

# **Klastr cestovního ruchu Amerika - technicko ekonomická studie**

**Středočeský kraj**

prosinec 2007

Část 2

## **KONCEPCE ROZVOJE A NÁVRHY NA DOPLNĚNÍ ÚZEMÍ**



**Obsah:**

1 Úvod .....	2
2 Syntetická část – východiska pro formulaci strategie .....	2
2.1 Strukturovaná SWOT analýza cestovního ruchu .....	2
2.2 Diagnóza sektoru cestovního ruchu ve vymezeném území .....	5
2.3 Kategorizace vymezeného území z hlediska potenciálu pro rozvoj CR.....	14
3 Strategie rozvoje cestovního ruchu území Klasteru Amerika.....	15
3.1 Vize rozvoje cestovního ruchu .....	16
3.1.1 Užší znění vize .....	17
3.1.2 Širší znění vize .....	17
3.2 Cíle vytčené strategie .....	18
3.3 Nosné produkty a cílové skupiny vymezeného území .....	18
3.4 Strategické rozvojové oblasti .....	27
3.4.1 Strategická opatření a návrhy na doplnění území .....	29
3.4.2 Charakteristiky prioritních projektů doplnění území .....	33
4 Organizace rozvoje cestovního ruchu v destinaci.....	33
4.1 Organizační zajištění rozvoje cestovního ruchu v destinacích.....	34
4.2 Organizace cestovního ruchu ve vymezeném území .....	35

# 1 Úvod

Část „konceptce rozvoje území“ vychází z podrobného mapování území, jeho analýzy z pohledu cestovního ruchu a sestává se ze 4 hlavních kapitol.

Kapitola č. 2 „Syntetická část – východiska pro formulaci strategie“ je zaměřena na koncentrované shrnutí stávající situace ve vymezeném území, pracovně nazývaném dle zadání „Klastr Amerika“.

Kapitola č. 3 „Strategie rozvoje cestovního ruchu území Klastru Amerika“ formuluje hlavní části rozvojové strategie (vize, strategické rozvojové oblasti, strategická opatření) a navíc charakterizuje zaměření a náplň projektů, jejichž cílem je dle zadání „doplnění území novými zařízeními, objekty a aktivitami cestovního ruchu“ tak, „aby měly předpoklad vytvořit se stávajícími organický celek a systém zařízení a služeb cestovního ruchu v dotčeném území“<sup>1</sup>.

Kapitola č. 4 „Organizace rozvoje cestovního ruchu v destinaci“ stručně popisuje zkušenosti a praxi z oblasti řízení cestovního ruchu v ČR i v zahraničí a dle zadání se zaměřuje zejména na vymezení podmínek a požadavků, spojených s potenciálním založením klastru cestovního ruchu ve vymezeném území. Konkrétní návrh na vytvoření klastru cestovního ruchu ve vymezeném území je součástí další samostatné části studie.

## 2 Syntetická část – východiska pro formulaci strategie

Na analytickou část navazuje část syntetická. Jejím posláním je identifikovat a interpretovat základní výstupy z analytické části, zásadně ovlivňující další vývoj cestovního ruchu na vymezeném území. Syntéza je tvořena:

- Strukturovanou SWOT analýzou cestovního ruchu ve vymezeném území (příležitosti a hrozby, silné a slabé stránky).
- Diagnózou – shrnující základní komentáře a charakteristiky stavu cestovního ruchu ve vymezeném území.
- Kategorizací území z hlediska potenciálu pro rozvoj CR dle aktuálního stavu.

### 2.1 Strukturovaná SWOT analýza cestovního ruchu

Východisky pro formulaci strukturované SWOT analýzy sektoru cestovního ruchu ve vymezeném území byly:

- analytické podklady k sektoru cestovního ruchu v ČR, zejména:
  - Konceptce státní politiky cestovního ruchu ČR na léta 2007 – 2013,
  - Hodnocení potenciálu cestovního ruchu na území ČR, MMR ČR a MŽP ČR, Praha 2001,
  - Atlas cestovního ruchu ČR, MMR ČR, 2006,
- podklady ze zpracovaných programových dokumentů na úrovni Středočeského kraje sektoru cestovního ruchu ve, zejména:
  - PRÚO Středočeského kraje
  - Aktualizovaný Program rozvoje územního obvodu Středočeského kraje
  - ROP NUTS II Střední Čechy
- rozvojové dokumenty cestovního ruchu, resp. rozvojové dokumenty, řešící i problematiku cestovního ruchu sdružení/svazků obcí, měst atd.,
- marketingová šetření (zejména monitoring návštěvníků za léto 2005, zimu 2005/2006 a léto 2006),
- vlastní šetření a výstupy z jednání s aktéry cestovního ruchu v kraji,
- Regionální operační program NUTS 2 Střední Čechy pro období 2007-2013,
- projednání SWOT na workshopech ve vymezeném území (Mořina, Beroun).
- Územně plánovací dokumentace související s problematikou cestovního ruchu
- Atlas cestovního ruchu České republiky (MMR ČR, Praha 2006),
- Turistický atlas Česko, Shocart s.r.o., Vizovice, 3. aktualizované vydání 04/2006.
- Turistický lexikon Česko, Shocart s.r.o., Vizovice, 1. vydání 11/2005.

Silné stránky	Slabé stránky
Základní charakteristiky prostředí cestovního ruchu ve vymezeném území	
• Významný potenciál návštěvníků a turistů ze	• Zanedbanost části nemovitého majetku (kulturního

<sup>1</sup> Citace ze zadání projektu v rámci výzvy k předložení nabídek.

<p>Středočeského kraje a sousedních regionů, zejména z Prahy (viz analýza, PRCR SK<sup>2</sup>, monitoring návštěvníků)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Výjimečně výhodná geografická poloha vůči hlavnímu městu - mezinárodnímu centru cestovního ruchu v ČR – Praze (1,2 mil. obyvatel, sídlo mnoha domácích a zahraničních firem, 4,15 mil. turistů ročně)</li> <li>• Nízká míra nezaměstnanosti ve srovnání s ostatními kraji a průměrem ČR (viz Analýza, kap. 1.3)</li> <li>• Jedno z území s nejrychleji rostoucím počtem obyvatel (viz Analýza, kap. 1.3)</li> <li>• Vysoká hustota osídlení – koncentrovaná kupní síla (viz Analýza, kap. 1.3)</li> <li>• Nadprůměrně silné zastoupení objektů druhého bydlení, vytvářející významný potenciál stálých návštěvníků.</li> </ul>	<p>dědictví – zámečky, statky, mlýny atd.) a nízká míra jeho návštěvníckého zpřístupnění (viz monitoring návštěvníků, vlastní šetření)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nízký ekonomický tlak na rozvoj služeb spojených s CR (nízká míra nezaměstnanosti)</li> <li>• Neklesající trend míry nezaměstnanosti ve srovnání se SK/ČR</li> <li>• Nízká průměrná délka pobytu turistů (tuzemců i zahraničních) v porovnání s ostatními kraji v ČR (10. až 12. místo), dle monitoringu návštěvníků i v území klastru (vliv velkého množství krátkodobých pobytů v ubytovacích zařízeních ve městě Berouně)</li> <li>• Struktura turistů na území klastru (u tuzemců převládají krátkodobé pobyty z blízkých vzdáleností s nízkou úrovní výdajů, u nerezidentů s vysokou úrovní výdajů se jedná o krátkodobé pobyty), (viz monitoring návštěvníků).</li> <li>• Vylidněnost převážné části území klastru v průběhu pracovního týdne (vlastní šetření).</li> </ul>
<b>Návštěvnícká atraktivita vymezeného území</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• SK – č. 1 v poznávacím cestovním ruchu a v sakrálním turismu, stejně platí pro území klastru (viz analýza, PRCR SK, monitoring návštěvníků).</li> <li>• Jedna z nejznámějších a nejnavštěvovanějších historických, památek v ČR typu hradu – Státní hrad Karlštejn (viz analýza, PRCR SK).</li> <li>• Řada dalších atraktivit poznávacího turismu (na národní úrovni) - historické jádro Berouna, Sv.Jan p.Skalou, Zřícenina hradu Karlík, Zřícenina hradu Tetín, Zámek Svinaře, Tvrz Třebotov.</li> <li>• Významný potenciál industriálních a technických atraktivit (řada zatím pro CR nevyužívaných lomů, existující expozice - Chrstenická šachta, Skanzen dopravy a těžby vápence – Solvayovy lomy, Automuseum Praga ve Zbuzanech, Veteran Moto Muzeum v Karlštejně atd.).</li> <li>• Pestrá krajina s řadou přírodních atraktivit pro rozvoj cestovního ruchu a rekreace (zejména údolí Berounky, Český kras).</li> <li>• Existence řady chráněných území (velkoplošná i maloplošná) vhodných pro rozvoj životní prostředí nepoškozujících forem cestovního ruchu.</li> <li>• Významný turistický potenciál území spojený s historickou osobností Karla IV.</li> <li>• Významný potenciál venkovské turistiky a lidové architektury (výrazná zemědělská orientace některých částí území, vesnické památkové zóny).</li> <li>• Široká nabídka jezdeckých sportů (JK Vanilka – Hostim, Stáj Karlštejn – Svinaře, Velkostatek Tetín - Equestrian Center, JS Quadriga – Drahelčice atd.).</li> <li>• Tradice vodáctví a trampingu a významný potenciál Berounky pro sportovní i rekreační využití.</li> <li>• Letiště Bubovice s nabídkou aktivit sportovního a rekreačního létání.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatečná nabídka produktů a produktových balíčků pro turisty a návštěvníky (vlastní šetření).</li> <li>• Nedostatečné zajištění nabídkou pro prodloužení sezóny a zmírnění mimosezónních výkyvů (typický region s jednovrcholovou sezonou – léto).</li> <li>• Vysoký podíl jednodenních návštěvníků (jeden z hlavních důvodů nízkých příjmů z cestovního ruchu).</li> </ul>
<b>Dopravní a technická infrastruktura CR</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sousedství největšího mezinárodního veřejného letiště v ČR (cca 10 mil. odbavených pasažérů v roce 2006).</li> <li>• Místní letiště v Bubovicích umožňující nabídku pro sportovní a rekreační létání.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dopravní infrastruktura: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Špatná kvalita komunikací.</li> <li>○ Nedostatek vhodných parkovacích míst.</li> </ul> </li> <li>• Nedostatečná vybavenost pro turisty a návštěvníky:</li> </ul>

<sup>2</sup> PRCR SK ... Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Přes vymezené území prochází dálnice D5 (Praha – Plzeň) (mezinárodního významu), což vytváří výjimečné předpoklady jeho dostupnosti (zejména ze 2 významných cílových trhů – Praha, Německo).</li> <li>• Železniční tratě (trať s nadregionálním významem Praha – Beroun – Plzeň – Cheb) a zatím pro turismus nevyužívaná trať procházející přes vymezené území a spojující Rudnou (dále Prahu, Kladno) s Mořinou (centrální část vymezeného území).</li> <li>• Relativně husté propojení měst a obcí sítí silnic 2. a 3. třídy</li> <li>• Jedno z nejznámějších a atraktivně umístěných golfových hřišť v ČR – Karlštejn, budují se další 2 hřiště – Beroun (soukromé hřiště s předpokládaným velmi omezeným využitím pro CR) a Vysoký Újezd.</li> <li>• Velký počet ubytovacích kapacit (lůžek) ve vymezeném území (viz analýza a diagnóza).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nedostatečně rozvinutá infrastruktura pro všechny formy aktivní turistiky (viz monitoring).</li> <li>○ Nedostatečná vybavenost pro sportovní aktivity (viz monitoring).</li> <li>○ Nedostatečné vybavení atrakcemi pro děti (viz monitoring).</li> <li>○ Nedostatečná vybavenost zábavními (návštěvníckými) centry (viz monitoring a vlastní šetření).</li> <li>○ Nedostatečná vybavenost celoročně využitelnými atraktivitami (viz monitoring a vlastní šetření).</li> <li>○ Nižší úroveň vybavenosti konferenčními centry s nabídkou pro profesní a incentivní cestovní ruch (s výjimkou Berouna).</li> <li>• Nedostatečné orientační a místní značení turistických cílů a služeb CR (viz monitoring a vlastní šetření)</li> <li>• Památky ve špatném stavu, nepřístupné (zejména v mimosezónním období), obklopené chátrajícími domy (viz monitoring návštěvníků a vlastní šetření)</li> <li>• Struktura a lokalizace ubytovacích kapacit: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nedostatečná kvalita ubytovacích kapacit (mimo Beroun), málo certifikovaných zařízení.</li> <li>○ Soustředění téměř 60% ubytovacích kapacit do dvou míst s typicky tranzitním (převážně 1 noc) cestovním ruchem (Beroun 44,7%, Rudná 13,7%).</li> </ul> </li> <li>• Úroveň a kvalita vybavenosti infrastrukturou pro cykloturistiku: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nižší rozsah značených cyklotras (ve srovnání se SK).</li> <li>○ Úroveň bezpečnosti cyklotras – vedeny po úzkých silnicích s velmi špatným povrchem a s místy silnějším provozem velkých vozidel (autobusy, nákladní automobily).</li> <li>○ Téměř neexistující cyklostezky.</li> </ul> </li> <li>• Úroveň a kvalita vybavenosti infrastrukturou pro hipoturistiku: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Neexistence oficiálních hipotras pro hipoturistiku ve vymezeném území.</li> </ul> </li> </ul>
<b>Služby a organizace CR</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nadprůměrně hustá síť pohostinských zařízení na vymezeném území (v přepočtu na 1000 obyvatel je to 2,84 pohostinských zařízení) ve srovnání s průměrem za ČR (2,54 na 1000 obyvatel).</li> <li>• Existence mikroregionů (svazky a sdružení obcí) dávající předpoklady pro kvalitní proorganizovanost veřejného sektoru ve venkovských oblastech.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chybí více informací o regionu, zejména v cizích jazycích, s výjimkou IC v Karlštejně a částečně v IC v Berouně (monitoring a vlastní šetření).</li> <li>• Nedostatečná propagace nabídky cestovního ruchu vymezeného území (mimo Karlštejn a Beroun), o čemž svědčí množství a struktura návštěvníků a turistů (viz statistická šetření, monitoring návštěvníků a vlastní šetření).</li> <li>• Kvalita a profesionální úroveň personálu ve službách CR (viz monitoring).</li> <li>• Nízká úroveň komunikace a kooperace mezi zainteresovanými subjekty cestovního ruchu v daném území, což potvrzuje i skutečnost absence instituce, propojující tyto subjekty z veřejného i soukromého sektoru v daném území.</li> <li>• Nedostatek odborníků v oblasti řízení a rozvoje cestovního ruchu.</li> <li>• Otvírací doba provozoven služeb, obchodů, památek / atraktivit CR (v zimě „vše zavřeno“, viz monitoring).</li> <li>• Absence připravených rozvojových projektů ze sektoru cestovního ruchu (viz PRČR SK, vlastní šetření).</li> <li>• Absence organizace (řízení) CR jak na úrovni</li> </ul>

	<p>turistické oblasti (Svazek Rakovnícka by tuto činnost měl realizovat v rámci celé turistické oblasti Střední Čechy – západ), tak ve vymezeném území.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nekoordinovaný a nesystematický marketing (vč. integrované marketingové komunikace, propagace, včetně absence tvorby regionálních produktů a balíčků - vlastním šetřením byl zjištěn pouze 1 regionální balíček) využívající silných stránek vymezeného území k nárůstu počtu a prodloužení délky pobytu návštěvníků a turistů (potvrzuje velmi nízké využití potenciálu CR).</li> </ul>
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>Rostoucí poptávka v mezinárodním, národním i regionálním trhu volnočasových aktivit po specializovaných produktových balíčcích (cykloturistika, pěší a horská turistika, venkovská a agroturistika, hipoturistika, golf, tenis).</li> <li>Růst příjezdového cestovního ruchu zejména do regionu střední Evropy (nárůst na dvojnásobek roku 1998 v roce 2020).</li> <li>Prodloužení sezónnosti - využití oblastí k aktivním formám odpočinku – pro území Klasteru Amerika jsou to zejména poznávací CR, turistika, cykloturistika, vodní sporty a vodní turistika, hipoturistika a venkovská turistika.</li> <li>Růst zájmu o rekreaci a trávení volného času v tuzemsku.</li> <li>Růst poptávky v oblasti profesního cestovního ruchu, podmíněný nabídkou produktů, kombinací služebních cest a rekreace (incentivní CR).</li> <li>Růst zájmu o skupinové návštěvy podmíněný nabídkou produktů, dobrými službami a dostatkem a profesionalitou organizátorů.</li> <li>Růst poptávky po malých hostincích a tématických restauracích.</li> <li>Růst poptávky po pobytech na venkově a v klidném prostředí s kvalitními službami.</li> <li>Významně rostoucí cílové skupiny seniorů a zájemců o aktivní pobyty a venkovskou turistiku.</li> <li>Rostoucí zájem tuzemských i zahraničních turistů o vlastní zdraví.</li> <li>Alternativní využití zemědělských nemovitostí a pozemků pro rozvoj agro a venkovské turistiky.</li> <li>Stále rostoucí zájem zahraničních investorů o střední a východní Evropu.</li> <li>Začlenění do Shengenského prostoru a tím odstranění zbývajících bariér pro turisty ze zemí EU</li> <li>Možnost čerpání mimořádných finančních prostředků z národních a mezinárodních fondů (strukturální fondy – ERDF, ESF) v období 2007 – 2013 (zejména ROP + ostatní programy).</li> <li>Možnost využití poznatků ze zemí EU při rozvoji cestovního ruchu (mikroklastry a síťování v CR).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Silící pozice a rozvoj konkurenčních tuzemských a středoevropských regionů ve vztahu k trhu cestovního ruchu a zejména k silným cílovým trhům.</li> <li>Další nárůst terorizmu negativně ovlivňující rozvoj cestovního ruchu (zejména mezinárodního).</li> <li>Podcenění významu cestovního ruchu jako předmětu podnikání a zaměstnanosti.</li> <li>Podcenění přípravy odborníků v oblasti CR.</li> <li>Nedostatečná podpora rozvoji cestovního ruchu zejména ve venkovských oblastech.</li> <li>Růst zájmu o zimní dovolené ve slunečných (přímořských) krajinách.</li> <li>Nezachycení trendů ve struktuře ubytování (růst zájmu o kvalitní hotelové ubytování a ubytování venkovského charakteru - certifikované).</li> <li>Nezachycení trendů po tzv. in-house aktivitách (ubytování + stravování + tematické / zábavní / regenerační parky a střediska).</li> <li>Hospodářská recese resp. zpomalení ekonomického růstu v ČR a snižování koupěschopnosti obyvatelstva.</li> <li>Sociální degradace některých venkovských lokalit, nebudou-li doplněny o další vybavenost, dopravní obslužnost, dostupnost zdravotních i sociálních služeb, neumožní-li se jejich obyvatelům se s nimi ztotožnit.</li> <li>Chátrání a znehodnocení památkových a krajinotvorných prvků v důsledku nevhodných a necitlivých zásahů.</li> <li>Nedostatečná připravenost na čerpání zdrojů z fondů a programů EU v období 2007 – 2013.</li> <li>Rivalita a nespolečná spolupráce mezi zainteresovanými subjekty (veřejná vers. soukromá sféra, mezi jednotlivými subjekty).</li> </ul>

## 2.2 Diagnóza sektoru cestovního ruchu ve vymezeném území

### 1) Struktura a kvalita ubytovacích kapacit v území vers. charakter návštěvnosti:

- a) Ve vymezeném území bylo na základě vlastního šetření identifikováno 2535 lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních, tj. v přepočtu 9 lůžek na km<sup>2</sup>. Ve srovnání s průměrem za ČR je to více než 1,6 násobek tohoto ukazatele, ve srovnání se Středočeským krajem je to téměř 3,5 násobek. Počet lůžek ve vymezeném území je tedy z tohoto pohledu více než dostatečný. Problémem je však lokalizace, struktura a kvalita těchto kapacit. Jak vyplývá z níže uvedené tabulky 58,42% těchto lůžkových kapacit se nachází v hromadných ubytovacích zařízeních, nacházejících se na katastrech měst Beroun (44,73%) a Rudná

(13,69%). Charakteristické pro využití těchto kapacit jsou přitom převládající krátkodobé pobyty (1-2 dny), často spojené s tzv. profesním cestovním ruchem (důvodem pobytu je pracovní jednání, účast na školení, konferenci, tranzit apod.) nebo s pobytem větších skupin (často cizinců) při průjezdu do nebo z jiných destinací (tranzitní pobyty).

Kapacity hromadných ubytovacích zařízení k 31.12.2005	Počet zařízení	Podíl na ČR	Podíl na SK	Počet lůžek	Podíl na ČR	Podíl na SK	Počet lůžek na 1 km <sup>2</sup>	Počet míst pro stany a karavany
Klastr Amerika*	76	1,00%	13,74%	2 535	0,58%	8,93%	9,0	
Okres Beroun**	40	0,53%	7,23%	1 564	0,36%	5,51%	2,4	543
Okres Praha-západ**	45	0,59%	8,14%	2 008	0,46%	7,08%	3,4	447
Středočeský kraj**	553	7,27%	100,00%	28379	6,51%	100,00%	2,6	6 389
ČR**	7 608	100,00%		435 993	100,00%		5,5	51 798

\*Vlastní šetření 2007, \*\*Dle ČSÚ

P.č.	Obec	Počet zařízení	Počet pokojů	Počet lůžek	Podíl na počtu zařízení	Podíl na počtu pokojů	Podíl na počtu lůžek
1	Beroun	25	441	1134	32,89%	42,32%	44,73%
2	Bubovice	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
3	Černošice	4	54	159	5,26%	5,18%	6,27%
4	Dobříč	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
5	Dobřichovice	5	35	92	6,58%	3,36%	3,63%
6	Drahelčice	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
7	Hlásná Třebaň	3	17	40	3,95%	1,63%	1,58%
8	Choteč	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
9	Chrástany	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
10	Chrstenice	1	14	46	1,32%	1,34%	1,81%
11	Chýnčice	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
12	Jinočany	1	14	32	1,32%	1,34%	1,26%
13	Karlík	1	31	54	1,32%	2,98%	2,13%
14	Karlštejn	13	70	200	17,11%	6,72%	7,89%
15	Kosoř	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
16	Lety	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
17	Liteň	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
18	Loděnice	2	12	28	2,63%	1,15%	1,10%
19	Lužce	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
20	Mezouň	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
21	Měňany	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
22	Mořina	1	4	14	1,32%	0,38%	0,55%
23	Mořinka	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
24	Nučice	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
25	Ořech	2	6	17	2,63%	0,58%	0,67%
26	Roblín	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
27	Rudná	1	195	347	1,32%	18,71%	13,69%
28	Řevnice	4	22	55	5,26%	2,11%	2,17%
29	Srbsko	6	43	97	7,89%	4,13%	3,83%
30	Svatý Jan pod Skalou	1	16	38	1,32%	1,54%	1,50%
31	Svináře	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
32	Tachlovice	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
33	Tetín	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
34	Třebotov	1	3	10	1,32%	0,29%	0,39%
35	Úhonice	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
36	Vonoklasy	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%



P.č.	Obec	Počet zařízení	Počet pokojů	Počet lůžek	Podíl na počtu zařízení	Podíl na počtu pokojů	Podíl na počtu lůžek
37	Vráž	1	15	34	1,32%	1,44%	1,34%
38	Všenory	1	15	40	1,32%	1,44%	1,58%
39	Vysoký Újezd	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
40	Zadní Třeboň	2	25	78	2,63%	2,40%	3,08%
41	Zbuzany	1	10	20	1,32%	0,96%	0,79%
<b>Vymezené území celkem</b>		<b>76</b>	<b>1042</b>	<b>2535</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Zdroj: Vlastní šetření Enterprise plc, s.r.o., 2007

- b) Vnímání kvality ubytovacích zařízení typu hotel, hotel garni, pension a motel je z pohledu klienta (zejména zahraničního) ovlivněno oficiální certifikací ubytovacích zařízení (zejména při první návštěvě resp. výběru ubytovacího zařízení přes internet, telefon, e-mail apod.). V ČR je garantem certifikace pro hotely a penziony Asociace hotelů a restaurací ČR. Každé certifikované ubytovací zařízení je označeno znakem s vymezením kategorie (hotel, hotel garni, pension, motel) a dále označením třídy hvězdičkou (\* - \*\*\*\*\*). Nejvyšší třída může být označena maximálně pěti hvězdičkami (platí pouze pro hotely), motely a penziony mohou být označeny maximálně do čtyř hvězdiček. Jednotlivé třídy jsou: \* Tourist, \*\* Economy, \*\*\* Standard, \*\*\*\* First Class, \*\*\*\*\* Luxury.
- i) V rámci vymezeného území je v rámci kategorie hotely \*\*\*\* a \*\*\*\*\* ostatní hotely a penziony držitelem certifikátu 5 z 58 zařízení, tj. 8,6% (v rámci Středočeského kraje je to 34 z 299 zařízení, tj. 11,4%, v rámci ČR je to celkem 429 ze 4279 zařízení, tj. 10,02%). Z pohledu vnímané kvality je vymezené území pod průměrem jak kraje, tak ČR. Navíc veškerá certifikovaná zařízení jsou lokalizována v Berouně.
- ii) Z pohledu zařazení do jednotlivých tříd kvality je situace ve vymezeném území podobná. V rámci vymezeného území je do dvou nejvyšších tříd (\*\*\*\* a \*\*\*\*\*) zařazeno pouze jedno zařízení, tj. 1,3%, což je ve srovnání se situací ve Středočeském kraji (3,4%) a v ČR (5,3%) značně pod průměrem.

	HUZ celkem	Hotely***** Hotely****		Ostatní hotely a penziony		Kempy		Chatové osady a tur. ubytovny		Ostatní zařízení	
		Počet	Podíl	Počet	Podíl	Počet	Podíl	Počet	Podíl	Počet	Podíl
<b>Klastr Amerika*</b>	<b>76</b>	<b>1</b>	<b>1,3%</b>	<b>57</b>	<b>75,0%</b>	<b>8</b>	<b>10,5%</b>	<b>7</b>	<b>9,2%</b>	<b>3</b>	<b>3,9%</b>
Středočeský kraj **	553	19	3,4%	280	50,6%	66	11,9%	81	14,6%	107	19,3%
Podíl klastr/SK	13,7%	5,3%		20,4%		12,1%		8,6%		2,8%	
ČR celkem **	7 608	286	3,8%	3 993	52,5%	499	6,6%	968	12,7%	1 862	24,5%

Zdroj: \*Vlastní šetření 2007, \*\*Dle ČSÚ

- c) Podobná situace je rovněž k kategorii kempy a chatové osady. Garantem certifikace kategorie „kemp a chatová osada je,“ z pověření Ministerstva pro místní rozvoj a na základě „Doporučeného standartu ubytovacích služeb“ vydaných jmenovaným ministerstvem „Živnostenské společenstvo Kempy a chatové osady ČR“. Cílem certifikace je v dané kategorii zařadit objekty do určených tříd (1 – 4), označených hvězdičkami (\* až \*\*\*\*). Toto rozřazení umožňuje základní orientaci a přehled o rozsahu a úrovni poskytovaných služeb, zvyšuje důvěryhodnost a prestiž a vytváří výhodnější podmínky pro účinnou a seriózní propagaci prostřednictvím Společenstva na cílových trzích i na úrovni státních úřadů (CzechTourism, regionální úřady atd.).
- i) V rámci kempů je ve vymezeném území certifikováno jedno zařízení z 8, tj. 12,5% (v rámci kraje je to 6 zařízení z 81, tj. 7,4%, v rámci ČR je to 78 zařízení z 499, tj. 15,6%). V rámci vymezeného území je dané certifikované zařízení kategorie kemp zařazeno do třídy \*, v ostatních třídách není zařazeno v rámci vymezeného území již žádné další zařízení.
- ii) V rámci Středočeského kraje je ze 6 zařízení rozdělení následující: 1 v kategorii \*, 1 v kategorii \*\*, 2 v kategorii \*\*\* a 2 v kategorii \*\*\*\*. V rámci ČR je ze 78 zařízení rozdělení následující: 3 v kategorii \*, 16 v kategorii \*\*, 41 v kategorii \*\*\* a 18 v kategorii \*\*\*\*.
- d) Na celkových příjmech z cestovního ruchu se ubytovací služby podílejí významnou částí. Dle různých šetření tvoří výdaje za ubytování 40 až 60 % celkových výdajů turistů. Na základě kombinace statistických šetření a vlastních šetření v regionu lze celkové příjmy za ubytovací služby odhadovat na úrovni 170 mil. Kč ročně (viz tabulka)

Kapacity HUZ ve vymezeném území	Tržby HUZ ve vymezeném území celkem	z toho: Hotely ***** Hotely ****	Ostatní hotely a penziony	Kempy	Chatové osady a tur. ubytovny	Ostatní zařízení
Počet zařízení(*)	76	1	57	8	7	3
Počet lůžek(*)	2535	212	1758	260	286	19
Celková roční kapacita(*)		77 380,00	641 670,00	94 900,00	104 390,00	6 935,00
Průměrné využití kapacit v procentech(**)		50,50%	33,30%	25,00%	30,00%	30,00%
Počet lůžkonocí		39 076,90	213 676,11	23 725,00	31 317,00	2 080,50
Průměrné ceny za ubytování ve SK v Kč/noc(**)		1 442,00	502,00	97,00	133,00	199,00
<b>Celkové tržby za ubytování v Kč</b>	<b>170 494 802,52</b>	<b>56 348 889,80</b>	<b>107 265 407,22</b>	<b>2 301 325,00</b>	<b>4 165 161,00</b>	<b>414 019,50</b>

Zdroj: (\*) Vlastní šetření 2007, (\*\*) Dle ČSÚ

- e) Z pohledu souhrnného hodnocení lze tedy konstatovat, že struktura ubytovacích zařízení v regionu a jejich rozmístění podporují spíše tranzitní pobyty (1 – 2 noci) a z pohledu kvality jsou zaměřené jak „vnímanou kvalitou“ (počet certifikovaných zařízení), tak jejich reálnou kvalitou (zařazení do tříd u certifikovaných zařízení) na nízko nebo středně výdajové skupiny. U necertifikovaných zařízení nebylo možné v rámci studie realizovat podrobné šetření, zaměřené na kvalitu ubytovacích služeb. S využitím výsledků monitoringu návštěvníků je však možno říci, že v rámci celé turistické oblasti Okolí Prahy – západ (Střední Čechy – západ) je nižší průměrné hodnocení kvality ubytování ve srovnání s průměrem za celou ČR, ale podstatně vyšší než v rámci celého kraje (resp. turistického regionu Okolí Prahy). V rámci srovnání výstupů monitoringu návštěvníků na úrovni celé ČR je zastoupení těch, kteří v daném regionu (dle místa dotazování) nevyužili ubytovacích služeb výrazně vyšší než u dotazovaných v turistické oblasti „Střední Čechy – západ“, což potvrzuje převládající počet tranzitních návštěvníků. Z pohledu vymezeného území, kde byli respondenti převážně dotazováni v Berouně a v Karlštejně, je situace obdobná jako v celé turistické oblasti.

## 2) Charakter a struktura návštěvnosti území (krátkodobé pobyty, „nízkovýdajové“ skupiny) vers. příjmy z cestovního ruchu:

- a) V rámci stávajících cílových skupin návštěvníků a turistů, přijíždějících do vymezeného území, lze identifikovat na základě monitoringu návštěvníků (viz CzechTourism) následující skutečnosti:
- U „vysokovýdajových“ skupin (s útratou 1000,- a více Kč za den), které jsou v daném území tvořeny z 80% cizinci, převládají pouze návštěvy (bez noclehu) nebo jen krátkodobé pobyty (1 – 2 noci). Z pohledu země původu / národnosti návštěvníků zde jednoznačně převládají Němci, následováni Italy, Slováky, Rakušany, Brity a Nizozemci. Zejména v Berouně jednoznačně převládají Němci. Jde často o „tranzitní“ pobyty, jejichž účastníci spojují pobyt ve vymezeném území s pobyty v rámci ČR, zejména pak v Praze, Středočeském kraji, Jihomoravském kraji, Západočeských lázních a v Jižních Čechách (dle monitoringu návštěvníků).
  - „Nízkovýdajové“ skupiny (s útratou do 500,- Kč za den) jsou tvořeny z 80% tuzemskými návštěvníky a turisty. U těchto skupin je výrazně vyšší počet těch, kteří ve vymezeném regionu pobudou 1 – 3 noci, resp. do 5 nocí. Z celkového počtu tuzemských návštěvníků a turistů převládají ti, kteří do vymezeného území přijíždějí ze vzdálenosti do 100 km (cca 85%), z míst nad 100 km je jich pouze do 15%, v rámci tuzemských respondentů dotazovaných v Berouně je to dokonce jen 2 – 3%.
  - Z pohledu využití místní infrastruktury cestovního ruchu a částečně i souvisejících služeb (typu občerstvení a restaurace apod.) a volnočasových aktivit (jízďárny, kulturní programy apod.) tvoří významnou skupinu i majitelé tzv. „druhých bydlení“ (chaty, chalupy, tzv. objekty individuální rekreace - OIR). Výdaje realizované touto skupinou se však z pohledu průměrné denní útraty ve vymezeném území řadí k těm nejnižším (převážně do 200,- Kč/den). Počet takto pravidelně přijíždějících návštěvníků je však významný z pohledu celkového počtu „člověkodnů“ strávených ve vymezeném území. Tato klientela vytváří velmi významný „základ“ návštěvnosti zejména kulturních, společenských a sportovních

akcí, konajících se ve vymezeném území a podílí se svými výdaji na spotřebě místních služeb (volnočasové programy, občerstvení a gastronomie) a produktů (zejména potraviny). Vzhledem k tomu, že neexistuje žádné dostupné šetření, zachycující potřebné údaje, vycházeli jsme při stanovení výdajů této skupiny z kombinace údajů ČSÚ, expertních odhadů a hypotéz. Celkové výdaje za služby a produkty majitelů OIR ve vymezeném území se tedy mohou pohybovat v rozmezí cca 50 (pesimistická varianta) – 200 (optimistická varianta) mil. Kč za rok. Dle reálné varianty se tyto výdaje pohybují v rozmezí 98 – 132 mil. Kč.

Varianta dle výše výdajů na osobu a den	Počet OIR ve vymezeném území*	Počet osob na OIR**	Počet dnů v roce – pesimist. odhad***	Počet dnů v roce optimist. odhad****	Průměrné denní výdaje v Kč/ osoboden *****	Celkem – pesimist. odhad	Celkem optimist. odhad
Optimistická	7100	3	46	62	150	146 970 000	198 090 000
Reálná	7100	3	46	62	100	97 980 000	132 060 000
Pesimistická	7100	3	46	62	50	48 990 000	66 030 000

\*Výstupy ze SDLB 1991 a 2001

\*\*Expertní odhad, vycházející ze statistik ČSÚ

\*\*\*Odhad vychází z hypotézy pobytu v OIR 20 víkendů (tj. 40 dnů) a jednoho 6-denního pobytu (jeden týden, mínus půlden na příjezd a půlden na odjezd).

\*\*\*\*Odhad vychází z hypotézy pobytu v OIR 25 víkendů (tj. 50 dnů) a jednoho 12-denního pobytu (dva týdny, mínus 2 dny na příjezd a odjezd).

\*\*\*\*\*Průměrné denní výdaje jsou stanoveny na základě expertních odhadů, které vychází i z využití výstupů monitoringu návštěvníků.

- b) Z pohledu souhrnného hodnocení lze tedy konstatovat, že delší pobyty (2 a více nocí) jsou ve vymezeném území typické pro nízkovýdajové skupiny, převážně tuzemce. Naopak pro vysokovýdajové skupiny, převážně cizince, jsou typické krátkodobé pobyty bez noclehu nebo s 1, maximálně 2 noclehy. Stávající struktura cílových skupin, odrážející strukturu a charakter ubytovacích kapacit, je tedy z pohledu příjmů z cestovního ruchu nepříznivá. Z pohledu celkového objemu vydaných finančních prostředků návštěvníky a turisty tvoří významnou část skupina majitelů druhého bydlení ve vymezeném území. Jedná se zejména o výdaje za služby, gastronomii a potraviny.

### 3) Sociální a infrastrukturní degradace venkovských oblastí vers. vývoj počtu a hustoty osídlení („na venkově bydlím, ale nežiji“), nízká úroveň sounáležitosti:

- a) Z pohledu demografického vývoje došlo v posledních 5 letech k razantním změnám, které dle očekávání budou v nejbližších letech pokračovat. Jedná se zejména o prudký růst trvale bydlícího obyvatelstva, jehož počet narostl ve vymezeném území za posledních 5 let o 9% (v rámci ČR byl za stejné období zaznamenán růst 1%, v rámci Středočeského kraje byl tento růst 5%). Dochází tedy k razantnímu nárůstu počtu obyvatel vymezeného území a to migrací zejména z jiných částí ČR. Zejména ve městech a obcích blízkých Praze nebo z Prahy dobře přístupných (poloha kolem dálnice či kolem silnic 1. a 2. třídy) dochází k rozsáhlé bytové výstavbě. Převážná většina takto nově přicházejících obyvatel ze svých nových bytů a domů dojíždí za prací do velkých center v rámci vymezeného území (zejména Beroun) nebo mimo něj (zejména Praha). Vzhledem k historickému vývoji ekonomické struktury vymezeného území – útlum a/nebo racionalizace ekonomických aktivit (těžba a zpracování nerostů, zemědělství atd.) je podobná situace i u obyvatel v regionu již dlouhodobě žijících. Tato situace má za následek:
- Postupnou sociální degradaci venkovského území, ze kterého se vytrácejí prvky venkovského života a postupně lze očekávat v nově vytvořených obytných zónách vznik zcela nových vazeb, sociálních struktur a vztahů, typických spíše pro městské nebo „sídlištní“ osídlení. Postupně se tedy vytrácejí ještě zbývající původní zvyky, tradice, rodinné vazby atd.
  - Vzhledem k historickému vývoji byl v daném území dlouhodobě zanedbáván stav dopravní (silnice, železnice apod.) a technické infrastruktury (budovy, kanalizace, čističky odpadních vod atd.), občanské vybavenosti (školy, školky, zdravotnická zařízení apod.) a navazujících služeb. Stávající vývoj již vytváří a bude i nadále vytvářet silný tlak na budování, modernizace a rekonstrukce uvedené infrastruktury, zajištění potřebné občanské vybavenosti a služeb, avšak zcela logicky s prioritním zaměřením na obyvatele

regionu (vč. nově přicházejících). Nová dopravní infrastruktura bude prioritně budována tak, aby odrážela potřeby dojíždění obyvatel vymezeného území za prací. Pozitivem bude tedy růst kvality hlavních spojnic s nejvýznamnějšími spádovými centry (Praha, Beroun), otevřenou otázkou zůstává rozvoj dopravní infrastruktury mezi jednotlivými obcemi a mezi turistickými cíli a atraktivitami ve vymezeném území (destinaci cestovního ruchu).

- iii) Životní styl postupně rostoucí skupiny nově přichozích a ekonomicky aktivních obyvatel bude s velkou pravděpodobností velmi blízký životnímu stylu městského osídlení. Navíc takto za prací vyjíždějící obyvatelé vymezeného území budou z velké části své výdaje na základní živobytí (nákupní centra zejména v Praze a Berouně) a volnočasové aktivity (zejména kulturně zaměřené) realizovat opět zejména v Praze či méně v Berouně. Přes nárůst počtu obyvatel ve vymezeném území nelze tedy očekávat relevantní nárůst objemu finančních prostředků realizovaných ve vymezeném území. Naopak reálně, ale zejména poměrově bude narůstat objem finančních prostředků utrácených místními obyvateli za zboží a služby mimo vymezené území. Daný životní styl navíc směřuje k situaci, kdy sice ve vymezeném území vzroste (a to i zásadně) počet zde bydlících, nicméně s velkou pravděpodobností neporoste počet zde „žijících“.
- iv) S nárůstem nově přichozích obyvatel se bude postupně snižovat úroveň loajality místních obyvatel k danému území.
- v) I rozsáhlá vlastní terénní šetření, prováděná ve vymezeném území, potvrdila poměrně velkou „vylidněnost“ území v pracovní dny, potvrzující ekonomickou realizaci místní populace z převážné části mimo vymezené území.
- b) Z uvedených charakteristik lze tedy reálně očekávat postupný ústup venkovského způsobu života ve vymezeném území a postupně sílící spíše městský životní styl rostoucí skupiny místních obyvatel. Území s takto se vyvíjejícím životním stylem zmenší velikost i poměr typicky „venkovských území“ ve vymezeném území, vhodných pro rekreaci a pobyty na venkově. Rovněž z pohledu investic do infrastruktury lze předpokládat jako zásadní prioritu takovou infrastrukturu, která bude vytvářet podmínky pro růst počtu obyvatel v daném území.

#### **4) Omezené využití stávajících atraktivit a řada potenciálně využitelných atraktivit (lomy, mlýny, železnice atd.) vers. omezená stávající nabídka atraktivit turistům a návštěvníkům:**

- a) Na základě provedené analýzy lze konstatovat, že stávající nabídka turistických cílů a atraktivit cestovního ruchu ve vymezeném území je poměrně velmi úzká a v převážné části je koncentrována do několika málo lokalit (Beroun, Karlštejn, Svatý Jan pod Skalou). Z pohledu návštěvnosti patří k nejvýznamnějším cílům ve vymezeném území památkově chráněné objekty. Nejnavštěvovanějším je jednoznačně Státní hrad Karlštejn, následován již cíli a atraktivitami s výrazně nižší návštěvností – zejména se jedná o poutní a/nebo sakrální atraktivity, historické objekty a cíle (Beroun, Mořinka, Svatý Jan pod Skalou, Tetín). Rozhodně však poznávací cestovní ruch patří v současné době dle monitoringu návštěvníků k nejčastěji zmiňovaným důvodům návštěvy (40 – 60%) vymezeného území, následují turistika a sport (12%), pracovní důvody (až 26%), zábava (až 16%). K nejlákavějším aktivitám, spojovaným respondenty v rámci monitoringu návštěvníků s vymezeným územím patří: poznávání (90 – 95% respondentů), pěší turistika (28 – 60% respondentů), cykloturistika (25 – 30% respondentů), aktivní sport (12 – 32% respondentů), návštěvy kulturních akcí (6 – 16% respondentů). Problémem se však zde stává:
  - i) Nekomplexnost vymezeného území z pohledu nabídky poznávacího cestovního ruchu, spojované návštěvníky do logických celků. Do území tak nebyly začleněny zejména Korno (vesnická památková zóna) a Nižbor (zámek s Informačním centrem keltské kultury).
  - ii) Špatný stav řady cílů a atraktivit poznávacího turismu, resp. často špatný stav okolních objektů (viz monitoring návštěvníků, vlastní šetření).
  - iii) Omezená dostupnost některých cílů, spočívající jednak:
    - v neexistenci nebo špatné kvalitě přístupových cest a komunikací,
    - v nedostatku parkovacích ploch v docházkové vzdálenosti,
    - v omezené časové dostupnosti dostatečného počtu atraktivních cílů v zimním období,
    - v nedostatečném vybavení vymezeného území atraktivitami a cíli připravenými a vhodnými pro celoroční využití a disponující konkurenceschopnou nabídkou požadovaných služeb,
    - v nedostatečném značení turistických cílů, atraktivit a služeb.
- b) Jak v mezinárodním, tak postupně i tuzemském cestovním ruchu roste zájem o industriální památky (staré uzavřené provozy, doly – např. Chrustenická šachta, Solvayovy lomy, vodní mlýny apod.), technické zajímavosti a muzea (lomy Amerika, Automuseum Praga, Veterán Moto Muzeum v Karlštejně, opevnění v rámci tzv. Pražské čáry apod.) a originální místní

výrobní kapacity (těžba vápence, Kladensko – Nučická dráha, sklárny – např. Nenačovice, pivovar Berounský Medvěď, ekofarma + ekozahradnictví + ekopekárna Country life v Nenačovicích apod.) a řemesla. Ve vymezeném území je poměrně rozsáhlá nabídka stávajících a potenciálních cílů a atraktivit pro takovýto cestovní ruch. Problémem však je:

- i) Nekomplexnost vymezeného území z pohledu nezařazení přirozených částí území či obcí s důležitými atraktivitami industriálního cestovního ruchu do vymezeného území (zejména se jedná o Nenačovice s provozem sklárny a Country life – centra zdravého životního stylu), případně o Nižbor se sklárnou a zámekem s IC keltské kultury).
  - ii) Nepřístupnost nebo jen omezená přístupnost některých potenciálních atraktivit a cílů pro návštěvníky a turisty (lomy, Kladensko-Nučická dráha – prodloužená Tachlovická větev k Trněnému Újezdu a k lomům Čížovec a Holý vrch atd.).
  - iii) Možnost využití některých pozůstatků těžební činnosti (zejména lomů – Holý vrch, Amerika, Čížovec) pro rozvojové záměry a pro možné využití v rámci zvýšení atraktivity území pro turisty a návštěvníky až po roce 2013 a tedy nemožnost čerpání zdrojů z rozvojových programů EU v rámci plánovacího období 2007 – 2013 (s velkou pravděpodobností posledního období čerpání ČR z fondů EU) pro zatraktivnění těchto cílů a jejich potenciálně vyšší využití v rámci rozvoje turismu ve vymezeném území.
  - iv) Nedostupnost nebo omezená dostupnost pro návštěvníky:
    - neexistence nebo špatná kvalita přístupových cest a komunikací,
    - nedostatek parkovacích ploch v docházkové vzdálenosti,
    - nedostatečné značení turistických cílů, atraktivit a služeb
  - v) Omezená programová nabídka, spojená s cíli a zajímavostmi industriálního turismu.
  - vi) Provoz zařízení, založený na zájmovém, více či méně ne zcela profesionálním přístupu a s tím související kapitálová podvázanost rychlejšího a razantnějšího rozvoje.
- c) Poznávací cestovní ruch, ale i aktivní odpočinek a pěší turistika jsou spojeny s přírodními krásami a zajímavostmi. Rovněž v této oblasti je vymezené území poměrně dobře vybaveno. Problémem však je:
- i) Nekomplexnost vymezeného území z pohledu necitlivého rozdělení CHKO Český Kras. Zejména však je nedostatkem nezačlenění Koněprus s významnou přírodní atraktivitou – Koněpruskými jeskyněmi.
- d) Významným motivačním prvkem k návštěvě vymezeného území je aktivní odpočinek a rekreace ve venkovském prostoru spojená s rekreačními sporty. Ve vymezeném území se jedná zejména o aktivity spojené s řekou Berouňkou (vodní turismus, rybolov, koupání), dále s jezdeckým (10 subjektů s nabídkou jezdeckým ve vymezeném území), s cykloturistikou, se sportovním létáním (letišť v Bubovicích) a s golfem. Problémem se zde však stává vybavenost potřebnou infrastrukturou, šíří a kvalitou služeb, sloužící návštěvníkům a turistům (viz monitoring návštěvníků, vlastní šetření). Zejména:
- i) U vodního turismu je to přísná regulace a omezení vztahující se k tzv. záplavovým územím (podél Berouňky) a tedy často omezení nabídky požadovaných služeb (kempy v dostupné vzdálenosti, schůdky pro přenášení lodí apod.) a pro vodáky omezená nabídka vodáckých zajímavých a „adrenalinových“ míst (míst se silnějším tokem např. typu vodácký kanál, viz. obrázek vodáckého kanálu v Opavě).



Vodácký kanál v Opavě

- ii) U hipoturistiky je to neexistence oficiálních / značených hipostezek, umožňujících skutečnou hipoturistiku nabídkou možnosti dlouhých vyjížděk, spojených např. s návštěvou relevantních turistických cílů a atraktivit, s poznáváním venkova a s možností vícedenních vyjížděk. Podmínkou rozvoje hipoturistiky je rovněž propojení jezdeckých

center hipostezkami a jejich spolupráce a nabídka služeb, spočívajících v možnostech přenocování, ustájení koní apod.

- iii) U cykloturistiky to je jednak nižší průměrná vybavenost území cyklotrasami a velmi podprůměrná (téměř neexistující) vybavenost cyklostezkami, zejména je zde však rostoucí rozpor mezi trendy a rostoucími požadavky na bezpečnost na straně jedné a současným stavem cyklotras, vedoucích po úzkých a často velmi devastovaných komunikacích 2. a 3. třídy. Rovněž vybavenost doplňkovými službami pro cykloturistiku v regionu je omezená (půjčovny kol, cykloservisy, místa pro odpočinek - odkrytá i s přístřešky apod.).
- iv) U sportovního létání je to vybavenost letišť v Bubovicích, kde kromě kvality dráhy je problémem šíře a kvalita služeb – které jsou relevantní pro volnočasové využití „místními“ (členy aeroklubů), z pohledu přijíždějících turistů a návštěvníků jsou však nedostatečné.
- v) Golf: ve vymezeném území je v současné době jedno 18-ti jamkové golfové hřiště v Karlštejně. Ve výstavbě jsou již další dvě golfové hřiště – „Na Veselém“ v Berouně a ve Vysokém Újezdě. Hřiště „Na Veselém“ však bude privátním hřištěm a pro potřeby příjezdového turismu bude jeho využití velmi omezené (viz informace investora na <http://www.exkluzivita.cz/golf/>). Přesto existence tří 18-ti jamkových hřišť (byť jednoho s velmi omezeným využitím pro návštěvníky a turisty), vzdálených od sebe jen několik kilometrů (od 12 do 18 km), vytvoří velmi silný potenciál pro tzv. golfový turismus. Tento je však spojen s celou řadou požadavků, které vymezené území v současné době nesplňuje. Zejména jde o:
  - Dostatečnou kapacitu ubytovacích zařízení s potřebnou kvalitou (hotely \*\*\*\* a \*\*\*\*\* a penziony \*\*\*\*).
  - Dostatečnou programovou nabídkou:
    - (a) Doplňkový program pro hráče golfu (zábava, kultura).
    - (b) Programy pro nehrající doprovod hráčů, pro rodinné příslušníky (problém tzv. golfových vdov) apod.

## 5) Malá motivace k rozvoji turismu (nízká nezaměstnanost, klesající loajalita / vztah k venkovu atd.)

- a) Úroveň nezaměstnanosti ve vymezeném území patří dlouhodobě k nejnižším v ČR. Přesto však na rozdíl od vývoje nezaměstnanosti ve Středočeském kraji a v ČR, kde je patrný pokles míry nezaměstnanosti v letech 2006 a 2007, je trend vývoje míry nezaměstnanosti ve vymezeném území opačný. Ve srovnání s rokem 2001 došlo ve vymezeném území paradoxně dokonce ke zvýšení míry nezaměstnanosti, byť jen o několik setin procenta. Stále je však průměr míry nezaměstnanosti ve vymezeném území (3,39%) podstatně nižší, než jsou průměry za ČR (6,29%) a za Středočeský kraj (4,41%). Motivace k vytváření pracovních míst ve vymezeném území je tedy minimální, což platí pro sektor cestovního ruchu snad o to silněji, oč jsou průměrné mzdy v tomto sektoru ve srovnání s ostatními obory nižší a práce časově (večery, víkendy, svátky, prázdniny) i z pohledu potřebných kompetencí (znalost jazyků, komunikační dovednosti atd.) náročnější.
- b) Vzhledem k vytrácení venkovského charakteru života z části vymezeného území klesá i počet těch, kteří by byli schopni a ochotni využít znalostí místních tradic, zvyků, venkovského stylu života pro komerční využití v rámci volnočasových aktivit a turismu a tím zároveň napomoci jejich dalšímu zachování.
- c) Omezená velikost výdajů za služby maloobchodní produkty ve vymezeném území, a to jak u stávajících cílových skupin návštěvníků a turistů (viz monitoring návštěvníků), tak rovněž u místních občanů nebo majitelů tzv. druhých bydlení (měnící se životní styl ve vymezeném území bydlících občanů, viz předcházející bod 3 diagnózy) není dostatečně motivující ke změně z dojížděky za jistou, slušně placenou prací zejména v Praze na vytvoření vlastního, nepřítis jistého a málo stabilního podnikání v daném území. Této situaci by napomohlo:
  - i) Zvýšení počtu přijíždějících turistů a návštěvníků.
  - ii) Prodloužení průměrné doby pobytu turistů ve vymezeném území.
  - iii) Změna struktury turistů, přijíždějících do vymezeného území.
  - iv) Vytvoření infrastrukturního zázemí a rozšíření nabídky služeb pro snížení sezónních výkyvů a prodloužení vrcholové sezony.
  - v) Zásadní zlepšení marketingu a marketingové komunikace vymezeného území.
  - vi) Zlepšení komunikace a spolupráce mezi zainteresovanými subjekty.

## 6) Nekoordinovanost CR vers. potenciál CR ve vymezeném území (produkty, atraktivita, marketing, orientační značení cílů atraktivit atd.)



- a) Potenciál nabídky služeb a atraktivit cestovního ruchu ve vymezeném území je z pohledu srovnání s jinými územími průměrný až nadprůměrný, avšak jeho současné využití, stejně tak jako schopnost a ochota jej rozvíjet a marketingově nabízet je podvážena kromě omezených investičních zdrojů rovněž nízkou úrovní koordinace aktivit ve vymezeném území. Problémy jsou zejména v následujících oblastech:
- i) V porovnání s ostatními turistickými oblastmi v rámci turistického regionu Střední Čechy a Středočeského kraje (část je začleněna v turistickém regionu Český ráj) postrádá právě turistická oblast Střední Čechy – západ zastřešující organizaci cestovního ruchu typu Posázaví, o.p.s. (Střední Čechy – jih), Zlatý pruh Polabí, o.p.s. (Střední Čechy – severovýchod – Polabí) či Sdružení Český ráj (turistická oblast Český ráj). Částečně na podobném principu zde fungují obdobné instituce, avšak s omezeními jak z pohledu věcného a profesionálního, tak z pohledu pokrytí území. V rámci vymezeného území je situace o to horší, že zde nefunguje resp. není oficiálně zaregistrována ani žádná jiná instituce sdružující nebo zastřešující společně zájmy zainteresovaných subjektů z veřejného i soukromého sektoru (typu MAS - místní akční skupina). Určitá proorganizovanost je na úrovni obcí (4 mikroregiony – Mikroregion Horymír, Region Jihozápad, Region Dolní Berounka, Mikroregion Český kras – Pláně). Avšak i u těchto institucí je ekonomický rozvoj postaven na dobrovolnickém, neprofesionalizovaném přístupu a podpora a rozvoj cestovního ruchu není pojímán jako priorita.
  - ii) Nedostatečná úroveň komunikace a spolupráce mezi zainteresovanými subjekty ve vymezeném území, a to jak mezi veřejným a soukromým sektorem, tak i v rámci těchto sektorů.
  - iii) Nedostatečná připravenost rozvojových projektů cestovního ruchu ve vymezeném území. Toto potvrzuje i skutečnost, že v rámci aktualizovaného Programu rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji bylo v části akční plán k 31.8.2007 identifikováno a popsáno celkem 112 projektů v úhrnné hodnotě 1,29 miliardy Kč. Tyto projekty se v převážné míře váží k časovému období let 2007 – 2009. V rámci turistické oblasti Střední Čechy – západ bylo identifikováno 16 projektů (nejméně ve srovnání s ostatními turistickými oblastmi v regionu) v úhrnné hodnotě 83600 tis. Kč. Z těchto projektů se ani jeden neváže k území Klustru Amerika a většina těchto projektů se váže k území aktivně a na profesionální bázi pracujícího Svazku Rakovnicko.
- b) Nedostatečný, nekomplexní a nepřilíh efektivní je marketing vymezeného území.
- i) Velmi slabá je nabídka vymezeného území prostřednictvím e-marketingu. Pouze jeden z uvedených portálů disponuje rezervačním modulem, velmi omezená je nabídka v cizích jazycích. V současné době je vymezené území nabízeno návštěvníkům a turistům v souhrnné podobě na 5 portálech:
    - <http://www.karlstejsko.cz> – v současné době kvalitou e-nabídky se jeví jako nejlépe propracovaný, výhodou je zakomponovaný rezervační modul, nevýhodou je neexistence jazykových mutací (ke dni 15. 12. 2007) s výjimkou některých informací o ubytovacích kapacitách v rámci plánovače dovolené.
    - <http://www.karlstejsko.com/> - grafická podoba není marketingově ideální, informace jsou z velké části podávány formou odkazů na propojené webové stránky obcí a atraktivit, přes zavádějící řádku vlaječek v záhlaví i pod záhlavím neexistují zde žádné jazykové mutace (ke dni 15. 12. 2007), neumožňuje on-line rezervaci ubytování.
    - <http://www.karlstejsko.info> – nejnověji vytvořený informační portál. Zatím (ke dni 15. 12. 2007) je zde i v úvodu informace o přípravě konečné verze celého portálu. Stávající nabídka je zatím neutříděná, portál nemá integrovaný rezervační modul a zatím nenabízí žádnou cizojazyčnou mutaci.
    - <http://www.mesto-beroun.cz/> - informační portál města Berouna nabízí základní informace pro návštěvníky a turisty, tyto informace jsou však až ve druhé úrovni pod heslem „Informace o městě“. Podobně je tomu v dalších dostupných jazykových mutacích (němčina, angličtina). Navíc většina doporučení na výlety v jazykových mutacích vede návštěvníka a turistu mimo území „Klustru Amerika“.
    - <http://www.bohemia-centralis.cz/> - informační portál pouze v češtině, nabízí informace pro návštěvníky a turisty o vymezeném území Klustru Amerika pod odkazem „Berounsko“. Je pouze popisný a nenabízí on-line rezervace a jen velmi omezenou nabídku akcí (zejména jde o akce ve městě Berouně) a nedisponuje nabídkou aktualit.
  - ii) Marketingové tiskoviny, komplexně nebo tématicky zaměřené a představující vymezené území jsou rovněž v současné době výjimkou:
    - Jedna starší pohledová mapa (z roku 2004, zpracovatel B.A.T. Program s.r.o.).

- Jedna nová tiskovina s mapovými podklady (pohledová mapa se zakreslenými příp. označenými atraktivitami a cíli cestovního ruchu a provozovny služeb cestovního ruchu, plánek centra Prahy), základními informacemi o některých ubytovacích a restauračních kapacitách a turistických zajímavostech. Vše pouze v české mutaci.
- iii) V rámci nabídky produktů cestovního ruchu je velmi omezená společná nabídka či propagace a téměř neexistují komplexní produkty, tzv. balíčky (v rámci vlastního šetření jsme narazili pouze na jeden balíček).
- c) Velmi problematické je orientační značení turistických cílů a atraktivit cestovního ruchu. Řada cílů není vůbec nebo je jen špatně označena. Toto potvrdilo i vlastní šetření ve vymezeném území, kde jsme přes dobrou znalost cílů a atraktivit, díky provedenému předběžnému detailnímu šetření, řadu cílů či atraktivit v terénu nebyli schopni bez pomoci místních občanů najít. Vzhledem k tomu, že u průměrného turistů a návštěvníka nelze předpokládat takto detailní přípravu a tedy i znalost území, zůstává řada cílů a atraktivit ve vymezeném území ukrytých.

## 7) Nízká přidaná hodnota místních služeb pro turisty (největší zisky končí mimo území klastru)

- a) Jak již bylo uvedeno výše, převážná většina know-how, vazeb a kontaktů na cílové trhy a organizace pobytů je řešena subjekty nesídlícími ve vymezeném území. Tyto subjekty mají největší podíl na „přidané hodnotě“, vznikající při tvorbě, prodeji a realizaci produktů a služeb cestovního ruchu vymezeného území. Místní subjekty a instituce působí tedy více či méně v roli subdodavatelů či nájemné pracovní síly a logicky tedy i největší podíl na příjmech a ziscích z cestovního ruchu realizovaného ve vymezeném území končí mimo toto území. Tímto příjmy z turismu jsou dále snižovány a je podvazován rozvoj a investice do cestovního ruchu ve vymezeném území z místních zdrojů.

## 2.3 Kategorizace vymezeného území z hlediska potenciálu pro rozvoj CR

Území Středočeského kraje patří z pohledu potenciálu atraktivit a cílů cestovního ruchu jednoznačně k nadprůměrně atraktivním krajům v ČR. Atraktivita kraje je dána zejména množstvím a přitažlivostí kulturně historických objektů a lokalit (hrady, zámky, muzea atd.). Rozsáhlá jsou území s typicky venkovskou krajinou a s průměrnými nebo nadprůměrnými předpoklady pro cestovní ruch. Další vývoj cestovního ruchu bude tedy nejvýrazněji ovlivňován zejména rozsahem a kvalitou infrastruktury (a to jak dopravní, tak infrastruktury služeb cestovního ruchu), úrovní a efektivitou marketingu, kvalitou služeb (danou zejména úrovní personálu ve službách) a úrovní proorganizovanosti sektoru v kraji.

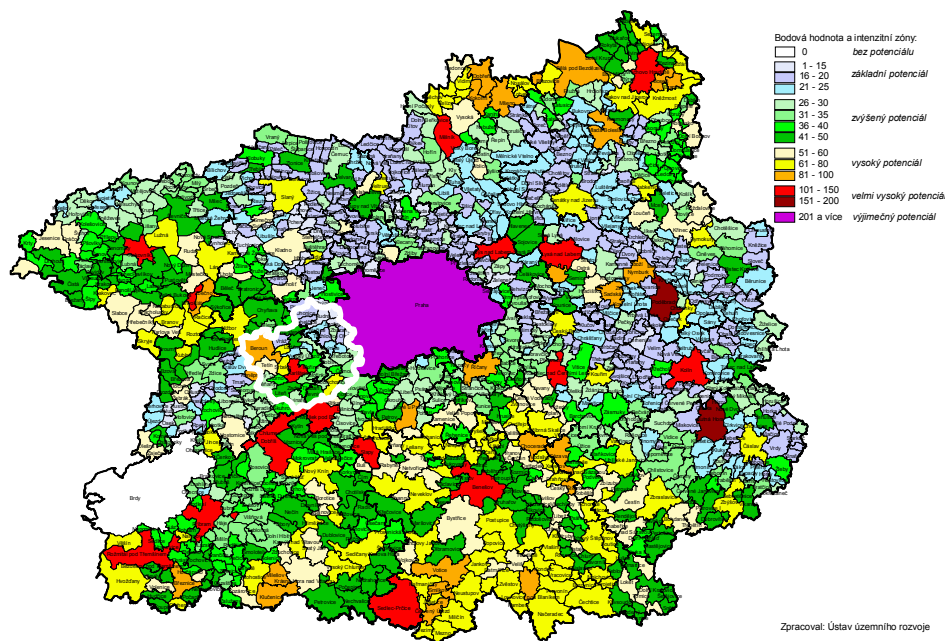
Pro kategorizaci území a pro konečnou verzi marketingového členění byly kromě analýzy využity poznatky z Hodnocení potenciálu cestovního ruchu na území České republiky, zpracovaného Ústavem územního rozvoje Brno pro MMR ČR, Praha 2001 a z Atlasu cestovního ruchu České republiky, vydaném MMR ČR v roce 2006 a zpracovaném Ekonomicko-správní fakultou Masarykovy univerzity v Brně.

Z kartogramů, charakterizujících potenciál cestovního ruchu Středočeského kraje v materiálu „**Hodnocení potenciálu cestovního ruchu na území České republiky**“, a to ať již v celku, či z pohledu jednotlivých subsystémů (přírodního, kulturního atd.) lze jednoznačně vyčíst následující skutečnosti:

- z pohledu celkového potenciálu cestovního ruchu (viz následující obrázek) je významná část kraje (cca 40 %) hodnocena jako území se základním potenciálem, přičemž převážně se jedná o území v severní a severovýchodní části kraje, cca 25 % je hodnoceno jako území se zvýšeným potenciálem, dalších cca 20 % je hodnoceno jako území s vysokým potenciálem a jen rozptýleně je cca do 10 % území hodnoceno jako území s velmi vysokým potenciálem, zbytek do sta procent (přes 5 %) tvoří území bez potenciálu, kterým je oblast Brdů (vojenský výcvikový prostor Jince), jako území využívané pro vojenské účely;
- z pohledu typu jednotlivých potenciálů převládá v kraji území, které je hodnocené jako území s potenciálem vyhraněně přírodním, přírodním nebo smíšeným (cca 70 % území), zbylých 30 % území je hodnoceno jako území s kulturním potenciálem, vyhraněně kulturním potenciálem, či jako zóna bez potenciálu (vojenský výcvikový prostor Jince);



- z pohledu typu přírodního subsystému potenciálu cestovního ruchu převládá území hodnocené jako vhodné pro cykloturistiku (cca 50 %), cyklo a pěší turistiku (cca 20 %), cyklo, pěší a lyžařskou turistiku (cca 10 %), smíšené území (cca 10 %), pro letní rekreaci (cca 5 %) a bez potenciálu (cca 5 %, vojenský výcvikový prostor Jince);
- z pohledu typu kulturního subsystému potenciálu cestovního ruchu převládají zóny bez potenciálu (cca 50 %), dále zóny s kulturně poznávacím potenciálem (cca 25 %), smíšené zóny (cca 8 až 9 %), zóny kulturních a sportovních akcí (cca 8 – 9 %), zóny církevní (cca do 5 %) a zóny lázeňské a společenské (cca 2 – 3 %).



Pokud se jedná o charakteristiku vymezeného území – Klastru Amerika, lze jej dle uvedeného dokumentu charakterizovat následovně:

Úroveň potenciálu	Rozloha území v ha	Podíl území
základní potenciál	7 902	28,17%
zvýšený potenciál	12 623	45,01%
vysoký potenciál	6 314	22,51%
velmi vysoký potenciál	1 208	4,31%
výjimečný potenciál	0	0,00%
<b>Celkem</b>	<b>28 047</b>	<b>100,00%</b>

Tedy téměř 72% území vykazuje zvýšený, vysoký či velmi vysoký potenciál cestovního ruchu.

### 3 Strategie rozvoje cestovního ruchu území Klastru Amerika

Strategie rozvoje cestovního ruchu vymezeného území vychází ze struktury relevantní části aktualizovaného Programu rozvoje cestovního ruchu Středočeského kraje (zpracovaného v roce 2007). Tedy struktura je následující:

- **Vize** je dlouhodobější výhled a její naplňování je tedy dlouhodobým procesem, proto vize nebývá charakterizována v měřitelných ukazatelích a nabízí dostatečnou míru volnosti při jejím postupném naplňování.
  - V případě vize rozvoje cestovního ruchu ve vymezeném území budeme vycházet z trendů a informací o vývoji tohoto sektoru, kde se právě za zlomová období považují roky 2010 a 2020, proto cílovým rokem naplnění vize je rok 2015, tedy rok, kdy bude možno již vyhodnotit naplnění změn očekávaných kolem roku 2010 a bude dostatečný prostor pro korekci resp., aktualizaci vize ve vztahu k roku 2020.

- **Strategické rozvojové cíle** jsou konkretizací vize pro kratší, nicméně stále ještě středně až dlouhodobé období. Jedná se o cíle, transformující vizi do globálnějších, ale již měřitelných charakteristik.
  - V případě strategických rozvojových cílů cestovního ruchu ve vymezeném území se v souladu se zadáním zaměříme zejména doplnění území novými zařízeními, objekty a aktivitami cestovního ruchu a na vymezení požadavků a podmínek pro vytvoření organizačního zajištění rozvoje cestovního ruchu ve vymezeném území.
- **Strategické rozvojové oblasti** jsou dílčími částmi celkové strategie, tvořícími základní oblasti celku, v daném případě cestovního ruchu, v rámci kterých musí být dosaženo změn.
  - Struktura strategických rozvojových oblastí vychází z typů rozvoje cestovního ruchu a ze struktury programových dokumentů cestovního ruchu na národní a krajské úrovni a zároveň vytváří prostor pro detailnější určení úkolů v jednotlivých významných dílčích oblastech celkové struktury cestovního ruchu.
- **Opatření strategických rozvojových oblastí** jsou charakteristikou kroků, které je nutno učinit k dosažení cílů v rámci jednotlivých rozvojových oblastí.
  - Opatření jsou vztažena časově zejména k roku 2013.

### 3.1 Vize rozvoje cestovního ruchu

Vize rozvoje cestovního ruchu tvoří vedle SWOT analýzy druhé hlavní východisko pro formulaci strategie rozvoje cestovního ruchu v dané destinaci.

- 1) Obecná východiska pro formulaci vize:
  - a) Vize by měla vyjít ze znalosti domácí situace i z pochopení obecných trendů a potřeb.
  - b) Role / funkce vize:
    - i) Komunikační – její tvorba a konečná podoba je prostředkem komunikace mezi zainteresovanými subjekty o budoucnosti cestovního ruchu v kraji.
    - ii) Spojovací – spojuje zainteresované subjekty, jejich zájmy, vytváří základ pro společný postup, spolupráci a hledání společných řešení.
    - iii) Motivační – motivuje zainteresované subjekty k jejímu naplnění a klienty (turisty) k ověření jejího naplňování.
    - iv) Prezentační – prezentuje odborné i laické veřejnosti, občanům i podnikatelům, návštěvníkům i turistům srozumitelně a jednoznačně záměry a snahy.
- 2) Forma vize:
  - a) Užší forma – je stručná, jasná, nevysvětluje.
  - b) Širší forma – je rozsáhlejší, podrobněji vysvětluje její dílčí části.
- 3) Východiska pro formulaci vize cestovního ruchu ve vymezeném území, pracovně nazývaném Klastr Amerika:
  - Hlavní cílové skupiny podle místa původu:
    - tuzemští:
      - obyvatelé Prahy a Středočeského kraje,
      - tuzemští turisté přijíždějící do Prahy a jejího okolí,
      - tuzemští turisté přijíždějící do Středočeského kraje,
    - zahraniční:
      - turisté přijíždějící do Prahy,
      - turisté přijíždějící do Středočeského kraje,
      - turisté přijíždějící do ČR a projíždějící Středočeským krajem.
  - Hlavní cílové skupiny podle motivace:
    - turisté a návštěvníci přijíždějící za poznáváním zejména historických kulturních, architektonických, sakrálních, industriálních a přírodních atraktivit a zajímavostí,
    - turisté a návštěvníci přijíždějící za relaxací, odpočinkem a pobytem na venkově
    - turisté a návštěvníci přijíždějící za aktivním pobytem / sportem,
    - turisté a návštěvníci přijíždějící z profesních důvodů,
    - turisté a návštěvníci projíždějící Středočeským krajem a vymezeným územím.
  - Hlavní cílové skupiny podle statutu:
    - rodiny s dětmi,
    - senioři,
    - organizované skupiny (dětí, mládeže, dospělých).
  - Hlavní nabídka (prodejní argumenty):

- cestovní ruch je o zážitcích – nabízet zážitky spojené s atraktivitami a turistickými cíli, charakteristickými pro dané území (poznávání historie Českého království - Karlštejn, Tetín, pobyt na venkově - jízda na koni apod.),
- voda, vodní turistika / rekreace / relaxace u vody: Berounka,
- významné historické památky ve vymezeném území: z celkového počtu 116 nemovitých kulturních památek je zde 53 sakrálních památek, 9 památek typu hrad, zámek a tvrz, 15 památek lidové architektury, 23 památek typu měšťanský dům, vila apod. a 16 památek ostatních, kam spadají zejména místa dávného osídlení (hradiště, jeskyně), kde jsou dnes jen archeologické stopy.
  - hrady, tvrze a zříceniny: Karlštejn, Karlík, Tetín, Třebotov
  - zámky: z řady zámků je veřejnosti přístupný pouze zámek Svinaře
  - sakrální památky: Svatý Jan pod Skalou, Tetín, řada kostelů
  - městská / vesnická památková zóna: Beroun, Mořinka
- industriální památky a technické zajímavosti:
  - staré uzavřené provozy, doly – např. Chrustenická šachta, Solvayovy lomy, vodní mlýny na Radotínském potoce a na Švarcavě apod.,
  - technické zajímavosti a muzea: lomy Amerika, Automuseum Praga, Veteran Moto Muzeum v Karlštejně, opevnění v rámci tzv. Pražské čáry apod.
  - originální místní výrobní kapacity: těžba vápence, Kladensko – Nučická dráha, sklárna Nenačovice, pivovar Berounský Medvěd, ekoprovozy a kapacity Country life v Nenačovicích.
- poloha vymezeného území – je v těsném sousedství Prahy, nejvýznamnější mezinárodní destinace cestovního ruchu v ČR s populací cca 1,2 milionu obyvatel,
- území ležící na jedné z nejvýznamnějších Evropských spojnic východ – západ (D5),
- v těsném sousedství vymezeného území se nachází největší střeoevropské mezinárodní letiště Praha – Ruzyně,
- významné sportovní atraktivity: Karlštejn - jedno z nejznámějších golfových hřišť v ČR, další dvě 18-ti jamková hřiště ve výstavbě),
- významný rozsah chráněných velkoplošných (CHKO Český kras) i maloplošných území.

### 3.1.1 Užší znění vize

**Území se specifickým mixem atraktivit cestovního ruchu, turistických cílů a doplňkových služeb, vytvářející ideální prostředí pro poznávání historie, kultury, venkova a venkovského způsobu života, industriálních památek a technických zajímavostí, pro rekreaci, aktivní odpočinek a sport, těžící ze své polohy, charakteru osídlení, proorganizovanosti zainteresovaných subjektů a ideální dopravní dostupnosti pro cílové skupiny návštěvníků a turistů jak z tuzemska, tak i ze zahraničí.**

### 3.1.2 Širší znění vize

- **Území se specifickým mixem atraktivit cestovního ruchu, turistických cílů a doplňkových služeb**, - tedy území, které je schopné na poměrně malém prostoru nabídnout zajímavý program pro krátkodobé (2 – 3 dny) a ve spolupráci s okolními destinacemi (Praha, Křivoklátsko) i střednědobé (7- 14 dnů) pobyty, doplněné službami s odpovídající šíří a kvalitou nabídky,
- **vytvářející ideální prostředí**
  - **pro poznávání** – jako nejvýznamnějšího motivačního faktoru pro tuzemské i zahraniční návštěvníky a turisty,
    - historie,
    - kultury,
    - venkova a venkovského způsobu života,
    - industriálních památek a technických zajímavostí,
  - **pro rekreaci, aktivní odpočinek a sport**, - vycházející zejména z kombinace nabídky zajímavého přírodního prostředí a infrastruktury pro stále více populární aktivity typu jezdecký a hipoturistika, cykloturistika, vodní turistika, golf a sportovní létání,
- **těžící ze své**
  - **polohy**, - v sousedství nejvýznamnějšího turistického cíle ČR – Prahy a další významné destinace mezinárodního a národního cestovního ruchu – Křivoklátska,
  - **charakteru osídlení** – přes bezprostřední sousedství s Prahou ve významné části území stále venkovského charakteru,

- **proorganizovanosti zainteresovaných subjektů** – aktérů cestovního ruchu na daném území, spolupracujících na společném marketingu a rozvoji potenciálu cestovního ruchu vymezeného území a podporovaných profesionálně fungující organizací cestovního ruchu,
- **a ideální dopravní dostupnosti** – vycházející zejména ze sousedství s mezinárodním letištěm Praha – Ruzyně, z polohy na významném mezinárodním dálničním tahu a z napojení na mezinárodní a národní železniční koridory,
- **pro cílové skupiny návštěvníků a turistů jak z tuzemska, tak i ze zahraničí.**

### 3.2 Cíle vytčené strategie

- 1) Zvýšení přínosů z cestovního ruchu pro zainteresované subjekty a aktéry cestovního ruchu z vymezeného území:
  - a) Zvýšením počtu turistů, přijíždějících do vymezeného území,
  - b) Prodloužením sezony a zaměřením se na rozvoj celoročně provozovatelných aktivit a atraktivit s kombinovaným využitím místními obyvateli, chalupáři a chataři, návštěvníky a turisty.
  - c) Změnou struktury přijíždějících turistů spočívající zejména v nárůstu:
    - i) Střednědobých pobytů (4 – 7 dnů)
    - ii) Středně (500,- – 1000,- Kč / den) a výševýdajových (1000,- a více Kč / den) cílových skupin (zejména zahraniční)
    - iii) Tuzemských turistů ze vzdálenějších míst ČR.
  - d) Prodloužení doby pobytu turistů ve vymezeném území zejména:
    - i) Zajištěním komplexnosti a provázanosti nabídky
    - ii) Rozšířením nabídky služeb
    - iii) Zvýšením kvality služeb.
  - e) Zvýšením podílu přidané hodnoty na realizovaném produktu cestovního ruchu na území klastru:
    - i) Vytvořením a rozvojem specifického místního „know-how“, využívajícího silných stránek vymezeného území na cílových trzích.
    - ii) Proorganizovaností a spoluprací místních zainteresovaných subjektů a aktérů cestovního ruchu a tím dosažení zvýšení vyjednávací síly (síťování, klastr) a konkurenční schopnosti destinace.
- 2) Změna tržní pozice a image vymezeného území, spočívající ve vytvoření tržní pozice destinace cestovního ruchu s rostoucím podílem turistů, přijíždějících do vymezeného území na krátkodobé a střednědobé pobyty. Pro to je potřebné zajistit:
  - a) Rozvoj image cílové destinace, vhodné jak pro krátkodobé (1 – 2 noci), tak pro střednědobé pobyty (3 – 7 nocí).
  - b) Rozvoj a zkvalitnění potřebné infrastruktury cestovního ruchu a dopravy.
  - c) Rozvoj kvality a širší poskytovaných služeb.
  - d) Rozvoj marketingu a marketingové komunikace.
  - e) Institucionální podporu rozvoje cestovního ruchu ve vymezeném území.

### 3.3 Nosné produkty a cílové skupiny vymezeného území

Základem marketingové strategie destinace cestovního ruchu je vytvoření konkurenceschopné produkto-tržní kombinace, vycházející z vytvoření specifické nabídky cestovního ruchu (marketingového mixu) a dobře vybraných cílových skupin. Podrobnější charakteristika produktů (atraktivit, cílů a služeb cestovního ruchu) je v pasportech obcí (příloha č. 2 analýzy).

Nosnými produkty dle jednotlivých forem cestovního ruchu jsou v rámci vymezeného území:

- **Poznávací CR:**
  - Hrady, zámky, sakrální objekty:
    - hrady, tvrze a zříceniny:
      - Státní hrad Karlštejn,
      - Zřícenina Karlík,
      - Výšinné opevněné sídliště - Hradiště na Pišťáku v Řevnicích
      - Zřícení hradu Tetín,
      - Tvrz Třebotov
    - zámky: z řady zámků je veřejnosti přístupný pouze zámek Svinaře, v případě rozšíření vymezeného území Nižbor
    - sakrální památky:

- poutní místa:
  - Svatý Jan pod Skalou,
  - Tetín,
- řada kostelů a kaplí:
  - Kostel sv. Jakuba v Berouně
  - Kostel Zvěstování Panny Marie (Zábranský k.) v Berouně
  - Kostel Nanebevzetí Panny Marie v Černošicích
  - Kostel sv. Kateřiny v Dobřichovicích
  - Kostel sv. Kateřiny v Chotči
  - Kostel sv. Martina a sv. Prokopa v Karlíku
  - Kostel sv. Palmacia v Karlštejně
  - Socha sv. Jana Nepomuckého v Kosoři
  - Kostel sv. Petra a Pavla v Litni
  - Kostel sv. Václava v Loděnici
  - Kostel sv. Stanislava v Mořině
  - Kostel Stětí sv. Jana Křtitele v Ořechu
  - Kostel Stětí sv. Jana Křtitele v Rudné
  - Kostel sv. Mořice v Řevnicích
  - Kostel sv. J. Křtitele a jeskyně sv. Ivana ve Svatém Janu pod Skalou
  - Kaple Povýšení sv. Kříže ve Svatém Janu pod Skalou
  - Kostel sv. Jakuba Většího v Tachlovicích
  - Kostel sv. Jana Nepomuckého v Tetíně
  - Kostel sv. Kateřiny v Tetíně
  - Kostel sv. Ludmily v Tetíně
  - Kostel sv. Martina v Třebotově
  - Kostel Zvěstování P. Marie a fara v Úhonicích
  - Kostel sv. Bartoloměje ve Vráži
  - Kostel sv. Václava ve Všenorech.
- ostatní sakrální památky:
  - Židovský hřbitov Liteň
  - Kaplička sv. Pauluse v Mořince
  - Sbor Husův v Rudné
  - Veřejná kaple sv. Václava ve Svinařích
  - Výklenková kaplička sv. Floriána v Úhonicích .
- Ostatní cíle poznávacího CR:
  - Městská rozhledna v Berouně
  - Rozhledna na Dědu u Berouna
  - Významná architektura (vily v Černošicích)
- Skanzeny, muzea, památkové rezervace a zóny:
  - Jenštejnský dům (Muzeum Českého krasu) v Berouně
  - Městská památková zóna - Historické jádro Berouna
  - Vesnická památková zóna v Mořince
  - Dům hodin Karlštejn
  - Muzeum betlémů Karlštejn
  - Wax museum Karlštejn
  - Muzeum Sv. Čecha a Jarmily Novotné v Litni
  - Místní muzeum v Nučicích
  - Tetínské muzeum
  - v případě rozšíření vymezeného území vesnická památková zóna v Korně.
- Industriální památky, technické zajímavosti, vojenská historie
  - Muzeum těžby a dopravy vápence – Solvayovy lomy,
  - Chrstenická šachta – důlní expozice těžby železné rudy
  - Lomy – Malá a Velká Amerika
  - Vodní mlýny na Radotínském potoce a na Švarcavě
  - Automuseum Praga ve Zbuzanech
  - Veterán Moto Muzeum v Karlštejně,
  - opevnění v rámci tzv. Pražské čáry
  - Kladensko – Nučická dráha
  - v případě rozšíření vymezeného území:
    - Sklárna Glasstar v Nenačovicích,
    - Sklárna RÜCKL CRYSTAL a.s. v Nižboru.

- Gastronomie
  - pivovar Berounský Medvěd,
  - Etalon „metr pív“ v Dobříči
  - Degustační galerie vín v Dobřichovicích
  - Pekařství Helena Rážová ve Zbuzanech
  - v případě rozšíření vymezeného území ekoprovozy a kapacity Country life v Nenačovicích
- Příroda
  - Část CHKO Český kras, v případě rozšíření vymezeného území Téměř celá CHKO včetně Koněpruských jeskyní
  - Městské medvědárium v Berouně
  - Geopark Barrandien v Berouně
  - NPR Karlštejn
  - PR Karlické údolí
  - PP Krásná stráž
  - PR Voškov, Karlštejn
  - NPP Černá rokle
  - PR Radotínské údolí
  - PP Branžovy
  - PP Špičatý vrch-Barrandovy jámy
  - NPR Koda
  - PR Kobyla
  - Bubovické vodopády
  - Králova studně u Srbska
  - PR Tetínské skály
  - PR Kulivá hora u Třebotov
  - PP Povodí Kačáku
  - Lom Kozolupy ve Vysokém Újezdě - Kozolupech.
- **Sport a aktivní dovolená:**
  - Pěší turistika
  - Cykloturistika
  - Vodní turismus, vodní sporty a rybolov
    - Berounka
  - Hipoturistika a jezdeckví
    - Jezdecký klub Vanilka v Berouně - Hostimi
    - Jezdecká stáj Quadriga v Drahelčicích
    - Jízdárna Malý mlýn v Chýnicích
    - Hájovna U Dubu v Karlštejně
    - Ranč U Kotvy v Loděnici
    - PB RANCH, s.r.o. v Mořině
    - Stáj Karlštejn ve Svinařích
    - Stáj Bílý Kámen ve Svinařích – Lhotce
    - Ing.Soňa Špidlová - chov koní, jezdecká stáj - výcvik jízdy
    - Velkostatek Tetin Equestrian Center
    - Sportovní stáj Prahy 13 ve Vysokém Újezdě - Kozolupech.
  - Golf
    - Golf Resort Karlštejn
    - Do budoucna 18-ti jamkové golfové areály ve Vysokém Újezdu a v Berouně.
- **Rekreace:**
  - Rekreace u vodních ploch a toků
    - Atraktivní rekreační oblast údolí Berounky, v oblasti dolní Berounky je přes 3000 rekreačních chat.
- **Venkovský turismus:**
  - Venkovská turistika, venkovské usedlosti:
    - Venkovská usedlost v Chrástanech
    - Venkovská usedlost v Mezouni
    - Venkovská usedlost v Měňanech
    - Zemědělský dvůr v Mořině
    - Venkovská usedlost v Řevnicích
    - Venkovská usedlost ve Vonoklasech
  - Agroturistika a eko-agroturistika, farmy s nabídkou jezdeckví a hipoturistiky:

- Jezdecký klub Vanilka v Berouně - Hostimi
- Jezdecká stáj Quadriga v Drahelčicích
- Jízdárna Malý mlýn v Chýnicích
- Hájovna U Dubu v Karlštejně
- Ranč U Kotvy v Loděnici
- PB RANCH, s.r.o. v Mořině
- Ekocentrum Kavyl ve Svatém Janu pod Skalou
- Statek a Jahodová farma Nosek ve Svinařích
- Stáj Karlštejn ve Svinařích
- Stáj Bílý Kámen ve Svinařích – Lhotce
- Ing. Soňa Špidlová - chov koní, jezdecká stáj - výcvik jízdy
- Velkostatek Tetin Equestrian Center
- Sportovní stáj Prahy 13 ve Vysokém Újezdě - Kozolupech.
- **Profesní CR (incentivní CR, konference, vzdělávací aktivity):**
  - Best Western Hotel Grand, Beroun
  - Hotel na Ostrově, Beroun
  - Hotel AD PUK s.r.o. - Apartmánový dům v Berouně
  - Hotel Parkán v Berouně
  - Hotel Slánka v Černošicích
  - Romantický hotel Mlýn Karlštejn
  - Hotel Koruna, Karlštejn
  - Hotel Karlík v Karlíku
  - Restaurace & Penzion "Ve Století" v Loděnici
  - Hotel Atol v Rudné
  - Hotel Grand v Řevnicích.
- **Zábava:**
  - Kultura, společenské a kulturní akce:
    - Duslova vila (Městská galerie) v Berouně
    - Galerie Holandský dům v Berouně
    - Městské kino Mír v Berouně
    - Talichův Beroun
    - Trilobit Beroun
    - Berounský masopust
    - Hrnčířské trhy v Berouně
    - Berounské Letorosty
    - Velká cena města Berouna ve sportovním tanci
    - Velikonoční a Vánoční trhy v Berouně
    - Městské kulturní středisko v Černošicích
    - Club kino v Černošicích
    - Černošické bigbeatové dunění
    - Mariánská pouť v Černošicích
    - Mokropeský masopust v Černošicích
    - Černošický Oktoberfest aneb pivní slavnosti
    - Dobřichovické vinařské slavnosti
    - Sochařské symposium „Cesta mramoru“ v Dobřichovicích
    - Karlštejnské vinobraní
    - Společenský klub v Loděnici
    - ŽUMPA - Ochotnické divadlo v Nučicích
    - Kino (Lidový dům) v Nučicích
    - Ořešská pouť
    - Divadelní soubor Řevnice
    - Městské kulturní středisko Řevnice
    - Galerie Salon No 1 v Řevnicích
    - Řevnické pálení čarodějnic
    - Rockový slunovrat v Řevnicích
    - Dixieland v Řevnicích
    - Lesní slavnosti divadla v Řevnicích
    - Řev Řevnice
    - Festival Cesty v Řevnicích
    - Svatojánská pouť ve Sv. Janu p. Skalou
    - Masopust ve Svinařích

- Svinařské řetězení
- Tvrz Třebotov
- Masopust v Zadní Třebani
- Staročeské máje v Zadní Třebani
- Havelské posvícení v Zadní Třebani.
- Sport, aktivní odpočinek, sportovní akce:
  - Městský plavecký areál - Tipsport Laguna v Berouně
  - Venkovní plavecký bazén na Velkém sídlišti v Berouně
  - Sportcentrum Lokomotiva Beroun v Berouně
  - Sportovní centrum Fitness Tyran v Berouně
  - Family Spinning v Berouně
  - Trampolíny Beroun
  - Zimní stadion Beroun
  - Tenisové kurty TJ Lokomotiva Beroun
  - Minigolfový areál v Berouně
  - Sport Eden Beroun
  - S-Studio v Berouně
  - Berounský Drak
  - Letiště Bubovice
  - Sportovní klub Černošice - zimní stadion
  - Areál TJ Sokol Dobřichovice
  - Půjčovna lodí U LÁVKY v Dobřichovicích
  - Koupaliště Chrustenice - Caravan camp Valek
  - Golf Resort Karlštejn - golfové hřiště
  - TK Millenium Lety
  - Tenisové hřiště v Měňanech
  - Nučická stezka
  - Lanové centrum v Ořechu
  - Areál SKOK v Roblíně
  - Relax Sport Rudná
  - LTC Rudná – sportovní areál
  - LTC Řevnice – tenisové kurty
  - Svinařský Čochtan
  - Tachlovický trojúhelník
  - Tvrz Třebotov
  - Sportovní centrum Olympia Wellness ve Všenorech
  - Sportovní areál ve Zbuzanech
  - Vodácký maratón na řece Berounce
  - Berounský BikeMaraton.

**Potenciální hlavní cílové skupiny:**

- Cílové skupiny dle statutu:
  - rodiny s dětmi
  - senioři
  - jednotlivci (zejména mladší do 34 let)
  - partnerské a manželské páry (tzv. „prázdné hnízdo“)
  - organizované skupiny mládeže
  - organizované skupiny profesního cestovního ruchu (firmy, management a zaměstnanci firem)
- Cílové skupiny dle motivace:
  - zájemci o poznávání (historie, architektura, sakrální památky, industriální památky, příroda)
  - golfová klientela
  - firemní akce
  - aktivní a rekreační sportovci
    - pěší turisté
    - cykloturisté
    - hipoturisté a zájemci o jezdeckví
    - vodní turisté (vodáci)
    - rybáři
  - zájemci o zábavu.



Tuzemský trh a jeho hlavní cílové skupiny	Produkty / produktové řady	Poznámky
<p>1. Turista ze Středočeského kraje, sousedních krajů nebo z jiné části České republiky, přijíždějící do vymezeného území, resp. do cílové destinace zejména po silnici, nejčastěji osobním automobilem se svým partnerem nebo s rodinou (rodiny s dětmi) zejména za poznáváním regionu a jeho atraktivit, rekreací, aktivním odpočinkem, zábavou a sportovním vyžitím.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• poznávání: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ historie (hrady, zámky, muzea, skanzeny, památkové rezervace atd.),</li> <li>○ sakrálních památek (poutní místa, kostely atd.),</li> <li>○ industriálních památek a technických zajímavostí (technická muzea, staré provozovny – pivovary,</li> <li>○ kultury, tradic (poutě, tradiční akce – masopust, velikonoce na středočeském venkově, místní gastronomické speciality atd.),</li> <li>○ příroda (CHKO Český kras, Koněpruské jeskyně, agroturistika atd.),</li> </ul> </li> <li>• rekreace, aktivní odpočinek: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ rekreace na venkově (venkovský turismus, agroturismus atd. ),</li> <li>○ rekreace u vody - Berounka,</li> </ul> </li> <li>• zábava: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ kulturní akce, koncerty, zábavní centra atd.,</li> <li>○ nakupování (nakupní centra v Berouně)</li> </ul> </li> <li>• sportovní vyžití: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ cykloturistika (rodinné výlety na kolech, vyjížďky na kolech pro seniory atd.),</li> <li>○ pěší turistika (výlety za poznáním, výšlapy atd.),</li> <li>○ hipoturistika, jezdeckví,</li> <li>○ vodní turistika a vodní sporty,</li> <li>○ rybolov,</li> <li>○ golf,</li> <li>○ sportovní létání (motorové, bezmotorové)</li> </ul> </li> </ul>	<p>Velmi významnou skupinou pro sezónní období (období prázdnin) jsou rodiny se školou povinnými dětmi. Z pohledu mimosezónních období se jeví jako velmi významné rodiny s dětmi v předškolním věku a bezdětné rodiny.</p>
<p>2. Podnikatelé, manažeři a zaměstnanci ze Středočeského kraje, sousedních krajů nebo z jiné části České republiky přijíždějící do vymezeného území, resp. do cílové destinace po silnici (zejména osobním automobilem), po železnici (zejména v případě, je-li cílovou destinací místo, nacházející se kolem hlavních železničních koridorů) nebo letadlem (přes letiště Praha – Ruzyně, zejména je-li cílovou destinací střední část regionu) z profesních důvodů (zejména se jedná o obchodní služební cesty, konference, incentívni cestovní ruch).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• obchodní služební cesty (jednací prostory, internet, služby),</li> <li>• konference a semináře: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ odborné konference,</li> <li>○ firemní konference a semináře,</li> <li>○ vzdělávací semináře pro firmy,</li> <li>○ doplňkový program pro konference konané v Praze se zaměřením na poznávání, sportovní vyžití (golf, hipoturistika/jezdeckví, rybolov atd.)</li> </ul> </li> <li>• incentívni cestovní ruch: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ incentívni akce pro firmy (kombinace pracovních a volnočasových aktivit pro pracovníky firem nebo pracovníky firem a jejich rodinné příslušníky/partnery) s využitím regionálních specifíků (golfové areály, vodní toky, venkovský prostor, hipoturistika/ jezdeckví atd.)</li> <li>○ outdoorové programy s využitím regionálních specifíků (vodní toky, venkovský prostor, hipoturistika/jezdeckví, sportovní létání atd.),</li> </ul> </li> </ul>	<p>Podnikatelské aktivity jsou rozprostřeny téměř po celém kraji, profesní cestovní ruch patří ve Středočeském kraji a ve vymezeném území k velmi významným, což potvrzují jak nabídka daného území tak výsledky marketingového šetření.</p>
<p>3. Děti a školní mládež, přijíždějící do vymezeného území nebo do cílové destinace zejména ve skupinách (školní výlety, vodácké či jiné sportovní výcviky), zejména po silnici (autobus) za poznáváním regionu a jeho atraktivit nebo za sportem nebo na ozdravný pobyt a zpravidla mimo období hlavní sezóny.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• školní výlety se zaměřením zejména na poznávání (hrady, zámky, muzea atd.) a zábavu,</li> <li>• vodácké či jiné sportovní výcviky: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ vodácká soustředění pro školy a sportovní oddíly,</li> <li>○ hipoturistika, jezdeckví,</li> </ul> </li> <li>• školy v přírodě,</li> <li>• ozdravné pobyty</li> </ul>	<p>Významná cílová skupina zejména z pohledu pokrytí mimosezónních období.</p>
<p>4. Senioři ze Středočeského kraje, z Prahy nebo z jiné části České republiky, přijíždějící do vymezeného území resp. do cílové destinace sami nebo se svým partnerem nebo se skupinou po silnici (osobním automobilem nebo autobusem) nebo po železnici za rekreací a poznáváním regionu a jeho atraktivit.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• specializované pobyty pro seniory, se zaměřením na: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ rekreaci (odpočinkové a relaxační aktivity přizpůsobené pro seniory - pobyty pro zralý věk),</li> <li>○ poznávání regionu a jeho atraktivit - historie (hrady, zámky, muzea, skanzeny, památkové rezervace atd.), sakrálních památek (poutní místa, kostely atd.), industriálních památek a technických zajímavostí (technická muzea, staré provozovny – pivovary), kultury, tradic (poutě, tradiční akce – masopust, místní gastronomické speciality atd.), přírody (CHKO, Berounka, jeskyně atd.), vše s důrazem na charakter cílové skupiny (služby, ceny, doprava atd.)</li> </ul> </li> </ul>	<p>Významná cílová skupina pro prodloužení sezóny a pokrytí mimosezónních období. Z pohledu poskytovaných služeb méně náročná skupina, ale citlivá na cenu.</p>

Tuzemský trh a jeho hlavní cílové skupiny		Produkty / produktové řady	Poznámky
5.	Turisté zejména ze vzdálenějších částí České republiky, cestující do Prahy a okolí sami, se svým partnerem, s rodinou nebo se skupinou po silnici (osobním automobilem nebo autobusem) nebo po železnici za poznáváním/kulturovou/zábavou na dvou nebo více denní pobyt a z různých důvodů (cenových, kapacitních atd.) preferující pobyt mimo hlavní město.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• poznávání: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ historie (hrady, zámky, muzea, skanzeny, památkové rezervace atd.),</li> <li>○ sakrálních památek (poutní místa, kostely atd.),</li> <li>○ industriálních památek a technických zajímavostí (technická muzea, staré provozovny – pivovary,</li> <li>○ kultury, tradic (poutě, tradiční akce – masopust, velikonoce, vánoce na středočeském venkově, místní gastronomické speciality atd.),</li> <li>○ příroda (CHKO, řeka, jeskyně, agroturistika atd.),</li> </ul> </li> <li>• zábava: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ kulturní akce, koncerty, zábavní centra atd.,</li> <li>○ nakupování (nákupní centra v Berouně)</li> </ul> </li> </ul>	Jedná se o poměrně významnou skupinu, preferující ubytování v blízkosti hlavního města, nejlépe v místech s dopravním spojením s Prahou.
6.	Turisté z celé ČR, ale zejména z východnějších částí ČR, projíždějící vymezeným územím svým nebo služebním automobilem nebo autokarem (významným ovlivňovatelem jsou v tomto případě dopravci/CK), zejména po dálnici, cestující do/z Prahy, ochotní strávit krátký odpočinek, půlden / část dne nebo celou noc v regionu, a s tímto spojit i krátký zážitek (poznávání, zábava).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• odpočinek: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ tranzitní služby (stravování + nocleh),</li> <li>○ relaxační služby (sauna, masáže atd.),</li> </ul> </li> <li>• tranzit se zážitkem: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ poznávání (zpravidla gastronomické akce – ochutnávky atd.),</li> <li>○ zábava (zpravidla koncert, diskotéka atd.),</li> </ul> </li> </ul>	
7.	Obyvatelé Prahy, vyhledávající v sousedství vhodnou nabídku pro krátkodobé (několikahodinové až víkendové) pobyty mimo Prahu, spojené zejména s relaxací, aktivním trávením volného času, venkovskou turistikou a často využívající k přepravě kolo či kombinovanou přepravu (auto/autobus/vlak/kolo).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• krátkodobé pobyty se zaměřením na: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ relaxaci (odpočinek ve venkovském prostoru, v přírodě, v historických dominantách atd.),</li> <li>○ aktivní trávení volného času (pěší a cykloturistika, hipoturistika / jezdeckví, golf, rybolov, vodní sporty, poznávání místních zvláštností atd.),</li> <li>○ venkovskou turistikou, agro a ekoagro turistiku,</li> </ul> </li> </ul>	Jedná se o významnou cílovou skupinu zejména návštěvníků, ale i turistů (populace Prahy je cca 1,2 mil.), kteří vyhledávají možnost krátkodobého pobytu mimo město.

Zahraniční trh a jeho hlavní cílové skupiny		Produkty / produktové řady	Poznámky
1.	Turista z Německa, přijíždějící do vymezeného území resp. do cílové destinace zejména po silnici, nejčastěji osobním automobilem se svým partnerem nebo s rodinou (rodiny s dětmi), patřící do střední třídy s průměrnými příjmy a přijíždějící zejména za poznáváním regionu a jeho atraktivit, rekreací a zábavou, sportovním vyžitím a to vše často ve spojení s návštěvou Hlavního města Prahy.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• poznávání: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ historie (hrady, zámky, muzea, skanzeny, památkové zóny atd.),</li> <li>○ sakrálních památek (poutní místa-Sv.Jan p. Skalou),</li> <li>○ industriálních památek a technických zajímavostí (technická muzea, Solvayovy lomy, Chrustenická šachta atd.),</li> <li>○ kultury, tradic (tradiční akce – masopust, velikonoce, vánoce na středočeském venkově, místní gastronomické speciality atd.),</li> <li>○ příroda (CHKO, řeky, jeskyně, agroturistika atd.),</li> </ul> </li> <li>• rekreace: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ rekreace na venkově (venkovský turismus, agroturismus atd. ),</li> <li>○ rekreace u vody,</li> </ul> </li> <li>• zábava: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ kulturní akce, koncerty, zábavní centra atd.,</li> <li>○ nakupování (nákupní centra v Berouně, místní speciality)</li> </ul> </li> <li>• sportovní vyžití: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ pěší turistika (výlety za poznáním atd.),</li> <li>○ hipoturistika, jezdeckví,</li> <li>○ golf,</li> <li>○ sportovní létání,</li> <li>○ vodní sporty,</li> <li>○ rybolov,</li> <li>○ atd.</li> </ul> </li> </ul>	Německo – populace 82 mil., jedna z největších cílových skupin, v Evropě patří mezi nejvíce cestující národy, velmi dbají na kvalitu služeb a pocit bezpečí, velmi silná skupina seniorů (blíží se ke 20%) U střední a zejména mladší generace roste počet „individuálních“ cestovatelů (přes 70%), preferujících k zajištění dovolené i pracovního pobytu internet (zejména on-line rezervace/nákupy).

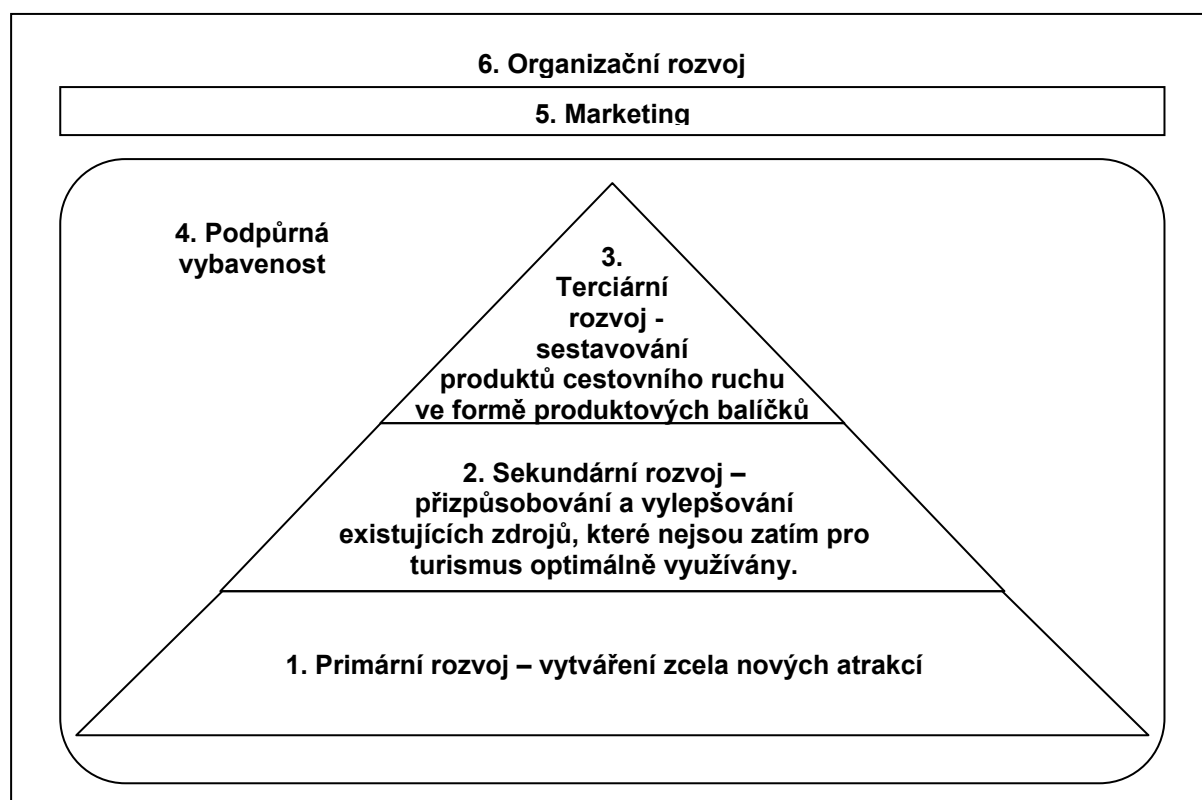
Zahraniční trh a jeho hlavní cílové skupiny	Produkty / produktové řady	Poznámky
<p>2. Turista z Polska, přijíždějící do regionu resp. do cílové destinace zejména po silnici, nejčastěji osobním automobilem se svým partnerem nebo s rodinou (rodiny s dětmi), patřící do střední třídy s průměrnými příjmy a přijíždějící zejména za poznáváním regionu a jeho atraktivit, rekreací a zábavou, sportovním vyžitím a to vše často ve spojení s návštěvou Hlavního města Prahy.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• poznávání: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ historie (hrady, zámky, muzea, skanzeny, památkové rezervace atd.),</li> <li>○ sakrálních památek (kláštery, kostely atd.),</li> <li>○ industriálních památek a technických zajímavostí (technická muzea, Solvayovy lomy, Chrutenická šachta atd.),</li> <li>○ kultury, tradic (poutě, tradiční akce – masopust, velikonoce, vánoce na středočeském venkově, místní gastronomické speciality atd.),</li> <li>○ příroda (CHKO, Berounka, jeskyně, agroturistika atd.),</li> </ul> </li> <li>• rekreace: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ rekreace na venkově (venkovský turismus, agroturismus atd. ),</li> <li>○ rekreace u vody,</li> </ul> </li> <li>• zábava: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ kulturní akce, koncerty, zábavní centra atd.,</li> <li>○ nakupování (nákupní centra v Berouně, místní speciality)</li> </ul> </li> <li>• sportovní vyžití: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ pěší turistika (výlety za poznáním, výšlapy atd.),</li> <li>○ hipoturistika, jezdeckví,</li> <li>○ golf</li> <li>○ atd.</li> </ul> </li> </ul>	<p>Dlouhodobě zajímavá cílová skupina, velmi silně orientovaná na individuální turistiku (přes 90%).</p>
<p>3. Turista ze Slovenska, přijíždějící do regionu resp. do cílové destinace zejména po silnici, nejčastěji osobním automobilem se svým partnerem nebo s rodinou (rodiny s dětmi), patřící do střední třídy s průměrnými příjmy a přijíždějící zejména za poznáváním regionu a jeho atraktivit, rekreací a zábavou a sportovním vyžitím a to vše často ve spojení s návštěvou Hlavního města Prahy.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• poznávání: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ historie (hrady, zámky, muzea, skanzeny, památkové rezervace atd.),</li> <li>○ sakrálních památek (poutní místa, kostely atd.),</li> <li>○ industriálních památek a technických zajímavostí (technická muzea, Solvayovy lomy, Chrutenická šachta atd.),</li> <li>○ kultury, tradic (poutě, tradiční akce – masopust, velikonoce, vánoce na středočeském venkově, místní gastronomické speciality atd.),</li> <li>○ příroda (CHKO, Berounka, jeskyně, agroturistika atd.),</li> </ul> </li> <li>• rekreace: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ rekreace na venkově (venkovský turismus, agroturismus atd. ),</li> <li>○ rekreace u vody,</li> </ul> </li> <li>• zábava: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ kulturní akce, koncerty, zábavní centra atd.,</li> <li>○ nakupování (nákupní centra v Berouně, místní speciality)</li> </ul> </li> <li>• sportovní vyžití: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ pěší turistika (výlety za poznáním, výšlapy atd.),</li> <li>○ hipoturistika, jezdeckví,</li> <li>○ golf</li> <li>○ atd.</li> </ul> </li> </ul>	<p>Ne velká, ale za to kulturně, jazykově a historicky blízká cílová skupina (5,4 mil. obyvatel), s dlouhodobě rostoucím zájmem o ČR i Středočeský kraj.</p>
<p>4. Turisté ze zemí EU, z ostatních Evropských zemí, z mimoevropských zemí přijíždějící do ČR sami, se svým partnerem nebo s rodinou autem, letadlem, autobusem nebo vlakem za poznáváním Hlavního města Prahy a ochotní obohatit svůj vícedenní pobyt o krátkodobé (několikahodinové až jednodenní) poznávací pobyty mimo Prahu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• poznávání: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ historie (hrady, zámky, muzea, skanzeny, památkové rezervace atd.),</li> <li>○ sakrálních památek (poutní místa, kostely atd.),</li> <li>○ industriálních památek a technických zajímavostí (technická muzea, Solvayovy lomy, Chrutenická šachta atd.),</li> <li>○ kultury, tradic (poutě, tradiční akce – masopust, velikonoce, vánoce na středočeském venkově, místní gastronomické speciality atd.),</li> <li>○ příroda (CHKO, Berounka, jeskyně, agroturistika atd.),</li> </ul> </li> </ul>	<p>Ročně se jedná o 3,5 – 3,7 milionů turistů, přijíždějících na vícedenní pobyty do Prahy. Hlavními „ovlivňovateli“ jsou zde ubytovatelé v Praze, zahraniční tour-operátoři, zahraniční a domácí CK, informační centra v Praze.</p>

Zahraniční trh a jeho hlavní cílové skupiny	Produkty / produktové řady	Poznámky
5. Turisté ze zemí EU, z ostatních Evropských zemí, z mimoevropských zemí přijíždějící do ČR autem, letadlem, autobusem nebo vlakem z profesních důvodů (obchodní jednání, kongresy, výstavy) do Prahy a ochotní obohatit svůj vícedenní pobyt o krátkodobé (několikahodinové až jednodenní) poznávací pobyty mimo Prahu.	<ul style="list-style-type: none"> <li>doplňkový program pro konference konané v Praze se zaměřením na               <ul style="list-style-type: none"> <li>poznávání (zejména hrady, zámky, muzea, přírodní zajímavosti atd.),</li> <li>sportovní vyžití (zejména se zaměřením na golf, hipoturistiku/jezdeckví, rybolov, vodní sporty, sportovní létání atd.)</li> </ul> </li> </ul>	
6. Děti a školní mládež zejména ze sousedních zemí, přijíždějící do regionu nebo do cílové destinace zejména ve skupinách (školní výlety, vodácké či jiné sportovní výcviky), zejména po silnici (autobus) nebo po železnici za poznáváním regionu a/nebo Hlavního města Prahy a jejich atraktivit a/nebo za sportem a zpravidla mimo období hlavní sezóny a z různých důvodů preferující ubytování mimo Prahu.	<ul style="list-style-type: none"> <li>školní výlety se zaměřením zejména na poznávání (hrady, zámky, muzea, skanzeny, industriální a technické zajímavosti atd.) a zábavu,</li> <li>vodácké či jiné sportovní výcviky:               <ul style="list-style-type: none"> <li>vodácká soustředění pro školy a sportovní oddíly,</li> <li>vodní sporty,</li> <li>hipoturistika, jezdeckví,</li> <li>lyžařské výcviky,</li> </ul> </li> <li>výměnné pobyty</li> </ul>	
7. Zahraniční turisté zejména z Dánska, Francie, Itálie, Nizozemska a ostatních zemí zejména západní Evropy, patřící ve svých zemích do nižších a středních příjmových skupin, přijíždějící do regionu resp. do cílové destinace zejména po silnici, nejčastěji osobním automobilem nebo letecky nebo vlakem se svým partnerem nebo s rodinou (rodiny s dětmi), zejména za poznáváním regionu a jeho atraktivit, rekreací a zábavou, sportovním vyžitím a to vše často ve spojení s návštěvou Hlavního města Prahy.	<ul style="list-style-type: none"> <li>poznávání:               <ul style="list-style-type: none"> <li>historie (hrady, zámky, muzea, skanzeny, památkové rezervace atd.),</li> <li>sakrálních památek (poutní místa, kostely atd.),</li> <li>industriálních památek a technických zajímavostí (technická muzea, Solvayovy lomy, Chrutenická šachta atd.),</li> <li>kultury, tradic (poutě, tradiční akce – masopust, místní gastronomické speciality atd.),</li> <li>příroda (CHKO, řeky a vodní plochy, jeskyně, agroturistika atd.),</li> </ul> </li> <li>rekreace:               <ul style="list-style-type: none"> <li>rekreace na venkově (venkovský turismus, agroturismus atd. ),</li> <li>rekreace u vody,</li> </ul> </li> <li>zábava:               <ul style="list-style-type: none"> <li>kulturní akce, koncerty, zábavní centra atd.,</li> <li>nakupování (nákupní centra v Berouně, místní speciality)</li> </ul> </li> <li>sportovní vyžití:               <ul style="list-style-type: none"> <li>pěší turistika (výlety za poznáním, výšlapy atd.),</li> <li>hipoturistika, jezdeckví,</li> <li>golf,</li> <li>sportovní létání,</li> <li>vodní sporty,</li> <li>rybolov,</li> <li>atd.</li> </ul> </li> </ul>	<p>Dánsko – populace 5,3 mil., tj. 2,9 mil. rodin z toho 640 tis. s dětmi, dlouhodobě populačně rostoucí trh, přes 20% populace tvoří senioři starší 60 let.</p> <p>Francie – velký trh se zájmem o poznávání a relaxaci.</p> <p>Itálie – zajímavá klientela se stále relativně vysokým počtem organizovaných zájezdů (až 50%), preferují balíčky.</p> <p>Nizozemsko – populace 16,1 mil., rostoucí tendence, velmi nízká nezaměstnanost 2,8%, silná skupina seniorů (blíží se ke 20%), karavaning a ubytování v kempech a na venkově je kulturou Nizozemců.</p>
8. Senioři, zejména z Německa nebo z ostatních západoevropských zemí, přijíždějící do regionu resp. do cílové destinace se svým partnerem nebo se skupinou po silnici (osobním automobilem nebo autobusem), vlakem nebo letadlem za rekreací a poznáváním regionu a jeho atraktivit a to vše často ve spojení s návštěvou Hlavního města Prahy..	<ul style="list-style-type: none"> <li>poznávání:               <ul style="list-style-type: none"> <li>historie (hrady, zámky, muzea, skanzeny, památkové rezervace atd.),</li> <li>sakrálních památek (poutní místa, kostely atd.),</li> <li>industriálních památek a technických zajímavostí (technická muzea, Solvayovy lomy, Chrutenická šachta atd.),</li> <li>kultury, tradic (poutě, tradiční akce – masopust, místní gastronomické speciality atd.),</li> <li>příroda (CHKO, Berounka, jeskyně, agroturistika atd.),</li> </ul> </li> <li>rekreace:               <ul style="list-style-type: none"> <li>rekreace na venkově (venkovský turismus, agroturismus atd. ),</li> <li>rekreace u vody,</li> </ul> </li> </ul>	<p>Stále rostoucí skupina a schopna a ochotna utráčet za cestování a to i mimo hlavní sezonu.</p> <p>Německo – cca 16 mil. seniorů nad 60 let. Nizozemsko – cca 3 mil. seniorů nad 60 let. Dánsko – cca 1,1 mil. seniorů nad 60 let.</p>

Zahraniční trh a jeho hlavní cílové skupiny	Produkty / produktové řady	Poznámky
<p>9. Mimorevropské turisté (USA, Japonsko, Korea, Čína apod.), přijíždějící do regionu resp. do cílové destinace zejména letadlem (přes letiště Praha - Ruzyně) nebo po silnici (nejčastěji zapůjčeným osobním automobilem) se svým partnerem nebo s rodinou (rodiny s dětmi), patřící ve své zemi do střední a vyšší střední třídy a přijíždějící zejména za poznáním regionu a/nebo Prahy a jejich atraktivit (kulturní, historické) a připravení strávit část svého pobytu mimo hlavní město nebo preferující ubytování mimo hlavní město.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• poznávání zejména významných památek (UNESCO, národní kulturní památky, významná muzea / památníky, rodná místa nebo místa dlouhodobějšího pobytu mezinárodně známých osobností):             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ historie (hrady, zámky, muzea, skanzeny, památkové rezervace atd.),</li> <li>○ sakrálních památek (poutní místa, kostely atd.),</li> <li>○ industriálních památek a technických zajímavostí (technická muzea, Solvayovy lomy, Chrustenická šachta atd.),</li> <li>○ kultury, tradice (poutě, tradiční akce – masopust, místní gastronomické speciality atd.),</li> <li>○ příroda (CHKO, Berounka, jeskyně, agroturistika atd.),</li> </ul> </li> </ul>	<p>USA – stále více převažuje individuální turistika s využitím internetu pro rezervace a nákup služeb. Až 80% turistů tvoří lidé do 44 let. Zejména Japonská klientela je velmi náročná na služby a ubytování. Stále více než polovina Japonců preferuje při cestě do Evropy nákup balíčku u CK. Korejská klientela (J. Korea) patří ke stále čtenější skupině v Evropě i v ČR. Korejci jsou velmi konzervativní a přes svou spořivost jsou ochotni za kvalitní služby zaplatit.</p>
<p>10. Zahraniční podnikatelé, manažeři a zaměstnanci přijíždějící do regionu resp. do cílové destinace letadlem (přes letiště Praha – Ruzyně, zejména je-li cílovou destinací střední část regionu – okolí Prahy) nebo po silnici (zejména osobním automobilem) nebo po železnici (zejména v případě, je-li cílovou destinací opět střední část regionu, nacházející se kolem hlavních železničních koridorů) z profesních důvodů (obchodní služební cesty, konference, incentivní cestovní ruch).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• obchodní služební cesty (jednací prostory, internet, služby),</li> <li>• konference a semináře:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ odborné konference,</li> <li>○ firemní konference a semináře,</li> <li>○ vzdělávací semináře pro firmy,</li> <li>○ doplňkový program pro konference konané v Praze se zaměřením na poznávání, sportovní využití (historické památky, golf, hipoturistika/rybolov atd.)</li> </ul> </li> <li>• incentivní cestovní ruch:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ incentivní akce pro firmy (kombinace pracovních a volnočasových aktivit pro pracovníky firem nebo pracovníky firem a jejich rodinné příslušníky/partnery) s využitím regionálních specifíků (golfové areály, vodní toky, venkovský prostor, hipoturistika/jezdectví atd.),</li> <li>○ outdoorové programy s využitím regionálních specifíků (Berounka, lomy, venkovský prostor, hipoturistika/jezdectví, sportovní létání atd.),</li> </ul> </li> </ul>	<p>Vzhledem k rozsahu zahraničních investorů na území SK se jedná o stále rostoucí skupinu. Zejména výše postavení manažeři vyžadují kvalitní ubytování (**** hotely), střednímu a nižšímu managementu postačí kvalitní *** hotely.</p>
<p>11. Turisté zejména ze západní Evropy, ale i z jejich vzdálenějších částí, projíždějící krajem svým nebo služební automobilem nebo autokarem (významným ovlivňovatelem jsou v tomto případě zahraniční touroperátoři/CK), zejména po dálnici, cestující do/z cílových destinací v ČR, ochotní strávit krátký odpočinek, půlden nebo část dne a celou noc, resp. dvoudenní pobyt v regionu, a s tímto spojit i krátký zážitek (poznávání, zábava).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• odpočinek:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ tranzitní služby (stravování + nocleh),</li> <li>○ relaxační služby (sauna, masáže atd.),</li> </ul> </li> <li>• tranzit se zážitkem:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ poznávání (zpravidla gastronomické akce – ochutnávky atd.)</li> <li>○ zábava (zpravidla koncert, kasino, herny atd.),</li> </ul> </li> </ul>	

### 3.4 Strategické rozvojové oblasti

V návaznosti na vizi, základní cíle a marketingovou strategii a v souladu s Národním rozvojovým plánem ČR, s Konceptcí státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013, s Programem rozvoje územního obvodu Středočeského a Programem rozvoje cestovního ruchu Středočeského kraje bylo určeno 6 strategických rozvojových oblastí. Jedná se o následující strategické rozvojové oblasti:



1. **Primární rozvoj** – je založen na budování zcela nových atrakcí. Tento rozvoj je však kapitálově velmi náročný. Primární rozvoj je zpravidla financován ze soukromých zdrojů, které jsou v regionu dostupné zatím ve velmi omezené míře. Jistou podporou by zde mohly být jednak možnosti využití strukturálních fondů a dalších donorských zdrojů, přístupných pro soukromý sektor, a jednak aktivnější cílená snaha o zvýšení atraktivity regionu pro cizí investory do sektoru cestovního ruchu.
2. **Sekundární rozvoj** – je založen na využití stávajících zdrojů (objektů, areálů, atraktivit), které zatím nebyly z různých důvodů využívány pro cestovní ruch, resp. byly využívány jen extenzivně nebo velmi omezeně. Jak výstupy primárního tak sekundárního rozvoje vytvářejí z pohledu marketingu zpravidla tzv. motivační faktory k návštěvě dané destinace. Tedy faktory, jejichž neexistence nesnižuje zájem o danou destinaci, ale zároveň tento zájem nezvyšuje a destinace zpravidla zapadá v šedi průměru.
3. **Terciární rozvoj** – vychází z využití obou předchozích oblastí rozvoje a kombinuje jejich výstupy do produktů cestovního ruchu resp. vytváří na jejich základě produktové balíčky. Význam balíčků jako motivačního faktoru pro návštěvníky a turisty roste zejména se vzdáleností místa pobytu od dané destinace a s mírou její neznalosti, resp. nedostatku aktuálních informací o ní. Navíc pro podmínky vymezeného území by bylo velmi žádoucí využít při sestavování takovýchto balíčků atraktivit Prahy a okolních resp. sousedících relevantních turistických oblastí.
4. **Podpůrná vybavenost** – jedná se o vybavenost a služby, které nejsou přímými atraktivitami cestovního ruchu, avšak které jsou podmínkou pro využití těchto atraktivit. Z pohledu marketingu se tedy jedná o takzvané hygienické faktory, jejichž existence nevytváří motivaci pro pobyt či návštěvu dané destinace, ale naopak jejich absence nebo nízká kvalita významně snižují zájem klientů o návštěvu dané destinace (ubytování, stravování, informační služby, finanční služby, doplňkové služby typu půjčoven a servisů, orientační systém atd.).
5. **Marketing** – tvoří jej rámec aktivit a prvků, které napomáhají prosazení nabídky, vytvořené výstupy předcházejících čtyřech oblastí na cílových trzích. Zejména se jedná o nástroje typu propagace, podpora prodeje, PR, programování, distribuce a cenová politika.
6. **Organizační rozvoj** – zastřešuje všechny výše uvedené typy a oblasti rozvoje, protože každý z nich vyžaduje pro svou realizaci určitou míru či formu organizace. Navíc tato oblast rozvoje zahrnuje i organizaci jednotlivých aktivit či akcí zaměřených na zvýšení atraktivity regionu pro návštěvníky a turisty a rozvoj lidských zdrojů v cestovním ruchu.

### 3.4.1 Strategická opatření a návrhy na doplnění území

Pro převážnou většinu navržených projektů z oblasti doplnění území infrastrukturou cestovního ruchu a doprovodnými či doplňkovými službami (strategické rozvojové oblasti 1, 2, 4) jsou v příloze č. 1 zpracovány projektové fiše s podrobnějšími informacemi o jednotlivých projektech či záměrech. V rámci ostatních strategických rozvojových oblastí (3 a 5) a jejich opatření jsou navrženy projekty či aktivity pouze heslovitě. Pro strategickou rozvojovou oblast 6 Organizace cestovního ruchu je na základě zadání zpracován návrh vytvoření klastru cestovního ruchu v následující části dokumentu.

Strategické rozvojové oblasti	Opatření	Charakteristika a cíl, dílčí projekty
<b>1. Primární rozvoj</b>	1.1 Příprava a realizace objektů typu návštěvnická centra, zvyšujících celoročně návštěvnickou atraktivitu vymezeného území.	<b>Cíl:</b> Doplnění území o 1 – 2 návštěvnická centra, vycházející z místních specifik venkovského prostoru a nabízejících komplexní rozsah a kvalitu služeb odpovídající požadavkům cílových skupin turistů (tuzemci, zahraniční turisté, rodiny s dětmi, senioři, organizované skupiny), tj. poznávací část, stravovací služby, relaxační služby a prostory, zábavní program apod. <b>Navrhované projekty:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Venkovské návštěvnické centrum (např. Mořina, Všeradice), blíže viz př.č.1</li><li>• Černošické centrum architektury, blíže viz př.č.1</li></ul>
	1.2 Vytvoření sportovně-rekreačních aktivit a center.	<b>Cíl:</b> Vytvoření sportovně-rekreačních areálů a center, rozšiřujících stávající nabídku a usilujících o celoroční nabídku. <b>Navrhované projekty:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Rekreační areál Holý vrch (Mořina), blíže viz př.č.1</li><li>• Golf resort Vysoký Újezd (již v realizaci).</li></ul>
<b>2. Sekundární rozvoj</b>	2.1 Zpřístupnění a rozvoj významných kulturních, historických a industriálních objektů ve vymezeném území pro potřeby cestovního ruchu.	<b>Cíl:</b> Využitím a zpřístupněním kulturních, historických a industriálních objektů zatraktivnit nabídku území pro návštěvníky a turisty z tuzemska i ze zahraničí. <b>Navrhované projekty:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Turistická železnice „Kladensko-Nučická dráha“, blíže viz př.č.1</li></ul>
	2.2 Rozvoj infrastrukturního zázemí a nabídky pro sport, relaxaci a aktivní odpočinek.	<b>Cíl:</b> Rozšířit infrastrukturní zázemí pro sport, relaxaci a aktivní odpočinek, vytvářející předpoklady pro zvýšení atraktivity vymezeného území a pro prodloužení pobytu turistů ve vymezeném území. <b>Navrhované projekty:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Letiště Bubovice (infrastruktura leteckého provozu a doplňkových služeb), blíže viz př.č.1</li><li>• Umělý vodácký kanál, blíže viz př.č.1</li></ul>
	2.3 Rozvoj komplexních areálů volného času a turismu (ubytování, volnočasový program, doplňkové služby, zážitky) z nevyužitých (brownfieldů) nebo omezeně využívaných objektů a areálů.	<b>Cíl:</b> Doplnění území o 1 – 2 návštěvnická centra, vycházející z místních specifik venkovského prostoru a nabízejících komplexní rozsah a kvalitu služeb odpovídající požadavkům cílových skupin turistů (tuzemci, zahraniční turisté, rodiny s dětmi, senioři, organizované skupiny), tj. poznávací část, stravovací služby, relaxační služby a prostory, zábavní program apod. <b>Navrhované projekty:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Zámek Vysoký Újezd – návštěvnické centrum (již v realizaci)</li><li>• Park Berounka – Černošice, blíže viz př.č.1</li></ul>

Strategické rozvojové oblasti	Opatření	Charakteristika a cíl, dílčí projekty
3. Terciární rozvoj	3.1 Příprava asociačních produktů (2 - 3) vymezeného území pro vybrané cílové trhy.	<p><b>Cíl:</b> Využití balíčku jako marketingového nástroje pro zvýšení atraktivity daného území podpoření požadované image vymazaného území.</p> <p><b>Navrhované projekty:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Balíček poznávacího turismu s využitím historie české státnosti spojené s vymezeným územím (Státní hrad Karlštejn, Tetín, Mořina, Mořinka, Karlík, osobnost Karla IV atd.) a/nebo s historií průmyslu ve vymezeném území (Solvayovy lomy, Chrutenická šachta, Automuzeum Praga, Veterán Moto Muzeum v Karlštejně, vyhlídek do lomů, do budoucna svezení po Kladensko-Nučické dráze atd.).</li> <li>• Balíček venkovského turismu s využitím venkovské architektury, agroturistiky, nabídky ubytování ve venkovských zařízeních, nabídky jezdeckví a hipoturistiky a poznávání místní přírody a přírodních zajímavostí.</li> <li>• Balíček se zaměřením na rekreaci, aktivní odpočinek a rekreační sport s využitím nabídky cykloturismu, jezdeckví a hipoturistiky, sportovního létání, pěší turistiky za přírodními krásami a zajímavostmi.</li> </ul>
	3.2 Vytvoření portfolia tématicky orientovaných produktů a produktových balíčků vymezeného území se zaměřením zejména na zahraniční cílové trhy.	<p><b>Cíl:</b> Využití balíčku jako marketingového nástroje pro zvýšení atraktivity vymezeného území na vybraných zahraničních trzích.</p> <p><b>Navrhované projekty:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Balíček poznávacího turismu s využitím historie české státnosti spojené s vymezeným územím (Státní hrad Karlštejn, Tetín, Mořina, Mořinka, Karlík, osobnost Karla IV atd.).</li> <li>• Balíček poznávacího turismu s využitím historie průmyslu ve vymezeném území (Solvayovy lomy, Chrutenická šachta, Automuzeum Praga, Veterán Moto Muzeum v Karlštejně, vyhlídek do lomů, do budoucna svezení po Kladensko-Nučické dráze atd.).</li> <li>• Balíček venkovského turismu s využitím venkovské architektury, agroturistiky, nabídky ubytování ve venkovských zařízeních, nabídky jezdeckví a hipoturistiky a poznávání místní přírody a přírodních zajímavostí.</li> <li>• Balíček se zaměřením na rekreaci, aktivní odpočinek a rekreační sport s využitím nabídky cykloturismu, jezdeckví a hipoturistiky, sportovního létání.</li> <li>• Balíček se zaměřením na rekreaci, aktivní odpočinek a rekreační sport s využitím nabídky jezdeckví a hipoturistiky, sportovního létání a do budoucna golfu.</li> </ul>
	3.3 Příprava a podpora rozvoje společných produktů a produktových balíčků se sousedními turistickými destinacemi se zaměřením zejména na zahraniční cílové trhy v Evropě.	<p><b>Cíl:</b> Využití balíčku jako marketingového nástroje pro zvýšení atraktivity daného území zejména v mimosezónním období a s využitím nabídky sousedících destinací cestovního ruchu.</p> <p><b>Navrhované projekty:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vytvoření 1 - 2 společných produktů/balíčků s územím Křivoklátska <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Poznávací balíček (Karlštejn, Křivoklátsko)</li> <li>○ Balíček se zaměřením na rekreaci, aktivní odpočinek a sport,</li> </ul> </li> <li>• Vytvoření 2 – 3 společných produktů/balíčků s Prahou <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Poznávací balíček s využitím historie české státnosti spojené s vymezeným územím a navazující na nabídku Prahy.</li> <li>○ 1 – 2 balíčky doplňkové programové nabídky ke konferenčnímu turismu v Praze, spojené zejména s jezdeckvím a hipoturistikou, do budoucna s golfem.</li> </ul> </li> </ul>



Strategické rozvojové oblasti	Opatření	Charakteristika a cíl, dílčí projekty
	3.4 Příprava a podpora rozvoje společných produktů a produktových balíčků se sousedními turistickými destinacemi (zejména s Prahou) a s partnerskými regiony se zaměřením zejména na rostoucí vzdálené (zámořské) trhy (zejména USA, Kanada, J. Korea, Čína).	<p><b>Cíl:</b> Využití balíčku jako marketingového nástroje pro zvýšení atraktivity daného území zejména v mimosezónním období a s využitím nabídky Prahy.</p> <p><b>Navrhované projekty:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vytvoření 2 - 3 společných produktů/balíčků s Prahou <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Poznávací balíček s využitím historie české státnosti spojené s vymezeným územím a navazující na nabídku Prahy a Křivoklátska.</li> <li>○ 1 – 2 balíčky doplňkové programové nabídky ke konferenčnímu turismu v Praze, spojené zejména s jezdeckým a hipoturistikou, do budoucna s golfem.</li> </ul> </li> </ul>
<b>4. Podpůrná vybavenost</b>	4.1 Rozvoj systému orientačního značení atraktivit cestovního ruchu a turisticky atraktivních cílů.	<p><b>Cíl:</b> Přivést turisty a návštěvníky do vymezeného území a poskytnout jim v něm dostatečnou, uživatelsky přívětivou a nenarušující charakter území.</p> <p><b>Navrhované projekty:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vnitřní orientační systém (značení turistických cílů), blíže viz př.č.1</li> <li>• Vnější orientační systém značení vybraných turistických cílů a atraktivit, přivádějící návštěvníky a turisty z dopravních tepen a okolních center do vymezeného území, blíže viz př.č.1.</li> </ul>
	4.2 Rozvoj a výstavba infrastruktury pro cykloturismus.	<p><b>Cíl:</b> Zkvalitnění a zvýšení bezpečnosti cyklotras pro návštěvníky a turisty, rozvoj cyklostezek (zejména s národním a mezinárodním významem) a doplnění sítě cyklotras, vycházejících z generelu cyklodopravy v kraji (zpracovaného v roce 2007). a tím přispět k prodloužení pobytů a opakování návštěv a pobytů ve vymezeném území.</p> <p><b>Navrhované projekty:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opravy povrchů silnic 2. a 3. tříd, po kterých vedou značené cyklotrasy.</li> <li>• Zvýšení bezpečnosti (rozšíření vozovek, umístění varovných značek, zpřehlednění úseků, umístění zpomalovacích prvků atd.) vybraných kritických úseků (zatáčky, zúžené úseky apod.) silnic 2. a 3. tříd, po kterých vedou značené cyklotrasy.</li> <li>• Vyhledávací studie cyklostezek ve vymezeném území, blíže viz př.č.1</li> <li>• Karlotýnské cyklostezky, blíže viz př.č.1</li> <li>• Cyklostezka kolem Parku Berounka – Černošice, , blíže viz př.č.1</li> </ul>
	4.3 Rozvoj doprovodných služeb a vybavenosti pro cykloturisty (na principu „Cyklisté vítání“).	<p><b>Cíl:</b> Posílit rozsah a kvalitu služeb pro cykloturistiku, vytvářejících podmínky pro delší a opakované pobyty a návštěvy území.</p> <p><b>Navrhované projekty:</b></p>
	4.4 Rozvoj infrastruktury a služeb pro hipoturistiku.	<p><b>Cíl:</b> rozvoj hipotras ve vymezeném území v návaznosti na jezdecká centra a hipotras v okolních regionech</p> <p><b>Navrhované projekty:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vyhledávací studie k vybudování páteřní hipotrasy a doplňkových hipotras v území Klastru Amerika, blíže viz př.č.1</li> <li>• Karlotýnské hipostezky, blíže viz př.č.1.</li> </ul>

Strategické rozvojové oblasti	Opatření	Charakteristika a cíl, dílčí projekty
	4.5 Rozvoj (výstavba, obnova, rekonstrukce) certifikovaných hromadných ubytovacích zařízení (zejména typu hotel, penzion, kemp), odpovídajících úrovní a kvalitou cílové klientele.	<p><b>Cíl:</b> Doplnění území o prostorově vhodně lokalizované kapacity a kvalitativně odpovídající jejich lokalizaci a záměrům využití.</p> <p><b>Navrhované projekty:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel AERO Bubovice****, blíže viz př.č.1</li> <li>• Hotel Zámek Loděnice****, blíže viz př.č.1</li> <li>• Kemp Čížovec, blíže viz př.č.1</li> <li>• Turistická ubytovna Mořina, blíže viz př.č.1</li> <li>• 1 – 2 hotely kategorie **** až ***** odpovídající charakteru území a specifické nabídce vymezeného území (2 – 3 golfové areály, široká nabídka jezdeckých areálů atd.) <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Hotel v golfovém areálu ve Vysokém Újezdu (již v přípravě)</li> </ul> </li> </ul>
	4.6 Rozvoj certifikovaných ubytovacích kapacit venkovského charakteru (farmy, venkovské penziony, ubytování v soukromí).	<p><b>Cíl:</b> Rozšíření nabídky ubytovacích kapacit spojených s venkovským cestovním ruchem a svým charakterem odpovídající požadavkům turistů, toužících strávit volný čas ve venkovském prostoru.</p> <p><b>Navrhované projekty:</b></p>
	4.7 Rozvoj doprovodných služeb cestovního ruchu (půjčovny kol, lodí, sportovního vybavení apod.) a jejich síťování.	<p><b>Cíl:</b> Rozšíření nabídky doplňkových služeb pro návštěvníky a turisty z tuzemska i ze zahraničí.</p> <p><b>Navrhované projekty:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vybudování zázemí městské pláže v Černošicích, blíže viz př.č.1</li> <li>• Turistické informační centrum Černošice, blíže viz př.č.1</li> </ul>
	4.8 Zvýšení dostupnosti turistických cílů a atraktivit budováním / rekonstrukcí přístupových komunikací a parkovacích ploch.	<p><b>Cíl:</b> Zvýšení atraktivity území zlepšením dostupnosti stávajících atraktivit a cestovního ruchu a turistických cílů.</p> <p><b>Navrhované projekty:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Skanzen Chrstenická šachta, blíže viz př.č.1</li> <li>• Skanzen Solvayovy lomy, blíže viz př.č.1</li> <li>• Parkovací plochy Svatý Jan pod Skalou</li> </ul>
	4.9 Rozvoj dopravní obslužnosti dle rozvojových potřeb turismu.	<p><b>Cíl:</b> Zvýšení dostupnosti atraktivit a turistických cílů ve vymezeném území prostředky hromadné dopravy.</p> <p><b>Navrhované projekty:</b></p>
5. Marketing	5.1 Vytvoření a realizace systému koordinované marketingové podpory nabídky vymezeného území na cílových trzích cestovního ruchu.	<p><b>Cíl:</b> Zvýšení účinnosti a efektivnosti marketingu cestovního ruchu vymezeného území na cílových trzích.</p> <p><b>Navrhované projekty:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vytvoření sdílené marketingové značky</li> <li>• Navržení a realizace společných marketingových aktivit – marketingového plánu na léta 2008 - 2010</li> <li>• Vytvoření silného nástroje pro e-marketing území (s možným využitím některého ze stávajících portálů).</li> </ul>
	5.2 Příprava a realizace famtripů a presstripů pro ovlivňovatele trhu cestovního ruchu (vydavatelé průvodců, novináři, provozovatelé e-průvodců) a distributory produktů / balíčků cestovního ruchu (incomingové tuzemské i zahraniční cestovní kanceláře / touroperátory).	<p><b>Cíl:</b> Podpora prodejnosti vymezeného území na cílových trzích s využitím famtripů a presstripů a spolupráce s jejich stávajícími hlavními organizátory (CzechTourism, výhledově STIS, a.s.).</p> <p><b>Navrhované projekty:</b></p>
	5.3 Zajištění podpory prodeje produktů a balíčků vymezeného území.	<p><b>Cíl:</b> Podpora prodeje nabídky vymezeného území zajištěním prodejnosti vytvářených balíčků.</p> <p><b>Navrhované projekty:</b></p>

Strategické rozvojové oblasti	Opatření	Charakteristika a cíl, dílčí projekty
<b>6. Organizační rozvoj</b>	6.1 Vytvoření systému řízení cestovního ruchu (destinačního managementu) ve vymezeném území včetně zapojení širšího fóra aktérů (TIC, provozovatelé atraktivit, profesní sdružení/spolky atd.) a odborníků.	<b>Cíl:</b> Vytvoření zastřešující organizace cestovního ruchu, vytvářející zázemí a podporu pro zlepšení prodejnosti vymezeného území na cílových trzích a podporující komunikaci a spolupráci mezi aktéry cestovního ruchu a zainteresovanými subjekty ve vymezeném území. <b>Navrhované projekty:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vytvoření systému organizace CR ve vazbě na okolní a celokrajské OCR (STIS, a.s., Svazek Rakovnícko, Posázaví o.p.s. apod.) <ul style="list-style-type: none"> <li>Vytvoření systému spolupráce zainteresovaných subjektů - (mikro)klastr Amerika (viz následující část dokumentu: Návrh na vytvoření klastru CR).</li> </ul> </li> </ul>
	6.2 Podpora, příprava a realizace celoživotního vzdělávání a rozvoje lidských zdrojů za účelem zvýšení profesionality a kompetencí pracovníků působících v cestovním ruchu.	<b>Cíl:</b> Zlepšení povědomí o možných přínosech a příležitostech cestovního ruchu obecně a ve vymezeném území. <b>Navrhované projekty:</b>
	6.3 Zvýšení atraktivity vymezeného území pro investory do CR.	<b>Cíl:</b> Podpora soukromých investic do cestovního ruchu ve vymezeném území. <b>Navrhované projekty:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vytipování možných prostor, pozemků a objektů vhodných pro rozvojové záměry v cestovním ruchu a vytvoření systému jejich aktivního nabízení potenciálním investorům.</li> </ul>
	6.4 Podpora podnikání v sektoru cestovního ruchu ve vymezeném území zejména se zaměřením na mikro (do 10 zaměstnanců) a malé (do 50 zaměstnanců) podnikatelské subjekty.	<b>Cíl:</b> Podpora zejména mikro a malých podniků ze sektoru cestovního ruchu a navazujících služeb. <b>Navrhované projekty:</b>

### 3.4.2 Charakteristiky prioritních projektů doplnění území

Fiše 22 projektů, zaměřených na doplnění území novými zařízeními, objekty a aktivitami cestovního ruchu, splňujícími předpoklad vytvoření organického celku se stávající nabídkou cestovního ruchu ve vymezeném území jsou součástí přílohy č. 1. Zbývající uvedené projekty jsou v této fázi pouze náměty pro zvážení a případné rozvinutí do podoby konkrétního záměru či projektu.

## 4 Organizace rozvoje cestovního ruchu v destinaci

Úspěch regionů (destinací) na trzích cestovního ruchu je stále více spojován s organizačním zajištěním rozvoje cestovního ruchu. Ve světě i v ČR existuje řada přístupů a řešení. Na základě zadání se v následující části studie zaměříme na možnosti zajištění koordinace rozvoje cestovního ruchu a potenciální vytvoření klastru cestovního ruchu, jako jednoho z možných řešení organizace a řízení rozvoje cestovního ruchu ve vymezeném území (destinaci).

Pojem destinace<sup>3</sup> v cestovním ruchu je již dlouhodobě používaným pojmem. Již v roce 1969 byl použit při posuzování ekonomických dopadů turismu na území. Již S. Medlik<sup>4</sup> v této souvislosti uvedl: „*Ekonomický dopad (cestovního ruchu) může být zkoumán na jakoukoliv geografickou jednotku, ať je to země, distrikt, region, město nebo vesnice a této územní jednotce budiž dáno označení destinace cestovního ruchu (the tourist destination).*“ Konstatuje, že ekonomický dopad je odvislý od tří hlavních faktorů, a to atraktivit, dostupnosti a vybavenosti, a dále uvádí: „Aby se mohly maximalizovat příležitosti cestovního ruchu, turistická destinace musí mít organizaci cestovního ruchu, která stanovuje rámec pro jeho fungování, vyvíjí turistický produkt, podporuje a propaguje ho na vhodných

<sup>3</sup> **Destinace** – obecně: směřování, cíl cesty cestujícího, místo navštívené účastníkem cestovního ruchu. (Viz. hlavní cíl cesty, motivační cíl cesty, vzdálenostní cíl cesty.) (Výkladový slovník cestovního ruchu, MMR ČR 2002)

<sup>4</sup> Medlik, S.: Economic Importance of Tourism, Revue de tourisme, Institut de recherches touristiques de l'Université de Berne, zvláštní číslo, Berne, 1969

tržích cestovního ruchu.“ Bouřlivý vývoj cestovního ruchu v 70., 80. a 90. letech 20. století vyvolal razantní vývoj v chápání významu a důležitosti „místa“ v turismu, stejně tak v zajištění organizace a řízení širokého spektra aktivit a zainteresovaných subjektů (řízení destinace = destinační management<sup>5</sup>). V Česku se tato tematika objevila až s razantním rozvojem turismu v 90. letech a výrazným objektem pozornosti a zájmu odborníků, aktérů a veřejné správy se stala od jejich druhé poloviny.

## 4.1 Organizační zajištění rozvoje cestovního ruchu v destinacích

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 destinaci 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 destinaci, včetně obyvatel, by měli mít stejný cíl – ochránit zdroje, které danou destinaci dělají výjimečnou a přitahují návštěvníky a zároveň je optimálně využívat k zajištění požadované ekonomické a sociální úrovně.

Pro zajištění výkonného řízení a organizaci aktivit a subjektů cestovního ruchu v destinacích se užívá termín „destinační management“. Tento destinační management je realizován „společností destinačního managementu“ („Destination Management Company - DMC“<sup>6</sup>).

V destinaci 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 návštěvníku a ekonomické zájmy odvětví cestovního ruchu,
- redukovat případný negativní dopad rozvoje cestovního ruchu na obchodní zájmy obyvatel destinace a ochraňovat je,
- památky a kulturní dědictví a ochraňovat je,
- stav životního prostředí a ochraňovat je.

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

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

- systematická a kontinuální spolupráce všech aktérů cestovního ruchu a zainteresovaných subjektů,
- podnikatelské myšlení aktérů cestovního ruchu a zainteresovaných subjektů,
- vypracování a realizace konceptu rozvoje cestovního ruchu v destinaci,
- 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.

<sup>5</sup> **Destinační management** – soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci. Výsledkem takového procesu jsou udržitelné a konkurenceschopné produkty cestovního ruchu, společně sdílené logo, značka kvality, společný (sdílený) informačně – rezervační systém, tvorba cenové politiky, provádění výzkumu a sběru statistických dat z oblasti cestovního ruchu, iniciace partnerství soukromého a veřejného sektoru cestovního ruchu i podpora profesních spolků, sdružení a organizací. Součástí destinačního managementu je návštěvní management, model LAC a tzv. spektrum rekreačních příležitostí. (Výkladový slovník cestovního ruchu, MMR ČR 2002)

<sup>6</sup> **Společnost destinačního managementu** – organizace zaměřená na management destinace v oblasti vytváření a prosazení destinace a jejích produktů CR na trhu, realizuje záměry destinačního managementu. DMC je zaměřena na vývoj a aktivní prodej hlavních produktů, koordinuje a řídí tvorbu produktů CR, cenovou politiku a aktivní prodej destinace. DMC je zpravidla podporována nebo vytvořena hlavními poskytovateli služeb v destinaci.

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 destinaci. 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.

Kromě uvedené formy – společnosti destinačního managementu – je variantou organizace rozvoje cestovního ruchu v destinaci rovněž využití principů klastrování a vytvoření institucionální podoby ve formě „klastru cestovního ruchu“. Požadavek na vytvoření klastru cestovního ruchu byl rovněž součástí zadání této technicko-ekonomické studie. Principy fungování klastřů, podmínky založení klastru cestovního ruchu a základ tzv. mapovací studie jsou součástí další části dokumentu.

## 4.2 Organizace cestovního ruchu ve vymezeném území

V analýze a syntéze popsaná situace a výsledky cestovního ruchu ve vymezeném území a širší vazby cestovního ruchu v tomto území vytvářejí bezesporu potřebu koordinace rozvojových a marketingových aktivit a iniciativ. Současná situace v oblasti koordinace a řízení cestovního ruchu v vymezeném území včetně širších vazeb na národní úrovni a v rámci Středočeského kraje vypadá následovně:

Úroveň / sektor	Veřejný sektor	Společné instituce veřejného a soukromého sektoru	Profesní organizace
<b>Národní úroveň</b>	• MMR ČR		• ČCCR – CzechTourism (vládní agentura, zakladatelem je MMR ČR)
<b>Krajská úroveň</b> (zároveň téměř totožné s územím turistického regionu Střední Čechy)	• Středočeský kraj		• STIS, a.s. <sup>7</sup> (založena na přelomu roků 2007/2008, jediným zakladatelem a akcionářem je Středočeský kraj)
<b>Turistická oblast Střední Čechy – severovýchod – Polabí</b>		• MAS Zlatý pruh Polabí, o.p.s.	• Zlatý pruh Polabí, o.p.s.
Turistická zóna Kokořínsko	• Sdružení obcí Kokořínska		
Turistická zóna Podlipansko	• DSO Pečecký region • Svazek obcí mikroregionu Kouřimsko • Svazek obcí Mikroregionu Pod Chlumem • Město Kostelec n.Č.lesy	• MAS Podlipansko o.p.s.	
Turistická zóna Pošembeří		• Region Pošembeří o.p.s. • MAS Region Pošembeří, o.p.s.	
Turistická zóna Nymbursko	• Mikroregion Nymbursko		
Turistická zóna Poděbradsko	• Mikroregion Mezilesí • Mikroregion Poděbradské Polabí		
Turistická zóna Svatojiřský les	• Svazek obcí Svatojiřský les	• MAS Svatojiřský les	
<b>Turistická oblast Střední Čechy – jih (využívající motto Krok od Prahy)</b>		• MAS Posázaví • Posázaví, o.p.s.	• Posázaví, o.p.s.
Turistická zóna Kutná Hora	• Město Kutná Hora	• MAS Lípa pro venkov o.s.	• Průvodcovská služba Kutná Hora, s.r.o.
Turistická zóna Ladův Kraj	• Dobrovolný svazek obcí Ladův kraj	• MAS Říčansko	
Turistická zóna Posázaví	• Region Posázaví (96 obcí) tvořený svazky: o Blaník – svazek obcí	• MAS Posázaví o.p.s.	• Posázaví, o.p.s.

<sup>7</sup> STIS, a.s. – Středočeský turistická a informační služba, a.s.

Úroveň / sektor	Veřejný sektor	Společné instituce veřejného a soukromého sektoru	Profesní organizace
	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Mikroregion Džbány</li> <li>o CHOPOS</li> <li>o Malé Posázaví</li> <li>o Mikroregion Podblanicko</li> <li>o Mikroregion Želivka</li> </ul>		
Turistická zóna Sedlčansko	• Sdružení obcí Sedlčanska (23 obcí)	• MAS Sedlčansko, o.p.s. (cestovní ruch řeší dle prezentace pouze okrajově)	
Turistická zóna Český Merán	• Společenství obcí Čertovo břemeno (10 obcí)	• Český Merán, o.p.s.	• V přípravě je vytvoření profesní organizace destinačního managementu (příp. klastru CR).
Turistická zóna Kraj Blanických Rytířů	• Mikroregion Podblanicko (9 měst a obcí)		
Turistická zóna Příbramsko	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Město Příbram</li> <li>• Svazek obcí Podbrdského mikroregionu</li> </ul>	• MAS Podbrdsko o.s.	
<b>Turistická oblast Střední Čechy – západ</b>			• Do roku 2007 byla jako koordinátor cestovního ruchu pro tuto oblast vedena Regionální rozvojová agentura Střední Čechy, od roku 2007 na základě doporučení Komise cestovního ruchu Středočeského kraje bylo touto rolí pověřen Svazek Rakovnícka.
Statutární město Kladno	• Statutární město Kladno		
Turistická zóna Přemyslovské střední Čechy	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dobrovolný svazek obcí Přemyslovské střední Čechy</li> <li>• Dobrovolný svazek obcí Mikroregion od Okoře k Vltavě</li> <li>• Dobrovolný svazek obcí Mikroregion povodí Bakovského potoka</li> <li>• Dobrovolný svazek obcí Mikroregion Svatojiřského potoka</li> <li>• Královské město Slaný</li> </ul>	• MAS Přemyslovské střední Čechy z.s.p.o.	
Turistická zóna Rakovnícko	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Svazek Rakovnícka tvořený: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Svazek obcí mikroregionu Balkán</li> <li>o Dobrovolný svazek obcí mikroregionu Čistá - Senomaty</li> <li>o Svazek obcí Jesenicko</li> <li>o Svazek obcí mikroregionu Kněževes</li> <li>o Svazek obcí mikroregionu Křivoklát</li> <li>o Svazek obcí mikroregionu Novostrašecsko</li> <li>o Svazek obcí mikroregionu Poddžbánsko</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MAS Rakovnícko</li> <li>• MAS Srdce Čech</li> </ul>	• Svazek Rakovnícka V přípravě je vytvoření profesní organizace destinačního managementu (příp. klastru CR).
Turistická zóna Karlštejnsko	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mikroregion Horymír</li> <li>• Region Jihozápad</li> </ul>		

Úroveň / sektor	Veřejný sektor	Společné instituce veřejného a soukromého sektoru	Profesní organizace
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Svazek obcí Český kras – Pláně</li> <li>• Svazek obcí mikroregionu Loděnického potoka</li> <li>• Svazek obcí - Region dolní Berounka</li> </ul>		
<b>Turistický region Český ráj</b>	• Sdružení Český ráj	• MAS Český ráj, o.p.s.	• Sdružení Český ráj

Z uvedených informací vyplývá, že ve vymezeném území nepůsobí k 15. 12. 2007 žádná profesní organizace cestovního ruchu ani zde není zaregistrována společná iniciativa veřejného a soukromého sektoru ve formě MAS, o.p.s. apod. Vytvoření klasteru cestovního ruchu je tedy jednou z možností řešení organizace cestovního ruchu ve vymezeném regionu. Tato problematika je podrobně řešena v následující části dokumentu „Návrh na vytvoření klasteru cestovního ruchu“.