

CS 57

Česká centrála cestovního ruchu
Vlašské náměstí 46, Praha 2
KNIHOVNA
Příložkové č. 1000 232
Signatura CS-57



VÝROČNÍ ZPRÁVA

o činnosti a hospodaření

ČESKÉ CENTRÁLY CESTOVNÍHO RUCHU

za rok 1995

I. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA ORGANIZACE

Česká centrála cestovního ruchu byla zřízena ministrem hospodářství České republiky panem Doc. Ing. Karlem Dybou, CSc. k 1. 4. 1993, jako příspěvková organizace. Hlavní náplní činnosti je cílevědomé vytváření povědomí o České republice jako hostitelsky přívětivé zemi se širokým turistickým potenciálem. Zprostředkovává do zahraničí základní informace o množství kulturních, historických, přírodních a společenských atraktivit a snaží se motivovat návštěvníky k delšímu pobytu v naší zemi s cílem zvýšit ekonomické výnosy z cestovního ruchu. Zabývá se rovněž marketingem, především průzkumem domácího a zahraničního trhu a analyzováním zjištěných údajů.

Základní úkoly po zřízení ČCCR byly

- stanovení dlouhodobých cílů v rozhodujících částech komplexu propagačních aktivit, kterými by se měl cestovní ruch České republiky prezentovat vůči zahraničí a zahájení postupné, ale soustavné realizace těchto cílů,
- zahájení marketingových aktivit, v počáteční fázi sběru informací (zejména v zahraničí) a podpora při tvorbě a prezentaci turistických produktů.

Za dobu dvouapůlleté existence ČCCR rozvinula aktivity v celém spektru stanovených cílů. Tempo v jejich plnění je rozdílné, protože závisí nejen na připravenosti ČCCR a jejích finančních možnostech, ale i na řadě vnějších okolností, nalezení vhodných partnerů pro spolupráci apod.

V oblasti propagace bylo dosaženo výrazného posunu především v ediční činnosti a účasti na zahraničních výstavách cestovního ruchu. V době vzniku ČCCR bylo k dispozici jen několik prospektů s rozličným, nesystémovým obsahovým zaměřením, v roce 1993 vydala ČCCR 13 titulů prospektů celkovým nákladem 1,2 mil. ks, v roce 1994 již 16 titulů nákladem 1,7 mil. Kč a v roce 1995 to bylo 23 titulů v nákladu 2 mil. ks. V současné době existuje regionální řada pokrývající území celé republiky standardizovaným sortimentem informací, dále tematická řada seznamující s významnými částmi turistické nabídky ČR a dále všeobecná řada obsahující obecně informační dokumenty typu základní turistické informace pro cesty do ČR, základní sortiment mapových materiálů apod. Rozvinula se rovněž účast cestovního ruchu ČR na zahraničních výstavách. Ze 7 účastí v roce 1993 se počet zvýšil na 29 v roce 1996, které pokrývají nejen Evropu, ale i Severní Ameriku a Asii.

Důležitý krok byl učiněn i při realizaci cíle vytváření sítě zahraničních zastoupení ČCCR, jejichž úkolem je podávání informací o turistickém potenciálu ČR a navazování kontaktů s místními odborníky a masmédií. V roce 1993 neexistovala žádná zastoupení, v závěru roku 1995 to bylo 7 zastoupení, pracoviště jsou v Berlíně, Vídni, Londýně, Miláně, New Yorku, Torontu a Tokiu a uvažuje se s další expanzí.

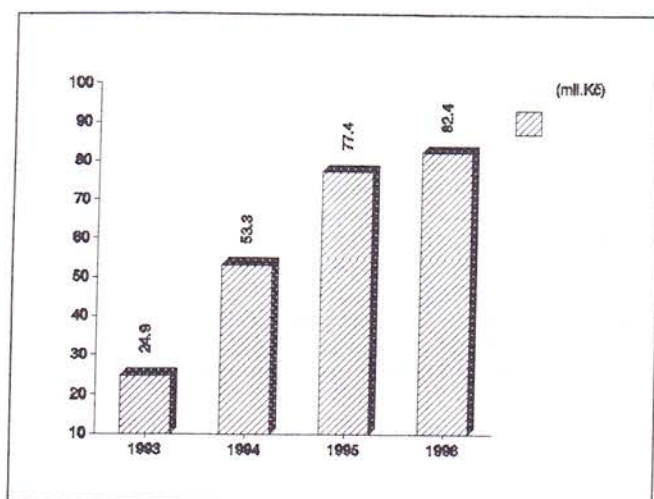
V oblasti marketingu si ČCCR již vytvořila systém kontaktů, které jí umožňují získat základní údaje o vývoji trhu cestovního ruchu v Evropě a v některých dalších důležitých zemích, např. Japonsku, Kanadě aj.

ČCCR je příspěvkovou organizací, která je financována především ze státních zdrojů a v určité míře získává prostředky i od smluvních partnerů, kterými jsou komerční subjekty činné v cestovním ruchu. Příspěvek zřizovatele zaznamenává v dosavadním vývoji výrazné nominální meziroční nárůsty.

tabulka č. 1

v roce 1993 činil příspěvek	24,9 mil. Kč
v roce 1994 " "	53,3 mil. Kč
v roce 1995 " "	77,4 mil. Kč
v roce 1996 činí " "	82,4 mil. Kč

graf č. 1

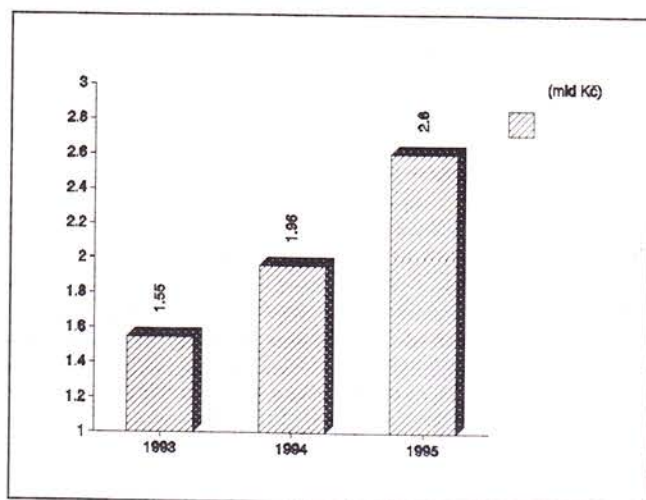


V téže době se výrazně zvyšovaly i devizové příjmy ze zahraničního cestovního ruchu ČR. Dle ČNB se získalo

tabulka č. 2

v roce 1993	1,55 miliardy USD
v roce 1994	1,96 miliardy USD
v roce 1995	2,6 miliardy USD

graf č. 2



II. PLNĚNÍ VĚCNÝCH ÚKOLŮ V ROCE 1995

V roce 1995 došlo k dalšímu výraznému posílení a rozšíření činnosti ČCCR. Bylo to umožněno především zvýšením příspěvku MH ČR na činnost ČCCR (viz tabulka č. 1), existencí dlouhodobých cílů činnosti ČCCR a v neposlední řadě navázáním užších kontaktů ČCCR s regiony, alespoň některými a intenzivnější spoluprací ČCCR s oběma asociacemi cestovních kanceláří a Národní federací hotelů a restaurací.

Toto zlepšení spolupráce se projevilo ve větším zapojení komerčních subjektů i regionů v účasti na zahraničních výstavách, jejich účasti v delegacích cestovního ruchu ČR při cestách do zahraničí (např. do Kanady), jejich aktivním členstvím v Dozorčí radě ČCCR, v komisích, které vybíraly realizační partnery pro zajišťování jednotlivých expozic, pravidelnými kontakty ČCCR s těmito orgány, např. účastí na klubových dnech a zasedáních asociací či NHFR s tematikou blízkou ČCCR.

Pro vyšší motivaci ke spolupráci partnerů s ČCCR došlo v roce 1995 k rozšíření palety služeb, které ČCCR nabízí smluvním partnerům (včetně přebírání určitých nákladů na své konto) jako protihodnotu za jejich spolupodílení se na některých propagačních aktivitách cestovního ruchu. Jedná se jak o aktivity propagační, tak údajový servis o situaci na mezinárodním trhu cestovního ruchu. Údaje jsou částečně publikovány v Bulletinu cestovního ruchu a v plném rozsahu jsou k dispozici smluvním partnerům v sekretariátu ČCCR. Zvýšil se zájem cestovních kanceláří a hotelů o konkrétní akce ČCCR v jednotlivých teritoriích či činnostech. V určitých případech se některé cestovní kanceláře a hotely podílejí na financování aktivit souvisejících se společným vystupováním ČCCR a subjektů cestovního ruchu v zahraničí. Tato spoluúčast na akcích cestovního ruchu má za cíl komplexnější a tudíž kvalitnější prezentaci ČR vůči zahraničí. V závěru roku došlo k určitému posunu v chápání podílnictví na úhradě nákladů spojených s propagací cestovního ruchu. Přesto se nepodařilo výrazně zvýšit počet smluvních partnerů již v roce 1995, kdy k 31. 12. 1995 jich bylo 11 proti 8 v roce 1994. Změny by se měly projevit v roce 1996.

Věcné úkoly ČCCR v roce 1995 byly zaměřeny na dva základní bloky činností:

2.1. marketing v tuzemsku a zahraničí

- 2.1.1. průzkum trhu
- 2.1.2. tvorba produktu

2.2. propagaci cestovního ruchu v zahraničí

- 2.2.1. ediční činnost
- 2.2.2. film a video
- 2.2.3. působení na veřejnost a informační činnost v ČR
- 2.2.4. působení na veřejnost a informační činnost v zahraničí
- 2.2.5. výstavy a veletrhy.

Obsah jednotlivých věcných úkolů ČCCR byl zaměřen na zahraniční veřejnost, a to jak všeobecně, tak i na vybrané cílové skupiny. Plnění bodů bylo projednáno a odsouhlaseno Radou cestovního ruchu ministra hospodářství ČR dne 5. 1. 1996 a Dozorčí radou ČCCR dne 24. 1. 1996.

2.1.1. Průzkum trhu

V rámci průzkumu trhu zorganizovala ČCCR dvě výběrová šetření, a to Průzkum spokojenosti zahraničních turistů se službami poskytovanými v ubytovacích zařízeních v ČR a Průzkum spokojenosti zahraničních návštěvníků se službami poskytovanými motoristům. Od WTO a WTTC získává ČCCR soustavně materiály týkající se rozličných oblastí cestovního ruchu. Od Evropské komise cestovního ruchu obdržela výzkum trhu cestovního ruchu v zemích EU, specializované studie o japonském trhu, o cestování mladých Kanadánů a Evropanů, o kempinku a karavaningu aj.

2.1.2. Tvorba produktu cestovního ruchu

Vznikl nový česko-bavorský produkt "Zlatý prsten v srdci Evropy" zahrnující z české strany okresy v západních, jižních a středních Čechách. Jedná se o soubor čtyř turistických tras, které tvoří "prsten". Katalog bude po finálních úpravách distribuován na náborových akcích v roce 1996. V rámci projektu "Cesta po hradech a zámcích v ČR" byl vytvořen a ve Francii distribuován propagační materiál o této trase. Tento společný česko-francouzský produkt se rozvine výrazně v letošním roce. Reedovány byly materiály "Burgenstrasse" a vznikly další trasy programu "Greenways".

2.2.1. Ediční činnost

V ediční činnosti pokračovala výroba a distribuce prospektů 3 standardních typových řad, tj. všeobecné, regionální a tematické. Ve všeobecné řadě byla vyrobena nová Mapa hradů a zámků, přepracovány Základní podmínky pro turisty, Automapa a Mapa autokempinků, Kalendář významných událostí cestovního ruchu v ČR a zahájily se přípravy na novém všeobecném prospektu o České republice. Z regionální řady byly vyrobeny Severní Čechy a do výroby

byl zadán zbývající titul řady - Severní Morava. V tematické řadě byly vyrobeny Architektura v Praze a 111 hradů a zámků v ČR, Sport v ČR, Cyklostezky na Šumavě a rozpracovány Cyklostezky v severovýchodních Čechách. Reedováno bylo dalších 8 titulů. ČCCR se podílela rovněž na propagačním zajištění Světového kongresu esperantistů (bude se konat v VII/96). Vydáno bylo v roce 1995 cca 2 mil. ks prospektů v 6 jazykových mutacích (anglicky, německy, francouzsky, italsky, španělsky, vlámsky).

2.2.2. Film a video

V kapitole film a video byla hlavní pozornost zaměřena na Tourfilm 95 v Karlových Varech. Byla zaznamenána rekordní účast 265 filmů z 58 zemí. Poprvé se účastnily země z Pacifiku. Souběžně s Tourfilmem se konal 2. ročník Salonu lázeňství. ČCCR přihlásila film Dawn of the Czech Republic do soutěže na festivalech ve Vídni a v Bukurešti, v obou případech získal ocenění. Pro propagaci na výstavách a v zahraničních zastoupeních je nutno již nabídnout nový film. Proto bylo uvažováno s výrobou víceúčelového filmu ve spolupráci s ČSA (film se měl promítat na palubách letadel ČSA). Partner však neměl zájem. Proto výroba nového filmu byla přesunuta do roku 1996 s tím, že jeho obsahové zaměření bude modifikováno dle aktuálních potřeb cestovního ruchu ČR.

2.2.3. Působení na veřejnost a informační činnost v ČR

spočívala především v aktivitách Informačního střediska na Národní třídě v Praze. Pracoviště je vyhledávaným místem. Za rok 1995 je navštívilo cca 69 000 zahraničních turistů, kromě toho je písemně vyřizováno měsíčně 70-100 žádostí o informace. Z celkových dotazů bylo 40 % zaměřeno na regiony. Nejvíce tazatelů je z USA, Velké Británie, dále SRN, Francie a Itálie. Provozní doba střediska je 10-18 hod. denně, včetně sobot a nedělí. Od dubna do září se zde konaly každé úterý nabídkové regionální dny, kdy jednotlivá města a regiony představily zahraničním návštěvníkům a domácím i zahraničním novinářům turistický potenciál jejich území. Proběhly prezentace 19 okresů. Další aktivitou bylo vydávání Bulletinu cestovního ruchu. Významnou součástí informačního působení na turisty v ČR je vytváření Národního informačního turistického systému (NITS). Vzhledem k omezeným finančním možnostem byla volena cesta postupné tvorby sítě. V roce 1995 zahájila činnost 2 pilotní pracoviště, na hraničním silničním přechodu v Dolním Dvořišti a v pobytovém místě Karlovy Vary. Otevření těchto infocenter se setkalo s ohlasem u zahraničních návštěvníků, v současné době se zkušenosti vyhodnocují a v rozšiřování sítě se bude dále pokračovat.

2.2.4. Působení na veřejnost a informační činnost v zahraničí

zaznamenaly výrazný rozvoj. Zvýšil se počet zahraničních zastoupení ze 3 na počátku roku na 7 v závěru roku (Berlín, Vídeň, Milano /smluvní partner/, Toronto, Londýn /provizorní provoz/, New York, Tokio). Zvýšila se frekvence pozitivních informací o cestovním ruchu ČR v zahraničním tisku. Jednalo se většinou o textové informace (samostatné články či součásti příloh o ČR), v některých případech o informace v inzertní formě. Jako příklad možno uvést největší magazín pro cestovní kanceláře v USA Travel Agent (serie 3 článků), francouzský Figaro Magazín (2x 16 stran o zámcích a další 2 články o Praze), dále International Herald Tribune, The Times, Businessweek, Eurobusiness Londýn, německé Sueddeutsche Zeitung, Funk Uhr, Freizeit Magazine, francouzské La Tribune, Le Monde, Le Nouvel Economiste, japonský PIA Super-Reserve Magazine a další. Úspěšná byla mise cestovního ruchu v dubnu v Kanadě za účasti představitelů hoteliérů, dopravců a regionu Hradec Králové. Nepodařilo se prozatím zorganizovat podobnou misi do USA. Česká republika byla propagována v komplexních materiálech Evropské komise cestovního ruchu pro Severní Ameriku, Jižní Ameriku, Japonsko a byla zastoupena i na několika náborových akcích Evropské komise cestovního ruchu v USA. ČCCR letos zorganizovala workshop Elbe-River Travel v Praze pro 42 amerických, 12 kanadských a 4 japonské touroperátory, kterého se účastnilo 30 tuzemských nabízejících subjektů. Dle hodnocení domácích i zahraničních účastníků byla akce úspěšná.

2.2.5. Výstavy

V loňském roce se zvýšil počet zahraničních účastí cestovního ruchu ČR na mezinárodních výstavách organizovaných ČCCR na 27. Vedle tradičních míst to byly i nové akce v Evropě i zámoří, např. RDA Kolín, ITME Chicago, TLS Toronto, AWTTE Beirut, JATA Tokio aj. Některé naše expozice se již řadily co do velikosti výstavní plochy a vystavovatelů mezi střední až větší, v některých místech byl zájem menší. V letošním roce byl zaznamenán zvýšený zájem regionálních útvarů o účast na těchto akcích. ČCCR se účastnila i domácích veletrhů cestovního ruchu GO i Holiday World a v letošním roce poprvé "Země živitelky" v Českých Budějovicích stánkem o agroturistice. Podpořila rovněž konání 2. ročníku Salonu lázeňství v Karlových Varech vzhledem k významu tohoto segmentu v nabídce cestovního ruchu ČR. Zvýšil se i počet účastí ČCCR na zahraničních akcích pořádaných jinými subjekty, a to jak státními, např. v Dijonu, tak nestátními, např. v Riva del Garda (Itálie), Sao Paulu (Brazílie), v Bernu, ve Vídni jednak v misi OSN, jednak v zastupitelském úřadu.

Realizace dlouhodobých cílů

Jednotlivé věcné aktivity byly konkrétními kroky při realizaci dlouhodobých cílů v činnosti ČCCR. Výrazného posunu bylo dosaženo především v ediční činnosti, kde např. v regionální řadě se díky rozpracování v roce 1995 dosáhne v letošním roce vytčeného cíle, tj. plošného pokrytí celé republiky jednotnou strukturou textových a obrazových informací ve významných jazykových mutacích. Podobně tematická řada (z hlediska významu turistického potenciálu ČR) je postupně dokompletována, což umožní jednak v následujícím období se zaměřit především na reedice stávajících titulů a jejich zkvalitňování a jednak větší pozornost věnovat pomoci regionům především při přípravě produktových materiálů, které budou propagovat zajímavosti jednotlivých oblastí. Důležitý krok byl učiněn i při realizaci dalšího dlouhodobého cíle vytvoření sítě zahraničních zastoupení ČCCR ve významných místech. Intenzivnějšímu rozvoji této sítě brání omezené finance. Tentýž důvod je hlavní příčinou, proč doposud výrazněji nepokročila realizace Národního informačního turistického systému, do něhož mají být zapojena informační pracoviště v hlavních místech a regionech cestovního ruchu v ČR. Bez alespoň minimální materiální pomoci při technickém vybavování pracovišť se nedaří zapojit zájemce z jednotlivých míst v republice do jednotného systému. V následujícím období se pozornost zaměří na výraznější propagaci cestovního ruchu ČR ve vybraných zahraničních tiskovinách, i když i zde jsou limitujícím faktorem disponibilní finanční prostředky.

III. ZÁKLADNÍ ZÁMĚRY ČINNOSTI ČESKÉ CENTRÁLY CESTOVNÍHO RUCHU V ROCE 1996

Úkoly ČCCR v roce 1996 vycházejí z dlouhodobých záměrů a jsou pokračováním aktivit realizovaných v roce 1995 a letech předcházejících. ČCCR bude své poslání, tj. v zahraničí neustálé vytváření příznivého povědomí o ČR jako turisticky přívětivé zemi, plnit, jestliže bude permanentně uskutečňovat nové propagační aktivity, pronikat na nové trhy, vyhledávat a oslovovat nové návštěvnické skupiny, podporovat rozvoj podnikání v cestovním ruchu v regionech, přispívat ke zkvalitňování služeb cestovního ruchu po celém území republiky apod. To vyžaduje další intenzivní i extenzivní nárůst výkonů ČCCR v celé široké paletě propagace a marketingu v cestovním ruchu.

Hlavním úkolem pro rok 1996 je zvýraznit pozici regionů v cestovním ruchu republiky, přispět k další podpoře malého a středního podnikání, zvýšení kvality nabídky, získávání nových návštěvnických vrstev a tím i zvýšení devizových příjmů z cestovního ruchu. Tímto směrem bude zaměřena pozornost v oblasti marketingu i propagace. Bude se jednat o plošnou podporu, tzn. vytvoření stejných podmínek pro všechny regiony při tvorbě turistických produktů a možnostech prezentace regionů doma i v zahraničí, např. pomoc při tvorbě

informačních a propagačních materiálů o nových regionálních produktech, rozšířením možností prezentace regionů v zahraničí a pro distribuci územních propagačních materiálů, další tiskovinu seznamující zahraniční veřejnost s bohatstvím nabídky jednotlivých územních celků, směřováním cest zahraničních novinářů při jejich pobytu v ČR do regionů apod.

Aktivita ČCCR je strukturována do těchto částí:

1. ediční činnost
2. film a video
3. působení na veřejnost a informační činnost v ČR
4. působení na veřejnost a informační činnost v zahraničí
5. tvorba produktů
6. průzkum trhů
7. výstavy
8. distribuce

Ediční činnost bude pokračovat v realizaci záměrů započatých v předcházejících letech, tzn. především ve vydávání regionální a tematické řady prospektů, které budou doplňovány dalšími tituly. Do roku 1996 přejde část rozpracovaných titulů. Bude výrobně dokončena "Severní Morava", což znamená, že bude k dispozici kompletní regionální řada obsahující celkem 7 oblastí a Prahu. Tematická řada bude rozšířena o tituly informující o dalších významných segmentech nabídky cestovního ruchu v ČR (Lovy, Muzea a galerie, Památky UNESCO). Vzhledem k rostoucím výrobním nákladům a potřebě vyšších nákladů jednotlivých titulů ČCCR vyrobí univerzální, levnější materiál určený pro široký rozsev, anonymní veřejnost na zahraničních výstavách a náročnější, obsahově bohatší tituly budou distribuovány konkrétním žadatelům, partnerům při jednáních, prezentacích apod. Větší rozsah než v předcházejících letech bude věnován reedici činnosti včetně průběžných zlepšení, a to nejen standardních řad, ale i mapy autokempinků, automapy, mapy hradů a zámků, kalendáře významných událostí cestovního ruchu. Předpokládá se další rozšíření jazykových mutací (např. o ruštinu, arabštinu). Další 2-3 tituly tematické řady budou určeny podle výsledků marketingových šetření, jež proběhnou v roce 1996.

Po ověření v roce 1995 bude navázána redakční spolupráce s časopisem Země Koruny české, jehož jednotlivá čísla budou obsahovat pravidelnou přílohu seznamující zahraniční čtenáře s turistickým potenciálem jednotlivých regionů a budou vydávány speciální tisky o turisticky významných místech v ČR. Pro rok 1996 se předpokládá cca 2měsíční cyklus.

V části film a video bude významnou část tvořit zajištění Tourfilmu, kde po letošním rozšíření spolupráce s pacifickou oblastí bude cílem dále zvýšit účast nejen odborníků z oblastí výroby a distribuce filmů, ale i dalších profesionálů cestovního ruchu.

Zvýrazní se podíl ČCCR na organizování Tourregionfilmu, fóra pro prezentaci turistických atraktivit v jednotlivých oblastech. Úspěšné regionální filmy budou předváděny v zahraničí, a to jak vlastní distribucí ČCCR (např. v zahraničních zastoupeních, při náborových a propagačních akcích v cizině), tak využitím partnerů (např. Česká centra v zahraničí, zahraniční filmoví distributoři). Předpokládá se výroba filmu, jehož základní kostra bude stavebnicově rozšiřována se zaměřením na zeměpisné oblasti, pro které bude určen. Cílovým záměrem je film pro Evropu, Severní Ameriku, Japonsko (ev. jihovýchodní Asii) a Latinskou Ameriku s Iberijským poloostrovem. V roce 1996 se předpokládá výroba pro Evropu event. Severní Ameriku.

Působení na veřejnost a informační činnost v ČR se zaměří především na další zefektivnění spolupráce s cestovními kancelářemi, hotely, provozovateli dalších služeb cestovního ruchu a s územními orgány. Cílem je navázat pracovní kontakty nejen s představiteli ústředních provozovatelských institucí, ale i se vznikajícími strukturami po území republiky.

Bude pokračovat vydávání Bulletinu cestovního ruchu. Pro zlepšení informovanosti novinářů budou vydávány tiskové zprávy o konkrétních aktuálních novinkách v cestovním ruchu ČR.

Pro zvýšení návštěvnosti ČR a zejména mimopražských míst je nezbytné dále vytvářet síť Národního informačního turistického systému, který plošnou nabídkou standardizované struktury informací souvisejících s cestovním ruchem a především o turistickém potenciálu ČR má důležitou a nezastupitelnou roli při zvýrazňování pozice regionů v cestovním ruchu ČR.

Významnou roli v působení na zahraniční návštěvníky hlavního města (s cílem informovat je o turistickém potenciálu regionů) bude mít Informační středisko ČCCR na Národní třídě. Vedle běžných informací veřejnosti bude i v příštím roce místem konání pravidelných regionálních dnů. Záměrem je získat, pokud to finanční požadavky majitele objektu dovolí, další prostory ve dvorním areálu, které by bylo možno využívat pro rozsáhlejší prezentaci. V každém případě bude možno pro tyto účely využívat společenských prostor v novém sídle ČCCR.

Pro zvýšení účinnosti působení na veřejnost a informační činnosti v zahraničí se zpracovává v současné době materiál, který umožní vytipovat optimální tiskoviny (i s přihlédnutím k ekonomickému souvislostem) jak z hlediska geografických oblastí, tak z hlediska přístupu k sociálním a zájmovým skupinám, o něž má český cestovní ruch zájem. Bude se jednat o kontakty se zahraničními novináři píšícími pro významné deníky či magazíny, které hodlají věnovat pozornost cestovnímu ruchu ČR, a to jednotlivými články či celými přílohami. Letošní zkušenosti, zvláště v některých případech (např. Figaro-Magazine) potvrzují, že takovýto způsob je účinný. Pro optimalizování vynakládání finančních prostředků budou v teritoriích, zejména tam, kde jsou zřízena zastoupení ČCCR, vyhledávány dlouhodobé partnerské mediální kontakty. Bude pokračovat umišťování nabídky cestovního ruchu ČR v důležitých katalozích s mezinárodním rozsevem, kde přítomnost ČR je žádoucí z důvodu

udržení v povědomí odborné veřejnosti. Předpokládá se zorganizování dalšího workshopu v ČR pro pozvaný okruh zahraničních touroperatorů (pokud se podaří získat přijatelné finanční podmínky pro organizaci takovéto akce).

Po konzultacích s Ministerstvem zahraničních věcí ČR se předpokládá další rozšíření sítě zahraničních zastoupení ČCCR. Dosavadní spolupráce dokládá efektivnost a výhodnost pro ČCCR, neboť s minimálními náklady je možno ve vybraných metropolích zajistit podávání turistických informací na patřičné úrovni. Pro teritoria, kde zájmy MZV ČR a ČCCR nejsou identické, je účelné hledat i jiné vhodné partnery (viz Kanada a Japonsko v r. 1995). Pro rok 1996 se počítá s otevřením zastoupení v Belgii, sondážní jednání probíhají v Holandsku.

Cílem je dále zlepšit spolupráci s regiony při tvorbě regionálních produktů a tuto nabídku rozšířit. Tvorba těchto produktů a jejich skutečné uvedení na trh je základním způsobem, jak zvýšit podíl regionů na republikových turistických výkonech. Bude to především prosazení "Zlatého prstenu" (jihozápadní a střední část Čech) na trhu a dále praktické vytvoření trasy "Židovské památky v ČR" (2 trasy po doposud málo navštěvovaných místech na Moravě a v Čechách) a "Cesta po hradech a zámcích v Čechách a na Moravě". ČCCR jedná o dalších projektech, např. ve východních Čechách i střední Moravě.

Dále se rozšíří průzkum trhu, zejména sběr zahraničních informací o cestovním ruchu. Budou to pravidelná statistická zjišťování organizovaná ČSÚ, dále pak mimořádná statistická šetření ČSÚ prováděná z iniciativy či přímo na objednávku MH ČR, event. ČCCR (předpokládá se uskutečnění mimořádného zjišťování o výkonech cestovních kanceláří s cílem zjistit kvalifikovaněji jejich podíl na celkových výsledcích a šetření o všech /tj. i neregistrovaných/ ubytovacích kapacitách) a dále výběrová šetření o výdajích zahraničních návštěvníků v ČR a jejich motivaci k cestám do republiky a o spokojenosti turistů s poskytovanými službami objednaná u specializovaných agentur. Vzroste rozsah zahraničních informací, především díky přístupu k údajům Evropské komise cestovního ruchu a zapojením se ČCCR do jejich marketingových projektů (např. o cestovních zvyklostech občanů zemí EU apod.).

ČCCR bude získané materiály průběžně vyhodnocovat a zjištění předávat provozovatelské sféře, územním orgánům a dalším zainteresovaných institucím k využití. Základním nástrojem předávání informací bude i v příštím roce Bulletin ČCCR, články v odborném tisku, podklady pro jednání s asociacemi cestovních kanceláří, zprávy smluvním partnerům.

Pro zesílení pronikání českého cestovního ruchu na zahraniční trhy dále vzroste účast na mezinárodních výstavách a veletrzích. Jednak se zvýší jejich počet (cca 30 akcí) a jednak vzroste rozsah jednotlivých expozic organizovaných ČCCR. Budou to nová místa v Evropě, např. Moskva, Kodaň i vzdálenější místa Ottawa v návaznosti na Toronto. Ověří se možnosti prezentace v Singapuru. Naproti tomu se upustí od účasti, kde byl propagační efekt dle mínění ČCCR a vystavovatelů

minimální (např. podzimní Utrecht, Frankfurt). Výběr jednotlivých akcí byl proveden i s přihlédnutím ke zkušenostem cestovních kancelářů.

Budou pokračovat účasti cestovního ruchu na zahraničních akcích organizovaných Hospodářskou komorou, Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR a dalšími institucemi představujícími ČR.

Rozvaha k 31. 12. 1996 /v tis. Kč/

Aktiva			14.694,81
A. Stálá aktiva		119,28	
- Hmotný inv. majetek	119,28		
B. Oběžná aktiva		14.575,53	
- Pohledávky	12.378,56		
- Finanční majetek	1.960,41		
- Přechod. účty aktivní	236,56		

Pasiva			14.694,80
C. Vlastní zdroje krytí		-185,25	
- Finanční fondy	22,38		
- Hospodářský výsledek	-207,63		
D. Cizí zdroje		14.880,05	
- Krátkodobé závazky	816,57		
- Přechodné účty pasivní	14.063,48		

Výkaz zisku a ztráty k 31. 12. 1996 /v tis. Kč/

Spotřeba materiálu a energie	43.455,62
Služby	43.988,65
Provozní dotace	77.395,00
Osobní náklady	1.517,50
Daně a poplatky	1,70
Zúčtování rezerv a časového rozlišení	13.969,71
Ostatní výnosy	1.533,04
Ostatní náklady	4.141,91
Hospodářský výsledek	- 207,63

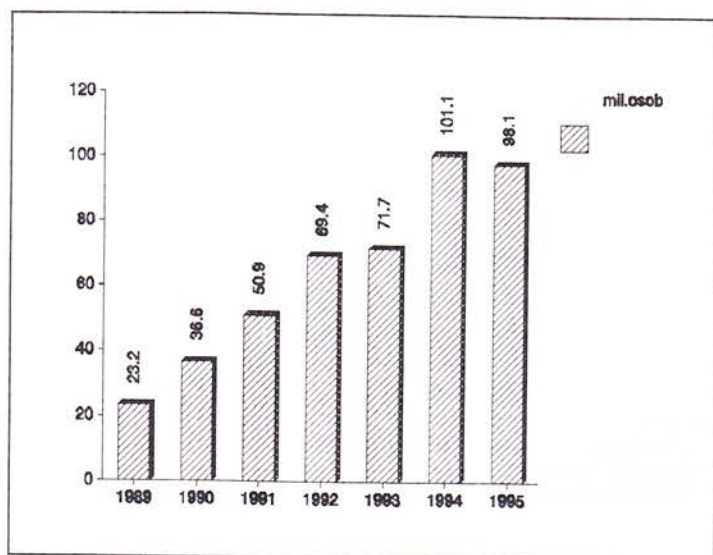
IV. CESTOVNÍ RUCH VE STATISTICE

4.1 Příjezdový cestovní ruch

Příjezdy zahraničních návštěvníků do České republiky v letech 1989-1995

rok	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
mil.osob	23.2	36.6	50.9	69.4	71.7	101.4	98.1

rok	89/88	90/89	91/90	92/91	93/92	94/93	95/94
index	120.9	157.3	139.1	136.5	103.3	126.2	97.0



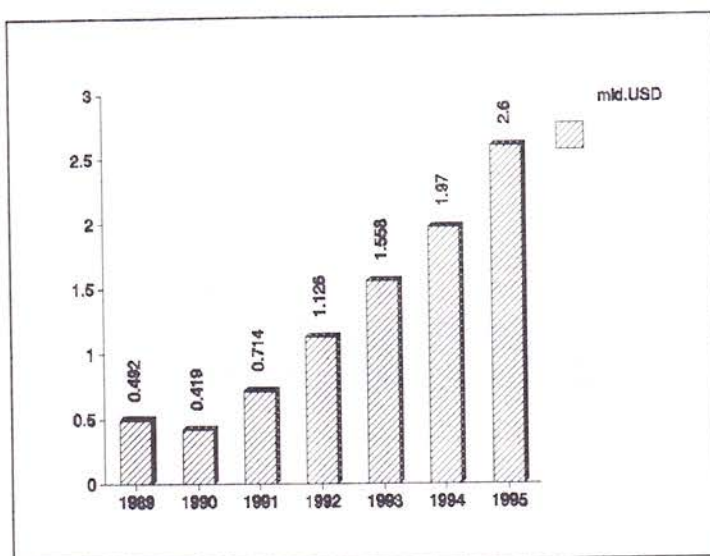
(Zdroj: ČSÚ - Zahraniční cestovní ruch, prosinec 1995)

4.2 Vývoj devizových příjmů ze zahraničního cestovního ruchu

(1989-1995)

rok	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
mld.USD	0.492	0.418	0.714	1.126	1.558	1.970	2.600

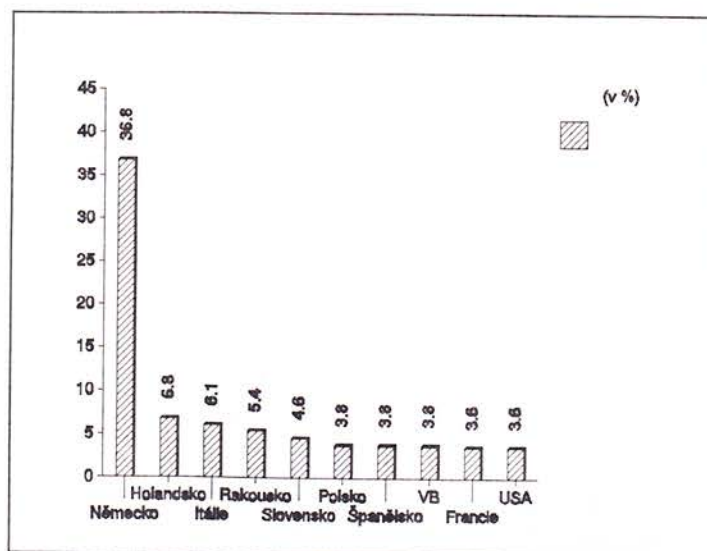
rok	89/88	90/89	91/90	92/91	93/92	94/93	95/94
index	95.7	85.0	170.5	157.8	138.3	128.4	132.3



(Zdroj: ČNB)

4.3 Deset hlavních zdrojových zemí cestovního ruchu České republiky v roce 1995

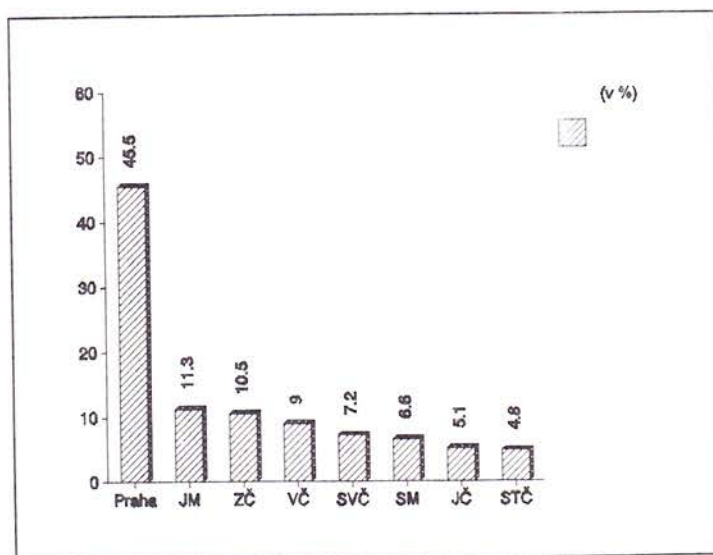
1. Německo	36,8%
2. Holandsko	6,8%
3. Itálie	6,1%
4. Rakousko	5,4%
5. Slovensko	4,6%
6. Polsko	3,8%
7. Španělsko	3,8%
8. Velká Británie	3,8%
9. Francie	3,6%
10. USA	3,6%



(Zdroj: ČSÚ - Návštěvnost v ubytovacích zařízeních cestovního ruchu v roce

4.4 Návštěvnost jednotlivých krajů zahraničními turisty

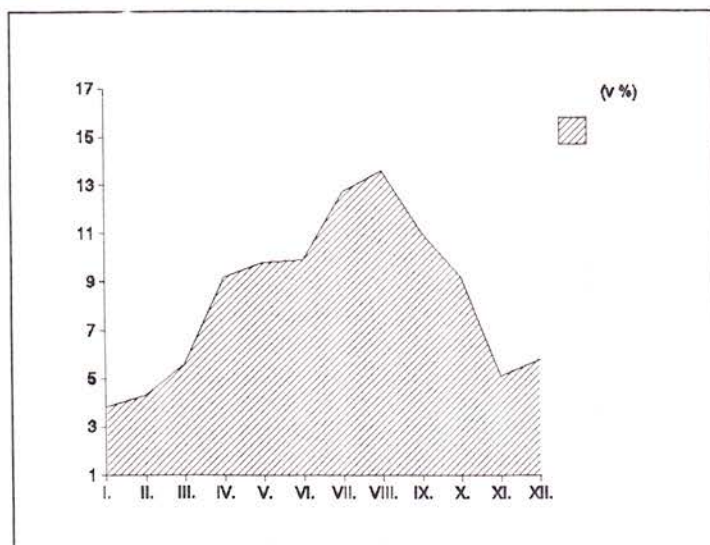
1. Praha	45,5%
2. Jižní Morava	11,3%
3. Západní Čechy	10,5%
4. Východní Čechy	9,0%
5. Severní Čechy	7,2%
6. Severní Morava	6,6%
7. Jižní Čechy	5,1%
8. Střední Čechy	4,8%



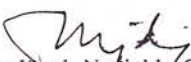
(Zdroj: ČSÚ - Návštěvnost v ubytovacích zařízeních cestovního ruchu v roce 1995)

4.5 Rozložení cestovního ruchu ČR v jednotlivých měsících roku 1995

Leden	3,8%
Únor	4,3%
Březen	5,6%
Duben	9,2%
Květen	9,8%
Červen	9,9%
Červenec	12,7%
Srpen	13,6%
Září	11,0%
Říjen	9,2%
Listopad	5,1%
Prosinec	5,8%



(Zdroj: ČSÚ - Návštěvnost v ubytovacích zařízeních cestovního ruchu v roce 1995)


Ing. Karel Nejedlý, CSc.
ředitel

V Praze dne 4. 3. 1996