

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
Přírodovědecká fakulta
Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje



CESTOVNÍ RUCH VE STÁTECH SEVERNÍ EVROPY

Bakalářská práce

Petr Váně

Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Jiří Vágner, Ph.D.

Praha 2007

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracoval samostatně, pod vedením školitele RNDr. Jiřího Vágnera, Ph.D., a že jsem všechny použité prameny řádně citoval.

Jsem si vědom toho, že případné využití výsledků, získaných v této práci, mimo Univerzitu Karlovu v Praze je možné pouze po písemném souhlasu této univerzity.

Svoluji k zapůjčení této práce pro studijní účely a souhlasím s tím, aby byla řádně vedena v evidenci vypůjčovatelů.

V Praze dne 17. července 2007

Petr Váně

.....
Petr Váně

Obsah

Seznam tabulek a grafů.....	5
Seznam použitých zkratk	6
1 Úvod	7
1.1 Téma, struktura a cíle práce.....	7
1.2 Stanovené hypotézy	8
2 Diskuze s literaturou	9
3 Metodika a práce se zdroji.....	11
4 Postavení příjezdového cestovního ruchu států severní Evropy ve světovém a evropském kontextu.....	13
5 Obecné předpoklady pro cestovní ruch ve státech severní Evropy	17
5.1 Lokalizační předpoklady	17
5.1.1 Přírodní podmínky	17
5.1.2 Kulturněhistorické a společenské podmínky	18
5.2 Selektivní předpoklady	18
5.3 Realizační předpoklady	18
5.3.1 Doprava	19
5.3.2 Ubytování a stravování.....	19
5.3.3 Programová nabídka.....	20
6 Vývoj příjezdového cestovního ruchu ve státech severní Evropy po roce 1990.....	21
7 Současný stav cestovního ruchu ve státech severní Evropy	26
7.1 Současná návštěvnost	26
7.2 Podíl cestovního ruchu na HDP a zaměstnanosti	27
7.3 Národnostní struktura zahraničních návštěvníků	28
7.4 Regionální diferenciacie návštěvnosti	30
7.5 Dominantní formy cestovního ruchu.....	34
7.6 Výjezdový cestovní ruch	35
7.7 Vztah států severní Evropy a Česka v rámci cestovního ruchu.....	37
8 Priority rozvoje příjezdového cestovního ruchu a rozvojové projekty ve státech severní Evropy	38
8.1 SWOT analýza příjezdového cestovního ruchu	38
8.2 Priority rozvoje příjezdového cestovního ruchu.....	40
8.2.1 Pozitivní profilace zemí jako turistických destinací.....	40
8.2.2 Nabídka vysoce kvalitních produktů	41
8.2.3 Zvyšování kvalifikace podniků, institucí a pracovníků CR	41
8.2.4 Kooperace jednotlivých stran a racionální hospodaření se zdroji	42

8.3	Aktivity EU v rámci podpory cestovního ruchu v severní Evropě.....	42
8.3.1	Rozvojové programy EU pro severské regiony.....	43
8.3.2	Projekty na podporu rozvoje cestovního ruchu v Laponsku	44
8.4	Severská spolupráce v oblasti cestovního ruchu	45
8.4.1	Projekt na podporu cestovního ruchu v regionu Øresund	46
8.5	Národní projekty na podporu cestovního ruchu	47
8.5.1	Projekty na podporu cestovního ruchu v Norsku	47
9	Závěr	49
	Použitá literatura.....	52
	Další zdroje.....	54

Seznam tabulek a grafů

Graf 1 - Vývoj počtu zahraničních návštěvníků v regionech světa, 1950-2005	13
Graf 2 - Rozdělení devizových příjmů z cestovního ruchu mezi oblasti světa, 1990 a 2004.....	14
Graf 3 - Vývoj počtu příjezdů zahraničních turistů v Evropě, 1990-2004	15
Graf 4 - Rozdělení devizových příjmů z cestovního ruchu v evropských regionech, 1990 a 2004	16
Graf 5 - Kapacita hromadných ubytovacích zařízení ve státech severní Evropy, 2005	20
Graf 6 - Vývoj počtu zahraničních návštěvníků ve státech severní Evropy, 1990-2005.....	23
Graf 7 - Vývoj počtu přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních ve státech severní Evropy, 1995-2005.....	24
Graf 8 - Vývoj devizových příjmů z příjezdového cestovního ruchu ve státech severní Evropy, 1990-2005.....	25
Tabulka 1 - Bilance cestovního ruchu států severní Evropy (mld. USD), 1990, 1995, 2000 a 2003	25
Tabulka 2 - Počet zahraničních návštěvníků ve státech severní Evropy, 2004.....	26
Tabulka 3 - Podíl cestovního ruchu na HDP a celkové zaměstnanosti států severní Evropy, 2005	27
Graf 9 - Národnostní struktura zahraničních hostů v hromadných ubytovacích zařízeních států severní Evropy, 2005	29
Tabulka 4 - Podíly nejnavštěvovanějších regionů a měst na počtu zahraničních hostů v HUZ v příslušných státech severní Evropy, 2006	31
Tabulka 5 - Podíly nejnavštěvovanějších regionů a měst na počtu domácích hostů v HUZ v příslušných státech severní Evropy, 2006	32
Tabulka 6 - Nejnavštěvovanější regiony v rámci příjezdového CR ve státech severní Evropy, 2006	33
Tabulka 7 - Počet návštěvníků ze severní Evropy v HUZ Česka (v tis.), 2004	37

Seznam použitých zkratk

CR – cestovní ruch

EU-25 – Evropská unie (25 členských zemí)

UNWTO – United Nations World Tourism Organization

WTTC – World Travel & Tourism Council

ICCA – International Congress & Convention Association

HUZ – hromadná ubytovací zařízení

USD – americký dolar

NP – národní park

SSSR – Svaz sovětských socialistických republik

USA – United States of America

1 Úvod

1.1 Téma, struktura a cíle práce

Dynamický růst výkonů světového cestovního ruchu a jeho postupná integrace do světové ekonomiky signalizují potenciální význam tohoto odvětví v období přechodu industriální společnosti na postindustriální (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001).

Zatímco ještě koncem 90. let se cestovní ruch řadil svým objemem tržeb hned za petrochemický a automobilový průmysl, v současnosti již tato odvětví předstihl a společně s bankovníctvím a finančnictvím zaujímá pozici jednoho z nejvýznamnějších ekonomických odvětví na světě.

Cestovní ruch lze navíc považovat za jeden z alternativních nástrojů regionální politiky, jejímž cílem je dosáhnout optimálního rozvoje regionu (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001). Regionální význam CR souvisí především s tvorbou kvalitních pracovních příležitostí a s efektivním využitím existujícího potenciálu území.

Rozsah a intenzita cestovního ruchu (dále jen CR) neustále roste. Tento trend se týká nejen vyspělých zemí, kde se CR stal ekonomicky a sociologicky důležitým fenoménem, ale i zemí rozvojových, které se jako příjezdové země stále intenzivněji zapojují do CR. Cestovní ruch zahrnuje pestrou mozaiku činností. Nejedná se tedy pouze o aktivity spojené s trávením volného času, ale také cestování a pobyty spojené s mnohými dalšími účely: pracovními (kongresový CR), léčebnými (lázeňství), kulturními (festivaly), vzdělávacími (výuka jazyků), náboženskými (poutě), sportovními (olympijské hry, mistrovství světa) apod.

Cestovní ruch představuje významnou složku národního hospodářství také v zemích severní Evropy. Mezi sledované státy jsem zařadil Dánsko, Norsko, Švédsko, Finsko a Island. Do hodnocení nejsou zahrnuty některé odlehlé autonomní oblasti těchto zemí (Svalbard, Grónsko a Faerské ostrovy). Pro toto téma jsem se rozhodl z důvodu zájmu o území severní Evropy a také díky absenci komplexní odborné studie, která by postihovala CR v těchto zemích jako celku. Vzhledem ke značnému rozsahu tématu není možné v rámci jedné práce postihnout veškeré aspekty, a proto jsem se rozhodl zaměřit především na příjezdový CR, který je z ekonomického i geografického hlediska nejvýznamnějším a nejlépe postižitelným.

Hlavním cílem práce je komplexní analýza a zhodnocení příjezdového CR ve vybraných zemích severní Evropy. Práce postihuje období od roku 1990 a vlastní textová část je rozdělena na pět částí.

První část pojednává o postavení CR severských států ve světovém a evropském kontextu. Na ní navazuje stanovení obecných předpokladů pro příjezdový CR v severní Evropě. Třetí část je zaměřena na hodnocení vývoje příjezdového CR po roce 1990 na základě několika statistických ukazatelů. Čtvrtá část práce je věnována současnému stavu CR v severní Evropě. V této části jsem se snažil zhodnotit jednak ekonomický význam CR pro jednotlivé státy, jednak vytypovat nejnavštěvovanější regiony jednotlivých zemí v rámci domácího i zahraničního CR a jednak identifikovat dominantní formy CR. Součástí této kapitoly je také stručné zhodnocení výjezdového CR a vztahu severských států a Česka v oblasti CR. V poslední části jsem se zaměřil na stanovení silných a slabých stránek příjezdového CR pomocí SWOT analýzy a stanovení priorit rozvoje CR, které by se měly stát (nebo se již staly) součástí národních koncepcí rozvoje CR v jednotlivých zemích. Tato kapitola se také věnuje projektům na podporu CR v jednotlivých zemích, společným zájmům států severní Evropy a rolí EU v oblasti CR severní Evropy.

1.2 Stanovené hypotézy

Vzhledem k charakteru práce byly stanoveny následující hypotézy:

1. Dánsko si od roku 1990 udržuje statut nejnavštěvovanější země severní Evropy především díky své nejvýhodnější geografické poloze a relativní blízkosti hlavních zdrojových trhů, přičemž dominantní úlohu v návštěvnosti hrají země západní Evropy.
2. Ve všech zemích severní Evropy je patrná výrazná koncentrace zahraničního cestovního ruchu do metropolitních regionů.
3. Na celkový počet turistů v nemetropolitních regionech má velký vliv dopravní dostupnost, kvalita dopravní infrastruktury, ceny a kvalita služeb, image a propagace u zahraniční klientely.
4. Dominantní formou zahraničního CR v severní Evropě je poznávání přírodních zajímavostí. Severoevropské státy navíc věnují zvýšenou aktivitu k rozvoji k životnímu prostředí šetrných forem CR a kongresového CR, který pomáhá k eliminaci sezónního aspektu.

2 Diskuze s literaturou

Při vyhledávání odborné literatury pro tuto práci jsem zjistil, že o problematice cestovního ruchu v oblasti severní Evropy dosud existuje jen velmi málo publikací. Navíc se jedná především o cizojazyčné publikace, přičemž mnohé z nich jsou psané v původních jazycích, které nejsou vhodné ke studiu. Publikacím schází především detailní pohled na celkovou problematiku CR v jednotlivých zemích.

Valnou většinu informací využitých v této práci bylo nutné čerpat z internetových zdrojů. Relativně snadno dostupné jsou informace zabývající se cestovním ruchem v obecné rovině. V případě obecného seznámení s problematikou jednotlivých pojmů používaných v geografii CR a jejich definicemi se jeví jako nejvhodnější Výkladový slovník cestovního ruchu (2002) od autorů Pásková a Zelenka. Podobně lze využít i vysokoškolská skripta Geografie cestovního ruchu (Mirvald a kol. 1996) nebo Geografie cestovního ruchu (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001). Co se týče regionálních informací tak zmiňovaná skripta stručně postihují především existující potenciál jednotlivých států severní Evropy. Obecnou problematikou se zabývají i četné materiály dostupné na internetu, například Geografie cestovního ruchu (Čerba 2004).

Velká popisnost je problémem turistických průvodců, kterých sice existuje v knihovnách i na trhu velké množství, ale vzhledem k charakteru práce jsou tyto informace využitelné pouze k orientačnímu seznámení s rozmístěním významných atrakcí jednotlivých zemích, případně s formami CR. Nejlepší a nejpoužívanější průvodce po severských státech vydávají nakladatelství JOTA, Lonely Planet a Freytag and Berndt. Publikace těchto nakladatelů podávají ucelený obrázek o atraktivitách CR v jednotlivých regionech, různá doporučení, informace o dopravě, ubytování a cenových relacích poskytovaných služeb. Mimoto obsahují také odkazy na internetové stránky, kde lze nalézt další užitečné informace. Podrobnější informace o zmíněných i dalších průvodcích lze najít na webových stránkách konkrétních nakladatelství a stránkách MapCentrum (<http://www.mapcentrum.cz>).

Z regionálních publikací o CR jsou k dispozici polské publikace Geografia turystyczna swiata (Warszyńska 2000) či Europa (Kruczek, Sacha 1999). Jejich problémem však je jazyková bariéra. Pro detailní regionální data tak bylo nutné obrátit se na statistickou literaturu. Kvalita a dostupnost statistických dat se však u jednotlivých zemí severní Evropy dosti výrazně liší, a tak vyvstal problém s úplností a srovnatelností dat. Bylo tedy nutné vybírat pouze taková data, která jsou dostupná za všechny

sledované země. Pro některá data bylo potřeba využít statistický portál Eurostat, který však neobsahuje data od počátku devadesátých let, ale až od roku 1995.

Vzhledem ke skutečnosti, že sbírky dat v podstatě neexistují v tištěné podobě, byl pro práci limitující jejich výskyt na webových stránkách statistických úřadů, turistických centrál a příslušných ministerstev jednotlivých států. Výhodou byla dostupnost převážné většiny informací v anglickém jazyce.

Nejkvalitnějšími statistikami disponuje Norsko a Švédsko. Příslušné instituce těchto zemí navíc na internetu publikují v elektronické podobě různé výroční zprávy a analýzy zabývající se stavem CR v posledních letech. Poněkud horší statistiky jsou k dispozici v případě Dánska, které podobné dokumenty příliš nepublikuje a rovněž neposkytuje souhrnné informace např. o počtu přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních, a tudíž bylo nutné výsledné hodnoty skládat z několika dílčích údajů. Problémem islandských statistik pak je především absence dat z počátku devadesátých let. Největší nesnáze nastaly v případě Finska. Země sice publikuje řadu elektronických dokumentů, ale velké množství jich je ve finštině, která je pro laika naprosto nesrozumitelná. Navíc přímo na stránkách finského statistického úřadu je objem dat týkajících se CR značně omezený. Výhodou všech severoevropských statistických portálů však je možnost tvorby vlastních tabulek a jejich stažitelnost ve výhodném formátu.

Při sestavování SWOT analýzy a následných priorit rozvoje CR bylo čerpáno především z elektronicky publikovaných výročních zpráv a národních i obecných strategií rozvoje CR. Problémem však byla i tentokrát skutečnost, že ne všechny sledované země takové dokumenty volně publikují.

Informace týkající se příslušných projektů a roli EU v oblasti byly čerpány z různých internetových pramenů, jež jsou citovány v příslušných kapitolách.

3 Metodika a práce se zdroji

Charakter bakalářské práce je příčinou využití především popisných a analytických metod práce. V počáteční fázi výzkumu bylo nutné získat dostatečné informace o jednotlivých zemích a seznámit se s existujícím potenciálem a příležitostmi rozvoje CR. Potřebná statistická data byla čerpána především z údajů zveřejněných na webových stránkách statistických úřadů, příslušných ministerstev a turistických centrál jednotlivých zemí, dále pak stránkách zabývajících se cestovním ruchem a stránkách Eurostatu.

V první části práce věnované postavení CR severní Evropy ve světovém a evropském kontextu byla využita statistická data publikovaná United Nations World Tourism Organization (dále jen UNWTO). Grafy vytvořené z těchto údajů dostatečně ilustrují podíl jednotlivých světových a evropských regionů v oblasti cestovního ruchu. Jednotlivé grafy jsou opatřeny komentáři, které vysvětlují jednak stav a vývoj podílu jednotlivých regionů na celosvětovém resp. celoevropském CR, a jednak se snaží odhalit hlavní příčiny případných změn.

Druhá část práce popisuje existující potenciál CR severní Evropy na základě stanovení obecných předpokladů pro CR v severní Evropě. Součástí této kapitoly jsou i dva mapové výstupy zobrazující rozmístění národních parků (Příloha 1) respektive památek UNESCO (Příloha 2) ve státech severní Evropy.

Třetí část je věnována vývoji CR v rámci zemí severní Evropy. Ke zmapování tohoto vývoje bylo podobně jako v první části opět využito statistických údajů, které byly zpracovány pomocí tabulek a grafů a opatřeny doprovodným textem pojednávajícím o faktorech a okolnostech ovlivňujících vývoj ukazatelů v daném časovém období. Zdrojem informací pro tento text byly převážně obecné i regionálně zaměřené publikace v tištěné a elektronické podobě, výše uvedené statistické zdroje a také vlastní postřehy autora.

Kapitola věnovaná současnému stavu CR se částečně metodicky liší od předchozích kapitol. Jedná se o část, která se zabývá vymezením nejnavštěvovanějších regionů a regionální diferenciací návštěvnosti v rámci jednotlivých zemí severní Evropy. Při pořizování informací se vyskytl závažný problém absence dat o návštěvnosti turistických regionů. Poříditi informace o návštěvnosti jednotlivých turistických regionů se ukázalo jako zcela nemožné, a tudíž jsem se musel spokojit se statistikami monitorujícími počet přenocování za nižší administrativní celky, což se ukázalo jako

schůdnější cesta, přestože hranice turistických a administrativních regionů ne vždy zcela korespondují. Výsledek tak nedisponuje takovou přesností jako v případě turistických regionů. Udává nám však alespoň místa, kde je lokalizováno nejvíce turistických služeb (zejména ubytovacích a stravovacích) a také podává svědectví o rozdílech v návštěvnosti metropolitních a nemetropolitních regionů. Výstupem této části je kromě tabulek a grafů také kartogram, který znázorňuje návštěvnost daných regionů (Příloha 3). K vytvoření tohoto mapového výstupu bylo využito geoinformačního systému ArcGis 9.

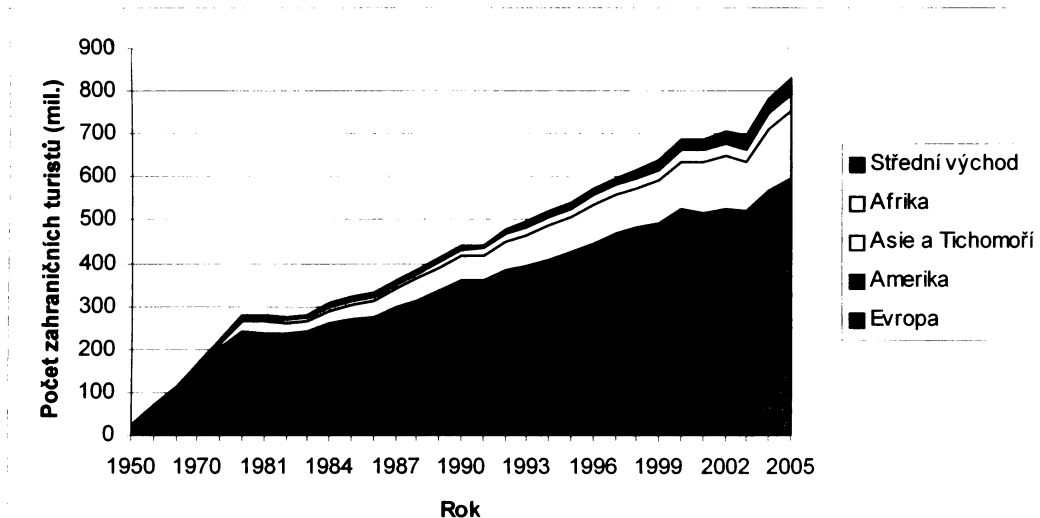
Poslední část, která se zabývá stanovením základních priorit rozvoje CR v regionu, zakotvených v národních koncepcích rozvoje cestovního ruchu, je zpracována pomocí metody SWOT analýzy, která vymezuje silné a slabé stránky, příležitosti a rizika příjezdového CR. Na základě těchto informací a skutečností obsažených v národních rozvojových plánech byly stanoveny základní priority rozvoje odvětví v severní Evropě. Součástí této kapitoly je i pojednání o projektech, jejichž realizací se vlády jednotlivých zemí snaží podporovat rozvoj CR. Zároveň je zde zhodnocena i role EU v podpoře regionálních produktů CR.

4 Postavení příjezdového cestovního ruchu států severní Evropy ve světovém a evropském kontextu

Podstatný růst aktivit spojených s CR staví toto odvětví mezi nejvýznamnější ekonomické a sociální fenomény 20. století. Cestovní ruch začíná významně růst až po 2. světové válce, přičemž největší boom zaznamenává až v posledních dvaceti letech. Podle UNWTO se počet zahraničních turistů po celém světě zvýšil v letech 1950-2005 z 25 milionů na 808 milionů, což koresponduje s průměrným ročním růstem 6,5 % a počet turistů v daném období tedy vzrostl více než třicetkrát. Už tento jediný údaj svědčí o nebyvalém růstu CR a řadí jej k nedílným složkám národních hospodářství většiny zemí světa.

V 50. letech byla v rámci příjezdového CR nejvýznamnější destinací Evropa (Graf 1) a svou pozici si udržela až doposud. Evropa posbírání více než polovinu všech zahraničních turistů světa. Dominance Evropy je zapříčiněna především vysokou ekonomickou vyspělostí a životní úrovní většiny zemí, relativně malými vzdálenostmi, dlouhou řadou celosvětově známých kulturních metropolí a pestré mozaiky přírodních zajímavostí. Druhý největší počet příjezdů pak zaznamenává Severní Amerika. Nejdynamičtější růst však nyní zažívá Asie a Tichomoří a Střední východ. Naproti tomu tradiční regiony jako Evropa a Severní Amerika zaznamenávají roční nárůst pod celosvětovým průměrem, což svědčí o výrazném poklesu podílu těchto regionů na celosvětových příjezdech a o turistickém objevování nových regionů.

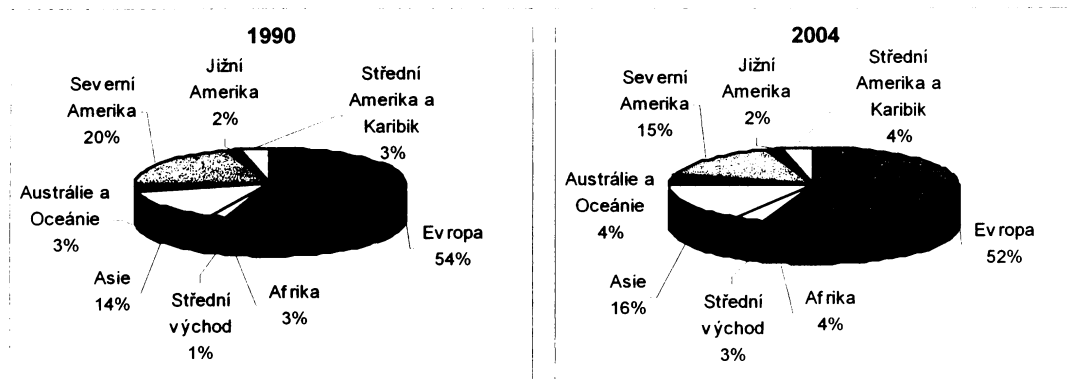
Graf 1 - Vývoj počtu zahraničních návštěvníků v regionech světa, 1950-2005



Zdroj dat: UNWTO 2007

V posledních letech turisté projevují zvýšený zájem o exotické cesty. Tento trend způsobil přesun největší dynamiky rozvoje CR mimo tradiční oblasti (Evropa a Severní Amerika). Tato skutečnost je dobře patrná z Grafu 2, který znázorňuje vývoj devizových příjmů z CR v letech 1990 a 2004. Nejvýraznější procentuální propad zaznamenala Severní Amerika, která se v roce 1990 podílela na celosvětových příjmech 20 % a během necelých patnácti let zde došlo k pětiprocentnímu propadu. Na tomto poklesu se však nepodílí pouze rostoucí zájem o exotické dovolené, ale také hrozba terorismu, která vstoupila do povědomí lidí po útocích na New York a Washington 11. září 2001. Procentuální propad podílu na devizových příjmech z CR zaznamenala také Evropa (zejména západní). Příčiny tohoto poklesu jsou patrně stejné jako v případě Severní Ameriky.

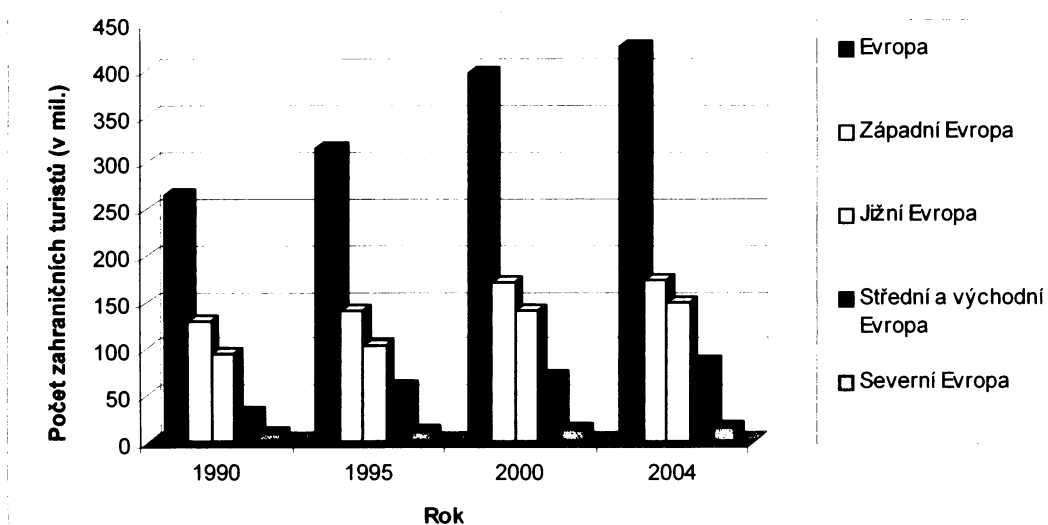
Graf 2 - Rozdělení devizových příjmů z cestovního ruchu mezi oblasti světa, 1990 a 2004



Zdroj dat: UNWTO 2007

I přes snížení procentuálního podílu na celosvětových devizových příjmech z CR došlo v Evropě k velkému nárůstu počtu zahraničních turistů. V roce 2005 navštívilo Evropu o 100 milionů turistů více než v roce 1995. Největší nárůst zaznamenaly postkomunistické země Visegrádské čtyřky a bývalého SSSR. Méně dynamičtější růst zaznamenala západní a jižní Evropa. Ve sledovaných severských zemích došlo po roce 2000 ke zpomalení růstu počtu zahraničních turistů, což může být způsobeno jednak hrozbou terorismu (podobně jako v západní Evropě) a jednak zájmem turistů o exotické dovolené, pro které nejsou v severní Evropě podmínky díky její geografické poloze. Navíc se jedná o tradiční, již „prozkoumané“ destinace. Pokles počtu zahraničních návštěvníků koresponduje s celosvětovou recesí CR v roce 2000. Návštěvnost severní Evropy byla poznamenána i vstupem nových členských zemí do EU v roce 2004, což ještě zvýšilo konkurenci na evropském trhu CR.

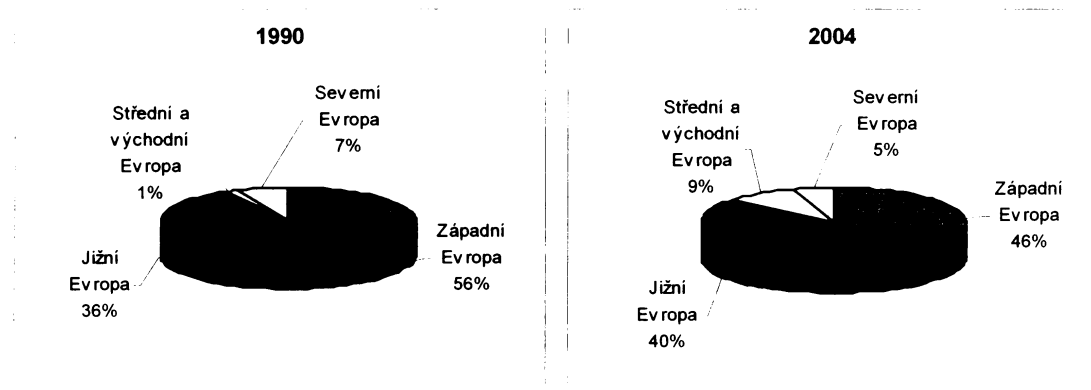
Graf 3 - Vývoj počtu příjezdů zahraničních turistů v Evropě, 1990-2004



Zdroj dat: UNWTO 2007

Co se týče devizových příjmů z CR v rámci samotné Evropy, lze v posledních patnácti letech pozorovat změny procentuálních podílů jednotlivých regionů. Největší pokles zaznamenala západní Evropa, kde došlo k propadu o celých 10 % (Graf 4). Ztrátu dvou procent pak zaznamenaly i severské státy. Důvody jsou pravděpodobně opět terorismus či odklon turistů od regionů, které již navštívili. Daleko důležitějším faktorem však bude pravděpodobně současný trend kratších a častějších cest. Tento fenomén se samozřejmě odráží nejen ve statistikách o přenocování v HUZ, ale především ve výši devizových příjmů, která je při takových cestách nižší. Největší nárůst zaznamenal bývalý východní blok a jižní Evropa, kde turisté zůstávají podstatně déle než v zemích severní Evropy. U poskomunistických zemí se předpokládá největší dynamika i do budoucna. Země severní Evropy musí zvýšit svou konkurenceschopnost prostřednictvím marketingu, propagace, investic a projektů a vhodnou nabídkou lépe reagovat na změny poptávky.

Graf 4 - Rozdělení devizových příjmů z cestovního ruchu v evropských regionech, 1990 a 2004



Zdroj dat: UNWTO 2007

Podle studie UNWTO „Vize cestovního ruchu pro rok 2020“ bude dlouhodobé cestování zabírat místo nynějších 24 % celých 32 % v zahraničním CR a každá třetí cesta bude dlouhodobým pobytem v jiném regionu světa. Podle informací UNWTO předpokládá Rada pro CR, že turistický průmysl v roce 2020 dosáhne počtu 1,6 miliard příjezdů zahraničních turistů (roční nárůst 4–5 %). Odhady navíc hovoří o dalším velkém rozvoji po roce 2010. Devizové příjmy z CR by měly dosáhnout 2 bilionů USD.

Předpokládá se, že Evropa bude nadále nejnavštěvovanější destinací na světě. Pravděpodobný přísun turistů v roce 2020 se předpokládá 717 milionů (46% podíl na mezinárodních příjezdech). Nejvíce turistů bude směřovat do střední a východní Evropy a Středomoří. Silné euro navíc ochromí cestování z Ameriky a naopak zvýší cestování uvnitř eurozóny. Před rokem 2020 předstihnou země východní Asie a Tichomoří Ameriku a stanou se druhou nejnavštěvovanější destinací na světě. Do r. 2020 bude jejich podíl na mezinárodních příjezdech činit 25 %.

Podle UNWTO se mezinárodního CR účastní méně než 3,5 % světové populace. Tento počet by mohl v příští dekádě narůst až na 7 %. Odvětví nyní více podléhá reakcím na ekonomické a bezpečnostní problémy a také na ohrožení životního prostředí a zdraví. Znečištění životního prostředí a neúměrná frekvence dopravy ovlivní v budoucnu chování spotřebitelů. Pak pravděpodobně opět vzroste zájem o regiony se zachovalým životním prostředím, tedy také o severní Evropu.

5 Obecné předpoklady pro cestovní ruch ve státech severní Evropy

Cestovní ruch je ovlivněn řadou rozmanitých podmínek, které se navzájem prolínají a vytvářejí celkovou mozaiku a nerovnoměrné rozložení CR. Tyto podmínky se obecně dělí na tři hlavní skupiny:

5.1 Lokalizační předpoklady

Jsou základem vzniku a rozvoje CR a vyjadřují schopnost krajiny poskytovat hodnoty vhodné pro jednotlivé formy CR. Lokalizační předpoklady se dělí do dvou základních skupin:

5.1.1 Přírodní podmínky

Je nasnadě, že přírodní podmínky (např. reliéf, vodstvo, klima) velmi významně ovlivňují spokojené cestování. Všechny severské státy nabízejí velice pestré přírodní podmínky. Zachovalé životní prostředí a rozmanité přírodní atrakce znamenají jeden z hlavních magnetů mezinárodního CR. Norská příroda je hlavní atrakcí pro zahraniční i domácí turisty. Národní parky a ostatní přírodní oblasti zaznamenávají nejvyšší růst návštěvníků ze všech atraktivit CR. To je způsobeno především širokou škálou aktivit a kvalitní infrastrukturou v těchto oblastech. Severské státy vynakládají na ochranu prostředí značnou iniciativu, k jejíž prosazování slouží příslušná legislativa. Nejvíce národních parků (dále jen NP) je zřízeno ve Finsku (35, dále Norsko a Švédsko 28, Island 4. V Dánsku byla v roce 2005 představena pilotní fáze projektu, který má za úkol zřídit 7 prvních NP ve vytypovaných oblastech země. Rozmístění NP v severní Evropě je znázorněno v Příloze 1. Mimo NP je v jednotlivých zemích udržováno velké množství menších chráněných jednotek. Národní parky severní Evropy se však potýkají se značnými problémy (např. nedostatek kvalifikovaného personálu, nerovnoměrné vytížení jednotlivých NP, nerovnoměrné financování, zvyšující se tlak na přírodu, neakceptování místních tradic a nařízení, hrozba průmyslového znečištění apod.)

Výrazným pozitivem severských zemí je jejich přímořská poloha, která umožňuje rozvoj sportovního CR, stejně jako rozmanitý charakter reliéfu. Nalezneme reliéf vápencový (dánský Djursland, jižní Finsko), horský (Norsko), sopečný (Island), bažinatý (Finsko), glaciální (Island, Norsko) aj.

Klima severovýchodních států je ovlivněno teplým Golfským proudem, který zmírňuje teplotní výkyvy v pobřežních oblastech. Jinak se projevuje značný rozdíl mezi severem a jihem. Největší výkyvy teplot vykazuje Finsko (kontinentalita).

Podrobnější informace o přírodních podmínkách a konkrétních přírodních atraktivitách lze najít například na webovém portálu Scandinavia Tourist Boards (<http://www.goscandinavia.com>). O národních parcích severní Evropy pojednávají webové stránky institucí uvedených jako zdroje dat v Příloze 1.

5.1.2 Kulturněhistorické a společenské podmínky

Přestože přírodní zajímavosti jsou největším lákadlem pro turisty, jejich zájem se soustředí také na historické a kulturní památky, kterých je ve Skandinávii také nemalé množství. Cenné urbanistické a architektonické soubory měst a obcí doplňuje řada zámků, kostelů a jiných staveb. Mimo tyto objekty severní Evropa disponuje také uměleckým bohatstvím interiérů, galerií, muzeí, skanzenů apod. O pestrosti kulturněhistorického dědictví, téměř vždy harmonicky zasazeného do lokálního přírodního prostředí, nejvíce svědčí soubory, lokality a stavby zařazené na světový seznam UNESCO. Nejvíce těchto památek je na území Švédska (14) Následují Norsko a Finsko (7), Dánsko (3+1 v Grónsku) a Island (1). Rozmístění jednotlivých památek UNESCO je znázorněno v Příloze 2.

Podrobnější informace o konkrétních kulturněhistorických památkách v jednotlivých zemích lze vyhledat opět na webovém portálu Scandinavia Tourist Boards (<http://www.goscandinavia.com>). O památkách UNESCO pak podrobněji informují internetové stránky UNESCO (<http://www.unesco.org>).

5.2 Selektivní předpoklady

Selektivní předpoklady úzce souvisí s politickým a ekonomickým systémem a také s obyvatelstvem, které tvoří různorodou množinu zákazníků ovlivňujících průběh, náplň a směry CR. Severské státy patří mezi demokratické, politicky i ekonomicky stabilní země s národnostně i nábožensky homogenním obyvatelstvem.

5.3 Realizační předpoklady

Realizační předpoklady jsou tvořeny třemi základními složkami:

5.3.1 Doprava

Severské státy jsou nejsnadněji dosažitelné leteckou nebo námořní dopravou, jejichž realizaci podmiňuje množství mezinárodních letišť a přístavů. Nej hustší a nejkvalitnější silniční síť má Dánsko. Železnice je využívána převážně pro nákladní dopravu, ale také pro účely CR. Specifikou Finska je rozsáhlá síť vodních cest prostřednictvím jezer, řek a kanálů. Severské státy vynakládají značné investice na dopravní projekty (tunely, mosty atd.). Známa je trajektová doprava podél pobřeží. Nejhorší dopravní situace je díky přírodním podmínkám na Islandu. Jiný rozchod kolejnic pak komplikuje železniční dopravu do Finska.

5.3.2 Ubytování a stravování

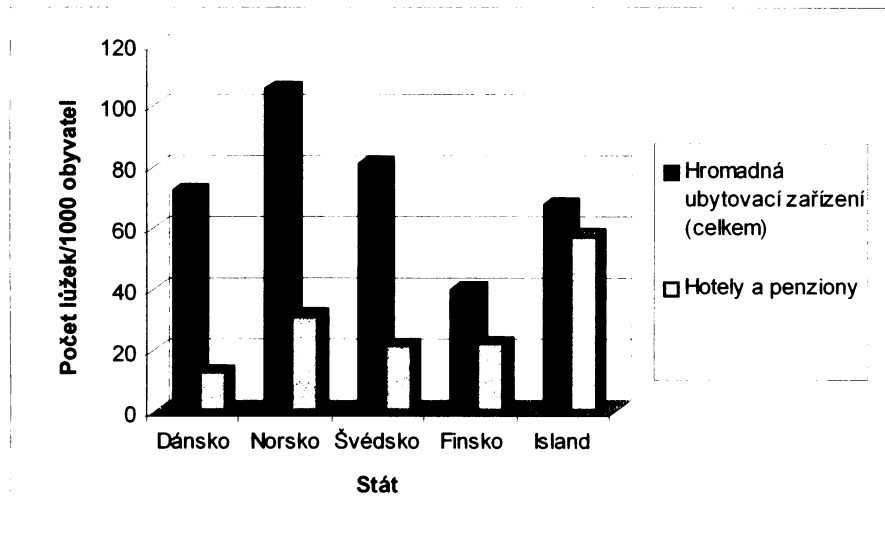
Ubytovací zařízení v severoevropských zemích lze rozdělit na čtyři základní skupiny. Zahraničními turisty nejvyužívanější skupinou jsou hotely, které poskytují nejkvalitnější služby, ale jsou většinou velmi drahé. Problémem zůstává, že cena mnohdy neodpovídá kvalitě. Nepoměrně levnější alternativou je ubytování v hostelech či soukromých, horských a rybářských chatách. V místech kudy projíždí turisté jsou vybudovány kempy. Síť kempů je v severní Evropě velmi hustá a kempy mají v evropském měřítku vysoký standard.

V rámci EU-25 tvoří ubytovací a stravovací služby 8 % ze všech soukromých podniků. Zatímco takové Irsko vykazuje průměr 19 %, Švédsko a Finsko společně se zeměmi bývalého východního bloku jsou v tomto smyslu hluboko pod evropským průměrem (do 6 %). Naproti tomu skandinávské země mají jedny z největších hotelů v Evropě (v průměru 100 lůžek na 1 hotel). Podle Eurostatu vytvořili zahraniční turisté v roce 2005 zhruba 862 mil. přenocování v HUZ EU-25. Téměř tři čtvrtiny nocí byly stráveny v hotelech. Více než polovina hotelových přenocování pak připadla na zahraniční návštěvníky. Severské státy však většinou tento trend nevykazují (s výjimkou Islandu).

Ubytovací kapacity jednotlivých zemí severní Evropy jsou znázorněny v Grafu 5. Z grafu je patrné, že nejrozsáhlejší ubytovací kapacity má vzhledem k počtu obyvatel Norsko následované Švédskem. V případě Dánska je patrná poměrně malá kapacita hotelů, které nahrazují jiné formy ubytování jako například ubytování na lodích či síť pronajimatelných příbytků v prázdninových lokalitách (zejména západní pobřeží Jutského poloostrova a Severní Jutsko). Nejvyšší podíl hotelů vykazuje Island, který

nemá pro rozvoj jiných alternativ ubytování příznivé podmínky, a Finsko, které se však vyznačuje nejmenší ubytovací kapacitou na 1000 obyvatel ze všech severských zemí.

Graf 5 - Kapacita hromadných ubytovacích zařízení ve státech severní Evropy, 2005



Zdroje dat: Eurostat 2007
Statistics Iceland 2007

5.3.3 Programová nabídka

Tato skupina realizačních předpokladů nabývá v posledních letech stále většího významu. Růst konkurence na otevřeném trhu CR však vyžaduje dodržování mnohých legislativních, právních a morálních pravidel. Díky rozsáhlé projektové činnosti, kvalitnímu životnímu prostředí a rozvoji měkkých forem CR jsou severské státy stále ještě konkurenceschopné. K dlouhodobé konkurenceschopnosti je však třeba neustále rozšiřovat stávající nabídku a přizpůsobovat ji aktuální poptávce.

Hlavní důvody návštěvy severní Evropy jsou

- přírodní zajímavosti
- kulturní a zábavní atrakce
- široká nabídka aktivit, relaxace, rekreace
- severský životní styl
- historie a architektura

6 Vývoj příjezdového cestovního ruchu ve státech severní Evropy po roce 1990

Na návštěvnost cílové země má v obecné rovině vliv řada podmínek. Mezi nejdůležitější patří podmínky ekonomické, politické, kulturní, sociální, technologické a ekologické. Konkrétně se jedná například o míru inflace, vývoj směnných kurzů měn, přírodní katastrofy, legislativu, bezpečnostní situaci, vízové povinnosti, marketing a propagaci, kvalitu infrastruktury dopravy a CR, kvalitu a rozsah základních a doplňkových turistických služeb, investice, rozvoj technologií apod. Tyto a další faktory se podílejí na vývoji CR i v zemích severní Evropy a jen potvrzují skutečnost, že CR již nemůže v podstatě počítat s žádným „normálním“ rokem.

Státy severní Evropy patřily před rokem 1990 k tzv. západnímu světu a během této periody nebyly postiženy žádnou zásadní světovou událostí. Počet přenocování v HUZ rostl rovnoměrně v podstatě až do ropné krize v roce 1973, kdy zahraniční CR počal vykazovat stagnující charakter a docházelo k rozvoji domácího CR. I přes stagnaci však neustále narůstaly devizové příjmy. Počet návštěvníků počal znovu krátce růst po roce 1980 a poté až po pádu železné opony v roce 1990. Touto významnou geopolitickou změnou se otevřela cesta k expanzi na nové trhy, ale zároveň se čím dále tím více počala zvyšovat konkurence na evropském trhu CR, což v severní Evropě znamenalo zpomalení růstu a procentuální ztrátu podílu mezi evropskými regiony (viz Graf 4). Návštěvníky z postkomunistických zemí navíc odrazovaly relativně vysoké ceny za některé turistické služby, což ostatně zůstává problémem dodnes.

V období po roce 1990 se pak ve světě odehrálo velké množství zásadních událostí, které následně ovlivnily CR nejen v severní Evropě. Jedná se především o již zmíněný rozpad východního bloku a teroristické útoky 11. září 2001 (případně Bali, Madrid, Londýn). Dále to byla celosvětová recese CR po roce 2000, přírodní katastrofy (povodně ve střední Evropě 2002, tsunami v jihovýchodní Asii 2005), války (Afghánistán, Irák), případně další zdánlivě bezvýznamné mezinárodní události (např. dánské karikatury Mohameda), které by mohly příjezdový (ale i výjezdový) CR negativně ovlivnit z hlediska poklesu návštěvnosti z (do) muslimských zemí či zvýšené riziko terorismu.

Zhodnocení vývoje příjezdového CR v zemích severní Evropy v letech 1990-2005 provedeme na základě vývoje tří vybraných statistických ukazatelů. Jedná se o počet zahraničních návštěvníků, počet přenocování v HUZ a výše devizových příjmů.

Všechny hodnoty byly váženy počtem obyvatel v příslušném roce, aby byly lépe porovnatelné. Ukazatele byly vybírány s ohledem na jejich relativně snadnou dostupnost.

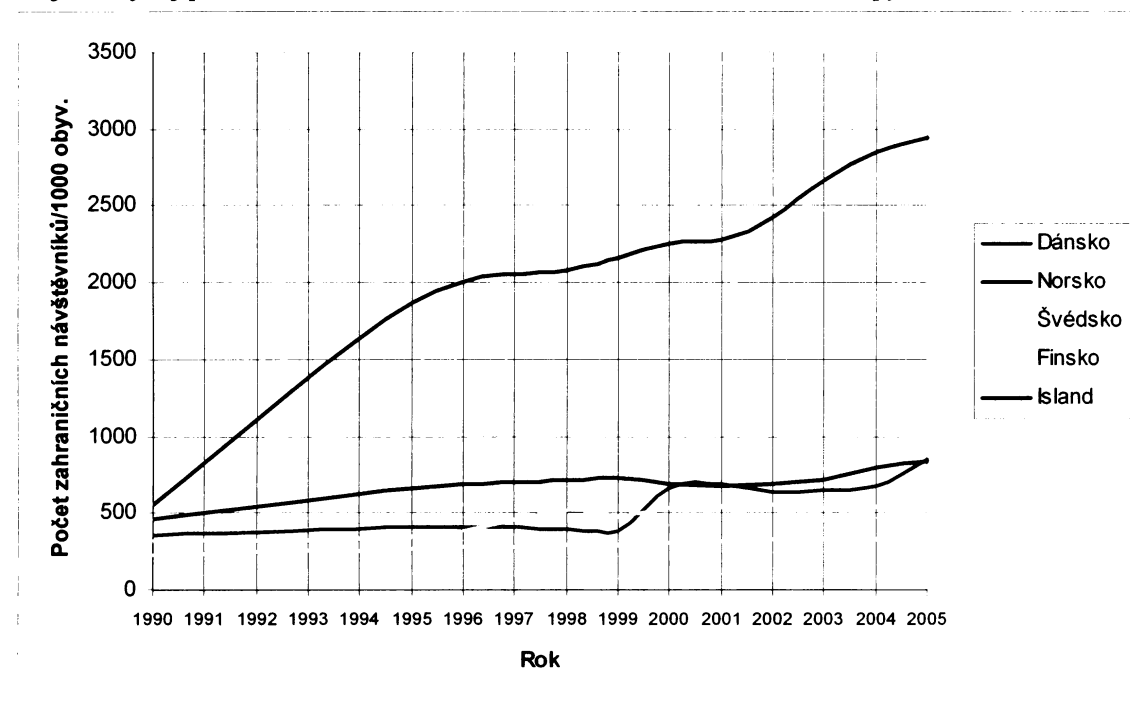
Co se týče vývoje počtu zahraničních návštěvníků můžeme konstatovat, že v první polovině 90. let docházelo ve všech sledovaných zemích k mírnému růstu. V druhé polovině se však situace v jednotlivých zemích lišily. Po roce 1995 začíná dynamicky růst finský příjezdový CR, ale období růstu trvalo jen krátce. I přesto se finský počet příjezdů dostal nad úroveň Dánska, které se v té době potýkalo se stagnací zejména na německém trhu. Rok 1999 pak znamenal silný růst v Dánsku. Tento růst však byl přerušen ekonomickou recesí a teroristickými útoky 2001. Tendence k růstu se začala projevovat prakticky až po roce 2003, což pravděpodobně zapříčinily uklidněná mezinárodně-bezpečnostní situace, ekonomické oživení a rozmach nízkonákladové letecké dopravy. Důsledky ekonomické recese však částečně zmírnila široká paleta aktivit, které jsou v době recese schopny konkurovat (např. tematické parky, kulturní a sportovní akce).

Relativně největší počet zahraničních turistů zaznamenává po celé sledované období Island. Tato informace je však značně zavádějící z důvodu nízké populace ostrova, jejíž výše výrazně ovlivnila údaj o zahraničních příjezdech. Opačný případ nastal v případě Švédska, kde je populace naopak nejvyšší ze všech severských zemí, díky čemuž po celé sledované období vykazuje nejnižší relativní návštěvnost. Švédsko jako jediné vykazuje rovnoměrný (i když nepříliš dynamický) růst bez významnějších výkyvů. Nejvyšší návštěvnost co do počtu příjezdů vykazují Norsko a Dánsko, konkrétně 3,7 milionů (UNWTO 2006). U Dánska je to způsobeno především těsnou blízkostí hlavních zdrojových trhů (zejména Německa, nově také Polska) a tranzitním potenciálem. V případě Norska je patrná zlepšující se kvalita turistických služeb a uvedení nové koncepce, která stanovuje základní priority rozvoje CR. Norsko bylo ekonomickou recesí ovlivněno méně než ostatní země a mohlo tím pádem lépe a rychleji revitalizovat. Jedním z hlavních ukazatelů tohoto pozitivního vývoje byl silný růst podílu na HDP. Regulace víz navíc způsobila snadnější přístup turistů z nových trhů (Japonsko, Čína a Rusko).

Obecně řečeno, počet příjezdů za účelem trávení volného času byl vyšší než za účelem obchodu. Tento růst byl důsledkem zlepšené ekonomické situace účastníků, přírůstku obyvatelstva a zvýšení průměrné délky života. Zatímco trávení volného času je

spíše záležitostí hlavní turistické sezony, obchody, kurzy a konference jsou důležité pro podniky CR jako náplň práce mimo hlavní sezónu.

Graf 6 - Vývoj počtu zahraničních návštěvníků ve státech severní Evropy, 1990-2005

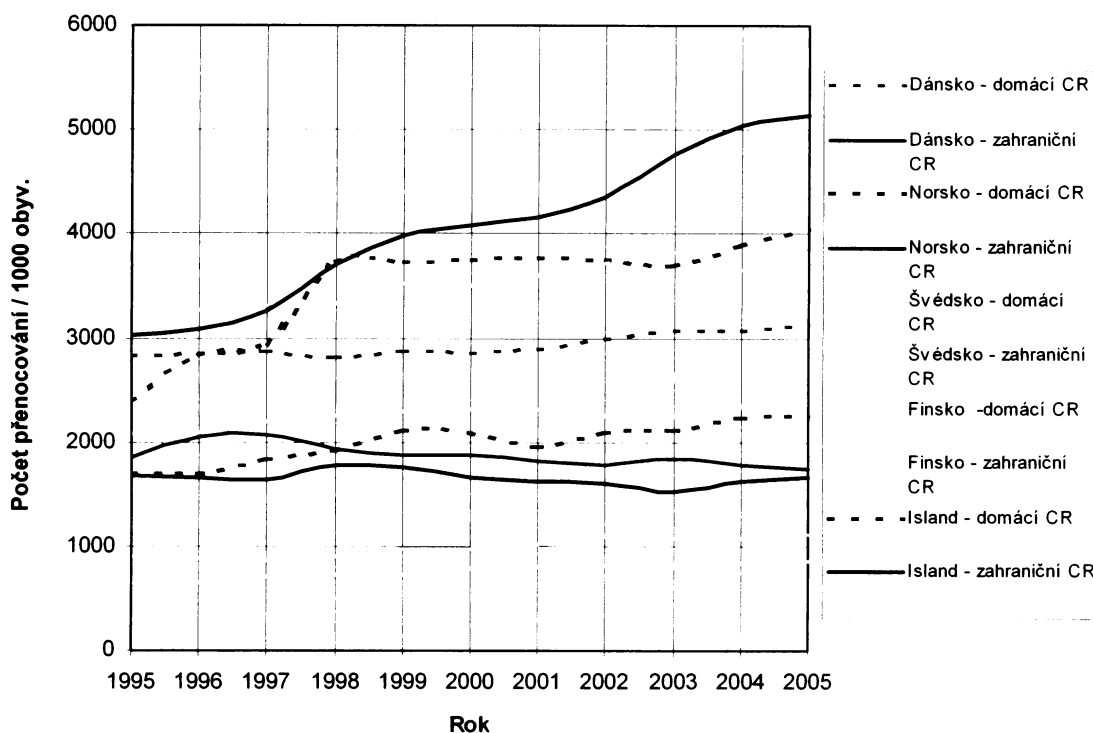


Poznámka: Data pro rok 2005 jsou předběžná.

Zdroj dat: UNWTO 2007

Podobný vývoj jako u předchozího ukazatele lze pozorovat také při hodnocení počtu domácích a zahraničních přenocování v HUZ v letech 1995-2005. Obecně je třeba konstatovat, že počty příjezdů se zvýšily více než počty přenocování, což odráží pokračující trend ke kratším a častějším cestám. Na první pohled je patrné, že domácí CR má ve všech severoevropských zemích dominantní postavení nad zahraničním CR. Výjimku tvoří Island, kde naopak zahraniční CR jasně dominuje. Počet zahraničních přenocování ve Finsku a Švédsku v poslední době spíše stagnuje nebo mírně roste. Norsko a Dánsko ve druhé polovině devadesátých let jsou charakteristické poklesem počtu zahraničních přenocování. Zatímco Norsko tento trend opustilo s ekonomickou revitalizací v roce 2003, Dánsko jej vykazuje dodnes. Tato situace je způsobena rostoucím zájmem o kratší a častější cesty (nákupy, krátká rekreace), pro které jsou v Dánsku, které těsně sousedí s hlavními zdrojovými trhy, ideální podmínky. Dlouhodobému poklesu napomohlo také otevření øresundského mostu v roce 2000 a tím pádem i odliv části švédských turistů. Pro severní Evropu je navíc typické, že délka pobytů zahraničních návštěvníků je mnohem kratší než v přímořských destinacích jižní Evropy.

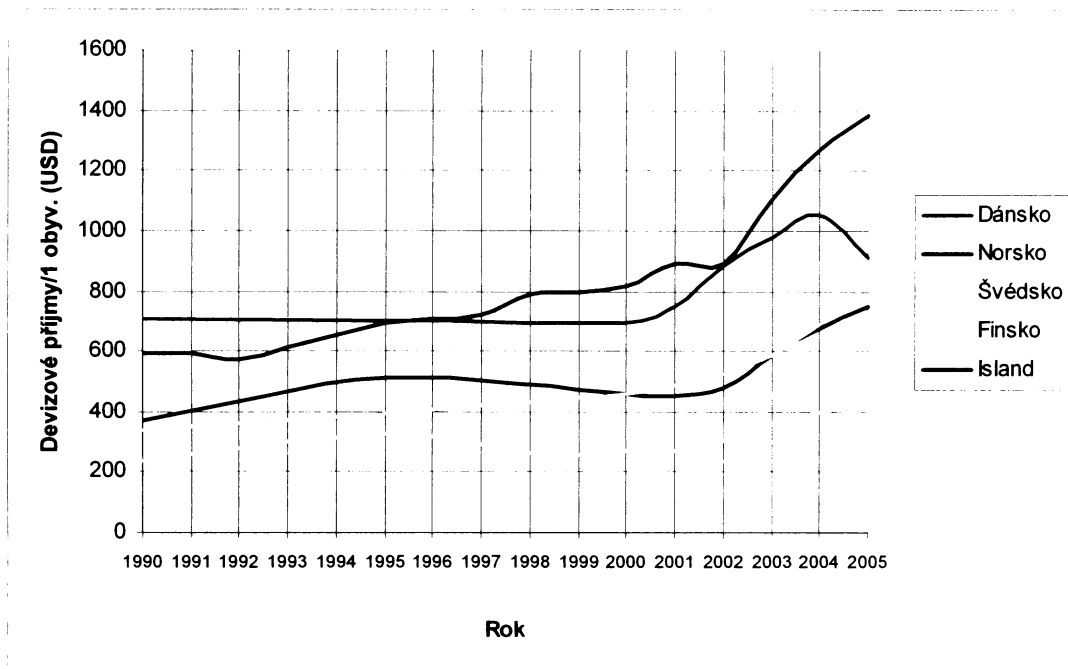
Graf 7 - Vývoj počtu přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních ve státech severní Evropy, 1995-2005



Zdroj dat: Eurostat 2007

O vývoji ekonomického významu CR nejlépe vypovídá údaj o výši devizových příjmů přepočtené na 1 obyvatele (Graf 8). Relativně nejvyšší hodnotu devizových příjmů vykazuje Island, jehož efektivita CR je vzhledem k nízkému počtu návštěvníků nejvyšší. Na druhé pozici je v současné době Dánsko, které mělo ještě v roce 1995 relativně nejvyšší devizové příjmy ze všech severských států. Na výši devizových příjmů se podepsala především ekonomická recese po roce 2000. Zhruba od roku 2002 však příjmy opět začaly strmě stoupat. V Dánsku pak byl tento růst přerušen špatným rokem 2005. Může za to opět trend kratších a častějších cest, a tím pádem i nižších výdajů. Rok 2005 však byl pro Dánsko specifický i z jiných důvodů. Špatné letní počasí ochromilo přímořskou rekreaci a způsobilo, že němečtí a švédští turisté částečně Dánsko opustili kvůli cenově i klimaticky výhodnějším cestám především do Chorvatska a Turecka. Vzhledem k faktu, že ostatní severské země zaznamenaly v roce 2005 růst, lze předpokládat, že potenciální dánští turisté zvolili raději cestu do jiné země severní Evropy. Podle dánského ministerstva průmyslu a obchodu byl navíc výrazně přeceněn zájem o slavnost k dvoustému výročí narození H. Ch. Andersena v Odense. Zájem o tuto událost rovněž významně otupilo studené léto 2005.

Graf 8 - Vývoj devizových příjmů z příjezdového cestovního ruchu ve státech severní Evropy, 1990-2005



Poznámka: Data pro rok 2005 jsou předběžná

Zdroj dat: UNWTO 2007

Odečteme-li od devizových příjmů výdaje, které měli turisté ze severovýchodních států při svých zahraničních cestách, dostaneme saldo příjmů a výdajů, které nám vyjadřuje celkovou bilanci CR. Při pohledu na Tabulku 1 je zřejmé, že bilance CR ve všech severovýchodních státech je značně pasivní. V současné době nejhorší bilanci vykazuje Norsko (deficit kolem 4 mld. USD). Pasivita se neustále prohlubuje. Výjimku tvoří Švédsko a Island, které v posledním sledovaném období zaznamenaly lepší bilanci než v období předchozím. Nejpravidelnější pokles bilance CR je patrný u Dánska, kde se pasivita prohlubuje každoročně od počátku 90. let a tento trend lze předpokládat i do budoucnosti. Zlepšená ekonomika totiž nutí Dány více cestovat (zejména do jižní Evropy, na Balkán, do Turecka a JV Asie). V budoucnosti bude Dánsko navíc cílem zejména švédských a polských turistů, kteří mají obecně menší výdaje.

Tabulka 1 - Bilance cestovního ruchu států severní Evropy (mld. USD), 1990, 1995, 2000 a 2003

	1990	1995	2000	2003
Dánsko	-0,2	-0,7	-1,0	-1,4
Norsko	-2,1	-2,0	-2,5	-4,0
Švédsko	-3,4	-2,0	-4,0	-2,9
Finsko	-1,6	-0,6	-0,4	-0,6
Island	-0,1	-0,1	-0,2	-0,2

Zdroj dat: UNWTO 2007

7 Současný stav cestovního ruchu ve státech severní Evropy

7.1 Současná návštěvnost

Počet zahraničních návštěvníků severní Evropy dosáhl v roce 2004 14 milionů (UNWTO 2006), což znamená cca 3,3% podíl v rámci evropského trhu CR. Tento údaj však není příliš vypovídající, protože se jedná spíše o odhady, které se navíc každoročně mění. Nejnovější poměrně spolehlivá data jsou z roku 2004. Uvádím je zde pouze pro porovnání absolutních a relativních počtů turistů v zemích severní Evropy.

Tabulka 2 - Počet zahraničních návštěvníků ve státech severní Evropy, 2004

Stát	Počet zahraničních návštěvníků (v mil.)	Počet zahraničních návštěvníků/1000 obyvatel	Počet přenocování (v mil.)	Počet přenocování/1000 obyvatel
Dánsko	3,7	685	9,6	1773
Norsko	3,6	786	7,4	1626
Švédsko	3	333	9,7	1079
Finsko	2,8	535	4,4	841
Island	0,8	2730	1,5	5048

Zdroje dat: UNWTO 2007
Eurostat 2007

Podle údajů v Tabulce 2 se počet turistů vztažených na 1000 obyvatel v rámci severní Evropy značně liší, ačkoli absolutní čísla jsou srovnatelná. Relativně nejvyšší počet turistů má Island, ačkoli absolutní počet je ze všech zemí nejmenší. Nejnavštěvovanějšími zeměmi v roce 2004 byly Dánsko a Norsko zejména díky zlepšující se kvalitě infrastruktury, rozmanité škále nabízených aktivit a zlepšující se ekonomické situaci. Příznivá situace v Dánsku však byla v roce 2005 narušena hlavně z hlediska devizových příjmů (Graf 8). Turisté podnikali v roce 2005 kratší cesty s menšími výdaji, čemuž napomohlo špatné počasí, vysoké ceny, blízkost hlavních zdrojových trhů, a rozvoj dopravní infrastruktury (Øresund Bridge). Nepočítáme-li Island se všemi jeho specifiky, tak nejlepší postavení v rámci CR severní Evropy má v současnosti Norsko díky širokému spektru nabízených aktivit, kvalitní turistické a dopravní infrastruktury, zlepšující se ekonomické situaci a propagaci CR.

7.2 Podíl cestovního ruchu na HDP a zaměstnanosti

Příjezdový CR má pro ekonomiku státu stejné výhody jako export zboží. Zahraniční návštěvník přijíždí na vlastní náklady a nakupuje zboží a služby, které jsou často speciálně určené pro účastníky CR (suvenýry, směnářské služby aj.) a které nevyžadují dodatečné dopravní náklady, celní poplatky či pojištění. Příjmy z CR se tedy významně podílejí na obchodní bilanci jednotlivých států.

Také v severní Evropě hraje CR významnou roli v životní úrovni obyvatelstva především prostřednictvím růstu HDP a zvyšováním zaměstnanosti v problematických regionech. Dostupná statistika neumožňuje přesné určení počtu zaměstnanců v této sféře, ale je zřejmé, že CR významně ovlivňuje sektorovou strukturu hospodářství. Do budoucna se dá předpokládat růst zaměstnanosti v CR.

Jedním z hledisek jak posuzovat význam CR v rámci celé ekonomiky, je zhodnotit procentuální podíl CR na HDP a celkové zaměstnanosti státu. Podíl CR na HDP má v porovnání s celkovou ekonomikou spíše konstantní charakter. Nicméně platí pravidlo, že změny v celkové ekonomice mají na CR mnohem větší vliv než výkyvy v rámci CR samotného.

Tabulka 3 - Podíl cestovního ruchu na HDP a celkové zaměstnanosti států severní Evropy, 2005

	Podíl CR na zaměstnanosti (%)	Podíl CR na HDP (%)
Dánsko	3,4	2,1
Norsko	3,0	4,5
Švédsko	2,4	2,5
Finsko	3,7	2,4
Island	4,4*	5,1**

Poznámky: Tabulka udává pouze přímou zaměstnanost. Nepřímá zaměstnanost se podle WTTC pohybuje mezi 7,6 (Švédsko) a 22 (Island) %.

*údaj z roku 2004

**údaj z roku 2003

Zdroje dat: WTTC 2007

Nutek/Statistics Sweden 2007

Statistics Iceland 2007

Czechtourism 2007

Podíl CR na HDP je u států severní Evropy výrazně menší než u hlavních světových turistických velmocí (Španělsko dosáhlo 11,8 %). Z tohoto pohledu nelze severské státy považovat za světové turistické velmoci. V rámci domácí ekonomiky je však CR v těchto zemích významný. Například ve Švédsku měl v roce 2004 větší podíl na HDP než odvětví primárního sektoru a téměř tak velký jako „public utilities“ (elektrina, plyn, teplo a voda).

Pokud bychom brali údaje o podílu aktivit CR na HDP jako hlavní kritérium hodnocení významu odvětví v jednotlivých zemích, došli bychom k závěru, že CR má nejvýznamnější postavení v hospodářství Islandu. Pro Island navíc hovoří i údaj o zaměstnanosti v CR (Tabulka 3). Je to dáno skutečností, že Island nemá příznivé podmínky pro zemědělství a některá průmyslová odvětví, a tak zákonitě musí zaměstnávat obyvatelstvo v jiných odvětvích. Podobně je tomu i v případě Norska. CR tak eliminuje možné problémy z absence některých odvětví a zároveň umožňuje efektivní využití stávajícího potenciálu k ekonomickým účelům (přírodní podmínky, ubytovací kapacity aj.).

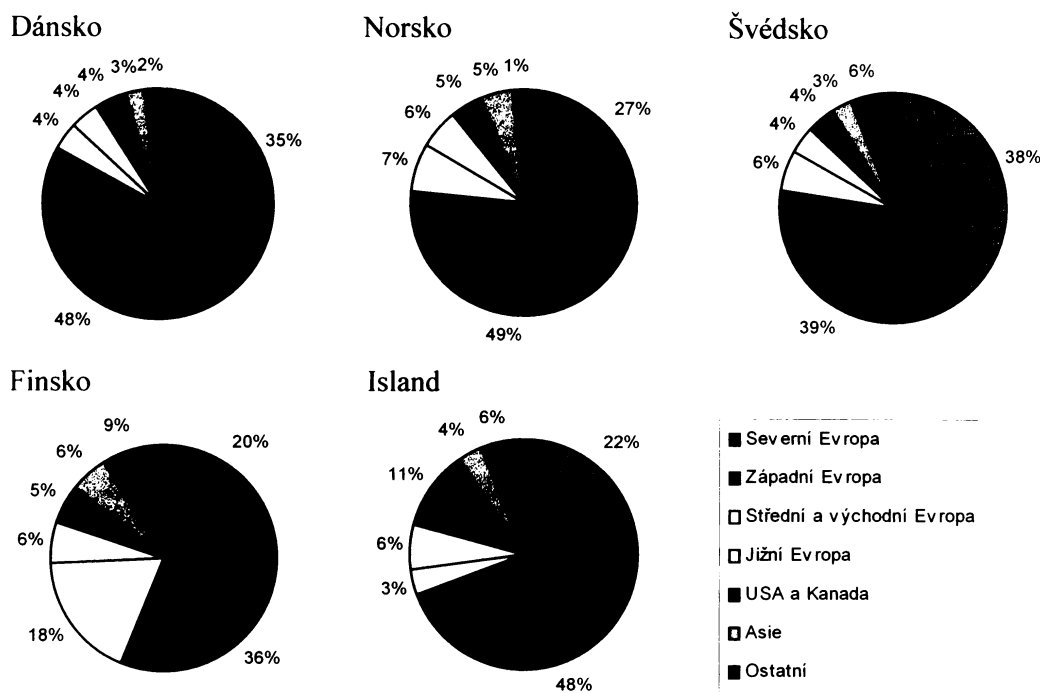
Co se týče zaměstnanosti v CR tak se v severoevropských zemích uplatňuje rostoucí trend. Nejvíce zaměstnaných evidují ubytovací a stravovací zařízení. Druhým největším sektorem pak je obchod a propagace. Zatímco ubytování a stravování vykazuje největší absolutní růst, u obchodu a propagace lze pozorovat největší procentuální navýšení. Stagnujícím nebo nejméně rostoucí složkou CR je doprava.

Podle prognóz WTTC bude absolutní počet zaměstnaných v CR do roku 2015 stoupat, přičemž procentuální podíl na celkové zaměstnanosti zůstane přibližně stejný. Nejhorší prognózu má Dánsko, kde se do roku 2015 očekává pokles počtu zaměstnaných i procentuálního podílu na celkové zaměstnanosti. Podrobné analýzy a prognózy lze nalézt na webových stránkách WTTC (<http://www.wttc.org>).

7.3 Národnostní struktura zahraničních návštěvníků

Jedním z hledisek, jak posuzovat atraktivitu jednotlivých zemí jako turistické destinace, je hodnocení národnostní struktury zahraničních návštěvníků hromadných ubytovacích zařízení. Data monitorující počet přenocování v HUZ jsou u všech zemí relativně snadno dostupná. Snahou národních turistických centrál, zabývajících se propagací zemí jako turistické destinace na domácím i zahraničním trhu, je v rámci příjezdového CR přivábit návštěvníky ze západních zemí. Tito návštěvníci jsou na tom obecně finančně lépe než hosté z postkomunistických zemí střední a východní Evropy a mají tím pádem také mnohem vyšší výdaje. Národnostní strukturu návštěvníků HUZ v jednotlivých zemích znázorňuje následující série grafů.

Graf 9 – Národnostní struktura zahraničních hostů v hromadných ubytovacích zařízeních států severní Evropy, 2005



Zdroj dat: Statistics Denmark 2007
 Statistics Norway 2007
 Statistics Sweden 2007
 Finnish Tourist Board 2007
 Statistics Iceland 2007

Země severní Evropy mají poměrně příznivou strukturu zahraničních návštěvníků. Největší podíl vykazují návštěvníci ze západní Evropy a sousedních severoevropských zemích. Nepochybně tomu napomáhá fakt, že všechny sledované státy spadají do schengenského prostoru. Národnostní struktura je navíc determinována vývojem před rokem 1990, kdy docházelo k izolaci západního a východního světa. Největší podíl turistů ze západní Evropy vykazovalo v roce 2005 Norsko se 49 % zastoupením těchto národů v HUZ. Téměř stejně je na tom i Dánsko a Island. Všechny tyto státy také vykazují srovnatelný podíl ostatních severských národů. Nejvíce závislé na sousedních národech je Švédsko.

Z Grafu 9 jsou navíc patrná i určitá specifika jednotlivých zemí. Finsko má podle předpokladů vysoký podíl návštěvníků z východní Evropy. Tato skutečnost je dána jeho geografickou polohou, a tudíž těsnou blízkostí zdrojových trhů (Rusko a Pobaltské státy). Tyto národy tvoří 18 % všech zahraničních hostů v HUZ (v Jižní Karelii dokonce 70 %), přičemž se navíc nezapočítávají turisté ubytovaní u svých příbuzných či známých. V ostatních zemích podíl těchto národů nepřesáhl desetiprocentní hranici. Finsko také disponuje relativně největším počtem turistů z Asie (Japonsko, Čína, Jižní

Korea), což lze vysvětlit tím, že z mezinárodního letiště v Helsinkách létají spoje právě do těchto destinací. Specifikem ostrovního Islandu je vysoký podíl návštěvníků z USA a Kanady, s kterými je spojen dlouhodobou spoluprací v nejrůznějších oborech.

V pořadí samotných národů dominují Němci, kteří v roce 2005 uskutečnili téměř 4 miliony přenocování. Přes 2 miliony přenocování vyprodukovali ještě Švédové, Norové a Britové. Z dalších častých návštěvníků severní Evropy jsou významní Nizozemci a Američané. Z asijských zemí je největším zdrojovým trhem Japonsko. Největší potenciál je však do budoucna vkládán do Číny.

S národnostmi se rovněž mění účely cesty. Zatímco pláže a příroda na západním pobřeží Jutského poloostrova lákají především německé rodiny s dětmi, Američané jsou přitahováni historií a kulturou a Japonci zase obdivují přírodní a klimatické jevy na severu Norska a Švédska (polární den a noc, polární záře). Severští turisté cestují do sousedních zemí především za účelem obchodu a relaxace, případně za nákupy (Kodaň). Známa je i alkoholová turistika Norů a Švédů do Dánska (snadná dostupnost levných alkoholických nápojů).

7.4 Regionální diferenciace návštěvnosti

Severské státy během devadesátých let postupně ztrácely svůj podíl mezi evropskými destinacemi CR. K opětovnému nárůstu významu je nutné především efektivně vyřešit nejzávažnější problémy, se kterými se odvětví v oblasti severní Evropy potýká. Jedním ze stěžejních nedostatků těchto zemí je přílišná koncentrace zahraničních turistů do několika (především metropolitních) regionů.

Nejvýznamnější postavení v rámci státu má islandský Reykjavík, který se na celkovém počtu přenocování země podílí 51 %. O něco horší pozici vykazují v rámci Finska Helsinky, které koncentrují téměř 39 % (celý metropolitní region Uusimaa 46 %) všech zahraničních přenocování v zemi. Poněkud slabší postavení zaujímají Kodaň (28 %) a Stockholm (27 %), jejichž pozice je určena přítomností dalších atraktivních regionů (jutské přímořské regiony respektive další metropolitní regiony Västra Götaland a Skåne). V případě těchto regionů tak jsme svědky poměrně silné konkurence mezi destinacemi v rámci jedné země. Na počet přenocování v Kodani má navíc negativní vliv otevření mostu přes úžinu Øresund do Malmö, které jako metropole Skåne díky této skutečnosti rovněž ztrácí.

Nejmenší koncentrace do jednoho střediska je patrná v případě Norska. Je to dáno jednak nižší atraktivitou Osla a jednak rovnoměrnějším rozmístěním turistických atraktivit

a služeb i do ostatních regionů. Norsko může být názorným příkladem, jak prostřednictvím propagace a marketingu zlepšovat image nemetropolitních regionů a v rámci národních projektů (kapitola 8) efektivně využívat existující potenciál pro rozvoj CR.

Turisty láká do metropolitních regionů především kvalitní infrastruktura CR. Ve Švédsku jsou na prvních třech pozicích pouze metropolitní regiony (Stockholm, Göteborg, Malmö), které pojímají 54 % všech zahraničních přenocování. Také Island vzhledem k přírodním poměrům má vysokou koncentraci turistů do tří nejnavštěvovanějších regionů, které koncentrují 79 % všech přenocování. Ve Finsku jsou nejvytíženější regiony Uusimaa a Laponsko (62 %). Dánsko ve třech nejnavštěvovanějších regionech registruje 52 % turistů. Nejnižší koncentraci tedy vykazuje Norsko, kde nejvytíženější regiony pokrývají 39 % přenocování.

Tabulka 4 - Podíly nejnavštěvovanějších regionů a měst na počtu zahraničních hostů v HUZ v příslušných státech severní Evropy, 2006

Stát	1.	2.	3.
Dánsko	Kodaň (28 %)	Severní Jutsko (14,7 %)	Jižní Jutsko (8,9 %)
Norsko	Oslo (17,1 %)	Hordaland (11,6 %)	Oppland (10,1 %)
Švédsko	Stockholm (26,9)	Västra Götaland (18,5 %)	Skåne (8,5 %)
Finsko	Helsinky (38,9 %)	Laponsko (15,3 %)	Uusimaa (bez Helsinek 7,4 %)
Island	Reykjavík (51,1 %)	Jižní Island (15,7 %)	SV Island (12 %)

Zdroje dat: Statistics Denmark 2007
 Statistics Norway 2007
 Statistics Sweden 2007
 Finnish Tourist Board 2007
 Statistics Iceland 2007

Provedeme-li porovnání jednotlivých regionů z hlediska domácího CR, dojdeme k závěru, že domácí CR je stížen mnohem menší koncentrací do několika regionů než zahraniční CR. Domácí CR roste rovnoměrně a je provozován i v ekonomicky nepříznivých obdobích (Graf 7). Je však nasnadě, že prosperující ekonomika a dobrá finanční situace výrazně podporuje růst domácího CR a nutí lidi prodlužovat si víkendy a cestovat. Hlavními pozitivy domácí dovolené jsou pohoda, jistota zabezpečení v případě nenadálých událostí, snadná doprava a menší finanční náročnost. Velkým problémem domácí turistiky však je sezónnost. Ve špičce sezóny je infrastruktura turistiky často přetížena a v mezisezónním období zůstává nevyužita. Sezónnost je dána především klimatickými okolnostmi. Budoucí prosperita domácí turistiky závisí z velké míry na tom, podaří-li se rozvojem perspektivních forem CR (krátkodobá rodinná rekreace, kongresový CR, tématické a kulturně poznávací pobyty, kondiční pobyty apod.) přilákat turisty i mimo sezónní špičky.

Pravděpodobně nejrovnoměrnější rozložení domácích přenocování mezi regiony je patrné v Dánsku, kde se metropolitní region Kodaň dokonce neumístil v první trojici. Domácímu CR vévodí rekreační regiony Severní Jutsko, ostrovy Fyn, Langeland a Aero a Århus. Ve Švédsku jsou nejpopulárnější stejné regiony (metropole) jako v případě zahraničního CR, ale v menší míře. Výrazněji se tu uplatňují i regiony ostatní. Stejná situace nastala i ve Finsku, kde nejnavštěvovanější zůstávají Helsinky a Laponsko, ale Finové hojně navštěvují i další regiony. Oblíbené jsou četné rekreační oblasti v jezerní pánvi (Pirkanmaa) a na pobřeží Botnického zálivu (Ostrobotnie). V Norsku je nejnavštěvovanější jihovýchodní oblast při hranicích se Švédskem (Oppland, Buskerud a Hedmark), Oslo a fjordové pobřeží. Nejméně oblíbeným na domácím trhu je oblast za severním polárním kruhem, která přitahuje spíše zahraniční návštěvníky. Také Islandané v rámci domácího cestování inklinují spíše k rekreačním pobytům, a tudíž jsou nejnavštěvovanější oblasti Jižního a SV Islandu.

Ve většině severských regionů dominuje domácí CR nad zahraničním. Existují však výjimky. Největší podíl zahraničních přenocování vykazuje islandský Reykjavík (přes 88 %). Obecně lze říci, že dominanci zahraničních přenocování nad domácími vykazuje celý Island vyjma jeho severozápadní části. Vyšší podíl zahraničních turistů vykazují ještě metropolitní regiony Kodaň (66 %) a Helsinky (přes 50 %) a autonomní Åland (62 %). Všechny norské a švédské regiony vykazují vyšší podíl domácího CR. Ve Švédsku je dominace domácích přenocování nejmarkantnější z celé severní Evropy (Graf 7).

Tabulka 5 - Podíly nejnavštěvovanějších regionů a měst na počtu domácích hostů v HUZ v příslušných státech severní Evropy, 2006

Stát	1.	2.	3.
Dánsko	Severní Jutsko (16,3 %)	Fyn,Langeland,Aerø (11,4 %)	Århus (11,3 %)
Norsko	Oppland (11,6 %)	Oslo (10,7 %)	Buskerud (8,3 %)
Švédsko	Stockholm (16,1 %)	Västra Götaland (15,5 %)	Skåne (10,1 %)
Finsko	Helsinky (16,7 %)	Laponsko (9,8 %)	Pirkanmaa (9,2 %)
Island	Jižní Island (23,1 %)	SV Island (21,3 %)	Reykjavík (15,9 %)

Zdroje dat: Statistics Denmark 2007
 Statistics Norway 2007
 Statistics Sweden 2007
 Statistics Finland 2007
 Statistics Iceland 2007

Nejnavštěvovanějším regionem celé severní Evropy je dánská Kodaň (a přilehlý Frederiksberg), která registruje téměř 1/10 všech přenocování. Kodaň je navíc hojně navštěvována jednodenními návštěvníky (zejména ze Švédska). V trojici nejnavštěvovanějších regionů se umístily ještě švédský Stockholm a finská Uusimaa

(Helsinki a okolí). Přes 2 miliony přenocování vykazuje také metropolitní region Västra Götaland (Göteborg). Přes milion přenocování zaznamenalo ještě norské Oslo a dánský rekreační region Severní Jutsko. Podle počtu regionů zastoupených v tabulce 6 je zřetelná největší koncentrace do několika regionů ve Finsku (zastoupeny pouze Helsinki a Laponsko), ostatní finské regiony nehrají v rámci zahraničního CR celé severní Evropy významnou roli. Stejná situace nastává rovněž v případě Islandu (významné postavení má pouze Reykjavík). Z tohoto pohledu jsou nejvýznamnějšími státy severní Evropy v rámci příjezdového CR Dánsko, Norsko a Švédsko. Další nejnavštěvovanější regiony jsou uvedeny v Tabulce 6.

Tabulka 6 - Nejnavštěvovanější regiony v rámci příjezdového CR ve státech severní Evropy, 2006

Region	Stát	Podíl na počtu zahraničních hostů v zemích severní Evropy (%)	Kategorie
Kodaň	Dánsko	9,4	I
Stockholm	Švédsko	8,1	I
Uusimaa	Finsko	6,9	II
Västra Götaland	Švédsko	5,6	II
Severní Jutsko	Dánsko	4,2	III
Oslo	Norsko	3,7	III
Skåne	Švédsko	2,6	IV
Hordaland	Norsko	2,6	IV
Jižní Jutsko	Dánsko	2,5	IV
Reykjavík	Island	2,4	IV
Ribe	Dánsko	2,3	IV
Laponsko	Finsko	2,3	IV
Oppland	Norsko	2,2	IV
Värmland	Švédsko	2,1	IV
Norrbottn	Švédsko	1,9	V
Fyn, Langeland, Aerø	Dánsko	1,9	V
Sogn a Fjordane	Norsko	1,8	V
Århus	Dánsko	1,7	V
Dalarna	Švédsko	1,6	V
Buskerud	Norsko	1,6	V
Storstrøm	Dánsko	1,5	V
Rogaland	Norsko	1,3	VI
Møre a Romsdal	Norsko	1,2	VI
Vejle	Dánsko	1,2	VI
Nordland	Norsko	1,2	VI
Rinkøbing	Dánsko	1,2	VI
Jämtland	Švédsko	1,2	VI
Hedmark	Norsko	1,1	VI

Poznámka: Tabulka obsahuje regiony s minimálně 360 tisíci přenocováními, což odpovídá 1% podílu na celkovém počtu přenocování zahraničních návštěvníků v zemích severní Evropy.

Zdroje dat: Statistics Denmark 2007
Statistics Norway 2007
Statistics Sweden 2007
Finnish Tourist Board 2007
Statistics Iceland 2007

7.5 Dominantní formy cestovního ruchu

Severní Evropa nabízí díky svým rozmanitým podmínkám širokou paletu forem CR. Vedle převažujícího poznávání přírodních památek a jevů typických pro všechny sledované země se významně uplatňuje městský a kulturně poznávací CR. Specialitou severní Evropy jsou zábavní parky, které mnohdy patří k nejnavštěvovanějším atrakcím, například dánské Tivoli eviduje 4,5 milionů návštěvníků ročně (Visit Denmark 2005). Dále jsou hojně provozovány nejrůznější tematické parky a festivaly. Specialitou severní Evropy jsou velrybí a pižmoní safari.

Kulturněhistorický CR je nejrozšířenější v jižním Jutsku, na Sjaelandu, Bornholmu a Fynu, ve středním Švédsku a samozřejmě ve všech metropolích. Technické památky lze obdivovat např. v Trondheimu nebo Oulu. V rámci kulturněhistorického CR je zajímavá návštěva oblastí, kde se mísí různé kultury (např. Åland a Karelíe). Specifikou severovýchodních oblastí je sámácká kultura. Naprosto ojedinělou atrakcí je kodaňská čtvrť Christianie (hippies).

Severní Evropa je naprosto ideální místo pro aktivní dovolenou. Zejména Dánsko je rájem pro vodní sporty. Využívané je téměř celé západní pobřeží Jutského poloostrova. Nejčistší písčité pláže v severní Evropě se nacházejí na tzv. Dánské riviéře v oblasti Severního Jutska. Kvalitní pláže nabízí i jižní Švédsko a západní pobřeží Finska. Pobyty u moře jsou však spíše doménou domácího CR. Celá severní Evropa nabízí velké množství rybářských příležitostí.

Velkou příležitostí pro severní země je podpora k životnímu prostředí šetrných forem CR, pro které má sever Evropy naprosto ideální podmínky. Prakticky ve všech státech je provozována pěší i cykloturistika (značené cesty). Velký boom zaznamenává také agroturistika, která má největší využití v jižním Norsku (Telemark), švédských ostrovech Götland a Öland, západním a středním Finsku. Jako nejvýznamnější agroturistický region Skandinávie je označováno švédské Skåne. S agroturistikou souvisí i gastronomický CR (mořské plody a jehněčí maso).

Lázeňství sice nepatří v severní Evropě k významným formám CR, ale v rámci rekreace jsou hojně využívány tradiční severní léčebné postupy (sauna). Lázeňství má

však velký potenciál na Islandu, který by v budoucnu mohl více těžit ze silné vulkanické a tektonické aktivity. Dosud však využívá jen málo zdrojů (Modrá laguna, Laugar Spa).

Severní Evropa přitahuje i vědce z nejrůznějších oborů např. ornitologie (ptačí kolonie v pobřežních oblastech), ekologie (ostrov Surtsey u Islandu) atd.

Problémem severní Evropy je také sezónnost, která ovlivňuje především regionální zaměstnanost v CR. Většina regionů je navštěvována především v letních měsících (nejvíce v červenci). Mimo hlavní sezónu tak prosperují pouze střediska zimních sportů. Nejvíce takových regionů je k nalezení ve Finsku (Lahti, Kuusamo, Kuopio, Kouvola, Oulu aj.). Další se nalézají v Norsku (Lillehamer, Hamar, Holmenkollen, Trysil aj.) Švédské Åre je pak největší středisko alpských sportů v severní Evropě.

Jednou z cest, jak alespoň částečně eliminovat sezónní aspekt je kongresový CR. Tato forma CR není pouze zdrojem finančních příjmů, ale právě také generátorem desítek tisíc pracovních příležitostí. Kongresový CR je však náročný na další doplňkové služby a doprovodné programy, které jsou s pořádáním kongresů, veletrhů a podobných akcí spojeny. Stát si pořádáním velkých akcí také upevňuje mezinárodní prestiž. Není tedy divu, že o kongresovou turistiku na špičkové úrovni je mezi vyspělými státy a světovými městy velký zájem. Na význam kongresového CR v severní Evropě ukazují údaje International Congress & Convention Association (ICCA) z roku 2004, podle nichž se dánská Kodaň umístila na 6. pozici mezi městy na světě se 76 mezinárodními akcemi. Ve Stockholmu jich bylo uspořádáno 64 a v Oslu 38. Kritéria pro pořádání mezinárodních konferencí a dalších akcí však splňují i další města. Vedle dalších tradičních měst jako Göteborg a Helsinky se v poslední době rozvíjí například středofinské Jyväskylä. V pořadí zemí se v roce 2004 umístilo Švédsko na 11. místě na světě (124 akcí). V první pětadvacítce se umístily i Finsko (111 akcí), Dánsko (95) a Norsko (74), což ukazuje, že v oblasti kongresového CR patří severské státy mezi světové velmoci.

7.6 Výjezdový cestovní ruch

Obyvatelé severských států cestují převážně v rámci Evropy, přičemž upřednostňují zejména sousední země a tradiční destinace v západní Evropě (hlavně Německo a Velká Británie). Výjimku tvoří Finsko, odkud většina kratších cest směřuje do Ruska a Pobaltí. Geografická blízkost a snadná dostupnost tak činí z těchto zemí nejvýznamnější cílové oblasti krátkodobých zahraničních cest finských turistů.

Nejčastějším důvodem návštěvy blízkých zemí je především vykonávání pracovní činnosti, ale zastoupeny jsou rovněž další soukromé důvody. Mezi nejčastější důvody soukromých zahraničních cest patří návštěva příbuzných či známých, zábava a relaxace, slunce a pláže, gastronomie a alkoholismus (hlavně Norové a Švédové), nakupování a návštěva místních atrakтивit. Zcela přirozeně mezi nejdůležitější motivační faktory nepatří příroda, za kterou obyvatelé severských států nepotřebují cestovat.

Při výběru letní dovolené dávají severské národy přednost přímořským zemím jižní Evropy. Hlavním push-faktorem je v tomto případě severské klima. Nejoblíbenější jsou země jako Španělsko a Itálie. Stále více populárnější se stává Turecko, Chorvatsko a po vstupu do EU také Rumunsko a Bulharsko. Velké množství lidí ale tráví z důvodů mezinárodních nepokojů svou dovolenou v rámci domácího CR. V Dánsku jsou velmi populární krátké dovolené a prodloužené víkendy.

Specifikou severských států je trávení části roku ve Středomoří z důvodu dlouhých zim. Tuto formu rekreace volí především senioři. Cestování této demografické skupiny obyvatel klade zvýšené nároky na zdravotnickou péči poskytovanou jihoevropskými státy, což občas vede ke konfliktům. Odmítavý postoj zaznamenala například norská vláda ze strany Španělska, které nesvolilo k vybudování tzv. druhého domova pro starší obyvatele Norska na základě zkušeností s britskými seniory, kteří v minulosti neúměrně zatížili španělské zdravotnictví. Norové posléze přijali nabídku Rumunska a Turecka, kde by v budoucnu mělo najít druhý domov cca sto tisíc norských seniorů.

Při cestování do zahraničí severské národy preferují ubytování v hotelu, zatímco při domácích pobytech volí levnější formu ubytování (pronajaté příbytky, kemp a ubytování u příbuzných či známých). Mezi nejčastější druhy dopravy patří u domácího CR automobil. V případě zahraničních cest převládá letecká doprava. Podle údajů národních statistických úřadů cestují nejvíce lidé ve věku 25-44 let. Druhou nejčetnější věkovou kategorií jsou právě senioři.

Nejvíce zahraničních cest uskuteční během roku švédští turisté. Podle Swedish Tourist Authority to bylo téměř 14 milionů v roce 2004. Vezmeme-li však v potaz relativní ukazatel zohledňující počet obyvatel země, dojdeme k závěru, že Švédsko ztrácí na státy jako Norsko a Finsko.

Podle UNWTO mají obyvatelé severských států na svých zahraničních cestách jedny z nejvyšších výdajů na světě. Týká se to zejména Dánska, Norska a Švédska, které se v roce 2004 umístily mezi 25 státy s největšími útratami na zahraničních cestách. Z tohoto důvodu mají všechny severské státy negativní bilanci CR (Tabulka 1).

7.7 Vztah států severní Evropy a Česka v rámci cestovního ruchu

Severské státy nepatří mezi tradiční destinace českých turistů. V první dvacítce delších cest se umístilo pouze Norsko, kam směřovalo zhruba 38 tisíc Čechů v roce 2004, což odpovídá necelému 1 % ze všech uskutečněných delších cest (ČSÚ 2004). Průměrné výdaje na jednu cestu jsou však dvojnásobné v porovnání s nejnavštěvovanějším Chorvatskem, což je zřejmě hlavní důvod toho, že Češi severní Evropu v porovnání s jinými evropskými regiony opomíjejí. Výdaje na jednu cestu do Norska se totiž podle ČSÚ blíží výdajům na cestu do některých exotických destinací (Egypt, Tunisko). O významu vysokých cen svědčí i skutečnost, že čeští turisté preferují ubytování v levnějších a méně komfortních zařízeních jako kempy a hostely.

Jako cílová destinace je daleko více navštěvováno Česko. Podle ČSÚ navštěvují turisté ze severní Evropy Česko převážně v hlavní turistické sezóně (2. a 3. čtvrtletí), přičemž nejvíce jich přijíždí v červenci. Hlavními důvody návštěvy jsou poznávací či pobytové zájezdy. Na třetím místě pak je služební cesta. Téměř polovina všech cest do Česka je organizována individuálně. Od roku 2000 dochází k dlouhodobému poklesu příjezdů z Islandu. Ostatní země po rapidním poklesu v roce 2002 (povodně) vykazují opětovný nárůst.

Tabulka 7 - Počet návštěvníků ze severní Evropy v HUZ Česka (v tis.), 2004

	Počet návštěvníků	Počet přenocování
Dánsko	128	395
Norsko	66	185
Švédsko	89	242
Finsko	45	142
Island	4	13

Zdroj dat: ČSÚ 2007

8 Priority rozvoje příjezdového cestovního ruchu a rozvojové projekty ve státech severní Evropy

8.1 SWOT analýza příjezdového cestovního ruchu

Než přistoupím ke stanovení základních priorit rozvoje příjezdového CR, které by měly být (nebo již jsou) součástí národních koncepcí rozvoje CR v severní Evropě, provedu shrnutí současného stavu CR na základě SWOT analýzy.

Při sestavování SWOT analýzy jsem kromě svých vlastních postřehů využil také některé formulace z jiných SWOT analýz. Využity byly především formulace ze SWOT analýzy příjezdového CR v zemích Visegrádu (Janalík 2006), SWOT analýzy CR na Žďársku (Gandelová, Turčínková 2003) a Vyhodnocení celkové analýzy cestovního ruchu v ČR (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR 2002). Vybrané formulace byly uspořádány, generalizovány a následně aplikovány na sledovanou oblast severní Evropy.

Silné stránky

- zachovalé přírodní a životní prostředí, velký důraz kladen na ochranu krajiny (národní parky, rezervace atd.)
- vysoký podíl forem CR šetrných k životnímu prostředí (agroturistika, cykloturistika, ekoturistika, pěší turistika aj.), dobré možnosti rurální turistiky ve vazbě na regionálně specifické atraktivity
- kulturní a přírodní památky UNESCO
- rozvinutý kongresový CR (skandinávské metropole patří k nejvýznamnějším kongresovým městům na světě)
- světově vyhlášená zimní střediska s kvalitní infrastrukturou CR, možnost pořádání mistrovství světa a světových pohárů v alpském a klasickém lyžování
- tradice pěší turistiky a cykloturistiky s kvalitní sítí značených stezek a tras
- koncepční řízení CR a rozvinutá spolupráce mezi veřejnými a soukromými subjekty CR
- široká škála ubytovacích zařízení v patřičné kvalitě a kapacitě
- dobrá znalost cizích jazyků
- rozvíjející se propagace silných stránek, propagace v angličtině
- bohatství kulturních, historických a technických památek
- zachovalá severská lidová architektura, severské legendy a folklór
- velké množství zábavních parků a kulturních akcí

Slabé stránky

- nevýhodná fyzicko-geografická poloha na periferii Evropy (odlehlost zdrojových trhů, omezený tranzit)

- výkyvy severského klimatu (omezení pro zdravotně handicapované turisty)
- vysoké ceny turistických služeb (zejména pro turisty ze střední a východní Evropy)
- ceny mnohdy neodpovídají kvalitě poskytovaných služeb
- nedostatek kvalifikovaných pracovníků v některých (nemetropolitních) regionech
- velký podíl individuálně organizovaných cest
- problém pozemních komunikací (velký podíl nezpevněných povrchů, jejich zimní nesjízdnost)
- lázeňsky nevýznamné země (ztráta potenciálních příjmů)

Příležitosti

- zlepšování turistického image nemetropolitních regionů prostřednictvím využívání principů marketingu, cílené propagace, intenzivnější reklamy, kvalitního informačního a rezervačního systému atd.
- tvorba regionálních a lokálních turistických produktů
- intenzivnější rozvoj mezinárodních projektů v rámci ČR
- rozšíření nabídky doplňkových služeb a doprovodných programů
- vytváření pracovních příležitostí v ČR podporou malého a středního podnikání
- rostoucí zájem o poznávání nemetropolitních lokalit (decentralizace)
- růst letecké dopravy v souvislosti s pokračujícím rozmachem nízkonákladových leteckých společností
- možnost čerpání prostředků ze Strukturálních fondů EU na podporu ČR v zaostalejších regionech
- zvýšená poptávka po moderních produktech ČR (rurální turistika, ekoturistika, agroturistika, cykloturistika, kongresový ČR aj.)
- turistická nabídka orientovaná na vybrané skupiny obyvatel (senioři, rodiny s dětmi apod.)
- rozvoj informačních technologií
- investice do venkovských regionů
- přijetí mezinárodně uznávaného systému certifikace služeb
- větší spolupráce se zahraničními touroperátory a rozvoj trhu domácích cestovních kanceláří zaměřených na příjezdový ČR
- společná propagace severní Evropy v rámci vzájemné kooperace severoevropských zemí a rozvoj propagace na nových trzích
- nabídka komplexních produktových balíčků

Hrozby

- možná ztráta konkurenceschopnosti, nebude-li se nabídka přizpůsobovat poptávce na trhu a nebude-li se dále rozvíjet informační a rezervační systém
- podcenění lidského kapitálu a profesionální přípravy odborníků ČR, včetně poradenské a vzdělávací činnosti pro začínající podnikatele a zlepšování kvalifikace personálu ČR
- sílící konkurence mezi destinacemi ČR

- neakceptování místních tradic a nařízení ze strany návštěvníků, vandalismus (ničení turistických značek a zařízení CR)
- podcenění významu legislativy a výzkumu trhu CR, nezachycení mezinárodních trendů, možnosti daňových úniků
- podcenění významu dopravní dostupnosti odlehlejších regionů, možné zaostávání těchto regionů vlivem menší návštěvnosti
- podcenění významu aktivit CR pro rozvoj malého a středního podnikání a tvorbu nových pracovních příležitostí v regionech
- podcenění významu kooperace státních orgánů, orgánů samosprávy a sdružení CR

8.2 Priority rozvoje příjezdového cestovního ruchu

Cestovní ruch má velký růstový potenciál. Do roku 2020 se podle UNWTO celosvětově očekává až zdvojnásobení dosavadního počtu turistů. Zároveň s počtem turistů však roste i konkurence v odvětví CR. Tato konkurence je způsobena především širokou nabídkou destinací, zkracováním vzdáleností (rozvoj dopravy a informačních technologií), zlepšující se kvalitou služeb a snižováním cen. Stále větší množství lidí však vyhledává destinace s neporušenou přírodou s důrazem na trávení volného času prostřednictvím nejrůznějších aktivit. Z tohoto pohledu jsou země severní Evropy stále ještě konkurenceschopné. K udržení konkurenceschopnosti se však kvalita nabízených služeb a produktů bude muset do budoucna neustále rozvíjet a přizpůsobovat poptávce na trhu.

Vládní orgány severských států stanovují obecné strategie rozvoje a udržení konkurenceschopnosti země na celosvětovém trhu CR. Ucelené strategie však byly k dispozici pouze v případě Norska (Action plan for the travel and tourism industry 2005) a Islandu (Tourism Strategy 2006-2015), a tak priority rozvoje CR stanovíme na základě těchto dvou koncepcí a výše uvedené SWOT analýzy.

Výše citované národní strategie pro rozvoj CR se v podstatě soustředí na 4 prioritní oblasti:

- pozitivní profilace zemí jako turistických destinací
- nabídka vysoce kvalitních produktů
- zvyšování kvalifikace podniků, institucí a pracovníků CR
- kooperace jednotlivých stran a racionální hospodaření se zdroji

8.2.1 Pozitivní profilace zemí jako turistických destinací

Pozitivní profilace je důležitá pro zviditelnění produktů CR na domácím a zahraničním trhu. V případě severských států by se měla opírat o jejich nejsilnější stránky, tedy

specifická severská kultura a zachovalé životní prostředí. Prostředkem k realizaci této strategické složky tak je především produkce dynamických a vyčerpávajících informačních materiálů o nabídkách zemí severní Evropy. Je třeba obrátně využít vzrůstající zájem o webové portály, které se zabývají propagací severských produktů CR (např. Goscandinavia.com). Severské státy by se neměly soustředit pouze na upevnění své pozice na stávajících trzích, ale také na pronikání na trhy nové. Expanze na nové trhy je však kvůli nevyzpytatelnosti reakce na propagaci riskantní, a tak dosud existuje málo investorů podporující kampaň na těchto trzích. Nabídka by také měla zohledňovat některé cílové skupiny návštěvníků (senioři, zdravotně handicapovaní atd.)

8.2.2 Nabídka vysoce kvalitních produktů

Hlavním cílem této prioritní oblasti je udržet stávající a přivábit nové návštěvníky rozvojem kvality poskytovaných služeb a přizpůsobením jejich produkce aktuální poptávce na trhu. Význam této oblasti souvisí s mnoha faktory: finanční možnosti turistů, rozvoj informačních technologií, růst vzdělanosti, sílící konkurence apod. Nabídka kvalitních produktů se odvíjí od současného trendu, kdy turisté požadují takové pobyty, ve kterých bude zahrnuto velké množství rozmanitých aktivit (příroda, kultura, zábava, sport atd.) Příležitostí pro severské státy je produkce kvalitních komplexních balíčků zboží a služeb. Cílem severských států tak bude využít svůj potenciál k rozvoji perspektivních forem CR (agroturistika, cykloturistika, ekoturistika apod.) Strany zainteresované v CR by navíc měly stimulovat distribuci produktů do méně navštěvovaných regionů a racionální využití všech dostupných regionálních specifik. Vhodnou nabídkou (např. kongresový CR) by tak bylo možno eliminovat sezónní aspekt, který má nežádoucí vliv na regionální zaměstnanost.

8.2.3 Zvyšování kvalifikace podniků, institucí a pracovníků CR

Cestovní ruch by měl mít pevné místo v celkové obchodní politice státu. Stát tak má přispívat k posílení konkurenceschopnosti a rentability odvětví. Je třeba minimalizovat náklady, ale udržet maximální efektivitu. Rozhodujícími faktory jsou ekonomická a politická stabilita, transparentní daňový a legislativní systém, dostupnost kapitálu, vzdělanostní úroveň, kvalita infrastruktury a kompetentní pracovní síla. Nutné je také rozvíjet informační technologie. K přilákání soukromých investorů je nezbytné vytvořit přitažlivé a ziskové produkty zabezpečující dlouhodobý růst a rentabilitu. Jednotlivé země severní Evropy by měly realizovat výměnu zkušeností a technologických postupů

s ostatními severskými státy a vytvořit propagační značku, pod kterou se bude celý region realizovat na trhu ČR. Dále je potřeba zvyšovat odbornou kvalifikaci v oblastech jako marketing, řízení financí, design, výzkum, vzdělávání apod. Zlepšení kvalifikace lidského kapitálu v ČR lze docílit častějším pořádáním odborných kurzů a seminářů. Cílem národních koncepcí by se tak mělo stát navázání užší kooperace se vzdělávacím sektorem.

8.2.4 Kooperace jednotlivých stran a racionální hospodaření se zdroji

Spolupráce je rozhodujícím faktorem pro realizaci inovačních cílů v odvětví ČR. Tato oblast je prioritní právě proto, že dnešní turista žádá především kvalitní a úplný produkt, který vzniká spojením výsledků jednotlivých dílčích odvětví. V budoucnosti tedy bude nutné stimulovat využití zdrojů v rámci spolupráce mezi jednotlivými podniky.

Mnoho projektů bylo již v minulosti uskutečněno pouze díky dobré spolupráci zainteresovaných stran. Příkladem budiž projekt na podporu norského zimního střediska Trysil v Hedmarku, který měl za úkol překonat sezónnost (výstavba golfových hřišť, rozšíření ubytovacích kapacit, marketing...) Společnost pro Trysil má dnes 140 členů z nejrůznějších oborů lidské činnosti. Podobně byl uskutečněn i norský projekt National park Country, který měl za úkol rozvoj turistiky v souladu s ochranou životního prostředí (Action plan for the travel and tourism industry 2005).

8.3 Aktivity EU v rámci podpory cestovního ruchu v severní Evropě

Politika EU v oblasti cestovního ruchu je relativně mladá a snahy o její vytvoření začínají až v 80. letech, kdy rostoucí ekonomický význam ČR vedl k diskusím na celoevropské úrovni a ke stanovení základních cílů politiky EU v oblasti ČR (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR 2002).

Základními cíli EU jsou (Kosmák 2001):

- Širší rozložení turistické sezóny
- Ochrana architektonických památek
- Rozvoj CR v zaostalejších oblastech (např. investice do zlepšování ubytovacích kapacit, financování projektů, podpora kooperace)
- Podpora sociální a venkovské turistiky
- Podpora kulturního CR (investice do kulturního dědictví a atrakcí)

Tyto cíle přetrvávají dodnes, ačkoliv jsou upravené o aktuální vývojové tendence. Cestovní ruch v EU je ovlivňován i dalšími opatřeními jako například měnové unie. Hlavním nástrojem podpory a uskutečňování výše zmíněných cílů jsou Strukturální fondy EU, které mají za úkol eliminovat rozdíly mezi vyspělými a zaostalými regiony. Strukturální fondy poskytují nevratnou pomoc k částečnému financování rozvojových opatření. K čerpání prostředků je však nutná spoluúčast příjemce. Podmínkou zůstává prokázání, že uvnitř dané země existují problémové regiony.

Projektově je CR v EU podporován v rámci regionálního rozvoje, a proto existuje jen velmi málo přímých projektů, které jsou určeny samostatně tomuto odvětví. Podpora CR v problémových regionech může zabránit některým nežádoucím jevům jako emigrace, vylidnění apod.

8.3.1 Rozvojové programy EU pro severské regiony

Vstup Švédska a Finska do EU v roce 1995 přinesl další doplnění strukturální politiky. Původně byli do jednání o vstupu zahrnuti i zástupci Norska, které však členství v EU později odmítlo. Kritéria pomoci však splňovaly pouze severní regiony Norska, ale vzhledem ke geografické, klimatické a ekonomické podobnosti poskytla EU, po velkých diskusích, pomoc i severním regionům Švédska a Finska, které mají nízkou hustotu zalidnění a jejichž zemědělskou produkci znevýhodňuje arktické klima. Severní regiony obou členských zemí tíží jeden společný problém, a to odliv mladé a kvalifikované pracovní síly do městských oblastí, což zpomaluje rozvoj regionů. Oba státy se tak ve spolupráci s EU snaží tomuto trendu zabránit zvýšením atraktivity a překonáním geografické odlehlosti těchto oblastí. EU klade velký důraz na podporu malého a středního podnikání. Unie podporuje programy rozvíjející a využívající potenciál cestovního ruchu, kterým tyto oblasti díky nedotčené severské přírodě nesporně disponují. Rozvojové programy EU výrazně přispívají i k ochraně nedotčené severské přírody i k uchování kulturních tradic a života obyvatel finského a švédského severu (Částek 2002).

Oblasti, které splnily kritéria pro pomoc ze Strukturálních fondů EU:

- Finsko: Laponsko, Kainuu, Severní Karélie, Jižní Savonie, Severní Savonie, Střední Finsko, Střední Ostrobotnie a Severní Ostrobotnie.
- Švédsko: Norrbotten, Västerbotten, Västernorrland, Jämtland, částečně Dalarna, Värmland a Gävleborg.

8.3.2 Projekty na podporu rozvoje cestovního ruchu v Laponsku

Projekty na podporu rozvoje CR v Laponsku (Lapland Tourism Strategy 2003) jsou příkladem projektů, které částečně financuje EU. Projekt se zabývá problematikou investic do marketingu, ozdravovací politiky a zlepšování image regionu. V Laponsku je turismus úzce spojen s regionálním rozvojem a dalšími ekonomickými odvětvími. Vedle rozvoje produktů CR a marketingu je nutné rozvíjet a chránit stávající infrastrukturu CR.

Startovním bodem pro realizaci projektu je samotné postavení CR v Laponsku. Jedná se o nejvýznamnější ekonomické odvětví provincie a znamená významné příjmy, nabídku pracovních příležitostí a zlepšování mezinárodního image, což se projevuje zvyšováním podílu zahraničních návštěvníků (jeden z nejvyšších ve Finsku). Růst je způsoben především zvyšující se návštěvností za účelem trávení volného času.

Jedním z cílů projektu je překonání sezónního aspektu a posílení návštěvnosti v letním období, což se v posledních letech daří, a také distribuce zahraničních návštěvníků po celé provincii. Hlavními aktivitami v Laponsku jsou zimní sporty, pozorování přírodních jevů a aktivní rekreace.

Nejsilnějšími zdrojovými zeměmi jsou Německo a Velká Británie. Zvýšený podíl Britů v posledních letech je způsoben jejich zájmem o vánoční turismus a využíváním nízkonákladové letecké dopravy. Dalšími národy jsou Norové a Švédové, kteří však častěji navštěvují známé a příbuzné. Cílem zůstává přilákat turisty z nových trhů

Do roku 2002 EU investovala do laponských projektů 72 milionů eur. Téměř polovina těchto prostředků byla využita k rozvoji infrastruktury CR, zbytek byl využit k rozvoji marketingu a plánování. Projekt souvisí také s rozvojem dopravní infrastruktury a uměleckých odvětví.

Projekt je zaměřen na 9 hlavních oblastí (Lapland Tourism Strategy 2003), čísla v závorkách vyjadřují finance z EU:

- Turistická infrastruktura a vybavení (29,8 mil. €)
- Marketing a distribuční kanály (10,7 mil. €)
- Strategie a plánování (10,1 mil. €)
- Dopravní infrastruktura a dostupnost (8,1 mil. €)
- Kvalita produktů a doprovodných programů (5,8 mil. €)
- Kooperace a tvorba sítí (3,8 mil. €)
- Vzdělávání a kvalifikace (1,9 mil. €)
- Ochrana životního prostředí (1,5 mil. €)
- Bezpečnost (0,1 mil. €)

Strategie do budoucna je jasná - přizpůsobit nabízené aktivity měnící se poptávce, což by mělo pomoci jednak prohlubující se internacionalizaci regionu a jednak expanzi na nové trhy. S tím souvisí i zjednodušení propagace a marketingu v rámci rozvoje informačních technologií. Atrakce Laponska zůstanou i nadále založeny na původním prostředí a specifické severské kultuře. Předpokládaný růst návštěvnosti bude i nadále zvyšovat příjmy a regionální zaměstnanost. Velké naděje jsou vkládány do produkce komplexních cestovních balíčků, zejména pro letní období, čímž podle předpokladů dojde k částečné eliminaci sezónního aspektu. Navíc je třeba vytvořit síť služeb, jejíž prostřednictvím se bude šířit CR od center k periferii. Marketing na regionální úrovni bude založen na synchronizaci cen a kvality služeb. Turistickou vizí Laponska je rozvíjet silnou mezinárodní značku.

8.4 Severská spolupráce v oblasti cestovního ruchu

Severská spolupráce je jednou z nejrozsáhlejších regionálních kooperací na světě. Zahrnuje všechny severské státy (Dánsko, Norsko, Švédsko, Finsko a Island) a tři autonomní území Faerské ostrovy, Grónsko a Åland. Severská spolupráce se rozvíjí především v Severské radě (meziparlamentní fórum) a Severské radě ministrů (mezivládní fórum). V roce 2001 došlo ke změně organizace práce Severské rady, která namísto geografického principu vychází ze společných severských hodnot. Struktura činnosti Severské rady byla rozdělena do oblastí kultury a vzdělávání, občanských a spotřebitelských záležitostí, životního prostředí a přírodních zdrojů, hospodářství a obchodu. Základním cílem severské spolupráce je zvýšení atraktivnosti severského regionu v globálním měřítku tak, aby spolupráce podpořila mezinárodní konkurenceschopnost severského regionu. Severská spolupráce zahrnuje několik finančních institucí, které jsou velmi důležité pro poskytování finančních prostředků. Severská investiční banka je společná finanční instituce pro severský region a nabízí dlouhodobé půjčky a financování projektů (i CR). Dalšími institucemi jsou například Severský rozvojový fond či Severský projektový fond.

Spolupráce severských států se uplatňuje také v oblasti CR (financování a realizace projektů). Příkladem takové spolupráce může být Nature Based Tourism (<http://www.naturebasedtourism.net>), projekt na podporu trvale udržitelného CR v oblasti Baltského moře (<http://www.yepat.uni-greifswald.de>) nebo projekt na podporu CR v regionu Øresund (<http://www.visitoresund.info>), o kterém blíže pojednává

následující oddíl. Na všechny zmíněné projekty bylo rovněž částečně využito prostředků EU.

8.4.1 Projekt na podporu cestovního ruchu v regionu Øresund

První fáze projektu na podporu CR v regionu Øresund byla spuštěna od roku 2001. Most přes úžinu Øresund, který spojil dánskou Kodaň se švédským Malmö byl otevřen roku 2000. První fáze projektu byla zaměřena na uvedení regionu jako celku na trh CR. Na jejím konci bylo zhruba 250 tisíc evidovaných přenocování, zisk 55 milionů € a 750 nových pracovních míst na plný úvazek.

V roce 2004 se iniciativa skandinávských turistických společností soustředila, mimo cílů první fáze, na zařazení regionu na turistickou mapu světa jako destinace kongresového CR. Veřejné a soukromé instituce severských zemí souhlasily s investicí 5,5 milionů € na kampaň, která měla za úkol přitáhnout pozornost dalších turistů a organizátorů konferencí. Cílem marketingové strategie bylo navýšit počet přenocování o dalších 100 tisíc a počet pracovních míst o 250. Projekt fungoval jako prodejní prostředník regionálních turistických produktů a producent propagačních materiálů, které by pokrývaly region Øresund jako celek pod obchodní značkou „Jedna destinace=dvě země.“ Propagace nabízí lákavé spojení historických zážitků s moderními. Základní předpoklad zní, že výsledný produkt bude pro turisty přitažlivější spojením městské dovolené a golfu ve švédském Skåne a dobrodružné dovolené na severu Sjaelandu. Snaha je primárně zaměřena na 5 největších trhů (USA, Velká Británie, Itálie, Německo a Čína). Organizátoři projektu si hodně slibují především od čínského trhu kvůli vzrůstajícímu počtu čínských turistů v severní Evropě a jejich vysokým cestovním výdajům. Z komerčního hlediska je tento region výborně rozvinutý například v oblasti informačních technologií, jejichž kvalita by měla přivábit zahraniční návštěvníky cestující za účelem obchodu. Třetí fáze projektu (IMO 3) potrvá v období 2006-2009 a jejím cílem bude produkce dalších 250 tisíc přenocování a přes 580 pracovních příležitostí.

8.5 Národní projekty na podporu cestovního ruchu

Národní projekty jsou hlavním nástrojem aktivní realizace národních strategií CR. Severské státy patří k projektově výkonným zemím, ale projektová intenzita se u jednotlivých zemí značně liší. Nejaktivnější je v tomto smyslu Švédsko a Norsko.

Národní a regionální projekty severských zemí se v zásadě soustředí na tyto základní cíle:

- Rozvoj působení turistických organizací, vytváření interorganizačních sítí
- Zvýšené využívání informačních technologií
- Propagace a marketing regionálních turistických produktů
- Rozvoj a řízení CR v chráněných oblastech
- Zvyšování kvalifikace a vzdělávání personálu
- Rozvoj výzkumu a statistik ke stanovení dalších strategií
- Využívání regionálních specifik pro CR
- Potlačování sezonality CR rozvojem vhodných forem CR
- Rozvoj k životnímu prostředí šetrných forem CR

8.5.1 Projekty na podporu cestovního ruchu v Norsku

Jako příklad národních projektů zde uvedu vládní projekt, který byl vypracován za účelem realizace prioritních oblastí rozvoje CR vyplývající z Action plan for the travel and tourism industry (2005). Tento projekt se skládá z deseti díčích projektů, jejichž plná realizace je naplánována do roku 2010.

Aktivity části projektu nazvané Norské vnitrozemí 2010 jsou lokalizované do vnitrozemských oblastí regionů Oppland, Sør Trondelag, Buskerud, Hedmark, Telemark a Aust Agder. Aktivity projektu se soustředí hned na několik klíčových cílů: rozvoj CR v chráněných oblastech (národní parky Rondane, Dovrefjell a Jotunheimen), rozvoj sportovních aktivit v zimních střediscích Trysil, Lillehammer a Beitostølen a propagace specifických regionálních atraktivit (údolí Gudbrandsdalen, plošina Valdres a pevnost Kongsvinger).

S předchozím projektem je spojen i projekt nazvaný Cestovní ruch a zemědělství v norském vnitrozemí, jehož hlavním cílem je podpora agroturistiky ve zmíněných regionech. Investice do tohoto projektu byly učiněny na základě zvýšené poptávky po kulturních zkušenostech a aktivitách spojených s životem místních obyvatel.

Třetím projektem vyplývajícím z norského akčního plánu je Inovovaná horská turistika. Projekt vznikl na popud sedmi horských středisek v regionech Buskerud,

Telemark a Aust-Agder ve spolupráci s Innovation Norway, Norskou korporací průmyslového rozvoje, Výzkumného ústavu Norska a samosprávami jednotlivých regionů. Projekt je zaměřen na podporu mezinárodní horské turistiky během celého roku. Horská turistika by se tak měla stát celoročně ziskovým odvětvím s velkou atraktivitou na cílových mezinárodních trzích. Atraktivita na těchto trzích by měla být posílena rozvojem informačních a rezervačních technologií.

Také cíle dalších projektů v rámci vládního programu do roku 2010 je rozvoj perspektivních forem CR v norských regionech (např. rozvoj ekoturistiky za účelem zvýšení atraktivity a konkurence schopnosti odlehlých horských oblastí).

O tom, že norské projekty mají dobrou úspěšnost realizace svědčí následující výčet příkladů projektů z předešlého období (Action plan for the travel and tourism industry 2005):

- **Zemědělství a CR:** V roce 2002 byla na základě zvýšené poptávky po kulturních zážitcích ve styku s místním obyvatelstvem provedena investice do rozvoje agroturistiky a gastronomického CR. Výsledkem byl zvýšený obrat zemědělských podniků v Jižním Trondelagu.
- **Pobřeží, rybolov a CR:** Produktem CR v oblasti severního pobřeží Norska je především specifická kultura místních pobřežních komunit. V současnosti existuje řada podniků, které pracují na bázi kombinace CR a přímořské kultury. Většina z nich je lokalizována na Lofotech, kde místní rybáři umožňují turistům ubytování v rybářských obydlích, pronájem člunů a organizace výletů spojených s hloubkovým rybolovem. V severním Norsku byly inovační projekty také iniciovány záměrem rozvíjet region pro zimní turistiku. Výsledkem je produkce vysoce standardních produktů a zdvojnásobení počtu návštěvníků v posledních letech v regionu Finnmark a na Lofotech. Celoroční koncept je spojen i s realizací velrybích safari, která napomohla regulaci vybíjení velryb a přeorientování velrybářských podniků na CR.
- **Kultura a CR:** Tato forma CR byla rozvíjena projektem The Golden Detour (Zlatá objížďka) v rámci samosprávy Inderøy v Severním Trondelagu. Projekt byl realizován na základě spolupráce 17 podniků rozličného zaměření (keramická dílna, farma na výrobu sýrů, ubytovací a stravovací zařízení, kostely)
- **Příroda a CR:** V rámci rozvoje této formy CR bylo například zřízeno první safari pro pižmoně na světě v národním parku Dovrefjell (okružní výlety).

9 Závěr

Cestovní ruch patří v zemích severní Evropy k důležitým součástem národního hospodářství. Podíl severských zemí na evropském CR však od počátku devadesátých let poklesl. K znovuzískání své pozice na trhu CR je nutné do budoucna zvýšit konkurenceschopnost severských produktů flexibilní reakcí na změny poptávky a následování mezinárodních trendů. Odvětví je cíleně podporováno národními strategiemi rozvoje a v členských zemích EU také evropskou strukturální politikou.

Počátkem devadesátých let se růst návštěvnosti začal zřejmě díky pádu železné opony a objevování nových destinací zpomalovat a stagnovat. Krátký růst koncem devadesátých let pak byl vystřídán nepříznivým obdobím po roce 2000. Nejnavštěvovanější zemí bylo na začátku sledovaného období Norsko, které si tuto pozici udrželo až do roku 2000, kdy jej nahradilo Dánsko. První hypotéza se nám tedy nepotvrdila. Největším zdrojovým trhem Dánska i ostatních zemí sice je západní Evropa, ale Dánsko si statut nejnavštěvovanější země severní Evropy udržuje až od roku 2000, kdy zaznamenalo nebyvalý nárůst zahraničních návštěvníků. K upevnění této pozice v počtu mezinárodních příjezdů přispěla i výhodná geografická poloha, která umožnila rozvíjení trendu poptávky po kratších a častějších cestách, o čemž svědčí i pokles počtu zahraničních přenocování v zemi.

Nejdůležitějšími událostmi, které ovlivnily vývoj CR v zemích severní Evropy byla celosvětová recese CR po roce 2000 a teroristické útoky na New York a Washington, což se projevilo poklesem a stagnací mezinárodních příjezdů, jejichž opětovný růst počal díky zlepšení ekonomické a mezinárodně-bezpečnostní situace v podstatě až v roce 2003.

Ve všech zemích severní Evropy je patrná koncentrace zahraničního CR do metropolitních regionů, přičemž nejmarkantnější je tato situace v případě Islandu a Finska. Potvrzuje se nám tedy druhá hypotéza, ačkoli se stále více uplatňuje trend distribuce zahraničních návštěvníků do nemetropolitních regionů. Nejnižší míra koncentrace je patrná v případě Norska zejména kvůli rovnoměrnějšímu rozložení nabízených aktivit, nižší atraktivitě Osla a rozsáhlé projektové činnosti na podporu rozvoje CR a využití regionálních specifik v nemetropolitních regionech. Ve všech zemích severní Evropy (s výjimkou Islandu) převažuje domácí CR nad zahraničním, což svědčí o dosud málo efektivní propagaci na zahraničním trhu.

Nejnávštěvovanějšími regiony v rámci celé severní Evropy jsou metropolitní regiony (nejvíce Kodaň a Stockholm), což svědčí o obecné koncentraci zahraničního CR do měst.

Na celkovou návštěvnost nemetropolitních má vliv především kvalita a cena rozmanitých aktivit a atraktivit, dopravní infrastruktura a posilování image u zahraniční klientely vlivem propagace a marketingu. Všechny tyto aspekty hrají roli při růstu návštěvnosti. Transparentním příkladem je finské Laponsko, kde rozvoj všech zmíněných faktorů na základě rozsáhlých investic ze Strukturálních fondů EU vede k posilování pozice nemetropolitního regionu Laponsko v příjezdovém CR Finska. Podobná situace nastala v případě švédské části Laponska, kde rovněž došlo k rozsáhlým investicím z EU. Tím se nám potvrzuje třetí hypotéza.

Dominantní formu příjezdového CR ve všech severoevropských zemích představuje poznávání přírodních zajímavostí. Kulturně historický CR je záležitostí především metropolitních regionů. V případě Dánska hraje důležitou roli přímořská rekreace. Norsko, Švédsko a Finsko pak jsou významná střediska zimních sportů. V severní Evropě jsou ideální podmínky k životnímu prostředí šetrným formám CR. Do budoucna se očekává dynamický růst těchto forem CR zejména ve spojení s dominantní formou CR. K překonání sezónního aspektu a jeho negativního dopadu na regionální zaměstnanost je v severských státech věnována zvýšená pozornost kongresovému a obchodnímu CR. Výsledky průzkumu ICCA jasně dokazují, že severské země patří k nejvýznamnějším destinacím kongresového CR na světě zejména díky vysoké kvalitě doplňkových služeb a doprovodných programů v metropolích a pokračujícímu rozvoji informačních technologií. Do budoucna se navíc očekává rozvoj této formy CR i mimo tradiční metropole. Potvrdila se nám tedy i čtvrtá hypotéza.

Opětovný růst návštěvnosti po překonání ekonomických a bezpečnostních problémů dává státům severní Evropy novou naději na znovuzískání a vylepšení své pozice v rámci evropského CR z kraje devadesátých let. Zahraniční CR však stále zůstává záležitostí metropolitních regionů, což by mělo vést vlády jednotlivých zemí ke krokům, které tento trend omezí a napomůže tak rozvoji CR i v dosud méně navštěvovaných, ale perspektivních regionech. K realizaci těchto cílů by měly napomoci národní koncepce rozvoje CR, které stanoví prioritní oblasti a návrhy jejich řešení. Omezení metropolitního CR se již projevuje například v Norsku, kde dochází k dynamickému rozvoji měkkých forem CR prostřednictvím rozsáhlé projektové činnosti, nebo

v Dánsku, kde dominanci metropole eliminuje přímořská rekreace na Jutském poloostrově.

Mám-li navrhnout vlastní řešení problémů CR v severní Evropě, tak by v budoucnu rozhodně měla zesílit především propagační a marketingová kampaň na zahraničním trhu. Velkou naději bych vkládal do zvýšení využití internetu k rozsáhlým informačním a rezervačním účelům. Tato opatření, zvýšená produkce komplexních cestovních balíčků a produkty orientované na určité cílové skupiny lidí by v budoucnu mohly vést ke zvyšování návštěvnosti v dosud opomíjených regionech a přispět tak k rovnoměrnějšímu rozložení zahraničních návštěvníků v jednotlivých zemích i zvyšování návštěvnosti a devizových příjmů. Důležitá by měla být zvýšená angažovanost cestovních kanceláří a touroperátorů. Tendence k rozvíjení kongresového a obchodního CR mimo hlavní sezónu se mi jeví jako logická a správná.

Tato práce v žádném případě nemohla podrobně obsáhnout veškeré aspekty CR v severní Evropě a tak nabízí další možnosti navazujících prací. Na tuto práci by mohla navazovat například podrobnější studie, která by se zabývala pouze strategiemi a projekty a umožnila by detailní srovnání projektové činnosti v jednotlivých zemích. Rozhodně by tak bylo snazší a přesnější stanovení základních priorit rozvoje CR a také návrh jejich realizace.

Použitá literatura

- Action plan for the travel and tourism industry* (2005). Norwegian Ministry of Trade and Industry.
(<http://www.regjeringen.no/upload/kilde/nhd/rap/2005/0030/ddd/pdfv/258283-reiseliv-engelsk-05.pdf> - 30. 4. 2007)
- Copenhagen and the Øresund Region on the World Map*. Visit Øresund.
([http://www.visitoresund.info/media\(61,1033\)/December2006.doc](http://www.visitoresund.info/media(61,1033)/December2006.doc) - 10. 7. 2007)
- Country reports: Dánsko*. Czechtourism.
(http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/country_reports/dansko.pdf - 15.4. 2007)
- Country reports: Denmark* (2007). Euromonitor International.
(<http://www.euromonitor.com/Denmark> - 10. 7. 2007)
- Country reports: Finland* (2007). Euromonitor International.
(<http://www.euromonitor.com/Finland> - 10. 7. 2007)
- Country reports: Finsko*. Czechtourism.
(http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/country_reports/finsko.pdf - 15.4. 2007)
- Country reports: Norsko*. Czechtourism.
(http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/country_reports/norsko.pdf - 15. 4. 2007)
- Country reports: Norway* (2007). Euromonitor International.
(<http://www.euromonitor.com/Norway> - 10. 7. 2007)
- Country reports: Sweden* (2007). Euromonitor International.
(<http://www.euromonitor.com/Sweden> - 10. 7. 2007)
- Country reports: Švédsko*. Czechtourism.
(http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/country_reports/svedsko.pdf - 15. 4. 2007)
- ČÁSTEK, M. (2002): *Rozvojové programy Evropské unie pro severské regiony*. Europeum, Praha. (http://www.europeum.org/disp_article.php?aid=477 - 10. 7. 2007)
- ČERBA, O. (2004): *Geografie cestovního ruchu*. ZČU Plzeň.
(http://gis.zcu.cz/studium/dbg2/Materialy/19_Geografie_cestovniho_ruchu.pdf - 4. 6. 2007)
- Destinations*. Visit Finland.
([http://www.visitfinland.com/w5/index.nsf/\(pages\)/Destinations](http://www.visitfinland.com/w5/index.nsf/(pages)/Destinations) - 4. 6. 2007)
- Finnish Tourist Board's Operating Strategy 2004-2007*. Finnish Tourist Board.
(<http://www.mek.fi> - 4. 6. 2007)
- GANDELOVÁ, K., TURČÍNKOVÁ, J. (2003): *Perspektivy cestovního ruchu v oblasti Žďárska*. (http://www.ta.jcu.cz/katedra/konference/cdrom03/sekce2/32_gandelova.doc - 4.6. 2007)
- Historical perspective of world tourism*. UNWTO.
(<http://www.unwto.org/facts/menu.html> - 30. 4. 2007)
- Iceland Regions*. Icelandic Tourist Board.
(http://www.icetourist.is/displayer.asp?cat_id=482 - 30. 4. 2007)
- Inbound and outbound tourism in Europe* (2007). Eurostat.
(http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-07-052/EN/KS-SF-07-052-EN.PDF - 20. 6. 2007)
- International and European Tourism Trends*. UNWTO. (<http://www.world-tourism.org/members/affiliate/eng/seminars/minsk2005/LCabriniPresentaci%F3nMinsk%20%20october%202005.pdf> - 30. 4. 2007)
- JANALÍK, J. (2006): *Vývoj příjezdového cestovního ruchu po roce 1989 a jeho regionální diference v zemích Visegrádu*. Ročníková práce, Katedra SGRR PŘF UK, Praha, 68 s.

- Key Figures Norwegian Tourism 2003*. Innovation Norway.
(<http://www.visitnorway.com/upload/7537%20N%20c3%b8kkeltall%20eng.pdf> - 30. 4. 2007)
- Key Figures Norwegian Tourism 2004*. Innovation Norway.
(<http://www.visitnorway.com/upload/Nokkeltall%202004%20Engelsk.pdf> - 30. 4. 2007)
- Key Figures Norwegian Tourism 2005*. Innovation Norway.
(http://www.innovasjon Norge.no/Aktuelt_fs/English/Key%20Figures_2005.pdf - 30. 4. 2007)
- Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR v období 2002-2007* (2002).
Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
(<http://www.mmr.cz/upload/1090851191koncepce.pdf> - 4. 6. 2007)
- KOSMÁK, P. (2001): *Podpora rozvoje kandidátských zemí EU se zaměřením na cestovní ruch a hotelnictví*. Cestovni-ruch.cz.
(<http://www.cestovni-ruch.cz/eu/podpora.php?BZMNU=1&SAVE=1> - 4. 6. 2007)
- KRUCZEK, Z., SACHA, S. (1999): *Europa*. Zarys geografii turystycznej. Krakov. 202 s.
- Lapland Tourism Strategy 2003-2006*. Regional Council of Lapland.
(<http://www.lapinliitto.fi/englanti/matstraeg.pdf> - 30. 4. 2007)
- National Parks*. Outdoors.fi. (<http://www.luontoon.fi> - 29. 7. 2007)
- National Parks Iceland*. Nordic Adventure Travel.
(http://www.nat.is/travelguideeng/national_parks4.htm - 29. 7. 2007)
- Norges nasjonalparker*. Directorate for Nature Management.
(<http://www.dirnat.no/content.ap?thisId=2991&language=0> - 29. 7. 2007)
- Norwegian Destinations*. Visit Norway.
(<http://www.visitnorway.com/templates/NTRDestinationsSectionFrontPage2.aspx?id=169846> - 4. 6. 2007)
- PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. (2002): *Výkladový slovník cestovního ruchu*.
Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha, 448 s.
- Regions and cities in Sweden*. Visit Sweden. (<http://www.visitsweden.com> - 4. 6. 2007)
- ŠTĚPÁNEK, V., KOPAČKA, L., ŠÍP, J. (2001): *Geografie cestovního ruchu*.
Univerzita Karlova. Praha: Karolinum. 228 s.
- ZUKAL, J. (2000): *Také Švédsko využívá Strukturální fondy EU*. Ministerstvo vnitra ČR, Praha. (<http://www.mvcr.cz/casopisy/s/2000/0020/20zahr.html> - 10.7. 2007)
- SpaGuide* (2005). Visit Spa. (<http://www.visitspa.com> - 30. 6. 2007)
- Strukturální fondy Evropské unie*. Zastoupení Evropské komise v České republice
(<http://www.evropska-unie.cz/cz/print.asp?id=1672> - 10. 7. 2007)
- Sweden's National Parks*. Swedish Environmental Protection Agency.
(<http://www.internat.naturvardsverket.se/> - 29. 7. 2007)
- The Pilot Phase of National Parks in Denmark*. Danish Forest and Nature Agency.
(<http://www.sns.dk/nationalparker/english.htm> - 29. 7. 2007)
- Top 25 attractions*. Visit Denmark. (http://www.visitdenmark.com/usa/en-us/menu/turist/turistinformaton/attraktioner/top25attraktioner.htm?wbc_purpose=BASIC - 4. 6. 2007)
- Tourist Attractions in Finland in 2005*. Finnish Tourist Board. (<http://www.mek.fi> - 4.6. 2007)
- Tourism and the world economy*. UNWTO. (<http://www.unwto.org> - 30. 4. 2007)
- Tourism in Iceland in figures 2005*. Icelandic Tourist Board.
(http://www.icetourist.is/file.asp_id=1829 - 30. 4. 2007)

Tourism in Sweden (2006). Nutek.

(<http://www.visitsweden.com/upload/73605/Tourism20060522.pdf> - 15. 4. 2007)

Tourism Strategy 2006-2015. Icelandic Ministry of Communication.

(http://eng.samgonguraduneyti.is/media/Skyrsla/Tourism_Strategy_2006-2015.doc - 30. 4. 2007)

Tourism 2020 Vision. UNWTO. (<http://www.unwto.org/facts/menu.html> - 30. 4. 2007)

Turistické oblasti Dánska. CK Periscope. (<http://www.dansko.cz/clanek.html?id=121> 4. 6. 2007)

WARZYŃSKA, J. (2000): *Geografia turystyczna swiata*. PWN Warszawa, I.-II. díl, 836 s.

World Heritage List. UNESCO. (<http://whc.unesco.org/en/list> - 29. 7. 2007)

Další zdroje

Accommodation establishments total. Guest nights, by nationality of the guests.

Statistics Norway.

(http://statbank.ssb.no/statistikbanken/Default_FR.asp?Maintable=SumOvernatt&PLanguage=1&nvl=true&PXSid=0&tilside=selectvarval/define.asp&direkte=1 - 4.6. 2007)

Accommodation Statistics 2001. Statistics Norway.

(http://www.ssb.no/emner/10/11/nos_overnatting/arkiv/nos_c732/nos_c732.pdf - 30. 4. 2007)

Accommodation Statistics 2005. Statistics Norway.

(http://www.ssb.no/emner/10/11/nos_overnatting/nos_d345/nos_d345.pdf - 30. 4. 2007)

All accommodation establishments: Overnight stays, arrivals and average length of stay 1998-2006. Statistics Iceland. (<http://www.statice.is> - 4.6. 2007)

Basic Facts and Figures on Tourism to Finland 2006. Finnish Tourist Board.

(<http://www.mek.fi> - 4. 6. 2007)

Bed places in hotels and similar establishments. Eurostat.

(http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1073,46870091&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_product_code=EBB11024 - 20. 6. 2007)

Bed places in other collective accommodation establishments. Eurostat.

(http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1073,46870091&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_product_code=EBB11536 - 20. 6. 2007)

Contracts, weeks of rental and nights spent in holiday dwellings by region, citizenship and type. Statistics Denmark. (<http://www.statbank.dk/statbank5a/default.asp?w=1024> - 4. 6. 2007)

Full Reports. WTTC. (<http://www.wttc.org> - 10. 7. 2007)

Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních podle zemí v České republice v letech 2000 až 2004. ČSÚ. (<http://www.czso.cz> - 30. 7. 2007)

International Tourist Arrivals. UNWTO.

(www.unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA_1950_2005.pdf - 30. 4. 2007)

International Tourist Arrivals. UNWTO.

(http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/ITA_europe.pdf - 30. 4. 2007)

International Tourist Arrivals by Country of Destination (2001). WTO.

(http://www.photius.com/rankings/tourism_2001.pdf - 10. 7. 2007)

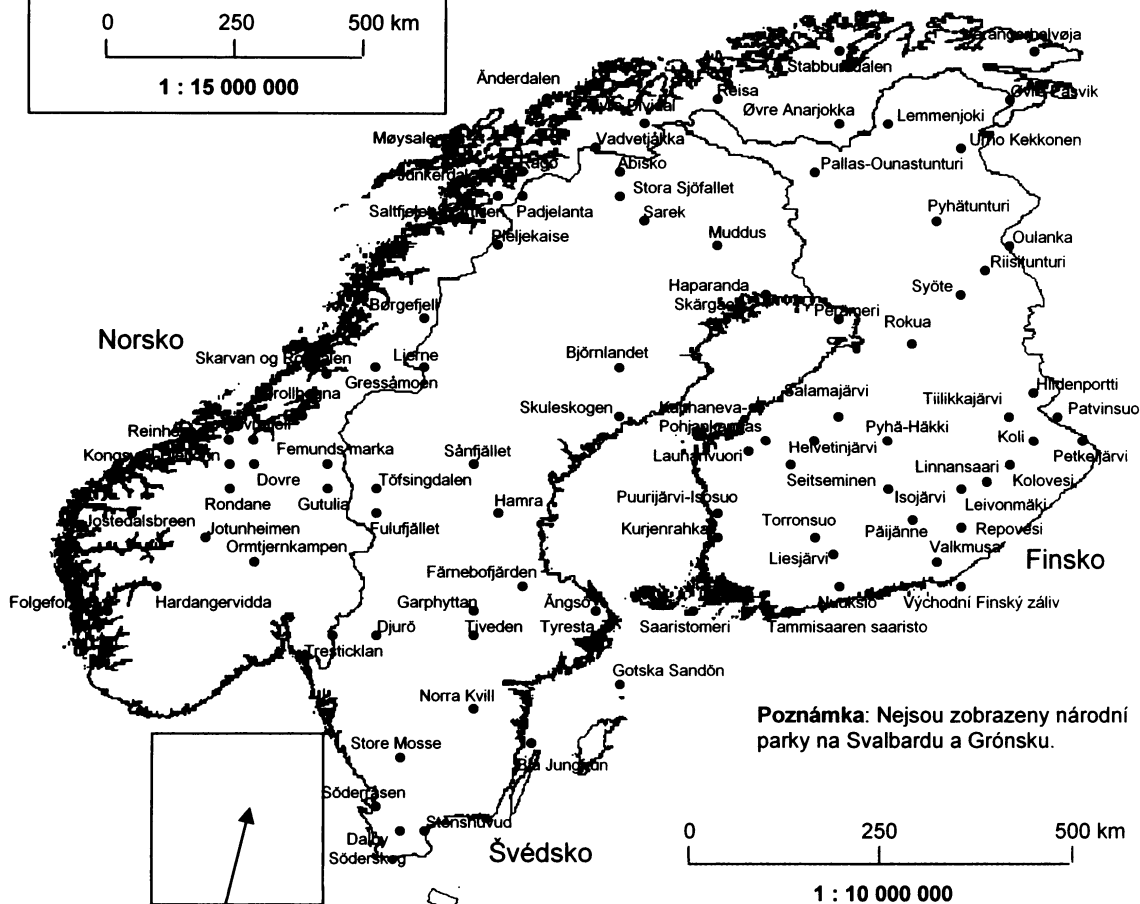
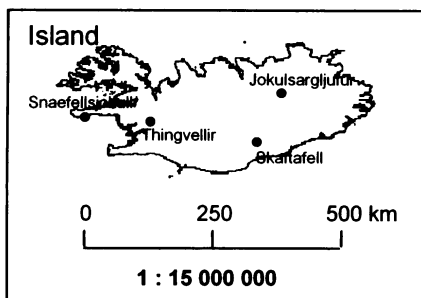
International Tourism Expenditure. UNWTO.

(<http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/ITE.pdf> - 30. 4. 2007)

- International Tourism Receipts (US\$)*. UNWTO.
([http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/new/ITR05_europe_US\\$.pdf](http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/new/ITR05_europe_US$.pdf) - 30. 4. 2007)
- International tourist receipts and expenditures and their share in exports and GDP 1969-2006*. Statistics Iceland. (<http://www.statice.is> - 4.6. 2007)
- Nights spent at camping sites by region and citizenship*. Statistics Denmark.
(<http://www.statbank.dk/statbank5a/default.asp?w=1024> - 4. 6. 2007)
- Nights spent at hotels and holiday resorts by region and citizenship*. Statistics Denmark.
(<http://www.statbank.dk/statbank5a/default.asp?w=1024> - 4. 6. 2007)
- Nights spent at marinas with overnight accommodation by region, citizenship and season*. Statistics Denmark. (<http://www.statbank.dk/statbank5a/default.asp?w=1024> - 4. 6. 2007)
- Nights spent in hotels and similar establishments*. Eurostat.
(http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1073,46870091&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_product_code=EBB12048 - 20. 6. 2007)
- Nights spent in hotels, holiday villages, youth hostels and camping by visitor's country and region/county. 2006*. Statistics Sweden.
(http://www.scb.se/templates/Publikation____200522.asp - 4.6. 2007)
- Nights spent in other collective accommodation establishments*. Eurostat.
(http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1073,46870091&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_product_code=EBB13072 - 20. 6. 2007)
- Nights spent in Youth Hostels by region and citizenship*. Statistics Denmark.
(<http://www.statbank.dk/statbank5a/default.asp?w=1024> - 4. 6. 2007)
- Satelitní účet cestovního ruchu v ČR 2003 – 2005*. ČSÚ.
(http://www.czso.cz/csu/2006edicniplan.nsf/publ/9211-06-2003__2005 - 30. 7. 2007)
- Share of tourism in GDP and total employment 1973-2004*. Statistics Iceland.
(<http://www.statice.is> - 4.6. 2007)
- Statistics on Travel 1999*. Statistics Norway.
(http://www.ssb.no/emner/10/11/nos_reiseliv/nos_c610/nos_c610.pdf - 30. 4. 2007)
- Statistical Yearbook 2007*. Statistics Denmark.
(<http://www.dst.dk/HomeUK/Statistics/ofs/Publications/Yearbook.aspx> - 15. 7. 2007)
- The Nordic countries in figures 2006*. Nordic Council.
(<http://www.norden.org/pub/ovrigt/statistik/uk/ANP2006758.pdf> - 10. 7. 2007)
- Tourism Balance 1998-2005*. Finnish Tourist Board. (<http://www.mek.fi> - 4.6. 2007)
- Tourist Accommodation 2005*. Statistics Iceland.
(<http://www.statice.is/lisalib/getfile.aspx?ItemID=4076> - 4. 6. 2007)
- Travel and Tourism: Country Profiles*. World Economic Forum.
(<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/TravelandTourismReport/profiles/index.htm> - 10. 7. 2007)
- Travel Facts 2007*. Finnish Tourist Board. (<http://www.mek.fi> - 4. 6. 2007)

Příloha 1

NÁRODNÍ PARKY ve státech severní Evropy v roce 2007



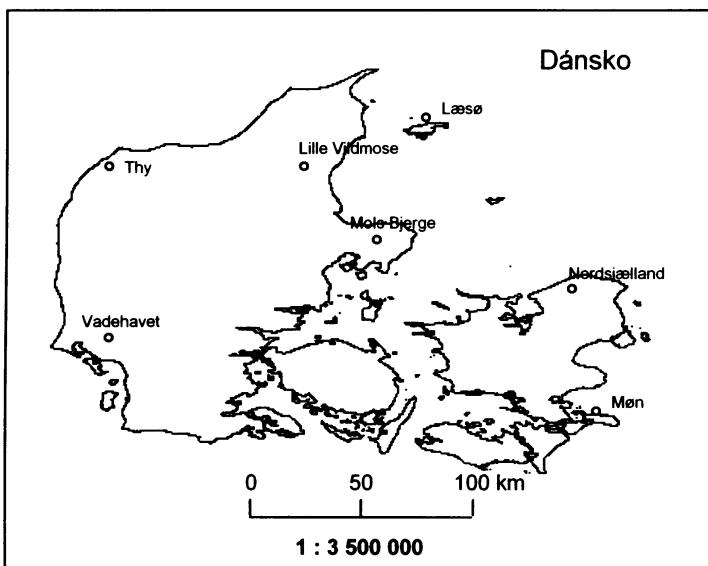
Poznámka: Nejsou zobrazeny národní parky na Svalbardu a Grónsku.

- národní park
- potenciální národní park*

* národní parky uvedené v dánské pilotní verzi národních parků z roku 2005

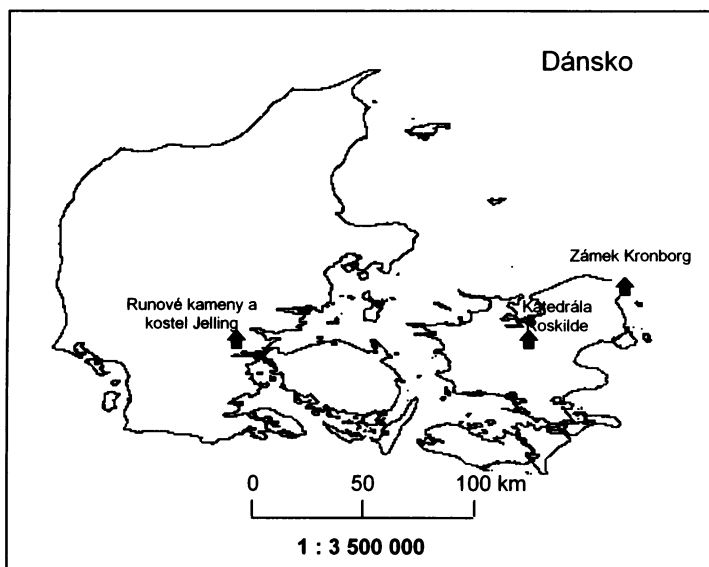
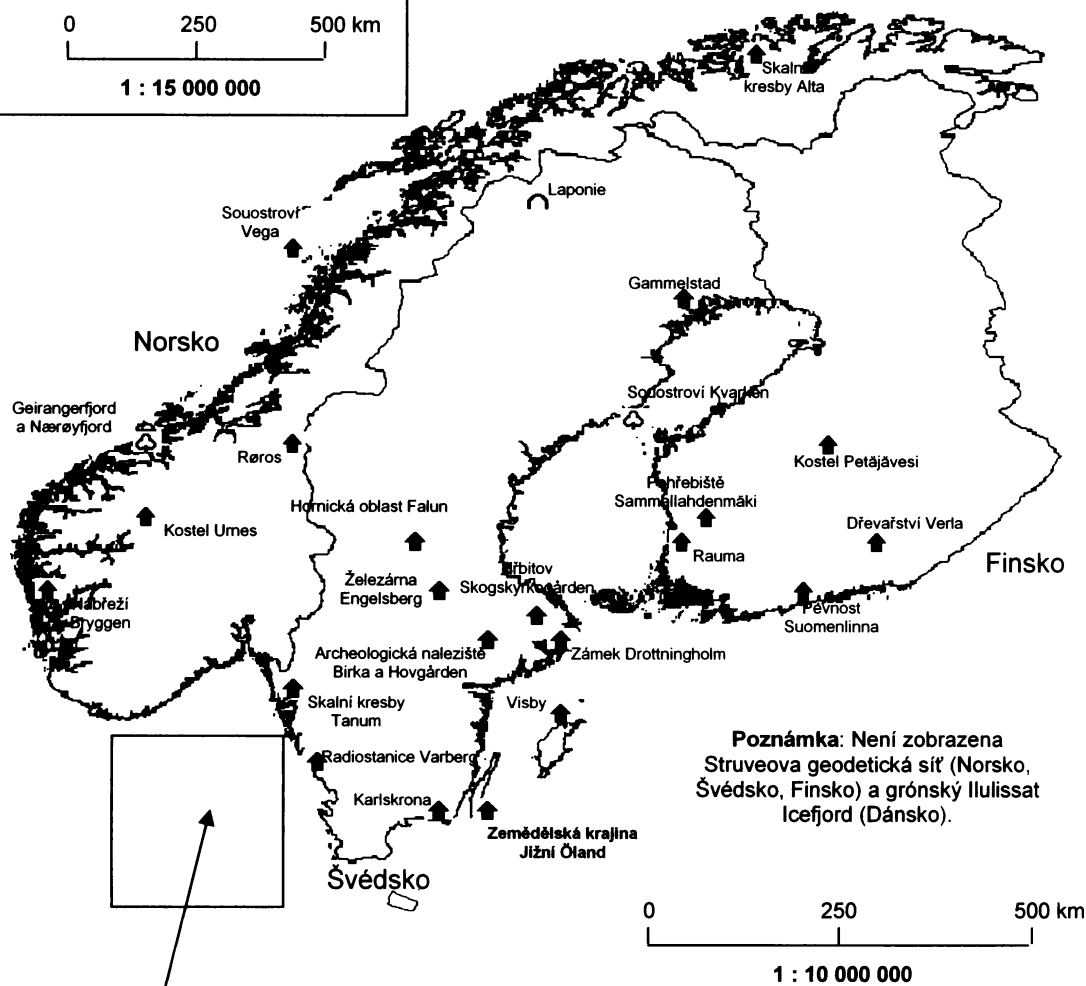
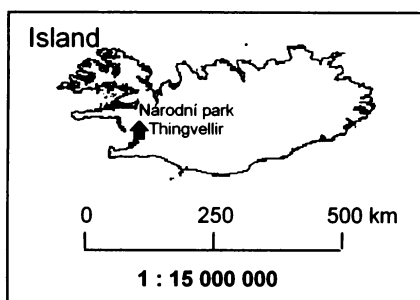
Petr VÁNĚ
Rožmitál pod Třemšínem 2007

Zdroje dat:
Danish Forest and Nature Agency 2007
Direktoratet for Nature Management 2007
Nordic Adventure Travel 2007
Outdoors.fi 2007
Swedish Environmental Protection Agency 2007



Příloha 2

PAMÁTKY UNESCO ve státech severní Evropy v roce 2007



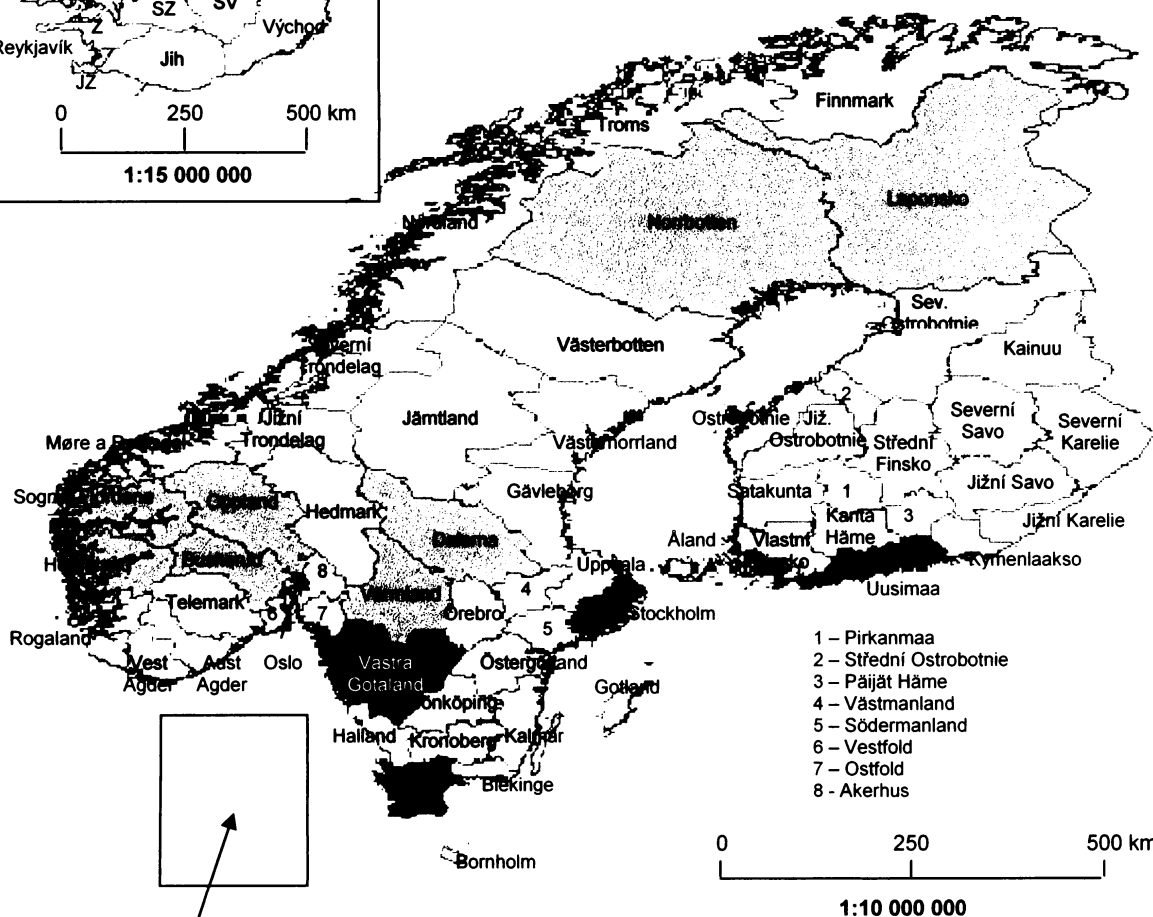
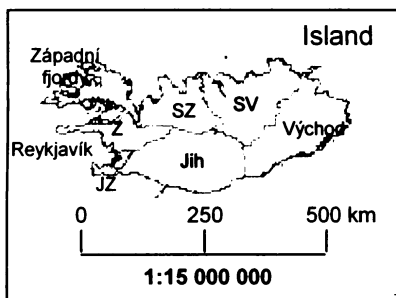
- ▲ kulturní památka
- ⊕ přírodní památka
- ⊖ smíšená památka

Petr VÁNĚ
Rožmitál pod Třemšínem 2007

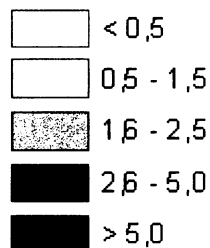
Zdroj dat: UNESCO 2007

Příloha 3

ZAHRANIČNÍ NÁVŠTĚVNOST regionů ve státech severní Evropy v roce 2006



Podíl na zahraniční návštěvnosti severní Evropy (%)



Petr VÁNĚ
Rožmítal pod Třemšínem 2007

Zdroje dat:
Statistics Denmark 2007
Statistics Norway 2007
Statistics Sweden 2007
Finnish Tourist Board 2007
Statistics Iceland 2007

