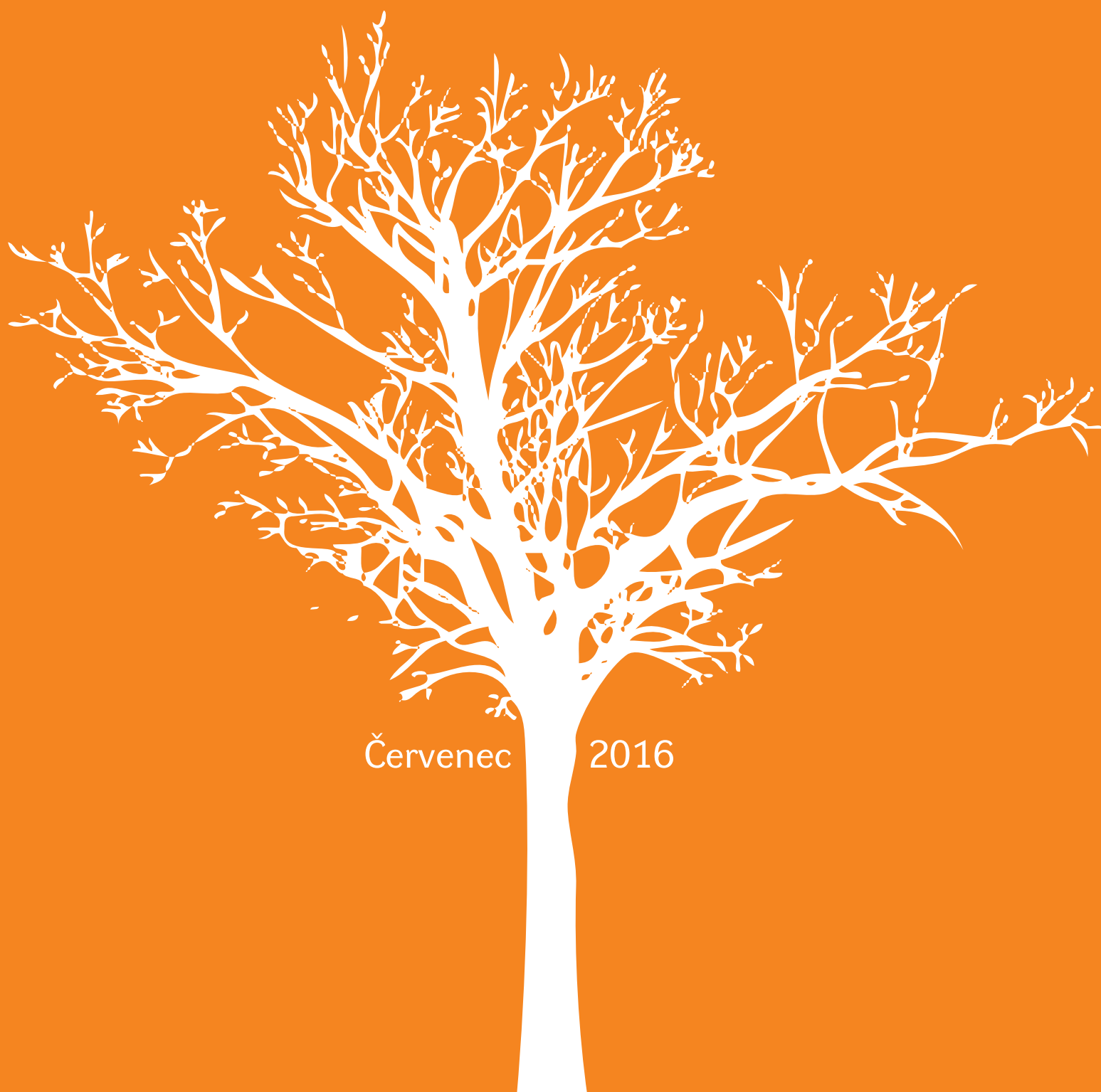


STUDIA TURISTICA

online časopis pro vzdělávání v cestovním ruchu



Červenec

2016

Vysoká škola polytechnická Jihlava
ISSN 1804-252X

Číslo:	1
Ročník:	7
Rok vydání:	2016
Vydává 2x ročně:	Vysoká škola polytechnická v Jihlavě, Tostého 16, 586 01 Jihlava
Redakce a edice:	RNDr. Jiří Šíp, Ph.D., katedra cestovního ruchu, VŠP Jihlava e-mail: studiaturistica@vspj.cz
Grafické zpracování:	Lukáš Mikula
Korektury a úpravy textů:	PhDr. Dana Zažímalová, Ing. Ivica Linderová, PhD., RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.

REDAKČNÍ RADA

Předsedkyně redakční rady: RNDr. Eva Janoušková, Ph.D., katedra cestovního ruchu, VŠP Jihlava



ČLENOVÉ REDAKČNÍ RADY

Ing. Tomáš Čihák, příspěvková organizace Vysočina Tourism
doc. RNDr. Alena Dubcová, CSc., katedra geografie a regionálního rozvoje PrF, UKF v Nitre
RNDr. Dana Fialová, Ph.D., katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, PrF, UK Praha
prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc., katedra cestovního ruchu, VŠP Jihlava
doc. Ing. Jana Jarábková, PhD., katedra regionalistiky a rozvoje vidieka, FEŠRR, SPU v Nitre
doc. RNDr. Alfred Krogmann, PhD., katedra geografie a regionálního rozvoje, PrF, UKF v Nitre
Ing. Ivica Linderová, PhD., katedra cestovního ruchu, VŠP Jihlava
doc. RNDr. Svatopluk Novák, CSc., katedra cestovního ruchu, VŠP Jihlava
RNDr. Mgr. Stanislava Pachrová, Ph.D., katedra cestovního ruchu, VŠP Jihlava
Ing. Lucie Plzáková, Ph.D., katedra cestovního ruchu, VŠH v Praze
RNDr. PaedDr. Jaromír Rux, CSc., katedra cestovního ruchu, VŠP Jihlava
doc. PaedDr. Jiří Štyrský, CSc., katedra rekreologie a cestovního ruchu, FIM, Univerzita Hradec Králové
doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc., Ústav lázeňství, gastronomie a turismu FPF, SU v Opavě
PhDr. Dana Zažímalová, katedra jazyků, VŠP Jihlava



SEZNAM RECENZENTŮ ČÍSLA

Ing. Lucie Plzáková, Ph.D., katedra cestovního ruchu VŠH Praha
Mgr. Věra Fišerová, katedra cestovního ruchu VŠH Praha
Mgr. Aušra Liorančaitė - Šukienė Kauno kolegija University of Applied Sciences, Lithuania
Dr. Zsófia Papp, PhD., University of Pannonia
Ing. Petr Scholz, DiS., katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava
Mgr. Jan Schuster, Ph.D., PF, JCU České Budějovice
doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc., Ústav lázeňství, gastronomie a turismu FpF, SLU v Opavě
Mgr. Jitka Zelinková vedoucí studijního oboru Cestovní ruch, Vyšší odborná škola ekonomická a zdravotnická a Střední škola Boskovice



<https://www.vspj.cz/tvurci-cinnost-a-projekty/casopisy-vspj/studia-turistica>

OBSAH ČÍSLA

- 4 Úvodní slovo čtenářům

ODBORNÉ ČLÁNKY

- 6 **VERONIKA DUMBROVSKÁ, DANA FIALOVÁ**
Turistické okrsky a turistifikace v Praze: případová studie Královské cesty
Tourist Precincts and Touristification in Prague: the Case Study of the Royal Way
- 18 **PETR SCHOLZ, IVICA LINDEROVÁ**
Možnosti sportovního vyžití pro tělesně postižené návštěvníky cestovního ruchu v České republice
Sport Possibilities for Physically Disabled Tourism Visitors in the Czech Republic
- 35 **MONIKA KLÍMOVÁ**
Specifika čínské klientely v hotelnictví a cestovním ruchu České republiky
Chinese Clientele Specifics in Hospitality and Tourism Industry in Czech Tourism
- 44 **PETR SCHOLZ, PETR ČÍŽEK**
Strategic Problems of Selected Small and Medium Enterprises in the Accommodation Facilities based in Town of Jihlava
Strategické problémy vybraných malých a středních podniků v oblasti ubytovacích služeb v Jihlavě

TURISTICKÉ ROZHLEDY

- 53 **PŘÍSPĚVKOVÁ ORGANIZACE VYSOČINA TOURISM**
- 56 **TURISTICKÁ OBLAST TOULAVA O.P.S.**
- 59 **DESTINAČNÍ MANAGEMENT VLTAVOTÝNSKA – MIKROREGIONU V SRDCI JIŽNÍCH ČECH**

PŘEČETLI JSME ZA VÁS

- 63 **A HISTORY OF MODERN TOURISM**
- 72 **SPECIFIKA ČÍNSKÉ KLIENTELY V HOTELECH A RESTAURACÍCH V ČESKÉ REPUBLICCE**

AKCE, KTERÉ PROBĚHLY

- 74 **11. MEZINÁRODNÍ KONFERENCE „AKTUÁLNÍ PROBLÉMY CESTOVNÍHO RUCHU“**
- 76 **5. MEZINÁRODNÍ VĚDECKÁ KONFERENCE
AKTUÁLNÍ TRENDY LÁZEŇSTVÍ, HOTELNICTVÍ A TURISMU V KARVINÉ**



TIP

Pro snadnější orientaci v dokumentu můžete využít záložky v programu Adobe Reader. Záložky jsou standardně dostupné v levém sloupci pod ikonou Záložky.



ÚVODNÍ SLOVO ČTENÁŘŮM

Milí čtenáři,

předkládáme Vám první číslo sedmého ročníku časopisu Studia Turistica, který byl od března zařazen na seznam recenzovaných odborných a vědeckých časopisů ERIH PLUS (European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences). V prostření omezených možností publikovat o cestovním ruchu v pozitivně hodnocených odborných neimpaktovaných časopisech je ERIH hodnocena hned po databázi SCOPUS (viz Metodika, Úřad vlády ČR, č.j.: 1417/2013-RVV). Naší konkurenční výhodou proti třem srovnatelným odborným českým časopisům o cestovním ruchu je, že jsme časopisem publikujícím v češtině, slovenštině i angličtině. Pro potenciální autory článků publikovaných ve Studia Turistica to přináší možnosti publikovat i v rodném českém, nebo slovenském jazyce.

Toto první letošní číslo vám přináší aktuální témata spojená s problematikou intenzivní turistifikace pražského historického centra. Souvisejícím tématem je problematika hotelnictví spojená i se stoupající návštěvností Česka čínskou klientelou, která se liší svými zvyky a životním stylem od evropských pravidel. Rovněž téma aktivního odpočinku a cestování handicapovaných je tradičním tématem.

Rubriku Turistické rozhledy jsme tentokrát věnovali stále diskutované a ne zcela v Česku ujasněné problematice turistických destinací a jejich destinačním managementům. Pro srovnání jsme vybrali organizaci Vysočina Tourism jako představitelku regionu na úrovni kraje. Tato organizace je zřizována krajem a podléhá vlivu vládnoucích politických stran. Turistická oblast Toulava, která vznikla z iniciativy místní podnikatelské sféry, místních akčních skupin (MAS) a společenských organizací je příkladem intenzivně podporovaného partnerství. Toulava se stala vzorem pro připravovaná pravidla vzniku a podpory turistických organizací v Jihočeském kraji. Jako třetí se představí společnost INREGIO Vltavotýnsko. Jedná se o územně nejmenší společnost s dynamicky pracujícím managementem, která rovněž vznikla na principu partnerství. Vltavotýnsko se usilovně snaží optimalizovat svoji identitu vůči svým silným sousedům Českobudějovicka a Toulavy.

Jiří Šíp, vedoucí redaktor Studia Turistica



**ODBORNÉ
ČLÁNKY**

TURISTICKÉ OKRSKY A TURISTIFIKACE V PRAZE: PŘÍPADOVÁ STUDIE KRÁLOVSKÉ CESTY

Veronika Dumbrovská
Dana Fialová

TOURIST PRECINCTS AND TOURISTIFICATION IN PRAGUE: THE CASE STUDY OF THE ROYAL WAY

ABSTRAKT

Městský cestovní ruch v posledních letech nabývá na významu. Počet turistů a návštěvníků měst se zvyšuje a vzhledem k jejich silné koncentraci do určitých oblastí dochází k vytváření tzv. městských turistických okrsků. Tyto turistické okrsky jsou charakteristické nejen koncentrací atraktivit cestovního ruchu a tím i koncentrací turistů, ale také služeb spojených s cestovním ruchem. S pokračujícím rozvojem městských turistických okrsků jsou funkce spojené s každodenním životem obyvatel postupně vytlačovány a nahrazovány funkcemi turistickými (turistifikace), čímž dochází ke ztrátě původních hodnot těchto oblastí a ke vzniku turistického ghetta. Cílem příspěvku je představit výsledky terénního výzkumu, který byl proveden v historickém centru Prahy v létě 2015. Šetření bylo zaměřeno na identifikaci nabízených služeb v oblasti Královské cesty, která je turisticky nejvytíženější částí Prahy. Na základě získaných údajů byl identifikován městský turistický okrsek a vyhodnocena míra jeho turistifikace. Výsledky výzkumu poukazují na velké zatížení Prahy cestovním ruchem a vzniku turistického ghetta v oblasti Královské cesty.

Klíčová slova: cestovní ruch, město, historické centrum, turistifikace, turistická past

ABSTRACT

Urban tourism has been growing in importance in recent years. The number of tourists and visitors has been increasing and due to its strong concentration into certain areas, the so-called urban tourism precincts have been creating. These urban tourism precincts are characterised not only by the concentration of tourist attractions and thus by tourists, but also by the concentration of tourist-oriented services. The continuing development of urban tourism precincts could lead to gradual extrusion of facilities of daily life and its substitution by tourist ones (touristification) causing the loss of initial values of a place and the creation of a tourist ghetto. The aim of this paper is to present the results of field research which was carried out in the historic centre of Prague in summer 2015. The survey was focused on the identification of services offered on the Royal Way, which is the most tourist burdened area in Prague. On the basis of collected data, the urban tourism precinct was identified and the degree of touristification of the area was assessed. The results show the high load of tourism in Prague and the creation of a tourist ghetto on the Royal Way.

Keywords: Tourism, city, historic centre, touristification, tourist trap

ÚVOD

Městský cestovní ruch, jak ho známe dnes, je fenoménem zejména 21. století (viz „nový městský cestovní ruch“ Roche 1992). Městské destinace zažívají od 90. let 20. století trvalý a téměř nepřerušovaný rozvoj cestovního ruchu. Procesy spojené s globalizací, liberalizace vzdušného prostoru, rozvoj v dopravě a informačních technologiích a další procesy spojené s transformací společnosti a světové ekonomiky umožnily překonat mnoho bariér v cestovním ruchu. Zvláštní postavení měst v globálním systému, jejich centrální pozice v rámci národního či regionálního systému a přednosti spojené s jejich rolí center moci a obchodu láká do měst miliony návštěvníků ročně. Zatímco však na konci 20. století byl cestovní ruch ve městech vítanou činností přinášející nové zdroje pro ekonomiku města a jeho pracovní sílu, revitalizaci starých industriálních čtvrtí či obnovu historických jader měst, dnes v druhém desetiletí 21. století čelí některá centra měst procesům jako je turistifikace, turistická inflace, komercializace, kongesce a dalším negativním jevům spojeným s nekoordinovaným rozvojem cestovního ruchu v těchto oblastech.

Případem takového města je také Praha, jejíž historické jádro, které pro své jedinečné zastoupení souboru zachovaných historických památek představující různé architektonické slohy, láká miliony (nejen) zahraničních návštěvníků ročně. Cestovní ruch v Praze se od 90. let vyvíjel velmi živelně. Praha se (plnohodnotně) zapojila do mezinárodního cestovního ruchu po „Sametové revoluci“ v roce 1989 a do roku 1993 se stala jedním z nejvíce navštěvovaných měst v Evropě (Hoffman a Musil, 1999). Se zvyšující se poptávkou po cestovním ruchu se začala významně navyšovat i nabídka, která byla do té doby značně poddimenzovaná. Procesy spojené s transformací české ekonomiky a tlak zahraničního kapitálu začaly postupně proměňovat historické centrum města ve prospěch rozvoje cestovního ruchu. Tyto změny jsou dnes patrné především v oblasti Královské cesty, z níž byla vlivem rozvoje cestovního ruchu vytlačena většina rezidenčních funkcí a z Královské cesty se tak stala monofunkční turistická oblast čelící významné výzvě pro svůj budoucí vývoj.

Předkládaný článek si klade za cíl představit na příkladu Královské cesty základní problémy, kterým dnes historické centrum Prahy čelí. Tyto výsledky byly analyzovány na základě terénního šetření evidence parteru domů a ekonomické činnosti na Královské cestě realizovaného v létě 2015.

LOKALIZACE CESTOVNÍHO RUCHU VE MĚSTECH: MĚSTSKÉ TURISTICKÉ OKRSKY

Městský cestovní ruch definují Edwards, Griffin a Hayllar (2008, s. 1038) jako „jednu z mnoha sociálních a ekonomických sil v městském prostoru. Ta zahrnuje odvětví, která řídí a uvádí na trh množství produktů a zážitků lidí, jež mají široké spektrum motivací, preferencí a kulturních perspektiv a jsou zapojena do dialektického vztahu s hostitelskou komunitou“. Podobně jako je cestovní ruch ve městech pouze částí jejich ekonomického a sociálního systému, je také pouze částí jejich celkového prostoru. Turisté a cestovní ruch obecně mají tendenci se koncentrovat do určitých oblastí města, které jsou charakteristické především „koncentrací turistického využití ploch, turistickými aktivitami a turistickou návštěvností“ (Hayllar a Griffin, 2005, s. 517).

Výzkum koncentrace cestovního ruchu a morfologie turistických oblastí představuje již etablovanou výzkumnou tradici (Getz, 1993). Do konce 80. let 20. století ve výzkumu převládal především zájem o rezortní oblasti, které ačkoli jsou často součástí měst, představují odlišný typ cestovního ruchu a tedy i odlišnou strukturu. Výzkum městských turistických oblastí se začíná dostávat do popředí akademického zájmu především ve spojení s revitalizací starých průmyslových čtvrtí měst a vzrůstající návštěvností jejich historických částí (Pearce, 2001; Darcy a Small, 2008).

Průkopníky ve studiu koncentrace cestovního ruchu a výzkumu turistických oblastí představují Stanstfield a Rickert (1970), kteří identifikovali jako jedni z prvních specifickou strukturu obchodních čtvrtí v rezortních městech. Tyto oblasti se svou skladbou a převažující funkcí významně lišily od do té doby známých centrálních obchodních čtvrtí (Central Business District, CBD) a proto pro jejich odlišení autoři zavedli pojem „rekreační

obchodní čtvrť“ (Recreation Business District, RBD). Stansfield a Rickert (1970, s. 215) charakterizují RBD jako „sezónně orientovanou lineární agregaci restaurací, specializovaných stánků s jídlem, cukráren a rozmanitého souboru neobvyklých a suvenýrových obchodů, které uspokojují nákupní potřeby návštěvníků“. Koncept dále rozpracovává Mullins (1991) o teorii vývoje turistických oblastí v rezortních městech, tzv. turistickou urbanizaci. Mullins (1991) nazývá oblasti koncentrace cestovního ruchu v přímořských městech jako „spotřební složky“ (Consumption compounds). Tyto oblasti, často lokalizované ve vnitřním městě, jsou zaměřeny nejen na přilákání turistů, ale také rezidentů (Mullins, 1991, s. 330).

Na počátku 90. let se předmět zájmu ve výzkumu turistických oblastí začíná přesouvat do městských (nerezortních) destinací. Ashworth a Tunbridge (1990) zkoumají historické části evropských měst a jejich vztah k CBD. Závěry autorů mimo jiné poukazují na fakt, že určité funkce identifikované v rezortních městech se objevují i ve městech jiných typů. Getz (1993) na druhou stranu upozorňuje na nutnost rozlišovat mezi turistickými oblastmi v rezortních a nerezortních městech a z toho důvodu zavádí pro turistické oblasti v městských destinacích pojem „turistická obchodní čtvrť“ (Tourism Business District, TBD). Podle Getze (1993) se TBD od RBD odlišují svojí smíšenou funkcí a větší provázaností s CBD, přičemž vyzdvihuje zejména provázanost rezidenčních a rekreačních funkcí. TBD navíc využívají primárně kulturně-historický potenciál oblasti, zatímco RBD jsou založeny převážně na potenciálu přírodním.

Obecně je možné výzkum rozdělit na dvě základní oblasti: (1) výzkum historických částí měst a (2) výzkum transformovaných původně většinou industriálních čtvrtí. Pearce (1998) zároveň poukazuje na dva základní přístupy ke zkoumání této problematiky. Za prvé je zkoumána distribuce turistických zařízení, zejména zařízení ubytovacích. Za druhé, funkčnost turistických čtvrtí se zaměřením na jejich dědictví a plánování. „První zahrnuje rozsáhlé empirické studie, druhý více konceptuální přístup“ (Pearce, 1998, s. 49).

Pojmy používané pro označení oblastí koncentrace cestovního ruchu se v odborné literatuře liší. Mimo již výše uvedených pojmů, je možné zmínit např. „specializované turistické zóny“ (specialized tourist zones; Weaver, 1993), „turistické enklávy“ (tourist enclaves; Judd and Fainsten, 1999) nebo „turistické oblasti“ (Maitland a Newman, 2004). Pojem „městský turistický okrsek“ (urban tourism precinct) byl v odborné literatuře zaveden Haylarem a Griffinem (2005) při výzkumu historické části Sydney „The Rocks“. Autoři tuto oblast definují jako:

„jedinečnou geografickou oblast v rámci širší městské oblasti, charakteristickou koncentrací specifického land use, aktivit a návštěvnosti spojené s cestovním ruchem, jejíž hranice jsou nejasně definovatelné. Takové oblasti obecně představují jedinečný charakter díky působivé směsi aktivit a využití ploch, jako jsou restaurace, atrakce a noční život, jejich fyzická a architektonická zástavba (zejména dominance historických budov) nebo jejich spojení s mimořádnými kulturními a etnickými skupinami ve městě“ (Hayllar a Griffin, 2005, s. 517).

Obecně městské turistické okrsky představují koncentraci směsice aktivit a funkcí zaměřených na přilákání a obsluhu návštěvníků. Jejich koncentrace a nastavení nabírají různých forem podle prostředí, ve kterém se nacházejí, podle převažujících forem, které naplňují či podle atrakcí, které koncentrují. Významná je propojenost s každodenním životem jejich obyvatel, jejich prostupnost či jejich umístění v celkové morfologii města. Městské turistické okrsky můžeme tedy vymezit na základě třech vztahů: (1) vztahy vnitřní konstelace funkcí, aktivit a aktérů, (2) vztahy mezi turistickým okrskem a okolním městem a jeho obyvateli a (3) vztahy mezi turistickými okrsky a globalizovanými toky lidí, kapitálu a zboží, stejně jako vztahy k jiným městům. Na základě těchto třech vztahů městské turistické okrsky vznikají, vyvíjejí se a soutěží na světovém trhu o příliv návštěvníků a kapitálu. Vyváženost těchto vztahů tedy má vliv na úspěšnost a atraktivitu turistických okrsků, přičemž významný je zejména vztah mezi širším městem (jeho obyvateli, kulturou, historií, ekonomikou apod.) a turistickými okrsky, který hraje hlavní roli v jejich úspěšném a udržitelném rozvoji.

Na poměrně malé ploše města je tak soustředěno velké množství aktivit a uživatelů, jež „sdílejí a zároveň soutěží o využití tohoto prostoru“ (Ashworth, 2009, s. 207). Postupnou turistifikací oblastí však může docházet k nahrazování původně rezidenčních funkcí funkcemi turistickými. Pokud tento proces není koordinován a řízen, může dojít až k úplnému vytlačení rezidenčních funkcí a dané turistické okrsky se stávají monofunkčními

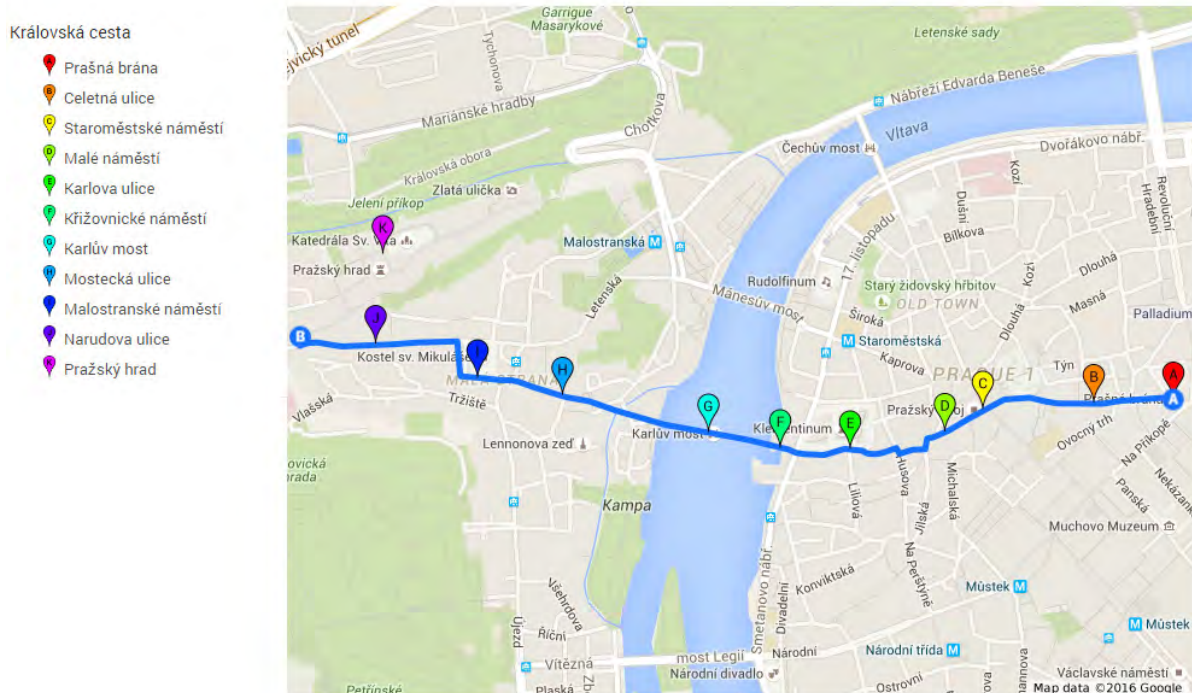
oblastmi, které ztrácí své původní hodnoty. Dochází k odtržení těchto oblastí od okolního města, k dualizaci společnosti a prostoru, v němž žijí a pohybují se, a daná oblast se začíná přetvářet na tzv. turistické ghetto (Pásková, 2009). Z toho důvodu je nutná identifikace a analýza funkčního využití městských turistických okrsků, protože poznání jejich struktury, pochopení jejich funkcí a rozpoznání jejich uživatelů je nezbytným předpokladem pro jejich úspěšné plánování a řízení, a tím i pro jejich dlouhodobý udržitelný rozvoj.

METODIKA

Výzkum koncentrace cestovního ruchu v Praze navazuje na tradici výzkumu těchto oblastí popsanými výše, stejně jako na výzkumy již v Praze provedené (Simpson, 1999; Hoffman a Musil, 1999; Hoffman a Musil, 2009; Kadlecová a Fialová, 2010; Šauer a Holešinská, 2012). Jejich výsledky však rozšiřuje, aktualizuje a obohacuje o širší pohled na danou problematiku. Ačkoli primárně bylo k výzkumu přistoupeno z geografického úhlu pohledu v podobě funkčně-prostorové analýzy, je tento přístup doplněn i o aspekty sociálně-kulturní a ekonomické. Výzkum se zabývá případovou studií historického centra Prahy, konkrétně oblastí největší koncentrace cestovního ruchu a aktivit s ním spojených, Královskou cestou. Toto území, jak bude ukázáno dále, představuje poměrně jasně definovatelný městský turistický okrsek v již velmi pokročilé fázi turistifikace. Výzkum dotčené oblasti byl uskutečněn v několika fázích. Fáze první byla realizována metodou nestrukturovaného iniciálního pozorování a analýzy sekundárních dat. Na základě výsledků této části výzkumu byla vymezena přibližná oblast koncentrace cestovního ruchu v Praze. Cílem druhé fáze bylo zmapování využití budov a parteru domů a analýza ekonomických aktivit ve vymezeném území – po celé délce Královské cesty. Mapování bylo provedeno v květnu 2015 a zahrnovalo identifikaci provozoven v parterech domů a v samostatně stojících stáncích (jejich typ, typ nabízeného zboží, cenovou hladinu zboží a národnost majitele provozovny) a identifikaci dalších neobvyklých či patologických jevů. Poslední část výzkumu byla zaměřena na analýzu a vyhodnocení v terénu získaných dat a informací.

KRÁLOVSKÁ CESTA: STRUKTURA A VÝVOJ MĚSTSKÉHO TURISTICKÉHO OKRSKU

Královská cesta představuje jednu z nejvíce navštěvovaných a turisticky nejzatíženějších oblastí Prahy. Centrální poloha, historický význam a jedinečná morfologie dala vznik její turistické atraktivnosti, a tím, mimo jiného, i její postupné transformaci v městský turistický okrsek. Královská cesta se nachází v samém centru historické části Prahy a spojuje nejvýznamnější pražské památky na obou březích Vltavy, mezi nimiž je možné jmenovat zejména Obecní dům, Staroměstskou radnici se Staroměstskou věží a Orlojem, Karlův most, Chrám sv. Mikuláše na Malé Straně a Pražský hrad s katedrálou sv. Víta. Celkově se na Královské cestě nachází 196 památkově chráněných objektů (NPÚ, 2016). Pravobřežní část cesty prochází oblastí Starého Města od Obecního domu, Prašnou bránou a Celetnou ulicí na Staroměstské náměstí, kde dále pokračuje přes Malé náměstí a Karlovou ulicí na Křižovnické náměstí k ústí Karlova mostu. Poté cesta pokračuje přes Karlův most na Malou Stranu, Mosteckou ulicí přes Malostranské náměstí a Nerudovou ulicí na Hradčany na Pražský hrad (viz obr. 1).

Obrázek 1: Vymezení oblasti výzkumu – Královská cesta

Zdroj: Vlastní zpracování na podkladě Map data Google 2016

Ačkoli je Královská cesta tradičním cílem turistů a návštěvníků Prahy, ke skutečnému rozvoji turistického odvětví zde dochází až s uvolněním režimu v Československu. V 90. letech odvětví cestovní ruchu zažívá významnou přeměnu v důsledku nejen restitučních a privatizačních procesů, ale také v důsledku uvolnění trhu, liberalizace cen pozemků, zvýšeného přílivu zahraničních investic a snahy rychle se vyrovnat zahraniční konkurenci. Podle Sýkory (1994) bylo v letech 1991 až 1992 privatizováno více než 2 500 obchodů, restaurací a menších podniků. „Na jedné straně velký příliv komerčních investic usnadnil fyzickou a ekonomickou revitalizaci zchátralého centra města, na straně druhé vedl spíše k negativním následkům zahrnujícím pokles obyvatel, dopravní zatížení a konflikt s památkovou péčí“ (Ouředníček a Temelová, 2009, s. 17). Oprava historických budov (mnohdy však pouze jejich vnějších fasád) v historickém centru města, která byla umožněna právě v důsledku výnosů z rozvoje podnikání, je vnímána jako jeden z nejvýznamnějších pozitivních dopadů rozvoje cestovního ruchu v centru Prahy (Dumbrovská, 2016). Počet zahraničních návštěvníků v Praze začal v 90. letech významně narůstat (viz tab. 1) a turistické odvětví na to reagovalo rychle se zvyšujícím počtem nabídky zařízení cestovního ruchu. V období 1991 až 1996 se počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních Prahy více než zdvojnásobil (viz tab. 2). Podobně se začaly proměňovat i obchody a služby na Královské cestě. Podle výpovědí místních rezidentů se sortiment zboží a nabízených služeb na Královské cestě začal měnit okamžitě po roce 1989. Změny byly patrné především v oblasti parteru domů, kde obchody a služby původně cílené na místní obyvatele (cukrárny, lahůdky, pekárny, železářství apod.) rychle nahrazovaly obchody se suvenýry, šperky či sklem a restaurace a kavárny orientované na zahraniční návštěvníky (Dumbrovská, 2016).

Tabulka 1: Vývoj příjezdu zahraničních návštěvníků do hromadných ubytovacích zařízení v Praze v letech 1986 až 2015

Ukazatel	1986	1991	1996	2001	2006	2011	2015
Příjezdy [tis.]	999	1 119	2 146	2 671	3 702	4 360	5 715
Změna oproti předchozímu období [tis.]	x	120	1 027	525	1 031	658	1 355
Změna oproti předchozímu období [%]	x	12	92	24	39	18	31

Zdroj: ČSÚ 1990, 1992, 1997, 2016

Tabulka 2: Vývoj počtu lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních v Praze v letech 1986 až 2015

Ukazatel	1986	1991	1996	2001	2006	2011	2015
Počet lůžek	14 038	24 645	62 076	68 854	69 650	77 972	91 059
Změna oproti předchozímu období [absolutní]	x	10 607	37 431	6 778	796	8 322	13 087
Změna oproti předchozímu období [%]	x	75,6	151,9	10,9	1,2	11,9	16,8

Zdroj: ČSÚ 1990, 1992, 1997, 2016

Rozvoj cestovního ruchu v historickém centru Prahy a především v oblasti Královské cesty nebyl po dlouhou dobu nijak řízen či regulován. V podstatě jediným regulačním mechanismem v oblasti byl územní plán a památková ochrana budov. Z toho důvodu zde nedocházelo k větším fyzickým proměnám zástavby území (ovšem i toto omezení bylo v některých případech cílem kontroverzních spekulací, viz např. Horák, 2014). Cestovní ruch se tak vyvíjel velmi živelně a oblast Královské cesty se začala postupně přeměňovat v monofunkční turistické území. Od konce 90. let 20. století na tento problém postupně poukazuje několik autorů. Cooper a Morpeth (1997) upozorňují na významný sociální konflikt v důsledku neřízené komercializace historického centra Prahy, jenž podle jejich názoru může vést až ke krizi legitimacy. Simpson (1999) podobně vyzdvihuje problém ztráty genia loci historického centra Prahy v důsledku neřízeného rozvoje komerčních aktivit spojených s cestovním ruchem a Hoffman a Musil (2009, s. 14-15) píše dokonce o vzniku dvou Prah – „Prahy turistické a Prahy pro místní obyvatele“.

V roce 2015 se na necelé 3 km dlouhé Královské cestě nacházelo 349 subjektů orientovaných primárně na obsluhu turistů a pouze 27 orientovaných výhradně na rezidenty (viz tab. 3). Nejvyšší zastoupení měly obchody (42,2 %), a to především obchody se suvenýry (84), zlatem a šperky (36) a obchody se sklem (11). Druhou významnou skupinou byla stravovací zařízení (restaurace, kavárny, bary a stánky s jídlem a pitím). Stravovací služby v této oblasti jsou téměř výhradně orientovány na zahraniční návštěvníky. Tento fakt je patrný nejen z výše cenové hladiny, která je v mnoha případech 2x až 3x vyšší než v jiných částech Prahy (turistická inflace), ale také např. z jazykové mutace jídelních lístků či venkovních reklam a upoutávek. Třetí nejpočetnější skupinu zahrnují ubytovací zařízení (44; viz tab. 4). Rozvoj ubytovacích zařízení představuje významný fenomén (nejen) na Královské cestě, protože má přímý vliv na funkční změnu budov a jejich primární využití. Rozšiřováním ubytovacích kapacit v původně rezidenčních oblastech dochází ke snižování bytového fondu, mimo hotely a penziony samotné se jedná zejména o množství apartmánů či nový fenomén AirBnB. Mezi dalšími turisticky orientovanými službami mohou být jmenovány např. směnárny, kterých se na takto malém území nacházelo 20, thajské masáže (5) nebo prodejní galerie a muzea strašidel, voskových figurín, mučicích nástrojů nebo čokolády.

Tabulka 3: Převažující funkce subjektů na Královské cestě v roce 2015

Převažující funkce	Počet subjektů [abs.]	Počet subjektů [%]
Turistická	349	86,6
Turisticko-rezidenční	17	4,2
Rezidenčně-turistická	10	2,5
Rezidenční	27	6,7
Celkem subjektů	403	100,0

Zdroj: Vlastní šetření

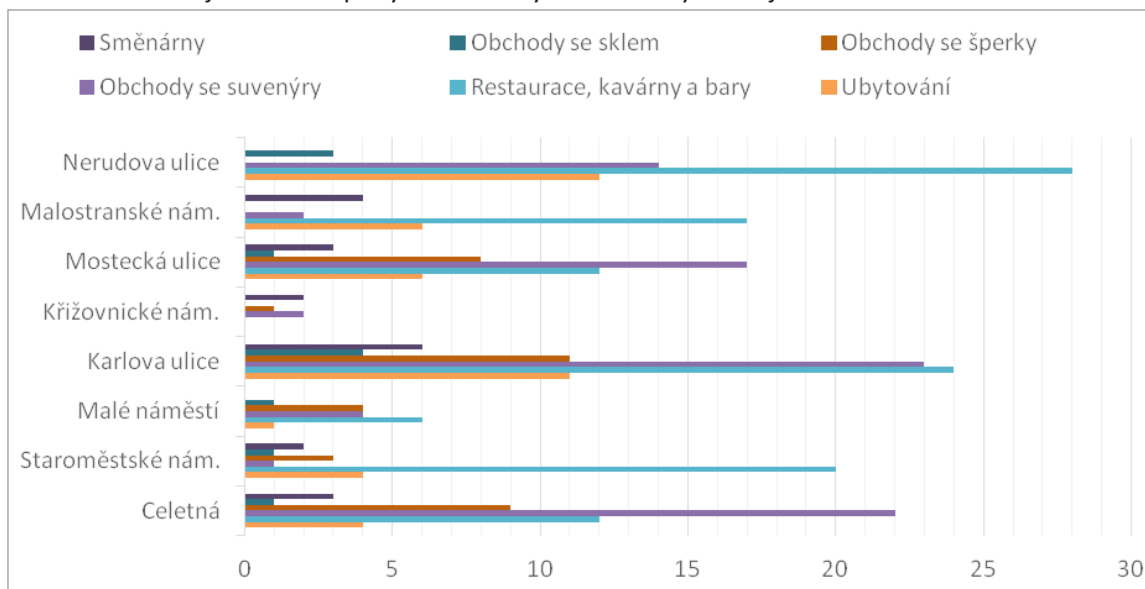
Tabulka 4: Typologie služeb na Královské cestě v roce 2015

Typ subjektu	Počet subjektů (abs.)	Počet subjektů (%)
Administrativní	17	4,2
Bankovní	4	1,0
Kulturní	17	4,2
Maloobchodní	170	42,2
Stravovací	120	29,8
Ubytovací	44	10,9
Jiné výše neuvedené	31	7,7
Celkem	403	100,0

Zdroj: Vlastní šetření

Velké množství výše zmíněných turistických služeb a obchodů může být označeno jako typické projevy turistické pasti. Zboží nabízené v obchodech se suvenýry je jen v malém množství případů skutečně české či s Českem a jeho kulturou spojené. Většina obchodů se suvenýry nabízí buď předměty laciné, povrchně líbivé a standardizované (trika s nápisy „I love Prague“) nebo geograficky vymístěné (matrjošky, ušanky, suvenýry s obrazy Gustava Klimta apod.). Tento fakt je spojen nejen s vysokou mírou turistické komercializace oblasti, ale také s vlastnickou strukturou podnikatelů na Královské cestě. Téměř 70 % všech obchodů se suvenýry, šperky a sklem má jiného než českého vlastníka. Nejčastěji jsou zastoupeni Chorvati (18 %), Bulhaři (16 %) a Srbové (8 %, vlastní výzkum). Podrobněji se podnikáním cizinců na Královské cestě zabývala Čermáková (2012), jejíž závěry poukazují na fakt, že především imigranti z jihovýchodní Evropy podnikají na Královské cestě již od počátku 90. let. Mezi další projevy turistické pasti patří výše zmíněná muzea mučicích nástrojů, voskových figurín, čokolády a strašidel. Tyto objekty představují uměle vytvořené atrakce s velmi slabou či zcela chybějící návazností na místní, regionální či národní kulturu a historii, jejichž často jediným cílem je „vylákat“ z návštěvníků peníze (více o turistické pasti viz např. Kruczek, 2010).

Nejvyšší koncentrace turistických zařízení je soustředěna v Karlově ulici, která zároveň představuje nejužší a tedy nejméně průchodnou oblast Královské cesty (s výjimkou Karlova mostu). Celkově se zde nachází 89 turisticky orientovaných subjektů, zejména restaurací a obchodů se suvenýry a šperky (viz graf 1). Významný je počet restauračních zařízení, jejichž vnější prostory zahrádek zabírají v některých částech až polovinu plochy ulice (více o turistické kongesci viz níže). Stravovací zařízení v podobě restaurací jsou dále koncentrována na Staroměstské náměstí, Malostranském náměstí a v Nerudově ulici. Obchody se suvenýry a jiným turisticky orientovaným zbožím je možné nalézt zejména v ulicích Celetná, Karlova, Mostecká, Nerudova. Lineární koncentrace obchodů podél turisticky významných objektů je součástí většiny turistických okrsků (viz část „Lokalizace cestovního ruchu ve městech“). Královská cesta je však specifická vysokou koncentrací a blízkostí typově stejných obchodů s téměř nerozlišitelným sortimentem zboží. Zatímco v Karlově ulici se hned vedle sebe nacházejí tři obchody s českým granátem, v Celetné ulici nalezneme několik přímo sousedících obchodů se suvenýry (s téměř shodným názvem i sortimentem zboží). Takto vysoká koncentrace povětšinou levného, „kýčovitého“ a standardizovaného zboží poukazuje na pokročilé stádium neřízené turistifikace oblasti, jež vedla k odtržení oblasti od místní kultury a života jejích obyvatel a stala se tak monofunkční turistickou oblastí (více viz v následující části).

Graf 1: Rozložení nejvíce zastoupených turisticky orientovaných subjektů na Královské cestě v roce 2015

Zdroj: Vlastní šetření

DOPROVODNÉ JEVY A DOPADY TURISTIFIKACE KRÁLOVSKÉ CESTY

Neřízený rozvoj městských turistických okrsků může vést k negativním projevům pokročilého stádia turistifikace oblasti či dalším doprovodným jevům. Některé z těchto dopadů již byly zmíněny výše. Mezi nejvýznamnějšími projevy a dopady je možné jmenovat: kongesci, vizuální a hlukové znečištění, výskyt patologických jevů, homogenizaci nabídky cestovního ruchu a konflikt s místními obyvateli a jinými uživateli města.

TURISTICKÁ KONGESCE

Průchodnost turistických okrsků a dostatečné množství vstupních bodů je nezbytným předpokladem pro jejich úspěšné fungování. Přeplnění oblastí cestovního ruchu může mít negativní vliv na zážitek a spokojenost turistů (viz např. Popp 2011), ale i na kvalitu života rezidentů a dalších uživatelů města (Dumbrovská, 2016). Samotná morfologie uličního systému vycházející ze středověkého uspořádání města již významně snižuje průchodnost některých částí Královské cesty (zejména Karlovy ulice). Ačkoli uliční systém historického centra je skutečností předem danou a tedy neměnnou, další procesy, které přispívají k zaplnění oblasti, je možné regulovat. Jedním z nich je již výše zmíněný zábor ploch ve veřejném prostoru, který vytváří nejen fyzickou, ale také psychologickou bariéru. Nejčastější zábor plochy představují na Královské cestě vnější části stravovacích zařízení tzv. zahrádky či předzahrádky, které snižují plochy veřejného prostranství na náměstích (Staroměstské náměstí, Malé náměstí), v ulicích (Karlova ulice) a v podloubí přilehlých domů (Staroměstské náměstí, Malostranské náměstí). Problematická je také jejich sktruktura a velikost, často se jedná o poměrně velké oplocené či jinak fyzicky ohraničené plochy na vyvýšených podstavcích (tzv. pódia), které jsou v mnoha případech využívány celoročně.

K zaplnění oblasti přispívají i různé druhy aktivních či agresivních reklam v podobě tzv. „naháněčů“, kteří narušují plynulost pohybu v oblasti a způsobují psychologické zahuštění prostoru. Tento fenomén je přítomný ve větší části Královské cesty a představuje rozpětí různých typů a stupně interakce s návštěvníky od volně stojících poutačů po aktivní agenty v kostýmech zastavující návštěvníky.

Ačkoli je více než polovina Královské cesty pěší zónou, průjezd nemotorových turistických dopravních prostředků není v této části nijak omezen. Množství a velikost těchto dopravních prostředků (Segway¹,

¹ V současné době Magistrát hl. m. Prahy (MHMP) připravuje návrh na omezení provozu osobních přepravníků „Segway“ v oblasti Pražské památkové rezervace a přilehlých oblastí. Záměr byl městské radě předložen 31. 5. 2016 a v nyní je v procesu připomínkování (tisková zpráva MHMP, 31. 5. 2016).

Conference bike, riksha apod.) tak může negativně ovlivňovat volný pohyb chodců a v mnoha případech přispívá i ke konfliktním a nebezpečným situacím v oblasti.

Další jevy přispívajících ke kongesci na Královské cestě jsou například větší skupiny turistů s průvodcem, různé druhy pouličních představení a akcí (např. Karlův most) nebo i samotné turistické atrakce (např. Orloj). Tyto aktivity způsobují nahuštění velkého množství lidí na poměrně malé ploše, kteří mohou svým rozsahem zcela zastavit provoz v dané oblasti. Podobný dopad má i křížení Královské cesty se silniční dopravou v oblasti vyústění Karlovy ulice na Křižovnické náměstí, kde světelný přechod způsobuje pravidelné zaplnění této oblasti, které ve vrcholné turistické sezóně zasahuje až do třetiny Karlovy ulice.

VIZUÁLNÍ A HLUKOVÉ ZNEČIŠTĚNÍ

Vizuální a hlukové znečištění je jeden z projevů neregulovaného rozvoje cestovního ruchu, který významně přispívá ke konfliktům mezi skupinami uživatelů města. Podobně jako turistická kongesce může mít i vizuální a hlukové znečištění negativní vliv na vnímání destinace a kvalitu zážitku návštěvníků. Podle Page a Hall (2003) je celková vizuální kvalita veřejného prostoru jedním ze základních kamenů podpory cestovního ruchu v historických oblastech.

Pojem vizuálního znečištění je obecně používán k popisu estetické degradace místa různými druhy komerčních aktivit, nápisů, ale i jiných k okolí necitlivých estetických aktivit a projevů (Portella, 2014). Na Královské cestě je patrná především estetická nekompatibilita komerčních nápisů, reklam, vývěsních štítů a výloh obchodů a doplňků restauračních zařízení (např. slunečních zástin). Tyto nekontrolované komerční aktivity snižují nejen estetickou hodnotu památkově chráněných budov, ale v mnoha případech i zakrývají jejich fasády či zabraňují výhledu.

Hlukové znečištění představuje zatížení prostředí hlukem. V oblasti Královské cesty se jedná především o množství různorodých zvuků, které na poměrově malé ploše mohou způsobovat psychologické zatížení návštěvníků a místních obyvatel, a to např. svou intenzitou, opakovaností, míšením či hlasitostí. Hluk je předmětem konfliktů s místními obyvateli a běžnými uživateli oblasti. V denních hodinách je předmětem sporů zejména tzv. busking, tedy pouliční produkce, v nočních hodinách je to poté provoz barů, klubů a venkovních zahrádek restaurací.

KRIMINALITA A VÝSKYT SOCIÁLNĚ-PATOLOGICKÝCH JEVŮ

Jedním z doprovodných projevů rozvoje cestovního ruchu bývá výskyt různých druhů patologických jevů v oblasti. Tyto procesy jsou velmi těžko regulovatelné a představují problém mnoha (nejen) turistických měst. Jejich původ ve většině případů nesouvisí s rozvojem cestovního ruchu samotného, ale umožňuje jejich koncentraci a šíření. Mezi nejvýznamnější projevy na Královské cestě patří zejména výskyt kapsářů, žebráků, ničení fasád domů graffiti a tagy a jiné druhy vandalství. Na pozitivní vnímání destinace pak mají dále vliv různé druhy nekalých praktik obchodníků v podobě nedostatečného informování zákazníka, či podávání nepravdivých či zavádějících informací (např. při nákupu různých druhů suvenýrů či šperků). V blízkosti Královské cesty se vyskytují různé druhy prostituce a obchod s drogami. I když se v historickém centru Prahy vyskytují některé sociálně-patologické jevy, které mohou mít negativní vliv na spokojenost návštěvníků, obecně je Praha vnímána jako destinace bezpečná.

HOMOGENIZACE NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU

Homogenizace a unifikace nabídky v destinacích cestovního ruchu je jednou z nejvíce diskutovaných témat v současné době globalizace. Na jedné straně se města snaží odlišit jedno od druhého a získat jedinečné postavení na trhu, na straně druhé se snaží návštěvníkům a uživatelům poskytnout již ověřené a známé produkty. Standardizace služeb tak umožňuje návštěvníkům lépe se orientovat a cítit se bezpečněji v neznámém prostředí. Homogenizace produktů a služeb v destinaci ale také může vést ke ztrátě lokální atraktivnosti a tím

ke ztrátě komparativní výhody oproti jiným destinacím. Na Královské cestě je patrná zejména homogenizace turistických produktů, jako jsou suvenýry, některé druhy atrakcí (muzeum voskových figurín) či některé druhy služeb (např. masáže, viz výše), ale i např. pouliční „umělecké“ produkce (živé sochy, muž s maskou koně hrající na klavír apod.).

KONFLIKT S MÍSTNÍMI OBYVATELI A DALŠÍMI UŽIVATELI MĚSTA

Spokojenost a zapojení místních obyvatel je jedním ze základních předpokladů úspěšného fungování městských turistických okrsků (viz část Lokalizace cestovního ruchu ve městech). Tento fakt je patrný i ze současného vývoje cestovního ruchu v některých západoevropských městech jako je např. Barcelona nebo Berlín, kde dochází k vytváření antituristických hnutí a veřejným protestům proti rozvoji cestovního ruchu i turistům samotným (Nový, 2013). Ačkoli v Praze nedochází k veřejným projevům rezidentů namířeným proti turistům či odvětví cestovního ruchu obecně, procesy spojené s rozvojem masového cestovního ruchu v Praze a turistifikací historického centra města významně ovlivňují kvalitu života místních obyvatel (viz výše). Jasně vymezení koncentrace cestovního ruchu a turistické aktivity v historickém centru Prahy (oblast Královské cesty) na druhou stranu umožňuje místním obyvatelům a dalším denním uživatelům města využívat specifických prostorových a časových mechanismů pohybu ve městě, jako je např. využívání méně frekventovaných ulic a průchodů nebo turisticky méně atraktivních denních hodin (více viz Dumbrovská, 2016).

ZÁVĚR A DISKUZE

Královská cesta jako jedna z nejvýznamnějších a turisticky nejatraktivnějších částí Prahy prošla od 90. let významnou proměnou. Její charakter historicky významné části města se smíšenou funkcí obchodu, moci a života obyvatel byl narušen „invazí“ služeb cestovního ruchu. Ačkoli na počátku 90. let byl rozvoj cestovního ruchu vítaným ekonomickým impulsem, který napomohl celkové regeneraci oblasti a transformaci pracovních míst, v současné době představuje v některých částech historického centra a především v oblasti Královské cesty zdroj konfliktů ve společnosti i prostoru.

Městský turistický okrsek v oblasti Královské cesty byl jasně identifikován a to především na základě koncentrace atraktivit cestovního ruchu, turisticky-orientovaných služeb a návštěvnosti. I když Královská cesta byla vymezena jako městský turistický okrsek, její funkčnost a budoucí vývoj je diskutabilní. Dlouhé období neřízeného rozvoje cestovního ruchu umožnilo téměř úplnou transformaci Královské cesty na monofunkční turistickou oblast neboli turistické ghetto (Pásková, 2009). Tento turistický okrsek tak nenaplňuje některé vztahy, které byly identifikovány jako signifikantní pro jeho úspěšný a udržitelný rozvoj (viz teoretická část). Narušen je především vztah mezi turistickým okrskem (Královskou cestou) a okolním městským prostředím. Narušení tohoto vztahu může vést, a v případě Královské cesty vede k postupné ztrátě původních hodnot destinace, tedy ztrátě jejího genia loci. Zmíněná situace může následně narušit vztah mezi místním městským turistickým okrskem a turistickými okrsky jiných měst v podobě ztráty komparativní výhody a tím i postupné ztráty celkové atraktivnosti destinace. Pokračující neřízený rozvoj cestovního ruchu a komerčních aktivit s cestovním ruchem spojených může vést v historickém centru Prahy až k nenávratným změnám v podobě ztráty turistického potenciálu destinace (efekt turistické pasti, Pásková 2009).

Vzhledem ke komplexní povaze městských turistických okrsků by měl být cestovní ruch plánován a řízen ve spojitosti s ostatními funkcemi města a být integrován do dlouhodobých strategií rozvoje města. Největšího aktéra a regulátora v současné době představuje Odbor památkové péče Magistrátu hl. m. Prahy (dále jen MHMP) a UNESCO. V roce 2013 byl Odborem památkové péče MHMP vydán manuál usměrňující možnosti umístění a vzhledu firemních označení a reklamních a informačních zařízení v historickém centru Prahy. V roce 2015 byl vydán i manuál upravující podmínky pro restaurační zahrádky. I když některé prvky úpravy směrnic pro schvalování byly již v prostoru Královské cesty patrné ve druhé polovině roku 2015 (např. tlumené barvy zástin zahrádek nebo sjednocení vývěsních štítů obchodů se suvenýry na Křižovnickém náměstí), stále je možné konstatovat, že celkově převládá množství vizuálně nekompatibilních vývěsních štítů, reklam apod. Problém historického centra je ve skutečnosti mnohem komplexnější a nespočívá pouze v přeměně či regulaci jeho estetické stránky. Základní problém spočívá v celkové nedostatečné spolupráci místních aktérů, jejich povrchním vztahu k samotné historii a dědictví oblasti a nevyspělosti z hlediska etiky podnikání.

LITERATURA

- [1] ASHWORTH, G. J., TUNBRIDGE, J. E. *The Tourist-Historic City*. London: Belhaven Press, 1990.
- [2] ASHWORTH, G. J. Questioning the Urban in Urban Tourism. In: Maciocco, G., Serreli, S. eds. *Enhancing the City: New Perspectives for Tourism and Leisure*. Urban and Landscape Perspectives, vol. 6. London, UK: Springer Science+Business Media, 2009, pp. 207-220.
- [3] BURTENSHAW, D., BATEMAN, M., ASHWORTH, G. *The European City*. London: David Fulton Publishers, 1991.
- [4] COOPER, C., MORPETH, N. The Impact of Tourism on Residential Experience in Central-eastern Europe: The Development of a New Legitimation Crisis in the Czech Republic. *Urban Studies*, 1998, vol. 35, no. 12, pp. 2253 – 2275.
- [5] ČERMÁKOVÁ, D. Podnikání migrantů v Praze: případová studie Královská cesta (Migrants' entrepreneurship in Prague: a case study of Royal Way). In: Ouředníček, M., Temelová, J. eds. *Sociální proměny pražských čtvrtí*. Praha: Academia, 2012, pp 116-135.
- [6] DARCY, S., SMALL, J. Theorizing Precincts: Disciplinary Perspectives. In Hayllar, B, Griffin, T., Edwards, D. eds. *City Spaces – Tourist Places: Urban Tourism Precincts*. Oxford: Elsevier, 2008, p. 63-92.
- [7] DUMBROVSKÁ, V. Urban tourism development in Prague: from tourist mecca to tourist ghetto. In: Bellini, N., Pasquinelli, C. eds. *Tourism in the City: Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism*. Springer International Publishing, 2016 – in press. Chapter 18.
- [8] EDWARDS, D., GRIFFIN, T., HAYLLAR, B. Urban Tourism Research: Developing an Agenda. *Annals of Tourism Research*, 2008, vol. 35, no. 4, p. 1033-1052.
- [9] GETZ, D. Planning for Tourism Business Districts. *Annals of Tourism Research*, 1993, vol. 20, no. 1, pp. 583-600.
- [10] HAYLLAR, B., GRIFFIN T. The precinct experience: a phenomenological approach. *Tourism Management*, 2005, vol. 26, p. 517-528.
- [11] HOFFMAN, L. M., MUSIL, J., Tourism and the Post-industrial City. A Great Cities Institute Working Papers. No. GCP-09-05. Great Cities Institute: University of Illinois at Chicago, 2009.
- [12] HOFFMAN, L., MUSIL, J. Culture Meets Commerce: Tourism in Postcommunist Prague. In: Judd, D. R., Fainstein, S. S. eds. *The Tourist City*. New Haven, CT, USA: University Yale Press, 1999. pp. 179-197.
- [13] HORÁK, M. Úspěch i zklamání: Demokracie a veřejná politika v Praze 1990-2000. Praha: Karolinum, 2014.
- [14] JUDD, D. R., FAINSTEIN, S. S. *The Tourist City*. New Haven: Yale University Press, 1999.
- [15] KADLECOVÁ, V., FIALOVÁ, D., (2010): Královská cesta v Praze - vizitka Česka. *Mezinárodní konference Aktuální problémy cestovního ruchu na téma "Kulturní cestovní ruch"*, VŠP Jihlava a FH Wien, Jihlava, 3 - 4. 3. 2010
- [16] KRUCZEK, Z. (2010). Between Attraction and Tourist Trap: Cultural Tourism Dilemmas in the 21 st Century. *Economic Review of Tourism*, 2010, vol. 43, no. 3, pp. 144-150.
- [17] MAITLAND, R., NEWMAN, P. Developing tourism on the fringe of central London. *International Journal of Tourism Research*, 2004, vol. 6, no. 5, pp. 339-348.
- [18] MULLINS, P. Tourism urbanization. *International Journal of Urban and Regional Research*, 1991, vol. 15, no. 3, pp. 326-342.
- [19] NOVY, J. 'Berlin Does Not Love You': Notes on Berlin's tourism controversy and its discontents. In: Bernt, M., Grell, B., Holm, A. *The Berlin reader: a compendium on urban change and activism*. Berlin: transcript Verlag, 2013. pp. 223-237.
- [20] OUŘEDNÍČEK, M., TEMELOVÁ, J. Twenty years after socialism: The transformation of Prague's inner structure. *Studia Universitatis Babes-Bolyai, Sociologia*, 2009, vol. 54, no. 1, pp. 9-30.
- [21] PÁSKOVÁ, M. Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu. Hradec Králové: GAUDEAMUS Univerzita Hradec Králové, 2009.
- [22] PAGE, S., HALL, C. M. *Managing Urban Tourism*. Michigan (USA): Prentice Hall, 2003.
- [23] PEARCE, D. G. An Integrative Framework for Urban Tourism Research. *Annals of Tourism Research*, 2001, vol. 28, no. 4, pp. 926–946.

- [24] PEARCE, G. D. Tourist districts in Paris: structure and functions. *Tourism Management*, 1998, vol. 19, no. 1, pp. 49-65.
- [25] PORTELLA, A. Visual Pollution: Advertising, Signage and Environmental Quality. Farnham (UK): Ashgate Publishing Limited, 2014.
- [26] ROCHE, M. Mega-events and micro-modernization: on the sociology of the new urban tourism. *British Journal of Sociology*, 1992, vol. 43, no. 4, pp. 563-600.
- [27] SHAW, G., WILLIAMS, A. *Critical issues in Tourism: A Geographical Perspective*. Oxford: Blackwell, 1994.
- [28] SIMPSON, F. Tourist Impact in the Historic Centre of Prague: Resident and Visitor Perceptions of the Historic Built Environment. *The Geographical Journal*, 1999, vol. 165, no. 2, pp. 173-183.
- [29] STANSFIELD, C. A. JR. & RICKERT, J. E. The Recreational Business District. *Journal of Leisure Research*, 1970, vol. 2, no. 4, pp. 213-225.
- [30] SÝKORA, L. Local urban restructuring as a mirror of globalisation processes: Prague in the 1990s. *Urban Studies*, 1994, vol. 31, no. 7, pp. 1149-1166.
- [31] ŠAUER, M., HOLEŠINSKÁ, A. Transformation of global cities – urban tourism and branding: Prague perspective. In Proceedings of the ATLAS Annual Conference London, 2012. Arnhem: ATLAS.
- [32] WEAVER, E. A model of urban tourism space in small Caribbean islands. *Geographical Review*, 1993, vol. 83, no. 2, pp. 134-140.

ZDROJE DAT A TISKOVÉ ZPRÁVY

- [33] MonumNet [databáze online]. Národní památkový ústav (NPÚ), 2016 [cit. 2016-05-15]. Dostupné z URL <<http://monumnet.npu.cz/pamfond/hledani.php>>.
- [34] *Numeri Pragenses: statistická ročenka*. ČSÚ. Praha: Městská statistická kancelář a Správa pro hl. m. Praha, 1997. Kapitola 7, Cestovní ruch, s. 101-106.
- [35] *Praha připravuje návrh nařízení omezující provoz Segway*. Tisková zpráva, MHMP [online], 31. 5. 2016 [cit. 2016-06-03]. Dostupné z URL <http://www.praha.eu/jnp/cz/o_meste/magistrat/tiskovy_servis/tiskove_zpravy/praha_pripavuje_navrh_narizeni.html>
- [36] *Statistická ročenka České a Slovenské federativní republiky*. FSÚ, ČSÚ, SŠÚ. 1. vyd. Praha: SNTL – Nakladatelství technické literatury, 1990. Kapitola 19, Cestovní ruch, s. 521-538.
- [37] *Statistická ročenka České republiky*. ČSÚ. 1. vyd. Praha: Český spisovatel, 1994. Kapitola 19, Vnitřní obchod, cestovní ruch, služby, s. 336-344.
- [38] *Veřejná databáze*. Český statistický úřad (ČSÚ), 2015 [cit. 2016-05-15]. Dostupné z URL <<https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=uzivdotaz#k=5&pvokc=100&uroven=30&w=>>>

Tento článek vznikl za finanční podpory grantového projektu GA UK č. 814116 „*Turistifikace a efekt turistické pasti: Případová studie turistického ghettá v historickém centru Prahy*“ (autor 1) a finanční podpory projektu excelence v základním výzkumu GA ČR č. P410/12/G113 „*Výzkumné centrum historické geografie*“ (autor 2)

KONTAKT

Mgr. Veronika Dumbrovská, RNDr. Dana Fialová, Ph.D.

katedra sociální geografie a regionálního rozvoje

Přírodovědecká fakulta

Univerzita Karlova v Praze

Albertov 6, 128 43 Praha

e-mail: veronika.dumbrovska@natur.cuni.cz, dana.fialova@natur.cuni.cz

MOŽNOSTI SPORTOVNÍHO VYŽITÍ PRO TĚLESNĚ POSTIŽENÉ NÁVŠTĚVNÍKY CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE

Petr Scholz
Ivica Linderová

SPORT POSSIBILITIES FOR PHYSICALLY DISABLED TOURISM VISITORS IN THE CZECH REPUBLIC

ABSTRAKT

Příspěvek se zabývá bezbariérovostí objektů sportovně-rekreačních zařízení při účasti osob s tělesným postižením na cestovním ruchu. Cílem příspěvku je analyzovat možnosti sportovního vyžití pro tyto osoby v České republice.

V souvislosti s bezbariérovostí a cestovním ruchem řeší příspěvek vztah sociálního a přístupného cestovního ruchu. Zabývá se vymezením tělesného postižení a požadavky osob s omezenou schopností pohybu při účasti na cestovním ruchu. Podrobněji pak analyzuje jejich možnosti aktivního trávení volného času při účasti na cestovním ruchu v České republice, přitom se zaměřuje zejména na sportovně-rekreační vyžití.

Klíčová slova: aktivní dovolená, přístupnost, zdravotní postižení

ABSTRACT

The article deals with accessibility of sport facilities for physically disabled tourism visitors. The aim of the paper is to analyse sport possibilities for them in the Czech Republic.

In the context of the accessibility and tourism, the article focuses on a social and accessible tourism. It informs about disability and requirements of disabled tourism visitors. In great detail the paper speaks about possibilities of active leisure.

Keywords: accessibility, active holidays, disability

ÚVOD

Tělesně postižené návštěvníky řadíme v cestovním ruchu do širší cílové skupiny, tedy k návštěvníkům se zdravotním postižením. Obecně se jedná o osoby, které jsou při účasti na cestovním ruchu znevýhodněny díky svému zdravotnímu stavu. V praxi se často potýkají s různými překážkami. Nejčastěji se jedná o architektonické bariéry v podobě schodů, obrubníků, neupraveného a nevhodného terénu apod. Časté jsou však také tzv. společenské bariéry, které souvisí s problematikou komunikace a přístupu k této cílové skupině.

Tělesně postižení návštěvníci mají stejná práva účastnit se cestovního ruchu a aktivně trávit svojí dovolenou jako všichni ostatní. Mají zájem o aktivní trávení volného času. Chtějí tedy využívat sportovně-rekreačních zařízení, provozovat turistiku, cykloturistiku nebo různé sporty. Aby byla jejich práva zajištěna, je potřeba debarierizovat a přizpůsobit přírodní prostředí a budovy sportovně-rekreačních zařízení jejich požadavkům.

1. TEORETICKÁ VÝCHODISKA

Tělesně postižené osoby řadíme k návštěvníkům cestovního ruchu se zdravotním postižením. Jedná se o specifickou cílovou skupinu, již se zabývá sociální cestovní ruch.

Přitom sociální cestovní ruch zahrnuje poskytování služeb osobám, které jsou z jistých důvodů při účasti na cestovním ruchu společností znevýhodněné. Jedná se tedy o zdravotně postižené osoby, seniory, rodiny s nízkými příjmy a mládež. Zároveň je důležité, aby existoval systém podpory sociálního cestovního ruchu ze strany státu ve formě normativních předpisů. Nejedná se jen o finanční podporu, ale i o tvorbu prostředí vhodného pro všechny návštěvníky v cestovním ruchu např. bezbariérové prostředí, vhodné volnočasové aktivity apod. Sociální cestovní ruch je ve veřejném zájmu, který se týká všech občanů státu a návštěvníků v domácím a příjezdovém cestovním ruchu. Představuje společenský zájem o uspokojování potřeb v cestovním ruchu, jakož i provádění práva jednotlivce účastnit se cestovního ruchu a jeho práva přístupu k objevování a potěšení ze zdrojů naší planety. Sociální cestovní ruch má sociálně znevýhodněným vrstvám obyvatelstva umožnit přístup ke kulturně-historickému a přírodnímu dědictví, má podporovat vzdělávání zaměstnanců podniků a organizací cestovního ruchu při poskytování služeb sociálního cestovního ruchu, umožňovat rozvoj materiálně-technických předpokladů, tedy podporovat tvorbu a budování zařízení sociálního cestovního ruchu, a to při respektování podmínek udržitelného rozvoje.

Někteří autoři, např. Higgins-Desbiolles (2006), McCabe (2009), Minnaert, Maitland a Miller (2009) chápou sociální cestovní ruch jako nástroj zvyšování kvality života osob se zdravotním postižením a zdůrazňují pozitivní dopad účasti na cestovním ruchu na obnovu fyzických a duševních sil (Linderová, 2015).

Jednotliví autoři v souvislosti se sociálním cestovním ruchem zdůrazňují (McCabe, Johnson, 2013):

- transformaci možností sociálního cítění do cestovního ruchu (Higgins-Desbiolles, 2006),
- rovnost přístupu a možnosti účasti na cestovním ruchu pro všechny (Minnaert, Quinn, Griffen & Stacey, 2010),
- sociální, individuální ale také ekonomické výhody pro účastníky i pro destinaci, které vyplývají z účasti na sociálním cestovním ruchu (Minnaert, Maitland, & Miller, 2009).

Pokud se tedy chceme zabývat potřebami zdravotně postižených osob při účasti na cestovním ruchu, je vhodnější mluvit o tzv. přístupném cestovním ruchu.

1.1 PŘÍSTUPNÝ CESTOVNÍ RUCH

Přístupný cestovní ruch je součástí sociálního cestovního ruchu. Jeho cílem ale není tvorba specializovaných a odčleněných služeb pro osoby se zdravotním postižením, ale jejich úplná integrace do života společnosti. Na úrovni Evropské unie by se tedy mělo jednat o spojení obchodně-podnikatelských aspektů politiky cestovního ruchu s aspekty sociální politiky založené na dodržování základních lidských práv podle OSN. Na evropské i národní úrovni by měly být podporovány cíle a nástroje k dosažení alespoň částečné debarierizace cestovního ruchu (Leidner, 2006).

Přístupný cestovní ruch je tedy druhem cestovního ruchu, který zahrnuje spolupráci všech zainteresovaných subjektů a umožňuje osobám se zdravotním postižením a omezenou schopností pohybu a orientace fungovat samostatně, důstojně a využívat produkty a služby cestovního ruchu ve stejném rozsahu jako jiným návštěvníkům (UNWTO, 2013).

Přístupný cestovní ruch obsahuje veškeré podněty, které zvyšují přístupnost destinací cestovního ruchu, zařízení a služeb a umožňují všem potenciálním zákazníkům jejich pohodlné a bezpečné (vy)užívání, bez závislosti na cizí pomoci či bez nutnosti dodatečných úprav. Přístupnost je často omezována na osoby se zdravotním postižením, ve skutečnosti však má širší rozměr. Vyjadřuje možnost všech návštěvníků (s různými potřebami a schopnostmi) destinace cestovního ruchu mít jednoduchý přístup k zařízením, dopravě, informacím, komunikaci, atrakcím a jiným službám, aktivně se zapojit do programů a akcí pro návštěvníky a mít z nich prospěch. Odráží se v ní také kompetence personálu, zejména schopnost reagovat na specifické potřeby návštěvníků. Podporuje začleňování osob se specifickými potřebami do cestovního ruchu a do života společnosti. Musí proto pronikat do všech sektorů cestovního ruchu a nesmí být řešena pouze jako okrajová záležitost (netzp.cz).

S cestováním zdravotně postižených osob úzce souvisí debarierizace. Bariéry lze definovat jako překážky, se kterými se jednotlivé osoby setkávají při účasti na cestovním ruchu nebo při snaze o získání zážitku z cestování (McGuire 1984, In ESCAP, 2003).

Smith (1987) a Smith & Austin (1991) vytvořili kategorizaci překážek, kterým čelí osoby se zdravotním postižením v průběhu cestování. Tyto překážky rozčlenili na bariéry vnitřní, bariéry životního prostředí a bariéry komunikace. Vnitřní překážky odráží fyzické, kognitivní a psychické fungování jednotlivce. Mohou přímo souviset se specifickým postižením dané osoby, ale mohou být také důsledkem nedostatku poznatků o možnostech trávení volného času při účasti na cestovním ruchu, důsledkem neefektivních sociálních dovedností, fyzické, či psychické závislosti na asistentu. Bariéry životního prostředí jsou vnějšími faktory a zahrnují postoje vůči zdravotně postiženým osobám, architektonické bariéry, finanční překážky, nepřizpůsobenou dopravu apod. Komunikační bariéry vyplývají z interakce jednotlivců a jejich sociálního prostředí (ESCAP, 2003).

Jiný pohled na přístupnost nabízí evropský projekt „Athena na cestách“, který rozlišuje informační, ekonomickou a technickou přístupnost. Důležitý je dostatek přístupných informací, na základě kterých může zdravotně postižená osoba učinit rozhodnutí o účasti na cestovním ruchu a o návštěvě destinace. Tyto informace by měly být šířeny v přístupných formátech různými komunikačními kanály. V této souvislosti je také podstatné zavedení jednotných standardů pro posuzování přístupnosti a schopnost vyhovět specifickým potřebám a nabídnout odpovídající službu. Ekonomická přístupnost předpokládá možnost výběru služeb v odpovídající cenové hladině a výšku plateb za služby stejnou pro všechny skupiny návštěvníků bez ohledu na postižení. Znamená to, že specifické služby související se zdravotním postižením nebudou účtovány za příplatky nebo se zvýšenou sazbou. Technická přístupnost zahrnuje bezbariérovou dopravu a dopravní infrastrukturu, architektonicky přístupné řešení budov a vybavení podniků cestovního ruchu (nrzp.cz).

V souvislosti s debarierizací prostředí se objevuje pojem tzv. design pro všechny neboli univerzální design. Tento pojem zahrnuje tvorbu takových produktů a prostředí, které budou využitelné pro všechny bez rozdílu v co největší možné míře bez nutnosti dalších úprav. Koncept univerzálního designu cílí na všechny věkové kategorie, na osoby trpící různými druhy postižení či omezení (Darcy & Buhalis, 2011).

1.2 NÁVŠTĚVNÍCI S TĚLESNÝM POSTIŽENÍM A JEJICH POŽADAVKY

Zdravotní postižení můžeme definovat jako omezení možností účastnit se života společnosti na stejné úrovni jako ostatní, a to kvůli architektonickým nebo společenským bariérám (Shaw, Coles, 2004).

Podle Novosada (2011) se jedná o situaci, kdy je porušena, omezena či znemožněna, tzn. postižena nějaká funkce, schopnost nebo výkon v nějaké činnosti, primárně odkazuje jak na poruchu, orgánovou vadu a omezenou schopnost, tak na vliv tohoto omezení na život jedince. Jedná se o poruchy chování obvyklým způsobem např. v osobní péči schopnost umýt se nebo krmit sám sebe, při výkonu každodenních činností či pohybových aktivit, tedy při chůzi (WHO, 1980).

K osobám se zdravotním postižením řadíme, dle Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO, World Tourism Organization), osoby s dlouhodobým tělesným, duševním, intelektuálním či smyslovým postižením. Tělesné postižení představuje vady nebo poškození pohybového a nosného systému, tj. kostí, kloubů, šlach, svalů, cévního a nervového systému, pokud se projevují porušenou hybností (mobilitou). Pohybové poškození může vznikat na základě dědičnosti, nemoci či úrazem a za příčiny mohou být považovány vnitřní faktory a vnější vlivy (Renotírová, 2006). Vítková (1998) klasifikuje pohybové vady na obrny centrální a periferní (např. dětská mozková obrna), deformace, malformace a amputace.

Buřvalová a Reitmayerová (2007) chápou tělesné postižení jako pohybový defekt ve smyslu funkčního omezení, tj. něco oproti normě nefunguje, nebo jako tělesnou deformaci ve smyslu estetického postižení, tj. něco, co není příliš pozitivně přijímáno ostatními. Pohybové postižení můžeme dělit na lehké, kdy osoba je schopna samostatného pohybu, středně těžké, kdy je pohyb uskutečněn za pomoci ortopedických pomůcek a těžké, kdy osoba není schopna se samostatně pohybovat. Filipiová (1998) rozděluje druhy tělesného postižení do čtyř kategorií (tab. 1).

Tabulka 1: Kategorie tělesného postižení dle užívaných pomůcek

1. kategorie lehčí tělesné postižení	a) osoby používají francouzské hole b) následek úrazu, opotřebení kloubů
2. kategorie střední tělesné postižení	a) francouzské hole, ortopedicko-protetické pomůcky (dlahy, ortézy) b) objevují se potíže s chůzí, problém při vstávání, chůze do schodů
3. kategorie těžké tělesné postižení (vozíčkáři)	a) lidé, kteří nedokážou dlouho stát; prodělali amputaci dolních končetin; starší osoby b) osoby trvale upoutané na vozík; jen ojediněle potřebují pomoc druhé osoby c) osoby upoutané na vozík; v některých situacích potřebují asistenci druhé osoby d) osoby upoutané na vozík; nutná asistence 24 hodin denně e) osoby upoutané na elektronický vozík
4. kategorie velmi těžké tělesné postižení	nemoc se projevuje pozvolna a prochází postupně všemi výše uvedenými kategoriemi

Zdroj: Zpracováno podle Filipiové (1998).

Tělesné postižení je možné klasifikovat dle závažnosti i na základě popisu konkrétní vady (tab. 2).

Tabulka 2: Stupně tělesného postižení dle závažnosti

Stupeň postižení	Stručný popis	
lehké	stavy po operacích pohybového aparátu	výměny kloubů, operace plotýnek, omezení může být dočasné nebo trvalé
středně těžké	amputace	ztráta části těla v důsledku úrazu či chirurgického zákroku, dle rozsahu: lehké ale i těžké postižení, možná protéza
	deformity	trvalá změna tvaru orgánu či chybění části těla, většinou vrozené
	dystrofie	genetické postižení svalstva, ochabnutí až úplná ztráta hybnosti
	osteoporóza	řídnutí kostní tkáně
těžké	hemiplegie	úplné ochrnutí jedné poloviny těla (vertikálně)
	hemiparéza	částečné ochrnutí jedné poloviny těla (vertikálně)
	paraplegie	úplné ochrnutí dolních končetin
	paraparéza	částečné funkční ochrnutí dolních končetin
	tetraplegie	úplné ochrnutí dolních končetin a částečné či úplné ochrnutí horních končetin
dětská mozková obrna		poškození mozku v raném stádiu vývoje, důsledkem jsou hlavně poruchy hybnosti

Zdroj: Tělesné postižení. Práce OZP [online]. Praha [cit. 2016-03-14].

Dostupné z <http://www.praceozp.cz/content/t-lesn-posti-en>

V České republice žije dle zjištění Českého statistického úřadu 54 831 osob s tělesným postižením (údaj k roku 2013). Tyto osoby tvoří 36 % všech zdravotně postižených v zemi. Oproti roku 2007, kdy podíl tělesného postižení na zdravotním postižení byl 29 %, se jedná o nárůst.

Ke specifickým požadavkům tělesně postižených osob při účasti na cestovním ruchu, patří především (Linderová, 2012; UNWTO, 2013):

- parkoviště (parkovací místa s označením možnosti stání pro osoby na invalidním vozíku),
- komunikační nástroje, např. využívání znakové řeči pracovníky podniků cestovního ruchu či informačních center, informační brožury v písmu Braille, přizpůsobené telefony (např. větší tlačítka), fax, internet,
- osobní automobily k nájmu, autobusy, taxi, tramvaje, vlaky, lanovky apod. upraveny v souladu s požadavky bezpečnosti, pohodlí a rovnocenných možností přepravy,
- bezbariérové nádraží (přístup zabezpečen rampou nebo výtahem, výtahem mezi jednotlivými nástupišti, informace poskytované vizuálně i akustickou formou),
- bezbariérový vstup do objektu a jeho částí, a to za pomoci nájezdové rampy nebo vstupu přímo z chodníku, výtahů atd.,
- možnost bezpečného a pohodlného pohybu uvnitř objektů (výtahy, rampy),
- bezbariérová sociální zařízení ve všech zařízeních,
- ubytovací zařízení (bezbariérový vstup, pokoje, možnost využívání doplňkových služeb),
- pohostinská zařízení (bezbariérový vstup, možnost pohodlného pohybu uvnitř zařízení a stolování, bezbariérové toalety),
- kulturní zařízení jako muzea, kina, divadla (bezbariérový přístup ke kulturním aktivitám),
- sportovní zařízení (bezbariérový přístup na stadiony, sportoviště, k bazénům apod.),
- přírodní prostředí (bezbariérové turistické trasy, cyklotrasy, naučné stezky apod.),
- přístup personálu ke zdravotně postiženým osobám.

Přístupnost představuje možnosti snadnějšího vstupu a užívání budov, venkovních ploch a dalších zařízení nezávisle na sobě, aniž by bylo nutné zvláštní úpravy. Získávání informací o bezbariérovosti konkrétních objektů je však mnohdy obtížné z důvodu neexistence komplexních informačních portálů.

K tomu, aby bylo dosaženo rovnocenných možností účasti na cestovním ruchu také pro osoby s tělesným postižením, je potřeba zajistit možnost bezbariérové veřejné i soukromé dopravy v destinaci, existenci nabídky bezbariérových ubytovacích a pohostinských zařízení a v neposlední řadě přístupnost atraktivit cestovního ruchu v území (Leidner, 2006).

2. CÍL A METODIKA ZKOUMÁNÍ

Cílem příspěvku je analyzovat možnosti sportovního vyžití pro osoby s tělesným postižením v České republice. Je potřeba si uvědomit, že osoba na invalidním vozíku nebo osoba s omezenou schopností orientace může být při účasti na cestovním ruchu pasivním i aktivním účastníkem. Z tohoto důvodu jsme se v příspěvku zaměřili na sportovně-rekreační zařízení a také přírodní prostředí, kde je možné provozovat venkovní sporty. Ze sportovně-rekreačních zařízení nás zajímala zejména přístupnost zařízení ke koupání, tj. aquaparků, koupališť, bazénů, dále přístupnost sportovních stadionů, kde jsme řešili zejména možnost sledování sportovních utkání. V jednotlivých krajích jsme sledovali bezbariérová řešení u sportovních areálů. Do této kategorie jsme zařadili multifunkční sportovní centra, tenisové a squashové kurty, jezdecké areály, golfové hřiště, paint-ballová hřiště apod.

Zajímala nás i možnost využití tras vedoucích přírodou, jako jsou turistické trasy, naučné stezky, cyklotrasy. Také jsme se zabývali možnostmi návštěvy jeskyň, či specifických aktivit v přírodě např. možností plavby po Baťově kanálu.

Při řešení dané problematiky jsme vycházeli z primárních i sekundárních zdrojů dat. Sekundárními zdroji dat byly webové portály jednotlivých krajů České republiky, specializované webové portály (např. vozejkmap.cz, jedemetaky.cz, disway.org), elektroničtí průvodci bezbariérovými trasami (např. Bezbariérový průvodce Královéhradeckým krajem, Broumovsko – 6 tras pro vozíčkáře), informační brožury různých projektů bez bariér (např. Krkonoše bez bariér, Šumava bez bariér), informace poskytované turistickými informačními centry apod. Primární zdroje dat jsme získali analýzou situace v terénu. V případě chybějících informací byla provedena osobní návštěva a následně byla posouzena přístupnost pro osoby na invalidním vozíku. Průzkum probíhal v letech 2013 až 2015.

3. VÝSLEDKY A DISKUSE

Domluva OSN (Organizace spojených národů) o právech osob se zdravotním postižením upozorňuje na fakt, že osoby s jakýmkoli postižením mají stejná práva při uspokojování svých potřeb jako ostatní. V článku 30 „Participace na kulturním životě, rekreaci, sportu a aktivitách volného času“ OSN zdůrazňuje využívání nástrojů, které umožní zdravotně postiženým osobám plnohodnotnou účast na sportovních aktivitách, rekreaci a cestovním ruchu (UNWTO, 2015).

Zdravotně postižené osoby považují sport čím dále více za faktor normalizace. Sport a pohyb jsou neoddělitelnou součástí cestovního ruchu. Sportovně-rekreační zařízení jako jsou aquaparky, koupaliště, sportovní haly, sportovní areály, dále stadiony apod. by měly být budovány nebo rekonstruovány v souladu s univerzálním designem.

Osoby s tělesným postižením by také měly mít možnosti návštěvy přírodních atraktivit, jako jsou jeskyně, vodopády apod. Měly by mít také možnost využít naučných stezek, turistických tras, či cyklotras.

3.1 PŘÍRODNÍ ATRAKTIVITY

Česká republika disponuje mnoha přírodními atraktivitami. Nachází se zde 4 národní parky (dále jen NP) a 26 chráněných krajinných oblastí (dále jen CHKO). Pro tělesně postižené návštěvníky je podstatná možnost přístupu k sportovně-rekreačním službám a také možnost trávení volného času v přírodním prostředí, tedy možnost využití naučných tras, cyklotras apod. Je proto potřeba dbát na upravený a vhodný povrch těchto tras. Ne všechny takové trasy je možné přizpůsobit. V případě lesních stezek, či vysokého převýšení je přizpůsobení pro invalidní vozík náročné, někdy dokonce nemožné. Vhodná je však asfaltová nebo štěrková úprava povrchu. Problémem pro vozíčkáře bývá i zámecká dlažba u tras historickými centry měst, prudké stoupání nebo klesání apod. V blízkosti tras by mělo být zajištěno parkování, možnost občerstvení přístupné i pro invalidní vozíky a v neposlední řadě bezbariérové toalety.

Tělesně postižené osoby mají možnost navštívit několik přizpůsobených pěších tras, cyklotras, naučných stezek apod. Přitom nejlepší zázemí poskytují NP Šumava, NP Krkonoše a CHKO Český ráj.

Obrázek 1: NP Krkonoše
na naučné stezce Chalupská slat'



Zdroj: turistika.cz [cit. 2016-21-04]

Obrázek 2:
NP Šumava – povalový chodník



Zdroj:
naucnoustezkou.cz [cit. 2016-21-04]

V České republice bylo realizováno několik projektů debarierizace přírodního prostředí např. Krkonoše bez bariér, Beskydy bez bariér, Cestujeme bez bariér na Šumavě a v Bavorském lese apod. Zjistit přesný počet bezbariérových naučných, pěších či cyklistických tras je náročné. V praxi neexistuje přesná evidence. Některé oblasti mají dané trasy značené piktogramy pro vozíčkáře, disponují informačními brožurami, jinde poskytuje doporučení turistické informační centrum, někdy informace o vhodnosti jednotlivých tras zcela chybí.

Kromě turistických tras a cyklotras jsou v některých krajích České republiky zpřístupněny také jeskyně (Jihomoravský, Olomoucký), vodní plochy (Jihomoravský, Zlínský), lyžařské trasy (Olomoucký, Liberecký, Jihočeský) a vývěry minerálních pramenů (Karlovarský).

Tabulka 3: Bezbariérové trasy a přírodní atraktivita v České republice dle krajů

Atraktivita	Počet tras	Poznámka
Jihočeský		
naučné stezky	10	NP Šumava
turistické trasy	10	CHKO Třeboňsko, Český Krumlov, Lipno
cyklotrasy	1	Frymburk – Lipno nad Vltavou
lyžařské trasy	1	Skiareál Lipno
Plzeňský		
naučné stezky	37	2 přístupné pouze s doprovodem
cyklotrasy	-	není informace o bezbariérovosti
Karlovarský		
naučné stezky	6	CHKO Slavkovský les (2)
vývěry minerálních pramenů	35	Františkovy Lázně (11), Karlovy Vary (11), Lázně Kynžvart (2), Mariánské Lázně (11)
přírodní lanové centrum	1	Sv. Linhart
Ústecký		
turistické trasy	11	NP České Švýcarsko (6), CHKO České Středohoří (5)
cyklostezky	6	NP České Švýcarsko (4), CHKO Labské pískovce (2)
Liberecký		
turistické trasy	43	CHKO Lužické hory (8), CHKO Jizerské hory (15), CHKO Český ráj (20)
lyžařské trasy	3	Ski areál Bedřichov, Ski areál Tanvaldský Špičák, Ski areál Javorník
Královehradecký		
turistické trasy	28	NP Krkonoše (10), CHKO Český ráj (2), CHKO Orlické hory (2), CHKO Broumovsko (6)
naučné stezky	5	CHKO Orlické hory
cyklotrasy	13	celková délka: 52,2 km
Pardubický		
turistické trasy	1	CHKO Orlické hory, CHKO Železné hory
naučné stezky	8	2 přístupné pouze s doprovodem
cyklotrasy	31	celková délka: 99,4 km
Středočeský		
turistické trasy	3	CHKO Český kras, CHKO Blaník, CHKO Kokořínsko, CHKO Křivoklátsko*
cyklotrasy	6	
Praha		
prohlídkové trasy městem	10	např. Vyšehrad, Starým městem k Josefovu
cyklotrasy	3	Praha-Klečany (1,7 km), Podolí-Zbraslav (10,9 km), Vltavská magistrála (10 km)
Vysočina		
naučné stezky	13	CHKO Žďárské vrchy
cyklotrasy	5	
Jihomoravský		
naučné stezky	12	CHKO Pálava, Lednicko-Valtický areál
cyklotrasy	6	NP Podyjí, CHKO Pálava
jeskyně	4	CHKO Moravský kras
Zlínský		
naučné stezky	4	CHKO Beskydy, CHKO Bílé Karpaty
lodní doprava	1	Baťův kanál (4 nástupní mola)
lyžařské trasy	2	Ski areál Razula, Ski areál Troják

*vyjma stezek CHKO Český ráj, které jsou uváděny u Libereckého kraje

Zdroj: Vlastní zpracování, 2016.

Tabulka 3: Bezbariérové trasy v České republice dle krajů – pokračování

Atraktivita	Počet tras	Poznámka
Olomoucký		
naučné stezky	8	CHKO Jeseníky, CHKO Litovelské Pomoraví
solné jeskyně	5	
jeskyně	1	Jeskyně na Špičáku (220 m)
lyžařské trasy	5	Ski areály Kareš, Ramzová, Petříkov, Kraličák, Kladky
Moravskoslezský		
turistické trasy	31	CHKO Beskydy (16), CHKO Jeseníky (5)
naučné stezky	16	CHKO Poodří (5), CHKO Beskydy (9)
cyklotrasy	17	CHKO Poodří (1), CHKO Beskydy (8), CHKO Jeseníky (2)

Zdroj: Vlastní zpracování, 2016.

V Jihočeském kraji je k dispozici několik bezbariérových tras a naučných stezek, které mohou osoby s omezenou schopností pohybu využít. V CHKO Třeboňsko se nachází dvě takové trasy, a to 3,6 km dlouhá naučná stezka „Zdraví“ a 24 km dlouhá naučná stezka „Krajem Emy Destinové“, kde je možné navštívit také restauraci přístupnou pro tělesně postižené osoby. Město Třeboň dokonce vydalo v roce 2012 bezbariérovou mapu, kde jsou srozumitelným způsobem znázorněny bezbariérové trasy na jeho území. V Českém Krumlově je známo 7 tras zdolatelných invalidním vozíkem. U některých je také možnost parkování, občerstvení a využití toalety. Také „Stezka korunami stromů“ na Lipně je bezbariérová. Poslední patro je pro tělesně postižené návštěvníky dostupné pomocí plošiny. Jediná známá cyklostezka s možností pohybu vozíčkářů vede mezi Frymburkem a Lipnem nad Vltavou po levém břehu Lipenského jezera a měří 11,3 km. Vyznačuje se asfaltovým povrchem a je 3 m široká. Na trase jsou čtyři odpočívadla s lavičkami, počítá se i s instalací provazového zábradlí. Lyžaři mohou využít půjčovnu provozovanou Intersport Rent a sjezdovky Skiareálu Lipno. Areál poskytuje služby jako lyžování na monoski se stabilizátory, lyžování s instruktorem pro zdravotně postižené osoby, speciální sportovní vozík s lyžičkami. K lyžování je možné si zapůjčit handsfree sady pro snadnou komunikaci. Bezbariérově přístupná je také bobová dráha.

Na území Jihočeského a Plzeňského kraje se rozkládá NP Šumava. Je protkán hustou sítí turistických cest, přičemž nabízí kolem 500 km značených tras a řadu naučných stezek. Pro osoby na invalidním vozíku je v současnosti připravených 10 bezbariérových tras. Jejich reliéf je většinou rovinný s pevným povrchem. Některé trasy jsou pro vozíčkáře dostupné s doprovodem např. „Chalupská slát“, kde je sice povrch tvořen hrubším asfaltem, ale stezka ústí na dřevěný poválkový chodník, nebo „Boubínský prales“, kde 4 km dlouhá zpevněná lesní cesta (štěrk, asfalt) je poměrně náročná a doporučuje se dvoučlenná asistence. Bez asistence je přístupná a pro vozíčkáře pohodlná trasa „Schwarzenberský plavební kanál“ se šterkopiskovým povrchem a rovinným charakterem trasy. Všechny 10 tras disponuje bezbariérovou toaletou.

Na území Plzeňského kraje se nachází CHKO Český les a CHKO Křivoklátsko. V kraji je evidováno 37 naučných stezek, které lze označit jako bezbariérové. Jedná se celkem o cca 274 km. Přitom dvě ze stezek (Vývoj přírody a Chonovice) jsou dostupné s doprovodem. Trasa s názvem „Plzeň město piva“, která je publikována jako součást série bezbariérových tras Českou republikou, vede historickou částí města Plzeň známé především plzeňským pivovarem a Škodovkou. Trasa je dlouhá 3,5 km a vede po rovné dlažbě, nájezdy a sjezdy z chodníků jsou mírné. Během cesty je možné využít několik bezbariérových WC a občerstvení. Tato trasa je vhodná pro pohybově postižené osoby bez pomoci asistentů.

Karlovarský kraj je známý především díky tzv. Lázeňskému trojúhelníku. Většina pavilonů minerálních pramenů je dostupná i pro tělesně postižené osoby. Některé vývěry pramenů jsou dostupné jen s doprovodem kvůli potřebě překonat několik schodů, např. Glauber I, II a III a Luisin pramen ve Františkových Lázních, Ambrožův a Rudolfův pramen v Mariánských Lázních. Vývěry pramenů v Karlových Varech jsou bezbariérově dostupné všechny. Bezbariérový přístup nabízí přírodní lanové centrum Sv. Linhart, kde je vytvořena stezka v korunách

stromů. V kraji se rozprostírá CHKO Slavkovský les, kudy prochází dvě naučné stezky – „Kladská“ (1,9 km) a „Smradůch“ (0,76 km). Obě stezky vedou po vyvýšených dřevěných chodnících. Dále se v Karlovarském kraji nachází botanická stezka „Sokolov“ (asfaltové chodníky), naučná stezka „Božídarské rašeliniště“ a naučná stezka „SOOS“. Bezbariérová je také trasa z Jenišova do Chodova.

Na území Ústeckého kraje leží NP České Švýcarsko a CHKO České Středohoří a Labské pískovce. V NP České Švýcarsko je ze 42 turistických tras přístupných pro tělesně postižené šest (např. „Olešský rybník“). Kromě toho jsou bezbariérově upraveny čtyři cyklostezky. Jedná se převážně o asfaltové cesty, které se hodí nejen pro invalidní vozíky, ale také pro handbike. V CHKO Labské pískovce jsou zpřístupněny dvě naučné stezky („Tiské stěny“ a „Úhošť“). CHKO České Středohoří spravuje pět turistických stezek. Ani jedna z nich není vhodná pro osoby na invalidním vozíku, neboť vedou po lesních cestách s vystupujícími kořeny stromů a kameny.

Liberecký kraj disponuje také několika bezbariérovými trasami. V CHKO Lužické hory je zpřístupněných osm tras, které jsou sjízdné na invalidním vozíku. CHKO Jizerské hory umožňuje využít 15 tras vhodných pro tělesně postižené osoby (např. „Na hráz Josefodolské přehrady“). Na území Libereckého kraje se rozprostírá také CHKO Český ráj. Na odstranění bariér a poskytnutí informací o dostupnosti tras se podílelo sdružení Český ráj ve spolupráci s občanským sdružením Sportem proti bariérám – Český ráj. Výsledkem je projekt „Český ráj bez bariér“, jehož hlavním cílem je poskytovat kvalitní informace o dostupnosti turistické nabídky v oblasti. V oblasti se koná také dálkový pochod Praha – Prčice. Pro vozíčkáře je připravena trasa Miličín – Prčice (13 km). V Českém ráji je celkově zpřístupněno 20 bezbariérových tras. Lyžování na monoski umožňují lyžařské areály Bedřichov, Tanvaldský Špičák a Javorník.

Na území Libereckého a Královehradeckého kraje zasahuje NP Krkonoše. Ten disponuje 10 bezbariérovými turistickými trasami, které byly vytipovány v rámci projektů Krkonoše bez bariér a Krkonoše pro všechny. Trasy jsou dle obtížnosti barevně odlišeny - modrá značí nejlehčí trasu, i pro méně fyzicky zdatné osoby, červená trasa je středně obtížná a je doporučován doprovod a černá trasa je nejobtížnější a je vhodná pro velmi fyzicky zdatné uživatele vozíků, přičemž je nutný doprovod. Červeně je označena např. trasa z Pece pod Sněžkou do Obřího dolu nebo trasa ze Špindlerova mlýna do Dolu Bílého Labe. Všechny tyto trasy poskytují možnost občerstvení.

Další bezbariérové trasy Královehradeckého kraje se nacházejí v CHKO Český ráj, např. trasa z Jičína na Valdštejnskou lóži. CHKO Orlické hory disponuje dvěma bezbariérovými turistickými trasami a jednou naučnou stezkou vhodnou i pro vozíčkáře. CHKO Broumovsko disponuje 6 bezbariérovými turistickými trasami. Zajímavá je 2,4 km dlouhá trasa „Skalní město Adršpach“. Ta má převážně štěrkový povrch s nutností překonat dřevěné mosty a na trase je k dispozici bezbariérová toaleta. Mimo lokalit CHKO se nacházejí bezbariérové značené turistické stezky v Kladském pomezí (2) a v okolí Hradce Králové (3). V kraji se nachází naučné stezky – „Pohádková stezka v královehradeckých městských lesích“, „Procházka sluneční soustavou aneb Planetární stezka v Hradci Králové, Chlum a Les Chlum a okolí.

Pardubický kraj disponuje 8 naučnými stezkami, z nich dvě jsou dostupné pouze s doprovodem. Zajímavá je 1,5 km dlouhá stezka „Od renesance k baroku“ v Moravské Třebové. Cyklotrasa se v kraji nachází 31. Zajímavá 33,8 km dlouhá turistická trasa vede z Chocně přes Ústí nad Orlicí do Letohradu.

Středočeský kraj je bohatý na přírodní atraktivity. Nachází se zde několik chráněných krajinných oblastí, a sice Český kras, Český ráj, Bláník, Kokořínsko a Křivoklátsko. Nejlépe je pro návštěvu tělesně postižených osob připraven Český ráj (viz výše). V CHKO Kokořínsko vede Máchova cesta, která je ale náročná a přístupná pouze s doprovodem. V Nymburku sídlí občanské sdružení Labská stezka o. s. Nymburk, jehož cílem je mapovat bariéry na Labské cyklotrase, postupně je odstraňovat a přizpůsobit stezky zdravotně postiženým osobám. Mottem je „Labská cyklotrasa - od pramene k moři - napříč Evropou - bez bariér.“ Možnosti občerstvení na trase a bezbariérové toalety na trase jsou dost omezené. Pro osoby na vozíčku byly zatím přizpůsobeny 3 úseky v oblasti Středočeského kraje, a to úsek Nymburk – Poděbrady (18 km), Roudnice nad Labem – Mělník (19 km) a Kostelec nad Labem – lázně Toušeň (26 km). Další cyklostezkou je trasa Trhový Štěpánov – Rehabilitační ústav Kladruby – Tehov, také Kladenská cyklostezka Praha – Hostivice – Kyšice, cyklostezka Rakovník – Pavlíkov, cyklostezka Zeleneč – Lázně Toušeň, jejímž cílem je propojit Prahu s Labskou cyklostezkou.

Turistické trasy v Praze jsou součástí projektu „Prague city line – Prahou bez bariér“, jehož cílem je zajistit bezbariérové cestování po Praze a poskytnout vozíčkářům dostatek informací. V rámci projektu byl vytvořen průvodce obsahující 10 tras navržených a osobně prověřených lidmi na vozíku. Trasy jsou odstupňovány dle náročnosti – lehká („Petřínskými sady“), středně náročná („Starým městem k Josefově“), náročná („Z Pohořelce na Pražský hrad a do Chotkových sadů“). V Praze se dále nachází tři přístupné cyklotrasy.

Krajem Vysočina prochází 13 naučných stezek vhodných pro tělesně postižené osoby. Jedná se např. o naučnou stezku „Po stavebních slozích“ v Pelhřimově, „Po stopách poznání a historie“ v Třebíči aj. K dispozici pro osoby s omezenou schopností orientace je také pět cyklotras. Zajímavá je např. cyklotrasa „Telč – Roštejn“, kde lze část trasy absolvovat po asfaltové cestě nebo dálková cyklotrasa „Jihlava – Třebíč – Raabs“, kde jsou také některé úseky dobře dostupné pro osoby s omezenou schopností pohybu. Zajímavá je aplikace livetouring.com, která umožňuje vyhledání turistických tras, cyklotras a lyžařských areálů v rámci celé České republiky. Trasy je možné virtuálně projet a tělesně postižená osoba se tedy může rozhodnout o (ne) absolvování jednotlivých tras.

Jihomoravský kraj nabízí osobám s tělesným postižením několik alternativ trávení volného času v přírodě. Krajem prochází 12 bezbariérových naučných stezek. První bezbariérová turistická trasa v kraji byla vybudována v roce 2009 v Brně v Mariánském údolí. Bezbariérově přístupná je i trasa z „Líšně do Bílovic“, také „Lichtenštejnská stezka“ (39 km) v Lednicko-Valtickém areálu, naučná stezka „Turolď“ (400 m) v CHKO Pálava. K dispozici je šest cyklotras. Zcela bezbariérová je cyklotrasa okolo Baťova kanálu (80 km), částečně bezbariérová je trasa údolím Dyje v NP Podyjí a také cyklotrasa Brno – Vídeň. Pro osoby na invalidním vozíku je přístupná lodní doprava na Brněnské přehradě. Zpřístupněny jsou také některé jeskyně Moravského krasu, a sice Sloupsko-šošůvské jeskyně, jeskyně Výпустek, s asistencí také Punkevní jeskyně.

Na území Zlínského kraje zasahují CHKO Beskydy a CHKO Bílé Karpaty. V rámci projektu „Beskydy pro všechny“ byly v letech 2005–2008 zmapovány bezbariérové trasy, avšak jenom pro část CHKO ležící v Moravskoslezském kraji. Ve Zlínském kraji jsou zpřístupněny čtyři naučné stezky, např. „Okolo Rybníčku“ s bezbariérovou suchou toaletou, nebo „Stezka městskou památkovou zónou Uherského Brodu“. Vyhledávaným turistickým cílem ve Zlínském kraji je Baťův kanál. Přístavy Hodonín, Rohatec – kolonie, Petrov, Strážnice a Veselí nad Moravou jsou bezbariérové. Bezbariérovost je zajištěna pevným betonovým molem s bezbariérovým přístupem. Všechny velké osobní lodě, tedy Konstancie v Hodoníně, Ámos ve Strážnici a Danaj ve Veselí nad Moravou, jsou rovněž bezbariérové. V kraji se nachází dva lyžařské areály, přitom jeden z nich je zcela bezbariérový (Ski areál Troják v Rajnochovicích), druhý dostupný s asistencí (Ski areál Razula ve Velkých Karlovicích).

V Olomouckém kraji se nachází celkem 96 pěších stezek, z toho pět naučných stezek je přístupných tělesně postiženým osobám (např. „Se Skřítkem okolím Pradědu“, „Prabába“ v podhůří Nízkého Jeseníku). Ve Velkých Losinách jsou vytvořeny dva vozíčkářské okruhy a Olomouc nabízí bezbariérovou trasu „Po olomouckých pamětihodnostech“ s kapesní GPS. V kraji je k dispozici pět solních jeskyň s bezbariérovým přístupem pro osoby na invalidním vozíku např. Saltika v Teplicích nad Bečvou. Kraj nabízí také vstup do Jeskyně na Špičáku. Trasa vedoucí jeskyní je vhodná pro manuální i elektrický vozík. V kraji nalezneme pět lyžařských areálů poskytujících služby pro tělesně postižené osoby alespoň s asistencí, např. lyžařských areál Kladky. Moravskoslezský kraj disponuje 16 naučnými stezkami, např. „Chodníčky v Podbeskydích“. Dále je v kraji přístupných 17 cyklotras. Zajímavé jsou tzv. tandemové cyklotrasy pro nevidomé a slabozraké v Těšínských Beskydech, které vedou méně frekventovanými částmi území. Čítají 80 km a vedou po česko-polském území.

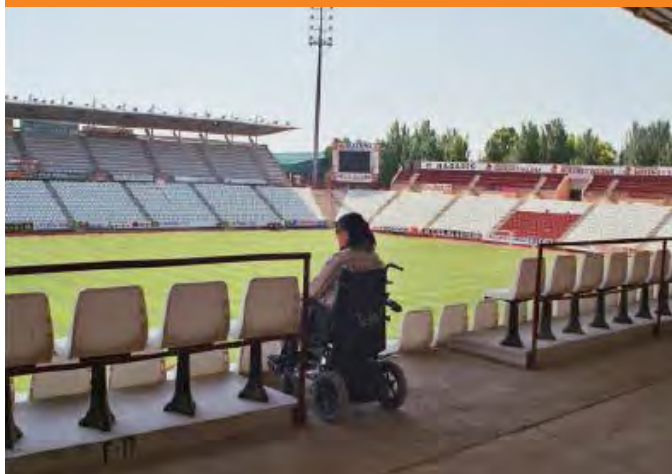
3.2 SPORTOVNĚ-REKREAČNÍ ZAŘÍZENÍ

Pro tělesně postižené osoby je v průběhu dovolené zajímavé také využívání sportovně-rekreačních zařízení, jako jsou koupaliště, aquaparky, či různé sportoviště např. bowlingové centra, tenisové kurty, lyžařské areály apod.

U všech sportovně-rekreačních zařízení by měla existovat možnost jejich využívání i tělesně postiženou osobou. Důležitý je samotný přístup k budově nebo areálu a zajištěná možnost parkování pro osobu na

invalidním vozíku. Podstatné je také propojení exteriéru a interiéru jednotlivých prostor. Vhodně upravené přístupové chodníky např. na koupališti, výtahy, rampy a nájezdní či zvedací plošiny jsou samozřejmostí. Neměla by také chybět bezbariérová toaleta. V případě sportovišť a zařízení, kde tělesně postižená osoba není pouze pasivním divákem, ale také aktivně sportuje, nesmí chybět přístupné a přizpůsobené převlékací kabinky a sprchy. Přizpůsobeny by měly být také další služby jako lavičky, skříňky, pitné fontánky, odpadové koše apod. V případě sportovišť, kde je možnost sledování sportovního utkání, by měli být vyhrazena místa pro osoby na invalidním vozíku (obr. 3 a 4).

Obrázek 3: Stadion



Zdroj: UNWTO, 2015.

Obrázek 4: Hala



Zdroj: UNWTO, 2015.

V České republice mají zdravotně postižení návštěvníci v cestovním ruchu možnost využít také několika sportovišť a sportovně-rekreačních zařízení. Bezbariérovost pro tělesně postižené osoby je v největší míře zastoupena u aquaparků a koupališť, dále pak v případě stadionů, kde se s těmito osobami počítá jako s diváky. Informace o bezbariérovém přístupu u fitness center a posiloven je náročné zjistit. I když přístup může být zajištěn výtahem, rampou, jsou odstraněny prahy apod., může nastat problém v nedostatečné vzdálenosti jednotlivých strojů. Osoba na invalidním vozíku má tedy problém se k nim dostat.

Pokud analyzujeme situaci v bezbariérovosti sportovně-rekreačních zařízení dle jednotlivých krajů, konstatujeme následovné (tab. 4).

Tabulka 4: Přístupné sportovně-rekreační zařízení v České republice

Kraj	Druh sportovně-rekreačního zařízení				
	Aquapark Koupaliště Bazén	Stadion	Sportovní areál*	Bowling Kučelky	Fitness centra Posilovny
Jihočeský	14	5	6	-	-
Plzeňský	6	3	5	3	-
Karlovarský	11	1	8	-	-
Ústecký	0	4	7	1	-
Liberecký	3	3	2	-	-
Královehradecký	7	2	3	-	0
Pardubický	5	2	2	-	1
Středočeský	7	-	6	2	-
Praha	11	4	7	-	-
Vysočina	11	2	5	2	2
Jihomoravský	12	3	7	-	-
Zlínský	7	1	9	-	1
Olomoucký	20	0	21	5	7
Moravskoslezský	1	3	3	-	-
Celkem ČR	115	33	91	13	11

*včetně cyklostromů, střelnic, paint-ballových hřišť, tenisových a squashových kurtů, golfových hřišť, jezdeckých areálů

Zdroj: Vlastní zpracování, 2016.

V Jihočeském kraji je k dispozici celkem 14 aquaparků a koupališť. Bezbariérové jsou všechny aquaparky, tedy aquapark v Českých Budějovicích, Dobré Vodě, Hluboké nad Vltavou, Jindřichově Hradci, Lipně nad Vltavou, Strakoně, Táboře a Dačicích. Disponují bezbariérovým WC, sprchou a vstupem do bazénu. Přístupný pro tělesně postižené osoby je i plavecký bazén v Českém Krumlově vybavený rampou, zvedací sedačkou do vody, toaletou a bezbariérovou sprchou. Podobně je tomu i v případě plaveckého bazénu v Prachaticích. Jihočeský kraj disponuje pěti přístupnými stadiony. Jedná se o zimní stadion Budvar Aréna, zimní stadion v Českém Krumlově, v Písku, v Jindřichově Hradci a o fotbalový stadion v Třeboni. K dalším bezbariérovým sportovištím patří např. Hřiště Bez Bot, Tenis centrum nebo Hopsárium.

V Plzeňském kraji je pro tělesně postižené osoby přístupný plavecký areál Slovany vybavený zvedákem do vody a toaletou, dále Centrum vodní zábavy v Kdyni, venkovní koupaliště v Tachově, plavecký areál Rokycany, Wellness centrum Konstantinovy Lázně a aquapark Horažďovice. Ze stadionů jsou v Plzeňském kraji přístupné např. ČEZ Aréna, fotbalový stadion FC Viktoria a Kooperativa Aréna. Poskytují bezbariérový přístup, WC a vyhrazená místa pro invalidní vozík. Bezbariérové pro tělesně postižené osoby jsou také Kuželna, Bowling Plaza, Cyklostrom SKP a jiné.

Karlovarský kraj nabízí zdravotně postiženým osobám tři aquaparky, šest bazénů a dvě přírodní koupaliště. Některé aquaparky a bazény se sice prezentují jako bezbariérové, ale je tím míněn pouze vstup do budovy, pohyb v prostorách objektu a případně bezbariérové toalety a sprchy. Na samotný vstup do vody se zapomíná. Jediné Aquafórum ve Františkových Lázních má přizpůsobený nájezd do vody pro osoby na invalidním vozíku. Pro využití ostatních plaveckých zařízení tělesně postiženými návštěvníky je nutné mít doprovod. V současné době se stávají bezbariérové přístupné i přírodní koupaliště. Z přírodních koupališť je přístupný Vojkův rybník, kde na jedné straně byla přistavěna nájezdová plošina pro vozíčkáře. Osoby s omezenou schopností pohybu mohou využít také čtyř golfových klubů. Všechny, kromě Golf Resort Cihelny, jsou bezbariérové včetně toalet. K dalším sportovně-rekreačním zařízením zcela bezbariérovým pro vozíčkáře patří Ice Sports, Krajinka Cheb, KV Arena, sportovní hala Chodov a TJ Lokomotiva Cheb.

V Ústeckém kraji jsou pro tělesně postižené čtyři přístupné stadiony. Přitom v SD Aréně v Chomutově se hraje sledge hokej a letní stadion ve městě slouží i milovníkům handbiků. V Děčíně, Chomutově, Litoměřicích, Semilech a Ústí nad Labem jsou k dispozici také sportovní centra a areály. V Mostu se nachází Hipodrom, golfový klub a autodrom.

Liberecký kraj umožňuje tělesně postiženým osobám využít dva plavecké bazény a aquapark Babylon v Liberci. Všechny disponují zvedákem u bazénů. Nachází se zde tři stadiony a dva sportovní areály.

Královehradecký kraj poskytuje pro zájemce o relaxaci u vody, plavání atd. sedm bezbariérových koupališť a aquaparků. Aquapark v Jičíně disponuje bezbariérovým WC, sprchou a přístup do bazénu je zajištěn plošinou. Plošinou pro vstup do vody disponuje také aquapark Městské lázně v Hradci Králové, aquapark Špindlerův Mlýn a krytý plavecký bazén v Náchodě. Přístupné jsou i venkovní koupaliště, a to Jiráskovo koupaliště v Náchodě, koupaliště Flošna v Hradci Králové a koupaliště v kempu Lodín. Ze stadionů je přístupný zimní stadion v Hradci Králové disponující bezbariérovým WC a vyhrazenými místy pro osoby na invalidním vozíku. Dále jsou přístupné zimní stadion v Náchodě, víceúčelová hala ve sportovním areálu volnočasových aktivit v Jaroměři, sportovní centrum A-Sport a zařízení Sokola v Hradci Králové.

V Pardubickém kraji mohou tělesně postižení využít plavecký bazén v Chrudimi, kde se každý rok koná Mistrovství České republiky v plavání tělesně postižených. Možnost koupání jim poskytuje také aquapark v Pardubicích, aquapark v Ústí nad Orlicí, Žamberku a v Moravské Třebové. Pro tělesně postižené návštěvníky je přístupná ČEZ Aréna, fotbalový stadion SK Pardubice, plochodrážní dráha v Pardubicích a částečně i Agrofert park v Pardubicích, kde se jezdí nejznámější český dostihový závod Velká Pardubická.

Středočeský kraj disponuje třemi aquaparky (Kladno, Příbram, Kolín). Všechny jsou přizpůsobeny pro návštěvu osob s tělesným postižením. Dále se zde nachází několik přístupných bazénů např. plovárna v Kutné Hoře. V kraji se nachází také několik sportovních areálů. Zajímavé jsou jezdecké areály v Mratíně a v Kamýku nad Vltavou.

V Praze si mohou osoby tělesně postižené vybrat z nabídky 11 bezbariérových aquaparků a bazénů. Největším aquaparkem České republiky i střední Evropy je Aquapalace v Čestlicích, který nabízí bezbariérově dostupný krytý i venkovní bazén, fitness centrum, sauny, solária, masérské služby, restaurace a toalety. Dále se v Praze nachází čtyři hokejové stadiony (O2 Arena, Ice Arena, Incheba Arena, Tipsport Arena) a sedm sportovních areálů. Za zmínku stojí Usedlost Ladronka, která nabízí sportovní a kulturní vyžití, občerstvení a zapůjčení sportovních potřeb. K dispozici je také občerstvení, vinný sklep a bowling. Zajímavá je také nezisková organizace Adrenalin bez bariér, která nabízí adrenalinové, outdoorové a volnočasové aktivity zdravotně postiženým osobám. Jedná se o jedinou takto zaměřenou organizaci v České republice. Zajišťuje služby jako lyžování, paragliding, rafting, jízda na koních, čtyřkolkách, tandemový seskok atd.

Kraj Vysočina nabízí tělesně postiženým osobám ke koupání 11 krytých bazénů, koupališť a aquaparků. Jedná se např. o aquapark a venkovní koupaliště Vodní ráj v Jihlavě, Městské lázně v Novém Městě na Moravě, koupaliště v Přibyslavi, Havlíčkově Brodě, Moravském Krumlově atd. Většina koupališť a bazénů disponuje parkovištěm a zvedací plošinou u bazénu. Tato však chybí např. u Laguny Třebíč. V kraji se nachází dva stadiony s možností vstupu pro osoby na invalidním vozíku (Horácký zimní stadion v Jihlavě, zimní stadion ve Žďáru nad Sázavou). Tělesně postižené osoby mohou také využít sportovní střelbu, paintball nebo lukostřelbu v Jihlavě. V Jihomoravském kraji je bezbariérově řešený vstup u 12 koupališť, bazénů nebo aquaparků. Sedačka do vody je k dispozici v Beach resort Žabčice a v aquaparku Kuřim. V kraji se nachází 3 stadiony (zimní stadion v Hodoníně, fotbalové stadiony ve Vyškově a ve Znojmě). Tělesně postižení návštěvníci mohou také využít střelnice v Brně, bowling nebo indoor golf ve Sportovním a hotelovém komplexu Žebětín.

Zlínský kraj má k dispozici bezbariérový vstup do sedmi aquaparků, koupališť a bazénů. Například Městské lázně ve Vsetíně mají k dispozici hydraulické rameno pro spuštění osob s tělesným postižením do vody. Aquaparky se nachází v Uherském Hradišti, Uherském Brodě a Zlíně. V kraji se nachází jeden stadion, a to zimní stadion Luďka Čajky ve Zlíně. Za zmínku stojí také lezecké centrum Vertikon a lyžařský umělý svah ve Zlíně a Jachtklub v Kroměříži.

V Olomouckém kraji se nachází 20 koupališť, aquaparků a bazénů disponujících bezbariérovým vstupem. Bezbariérovost je zajištěna např. plošinou, kladkou nebo spouštěcí rampou. Aquapark Olomouc se snaží v rámci programu „Vodní svět bez bariér“ zpřístupnit maximum vodních atrakcí a služeb areálu osobám se zdravotním postižením (masážní bazén, whirlpool, tepidarium, parní lázeň). K přitažlivým možnostem trávení volného času patří z pohledu tělesně postižené osoby lezení po umělém ledopádu v Zábřehu, minigolf v Olomouci, minikáry v Bouzově.

Moravskoslezský kraj disponuje jedním bezbariérově dostupným koupalištěm (vodní svět Sareza). Tělesně postižení mohou navštívit také ČEZ Arénu a zimní stadion Poruba.

ZÁVĚR

Osoby s tělesným postižením patří k zdravotně znevýhodněným návštěvníkům. Dle dokumentů OSN, Globálního etického kodexu cestovního ruchu nebo Ústavy České republiky nesmějí být při účasti na cestovním ruchu kvůli svému postižení znevýhodňované. Přitom se jedná o vyloučení omezení jejich účasti kvůli architektonickým nebo ekonomickým bariérám.

Tělesně postižené osoby mají možnost v České republice využít mnoho sportovně-rekreačních zařízení. Nejlépe připraveny na jejich návštěvu jsou aquaparky a bazény. Většina z nich disponuje bezbariérovým vstupem do budovy, toaletou, sprchami a má zajištěný vstup do vody pro osobu na vozíku, či osobu s omezenou hybností. Nejčastěji jsou k tomu využívány zvedací plošiny. Na osoby na invalidním vozíku nezapomínají ani sportovní stadiony, kde je jim umožněno sledovat fotbalová, hokejová, či jiná utkání ze speciálně vyhrazených míst. V některých městech je zajištěn přístup do fitness center, jezdeckých či golfových areálů. Nutno ale konstatovat, že situace není zdaleka ideální. Bariérových sportovně-rekreačních zařízení je stále mnohonásobně více než těch přístupných. Případně jsou některá zařízení dostupná s omezením. Přístup je zajištěn jen do některých částí areálu, nebo jen do vybraných bazénů v rámci aquaparků apod.

Pokud se jedná o aktivní trávení volného času a sport v přírodním prostředí, Česká republika nabízí bezbariérové trasy, naučné stezky a cyklotrasy. I v tomto případě se osoby s tělesným postižením potýkají s řadou problémů. Značení bezbariérových tras a stezek není jednotné. Některé oblasti např. Krkonoše uvádějí piktogramy u stezek, které jsou pro vozík sjízdné. Bezbariérové trasy jsou vytyčeny zejména v oblastech, které realizovaly projekty „bez bariér“, tedy Šumava, Krkonoše, Beskydy. Klub českých turistů se také podílí na značení tras vhodných pro osoby na vozíku. Tato iniciativa však kvůli finanční náročnosti postupuje pomalu. Informace o přístupnosti turistických tras, naučných chodníků a cyklotras je náročné získat. Někde tyto informace poskytují turistická informační centra nebo správa národního parku či chráněné krajinné oblasti. U mnohých tras však tyto informace chybí. Pro vozíčkáře je také důležitá informace o povrchu, terénu dané trasy (asfalt, lesná cesta, štěrky). Na základě této informace se dokáže rozhodnout o absolvování trasy.

Konstatujeme, že situace v oblasti zpřístupňování sportovně-rekreačních aktivit pro osoby s omezenou schopností pohybu se v České republice postupně zlepšuje, a ze strany různých organizací je jim věnována pozornost.

Je potřeba také zmínit limity námi provedené analýzy. Přestože terénní šetření probíhalo v průběhu dvou let a bylo plošně značně rozsáhlé, nelze dané výsledky označit za vyčerpávající. Je nutno přihlídnout na fakt, že neustále dochází k debarierizaci a přizpůsobení prostředí osobám s tělesným postižením.

Námi provedená analýza nabízí komplexní pohled na situaci přístupnosti sportovně-rekreačních zařízení a možnosti aktivního využití volného času v České republice osobami s omezenou schopností pohybu. Pro podrobnější a vyčerpávající znalost situace je žádoucí provést částkové výzkumy dle jednotlivých měst, či turistických oblastí.

LITERATURA

- [1] b. a. Athena na cestách: Přístupný cestovní ruch v kostce [online]. [cit. 2015-11-05]. Dostupné z <http://www.nrzp.cz>
- [2] b. a. Beskydy bez bariér. [online]. 1998-2014. [cit. 2014-03-24]. Dostupné z <http://bez-barier.beskydy.cz>
- [3] b. a. Bezbariérový průvodce Královéhradeckým krajem [online]. 2013 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://www.kralovehradeckyregion.cz>
- [4] b. a. Broumovsko – 6 tras pro vozíčkáře [online]. 2008 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z <http://www.svozikemnacestach.cz>
- [5] b. a. Disway - Cestování bez bariér [online]. [cit. 2015-03-29]. Dostupné z <http://www.disway.org>
- [6] b. a. CHKO Český ráj [online]. 1992-2014 [cit. 2014-04-02]. Dostupné z <http://www.cesky-raj.info>
- [7] b. a. Chodníčky v Podbeskydí. [online]. [cit. 2014-04-14]. Dostupné z <http://cile.jedemetaky.cz/trasy/informace/38-chodnicky-v-podbeskydi#!prettyPhoto>
- [8] b. a. Krkonoše bez bariér [online]. 2010 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z <http://www.krnapp.cz>
- [9] b. a. Národní park Šumava. [online]. 2014 [cit. 2014-11-07]. Dostupné z <http://www.npsumava.cz>
- [10] b. a. Oficiální turistický portál Pardubického kraje [online]. 2006-2014 [cit. 2014-04-03]. Dostupné z <http://www.vychodni-cechy.info>
- [11] b. a. Plzeň bez bariér. [online]. 2014 [cit. 2014-11-27]. Dostupné z <http://www.plzen.eu>
- [12] b. a. 2010. Přístupný cestovní ruch v kostce. Třinec: Kauzits spol. s r. o., 2010. Dostupné z <http://www.netzp.cz/dokument/776>
- [13] b. a. Vozejkmap: mapa bezbariérových míst nejen v ČR [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z <http://www.vozejkmap.cz>
- [14] Buřvalová, D. & Reitmayerová, E. Tělesně postižení. Praha: Vzdělávací institut ochrany dětí, 2007, 24 s. ISBN 978-80-86991-21-4.
- [15] Darcy, S. & D. Buhalis. Accessible Tourism: Concepts and Issues. [online]. Channel View Publications, 2011, 305 s. ISBN 978-1-84541-161-2. Dostupné z <http://web.b.ebscohost.com>
- [16] ESCAP - Economic and Social Commission for Asia and the Pacific. Barrier-free Tourism for people with disabilities in the Asian and Pacific Region. New York: United Nations, 2003, 113 s. ISBN 92-1-120387-2.
- [17] Filipiová, D. Život bez bariér: projekty a rekonstrukce. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1998. 101 s. ISBN 80-7169-233-6.
- [18] Leidner, R. Tourism accessible for all in Europe. [online]. NatKo – Nationalekoordinationstelle Tourismus für Alle e. V. NatKo, 2006. [cit. 2015-10-09]. Dostupné z: http://www.rollinggrains.com/archives/Tourism_for_all_in_Europe_Leidner_2006.pdf
- [19] Linderová, I. Ekonomické a sociokultúrne dopady sociálneho cestovného ruchu. Hradecké ekonomické dni 2015, díl II. Sborník recenzovaných příspěvků z mezinárodní konference. Gaudeamus: Univerzita Hradec Králové, 2015, s. 138-144. ISBN 978-80-7435-547-9.
- [20] McCabe, S. & S. Johnson. The Happiness Factor in Tourism: Subjective Well-being and Social Tourism. Annals of Tourism Research, 2013, č. 41, s. 42-65. doi:10.1016/j.annals.2012.12.001
- [21] Novosad, L. Tělesné postižení jako fenomén i životní realita: diskurzivní pohledy na tělo, tělesnost, pohyb, člověka a tělesné postižení. Praha: Portál, 2011, 168 s. ISBN 978-80-7367-873-9.
- [22] Renotíerová, M. Somatopedie-Andragogika. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2006, 38 s. ISBN 80-244-1203-9.
- [23] Shaw, G. & Coles, T. Disability, holiday making and the tourism industry in the UK: a preliminary survey. In Tourism Management. Elsevier, 2004, č. 25, s. 397-403.
- [24] UNWTO. Recommendation on Accessible Tourism. [online]. Madrid: UNWTO, 2013. [cit. 2015-10-09]. Dostupné z <http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/accesibilityenok.pdf>
- [25] UNWTO. Manual on Accessible Tourism for All. Public-private Partnership and Good Practices. [online]. Madrid: UNWTO, Fundación ACS, 2015. ISBN: 978-92-844-1658-5. [cit. 2016-21-04]. Dostupné z http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/accesible_aa_manual_turismo_accesible_omt_final.pdf

- [26] Vítková, M. Paradigma somatopedie. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 1998, 140 s. ISBN 80-210-1953-0.
- [27] WHO. International classification of impairments, disabilities, and handicaps: a manual of classification relating to the consequences of disease [online]. 1980. New York: WHO Publications Centre USA, 1980 [cit. 2014-03-08]. ISBN 92-415-4126-1. Dostupné z https://extranet.who.int/iris/restricted/bitstream/10665/41003/1/9241541261_eng.pdf

KONTAKT

Ing. Petr Scholz, DiS.

Katedra společenských věd a managementu sportu

Fakulta sportovních studií

Masarykova univerzita

Kamenice 5, 625 00 Brno

e-mail: petr.scholz@mail.muni.cz

Ing. Ivica Linderová, PhD.

Katedra cestovního ruchu

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16, 586 01 Jihlava

e-mail: ivica.linderova@vspj.cz

SPECIFIKA ČÍNSKÉ KLIENTELY V HOTELNICTVÍ A CESTOVNÍM RUCHU ČESKÉ REPUBLIKY

Monika Klímová

CHINESE CLIENTELE SPECIFICS IN HOSPITALITY AND TOURISM INDUSTRY IN CZECH TOURISM

ABSTRAKT

Během posledních dvou let příjezdový cestovní ruch České republiky zaznamenává výrazné změny v segmentu příjíždějících turistů. Ubývá ruských turistů, naopak zcela výrazně stoupají počty čínských turistů, kteří Českou republiku teprve objevují. Stejně jako pro Číňany je naše země destinací, o níž mnoho nevědí, velkou neznámou je pro české pracovníky v hotelnictví a cestovním ruchu čínská kultura a její specifika. Na základě požadavku vzneseného AHR byla sepsána publikace-manuál (AHR-01/2016/VSH) předkládající elementární rysy čínské kultury ovlivňující požadavky čínských turistů v hotelnictví a cestovním ruchu. Článek vychází ze zmíněného projektu, mapuje základní rysy čínské kultury a napomáhá v nich zorientovat se pracovníkům v hotelnictví, stravování a cestovním ruchu.

Klíčová slova: příjezdový cestovní ruch, čínský turista, specifika čínské kultury

ABSTRACT

The segment of foreign tourists is remarkably changing in the incoming tourism in the Czech Republic in last two years. The number of Russian tourists is decreasing contrary the number of Chinese tourists is rapidly increasing. These tourists are exploring the Czech Republic. Unfortunately, the Chinese culture and its specifics are big unknown for Czech employees working in the hospitality and tourism industry. We have written the publication - manual on AHR request (AHR-01/2016/VSH). In this publication, we introduce basic characteristics of Chinese culture which influence Chinese tourists requests in hospitality and tourism industry.

This article is based on the project which we mentioned above. We introduce the basic characteristics of Chinese culture to help the employees in the hospitality and tourism industry to acquit in it.

Keywords: incoming tourism, Chinese tourist, Chinese culture specifics

ÚVOD

Příjezdový cestovní ruch České republiky zaznamenává od roku 2014 výrazné změny z hlediska zdrojových zemí, z nichž do České republiky turisté přijíždějí. Zatímco markantně ubývá ruských turistů, výrazně přibývá turistů z asijských států, ať již z Koreje, Číny, Japonska. Čínští turisté nejsou významní pouze pro Českou republiku, jejich význam si dlouho uvědomují i odborníci ve světě. Již v roce 2010 banka GoldmanSachs zařadila Čínskou lidovou republiku mezi nejrychleji se rozvíjející země světa. Z hlediska cestovního ruchu je důležité vnímat Čínu jako jednu z největších zdrojových zemí světa. Článek předkládá základní přehled specifik čínské kultury a jejich odraz v požadavcích čínských turistů na poskytované služby v příjezdovém cestovním ruchu České republiky.

1. TEORETICKÁ VÝCHODISKA

Čiňané Českou republiku teprve objevují. V roce 2014 přijelo do země 211 014 čínských turistů, o rok později, v roce 2015 se podle informací agentury CzechTourism poprvé čínští turisté dostali mezi 10 TOP zemí v příjezdovém cestovním ruchu ČR s počtem 288 630 příjezdů. Během jednoho roku došlo k nárůstu o 37 %.

Tabulka 1: Žebříček zahraničních hostů v ČR za rok 2014 a 2015

Pořadí	Země	2014	2015	Změna
1	Německo	1 553 370	1 766 539	14 %
2	Rusko	691 198	434 852	-37 %
3	Slovensko	492 550	578 216	17 %
4	Polsko	448 736	484 573	8 %
5	Spojené státy americké	441 457	508 951	15 %
6	Spojené království	397 431	442 718	11 %
7	Itálie	369 268	372 832	1 %
8	Francie	272 650	268 877	-1 %
9	Rakousko	244 971	269 323	10 %
10	Čína	211 014	288 630	37 %

Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ a CzechTourism

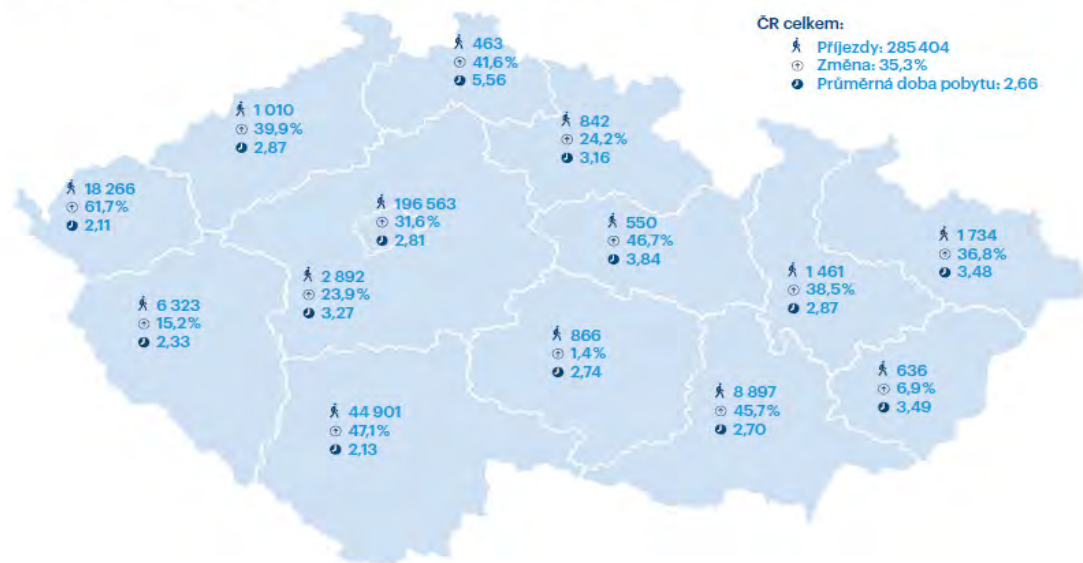
Přijíždějící čínští turisté v České republice využívají jak služeb ubytovacích i stravovacích v Praze, lázeňských městech a městech v jižních Čechách, tak i služeb doplňkových (především fakultativních výletů a průvodcovských služeb).

1.1 ZÁKLADNÍ INFORMACE O ČÍNSKÝCH TURISTECH V ČESKÉ REPUBLICE

Čínští turisté zpravidla nevnímají Českou republiku jako samostatnou cílovou destinaci. Je součástí Evropy. Nejčastěji navštěvují Prahu, cílem dalších zastavení je například i Český Krumlov, Karlovy Vary, Františkovy Lázně, Mariánské Lázně a další. Počty přenocování čínskými turisty do března 2016 v krajích České republiky jsou uvedeny v mapě č. 1.

Mapa 1

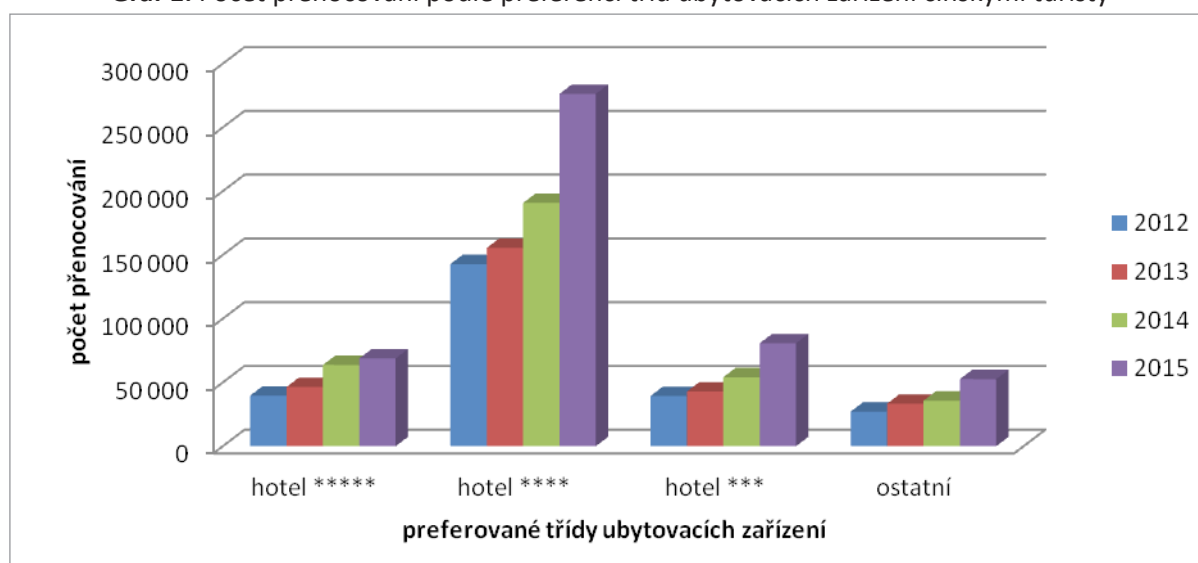
Mapa přenocování v krajích



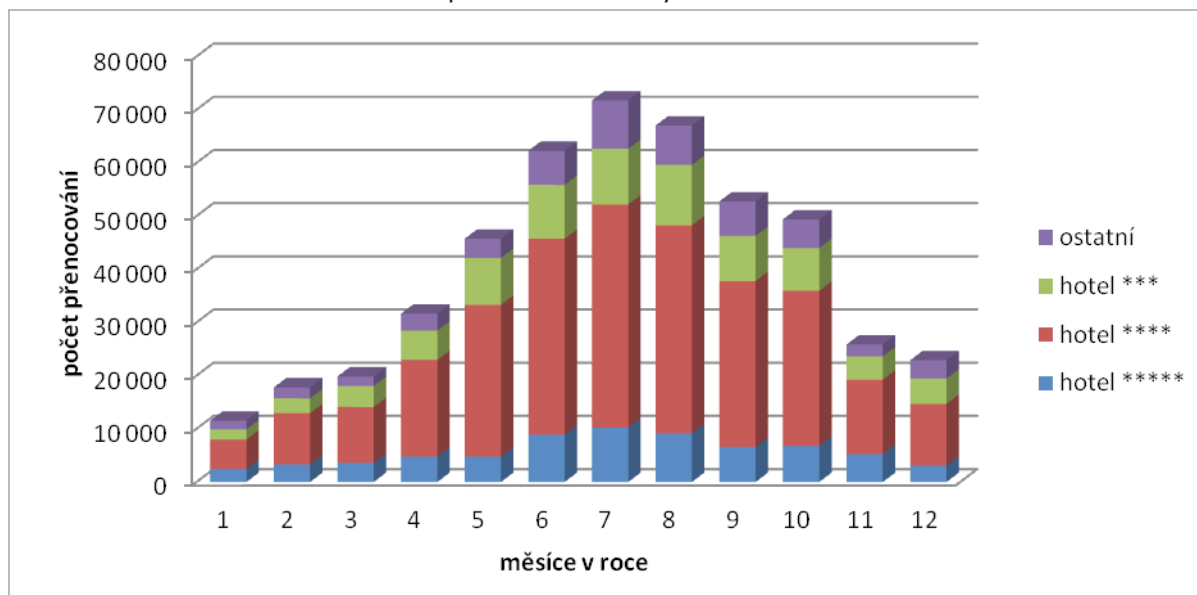
Zdroj: <http://www.czechtourism.cz/institut-turismu/marketingovy-vyzkum/country-reporty/country-report-cina/>

Českou republiku poznávají Číňané v průběhu několika dní. České republice věnují dle údajů CzechTourismu 2,7 dne na příjezd, přičemž pobytové výdaje čínského turismu činí 3905 Kč na osobu a den, z toho 50 % před cestou. Převažující výdajové položky jsou tvořeny ze stravování v restauraci, nákupu luxusního zboží a ubytování. Česká republika je znamenána pro Čínské turisty novou, neobjevenou destinací určenou především pro ty, kteří již navštívili státy západní Evropy (především Francie, Itálie, Německo, Velkou Británie). Podle Cihana, ředitele společnosti Freytag-Berndt v České republice „čínský turista preferuje středoevropský region, chce vidět dva až tři státy. Velmi málo skupin zůstane jen v Česku, jsou to většinou ti, kteří už v Česku byli a chtějí některé věci vidět detailně.“ (http://ekonomika.idnes.cz/cinsky-turistu-v-cesku-pribude-tesise-obchodnici-fyi-ekonomika.aspx?c=A150930_191906_ekonomika_jvl). Čínští turisté vyžadují ubytování ve tří až pěti hvězdičkových hotelech (viz grafy č.1 a č.2).

Graf 1: Počet přenocování podle preferencí tříd ubytovacích zařízení čínskými turisty



Zdroj: vlastní zpracování podle ČSÚ

Graf 2: Počet přenocování čínských turistů v roce 2015

Zdroj: vlastní zpracování podle ČSÚ

Českou republiku vnímají čínští turisté jako ideální destinaci pro svatební turismus, cestování spojují s návštěvou míst, které se objevily v populárním čínském filmu *Somewhere only we know*. Česká republika je pro ně zemí vhodnou pro rodinnou dovolenou = dovolenou s dětmi, oddych (wellnes, lázeňství).

2. CÍL A METODIKA

Článek vznikl na základě výstupů z výzkumného projektu zadaného AHR Vysoké školy hotelové v Praze č. AHR-01/2016/VSH. Hlavním cílem projektu je identifikovat specifika čínských turistů v hotelech a restauracích v České republice. Využitou metodou se staly především analýzy sekundárních zdrojů, jejichž základ tvořily jak statistická data výjezdů čínských turistů do zahraničí, délky pobytu v České republice, trendů v ubytování a nabídce produktů v cestovním ruchu České republiky, tak rešerše odborné tištěné literatury i zdrojů elektronických. Jejich vzájemná komparace. Dále analýza primárních zdrojů, jejíž základní metodou bylo terénní šetření autorky spojené s provedením strukturovaných a polostrukturovaných rozhovorů. Respondenti vybraní pro rozhovory byli manažeři – cestovní kanceláře specializující se na čínské turisty (na jejich přání je zachována anonymita respondentů; ředitelka školící agentury Tyrkys, členka představenstva ACK ČR předsedkyně sekce Památek a významných turistických cílů ACK ČR; vedoucí Spolku průvodců České republiky; generální manažer pětihvězdičkového čínského hotelu v Pekingu. Vybraní respondenti odpovídali osobně a telefonicky na položené otázky týkající se požadavků čínských turistů, trendech týkajících se poskytování služeb v cestovním ruchu (zejména ubytování, stravování, průvodcovských služeb), kritérií výběru typu cestovního ruchu. Šetření probíhalo v období roku 2014 – březen 2016. Sledována byla především kritéria preferencí klientů služeb v ubytovacích zařízeních, výběr destinace, délka pobytu, osobní služby.

3 VÝSLEDKY

3.1 HODNOTOVÉ PARADIGMA

Čínská kultura se vytvářela prakticky déle než pět tisíc let. Základní náboženské pilíře, o něž se tato kultura opírá, jsou tři: konfuciánství, buddhismus a taoismus. Tradiční čínská kultura, opírající se o zmíněné tři pilíře, si váží života. Jednoty nebe, lidí a harmonického soužití lidí s přírodou. Čínská kultura má svá specifika a její hodnotový systém vychází z následujících principů:

- Pevná a soudržná rodina
- Důraz na vzdělání
- Koncept věrnosti a soudržnosti
- Disciplinovanost
- Smysl pro týmovou práci. V Číně převládá nadřazenost kolektivu nad jednotlivci. „pro obraznost je vhodné uvést, že skupinová orientace se u Číňanů projevuje již od raného mládí. Už děti ve školce či na ulici si hrají ve skupinách a je jim dáváno jen málo prostoru pro individuální aktivity. Stejně je tomu tak je u starších dětí a studentů“ (Obuchová, str. 243)
- Úcta ke starším
- Úcta k hierarchickému uspořádání společnosti, s čímž souvisí autoritářský přístup ke společensky podřízeným
- Vnitřní harmonie
- Vztahový systém *Guanxi* založený na důvěře
- *Tvář* neboli *Mianzi*

3.2 SPECIFICKÉ RYSY ČÍNSKÉ KULTURY OVLIVŇUJÍCÍ POŽADAVKY TURISTŮ

Mezi základní hodnoty a zvyklosti čínské kultury ovlivňující obchodní jednání, poskytování služeb a tvorbu produktů v cestovním ruchu, formování a řízení pracovních týmů patří:

Udržování tradic a oslavy svátků. Největším tradičním čínským svátkem jsou Svátky jara. Jsou někdy označovány jako lunární čínský nový rok. Datum čínského nového roku je pohyblivé a kolísá mezi 21. lednem a 20. únorem. Oslavy svátků jara znamenají gastronomické hody – je zvykem oslavy trávit v okruhu svých blízkých u bohaté slavnostní tabule, na níž je předloženo nejméně 10 slavnostních chodů

Udržování principů *guanxi*. Výraz v překladu znamená totéž co vztahy či konexe. *Guanxi* definuje vztahy a pravidla, která je třeba při jejich navazování a pěstování dodržovat. *Guanxi* jsou založeny na vzájemné důvěře, jedná se prakticky o poskytování protislužeb. Je důležité udržovat v systému protislužeb určitou rovnováhu. Nikdy by nemělo dojít k nerovnému či nadbytečnému poskytování protislužeb. Potom tyto vazby končí a nelze očekávat jejich obnovení. Stejně tak, pokud se služba či činnost oplatí stejnou měrou, princip protislužeb je u konce. To ovšem neznamená, že jej nelze obnovit. Čas v tomto případě nehraje roli.

Princip *guanxi* vychází z konfuciánství. Principu předurčenosti a danosti sociálních rolí, společenského postavení. *Guanxi* rozlišuje dvě oblasti – oblast krve (rodina, příbuzní) a oblast společenských kontaktů. Pro obchodní vztahy, ať již domácí nebo zahraniční, je důležité vybudování tzv. *Guanxiwang*, síť fungujících konexí. Doporučuje se budování výhradně vlastních kontaktů, jedině tak mohou mít efekt. *Guanxi* se velmi často stává obchodním artiklem.

Důležitost je přikládána významu čísel a barev. Magie čísel má pro Číňany obrovský význam. Pro elementární orientaci poslouží informace, že číslo osm je nejšťastnějším číslem na stupnici od jedné do devíti, číslo čtyři je jeho protipólem. Čtyřka se vyslovuje stejně jako smrt, proto je zdrojem obav a nejistoty. Podobná symbolika se skrývá i v barvách a jejich odstínech – bílá a černá jsou považovány v čínské kultuře za barvy smuteční. Opakem je červená, symbolizující radost, sílu a život

3.3 STOLOVÁNÍ A STRAVOVÁNÍ

„Číňané kladou na stravování velký důraz, je pro ně něčím víc, než jen chuťovým prožitkem a zasycením, často se jedná o významnou společenskou událost, nebo dokonce rituál. Otázka *Jak se máte?* znamená v doslovném překladu, Už jste jedl? V Číně se tak ptají na zdravotní stav, jak psychický tak fyzický“ vysvětluje David Wei.

Číňané jsou přesvědčeni, že vyvážená strava nahradí každý lék a dokáže často i vyléčit nemoci. Etiketa stolování zahrnuje pravidla, jak mají stolovníci sedět, připíjet nebo děkovat, ale také kdy začínat a končit s konzumací jídla. Pozvání na oběd či večeři je běžnou součástí obchodního jednání. Různé společenské události jako společná večeře či oběd jsou vhodnou příležitostí k lepšímu vzájemnému poznání a vytvoření vztahu, který je pro Číňany velmi důležitý. Číňané mají ke stolování, jako i k jiným aspektům běžného života, až náboženský vztah. Ze stolování se stal rituál, který může trvat i několik hodin. Tradičně se hoduje u velkého, prostřeného, kulatého stolu, který má vyvýšený prostředek, s nímž se dá rotovat. Věří, že správná vyvážená strava dokáže vyléčit různé nemoci. Číňané si vytvořili několik jídelních rituálů, které se liší s každou příležitostí. Jinak se hoduje na svatbě, na narození dítěte, na narozeninách. Kouření u stolu i během jídla je z čínské strany obvyklé. (Žufan, Hán, Klímová, str. 113)

Číňané, kteří k nám do země přijíždí, jsou podle Jany Mecnerové, vedoucí Sdružení českých průvodců „vždy organizovaní – buď je to firemní klientela, nebo turisté, kteří přijíždějí pod hlavičkou cestovní kanceláře – nabídka stravování je vždy sestavována tak, aby turisté ochutnali českou národní kuchyni, ale více jsou směřováni do kvalitních čínských restaurací.“ Z české kuchyně není vhodné nabízet omáčky, knedlíky. Pokud ano, jediný způsob vhodný servírování těchto pokrmů je na oddělených talířcích a miskách.

Pokud poskytujeme stravování čínským turistům, je vhodné dodržet způsoby servírování korespondující s čínským tradičním způsobem, tj. servírování pokrmu odděleně na samostatných podnosech, miskách a tácech, které se umístí doprostřed stolu na skleněný otočný ovál.

Pokrmu je nezbytné servírovat v typickém pořadí:

1. Několik malých předkrmů
2. Polévka
3. Několik hlavních chodů
4. Dezert, kterým je ve většině případů ovoce

V Číně je zvykem v průběhu konzumace ostatních chodů polévku, proto ji lze odnést až před konzumací dezertu. Suchá jídla jsou střídána těžkými a těžká jídla lehkými. V čínské kuchyni by měly být vystřídaný všechny barvy a chutě. Množství chodů se liší v každé oblasti. V Pekingu se podává osm talířů s jídlem a osm misek s teplými pokrmy. Na severovýchodě Číny se každé jídlo podává dvakrát, protože sudá čísla jsou šťastná pro zdejší lid. Sever Číny nabízí jako zákusek smažené nebo opékané placky. Je neslušné si jídlo dochucovat. Polévka se donese ve velké míse až po hlavním jídle. Lidé si polévku nalijí do svých použitých misek, ze kterých doposud jedli. Nejdříve se polévka jí hůlkami. Až se vyjí veškeré velké kousky, polévka se vypije.

3.4 NÁPOJE

Pro většinu světových národů jsou nápoje neodmyslitelně spjatý se stravováním. Ne pro národ čínský. Spojení nápojů s pokrmy je zcela běžné, ovšem při firemní, rodinné večeři se podává pouze horká voda. Číňané jsou přesvědčeni, že je lidskému organismu prospěšnější než studená voda. Zejména ženám a jejich orgánům. Dalším, běžně servírovaným nápojem při večeři je pivo, které je v Číně velmi oblíbené, stejně jako červené víno a nealkoholické nápoje v podobě Sprite či Coca-Cola. Na rozdíl od evropských turistů turisté čínští prakticky nepijí bílé víno. Další rozdíl je nechutí pít alkoholu příliš často. Raději pijí svou pálenku „baijou“, a to především při slavnostních příležitostech jakými jsou pro ně svatby, narozeniny, firemní večeře, stolování s cizinci. Právě při něm chtějí předvést své národní zvyky a tradice. Konzumace alkoholu neprobíhá v častých intervalech. Pálenka *Baijiu*, s obsahem 40-50 stupňů alkoholu, je vyráběná z obiloviny jménem čirok, a svým

charakterem je nejbližší nápoj vodka. Z toho důvodu je možné doporučit pro přípitek například slivovici, meruňkovici či jinou pro Česko typickou pálenku. Pivo a víno se v Číně pijí vlažné, proto bychom neměli tento fakt obsluze vytýkat, nejedná se o chybu v servírování. Z hlediska etikety není vhodné, aby alkohol pila žena. Pouze cizinka může alkohol přijmout, ale i tak by měla jen poděkovat, ochutnat a sklenku odložit.

Obecně platí pravidlo, že nejpopulárnějším nápojem je pro Číňany čaj. Jsou zvyklí jej pít po celý den a při všech příležitostech. Neustále s sebou nosí malé termosky s listy čaje uvnitř. Ty během dne několikrát zalévají horkou vodou. Proto je důležité mít v hotelu či restauraci, hostící čínské klienty, zdarma k dispozici horkou vodu. Většinou se jedná o čaj zelený nebo bylinný, popřípadě polofermentovaný čaj Oolong. Do čaje se přidávají také různé přísady, nejčastěji jasmín. Klasický černý čaj (v Číně nazývaný červený) není tak rozšířený, pije se spíše na jihu země. Čaj se pije především hořký, bez cukru. Někteří Číňané pijí ze zdravotních nebo finančních důvodů pouze čistou převařenou vodu. Dalším oblíbeným nápojem, zejména mládeží, je tzv. „bubble tea“.

3.5 PRŮBĚH STOLOVÁNÍ – ODLIŠNOSTI, KTERÉ MOHOU ZPŮSOBIT NEDOROZUMĚNÍ

Samotné stolování začíná čajem, následuje předkrm, jenž je většinou složen z několika druhů specialit (anýzová vejce, marinovaná okurka, nakládané zelí). Následují jídla z drůbeže (pekingská kachna, kuře kung pao), ryby (kapr chung šao, úhoř na čínský způsob, žraločí ploutve na sádle), mořské produkty (hřebenatky v rajčatové omáčce, mořská ouška dušená se šunkou) nebo masitá jídla (vepřový bůček s kapustičkami, svíčková s řapíkatým celerem).

Polévka se v Číně zpravidla podává buď na konci hostiny, většinou však na začátku a konzumuje se v průběhu celého oběd nebo večeře.

Základním pravidlem stolování je nabírání malých porcí. V Číně se velmi často stává, že slavnostní večeře nebo banket má až dvacet chodů. Menu by mělo obsahovat všechny dominantní chutě (sladká, slaná, hořká, kyselá a ostrá), i všechny konzistence (měkká, křupavá).

Pokud se konzumuje jídlo (většinou rýži) z misky, nenaklání se konzument k misce nad stůl, ale drží se miska při jídle přímo u úst. Podle Číňanů je porcování jídla prací kuchaře. Kuchař smí hostovi přinést ukázat jídlo celé, nenaporcované, po ukázce ale obsluha jídlo odnese a naporcuje, případně ho naporcuje přímo na místě. Dezert neznamena konec hostiny. V případě čínských zvyklostí naopak připravuje na další chody. Signálem pro ukončení hostiny je ovoce. Na závěr je podáván čaj a předloženy jsou vlhké ručníky pro omytí rukou.

Pokud je dojedeno, je slušností vstát od stolu a v případě restaurace i odejít. Ještě chvíli zůstat je možné, pokud bylo nabídnuto pohoštění v soukromí. Čínští hosté většinou čekají, až odejdou hosté zahraniční. Na totéž je nezbytné se připravit i v opačném případě.

ZÁVĚR

Současná Čínská lidová republika se velmi rychle rozvíjí, mění a přibližuje západní kultuře, především i v materialistickém přístupu k obchodu, v oblasti cestovního ruchu a hotelnictví, čerpání služeb. Česká republika je pro čínské turisty novou, prakticky neobjevenou destinací. Průzkumy [Hotels.com](https://www.hotels.com) i agentury CzechTourism z roku 2015 se zabýval tím, za co bohatí čínští turisté nejvíce utrácejí. Jsou to nákupy značkového oblečení, módních doplňků. Podle Global Blue Czech Republic to bylo v roce 2015 44,6 %; 36,9 % tvořily nákupy za šperky a hodinky; sklo nakoupilo 14,95%. V centru pozornosti byly i české suvenýry, parfémy a kosmetika. Čínští turisté vnímají Českou republiku jako destinaci s nádhernou architekturou, proto není udivující, že návštěva památek tvořila v loňském roce 56 % veškerých aktivit čínských turistů, k čemuž můžeme připočítat 28 % preferencí tematických zájezdů (golfové, lázeňské, wellness), gastronomie 48 %. Čínští turisté, ať již podle průzkumu CzechTourismu, či Airbnb, Chinese International Travel Monitor 2015 preferují neorganizované cestování s ubytováním v hotelích čtyř či pěti hvězd. Mezi nejčastější požadavky

turistů na vybavení pokojů patří WiFi připojení zdarma, varná konvice na pokoji, čínskou národní kuchyni pouze doplněnou českou tradiční gastronomií, mandarínsky hovořící personál, který je k dispozici 24 hodin (včetně turistického průvodce).

Čínští turisté jsou pro Českou republiku důležitým cílovým segmentem, který je podporován i ze strany MMR. 15. listopadu 2014 došlo v Šanghaji za účasti zahraničního zastoupení agentury CzechTourism v Šanghaji k podpisu Memoranda o porozumění o spolupráci v oblasti cestovního ruchu mezi Ministerstvem pro místní rozvoj České republiky a Národní turistickou centrálou Čínské lidové republiky (CNTA). K březnu 2016 je MMR evidováno 193 cestovních kanceláří a agentur, které spolupracují s čínskými touroperátory v oblasti příjezdového cestovního ruchu ČR – Ctrip a CAISSA.

Agentura CzechTourism je v Číně kontaktní institucí pro praktickou implementaci jednotlivých bodů memoranda.

Závěrem lze konstatovat, že čínští turisté Českou republiku začínají teprve objevovat. Číňané patří mezi cílový segment příjezdového cestovního ruchu naší republiky s velkým potenciálem. Pracovníci v českém příjezdovém cestovním ruchu na ně nejsou ještě zcela připraveni. Začínají poznávat specifika tohoto segmentu a teprve se s ním učí pracovat. V souladu s kulturními specifiky poskytovat takové služby, které budou v souladu s očekáváním čínských turistů a jejich kulturními odlišnostmi.

LITERATURA

- [1] ASOIAČE ČESKÝCH CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ A AGENTUR, dostupné z www.accka.cz
- [2] CZECHTOURISM, dostupné z <http://www.czechtourism.cz/institut-turismu/marketingovy-vyzkum/country-reporty/country-report-cina/>
- [3] CZECHTOURISM, dostupné z <http://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/kontakty/kontakty-na-zahranicni-zastoupeni/cina/ceska-republika-podepsala-s-cinou-memorandum-o-spo/>
- [4] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, dostupné na <http://www.czso.cz>
- [5] CHAN, Alvin. UNIVERSITY OF WESTERN SYDNEY. The Chinese Concepts of Guanxi, Mianzi, Renqing and Bao: Their Interrelationships and Implications for International Business, dostupné z http://www.anzmac.org/conference_archive/2006/documents/Chan_Alvin.pdf
- [6] DVTV, dostupné z: Názor čínských turistů na ČR. <http://video.aktualne.cz/dvtv/dvtv-15-3-2016-tvrdik-o-cine-rakovina-video-ve-fotbale/r~af288f02ead811e59045002590604f2e/> [online]. [cit. 2016-04-06]
- [7] EKONOMIKA IDNES, dostupné z http://ekonomika.idnes.cz/cinsky-ch-turistu-v-cesku-pribude-tesi-se-obchodnici-fyi-/ekonomika.aspx?c=A150930_191906_ekonomika_jvl
- [8] EULER HERMES, dostupné z: <http://www.eulerhermes.com/economic-research/country-reports/Pages/China.aspx>
- [9] JANDT, Fred Edmund. Intercultural communication: an introduction. 3rd ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, c2001, xi, 532 p. ISBN 07-619-2201-6
- [10] KLÍMOVÁ, Monika a Kristýna KORTOVÁ. Specifika čínské klientely v hotelech a restauracích v České republice. Praha, 2016. 44 s. ISBN 978-80-87411-72-8
- [11] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ, dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Informace-pro-cestovni-kancelare-a-agentury/Spoluprace-s-cinskymi-CK>
- [12] OBUCHOVÁ, Ľubica. Číňané 21. století: dějiny - tradice - obchod. Vyd. 1. Praha: Academia, 1999. 287 s., obr. příl. ISBN 80-200-0641-9
- [13] OECD, dostupné z <http://www.oecd.org/china/>
- [14] SELIGMAN, SCOTT. Čínská obchodní etiketa: průvodce protokolem, společenským chováním a kulturou v Číně. 1. vyd. v českém jazyce. Praha: BB/art, 2007, 269 s. ISBN 978-807-3811-273
- [15] TTG, dostupné z: <http://www.ttg.cz/tag/statistiky-2/>
- [16] QUALITY TOURISM: Základní podmínky pro čínské tour operátory stanovené ČLR [online]. [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: http://www.qualitytourism.cn/Page_Detail_aid_36.html
- [17] ŽUFAN, Jan, Jan HÁN a Monika KLÍMOVÁ. Kapitoly z personálního a interkulturního managementu. 1. vyd. : Wolters Kluwer Česká republika, 2013. 140 s. ISBN 978-80-7478-328-9
- [18] VOJTA, V. Čínský svět: jak porozumět současné Číně, čínskému chování a myšlení. Vyd. 1. Brno: Pixl-e, 2011. 199 s. ISBN 978-80-905021-0-9
- [19] WEI, David, KungFu Magazine, dostupné z: <http://www.hung-kuen.cz/articles/co-delat-co-nikoliv-v-ramci-cinske-etikety/>

KONTAKT

Mgr. Monika Klímová

Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r.o.

Svídnická 506, 181 00 Praha 8

e-mail: klimova@vsh.cz

STRATEGIC PROBLEMS OF SELECTED SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE ACCOMMODATION FACILITIES BASED IN TOWN OF JIHLAVA

Petr Scholz
Petr Čížek

ABSTRACT

The aim of the paper is to analyze of small and medium enterprise accommodation industry in town of Jihlava and their typical strategic obstacles which they had to face. The paper is focused on major strategic problems which small and medium enterprises are dealing with: lack of financial resources, marketing problems and customer concentration, management resources and human resources, over-reliance on the entrepreneur, lack of systems and controls and technological skills. The paper is trying to identify which of these strategic problems have the biggest impact on accommodation industry. The analysis is based on questionnaire is going to be spread to the accommodation facilities in town of Jihlava which meet definition of small and medium enterprise. In the final part the conclusion and recommendation are made based on the results of the analysis.

Keywords: accommodation facilities, small and medium enterprises, strategic problems

INTRODUCTION

Small and medium enterprises play important role in the economy of the Czech Republic especially in terms of their link to the region. Small and medium enterprises as a whole represent more than 1 million economic subjects in the Czech Republic and they employ almost 2/3 of whole population. Small and medium enterprises are major driving force for business growth, innovation and competitiveness and they are significant employers in tourism.

1. SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

Small and medium enterprises (SMEs; sometimes also small and medium-sized enterprises) or small and medium-sized businesses (SMBs) are businesses whose personnel numbers fall below certain limits. Every country has a different division, depending on the degree of development of country. Sometimes it depends in the various sectors in the same country. In the United States of America, any firm from a small-office home-office (SOHO) to a large corporation may be called a SME. More specifically, firms included in Russel indices such as Russel 2,500 index and Russel Midcap index are classified as SMEs. In European Union, a firm with (1) 50 to 250 employees, (2) annual turnover of Euro 7 to 40 million, (3) total assets less than Euro 27 million, and (4) not more than 25 percent ownership by a large corporation, may be classified as a SME. The International Chamber Of Commerce defines a SME as having 100 to 2,000 employees (Khrystyna, 2010; mpo.cz). SMEs are defined as fulfillment of maximum ceilings for staff headcount and either a turnover ceiling or a balance sheet ceiling (table 1). The abbreviation "SME" is used in the European Union and by international organizations such as the World Trade Organization (WTO), the United Nations and the World Bank. Small enterprises outnumber large companies by a wide margin and also employ many more people. SMEs are also said to be responsible for driving innovation and competition in many economic sectors.

Table 1: Definition criteria for small and medium enterprises

SME Definition			
Enterprise category	Ceilings		
	Staff Headcount	Turnover	Balance sheet total
Medium-sized	< 250	≤ € 50 million	≤ € 43 million
Small	< 50	≤ € 10 million	≤ € 10 million
Micro	< 10	≤ € 2 million	≤ € 2 million

Source: Czech Invest

Carter & Jones-Evans (2006) state the common strategic problems of SMEs: (1) Lack of financial resources, (2) Marketing problems and customer concentration, (3) Management resources and human resources, (4) Over-reliance on the entrepreneur, (5) Lack of systems and controls, and (6) Technological skills.

Wickham (2006) shows the possible financial resources for small and medium enterprises (SMEs): (1) Cash in hands, (2) Overdraft facilities, (3) Loans, (4) Outstanding debtors, (5) Investment capital, and (6) Investment in other businesses.

There is high business risk associated with small and medium enterprises. Therefore, financial risk should be kept as low as possible. Thus, the most appropriate way of financing the business is through equity funding; therefore, the debt funding is not advisable. Unfortunately, SMEs are uninteresting for many investors. However, there is small group of investors which are specialized on SMEs which are in high risk but high revenue industry (i.e. start-up businesses) (Bender & Ward, 2009).

Carter & Jones-Evans (2006) show that in the reality the start-up businesses are undercapitalized and inappropriately capitalized, in terms of both a high debt-equity ratio and an over-reliance on short-term debt. It means that instead of focusing on equity funding, small companies are using debt funding which has higher financial risk.

SMEs are also facing problems with staying afloat. It contains problems such as too low price, delays in receiving payments or cash flow problems (Williams, 2008).

Carter & Jones-Evans (2006) explain that small companies tend to engage in little marketing activity. Moreover, managers have lack of marketing skills and they tend to spend more time on activities, which are more familiar to them. Burns (2007) adds that one of the problems is that entrepreneurs tend to focus on the product not on the market. But the fact is that market demand is important for the product and for the company. They agree that entrepreneurs have problem with their product's differentiation.

Burns (2007) gives three ways where company's products could be oriented: low price, high differentiation, and customer focus. Moreover, small companies tend to be too much dependent on one customer. Carter & Jones-Evans state that research evidence suggests that as many as one-third of all small businesses are dependent on one customer for 25 % or greater of their sales. This evidently creates high risk of business failure. Finally, entrepreneurs usually do not have sufficient skills and information about possibility of export markets (Carter & Jones-Evans, 2006).

Wickham (2006) introduces the problem with explanation that entrepreneurs must see themselves as first and most valuable resource. Moreover, they have to treat themselves as resource; therefore, they learn how to use them effectively. Carter & Jones-Evans (2006) continues that most small companies are owner-managed. This owner-manager has to solve all the areas of business such as operations, marketing, staff and finance. Evidently, no one is expert in everything. Therefore, many small and medium enterprises suffer under lack of appropriate skills.

In addition, skilled and experienced employees are not attracted by SMEs. It is because small companies usually do not have enough resources to hire high-skilled labor. Moreover, many potential employees do not see a career future and development in SMEs. However, there are some exceptions. According to People Management some top talent employees could be attracted by flexible work hours. It is a privilege which is not easily provided by large companies [4].

Petrakis and Kostis (2012) explore the role of interpersonal trust and knowledge in the number of small and medium enterprises. They conclude that knowledge positively affects the number of SMEs, which in turn, positively affects interpersonal trust. The empirical results indicate that interpersonal trust does not affect the number of SMEs. Therefore, although knowledge development can reinforce SMEs, trust becomes widespread in a society when the number of SMEs is greater.

Williams (2008) extends the problem with statement that entrepreneurs may suffer under the pressure of getting rid of an unsuitable employee, which can unnerve the toughest of businessmen and business woman and unsettle other employees.

Management of small and medium enterprises very often relies only on one person – which is represented by owner. In case of unavailability of the entrepreneur, the company can face severe decision making problems. Moreover owners often are not willing to delegate work to their subordinates and they are often overwhelmed. According to Carter & Jones-Evans small businesses are characterized by informality and poor information systems. During the start-up period informality dominates in many aspects of the new business. Due to the informality results in poor decision making process. Small and medium enterprises rarely can compete with competitors in the field of innovation and technical development. Therefore the SME's are forced to acquire the reactive strategy to respond to the external changes. However the technological demands of the modern economy forces SME's to focus more on the technological competence (Carter & Jones-Evans, 2006).

2. OBJECTIVES AND METHODOLOGY OF THE RESEARCH

The number of accommodation facilities in Vysočina region is stable during the years (table 2). The distinctive difference is apparent between years 2011 and 2012 but it is due to the modification of the methodology.

Table 2: Accommodation facilities in Vysočina region

Year	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
No. of accommodation facilities	353	364	358	348	354	346	398	506	505
Capacity of accommodation facilities	18,783	19,636	19,750	19,053	19,532	19,954	21,178	25,898	25,749

Source: Rux et al., 2014.

On the other hand the capacity of the accommodation facilities is slightly growing during the years. In overall it is possible to state that situation on the accommodation market in region Vysočina is stable and without any dramatic changes.

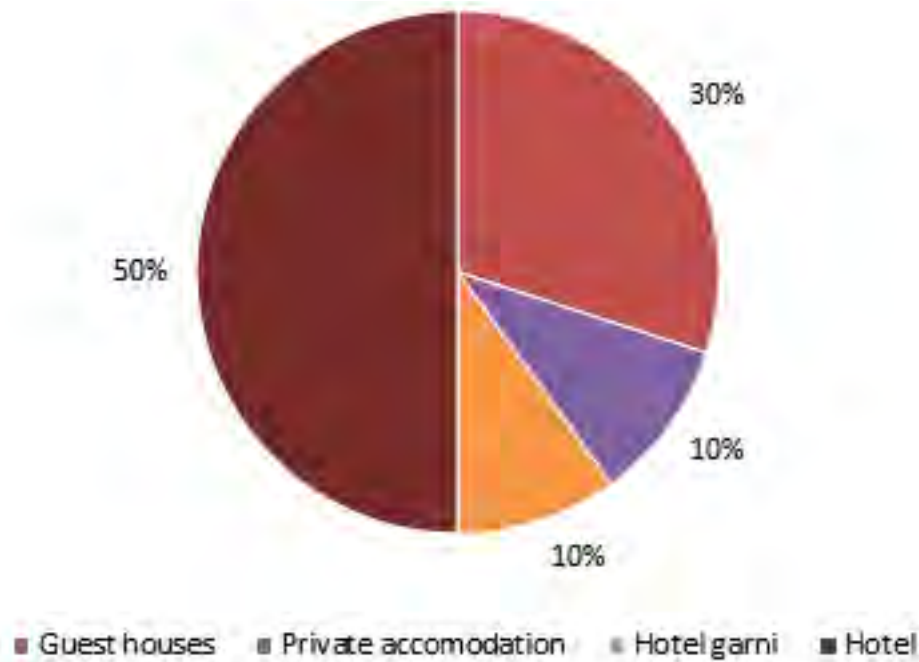
The aim of the research is to identify main strategic problems which are specific for accommodation facilities in Vysočina region, especially in town of Jihlava. According to the aim of the research we have defined research question:

- Which areas of general strategic problems of SME are the most difficult for accommodation facilities in town of Jihlava?

We have used primary and secondary data. Sources of secondary data were scientific literature and articles available online. Primary data were gathered by telephone interviewing which were going on during January and February 2015. There are 22 hotel type accommodation facilities and several private accommodations situated in town of Jihlava. The research sample is consisted of 7 hotels (4 hotels in Standard category and 3 hotels in First Class category) and 15 guest houses situated in town of Jihlava with response rate 45 %.

The questionnaire was spread amongst accommodation businesses which fall into definition of small and medium enterprises. Respondents answered using range from “I haven’t had any problems in this area” to “I have faced serious problems in this area”. The range is made in Likert-type scale. The questionnaire is divided into 10 questions. Six questions were closed but with possibility of additional open answer. And four questions were open and used for descriptive purposes. During the processing of the data we have used analysis and synthesis method, mathematical-statistical methods and generalization method. We received answers from 11 respondents which is 55 % of the all accommodation facilities in town of Jihlava. Then additional data about the respondents were gathered such as when the business was founded, the categorization of the accommodation and number of the employees. The sample was gathered only in town of Jihlava.

As it is possible to see in Graph 1 half of the respondents are from the hotels, 30% from the guest houses and the rest from the private accommodation and hotel garni.

Graph 1: Type of accommodation facilities of the respondents

Source: Own elaboration, 2015.

3. RESULTS

This chapter shows the results of the research, which were made amongst management of the accommodation facilities. The results identified the most and least serious strategic problems which accommodation facilities in town of Jihlava have to face. The full results of the research are presented in the table 3. It shows the detailed answers of every respondent.

Table 3: Results of the research

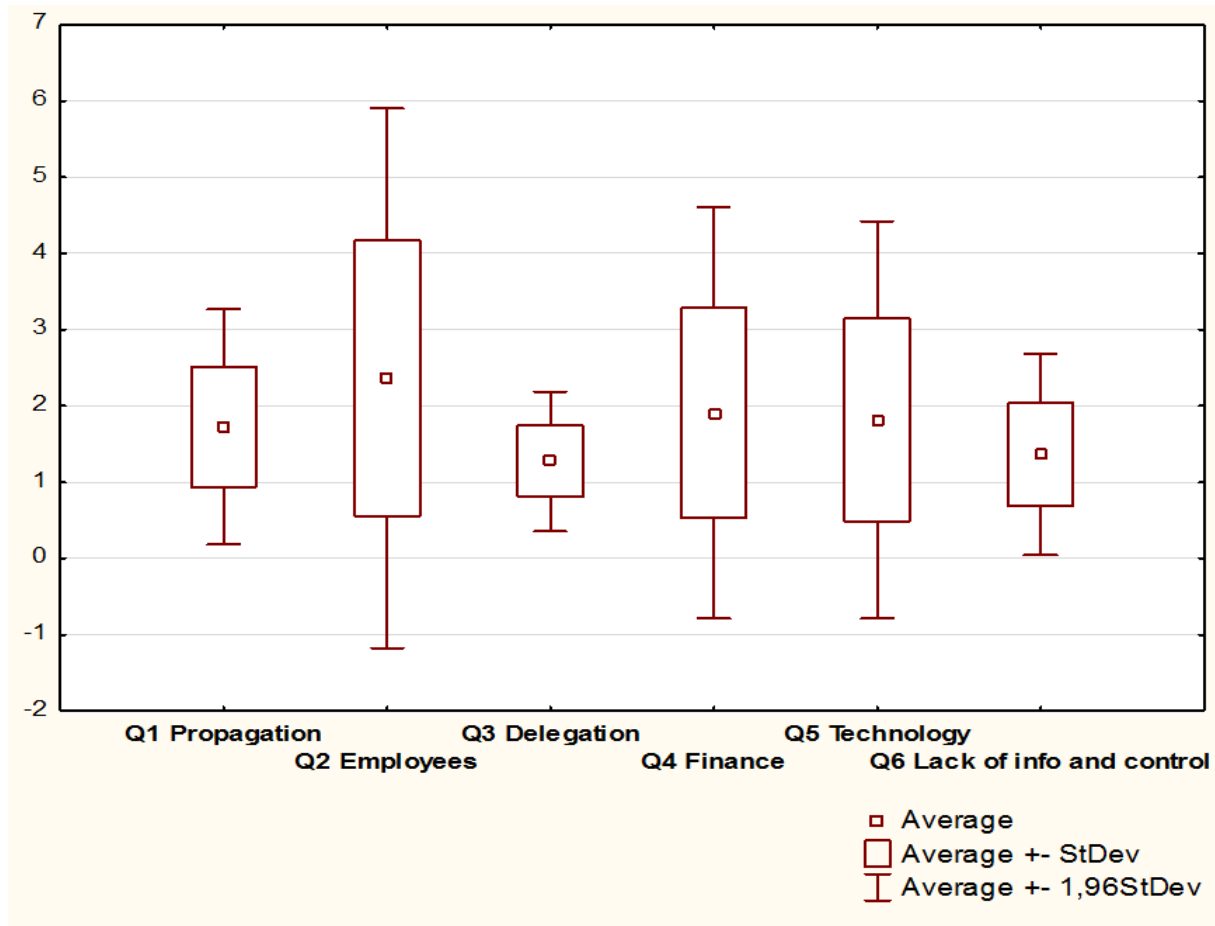
No	Promotion	Employees	Delegation	Finance	Technology	LIC	Type of AF
1	2	5	1	1	2	1	guest house
2	1	1	1	3	1	1	guest house
3	1	1	1	1	1	1	private
4	2	1	1	1	1	1	Hotel
5	2	3	2	1	1	1	guest house
6	3	1	2	5	3	1	Hotel
7	3	5	1	3	5	2	Hotel
8	1	1	1	1	1	1	Hotel
9	1	1	1	1	1	1	Hotel
10	1	5	1	1	1	3	guest house
11	2	2	2	3	3	2	Hotel

LIC - Lack of information and control; AF – accommodation facility

Source: Own elaboration, 2015.

The year of foundation of accommodation facilities varied from 1993 to 2009 (with one extreme 1905). Therefore even the youngest respondent's facility has minimum 6 years of existence. The number of the employees varied from 1 to 31 therefore the criterion for SME's was met. However the most important part was the strategic problems of the SME accommodation facilities viewed by the management of the companies. The accommodation facilities in Jihlava generally did not have to face serious strategy problems (Graph 2).

Graph 2: Strategic problems in SME accommodation facilities in town of Jihlava



Source: Own elaboration, 2015.

Finding the suitable employees was the most difficult problem which accommodation facilities have to face. The average result is 2.36 (in the range from 1 to 5). Results of the finding the suitable employees have also the highest variation.

The second most difficult problem which accommodation facilities have to face was problems with shortage of cash. The results are very similar to the third most difficult problem – lack of technological skills.

The problem which SME accommodation facilities have no difficulty was delegation of the work to the underlings. The average is 1.27 and the results don't vary significantly.

Outside of the defined questions the respondents were pointing out problems with European Union subsidies. This falls into the financial problems however in our opinion it is important to be highlighted.

The Table 4 shows the particular problems stated by the respondents in the commentary section.

Table 4: Particular problems stated by respondents

1. Finance especially with subsidiaries
2. Physical access to the town center
3. High dependency on the owner decision making
4. Human factor in decision making
5. Undercapitalized advertising
6. Insufficient specialization

Source: Own elaboration, 2015.

DISCUSSION

Research done in one town can't give full picture of all accommodation facilities and their strategic problems therefore it would be more than interesting to extend this research to whole region or even the state. The results acquired from the research done on state basis could bring answers how strategic problems of accommodation facilities in the Czech Republic differs based on specific attributes such as location (town vs. rural), tourism (location with tourist interests vs. others), wealth of the region etc.

CONCLUSIONS

The literature identifies major strategic problems of small and medium enterprises as lack of financial resources, marketing problems and customer concentration, management resources and human resources, over-reliance on the entrepreneur, lack of systems and controls and technological skills. However these general statements can vary amongst different industries.

The contribution is focused on these strategic problems and by using questionnaire spread in town of Jihlava is trying to define major strategic problems in accommodation facilities in this town. The questionnaire was handed to the 55 % of all accommodation facilities. The results show that the major strategic problem is to find suitable employees, followed by lack of finance and technology. On the other hand delegation to the subordinates is viewed as least problematic.

REFERENCES

- [1] BURNS, Paul. *Entrepreneurship and small business: start-up, growth and maturity*. 3rd ed. New York: Palgrave Macmillan, 2011, xxviii, 516 p. ISBN 978-023-0247-802.
- [2] CARTER, Sara & Dylan JONES-EVANS. *Enterprise and small business: principles, practice and policy*. 2nd ed. New York: FT Prentice Hall, 2006, xviii, 572 p. ISBN 02-737-0267-X.
- [3] CZECH INVEST. [online]. 2014 [cit. 2015-01-17]. Retrieved from: <http://www.czechinvest.org/definice-msp>
- [4] Flexible working can help SMEs to attract top talent. *People management*. 2008, Vol. 14, No. 1, p 13.
- [5] Khrystyna K. et. al; *Micro, Small, and Medium Enterprises Around the World: How Many Are There, and What Affects the Count?* [online]. 2010. [cit. 2015-02-07]. Retrieved from: <http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/9ae1dd80495860d6a482b519583b6d16/MSME-CI-AnalysisNote.pdf?MOD=AJPERES>
- [6] MINISTRY OF INDUSTRY AND TRADE OF THE CZECH REPUBLIC. [online]. 2013 [cit. 2014-12-12]. Retrieved from: <http://www.mpo.cz>
- [7] PETRAKIS, P. E. & P. C. KOSTIS. The Role of Knowledge and Trust in SMEs. *Journal of the Knowledge Economy*. DOI: 10.1007/s13132-012-0115-6.
- [8] RUX, Jaromír; JANOUŠKOVÁ, Eva; LINDEROVÁ, Ivica & František SMRČKA. *Analýza potenciálu cestovního ruchu v Kraji Vysočina a míra jeho využití* [online]. 2014. vyd. 2014 [cit. 2015-02-07]. Retrieved from: <http://www.kr-vysocina.cz>
- [9] WARD, Keith & Ruth BENDER. *Corporate financial strategy: principles, practice and policy*. 3rd ed. Amsterdam: Butterworth-Heinemann, 2009, xviii, 572 p. ISBN 978-075-0686-655.
- [10] WICKHAM, P. A. *Strategic entrepreneurship: start-up, growth and maturity*. 4th ed. New York: Financial Times Prentice Hall, 2006, xxxiv, 613 p. ISBN 978-027-3706-427.
- [11] WILLIAMS, Sara. *The FT guide to business start up: start-up, growth and maturity*. 2008 ed. Harlow: Financial Times Prentice Hall, 2007, xxxiv, 613 p. ISBN 978-027-3714-873.

CONTACT

Ing. Petr Scholz, DiS.

Faculty of Sports Studies
Masaryk University
Kamenice 5,625 00 Brno, Czech Republic
e-mail: petr.scholz@mail.muni.cz

Ing. Petr Čížek, M.A.

University of Pardubice
Studentská 95, 532 10 Pardubice, Czech Republic
e-mail: petr.cizek@upce.cz

TURISTICKÉ ROZHLEDY



PŘÍSPĚVKOVÁ ORGANIZACE VYSOČINA TOURISM



Klára Čechová

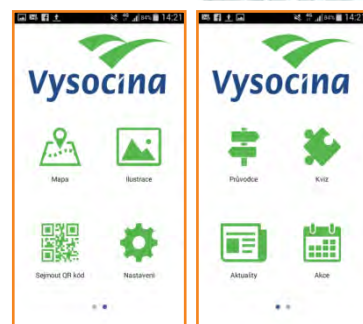
Organizace Vysocina Tourism je příspěvková organizace Kraje Vysočina, která byla za účelem koordinace dlouhodobě udržitelného rozvoje cestovního ruchu zřízena v listopadu 2007 a svoji činnost zahájila v lednu 2008. K jejím hlavním činnostem patří koordinace subjektů cestovního ruchu z veřejného a soukromého sektoru, komunikace s partnery a turisty za region, propagace a prezentace regionu na celonárodních a zahraničních trzích, shromažďování informací o turistickém potenciálu regionu, výběr, zpracování a řízení turistických produktů a v neposlední řadě také koordinace činnosti turistických informačních center společně s mnoha dalšími činnostmi souvisejícími s destinačním managementem.

KONKRÉTNÍ AKTIVITY V ROCE 2016:

Organizace zrealizovala dvě mobilní turistické aplikace, Turistického průvodce po Vysočině a Geolokační hru. Smyslem Turistického průvodce je představit a nabídnout návštěvníkům turistické cíle a možnosti trávení volného času na Vysočině. Aplikace návštěvníkům neustále zprostředkovává praktické informace. Ty se týkají nejen turistických cílů a tipů na výlet a s tím souvisejících otevíracích dob a kontaktů, ale také například předpovědi počasí a ubytování. Uživatel se dozví o nových turistických aktualitách na Vysočině, může nahlédnout do kalendáře akcí, nebo pracovat s mapami. Aplikace stahuje data z oficiálního turistického portálu region-vysocina.cz, takže informace jsou vždy aktuální.



K aplikaci bylo vyrobeno dvě stě tabulek s QR kódy NFC čipy, které jsou umístěny u nejzajímavějších turistických cílů na Vysočině. QR kód a NFC čip umístěný na tabulce nasměruje uživatele po jeho načtení chytrým telefonem buď ke stažení aplikace, nebo pokud ji má uživatel již staženou a načte kódy pomocí aplikace, tak na popis turistického objektu, u kterého se tabulka a tedy i uživatel nachází. Aplikace je ke stažení zdarma v internetových obchodech Google Play, AppStore, Windows Store.



Druhou mobilní aplikací je geohra. Podobně jako geokešing, ze kterého vychází, se jedná o zábavnou geolokační hru, v rámci které plní hráči virtuálně různé úkoly. Hráč, který se chce do hry zapojit, si nainstaluje aplikaci do chytrého telefonu. Ta mu nabídne úkoly, které se nacházejí v jeho okolí. Samotné sdělení obsahu úkolu se aktivuje v daném turistickém cíli, na který ho aplikace navede. Hráč se tedy daný úkol dozví, až když turistický objekt skutečně navštíví. Geohra má dva herní okruhy. První z nich je zaměřen na rozhledny a nabízí zábavné hry, které se vážou na rozhledny a vyhlídkové věže v Kraji Vysočina, druhým herním okruhem jsou židovské památky na Vysočině.



Součástí této geolokační hry je čtyřicet kartiček velikosti A5 s QR kódy a NFC čipy, z nichž třicet se váže k rozhlednám a deset k židovským památkám. Po načtení kódu je uživatel přesměrován do internetového obchodu a je vyzván ke stažení hry. Tyto karty jsou umístěny na nejvýznamnějších židovských památkách, informačních centrech a rozhlednách na Vysočině.



Aplikace funguje v operačních systémech Android, iOS, a je ke stažení zdarma v internetových obchodech Google Play a AppStore. Obě aplikace pak uživatel nalezne na oficiálním turistickém portálu Vysočiny www.region-vysocina.cz. Tento portál prošel před sezonou redesignem a byly zaktualizovány jeho jazykové mutace – anglický a německý jazyk. Organizace dále spravuje stránky [vysocinatourism.cz](http://www.vysocinatourism.cz), <http://produkty.region-vysocina.cz>, www.vysocinaconvention.cz, www.vysocinounakole.cz a facebookový profil www.facebook.com/regionvysocina.

Další z činností, které se organizace Vysočina Tourism pravidelně věnuje, je vydávání letních a zimních elektronických turistických novin. (odkaz: <http://www.region-vysocina.cz/prilohy/e-turisticke%20noviny%20%20kraje%20vysocina%20leto%202016.pdf>) Noviny vycházejí vždy před začátkem sezony v květnu a v listopadu a zahrnují nejzajímavější novinky a turistické aktuality z Kraje Vysočina. Součástí je také kalendář akcí. Noviny jsou výsledkem spolupráce partnerů organizace, neboť podklady pro jejich zpracování zasílají nejen turistická informační centra, ale také další subjekty cestovního ruchu v Kraji Vysočina.

V letošním roce zrealizovala organizace Vysočina Tourism ve spolupráci s mediální skupinou MAFRA první tištěný turistický magazín s názvem „Léto na Vysočině“. (odkaz: <http://region-vysocina.cz/prilohy/l%C3%A9to.pdf>) Magazín nabídl prostor pro inzerci jednotlivým subjektům CR v Kraji Vysočina. Čtenáři poskytuje přehled o turistických aktualitách, možnostech a tipech na výlety na Vysočině. Turistický magazín byl vydán 20. května a byl distribuován společně s MF DNES předplatitelům nejen na Vysočině, ale také v okolních krajích. Část výtisků byla přidělena jednotlivým inzerentům k jejich vlastnímu využití a magazín je zavěšen také na internetovém serveru idnes.cz.

Za účelem propagace akcí, které se na Vysočině konají v průběhu roku 2016, vytvořila organizace Vysočina Tourism hned dva materiály. První informativní leták je zaměřen na sport a nese název „Sportovní akce na Vysočině“. Kromě české verze vyšel také v anglické, německé, polské a ruské jazykové mutaci. Druhý se týká kulturních akcí, které pořádají příspěvkové organizace Kraje Vysočina a je pojmenován příznačně „Za kulturou na Vysočinu“. Letáky byly dodány na turistická informační centra a konkrétním příspěvkovým organizacím, kde jsou dále k dispozici návštěvníkům. Kromě toho byly prezentovány na veletrzích cestovního ruchu a na dalších akcích, kterých se organizace Vysočina Tourism účastnila.

Organizace také spolupracuje s agenturou CzechTourism například na přípravách marketingových kampaní. V letošním roce se jedná o 700. výročí narození Karla IV. a zároveň již probíhají přípravy pro rok 2017, jehož tématem bude baroko, barokní krajina a její stavitelé. Za účelem spolupráce probíhají pravidelná setkávání.

Začátkem července zrealizovala organizace Press Trip, který byl zaměřen na rakouský trh a účastníkům představil skutečně nejkrásnější místa a exkluzivní služby Vysočiny. Regionální kancelář Vysočina Convention Bureau, která byla pro marketingovou podporu Kraje Vysočina v oblasti kongresové a incentivní turistiky založena 1. 1. 2014 a je začleněna v organizaci Vysočina Tourism, pak pro letošní rok připravuje Mice Trip.



Pro letní sezonu pak organizace již tradičně připravuje hned dvě oblíbené turistické akce. První z nich, Křížem kráčem Vysočinou na kole, se uskuteční hned na začátku letních prázdnin. Jedná se o cyklistické putování Vysočinou, jehož cílem je představit Vysočinu jako atraktivní cykloturistickou destinaci. Putování je rozděleno do osmi etap, trvá tedy celý týden od pátku do pátku a každý den je na programu zhruba 50 kilometrů z celkových téměř 430 kilometrů naplánované trasy. Letošní ročník začíná 8. 7. 2016 v Jihlavě na Masarykově náměstí a končí 15. 7. 2016 v pivovaru v Dalešicích. Každý může absolvovat libovolný počet etap či pouze určité úseky

jedné etapy. Pro všechny účastníky je navíc připraven doprovodný program a k dispozici je také doprovodné vozidlo, které slouží mimo jiné i ke svozu účastníků z Jihlavy na místo startu etapy a po jejím skončení zpět do Jihlavy.

Více informací najdete na www.vysocinounakole.cz, www.facebook.com/vysocinounakole.



Na srpen organizace připravuje netradiční kostýmované prohlídky nazvané Výlety do historie. Jedná se o originální prohlídky turistických objektů formou divadelních představení, které mají na starosti známí i méně známí televizní a divadelní herci. Tato akce je realizovaná ve spolupráci s Agenturou Modua. Letošní ročník netradičních kostýmovaných prohlídek se uskuteční v termínu 20. – 21. 8. 2016 na hradě Roštejn, nese název Čekání na jeho Výsost Karla IV. a naváže tak na oslavy 700. výročí narození Karla IV.

AUTORKA ČLÁNKU

Bc. Klára Čechová

marketing, Vysočina Tourism

e-mail: klara.cechova@vysocinatourism.cz

TURISTICKÁ OBLAST TOULAVA O.P.S



Jan Sochor

Toulava je turistická oblast, která pokrývá území okresu Tábor, okolí Milevska v Jihočeském a Sedlčanska ve Středočeském kraji. Toulava sdružuje 155 obcí dohromady se 144 tisíci obyvateli na území 2 207 km². Toulava stojí na spolupráci měst, obcí, sdružení, MAS a soukromého sektoru v cestovním ruchu. Slovo spolupráce je tu velmi důležité a je základním kamenem, na kterém je možné destinaci stavět. Cílem Toulavy je tedy vybudovat kompaktní turistickou oblast, kam se budou lidé rádi vracet. Hlavní myšlenkou bylo spojit území „na půl cesty mezi Prahou a Šumavou“, nebo chcete-li turisticky vyhledávanějšími oblastmi jižních Čech jako je Třeboňsko nebo Lipno a ukázat lidem, krásný kraj s řadou jedinečných památek a nepoznamenanou přírodou, který často sloužil pouze jako tranzitní území na jih Čech. Což je škoda. Na základě toho vznikl romantický název Toulava, který území zastřeší.

Území je velmi rozmanité a dokáže nabídnout celoroční aktivity v širokém spektru. Pro turisty skýtá celou řadu atraktivit od lázeňství, vodní turistiky, cyklistiky, zimních sportů, agroturistiky po městský turismus, golfová centra, rozsáhlé lesní porosty a přírodní parky.

Aktivity Toulavy v ČR jsou jednotná propagace se širším záběrem. Propagace na národní a mezinárodní úrovni. Tvorba turistických balíčků a materiálů a zkvalitňování služeb, které budou turisty jednak do regionu lákat, jednak se je tu budou snažit udržet i podle hesla „předejme si turistu“ tak, aby nezůstával na jednom místě, ale navštívil i další obce a cíle.

Destinační společnost Toulava o.p.s. byla založena v roce 2013 z iniciativy podnikatelů v cestovním ruchu a svazků obcí. Vznikla tedy „ze spoda“ nikoli z diktátu veřejné správy. Zakladateli jsou Bechyňsko, DSO Pod Horou, MAS Krajina srdce, Sdružení obcí Sedlčanska, Svazek obcí mikroregionu Tábořsko, Svazek obcí Milevska, Jaroslav Krejčí, Kamil Kulíšek a Luboš Mudra. Čelny Toulavy jsou dále DSO Soběslavsko, NYPL s.r.o., Město Sedlec-Prčice, Monínec, s.r.o., MAS Lužnice, o. s., Město Bechyně, Město Krásná Hora nad Vltavou, Město Sedlčany, FITT cz, s.r.o. (Hotel Gold Chotoviny), TURIST s.r.o. (Parkhotel Mozolov), Housův mlýn – údolí historie, o.s., Josef Jungmann, Muzeum čokolády a marcipánu Tábor, Šárka Křesinová (Farmářský obchod Sedlčany), Resort Zduchovice, a.s. Na začátku fungování destinace stál také projekt spolupráce 4 místních akčních skupin: MAS Krajina srdce, MAS Střední Povltaví, MAS Lužnice a MAS Sedlčansko. Společnost řídí 12členná správní rada, kde jsou zastoupeni zástupci soukromého sektoru i měst a obcí. Rada se pravidelně shází jednou měsíčně a na její jednání jsou zváni i odpovědné osoby za cestovní ruch ve všech toulavských městech.

V únoru 2016 získala společnost Toulava o. p. s. certifikaci od Jihočeské centrály cestovního ruchu. To znamená, že se stala jedinou oficiální destinační společností na jihočeském území Toulavy. To vyplývá z nové koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje pro období 2015-2020. Podle této koncepce zdroje financování poskytne z části JK, ale jen ve stejné částce, kolik v regionu dokáže Toulava vygenerovat vlastních zdrojů, z poplatků za členství, sponzorských darů, apod. Každou korunu, kterou takto Toulava na podporu cestovního ruchu v oblasti získá, tak kraj do určité limitní výše zdvojnásobí. Toulava je dnes jednou z osmi certifikovaných oblastí na území JK.

Toulava používá od roku 2016 nový komplexní název celé oblasti: Toulava, od Tábora až k nám..., který lépe danou oblast místně lokalizuje pro návštěvníky z jiných regionů ČR. Od ledna 2016 má vlastní kancelář v Táboře na Špitálském náměstí.

1. CO MÁME ZA SEBOU

Toulava má vlastní webové stránky, které poskytují turistovi ucelené informace o turistických cílech i možnosti ubytování. Realizovala fotosoutěž "Vyfoť Toulavu i ty" zakončenou putovní výstavou fotografií. Jednou ročně vydává turistické noviny Toulavské listy, připravila komplexní mapu turistických cílů v Toulavě. V rámci projektu Cesta z města byly vytvořeny letáky propagující venkovskou turistiku. Na jejím území jsou certifikovány regionální produkty značkou Toulava – regionální produkt. V současnosti je jich přes 30.

Toulava také natočila propagační film Toulava – kardiozážitek i pro Tebe, který získal v roce 2014 první cenu na Tour Region Film v Karlových Varech. Zorganizovaly se semináře pro podnikatele, v lednu 2016 zorganizovala Toulava setkání podnikatelů v cestovním ruchu a turistických cílů Toulava sobě, které je základním kamenem k další spolupráci a tvorbě produktových balíčků. Destinace má také aktivní facebookový profil s 3000 fanoušky, který je propojen s profilem Jihočeského kraje s více než 15 tisíci fanoušky a může tak dosáhnout širokého záběru oslovených lidí. Propagované příspěvky z rozpočtu Toulavy o turistických cílech, trasách a akcích, které se na území Toulavy konají, mají dosah v řádech 10tek tisíc oslovených lidí.

V roce 2015 zavedla turistickou kartu Toulavka, která je klíčovým projektem i v letošním roce.

2. TOULAVKA – KLÍČOVÝ PROJEKT

Zážitková karta Toulavka pro rok 2016 sdružuje přes 50 podnikatelů a turistických cílů, kteří nabízejí bonusy a slevy. Karta je zdarma, vlastně se půjčuje za vratnou zálohu 100 Kč. K dostání je na více než 20 místech v Toulavě, včetně informačních center. Distribuce karty především v začátku proběhla přes skiareál Monínec. Karta je totiž natištěna na elektronických skipasech do areálu a tak se dostala ve velkém množství mezi lidi hned první sezónu. Dnes koluje v terénu přes 2000 karet Toulavka. Karta je přenosná a bonusy a slevy je



možno čerpat neomezeně. Za členství v kartě platí subjekty 1000 Kč ročně. S projektem je také spojena hra na sbírání razítek. V letošní sezóně potom začala spolupráce s Českými drahami, kde se Toulavka dostane i do vlaků prostřednictvím zapojení do projektu ČD bonus jihočeský. Velkým přínosem karty je také spolupráce subjektů v cestovním ruchu. Pravidelně se na základě této platformy – karty Toulavka - schází zástupci podnikatelů v cestovním ruchu i turistických cílů a diskutují o dalším směřování oblasti. Na základě toho bude v budoucnu Toulava vytvářet ve spolupráci s podnikateli turistické balíčky s pestrou nabídkou pro návštěvníky.

A co se ještě všechno udělalo v letošním roce? Protože o turistu jde především, připravili jsme pro něj řadu novinek. První z nich je postava toulavského krajánka, který letos na Milevských maškarách zahájil akci s názvem Kraj dobré nálady. Bude navštěvovat festivaly v celé Toulavě, rozmlouvat s turisty a ukazovat jim, co všechno je u nás zajímavého k vidění. Je tak nástrojem přímého marketingu a pomáhá v budování značky uvnitř i vně oblasti Akce, kterou krajánek navštíví, pak bude vyznamenána velkým perníkovým srdcem a značkou Akce dobré nálady, aby lidé věděli, kam příště vyrazit. Tyto akce se zabalí do balíku a budou propagovány jako Top akce v Toulavě. Na základě projektu Kraj dobré nálady by mělo vzniknout hodnocení kvality služeb v Toulavě. Pro turisty je také připravena fotosoutěž o ceny. Zapojit se může každý, kdo nějak zachytí dobrou náladu v Toulavě a pošle fotku na info@toulava.cz.

V Toulavě vznikají i nové atrakce. V dubnu se otevřelo v Božeticích nedaleko Milevska v nádherně zrekonstruovaném mlýně Muzeum mlynářství, pekařství a zemědělství. Malou expozici, která vás provede toulavskými regiony, tu má i Toulava. V červnu odstartovalo Léto na Bechyňce - jízdy historického vlaku mezi Tábořem a Bechyní. I tady je pro turisty připravena řada akcí jako třeba 2. a 3. 7. víkend s Toulavkou, kde každý cestující získá na lístek toulavské slevy.

Pro zájemce o cyklistiku je tu série profesionálních, vážných, ale i nevážných cyklistických závodů pod společnou značkou Toulava Tour, která vám ukáže, kam vyrazit na kola. Samostatnou kapitolou je potom Toulání s příběhem. V Toulavě je stále co objevovat a je plná ztracených příběhů. Už v létě bude hotový průvodce Toulání s příběhem, který vás provede po zajímavých trasách Toulavou pěšky, na kole i s kočárkem. V nejbližší době je v plánu také vznik mobilní aplikace ve spolupráci s městy, přehled těch nejlepších tipů na výlety a v plánu je i rezervační systém nebo cestovní agentura.

AUTOR ČLÁNKU

Ing. Jan Sochor

Ředitel Turistické oblasti Toulava o.p.s

www.toulava.cz

info@toulava.cz

DESTINAČNÍ MANAGEMENT VLTAVOTÝNSKA – MIKROREGIONU V SRDCI JIŽNÍCH ČECH

Lucie Fialová



Vltavotýnsko se svými 14 obcemi a 14 tisíci obyvateli představuje svou rozlohou 2,6 % území Jihočeského kraje. Je malým regionem se zajímavou historickou minulostí, úrodnou půdou a zelenou přírodou na soutoku řek Vltavy a Lužnice. Hlavní centrum regionu, malebné město Týn nad Vltavou, se nachází v okruhu 30-50 km všech frekventovaných turistických cílů Jihočeského kraje. Nejblíže z nich je Informační centrum JE Temelín (5 km), státní zámek Hluboká nad Vltavou (25 km), krajské město České Budějovice a město Tábor (35 km), zámek Orlík nad Vltavou nebo město českého dědictví UNESCO Český Krumlov (50 km).

Od roku 2010 v regionu působí destinační společnost IN REGIO, o. p. s., která se zabývá jeho cestovním ruchem. Společnost byla založena subjekty aktivními v cestovním ruchu a od počátku se podílí na projektech, tvorbě strategických dokumentů a propagaci v oblasti cestovního ruchu i ve spolupráci s Místní akční skupinou Vltava. Od roku 2014 se společnost intenzivně věnuje oživení turistického ruchu a atraktivnosti regionu s cílem vytvořit spolupracující síť aktérů cestovního ruchu, novou strategii cestovního ruchu a přivedení většího počtu návštěvníků do oblasti. V současné době má společnost výkonnou ředitelku a jednoho zaměstnance na pozici projektového a produktového manažera.

V souvislosti s dokončováním projektu Splavňování řeky Vltavy se zvyšuje zájem o trávení volného času na řece Vltavě. Na 35 plavebních kilometrech řeka spojuje města České Budějovice, Hluboká nad Vltavou a Týn nad Vltavou. Úplné propojení, které pro Týn nad Vltavou a celý mikroregion znamená nové příležitosti v cestovním ruchu, nastane s příští plavební sezónou v roce 2017. Na toto obnovení vodní cesty navazuje IN REGIO s produktem cestovního ruchu – turistickou destinací Vltava Resort (www.vltavaresort.cz), která propaguje řeku jako nové místo pro trávení volného času.



Celá myšlenka vznikla v roce 2010, kdy se uskutečnil první ročník festivalu Vltava Open (www.vltavaopen.cz) a tento rok se v rámci festivalu zahajovala plavební sezóna již po šesté. V roce 2015 byla vytvořena bezplatná mobilní aplikace Vltava Resort, která nabízí návštěvníkům tipy na okolní zajímavá místa a stezky, také slouží jako plavební průvodce a novinkou tohoto roku je slevová karta Vltava Card (Facebook profil Vltava Resort), která je součástí mobilní aplikace.

V únoru byl aktivován první turistický balíček Poznej Vltavotýnsko, který nabízí nejvýznamnější turistické cíle. V současné době se spouští druhý balíček Kolem Vltavy 2016. V rámci turistické destinace Vltava Resort jsou jednou za rok vydávány stejnojmenné noviny týkající se aktuální plavební sezóny. Aktivita v rámci specifického destinačního managementu Vltava Resort jsou podporované z grantů Jihočeského kraje, grantu Oranžový rok společnosti ČEZ, státním podnikem Povodí Vltavy nebo společností Metrostav, která realizuje vodní stavby týkající se projektu splavnění, a z vlastních prostředků.

IN REGIO navazuje spolupráci se subjekty cestovního ruchu nejen v rámci turistické destinace Vltava Resort, v tomto roce se společnost začala intenzivněji věnovat networkingu pro všechny subjekty mikroregionu. V únoru bylo ve spolupráci se Spolkem pro rozvoj regionu uspořádáno první setkání subjektů cestovního ruchu. Smyslem těchto setkání, která by se měla konat dvakrát ročně (na začátku roku a po sezóně), je společná příprava turistické sezóny, její zhodnocení a navazování dalších kontaktů pro nové projekty spolupráce. Cílem společnosti je udržovat informovanost podnikatelské sféry a dalších subjektů CR o aktuálním dění. Prostřednictvím newsletteru jsou informováni o veletrzích a setkáních, kterých se IN REGIO účastnilo, o dotačních programech spojených v CR a o událostech, do kterých se mohou zapojit. Dalšími činnostmi destinační společnosti je aktivní podílení se na podpoře cestovního ruchu v mikroregionu, ale i ve městě Týn nad Vltavou svou činností v Komisi Rady města pro cestovní ruch a reprezentací na setkáních subjektů CR pořádané v rámci Jihočeské centrály cestovního ruchu (JCCR) nebo veletrhu Jihočeský kompas 2016 a dalších veletrzích a setkáních. INREGIO také zpracovává analýzy a podílí se na strategických dokumentech v CR (Koncepte marketingových aktivit v oblasti cestovního ruchu Týna nad Vltavou, Analýza okolních turistických oblastí pro připojení Vltavotýnska, Rozvojová strategie Vltavotýnska 2014 – 2020, Katalog Zajímavosti Vltavotýnska sloužící jako podklad pro strategii cestovního ruchu města a mikroregionu), dalšími činnostmi jsou služby v rámci propagace jednotlivých subjektů, např. Regionální značky Vltavotýnsko, propagace rodinné farmy Dvůr Čihovice (vytvoření internetových stránek, natáčení vlogu, pomoc se sociálními sítěmi a content managementem, tvorba propagačních materiálů a pomoc s eventovou turistikou), zpracování propagačních materiálů plavby po Vltavě s Českobudějovickou plavební nebo aktualizace Katalogu turistických produktů Vltavotýnska ve spolupráci s Informačním centrem Vltavotýnska pro MAS Vltava.

V souvislosti s novou koncepcí víceúrovňového řízení cestovního ruchu v Jihočeském kraji IN REGIO komunikuje s Jihočeským krajem prostřednictvím JCCR, Sdružením měst a obcí Vltava a jednotlivými certifikovanými turistickými oblastmi v záležitosti připojení Vltavotýnska k některé z těchto oblastí, což s sebou přináší další zviditelnění mikroregionu, nový turistický potenciál a nové projekty spolupráce.

IN REGIO se v současné době zabývá i navazováním přeshraniční spolupráce v rámci možných projektů cestovního ruchu a do budoucna se bude podílet s místním spolkem POMOC Týn nad Vltavou, zabývajícím se integrací převážně mentálně handicapovaných do běžného života, na projektu sociální turistiky.

AUTORKA ČLÁNKU

Ing. Lucie Fialová

ředitelka IN REGIO o.p.s Vltavotýnsko

fialova@inregio.cz

A surreal landscape where an open book on a wooden deck shows a lavender field and hot air balloons. The book is open, and the pages show a vibrant scene of a lavender field at sunset. The sun is low on the horizon, casting a warm glow over the field. In the sky, four hot air balloons with various patterns and colors (purple, green, yellow, and black) are floating. The entire scene is framed by a dark, cloudy sky at the top and the wooden planks of the deck at the bottom.

PŘEČETLI JSME ZA VÁS

A HISTORY OF MODERN TOURISM, PALGRAVE MACMILLAN



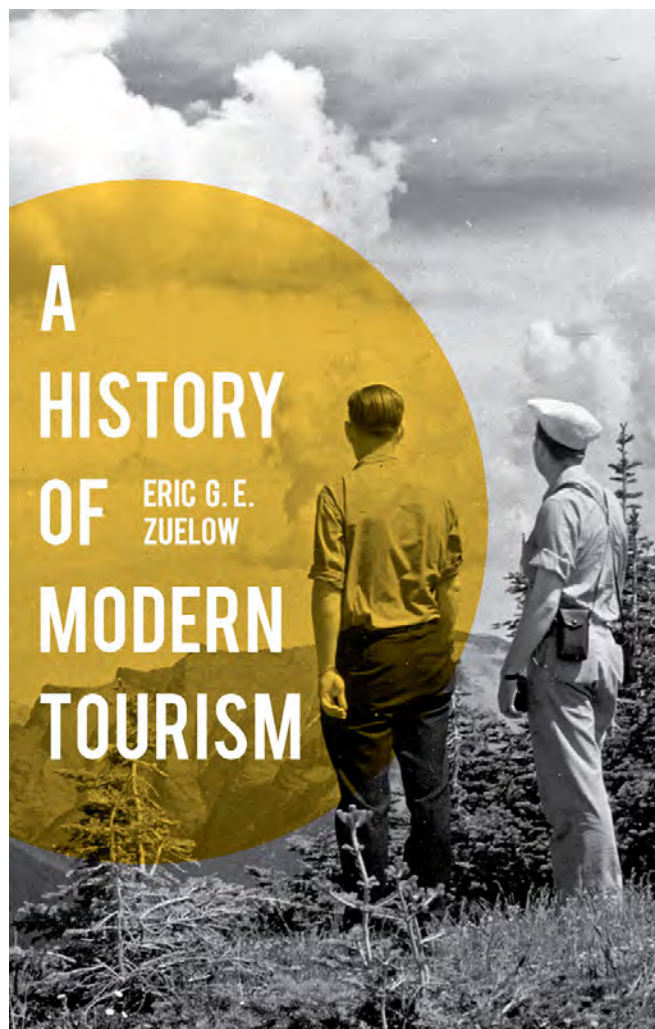
Autor:

Eric G. E. Zuelow

Recenze:

Dana Zažímalová

Jaromír Rux



Eric G. E. Zuelow je docentem evropské historie, kterou přednáší na University of New England v Biddefordu, Maine, USA. Specializuje se na moderní dějiny Británie a Irska se zvláštním důrazem na historii turismu. Je šéfredaktorem časopisu Journal of Tourism, který vychází třikrát ročně.

Rok vydání: 2015

ISBN: 978-0-230-36964-1

Kniha vyšla koncem roku 2015, má vnočení 2016 a na internetu jsme našli tři recenze, které uvádíme v českém překladu.

„Eric G. E. Zuelow stručně provádí čtenáře staletími lidského cestování od kroků Herodotových až po stopy moderních tryskáčů. Jeho svižné vyprávění odhaluje, jak průmysl cestovního ruchu a honba za volným časem vytvořily moderní svět.“ - Anthony Stanonis, Queen's University Belfast, Velká Británie

"Eric G. E. Zuelow nabízí příběh tak obohacující a strhující jako Grand Tour, ale způsobem tak přístupným jako Cookův zájezd. Zkoumáním dlouhé historie cestování zachycuje nuance a detaily s elánem literáta. Ať už na pláži nebo ve vlaku, v knihovně nebo učebně kniha výrazně odmění každého, kdo si ji přečte.“ - Kevin James, University Guelph, Kanada

„Kniha A History of Modern Tourism je čtivý popis, jak se cestovní ruch rozvíjí od Grand Tour 18. století. Zkoumá hybné a vlivné síly v odvětví cestovního ruchu [...] a to, jak průmysl vytváří globalizaci a moderní svět.“ - Adam Nebbs, Jižní Carolina

Recenze dostupné na: <https://he.palgrave.com/page/detail/?sf1=barcode&st1=9780230369641>

KNIHA SE SKLÁDÁ Z TĚCHTO ČÁSTÍ

Úvod: Moderní turismus

1. Počátky: Grand Tour
2. Velkolepost a krása
3. Věk páry
4. Novinka - vytváření zájezdů
5. Tištěné průvodce a nutnost prohlížení pamětihodností
6. Turismus v období impéria a nacionalismu
7. Bicykly, auta, letadla
8. Turismus v meziválečném období
9. Turismus v poválečném období
10. Masový turismus

Závěr: Nikdy se neptej historika na budoucnost

1. KAPITOLA POČÁTKY: GRAND TOUR

Koncem 18. století velká evropská města jako Paříž, Řím, Benátky měla stovky, nebo dokonce tisíce anglicky mluvících návštěvníků. Pro mnoho historiků cestovního ruchu tito cestující představují první moderní turisty. Grand Tour je obecně spojována s anglickou tzv. pozemkovou elitou a vzděláváním mladých šlechticů, a to natolik, že se tvrdí: Grand Tour není Grand Tour, pokud neobsahuje následující:

- 1) Cestujícím je mladý britský muž, šlechtic.
- 2) Tutor, který doprovází svěřence, je odpovědný za celý průběh cesty.
- 3) Cesta má pevný itinerář, povinná je návštěva Říma.
- 4) Délka cesty je dva až tři roky.

I když je pravda, že nejvíce mladých cestovatelů byli Angličané, cestovali i příslušníci dalších národů. Jako příklad jsou uváděni ruský car Petr Veliký (1672-1725), který usiloval o poevropštění Ruska, nebo velký německý básník a filozof Johann Wolfgang von Goethe (1749-1832). Necestovalo se jen do Říma, ale i do dalších evropských měst, mezi kterými je výslovně uváděna Praha. Rovněž není pravda, že cestovali pouze muži. Je známa řada anglických žen, které navštívily evropský kontinent.

Stejně jako většina procesů v lidské historii má pomalý vývoj, tak ani cestovní ruch nevznikl revolucí. Grand Tour, jako typický cestovní ruch 18. století, má kořeny v kulturním, intelektuálním, politickém, sociálním a ekonomickém vývoji, který začal postupně v celé Evropě během pozdního středověku a pokračoval v 17. a 18. století. Epidemie moru, která vypukla v roce 1347, zahubila polovinu Evropy. Nedostatek pracovních sil vyvolal potřebu efektivnější výroby. Rozvinul se obchod a vytvořila se evropská ekonomika. Podstatně se zlepšila pozemní doprava. Vzkvétal obchod a značný počet obchodníků zbohatl. Vzrostl zájem o obrazy a sochy. Výsledkem mimořádné kulturní produkce byla renesance (neboli znovuzrození). Renesance vznikla v Itálii a v období mezi pozdním 14. a raným 17. stoletím se jezdilo do klasického světa pro inspiraci.

Zde bychom chtěli podotknout, že Grand Tour (Kavalierreisen, šlechtické cesty) nebyly zdaleka prvním druhem cestování šlechty. Již ve středověku cestovali vládci a šlechtici na korunovace, sněmy a z mnoha dalších důvodů. Všeobecně známa je diplomatická cesta pana Lva z Rožmitálu v roce 1465, kterou vykonal z pověření krále Jiřího z Poděbrad. Vyjel z Prahy s cílem navštívit všechna křesťanská království a také všechna duchovní i světská knížectví v německých i vlašských zemích. Pokoušel se vytvořit sjednocenou Evropu pod předsednictvím francouzského krále. Jeho zápisky zpracoval.

Jako další příklad cestování si uveďme cestu českých šlechticů do Janova. Byla uskutečněna v letech 1551-1552, šlechtici doprovázeli následníka trůnu Maxmiliána. Cesty se zúčastnilo asi 200 lidí, mezi nejvýznamnější účastníky patřili Vilém z Rožmberka a Zachariáš z Hradce.

V Itálii se seznámili s renesancí a pozvali italské stavitele, aby jim přestavěli jejich hrady na renesanční zámky. Výsledkem jsou nádherné renesanční zámky v Českém Krumlově a v Telči, zapsané na seznam Světového dědictví UNESCO.¹

Hlavní faktory, které podle autora výrazně ovlivnily Grand Tour, byly:

1) Rozšiřující se obchod v kombinaci s touhou mnoha lidí navštívit a prozkoumat města Evropy, ve kterých se zrodila renesance. Na cestách se tedy pohybovali nejen obchodníci, ale i zájemci o poznání uměleckých děl renesance v Itálii. Itálie ještě nebyla sjednocená, ale byla tvořena shlukem městských států. Vznikla nová forma diplomacie – rezidentní velvyslanci, kteří sídlili ve významných státech Evropy a podávali informace o svém státu a podporovali cestování.

2) Dalším důvodem pro vznik Grand Tour byl neuspokojivý stav anglického vysokého školství v 15. a 16. století. Oxford a Cambridge se specializovaly na vzdělávání elitních vrstev, další vysoké školy svou výukou nedávaly znalosti potřebné budoucím diplomatům, úředníkům a státníkům. Jediným řešením bylo poslat mladé muže do zahraničí, aby se naučili jazyky, seznámili se s kulturou a navázali známosti s představiteli evropské šlechty. V 16. století začala královská kancelář dotovat tyto cesty. Všestranně talentovaný Sir Francis Bacon (1561-1626) je autorem pravděpodobně nejslavnější eseje oslavující hodnotu cestování. Mezi cíli GT neuvádí návštěvu šlechtické školy (jízda na koni, zacházení se zbraněmi, tanec atd.).

Cestování jednotlivců bylo velice nebezpečné a zdlouhavé. Pouhý přesun na kontinent přes průliv zabral 10 dnů. Na evropském pobřeží číhaly tlupy lupičů, které okrádaly pocestné. Otřesná byla úroveň ubytování. Mnozí cestující se štilili ulehnout do špinavých postelí a raději spali na lavicích. Peníze nosili v opascích pod šaty, aby je zloději neukradli. Chycení lupiči byli popravováni a jejich rozčtvrcená těla visela kolem cest. Kromě lupičů na cestovatele čekaly velmi špatné cesty, války mezi protestanty a katolíky, epidemie moru nebo neštovic a další nebezpečí. Angličtí návštěvníci cestovali inkognito, protože jim hrozilo zajetí, mučení a poprava.

Na cestě mezi městy Danzig (Gdaňsk) a Hamburk bylo označeno 34 míst, kde byl předchozí poutník zavražděn. V Bavorsku se vyskytl kanibalismus, v Ženevě neštovice.

Přesto všechno Grand Tour byla stále oblíbenější. Konkrétní čísla o počtech účastníků je obtížné sehnat a jsou neoficiální.

Podle Zuelowa v období mezi 1748 a 1789 byl v Evropě mír a Grand Tour dosáhla svého zenitu. Toto tvrzení se odlišuje od názorů českých autorů, kteří za zlatý věk kavalérských cest považují období 1590 až 1710 (Kubeš 2012)

Trasa mladých Angličanů, (a několika Angličanek) zahrnovala Paříž, Řím, Benátky, Florencii a Neapol, u některých též Hannover, Berlín, Drážďany, Vídeň, Mnichov, Ženevu, a Prahu (což bylo nejvýchodnější místo, kterého dosáhlo pouze několik málo turistů). Na rozdíl od současného turismu největší položku v nákladech Grand Tour tvořila doprava.

V 18. století byla moc pozemkové šlechty ohromná. I když tvořila pouze 3 % obyvatelstva, ovládala celou Británii politicky i ekonomicky. Rozvoj mezinárodního obchodu způsobil vznik třídy bohatých obchodníků. V druhé polovině 18. století se v důsledku průmyslové revoluce objevuje třída bohatých podnikatelů. To vše znepokojuje tradiční společenské elity, které se začínají obávat, že ztratí moc. Historikové vedou debaty o počátcích vzniku konzumní společnosti. Většinou ji kladou do poloviny 19. století, někteří tvrdí, že vznikla již

¹ Poznámka recenzenta

mnohem dříve. Boháči si staví nádherná sídla na venkově i ve městech, obojí vyzdobená bohatými sbírkami malířských a sochařských děl. Účastníci Grand Tour se potřebují svým známým pochlubit, kde byli a co viděli. Přivázejí si obrazy Kolosea, Pantheonu, Parthenónu nebo Benátek. Stejný účel mají současné pohlednice s nápisem „Wish You Were Here“.

I když hlavním cílem GT mělo být vzdělání se, zdokonalení se, povznesení na vyšší úroveň, realita byla často jiná. Účastníci často navštěvovali prostitutky, hráli hazardní hry a nechtěným suvenýrem byla někdy syfilis. Rovněž úroveň doprovázejících tutorů byla často nevalná a často se věnovali více pití než doзору a výuce. Pro úplnost je nutno poznamenat, že situace v Británii nebyla lepší. Alkoholismu a holdování prostopášnému životu propadly prakticky všechny vrstvy obyvatelstva

KONEC GRAND TOUR

Velká francouzská revoluce 1789 a po ní následující napoleonské války, které trvaly až do roku 1815, znamenaly konec Grand Tour. Některé jejich myšlenky však žily dále. Cestování stále generovalo prestiž. Stále byla navštěvována velká evropská města. Vychází množství knih o cestování. Vznik železniční dopravy umožnil cestování i příslušníkům střední a nižší třídy. Od poloviny 18. století se vyvíjí a po roce 1820 se formuje nový pohled na svět. Je to romantický pohled na krajinu, vzrušení z objevování krás hor a mořského pobřeží.

Historická města a památky zůstávají stále atraktivní, ale stále více lidí se vydává za krásami hor a mořského pobřeží.

Kavalírské cesty se přizpůsobují svému hlavnímu cíli, kterým je příprava na výkon vysoké funkce ve státní správě. Omezuje se studium dvorského chování, těžiště je ve studiu práv, ekonomiky, obchodu, peněžnictví a navazování užitečných kontaktů.

Cestovalo se ve dvou typech dopravních prostředků. Šlechtická část se vezla v luxusním zavřeném kočáru, služebníci se přepravovali v obyčejných formanských vozech. Na koni se už nejezdilo, v polovině 17. století byla jízda na koni, či dokonce pěší pohyb šlechtice společensky neúnosný. Cesta v kočáru - to byl jeden z průvodních znaků, jak se renesanční šlechticové proměňovali v barokní kavalíry.

Zánik GT u nás v polovině 18. století souvisí též s vytlačováním šlechty německou služebnou šlechtou, která byla povýšena do šlechtického stavu až v druhé polovině 18. století. Současně vzniká ve střední Evropě několik šlechtických akademií, např. slavné Theresianum ve Vídni. Za vzděláním již není třeba cestovat. Josef II. pokládal GT za ztrátu času a chtěl je zakázat, ale to již bylo zbytečné.

Příkladem českých šlechticů, kterým se znalosti získané na kavalírské cestě vyplatily, byli např. Jiří Adam z Martinic, který se stal prezidentem české komory a poté kancléřem Ferdinanda III., nebo Václav Antonín z Kounic, který byl císařským diplomatem a od roku 1753 i dvorským a státním kancléřem.

Kapitola je napsána čtivým způsobem, přináší řadu pozoruhodných informací. Grand Tour patří k významným jevům v dějinách cestovního ruchu. Nezpochybujeme jejich význam, ale přesto se domníváme, že autorovo tvrzení, že jsou prvním projevem moderního turismu, je příliš odvážné.

Mladí šlechtici měli k cestování motivaci, měli osobní svobodu, volný čas, disponibilní peníze, ale tvořili početně nevýznamnou část společnosti, a navíc nebyla vytvořena infrastruktura. Ta přišla až s průmyslovou revolucí. Cestování v kočárech nebylo projevem moderního turismu.² Hlavním důvodem ukončení byla velká francouzská revoluce v roce 1789 a po ní následující napoleonské války. Zatímco v 18. století byly ušijí vrstvou společnosti šlechta v 19. století se do popředí ostává třída bohatých podnikatelů a obchodníků a do cestování se postupně zapojují i příslušníci středních vrstev. Mění se názor na krajinu, začíná se jezdit za odpočinkem k moři nebo do hor.

Autor je Američan, má poněkud odlišné dělení dějin CR než většina evropských autorů.

Autor je historik, nikoliv odborník v cestovním ruchu. Někdy nedodržuje oficiální terminologii CR a zaměňuje cestovní ruch s cestováním.

Turismus je produktem moderní doby a současně silou, která moderní dobu vytvořila. Výborné!!!

Nemohl existovat moderní cestovní ruch ve stavovské společnosti, nebyla infrastruktura, volný čas a motivace.

Muselo dojít ke změně vnímání krajiny, hor, mořského pobřeží, musel se změnit názor na odpočinek. GT jsou počátky vzdělávacího CR, případně pracovního.

Pro čtenáře z řad učitelů doporučujeme podívat se na webovou stránku doc. Zuelowa a seznámit se s jeho organizací výuky. I když se jedná o mladého učitele (podle fotografie na webu) může být inspirativní i pro zkušené učitele.

Zuelow poskytuje neotřelý pohled na období GT, dokonale vysvětluje důvody jejich vzniku a jejich význam v dějinách CR. Přesto se, na rozdíl od něho, nedomníváme, že GT tvoří počátek moderního turismu.

2. KAPITOLA VELKOLEPOST A KRÁSA

Autor se v této kapitole zaměřuje na další činitele, které umožnily vznik moderního turismu. Jsou to:

ZMĚNA VE VNÍMÁNÍ KRAJINY

Proces této změny vysvětluje autor velmi obšírně. Vychází z krásné literatury, jak je u něho velmi časté. Básník S. T. Coleridge, představitel tzv. jezerní školy zachycující s oblibou přírodní krásy této oblasti, popsal zážitek, kdy se v roce 1805 při výstupu na nejvyšší vrchol Anglie ocitl v nebezpečí života a na pokraji smrti. Podařilo se mu vyváznout, ale uvědomil si, že při velkém nebezpečí člověk pociťuje zvláštní vzrušení, které je tak úžasné, že ho nutí tyto okamžiky vyhledávat. Autor tento příběh komentuje jako velmi neobvyklý, neboť až do poloviny 18. století lidé nechodili do hor obdivovat krajinu. Hory byly považovány za děsivé, nepřístupné, popřípadě za sídlo bohů, kam člověk neměl přístup.

Podobně tomu bylo i u mořského pobřeží. Moře bylo totiž plné neznámých příšer, plné nebezpečí. To opět dokládá příklady z literatury. Ale na samém začátku 19. století začínají lékaři doporučovat mořské koupele jako léčebné prostředky.

Obě tato prostředí procházela procesem **racionalizace přírody**. To poskytuje řadu nových atraktivit, které mohou sloužit jako **zásadní body pro moderní turismus**.

VĚDECKÁ RACIONALIZACE

Podle autora knihy na počátku náboženského nazírání na svět stálo dílo Thomase Burneta, který působil jako tutor při jedné Grand Tour do Itálie, kdy byl, na rozdíl od jiných cestovatelů, uchváten krásou krajiny. Později, v roce 1681, vytvořil na základě svých pozorování vlastní představu světa v latinsky psaném díle *Telluris Theoria Sacra*. Autor dále uvádí vědce, kteří stavěli v průběhu příštích 200 let na tomto díle. Připomíná i Darwinovo dílo z roku 1839 o jeho zážitcích v Chile, které je plné dobrodružství a objevů. Tak si lidé viktoriánské Anglie uvědomili, že i oni mohou zkoumat hory i moře a pozorovat poutavou historii Země.

OVLÁDNUTÍ PŘÍRODY

Tento přístup k přírodě dokládá autor na příkladu Nizozemska, kterému se po usilovném snažení několika generací podařilo technickými prostředky zvítězit nad mořem a využít krajinu k hospodářským účelům. Holandsko bylo populární destinací pro Grand Tours, které tak hrály významnou roli v inspiraci a rozšíření racionálního myšlení.

ZMĚNA OPTIKY: REVOLUCE V ESTETICE

V této části autor vykládá rozdíl mezi pojmy **krásný** a **velkolepý**, jak je vysvětlil ve svém díle Edmund Burke (1729 – 1797). Krása je založena na pravidelnosti, proporcionalitě, předvídatelnosti, velkolepost je její opak, je nepředvídatelná, chaotická. Krása uklidňuje, velkolepost způsobuje napětí. Co je zprvu děsivé, může být vnímáno jako potěšení a zábava. A právě tento protiklad dal nové impulzy pro turismus 18. století.

Dále autor tuto myšlenku dokládá citacemi z knih britských cestovatelů a příklady aristokratů, kteří si u svých sídel budovali umělé krajinné parky a zahrady. Na začátku 19. století tento myšlenkový proud vyústil do výtvarného umění, literatury a hudby, který známe pod názvem romantismus.

Na tomto místě bychom mohli připomenout velkou zálibu v cestování u Karla Hynka Máchy. Jeho obdiv k horám a divokým krajinným scénériím je nejpatrnější v jeho básnické próze Pouť krkonošská (1833). I když je výhradně uměleckým ztvárněním jeho pocitů, jde o podobné zaujetí krajinou a její velkolepostí, jaké jsme viděli u zmiňovaného anglického básníka Coleridge. Dále můžeme uvést i Máchovu cestu do Itálie, kterou zachytil v Deníku na cestě do Itálie (1834) a která se odráží i v jeho básnické tvorbě.³

TURISMUS A VELKOLEPOST

Cestování nabízelo možnost zažít velkolepost a vzrušení - zrodil se nový sport – horolezectví. Evropané na svých Grand Tours začali vystupovat do hor asi od 40. let 18. století. První výstup na Mont Blanc byl uskutečněn v roce 1786. V polovině 19. století nastala “Mont Blanc mánie” a byly zakládány kluby, nejdříve v Londýně (1857) a pak po celé Evropě.

MALOVANÉ KRAJINY

Zájem o krajinu vzbuzovali i malíři, kteří začali zobrazovat vztah člověka k přírodě a jeho sepětí s ní. Podle nich se pak bohatí cestující učili dívat se na krajinu a esteticky ji vnímat.

VZESTUP URBANIZACE A ZDRAVÍ

Autor dokládá čísla obrovský nárůst obyvatelstva měst v Británii v průběhu 19. století. Životní podmínky ve městech byly katastrofální, ovzduší zamořené kouřem a smogem, nakažlivé nemoci. Lidé se snažili uniknout z tohoto zamořeného prostředí, logicky do hor a na přímořské pláže. Také z tohoto pohledu bylo cestování prospěšné.

Všechny tyto aspekty navazující na Grand Tour vytvořily ideový rámec, z něhož se zrodil moderní turismus. Cestování je prospěšné pro mysl i tělo, byl vytvořen rámec pro to, co by měli cestující na svých cestách vidět, a byly nalezeny nové způsoby, jak vnímat svět.

Stále tu však něco chybělo ke zrodu moderního turismu. Až dosud byli turisté jen bohatí lidé. Cestování se muselo stát levnějším, rychlejším, pohodlnějším. Navíc se velké množství lidí muselo naučit, jak cestovat. Realizaci všech těchto změn nastartuje až doprava na parní pohon.

5. KAPITOLA TIŠTĚNÉ PRŮVODCE A NUTNOST PROHLÍŽENÍ PAMĚTIHODNOSTÍ

Tuto kapitolu Zuelow uvádí románem britského spisovatele E. M. Forstera *Pokoj s vyhlídkou*, který byl vydán v roce 1908. Hlavní hrdinka, mladá Angličanka, je zoufalá a bezradná, když se při návštěvě Florencie ocitne ve městě bez svého bedekru, neboť neví, které památky navštívit a kde je hledat. Tato epizoda dokládá, jak byly průvodce vitálně důležité pro turisty, kteří je s sebou neustále nosili. Průvodce jim nejen ukazovaly cestu, ale obsahovaly zejména to, co stojí za to vidět. Turismus lidi zdokonaloval po stránce kulturní, přinášel jim vzdělání, odpočinek i zdraví. Tyto „manuály“ směřovaly turisty na místa, která by měli navštívit, radily, kde pobývat, jak se chovat, pomáhaly jim zprostředkovat cestovatelskou zkušenost.

TIŠTĚNÉ PRŮVODCE

Autor zmiňuje historii psaných původců, která začíná v době říše římské (Pausanias, 110 – 180 n. l.), pokračuje přes středověké popisy poutních míst a tras. Na začátku Grand Tours byly používány manuály, které byly několikavazkové a velmi obsáhlé. Pak byly tištěny příručky pro ty cestující, kteří neměli svého tutora. Ještě před stavbou železnic, na začátku 19. století, se objevilo množství průvodců, které nabízely výběr turistických tras. Se vzestupem železniční dopravy došlo ke skutečné explozi průvodců, které byly určeny cestujícím ze vzrůstající se střední třídy. Základními částmi cestovních průvodců byly komentáře jednoho nebo více odborníků na danou oblast, mapy (železniční síť, plánky měst, panoramata) a obsáhlý zeměpisný index. Zkrátka Baedekr a ostatní průvodce nahradily tutora z 18. století a ukazovaly turistům viktoriánského období vše potřebné pro poznání kultury a krajin rozvíjejícího se okolního světa.

Zuelow dále uvádí první nakladatele cestovních průvodců – John Murray (1836) a Karl Baedekr (1801 – 59) – a další četné specializované druhy průvodců (horské oblasti, literární památná místa, mimoevropské země) v průběhu 19. století. Mezi cestovateli se objevovaly ve stále větší míře ženy (jak dokládá i úvodní ukázka).

Tento rozvoj tištěných cestovních materiálů měl však i svou stinnou stránku – cestovatelé byli „závislí“ na čtení průvodců a zapomínali často na své vlastní pozorování a vnímání. Autoři průvodců byli ovlivněni i vlastním národním nazíráním na jiné národy, zejména mimoevropské, a zobrazovali neevropské země z nadřazené kolonialistické pozice. Často také představovali navštěvovaná místa z hlediska slavných spisovatelů nebo románových hrdinů. Výsledkem byl turismus 19. století jako souhrn specifických panoramat, prostředí staveb a literárních souvislostí zprostředkovaných literárními texty.

Prvým moderním tištěným průvodcem byl Reichardův *Průvodce Evropou* vydaný v roce 1784 v Lipsku. Zakladateli vydávání tištěných průvodců jsou John Murray a Karl Baedeker, který v roce 1827 založil slavné vydavatelství a zveřejnil průvodce *Výlet z Mohuče do Kolína nad Rýnem*. Následovaly další průvodce, které měly vysokou úroveň, vhodný jednotný formát a vynikaly jasným textem a spolehlivými informacemi. Uváděly nejen popis památek, ale i informace o krajině, cenách za ubytování, dopravu a řadu praktických informací. V dnešní době, kdy vycházejí stovky průvodců, je výraz „bedekr“ synonymem pro kvalitního tištěného průvodce.

V češtině vyšla u příležitosti světové výstavy v r. 1889 řada průvodců Paříží.⁴

KRAJINA, HISTORIE A PROSTŘEDÍ STAVEB

Poznání velkoleposti, krásy a romantického vnímání krajiny z 18. století pokračovalo i do století 19., ale pisatelé průvodců detailně radili, jak zajímavá místa a krajiny pozorovat, z jakého úhlu pohledu jsou nejpůsobivější. Objevovaly se také názory na krajinu, která by měla být uchována ve své původnosti, bez zásahu člověka,

stejně tak by měly být zachovány historické stavby. První názory na zachování památek pocházejí už z 15. a 18. století (např. J. W. Goethe), ale na konci 19. století se staly prioritou. Tak byl v Anglii založen National Trust, organizace, která dodnes chrání panská sídla, historická místa a venkovské krajiny. Ze stejné motivace pak vznikaly národní parky v Americe i jinde ve světě.

LITERÁRNÍ TURISMUS

Zuelow uvádí, že myšlenka setkávat se se slavnými spisovateli se objevovala už u některých Grand Tours v 18. století, např. tutor James Boswell vyhledával osvícenské filozofy, např. Rousseaua a Voltaira. Na konci 19. století to bylo odlišné – turisté se zajímali o spisovatele, kteří byli mrtví, často i dlouhou dobu. Literární cestovatelé chtěli zažít podobné pocity v prostředí spjatém s daným autorem, chtěli zažít podobnou atmosféru, chodit stejnými stezkami, dokonce stanout ve stejných budovách, jít po stopách jeho románových hrdinů. Prvním takovým „poutním“ místem se stal Stratford-upon-Avon, rodiště Williama Shakespeara. Jeho údajný rodný dům se stal národním památníkem v roce 1847. Dalším populárním místem bylo rodiště skotského národního básníka Roberta Burnse. Podobně navštěvovali literární nadšenci Jezerní oblast Williama Wordswortha, Yorkshire sester Bronteových, Abbotsford Waltera Scotta.

Slavných jmen z oblasti literatury využívali v USA developéři, zejména železnice, pro svou reklamu, např. dávali podle nich a jejich literárních hrdinů jména vlakům.

WISH YOU WERE HERE ANEB POHLEDNICE

Předchůdci pohlednic byly populární tisky z 18. století, např. William Hogarth (1697 – 1764). Používat pohlednice jako prostředek korespondence pochází od německého poštmistra Heinricha von Stephena. Jeho nápadu využili Rakušané a do roku 1870 pohlednice nabízely všechny evropské země, USA následovaly v roce 1873. Velmi rychle se na pohlednice dostaly obrázky krajiny, důležitých národních památníků, a staly se tak prostředkem národní propagace a významných událostí, např. světová výstava v Paříži v r. 1889. Pohlednice se psaly a odesílaly přímo na těchto památných místech. Postupně na ně přibýval i kreslený humor. Tak se staly pohlednice propagačním prostředkem pro organizaci představ o preferovaných dovolených, vkusu a atraktivitách. Lidé se začali dívat na místa z úhlu pohlednic a pak na jejich místo nastoupily fotografie turistů, když byly vynalezeny lehce přenosné fotoaparáty.

Podoba obrázků na pohlednicích se měnila v závislosti na technologii a na vkusu turistů a fotografové pečlivě zkoumali, co se turistům líbí, a podle toho vytvářeli své pohlednice.

Tištěné průvodce mají však jeden paradox – staré rozlišení mezi turistou a cestovatelem, které se vytvořilo během Grand Tours. V 19. století si zasluhoval respekt ten, kdo používal tištěného průvodce, který nahradil kvalifikovaného tutora. To mělo za následek, že všichni jezdili po stejných trasách a dělali stejné věci. To vyvolávalo potřebu odlišovat se – třídně (např. nesdílet stejné pláže) a naopak zvyšovalo sociální prestiž, když chtěli vidět něco jiného než ostatní, chtěli jít svou vlastní cestou. To znamená, že lidé chtěli demonstrovat svůj individualismus. Zuelow znovu uvádí román Pokoj s vyhlídkou. Hlavní hrdinka Lucy Honeychurchová je na počátku knihy těsně spjata se svým bedekrem, ale na konci románu se vrací do Florencie se svým manželem bez bedekru. Stala se tak individualitou a je připravena překročit hranice své společenské třídy. Ztráta bedekru tak může být, podle Zuelowa, vykládána jako známka jejího osobního růstu, výrazem jedinečnosti a vykročením z „vyježděných kolejí“.

Mnoho turistů si sebe představuje spíše jako cestovatele než jako turistu, i když používá cestovní příručku. Chtějí se totiž odlišit od davu ostatních, je to výraz sebevyjádření. Tato souvztažnost mezi sebevyjádřením v kombinaci se schopností turismu představovat mocné vzkazy o sobě a ostatních dělají z volnočasového cestování mocný politický nástroj – velké téma: jak se bude turismus vyvíjet.

HODNOCENÍ RECENZENTŮ

V této kapitole se velmi výrazně projevuje Zuelowo velmi široké pojetí turismu a jeho literární a psychologická motivace. I když dějiny turismu jsou nesporně těsně propojeny s vývojem společnosti i rozvojem individua, domníváme se, že autor poněkud přeceňuje psychologickou interpretaci hlavní hrdinky románu. Nicméně tento pohled na turismus může být velmi zajímavý a inspirativní pro odborníky, studenty i zájemce o dějiny cestovního ruchu.

*Velmi vysoce hodnotíme poznámkový aparát (str. 185 – 238), rozsah a kvalitu bibliografie (str. 239 – 275) a její přehledné uspořádání na konci knihy. Bibliografie je rozdělená na **Primární prameny** (archivy, rozhovory, noviny a časopisy, webové zprávy) a publikované primární prameny (knihy, výroční zprávy, webové stránky), dále na **Nepublikované sekundární prameny** (přednášky na konferencích), dále **Publikované sekundární prameny o turismu** (vybrané školní časopisy o turismu, knihy a články vztahující se k turismu). Z uvedeného je patrné, že seznam literatury je nebývale obsáhlý, a může být tak cenným vodítkem pro každého odborníka, učitele i studenta v oblasti cestovního ruchu.*

Svémi přátelsky míněnými připomínkami rozhodně nechceme snižovat význam této pozoruhodné knihy, kterou vřele doporučujeme k přečtení. Učitelům rovněž doporučujeme webové stránky Erica G. E. Zuelowa (<http://ericzuelow.com/>), které poskytují zajímavý pohled na jeho způsob výuky.

AUTOŘI RECENZE

PhDr. Dana Zažímalová

katedra jazyků VŠP Jihlava

e-mail: zazimalova@vspj.cz

RNDr. PaedDr. Jaromír Rux, CSc.

katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava

e-mail: jaromir.rux@vspj.cz

SPECIFIKA ČÍNSKÉ KLIENTELY V HOTELECH A RESTAURACÍCH V ČESKÉ REPUBLICE

Autor:

Monika Klímová
Kristýna Kortová

Recenze:

Jiří Šíp



**Specifika čínské klientely
v hotelech a restauracích
v České republice**

Rok vydání: 2016

Počet stran: 44

ISBN: 978-80-87411-72-8

Ilustrace: Yana Badulaeva, Mgr. Monika
Klímová, Ing. Kristýna Kortová

Fotografie: Mgr. Monika Klímová

Fotografie na titulní straně obálky:

© kzenon / 123RF

Grafická úprava a tisk: Iva Vodáková –
DURABO Čelákovice

Tato publikace byla vydána za finanční podpory Asociace hotelů a restaurací České republiky z. s., Vysokou školou hotelovou v Praze 8, spol. s r.o., v rámci řešení projektu „Specifika čínské klientely v hotelech a restauracích v České republice“.

Obsah publikace je členěn do 4 kapitol a závěrečného zhodnocení.

ČÍNA JAKO VÝZNAMNÝ ZDROJOVÝ TRH CESTOVNÍHO RUCHU PRO ČESKOU REPUBLIKU

V kapitole je proveden statistický rozklad vývoje čínské poptávky o destinaci Česko.

ČÍNSKÁ KULTURA A JEJÍ ODRAZ V OBCHODNÍM JEDNÁNÍ

Kapitola upozorňuje na dlouhou historii čínské kultury, geografickou prostorovou diferenciaci spojenou kultem Konfuciánství, Taoismem i Budhismem, nebo například svátky Jara. Staré tradice a kultura se odrážejí ve výrazných odlišnostech a specifikách obchodování s Číňany.

UBYTOVÁNÍ ČÍNSKÉHO HOSTA V HOTELU

Tato kapitola a následující se jeví jako klíčové, protože jsou orientovány na široké spektrum pracovníků ve službách v cestovním ruchu, kteří přijdou do přímého styku s Číňany na území Česka. Za velice praktické lze považovat například uvedení základních popisných tabulek v čínských znacích.

STRAVOVÁNÍ ČÍNSKÉHO HOSTA V RESTAURACI

Stravování je jednou z významných součástí společenského protokolu. Důležité je při obchodních jednáních, ale i v běžném styku poskytovatelů stravovacích služeb čínským turistům v Česku. Tato kapitola rozebírá zajímavé podrobnosti zásad čínského stravování včetně používání tradičních hůlek při konzumaci pokrmů, zásad sestavování menu a českých jídel, která jsou vhodná Číňanům nabídnout.

Z mého pohledu praktika i akademika je publikace na trhu odborných informací významným přínosem a podporou pro kvalitní realizaci služeb v praxi cestovního ruchu a vhodnou příručkou pro pedagogickou veřejnost na středoškolské i vysokoškolské úrovni.

AUTOR RECENZE

RNDr. Jiří Šíp, Ph.D.

katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava

e-mail: jiri.sip@vspj.cz

11. MEZINÁRODNÍ KONFERENCE „AKTUÁLNÍ PROBLÉMY CESTOVNÍHO RUCHU“

V únoru 2016 proběhl na půdě Vysoké školy polytechnické Jihlava 11. ročník již tradiční mezinárodní konference „Aktuální problémy cestovního ruchu“. Konference byla organizována katedrou cestovního ruchu VŠPJ a příspěvkovou organizací Vysočina Tourism. Záštitu nad konferencí přebrali ministryně pro místní rozvoj, hejtman Kraje Vysočina a primátor statutárního města Jihlavy. Partnery konference se staly již podruhé Asociace českých cestovních kancelářů a agentur, Asociace průvodců České republiky, Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska a Česká marketingová společnost. K partnerství se připojily i Chateau Mcely Spa Hotel and Forest Retreat***** a Spolkový dům Slavonice.

Konference věnovala pozornost kulturnímu dědictví v souvislosti s cestovním ruchem a přinesla řadu zajímavých sdělení a nových pohledů na danou problematiku. Zároveň otevřela podnětnou diskusi.

Konference věnovala pozornost několika tematickým oblastem, a to:

- Místní dědictví a jeho postavení v produktech destinací cestovního ruchu
- Využití kulturního dědictví v městském cestovním ruchu
- Specifické složky místního bohatství a jejich využití v cestovním ruchu
- Interpretace místního dědictví v cestovním ruchu
- Cestovní ruch v chráněných územích a trvalá udržitelnost jeho rozvoje
- Přístupnost kulturních a přírodních atraktivit pro specifické skupiny návštěvníků cestovního ruchu
- Využití kulturních objektů a historických budov v rozvoji cestovního ruchu
- Niche tourism
- Využití elektronických technologií v marketingu podniků a destinací cestovního ruchu
- Best practices v rozvoji cestovního ruchu, přínosy na lokální a regionální úrovni

Konferenci v duchu hlavního tématu zahájil Jihlavský havířský průvod v dobových kostýmech. Následovalo úvodní slovo rektora VŠPJ doc. MUDr. Václava Báči, Ph.D. a představitelů Ministerstva pro místní rozvoj, Kraje Vysočina, statutárního města Jihlavy a příspěvkové organizace Vysočina Tourism.

V plénu konference se představili řečníci s podnětnými příspěvky. Prezidentka Světové federace asociací průvodců paní Felicitas Wressnig se věnovala způsobu vhodné a lákavé prezentace kulturního bohatství. Problematikou zapojení kultury do nabídky destinace na příkladu Linze oslovil přítomné pan Georg Steiner z organizace cestovního ruchu Tourismusverband Linz. Příkladem z praxe – jak využít historickou budovu a přetvořit je na prosperující hotel – doplnil přednášející pan Ing. Vlastimil Plch z Chateau Mcely Spa Hotel & Forest Retreat*****. O marketingovém plánu CzechTourismu na rok 2016 informovala Ing. Markéta Vogelová. Prof Dr Terry Stevens z Univerzity Swansea v Spojeném království prezentoval inovace a kreativitu jako prvky úspěšného rozvoje destinace. V souladu se současnými trendy na trhu cestovního ruchu byl příspěvek doc. Ing. Jany Kučerové, PhD. z Univerzity Mateja Bela, která věnovala pozornost spotřebitelskému chování seniorů. V závěru plenárního zasedání vystoupili zástupci katedry cestovního ruchu VŠPJ – RNDr. Eva Janoušková, Ph.D. a Ing. Alice Šedivá Neckářová s aktuálním rozsáhlým marketingovým průzkumem profilu návštěvníka Kraje Vysočina realizovaným pro potřeby praxe.

Obrázek 1:
Vystoupení prof Dr Terry Stevense



Zdroj: VŠPJ, 2016

Konference odpoledne pokračovala jednáním ve čtyřech sekcích:

- Sekce 1 – kulturní a historické dědictví, regionální produkty,
- Sekce 2 – přírodní dědictví, trvalá udržitelnost, Niche Tourism,
- Sekce 3 – anglická sekce, výzkum v cestovním ruchu,
- Sekce 4 – případové studie, modelování, výzkum v cestovním ruchu.

V sekcích se představili zástupci několika vysokých škol a univerzit např. Univerzity Karlovy v Praze, Univerzity Komenského v Bratislavě, Univerzity Konštantína Filozofa v Nitře, Vysoké školy hotelové v Praze, Slezské univerzity v Opavě, Univerzity Hradec Králové, Univerzity Pardubice, Univerzity Palackého v Olomouci, Mendelovy univerzity v Brně, Masarykovy univerzity v Brně, Vysoké školy ekonomické v Praze, Západočeské univerzity v Plzni, Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, Prešovské univerzity, Obchodní univerzity ve Wroclawi, Univerzity Jagielloňski v Krakově, Vysoké školy polytechnické Jihlava aj.

Druhý den pokračoval v duchu tématu kulturního dědictví a cestovního ruchu. Účastníci konference měli možnost navštívit centrum EDEN a seznámit se s životem a tradičními řemesly na Vysočině.

Z konference bude vydán sborník příspěvků.

Příští 12. ročník konference se bude konat v budově Vysoké školy polytechnické Jihlava ve dnech 22. a 23. února 2017.

AUTORKA INFORMACE

Ing. Ivica Linderová, PhD.

katedra cestovního ruchu, Vysoká škola polytechnická Jihlava

5. MEZINÁRODNÍ VĚDECKÁ KONFERENCE AKTUÁLNÍ TRENDY LÁZEŇSTVÍ, HOTELNICTVÍ A TURISMU V KARVINÉ

Tentokrát v Karviné proběhl ve dnech 23. – 24. března 2016 už 5. ročník mezinárodní vědecké konference Aktuální trendy lázeňství, hotelnictví a turismu. Na její organizaci se podílela Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné ve spolupráci s Ústavem lázeňství, gastronomie a turismu Filozoficko-přírodovědecké fakulty v Opavě a Střední školou Hotelnictví a služeb a Vyšší odbornou školou v Opavě. Záštitu nad akcí převzal rektor Slezské univerzity doc. Ing. Pavel Tuleja, Ph.D., primátor města Karviná Tomáš Hanzl a Lázně Darkov, a.s.



Po slavnostním zahájení konference otevřel plenární zasedání fundovanou přednáškou na téma „Tradiční kúpeľníctvo verzus zdravotný cestovný ruch“ prof. Ing. Marian Gúčik, PhD. z Ekonomické fakulty Univerzity Mateja Bela Banská Bystrica. Doc. Ing. Jan Hán, Ph.D. z Vysoké školy hotelové hovořil na velmi zajímavé téma „Optimalizace podnikových procesů v hotelnictví“. Problematiku „Významu trhů a trhů na vnútornom trhu Slovenska“ představila Ing. Marta Machurková z Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky. Další přednášku na téma „Zákon o cestovním ruchu a destinační management“ uvedla Ing. Petra Papoušková z Krajského úřadu Moravskoslezského kraj, odboru regionálního rozvoje a cestovního ruchu. Po Coffee Breaku, v rámci kterého byla uskutečněna prezentace a ochutnávka pokrmů upravených na gastronomických zařízeních, respektujících nové trendy, pokračovalo plenární zasedání prezentací odborných příspěvků expertů z oblasti gastronomie a cestovního ruchu. S novými trendy v gastronomických technologiích seznámil účastníky konference Ing. Petr Lošák. Problémy Marketingu ve stomatologii – dentální turistiku v České republice představil Ing. Otakar Kotyza, Ph.D. Garant oboru Lázeňství, jakož i bývalý představitel samosprávy doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc. podrobně rozebral potřebnost zákona o cestovním ruchu aneb jak financovat cestovní ruch v Česku. Závěrem se tematika vrátila k regionu, kde se konference konala a doc. Ing. Lubomír Schellong, Ph.D. z Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné prezentoval problémy spojené s vlivy současného klimatu na přírodní léčivé zdroje v Lázních Darkov, a.s.



Odpoledne proběhla tvořivá jednání ve dvou odborných sekcích: 1. Hotelnictví, gastronomie a kulinářský cestovní ruch a 2. Lázeňství a jeho trendy, turismus a nové trendy v cestovním ruchu. Zde si účastníci obohatili a vyměnili dosavadní vědomosti a zkušenosti, prezentovali výsledky vědecké a výzkumné práce a rovněž získali nové kontakty. Jednacím jazykem byl kromě českého jazyka i anglický jazyk.



Doprovodného programu se mohli účastníci konference zúčastnit dle výběru, volili mezi prohlídkou Lázní Darkov, a.s. (s možností lázně v jodobromové solance) a návštěvou zámku Fryštát, části Lottyhaus. Na rautu pořádaném v restauraci Lázní Darkov, a.s. proběhl workshop na téma Nové trendy v mixologii, včetně ochutnávky několika produktů, především tzv. „Speciálního nápoje konference“. Diskutováno bylo taktéž zapojení studentů do vědy a výzkumu v cestovním ruchu.



Účastníci konference projevíli značný zájem o doprovodný program druhého dne, který začal prezentací Business Gate – multifunkčního centra pro podporu podnikání, jehož je Obchodně podnikatelská fakulta spoluzakladatelem. Pokračoval transferem do Ostravy se zastávkou u šikmého kostelíka sv. Petra z Alkantary v Karviné - Dolech. V Ostravě se uskutečnila prohlídka NKP Dolní oblasti Vítkovice, následovala exkurze do Pivovaru v Pivovarském domě s řízenou degustací vybraných vzorků piva.



Z konference bude vydán recenzovaný sborník, ve kterém budou příspěvky z České republiky, Slovenska, Polska a Bulharska. Vybrané příspěvky budou publikovány v recenzovaném vědeckém časopise *Acta academica karviniensia*, který je indexován v databázích ERIH plus, Index Copernicus, Genamics JournalSeek, EBSCO a je evidován v Seznamu recenzovaných neimpaktovaných periodik vydávaných v České republice, schváleném Radou pro vědu, výzkum a inovace.

Vědecký a organizační výbor vyjadřuje poděkování všem účastníkům konference za aktivní prezentaci odborných a výzkumných článků a bohatou diskusi. Další ročník mezinárodní vědecké konference se uskuteční na jaře roku 2017 a hlavním organizátorem bude Ústav lázeňství, gastronomie a turismu Filozoficko-přírodovědecké fakulty v Opavě.

AUTORKA INFORMACE

doc. Ing. Pavlína Pellešová, Ph.D.,

vedoucí Katedry cestovního ruchu a volnočasových aktivit, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, Slezská univerzita v Opavě