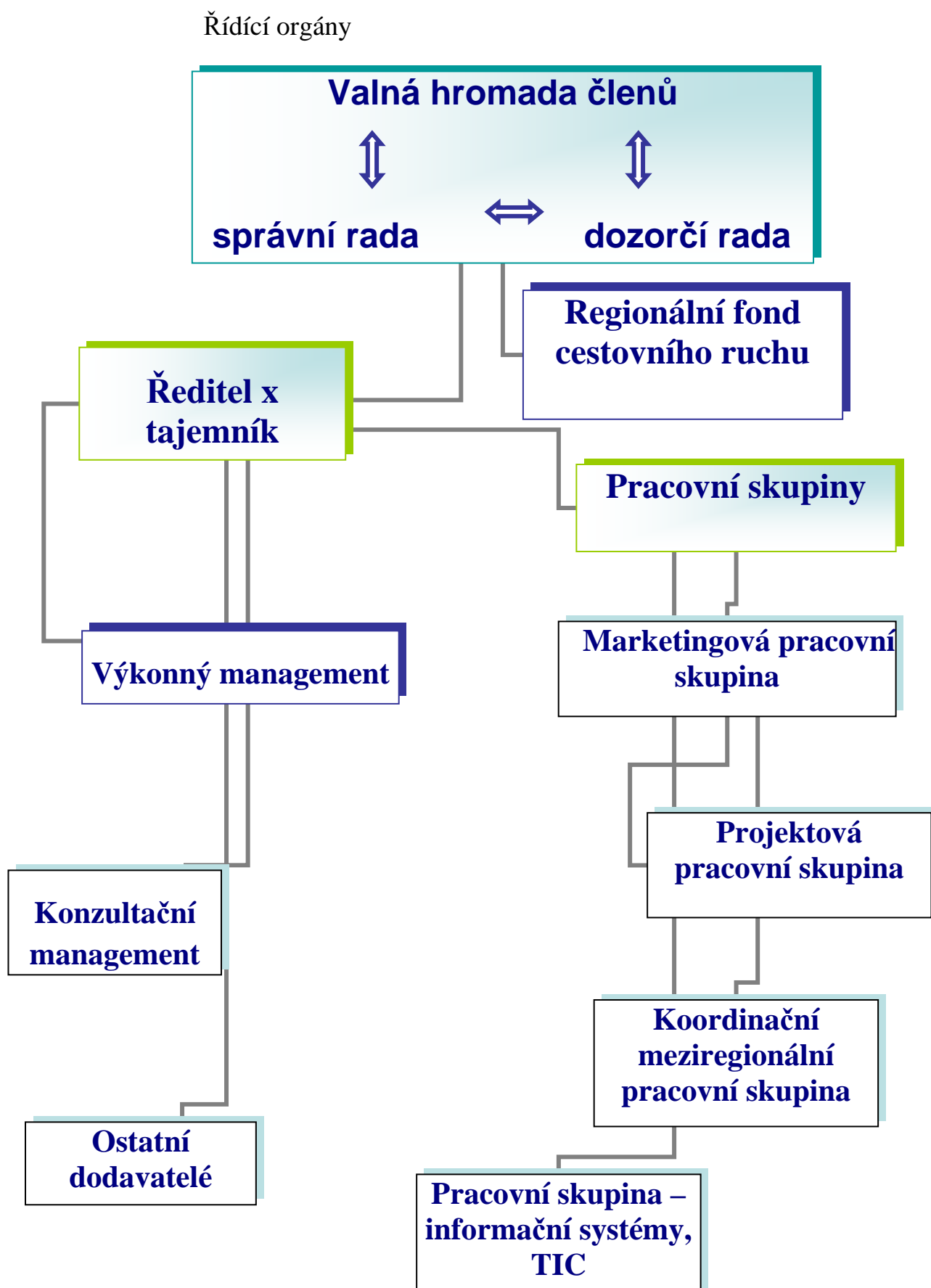
- členské příspěvky (členů sdružení – fyzických a právnických osob apod.)
- výnosy z vlastní podnikatelské činnosti především prostřednictvím turistického informačního centra (provize za prodej vstupenek, obchodní marže z prodeje literatury spjaté s destinací, map, turistických potřeb, suvenýrů, příjmy z provozování sportovních zařízení, organizování kongresů, ze zprostředkování ubytovacích, přepravných a jiných služeb, z prodeje produktových balíčků)
- příspěvky od obcí (nemusí mít jen finanční podobu, může jít i o bezplatný pronájem místností pro informační kancelář apod.)
- příspěvky od orgánů krajské samosprávy a orgánů veřejné správy
- místní poplatky (zákonem stanovené poplatky, například lázeňský poplatek, z prodeje alkoholických nápojů a tabákových výrobků, za povolení vjezdu motorového vozidla do vybraných obcí nebo jejich částí, za hrací automaty apod.)
- granty
- záruční, příspěvkové, úvěrové programy a fondy
- fondy EU, a to PHARE a SAPARD apod.
- Strukturální fondy EU – Evropský fond regionálního rozvoje (podpora malého a středního podnikání, zlepšování infrastruktury, prosazování produktivních investic a pokračování místního rozvoje), Evropský sociální fond (aktualizace a modernizace dovedností pracovní síly a pěstování podnikatelské iniciativy), Evropský zemědělský záruční a podpůrný fond (rozvoj venkovské turistiky).

Za tímto účelem vytváří regionální fond cestovního ruchu, který mimo jiné vytváří prostor pro dofinancování projektů s příspěvím strukturálních fondů či zajištění akumulace finančních zdrojů od příspěvkových organizací apod.

Na základě zadání České centrály cestovního ruchu – CzechTourism a s využitím podkladu Asociace turistických regionů České republiky zpracovala Doc. Ing. Alžběta Királ'ová, PhD., prosinec 2005

Projednáno a upraveno na základě jednání Asociace turistických regionů České republiky dne 5.12.2005 a projednáno na veřejných oponenturách organizovaných v Olomouci dne 8.12.2005 a v Praze dne 15.12.2005.

Námět na organizační strukturu OCR



Náměty za řešení vybraných problémů v rámci připravované Koncepce státní politiky cestovního ruchu v Česku na léta 2007 – 2013 a v rámci přípravných dokumentů na čerpání strukturálních fondů EU v letech 2007 – 2013:

- Zapracovat problematiku organizace cestovního ruchu do Koncepce státní politiky cestovního ruchu na léta 2007 - 2013
- Řešit legislativně problematiku sdružování v oblasti cestovního ruchu (současná legislativa nabízí méně vhodné alternativy pro účel spolupráce soukromého a veřejného sektoru)
- Řešit legislativní předpoklady možnosti prodeje turistických produktů pro domácí a zahraniční turisty, kteří již jsou na území Česka, pro potřeby nabídky turistického potenciálu Česka i jinými subjekty, než-li cestovními kancelářemi, např. turistickými informačními centry a hotely.
- Zajistit, aby sdružení působící v cestovním ruchu se stala konečnými příjemci podpory ze strukturálních fondů (nyní mohou být příjemci pouze občanská sdružení a o.p.s) a tím byla podpora směřována na subjekty skutečně působící v cestovním ruchu.