# STUDIA TURISTICA

online časopis pro vzdělávání v cestovním ruchu

Červen 2013

Vysoká škola polytechnická Jihlava

ISSN 1804-252X

# STUDIA TURISTICA

**Čislo:** 1
**Ročník:** 4
**Rok vydání:** 2013
**Vydává 2x ročně :** Vsoká škola polytechnická v Jihlavě, Tostého 16, 58601 Jihlava

**Redakce :** RNDr. Jiří Šíp, Ph.D, Katedra cestovního ruchu VŠPJ
e-mail: studiaturistica@vspj.cz

**Grafika:** Petr Ház

**Korektury a úprava textů:** Jitka Kalabusová

**Redakční rada**

**Předseda redakční rady:**

Doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc. SLU v Opavě

**Členové redakční rady:**

Ing. Tomáš Čihák, ředitel příspěvkové organizace Vysočina Tourism
doc. RNDr. Alena Dubcová,CSc. Vedoucí katedry geografie a regionálního rozvoje PrF,UKF Nitra
RNDr. Dana Fialová, Ph.D, Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, PřF, UK Praha
prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc. Katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava
RNDr. Eva Janoušková, Ph.D. Katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava
doc. Ing. Jana Jarábková, Ph.D., Katedra regionalistiky a rozvoja vidieka SPU, FEŠRR, SPU Nitra
doc. RNDr. Alfréd Krogmann, CSc. PřF, UKF Nitra
Ing. Lucie Plzáková, Ph.D. Katedra cestovního ruchu VŠH Praha
RNDr. PaedDr. Jaromír Rux, CSc. Katedra cestovního ruchu VŠP Jilava
doc.PaedDr Jiří Štyrský, CSc Katedra rekreologie a cestovního ruchu, FŘIT, UHK Hradec Králové
PhDr. Dana Zažímalová, Katedra jazyků, VŠP Jihlava

**Seznam recenzentů čísla**

---

Doc. RNDr. Alena Dubcová, CSc., Katedra geografie a regionálneho rozvoja FPV UKF
PhDr. Dana Hübelová, PhD., Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií Mendelovy univerzity, Ústav demografie a aplikované statistiky, Brno
Mgr. Monika Klímová, Katedra cestovního ruchu VŠH Praha,
Ing. Ivica Linderová, PhD., Katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava
doc. RNDr. Svatopluk Novák, CSc., Pedf. MU Brno
doc. RNDr. Alfred Krogmann, PhD., Katedra geografie a reg. rozvoja, FPV UKF, Nitra
RNDr. PaedDr. Jaromír Rux, CSc., Katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava
PaedDr. František Smrčka, Ph.D., Katedra informatiky VŠP Jihlava
Mgr. Iva Schlixbierová, Katedra občanské výchovy, Pedagogická fakulta MU, Brno
RNDr. Jiří Šíp, Ph.D., Katedra cestovního ruchu, VŠP Jihlava
doc. PaedDr. Jiří Štyrský, CSc., Katedra rekreologie a cestovního ruchu FIM UHK H. Králové
doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc., Slezská Univerzita Opava

# OBSAH

**ÚVODNÍ SLOVO ČTENÁŘŮM** .....**3**

## Odborné články

**JANA JARABKOVÁ, JANKA BERESECKÁ**
*Produkty kreatívneho cestovného ruchu na vidieku*
*Creative tourism products in rural areas*.....**6**

**ALFRED KROGMANN, LUCIA ŠOLCOVÁ**
*Religiozita a jej potenciál pre rozvoj cestovného ruchu v Nitranskom samosprávnom kraji*
*Religiosity and its potential for tourism development in the Nitra region*.....**13**

**JANA KUČEROVÁ, ZUZANA LENCSÉSOVÁ**
*Rozvoj produktu cestovného ruchu v stredisku Donovaly*
*na základe požiadaviek trhu*
*Tourist product development in the destination of Donovaly*
*based on the needs of market*.....**19**

**DANIEL MICHNIAK**
*Možnosti hodnotenia dopravnej dostupnosti z hľadiska jej vplyvu na rozvoj cestovného ruchu (na príklade slovensko-poľského pohraničia)*
*Possibilities of transport accessibility evaluation with regard to its impact on development of tourism (on the example of Slovak-Polish borderland)*.....**28**

**JAROSLAV VENCÁLEK**
*Genius loci a kulturní hybridizace jako inovační impulzy rozvoje cestovního ruchu*
*Genius loci and cultural hybridization as innovation impulses of development of tourism*.....**37**

**MONIKA KLÍMOVÁ**
*Principy halal turismu v příjezdovém cestovním ruchu české republiky se zaměřením na rusky mluvící klienty.*
*Principles of halal tourism in incomming tourism The Czech Republic, with special regard to Russian speaking clients*.....**43**

## Bakalářské a diplomové práce

**JITKA LESÁKOVÁ, PETR CHALUPA *(VEDOUCÍ PRÁCE)***
*Mayové jako valorita cestovního ruchu*
*The mayan culture as the value of tourism*.....**54**

**LENKA RUDOLFOVÁ, PETR CHALUPA *(VEDOUCÍ PRÁCE)***
*Velké Karlovice – zimní cestovní ruch, vymezení sféry působnosti lokality*.....**60**

**MICHAELA ŠKORPÍKOVÁ, JIŘÍ ŠÍP *(VEDOUCÍ PRÁCE)***
*Projekt prohlídkových okruhů v Jihlavě*
*Project of sightseeing tours in Jihlava*.....**66**

## Recenze

**EMANUEL HURYCH A KOL.**
*Spiritualita pohybových aktivit*.....**78**

## Informace

**AKCE, KTERÉ SE PŘIPRAVUJÍ**
*5. Mezinárodní vědecká konference Hotelnictví, turismus a vzdělávání se zaměřením na téma Perspektivy 2020*.....**80**

*4. mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu*.....**80**

**AKCE, KTERÉ PROBĚHLY**
*Osmý ročník mezinárodní konference "Aktuální problémy cestovního ruchu" na VŠPJ letos na téma CESTOVNÍ RUCH - DESTINACE - REGIONÁLNÍ ROZVOJ*.....**81**

*6. mezinárodní vědecká konference „Regionální rozvoj cestovního ruchu, hotelnictví a gastronomie.“*.....**82**

*2. Mezinárodní vědecká konference. Aktuální trendy lázeňství, hotelnictví a turizmu v Opavě*.....**83**

**PROJEKTY NA VYSOKÝCH ŠKOLÁCH**
*Zahájení řešení mezinárodního projektu Health & Well-being in tourism destination (WelDest) na Vysoké škole hotelové v Praze*.....**86**

*Společný projekt VŠPJ v Jihlavě a VŠH v Praze KOMTUR*.....**87**

**STUDENTSKÉ PROJEKTY**
Studenti oboru Cestovní ruch VŠPJ již podruhé na Kubě.....**89**

Studentská vědecká odborná činnost na Vysoké škole obchodní a hotelové v Brně.....**90**

WELLTOUR 2 - IP Erasmus „Promotion of wellness tourism - focus on elderly“.....**95**

# ÚVODNÍ SLOVO ČTENÁŘŮM

Vážení čtenáři,

dostáváte do rukou další číslo odborného periodika Katedry cestovního ruchu Vysoké školy polytechnické Jihlava, který obsahově a tematicky navazuje na předchozí publikace.

Již v úvodu považuji za svoji milou povinnost poděkovat všem recenzentům tohoto čídsla. Poděkování si zaslouží i všichni zařazení autoři, kteří svými materiály přispívají ke kvalitativní úrovni „Studia Turistica."

Specifikem tohoto čísla je, že jsme se rozhodli ve větší míře upřednostnit uveřejnění studií kolegů ze slovenských odborných pracovišť, kteří se věnují problematice cestovního ruchu a jsou uznávanými osobnostmi v obci odborníků zaměřených na danou problematiku.

Příspěvek „Produkty kreatívneho cestovného ruchu na vidieku" (Jana Jarabková, Janka Beresecká) svým inspiračním obsahem určitě zaujme české kolegy zabývající se záležitostmi spojenými s cestovním ruchem a venkovem.

„Religiozita a jej potenciál pre rozvoj cestovného ruchu v Nitranskom samosprávnom kraji" (Alfred Krogmann, Lucia Šolcová) dokumentuje nejen kvalitativní odbornou úroveň Katedry geografie a regionálního rozvoja Fakulty prírodných vied UKF v Nitře, ale také dlouhodobý zájem autorů o religiózní cestovní ruch.

Slovenské horské středisko Donovaly se intenzivním rozvojem své infrastruktury zařadilo mezi významné lokality zimní a letní rekreace na Slovensku. Je stále více vyhledávané zahraniční klientelou, včetně přijíždějících z České republiky. Podrobné informace a nové poznatky přináší zařazený příspěvek „Rozvoj produktu cestovného ruchu v stredisku Donovaly" (Jana Kučerová, Zuzana Lencsésová).

Příhraniční regiony hrají v cestovním ruchu významnou roli, což dokumentuje v teoretické a praktické rovině zajímavý příspěvek „Možnosti hodnotenia dopravnej dostupnosti z hľadiska jej vplyvu na rozvoj cestovného ruchu (na príklade slovensko-poľského pohraničí" (Daniel Michniak).

Máme-li porozumět krajině a lidem, kteří v ní prožívají své životy, měli bychom porozumět geniu loci tohoto území. Záležitostem vnímání krajiny a jevů v nich se vyskytujících se autor příspěvku „Genius loci a kulturní hybridizace jako inovační impulzy rozvoje cestovního ruchu" (Jaroslav Vencálek) věnuje dlouhodobě a zařadil se mezi odborníky, jakým je např. přední slovenský geograf prof. RNDr. Koloman Ivanička, Dr.Sc. „Principy halal turismu v příjezdovém cestovním ruchu české republiky se zaměřením na rusky mluvící klienty" (Monika Klímová) aktuálně reaguje na zvyšující se zájem účastníků cestovního ruchu přijíždějících k nám z Ruské federace.

Aktuální informace obsahuje tradiční rubrika “RECENZE, INFORMACE.“ V minulém čísle našeho časopisu jsme psali, že dáme prostor studentům VŠPJ a dalších vysokých škol prezentovat výsledky svých výzkumů. Již v tomto čísle zařazujeme příspěvek, ve kterém se dozvíte o studentské vědecké odborné činnosti na Vysoké škole obchodní a hotelové v Brně.

Další v této rubrice jsou informace o zahájení řešení mezinárodního projektu Health & Well-being in tourism destination (WelDest) na Vysoké škole hotelové v Praze a o zajímavé akci, kterou je WELLTOUR 2 - IP Erasmus „Promotion of wellness tourism - focus on elderly“ 6. Mezinárodní vědecká konference „Regionální rozvoj cestovního ruchu, hotelnictví a gastronomie.“

Vážení čtenáři, děkuji za přízeň, kterou věnujete našemu časopisu a přeji na počátku léta nejen pěknou dovolenou, ale i načerpání dalších tvůrčích sil a inspirací ke kreativní odborné a vědecké práci.

***Prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc.***
*Člen redakční rady Katedra cestovního ruchu VŠPJ Jihlava*

# ODBORNÉ ČLÁNKY

# PRODUKTY KREATÍVNEHO CESTOVNÉHO RUCHU NA VIDIEKU
# CREATIVE TOURISM PRODUCTS IN RURAL AREAS

**Jana Jarábková,**
**Janka Beresecká**

***Abstrakt***
*Cieľom príspevku je analyzovať možnosti rozvoja kreatívneho cestovného ruchu na vidieku a prezentovať skúsenosti s aplikáciou kreatívneho cestovného ruchu vo vybraných obciach Nitrianskeho kraja. Každé cieľové miesto má potenciál poskytnúť jedinečnú kombináciu vedomostí, zručností, hmotného dedičstva, sociálneho kapitálu a atmosféry, ktorá robí niektoré miesta osobitne atraktívne pre určitú tvorivú činnosť. Niekedy je spojená táto jedinečnosť s tradíciou napr. výroby keramiky, drevených výrobkov alebo s kultúrnym hnutím a organizovaným podujatím. Práve organizácia rôznych typov podujatí odráža kreativitu koncentrovanú na vidieku a zároveň prispieva k oživeniu cestovného ruchu na vidieku.*

***Klíčová slova***
*kreatívny cestovný ruch, produkt, vidiek*

***Abstract***
*The aim of this paper is to analyze the possibilities of creative development of tourism in the rural areas and to present experiences with the application of creative tourism in selected towns of Nitra region. Each destination has the potential to provide a unique combination of knowledge, skills, tangible heritage, social capital, and an atmosphere that makes some places particularly attractive for a creative activity. Sometimes, this is associated with a unique tradition of e.g. production of ceramics, wood products , or cultural movement and organized events. It is an organization of different types of events that reflects the creativity concentrated in rural areas and also helps to boost tourism there.*

***Key words***
*creative tourism, product, rural area*

**JEL Classification: L83, R11**

## ÚVOD

V súvislosti s chápaním pojmu kreatívny cestovný ruch sa stretávame s viacerými prístupmi a kategóriami. Na jednej strane autori [12], [13] vnímajú rozvoj kreatívneho cestovného ruchu

vo väzbe na kreatívne organizované podujatia, medzi ktoré zaraďujú predovšetkým rôzne festivaly, na druhej strane iní autori [16], [15], [5] spájajú kreatívny cestovný ruch predovšetkým s „kreatívnym miestom“, v ktorom sa koncentrujú kreatívne činnosti. Prvý prístup zdôrazňuje význam originálnych organizovaných podujatí pre ekonomický a kultúrny rozvoj cieľových miest. Druhý prístup reprezentuje skôr priestorový pohľad na kreativitu a cestovný ruch. Aplikáciou uvedeného prístupu vznikajú tzv. „kreatívne klastre“, v ktorých sa sústreďujú kreatívne odvetvia ako film, móda a dizajn, na základe ktorých sa rozvíjajú nové produkty cestovného ruchu hlavne v mestách. Aj keď obidva prístupy sú v odbornej literatúre zdokumentované najmä na príkladoch miest, mnohé zaujímavé produkty kreatívneho cestovného ruchu možno nájsť aj na vidieku.

## KREATÍVNY CESTOVNÝ RUCH A ORGANIZOVANÉ PODUJATIA

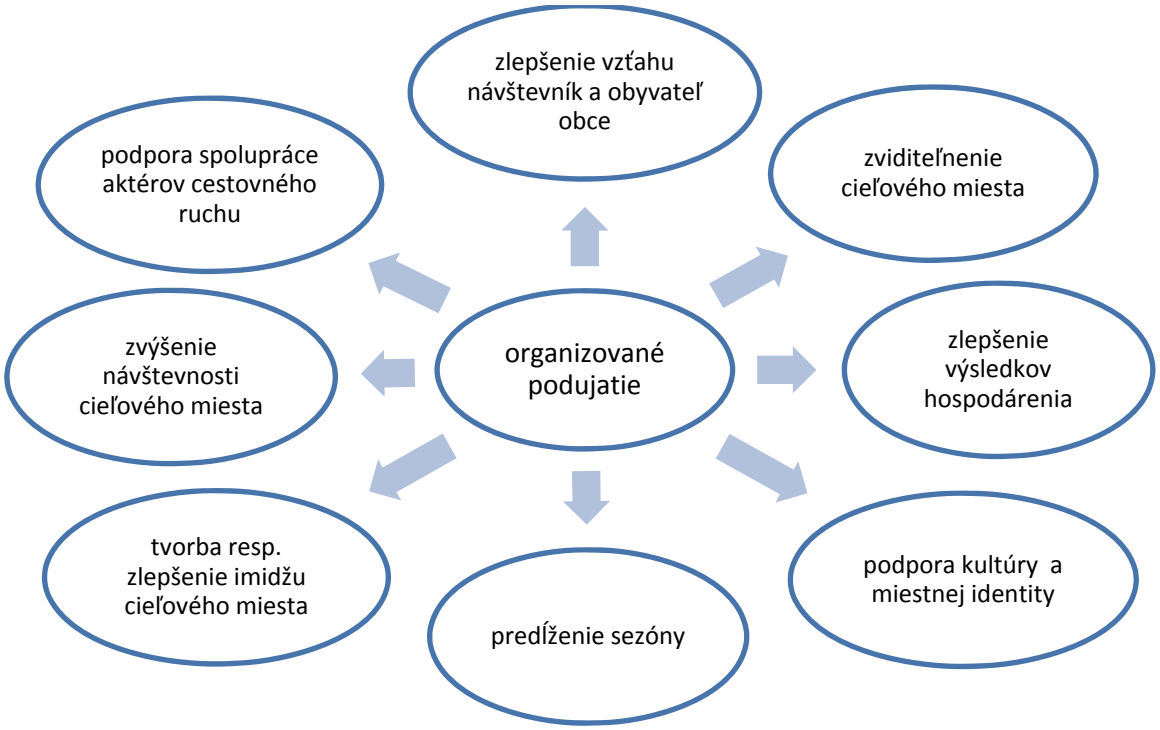
Kreatívny cestovný ruch je špecifická forma cestovného ruchu, ktorá sa spája s aktívnou participáciou návštevníka cieľového miesta na ponúkaných aktivitách, umožňuje mu odniesť si autentickú skúsenosť, originálny zážitok, naučiť sa niečo nové, neobyčajné. Táto forma cestovného ruchu uprednostňuje aktívnu formu spotreby pred pasívnou a zdôrazňuje „život“ a nehmotnú kultúru pred statickým hmotným kultúrnym dedičstvom [8]. Podstatou tvorivého cestovného ruchu sú činnosti a skúsenosti, ktoré umožňujú sebarealizáciu a sebavyjadrenie. Návštevníci sa stávajú spolutvorcami produktu a rozvíjajú svoje tvorivé schopnosti. Každé cieľové miesto má potenciál poskytnúť jedinečnú kombináciu vedomostí, zručností, hmotného dedičstva, sociálneho kapitálu a atmosféry, ktorá robí niektoré miesta osobitne atraktívne pre určitú tvorivú činnosť. Niekedy je spojená táto jedinečnosť s tradíciou napr. výroby keramiky, drevených výrobkov alebo s kultúrnym hnutím a organizovaným podujatím.

Práve organizované podujatia sú často symbolom prepojenia originálnej myšlienky a osobitého potenciálu cieľového miesta. Organizované podujatia sú významnou súčasťou ponuky cestovného ruchu cieľového miesta. Podľa Gúčika [6] obohacujú a rozširujú organizované podujatia primárnu ponuku cestovného ruchu a napomáhajú získať návštevníkov, pre ktorých sa účasť na podujatiach stáva hlavným alebo doplňujúcim motívom ich návštevy. Vzhľadom na rôzne podmienky pre ich realizáciu, formy a druhy cestovného ruchu a motívy a záujmy návštevníkov, rozlišujú autori v odbornej literatúre rôzne typy organizovaných podujatí. Kotíková a Schwartzhoffová [11] klasifikujú podujatia napr. z hľadiska ich tematického zamerania na kultúrne, športové podujatia, podujatia zamerané na miestne zvyky, tradície, históriu, mýty a legendy, spoločenské a zábavné, náboženské, obchodné, gastronomické a ostatné (firemné, vzdelávacie, politické) organizované podujatia.

Realizácia organizovaných podujatí môže dotknutým obciam priniesť pozitívne i negatívne efekty. Z ekonomického hľadiska prináša organizácia podujatí rast počtu návštevníkov, zvýšené tržby z predaja služieb a tovarov počas podujatia, predĺženie počtu pobytových dní návštevníkov, zvýšenie výnosov z miestnych daní pre obec. Sekundárne môže vyvolať vytvorenie pracovných miest v službách a investície do infraštruktúry v obci. Zo sociálno-kultúrneho hľadiska prispieva organizácia podujatí v obci k obnove miestnych tradícií a k tvorbe miestnej identity, buduje a zlepšuje vzťahy medzi miestnym obyvateľstvom a návštevníkmi obcí, podporuje vzájomnú spoluprácu medzi aktérmi cestovného ruchu v obci, zviditeľňuje obec a umožňuje vytvorenie nezameniteľného imidžu cieľového miesta. Z environmentálneho pohľadu prináša zvýšenie záujmu obyvateľov obce o svoje okolie a zintenzívnenie starostlivosti o vzhľad obce. Autorky Kotíková a Schwartzhoffová [11] poukazujú aj na negatívne efekty, ktoré spôsobujú organizované podujatia. Patria medzi ne najmä preťažovanie dopravnej infraštruktúry, zvýšená tvorba odpadu, rastúce nároky

na bezpečnosť návštevníkov a miestnych obyvateľov, možné problémy zo zásobovaním a rast cien. Rizikové sú predovšetkým také podujatia, ktoré sa orientujú na špecifické cieľové skupiny návštevníkov (napr. hluční návštevníci so sklonom k výtržníctvu).

**Obrázok 1: Vplyv organizovaného podujatia na cieľové miesto**




**Prameň: Vlastné spracovanie podľa [11], [9] a [6].**

## PRODUKTY KREATÍVNEHO CESTOVNÉHO RUCHU NA VIDIEKU

Pre rozvoj tvorivej činnosti a realizáciu tvorivých nápadov, myšlienok je potrebné vhodné prostredie, ktoré ponúka vidiek. Práve vidiek má vhodný, avšak nevyužitý potenciál na tvorbu klasického a doplňujúceho produktu, ktorý je závislý od tvorivej činnosti kreatívnych jedincov. Výsledky kreatívnej činnosti môžu byť zhmotnené a využívané pri tvorbe a organizovaní podujatí, ktoré sú žiadané, vyvolávajú v účastníkoch cestovného ruchu nezabudnuteľné zážitky a obci zabezpečujú udržateľnosť jej rozvoja.

Cieľom príspevku je poukázať na možnosti rozvoja kreatívneho cestovného ruchu na vidieku a prezentovať príklady kreatívnych produktov cestovného ruchu – organizovaných podujatí vo vybraných obciach na území Nitrianskeho kraja.

Organizované podujatia patria k tým produktom cestovného ruchu, ktoré sprostredkúvajú návštevníkom zážitky v koncentrovanej podobe. Získaná skúsenosť a zážitok môžu mať podobu vzdelávania, zábavy, rozptýlenia či estetického zážitku. Odborné štúdie poukazujú na to, že zákazník chce priamo spolupracovať a angažovať sa pri vytváraní svojho zážitku [4]. Dôležitým prvkom atraktivity podujatia je jeho originálnosť.

Za originálne možno považovať aj podujatia spojené s pripomínaním si histórie, tradícií, miestnych a regionálnych zvykov, tradičných výrobných postupov, remesiel a tradičnej gastronómie. Tieto podujatia sú typické pre vidiek [7]. Na území Nitrianskeho kraja sa nachádza 339 vidieckych obcí (96 % z celkového počtu sídiel kraja), v ktorých žije 53 % obyvateľov kraja. Možno konštatovať, že vzhľadom na prevažne vidiecky charakter územia vytvárajú obce Nitrianskeho kraja vhodné predpoklady práve pre organizáciu tradičných

miestnych podujatí. Z praxe uvádzame niekoľko originálnych organizovaných podujatí, ktoré sa organizujú pravidelne v obciach Nitrianskeho kraja.

V obci Pukanec, v levickom okrese sa každoročne konajú Pukanské remeselnícke trhy. Majú už viac ako 20 ročnú tradíciu. Rozvoj baníctva a rast počtu obyvateľov v obci vyvolali rozvoj remeselníckej výroby. Po útlme baníctva v 16. storočí sa stali remeslá dôležitým zdrojom obživy Pukančanov. V 17. storočí tu bolo 25 remeselníckych dielní, v 18. storočí ich bolo 150, 19. storočí v obci pôsobilo 335 remeselníckych majstrov [14]. Nadšenci z obce a okolia sa rozhodli obnoviť tradíciu remesiel v Pukanci a organizujú pravidelne miestny jarmok s ukážkami ľudovej výroby. Návštevník podujatia môže navštíviť dvory, ktoré prezentujú jednotlivé remeslá: „Remeselnícky dvor“ s výstavou traktorov-veteránov, pôvodného poľnohospodárskeho náradia a kováčskych výrobkov, „Zahradnícky dvor“, na ktorom sa návštevník naučí ošetrovať dreviny a spracovať ovocie, „Fiškálsky dvor“, ktorý ponúka výstavu automobilov – veteránov, pôvodnú pukanskú keramiku a ukážky rezbárstva , „Poštársky dvor“ s prezentáciou poštových exponátov, „Gracov dvor“ s ukážkami náradia na spracovanie mäsa a možnosťou ochutnávky mäsových výrobkov, Schwarcov dvor“ s miestnymi gastronomickými špecialitami a „Gazdovský dvor“ s predajom gazdovských potrieb. Atmosféru podujatia dotvárajú sprievodné podujatia ako výstavy fotografií, gobelínov a výšiviek miestnych umelcov, hudobný sprievod, koncertné podujatia, divadlo pre deti a folklórne vystúpenia. Podujatie umožňuje prezentovať aj miestne gastronomické zvyklosti. Tradičnými miestnymi jedlami sú zemiakové lokše, makové perky, kysnuté záviny, štrúdľa, pagáče alebo párance [10].

Osobitým gastronomickým podujatím je „Gastrofestival“, ktorý sa každoročne organizuje v obci Komoča (okr. Nové Zámky). V obci s 936 obyvateľmi sa koná súťaž družstiev v príprave tradičných regionálnych jedál v 8 kategóriách (hovädzí a bravčový guláš, guláš z diviny, fazuľový guláš, „halászlé“, držkový perkelt, voľná kategória – mäsité jedlá, voľná kategória – bezmäsité jedlá a extra kategória -grilované krídelká). Každý rok sa súťaže vo varení zúčastní 150-200 družstiev. Hlavnými kritériami hodnotenia pripravených gastronomických pochúťok sú vzhľad, nápaditosť, oblečenie, nálada v družstve, servírovanie a chuť jedál. Bohatý je aj sprievodný program podujatia, ktorý pozostáva z ukážok varenia, hudobných a tanečných vystúpení sólistov i skupín a organizovaného jarmoku s ukážkami ľudovej tvorby.

Celkom iný príklad kreativity v cestovnom ruchu predstavuje oživenie Apponyiovskej knižnice v obci Oponice (okr. Topoľčany). V unikátnej knižnici sa zachovalo viac ako 17 tis. zväzkov kníh, ktoré zozbieral rod Apponyiovcov počas svojich diplomatických misií. V knižnici sa nachádzajú cenné ranné tlače, ktoré sú v Európe unikátne. Knihy sú rozdelené do 17 vedných disciplín a 31 tematických skupín. Ako uvádza p. Králik - správca knižnice a zároveň aj sprievodca, „nachádzajú sa tu diela velikánov ako Goethe, Petrarcu, tiež jedinečné kresby a projekty Berniniho chrámov, ktorých stavbu cirkev nikdy neschválila. Zbierka obsahuje aj cenné bodonky – knihy od slávneho knihviazača Giambattistu Bodoniho alebo elzevirovky – drobné knihy z dielne v Holandsku zo 17. storočia. Knihy zo Sankt Peterburgu, literatúru zo Španielska o inkvizícii vrátane výpisov z procesov a dobových výjavov z upaľovania bosoriek.“ Samotná knižnica dýcha históriou, hoci jej interiér je celkom nový, vyrobený podľa zachovaných pôvodných návrhov a fotografií. Za mimoriadne kreatívny možno považovať hlavne spôsob jej oživenia. Organizované prehliadky sú spojené so zapáleným výkladom nadšenca histórie objektu a s množstvom informácií o živote rodu Apponyiovcov, o snahe šíriť vzdelanie prostredníctvom verejnej knižnice a cenných knihách z bohatého knižničného fondu. Osobitne zaujímavé sú večerné prehliadky, do ktorých sú zapojení divadelní herci a speváci, študenti a sprievodca. V ich podaní ožívajú postavy z kníh, ktoré reprezentujú rôzne historické výjavy a udalosti, autori a predstavitelia rodu Apponyiovcov. Návštevník sa ocitne v samotnom centre diania a má možnosť cítiť „ducha Apponyiovskej knižnice“. Za originálne

možno považovať aj pripravované podujatie „Titanic v Chateu Appony“, ktoré pripravili organizátori na 12. apríl 2013 pri príležitosti 101. výročia potopenia Titanicu. História tejto luxusnej lode sa spája s Oponickým kaštieľom prostredníctvom podnikateľa Thomasa Cardezu, ktorý Oponice opakovane navštívil, a ktorému sa podarilo z potopeného parníku zachrániť. Plánované podujatie má osobitne zaujímavou formou priblížiť atmosféru na lodi, ktorú podľa organizátorov vytvorí „sláčikové kvarteto, prepychové sály I. triedy, hra s kartami, ruleta, kasíno alebo írska hudba v II. triede v podpalubí“.

V obci Oponice sa nachádza aj zrúcanina Oponického hradu, ktorý ožíva každý rok v septembri organizovaním ďalšieho zaujímavého podujatia - Stredoveké hry. Podujatie umožňuje návštevníkom zažiť atmosféru stredoveku so všetkým čo k tomu patrí: zbojníkmi, rytiermi a županmi. Zápasenie šermiarov, vystúpenia lukostrelcov, sokoliarov, ukážky tradičného odevu stredoveku a možnosť ochutnať typické stredoveké jedlo – pirohy patrí už viac ako 6 rokov k pestrému programu podujatia.

Podobné podujatie, s kratšou tradíciou, sa koná na hrade Hrušov v rovnomennej obci nachádzajúcej sa v pohorí Tríbeč. Stredoveké slávnosti na hrade Hrušov organizuje Združenie na záchranu stredovekého architektonického dedičstva Nitrianskeho kraja LEUSTACH. Je zároveň poďakovaním za prácu dobrovoľníkov, ktorý venujú svoj čas a úsilie rekonštrukcii tejto vzácnej pamiatky. Podujatia vytvára priestor pre odbornú diskusiu s viacerými historikmi a spoločnú prehliadku objektu so sprievodcom – pamiatkárom. Podujatie spestrujú šermiarske súboje, historická lukostreľba, stredoveká hudba a ukážky ryžovania zlata.

Čajkov (okr. Levice) je vinohradnícka obec s viac ako 11 ročnou tradíciou organizovania originálnych „Čajkovských vinobraní“ a ešte dlhšiu tradíciu organizovania oblastných degustácií vín tekovského regiónu. Čajkovské vinobranie je typické sprievodom s alegorickými vozmi sprevádzaný dychovou hudbou. Originálne pôsobia ulice vyzdobené vyšívanými vankúšmi, uterákmi, ručníkmi a krojmi, ktoré sú výsledkom práce miestnych obyvateľov. Podujatie spestrujú vystúpenia folklórnych súborov z Tekovského ale aj Nitrianskeho regiónu. Počas podujatia prezentujú čajkovčania aj svoje typické jedlá a nápoje. Vzhľadom na príležitosť a obdobie predovšetkým čajkovský burčiak a domácky pripravované perky, lekvár, husaciu pečienku a masť alebo lokše. Mottom podujatia je: „Prícte si s nama štrngnuť a okoštuvať čajkovskie dobroty“.

## ZÁVER

Organizované podujatia sú významnou atraktivitou, ktorá dynamizuje a zatraktívňuje ponuku cieľového miesta. Pre mnohých návštevníkov sa stávajú primárnym motívom návštevy cieľového miesta. Žiadané sú však najmä tie originálne, ktoré vychádzajú zo špecifických podmienok územia, z netradičnej myšlienky, majú originálny nápad alebo jedinečnú atmosféru. Na vidieku v Nitrianskom kraji možno nájsť viaceré originálne a kreatívne produkty v podobe organizovaných podujatí. Za osobitne zaujímavé považujeme Pukanské remeselnícke trhy, gastronomické podujatie „Gastrofestival“ v obci Komoča, originálne večerné prehliadky knižnice v Chateu Appony, Stredoveké hry na hrade v Oponiciach a v na hrade Hrušov alebo tradičné a osobité Čajkovské vinobranie.

Realizácia týchto podujatí prináša vidieckym obciam mnohé pozitívne efekty z hľadiska ekonomického, sociálno-kultúrneho a environmentálneho.

**ZOZNAM LITERATÚRY**


[1] b.a. Oponický hrad sa opäť vrátil do stredoveku. Dostupné na http://topolcany.sme.sk/c/6552037/oponicky-hrad-sa-opat-vratil-do-stredoveku.html . Získané 10.2.2012.

[2] b.a. GASTROFESTIVAL. Dostupné na http://www.oazacamp.sk. Získané 20.2.2012

[3] BARÁT, A. 2011. V Oponiciach sprístupnia slávny apponyiovský poklad. Knižnicu. Dostupné na http://spravy.pravda.sk/regiony/. Získané 20.2.2012.

[4] BOROVSKÝ, J. a kol. Cestovný ruch, trendy a perspektivy. Bratislava: Iura Edition,2008. ISBN 978-80-807-8215-3

[5] GEMMITI, R. 2007. Turismo, creativita`, cultura. Un 'memorandum' geograficoeconomico per Roma. Conferenza Internazionale ''Tourism and Urban Spaces'', Roma 29–30 November 2007.

[6] GÚČIK, M. a i. 2007. Manažment regionálneho cestovného ruchu. Banská Bystrica: DALI-BB, 2007. ISBN 978-89090-34-1.

[7] HABÁN, M. – MACÁK, M. - OTEPKA, P. 2012. Rural Tourism and Agro-tourism in Slovakia. In: Roczniki ekonomii rolnictva i rozwoju obszarów wiejskich. 2012. Warszawa: Polska akademia nauk. ISSN 0080-3715

[8] JARÁBKOVÁ, J. – HAMADA, M. 2012. Creativity and rural tourism. In Creative and Knowledge Society. Bratislava: Paneurópska vysoká škola, 2012, č. 2. ISSN 1338 – 5283, s. 5 - 15 .

[9] JARÁBKOVÁ, J. 2010. Vidiek – nevyužitý potenciál z hľadiska cestovného ruchu. Nitra: SPU, 2010. ISBN 978-80-552-0364-5.

[10] KLIMO, V. 2012. Drevorubačské párance a kadečo iné na jarmoku v Pukanci. Dostupné na http://delikatesy.etrend.sk. Získané 15.2.2012

[11] KOTÍKOVÁ, H. – SCHWARTZHOFFOVÁ, E. 2008. Nové trendy v pořádaní akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. ISBN 978-80-87147-05-4.

[12] MORGAN, M. 2007.Festival spaces and the visitor experience. In: M. Casado-Diaz, S. Everett, & J. Wilson (Eds.), Social and cultural change: Making space(s) for leisure and tourism (pp. 113–130). Leisure Studies Association: Eastbourne, UK.

[13] PAIOLA, M. 2008.Cultural events as potential drivers of urban regeneration: An empirical illustration. Industry and Innovation, 15, pp. 513–529.

[14] RÁCHELA, Š.: Pukanský sviatok remesiel sa vydaril. In Pohronie – regionálny týždenník, 2009.

[15] ROGERSON, c. 2007.Creative industries and tourism in the developing world: The example of South Africa. In G. Richards & J. Wilson (Eds.), Tourism, creativity and development (pp. 229–239). London: Routledge.

[16] van HEUR, B. 2009. The clustering of creative networks: Between myth and reality. Urban Studies, 46, pp.1531–1552.

***doc. Ing. Jana Jarábková, PhD.***
*Katedra regionalistiky a rozvoja vidieka*
*Fakulta európskych štúdií a regionálneho rozvoja SPU v Nitre*
*Tr. A. Hlinku 2, Nitra*
*Slovenská republika*
*e-mail: jana.jarabkova@uniag.sk*

***Ing. Janka Beresecká, PhD.***
*Katedra regionalistiky a rozvoja vidieka*
*Fakulta európskych štúdií a regionálneho rozvoja SPU v Nitre*
*Tr. A. Hlinku 2, Nitra*
*Slovenská republika*
*e-mail: janka.beresecka@uniag.sk*

# RELIGIOZITA A JEJ POTENCIÁL PRE ROZVOJ CESTOVNÉHO RUCHU V NITRIANSKOM SAMOSPRÁVNOM KRAJI

# RELIGIOSITY AND ITS POTENTIAL FOR TOURISM DEVELOPMENT IN THE NITRA REGION

**Alfred Krogmann,**
**Lucia Šolcová**

***Abstrakt***
*Religiozita je fenomén, ktorý je na Slovensku pevne zakorenený. Napriek tomu je cestovným ruchom na Slovensku a taktiež v Nitrianskom samosprávnom kraji (NSK) veľmi málo využívaná, resp. nevyužívaná. Cieľom príspevku je poukázať na možnosti využitia religiozity v cestovnom ruchu NSK.*

***Klíčová slova***
*religiozita, cestovný ruch, tematické trasy*

***Abstract***
*Religiosity is a phenomenon that is firmly rooted in Slovakia. Nevertheless, tourism in Slovakia and also in the Nitra region (NSK) is very little used, respectively unused. The aim of this paper is to highlight the possibilities of religious tourism in the NSK.*

***Key words***
*religiosity, tourism, thematic routes*

**JEL CLASSIFICATION: L83, R 11**

## ÚVOD

Religiozita znamená osobný a kladný vzťah človeka k náboženstvu (Bohu), zahrňujúci komplex javov, najmä rôzne formy myslenia (dimenzia poznatkov – náboženské presvedčenie), prežívania (náboženské city) a konania (kult, aktivita zameraná na náboženské spoločenstvá) [1]. Práve miesta realizovania kultu sú jedným z fundamentálnych bodov pre exploatáciu cestovným ruchom a to nie len jej špecifickou formou akou religiózny turizmus je.

Pochopiteľne, pre exploatáciu religiozity cestovným ruchom je dôležitá religiózna štruktúra obyvateľstva (ako primárneho potenciálneho odberateľa). Tá je na Slovensku historicky pevne zakorenená, čo potvrdzujú aj aktuálne údaje zo SODB z roku 2011, podľa ktorého sa k jednej

z 18 štátom evidovaných cirkví hlási 75,5 % obyvateľov (dominantná rímskokatolícka cirkev dosahuje 62 % zastúpenie), navyše aj väčšina susedných štátov vykazuje vysoký podiel veriaceho obyvateľstva [2].

Pre rozvoj cestovného ruchu v interakcii s religiozitou uvedieme niektoré rozhodujúce body. Na celoeurópskej úrovni sú nimi Európsky akt bl. Jána Pavla II. z roku 1982, na ktorý nadviazalo vyhlásenie Rady Európy z roku 1987, ktoré nabádalo miestne vlády k rekonštrukcii starých pútnických ciest [3]. Tieto výzvy v časti Európy padli na úrodnú pôdu.

Cieľom príspevku je poukázanie na možnosti religiozity pre rozvoj cestovného ruchu v Nitrianskom samosprávnom kraji.

## RELIGIOZITA A CESTOVNÝ RUCH – NIEKOĽKO PRÍKLADOV Z EURÓPY

Religiozita je vo väčšine európskych krajín cestovným ruchom využívaná. Regionálne rozdiely súvisia najmä s geopolitickou mapou Európy do r. 1989, kedy štáty na západ od „Železnej opony“, s dlhodobo etablovanou demokraciou nemali problém zapojiť aj tento paneurópsky fenomén do turizmu. Výsledkom sú napr. dnes etablované pútnické trasy (často využívané aj tzv. profánnymi turistami) ako napr. Camino Santiago, Via Francigena, Via Sacra. Tieto trasy popri svojej duchovnej funkcii napĺňajú aj funkciu akcelerátora regionálneho rozvoja (často v hospodársky marginálnych oblastiach, napr. v španielskej Galícii) v podobe lokalizácie turistickej infraštruktúry (obr. 1), ktorá generuje pracovné príležitosti a tiež finančné prostriedky. V súčasnosti predstavujú vzhľadom na variabilitu účastníkov sakrálno-profánne kontinuum stredovekého pútnictva.

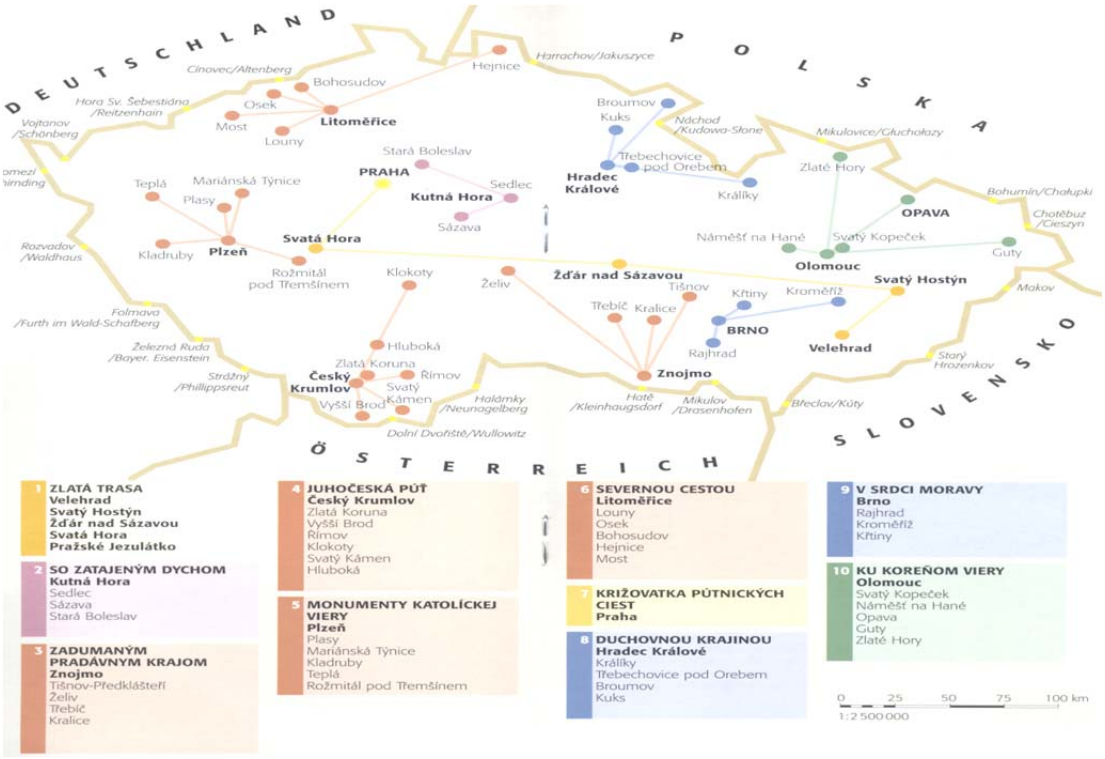
**Obr. 1: Infraštruktúra na trase do Santiaga de Compostely**

**Zdroj: Krogmann, archive**

Krajiny bývalého socialistického tábora, v ktorých bola sloboda vierovyznania často potláčaná, mohli zapojiť religiozitu do cestovného ruchu až po politických a spoločenských zmenách uskutočnených v roku 1989, čo sa prejavilo rozvojom pútnického turizmu. Až od tohto obdobia mohli bývalé socialistické krajiny reagovať aj na už vyššie uvádzaný Európsky akt bl. Jána Pavla II. a vyhlásenie Rady Európy z roku 1987; ich výsledkom je rozšírenie siete Svätojakubských trás aj do tohto priestoru. Celkovo je dodnes v krajinách V4 vyznačených vyše 4000 km ciest, z čoho v Poľsku je 2700 km, viac ako 1100 km je v Česku, na Maďarsko pripadá okolo 500 km ciest [4].

Aj Česko, krajina s nízkym stupňom religiozity, ju úspešne využíva pre potreby cestovného ruchu. Okrem už spomenutých Svätojakubských trás (sú napojené na Poľsko, Rakúsko I Nemecko) je religiozita oficiálne prezentovaná aj národnou turistickou organizáciou (obr. 2), ktorá ponúka trasy po pútnických miestach Česka. Z ďalších produktov spomeňme aspoň Santiniho cestu [5] .

**Obr. 2: Ponuka sakrálne zameraných tematických trás v Česku**




**Zdroj: [6]**

## RELIGIOZITA A CESTOVNÝ RUCH V NITRIANSKOM SAMOSPRÁVNOM KRAJI

Využitie religiozity pre cestovný ruch je na Slovensku odlišné, aj napriek tomu, že Nová stratégia rozvoja cestovného ruchu Slovenskej republiky do roku 2013 [7] v špecifickom cieli č. 2, zameranom na zvýšenie atraktívnosti Slovenska ako dovolenkového cieľa upozorňuje na význam Slovenska pre zapustenie kresťanstva v Európe. Prezentácia cestovného ruchu na Slovensku je zameraná najmä na aquaparky, wellness, sezónne na zimné športy.

Religiozita je zahrnutá v rámci návštev miest a kultúrnych pamiatok. Rovnako je preferovaná propagácia regiónov (napr. Spiš), resp. slovenských miest. Tu je určite priestor na prezentáciu Slovenska aj z pohľadu religiozity (a jej prejavov) v priestore. Ako vzor pre ich prezentáciu možno ponúknuť propagačný materiál Sakrálne pamiatky v Nitre.

Územie Nitrianskeho samosprávneho kraja patrí v kontexte cestovného ruchu Slovenska k marginálnym územiam a to z hľadiska počtu prenocovaných, počtu nocľahov i priemernej dĺžky pobytu [8]. Žiaľ, tento nelichotivý stav je dlhodobo fixovaný, čo dokumentujú aj staršie štúdie [9].

Cestovný ruch sa v kraji koncentruje do Nitry (primárne veľtržný cestovný ruch, sekundárne poznávací turizmus), vo vidieckom priestore dominujú strediská založené na zdrojoch termálnych vôd (Patince, Podhájska, Margita Ilona). Religiozita sa môže potenciálne stať jedným z rozvojových faktorov turizmu aj v tomto území.

V prospech cestovného ruchu ju môže využiť krajská metropola Nitra, ktorá je z pohľadu turizmu typická tradičnými veľtržnými podujatiami. Mesto, patriace k najstarším na Slovensku, je z historických dôvodov (historicky exponované mesto, ktoré architektonicky striedalo fázy vojnovej deštrukcie s rekonštrukciou v mierovom období) relatívne chudobné na historické pamiatky. Výnimkou sú sakrálne pamiatky, ktorým dominuje Katedrála sv. Emeráma, ktorej okolie je aj pútnickým miestom. Sakrálne pamiatky sú však často obmedzene prístupné. Z toho titulu sú asociácie respondentov v štúdiách viazané najmä na veľtržné podujatia ktorým usporiadateľom je spoločnosť AGROKOMPLEX [10].

Je potrebné, aby mesto v kontexte rozvoja cestovného ruchu masívnejšie využívalo svoju bohatú históriu (viazanú najmä na cirkev). Tá je využiteľná najmä z pozície jedného z centier Veľkej Moravy, do ktorého prišli vierozvestcovia sv. Konštantín a Metod (863). Mesto si pripomína 1150. jubileum ich príchodu odbornými i populárnymi akciami, sústredenými do Cyrilo-metodského roka (5.7. 2012-31.12. 2013). Tento historický fakt by však mal byť (minimálne v letnom polroku) periodicky pripomínaný napr. rekonštrukciou ich príchodu do mesta. Skutočnosť, že práve z Nitry sa christianizácia šírila ďalej do stredovýchodnej Európy sa pri správnej prezentácii môže stať kľúčovou o. i. pre pomerne veľký poľský trh, ktorý je pre Nitru veľmi zaujímavý [11] .

Problematická sa doteraz javí aj obmedzená prístupnosť sakrálnych pamiatok v meste, minimálne je prístupná (atraktívna pre široké spektrum návštevníkov) aj Diecézna knižnica s krásnym zariadením a fondom, ktorý obsahuje 65 228 zväzkov. Spolu s Nitrianskym evanjeliárom z 11. stor. patrí k najvzácnejším exponátom najstaršia tlačená kniha Boeticov spis „De consolatione philosophiae“ [12].

Vo vidieckom priestore Nitrianskeho samosprávneho kraja je lokalizovaných 11 pútnických centier [13] zväčša lokálneho významu, navyše pútnické akcie sú obmedzené na 2-3 dni v roku. Môžu sa však stať etapovými zastávkami tematických trás (zameraných na určité patrocínium). V tomto zmysle sa ponúka aj masívnejšie využitie sakrálnych pamiatok napr. V Sazdiciach (kostol sv. Mikuláša zo 14. stor., s cennými gotickými freskami), Kostoľanoch pod Tribečom (kostol sv. Juraja z 10.-11. stor.), či súbor románskych pamiatok v Bíni. Veľkú perspektívu aj pre profánnejšie zameraných turistov majú možnosti kombinácie religióznych objektov s pobytom pri termálnej vode.

Z titulu svojej polohy môže byť predmetné územie zaujímavé aj ako spojnica Svätojakubskej trasy medzi Poľskom a Maďarskom, resp. Rakúskom. V Nitrianskom samosprávnom kraji sa nachádza 6 kostolov s patrocíniom sv. Jakuba [14]. Na vytvorenie trasy však je potrebný rozsiahly výskum zameraný na svätojakubské artefakty, čo vyvoláva požiadavku užšej spolupráce s Nitrianskou diecézou.

Podobne je využitie religiozity pre cestovný ruch možné aj na pútnické trasy po miestach s relikviami svätých. Tu by pochopiteľne išlo aj o trasy, ktoré by predmetným územím prechádzali. Aj v tomto prípade ich trasovaniu by predchádzal podrobný výskum.

## ZÁVER

Na území Slovenska je religiozita pevne ukotvená. Nedokázalo ju vymazať ani obdobie náboženskej neslobody v rokoch 1948-1989. Je škoda, že sa religiozita a to najmä svojim vonkajším prejavom nevyužíva pre rozvoj cestovného ruchu tak, ako v mnohých štátoch Európy.

Religiozita je jednou z alternatív na zvýšenie turistickej atraktivity územia Nitrianskeho samosprávneho kraja. V prvom rade je potrebná väčšia prístupnosť a prezentácia sakrálnych objektov v kraji, vrátane prispôsobenia otváracích hodín turistom. Veľmi zaujímavá sa javí možnosť napojenia predmetného územia (ako aj územia Slovenska) na medzinárodnú sieť pútnických ciest, ako Svätojakubská trasa nesporne je. Na zrealizovanie takéhoto projektu je však potrebné zrealizovať podrobnú rekognoskáciu terénu, štúdium cirkevných prameňov, ako aj zapojenie širokého spektra subjektov. V podobnom zmysle je možné vytvoriť aj ďalšie produkty, založené na religiozite odberateľov budú mať určite, navyše nepôjde čisto o segment religiózne motivovaného turistu, veď religiozita je jedným z najbežnejších motívov cestovania [15].

## ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY


[1] STRÍŽENEC, M. (2001): Súčasná psychológia náboženstva. Bratislava: IRIS, 237 s.
[2] www.statistics.sk
[3] TOMOŃ, S. (2008): Camino de Santiago. In: THE WAYS OF ST. JAMES IN POLAND: The state of research and organization. s. 63-66.
[4] MRÓZ, F., MRÓZ, L. (2012): Geneza i rozwój Drogi św. Jakuba w państwach Grupy Wyszehradzkiej. In: Rozwój turystyki kulturowej i przyrodniczej na pograniczu polsko-słowackim s. 123–132.
[5] (http://www.santini.cz/index.aspx
[6] Czech-tourism-propagačný materiál
[7] Nová stratégia rozvoja cestovného ruchu Slovenskej republiky do roku 2013, dostupné na ww.sacr.sk/fileadmin/user_upload/strukturalne_fondy/dokumenty2013/Nova_strategа_rozvoja_cestovneho_ruchu_SR_do_ roku_2013.pdf
[8] KROGMANN, A. (2005): Aktuálne možnosti využitia územia Nitrianskeho kraja z hľadiska cestovného ruchu. Nitra : UKF, 218 s.
[9] DUBCOVÁ, A., KRAMÁREKOVÁ, H. 2000. Cestovný ruch ako potenciálny impulzv Regionálneho rozvoja Nitrianskeho kraja. In: Geografické štúdie 7, FPV UKF, s. 70-76.
[10] KROGMANN, A. (2000): Formy cestovného ruchu na príklade Nitry. In. Sborník referátů z 5. mezinárodní konference : cestovní ruch, regionální rozvoj a školství. Č. Budějovice:JČU s.234-235.
[11] PLESNÍK A I. (2010): Koncepcia rozvoja cestovného ruchu v Nitre. Bratislava: EU, 109 s.
[12] [12] EISNER, J. A I. (1933): Nitra : Dejiny a umenie nitrianskeho zámku. 1. vyd. Trnava : Spolok sv. Vojtecha, 1933. 160 s.
[13] KROGMANN, A. (2007): Religiózny cestovný ruch v Nitrianskom kraji. Nitra: UKF, 100 s.
[14] JUDÁK, V., POLÁČIK, Š. (2009): Katalóg patrocínií na Slovensku. Bratislava: Rímskokatolícka cyrilometodská bohoslovecká fakulta UK , 476 s.
[15] KANDRÁČOVÁ, V., DUBCOVÁ, A. (2011): Lokalizačné predpoklady religiózneho turizmu vo FMR Prešov. In: Geografické štúdie č. 1, roč. 15, s. 4-22.

***Doc. RNDr. Alfred Krogmann, PhD.***
*Katedra geografie a regionálneho rozvoja*
*Univerzita Konštantína Filozofa*
*Fakulta prírodných vied*
*Trieda A. Hlinku 1, 949 74 Nitra*
*E-mail: akrogmann@ukf.sk*

***RNDr. Lucia Šolcová, PhD.***
*Katedra geografie a regionálneho rozvoja*
*Univerzita Konštantína Filozofa*
*Fakulta prírodných vied*
*Trieda A. Hlinku 1, 949 74 Nitra*
*E-mail: lsolcova@ukf.sk*

# ROZVOJ PRODUKTU CESTOVNÉHO RUCHU V STREDISKU DONOVALY NA ZÁKLADE POŽIADAVIEK TRHUSPIRITUALITA POUTNICTVÍ JAKO FENOMÉN CESTOVNÍHO RUCHU TOURIST PRODUCT DEVELOPMENT IN DESTINATION OF DONOVALY BASED ON THE NEEDS OF MARKET

**Jana Kučerová,**
**Zuzana Lencsésová**

***Abstrakt***
*Donovaly patria medzi najrýchlejšie sa rozvíjajúce horské strediská cestovného ruchu na Slovensku. Príspevok prezentuje rozvoj produktu cestovného ruchu v stredisku a využívanie nástrojov inovatívneho marketingu na základe výsledkov primárneho prieskumu trhu cestovného ruchu s využitím sociálnych sietí, sekundárneho prieskumu s využitím údajov z návštevníckej karty a formuluje úskalia tvorby produktu na základe uplatnenia stratégie rozvoja orientovanej na požiadavky trhu.*

***Klíčová slova***
*Donovaly. Inovatívny marketing. Trh cestovného ruchu. Rozvoj produktu.*

***Abstract***
*Donovaly is one of the fastest growing mountain destinations in Slovakia. The paper presents the tourist product development in the destination Donovaly by implementing the innovative marketing. It presents the results of the primary market survey conducted by questionnaire distributed through social network (facebook) and results of the secondary research based on data derived from the Donovaly destination card. The paper discusses the issues and the problems of tourism development in this destination which derive from the development strategy which fits to the needs of tourism and real estate market.*

***Key words***
*Donovaly. Innovative marketing. Product development. Tourism market.*
**JEL Classification: L 83, R11**

## ÚVOD

Produkt cestovného ruchu je všetko, čo sa ponúka na trhu a má schopnosť uspokojiť potreby a želania návštevníkov v cestovnom ruchu. Na trhu cestovného ruchu sa ponúkajú produkty cestovného ruchu ako súbory heterogénnych statkov a služieb (Pompurová in Gúčik, 2011). Majú však obmedzenú životnosť, preto je nevyhnutné stále ich prispôsobovať meniacim

sa potrebám trhu cestovného ruchu s ohľadom na pozitívne vplyvy na okolie a trvalú udržateľnosť.

Podľa Palatkovej (2007) môžeme produkty cestovného ruchu členiť na produkty cieľových miest (súbor služieb cestovného ruchu poskytovaných v určitom území) a tematické produkty (komplex tematických aktivít v cestovnom ruchu zameraných napr. na gastronómiu, golf, poľovníctvo a iné). Produkty cestovného ruchu môže tvoriť jeden producent alebo viaceré subjekty, ktoré vytvárajú čiastkové produkty a až ich spojením do tzv. balíkov sú schopné uspokojiť potreby návštevníkov a dosiahnuť komplexný zážitok. Nevyhnutná je preto úzka spolupráca subjektov v cieľovom mieste (podniky cestovného ruchu v území, orgány štátnej správy a samosprávy), ktorú koordinuje manažérska organizácia. Pompurová (In Gúčik, 2011) považuje za najdôležitejšiu činnosť organizácie cestovného ruchu tvorbu produktu, ktorá má vychádzať z analýzy ponuky a dopytu. Nový alebo inovovaný produkt je zvyčajne odozvou na meniace sa požiadavky zákazníkov, nové trendy, konkurenciu alebo technologický rozvoj.

Horské strediská cestovného ruchu na Slovensku predstavujú z hľadiska návštevnosti významnú súčasť ponuky Slovenska v domácom a zahraničnom cestovnom ruchu. Na návštevnosť horských stredísk čoraz intenzívnejšie dolieha konkurenčný tlak horských stredísk v alpských krajinách. Pre udržanie a zvýšenie návštevnosti stredísk je nevyhnutné inovovať ich produkt, aby na jednej strane zvyšovali svoju konkurencieschopnosť a na druhej strane prispievali k udržateľnému rozvoju cestovného ruchu.

Vymedzenie podstaty inovácií produktov je rozličné. Názory autorov sa líšia najmä v otázke, ktorú zmenu ešte považujeme za inováciu, a ktorú už nie. Domnienka, že za inováciu považujeme len objavy a vynálezy, je v súčasnosti prekonaná. Pojem inovácia ako „presadenie novej kombinácie výrobných faktorov“ zaviedol do ekonomickej teórie rakúsko-americký ekonóm J. A. Schumpeter vo svojej práci Teória hospodárskeho vývoja (1987).

Inováciám, ako predmetu skúmania, sa v posledných desaťročiach venuje stále väčšia pozornosť. Mnohí autori sa snažia čo najlepšie a najpresnejšie definovať pojem inovácie. Prístupy sa však v mnohých prípadoch líšia. Nowotny, Gibbnos a Scott (2001) konštatujú, že „inovácie sa stali náboženstvom, ktoré pramení v objavovaní nového“. Domnievame sa, že toto vymedzenie by mohlo viesť k omylu, že za inovácie považujeme len výsledky technologických objavov. Schumpeter (1987) už na začiatku skúmania inovácií podobne predpokladá, že inovácie by mohli byť nesprávne stotožnené s vynálezom. Iný prístup má Kanter (In Hall, 2008), ktorý definuje inovácie ako proces, ktorého výsledkom je čokoľvek nové. Zmeny v organizácii, zavedenie metód pre znižovanie nákladov, nové systémy v tvorbe rozpočtu, zlepšenie komunikácie alebo tvorba nových produktov sú podľa Kantera taktiež inováciami. Drucker (2007) rozumie pod pojmom inovácie také nástroje podnikov, prostredníctvom ktorých uskutočňujú nový spôsob podnikania alebo poskytovanie nových služieb.

Vymedzeniu podstaty inovácií sa venuje aj zákon č. 233/2008 Z.z. o organizácii štátnej podpory výskumu a vývoja, ktorý definuje inováciu ako „nový alebo zdokonalený výrobok alebo službu, ktorá je uplatniteľná na trhu a založená na výsledkoch výskumu a vývoja alebo podnikateľskej činnosti, nový alebo zdokonalený výrobný postup vrátane podnikateľských zmien techniky zariadení alebo softvéru, nová pridaná hodnota realizovaná na trhu, ktorá sa dosiahne uplatnením poznatkov zahrňujúcich súbor výskumných, technických, organizačných, finančných a obchodných aktivít, zníženie negatívneho vplyvu na životné prostredie, účinnejšie využívanie prírodných zdrojov a energie“.

Môžeme teda pozorovať diametrálny rozdiel v chápaní inovácií, keď na jednej strane ich autori definujú ako úplne novinky identické s vynálezmi a na strane druhej rozumejú autori

pod pojmom inovácie „čokoľvek, čo je nové“. Na základe uvedených prístupov konštatujeme, že inovácia je zmena, zameraná na uvedenie nových alebo kvalitnejších produktov alebo služieb na trh, zavedenie nových výrobných procesov a zmeny v riadení a organizácii práce. Za podstatu inovácií považujeme preto novosť a zmenu.

Inovácie v cestovnom ruchu môžeme podľa Hjalager (2010) na základe ich charakteristických znakov rozdeliť do piatich kategórií. Prvú tvoria inovácie produktu a služieb, ktoré sa na trhu objavili po prvýkrát alebo ide o už existujúce produkty a služby ponúkané na nových trhoch. Do druhej kategórie zaraďujeme inovácie procesov s cieľom zvyšovať efektivitu, produktivitu práce a zlepšovať peňažné toky v podniku, čo sa dá najmä dosiahnuť zavádzaním informačných technológií do podnikov. Inovácie v organizácii podniku predstavujú tretiu kategóriu inovácií v cestovnom ruchu. Pod týmto pojmom rozumieme najmä zlepšenie spolupráce, riadenia, zmeny v zodpovednosti a kompetenciách pracovníkov. Inovácie v manažmente a marketingu tvoria štvrtú kategóriu. Obsahom piatej kategórie sú inštitucionálne inovácie, pod ktorými rozumieme vytváranie nových partnerstiev, združení a organizácií. Práve inovácie štvrtej a piatej kategórie podľa Hjalagerovej (2010) budú predmetom nášho skúmania.

Stredisko Donovaly (910-1402 m. n. m.) je podľa Regionalizácie cestovného ruchu z roku 2005 zaradené do Horehronského regiónu. Na základe hodnotenia jednotlivých regiónov bol Horehronskému regiónu pridelený medzinárodný význam s najvyšším dlhodobým potenciálom pre zjazdové a bežecké lyžovanie. Donovaly sú tradičným strediskom cestovného ruchu (prvé lyžiarske preteky sa konali v roku 1929 a prvý hotel – Šport Hotel, bol vybudovaný už v roku 1938). Stredisko má veľmi dobrú dopravnú dostupnosť vďaka cestným magistrálam, ktoré spájajú sever Slovenska s juhom, novovybudovanej rýchlostnej komunikácii Pribina a potenciálne je dopravne dostupné z letiska Sliač. Cesta osobným automobilom z Viedne, Budapešti, Brna alebo Krakova trvá približne 4 hodiny.

Stredisko Donovaly poskytuje rozličné možnosti pre trávenie voľného času návštevníkov cestovného ruchu, ktoré môžeme rozdeliť na zimné a letné aktivity. K letným aktivitám patria najmä: pešia turistika (16 rozličných trás pre pešiu turistiku), cykloturistika, niekoľko kultúrno-historických pamiatok, zábavné aktivity – bobová dráha, lanové centrum, lezecká stena alebo trampolíny a rôzne aktivity pre deti. Horský charakter strediska poskytuje vhodné predpoklady aj najmä pre zimné aktivity. Zimná sezóna trvá zvyčajne od začiatku decembra do začiatku apríla, v závislosti od klimatických podmienok. V súčasnosti je návštevníkom k dispozícii 11,1 km upravovaných tratí (17 zjazdoviek) pre zjazdové lyžovanie, približne 18 km značených a upravovaných bežeckých tratí (ľahká až stredná náročnosť), lyžiarske školy, servisy, požičovne, klzisko. Prepravná kapacita osobných horských dopravných zariadení je 14 000 osôb za hodinu.

V súčasnosti sa tu nachádza 74 ubytovacích zariadení (2 hotely triedy ****, 1 hotel triedy ***, jeden hotel triedy **, penzióny, apartmánové domy, chaty a turistické ubytovne. Odhadovaná ubytovacia kapacita v stredisku je približne 5000 lôžok. Stredisko Donovaly disponuje aj pohostinskými zariadeniami – reštaurácie, koliby a občerstvením v baroch na lyžiarskych svahoch. Štruktúra ubytovacích zariadení je uvedená v tabuľke 1.

**Tabuľka 1 Štruktúra ubytovacích zariadení (podiel na celkovej lôžkovej kapacite)**

| Kategórie ubytovacích zariadení | Podiel v % |
|---|---|
| Hotely | 12 |
| Penzióny | 9 |
| Apartmánové domy | 65 |
| Hostely | 5 |
| Ubytovanie v súkromí | 5 |
| Iné | 4 |

**Prameň: Spracované podľa údajov z www.kataster.sk, 2012.**

Návštevníkom je od roku 2004 k dispozícii aj turistická informačná kancelária – Info Donovaly, ktorá sa nachádza v centre obce Donovaly. Info Donovaly je samostatný podnikateľský subjekt (spoločnosť s ručením obmedzeným) s dvomi spoločníkmi (obec Donovaly a Goimpex Bratislava, a.s.). Kancelária je garantom projektu návštevníckej karty a centrálneho systému rezervovania. Zmluva je uzatvorená medzi firmou Sitour ako poskytovateľom licencie na tieto služby (návštevnícka karta a systém rezervovania Deskline) a Info Donovaly.

Na vykonávaní marketingových aktivít sa spolu s Info Donovaly podieľa aj spoločnosť Park Snow Donovaly, ktorej prevádzkovateľom je podnik Goimpex Bratislava, a. s.. Park Snow Donovaly spolupracuje s turistickou informačnou kanceláriou Info Donovaly a spoločne uskutočňujú marketingové aktivity strediska.

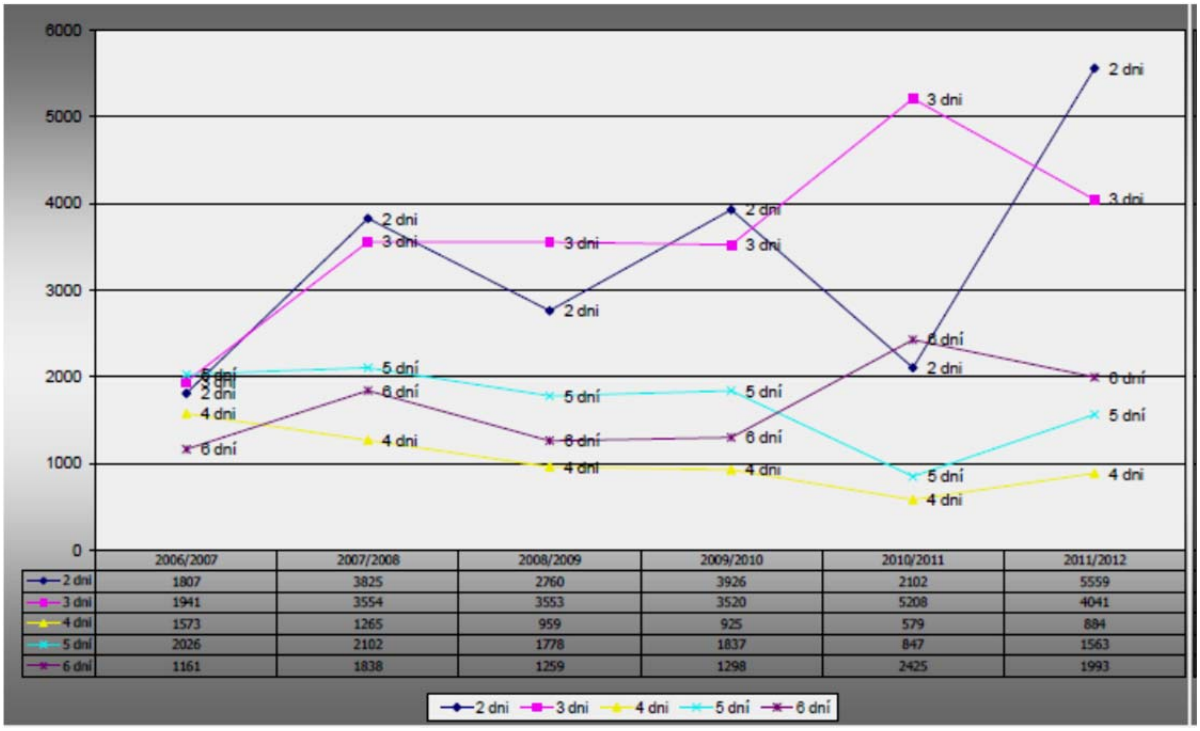
V stredisku Donovaly sa čoraz viac subjektov zapája do marketingových aktivít, ktoré propagujú svoje podniky, spolupracujú pri spoločných akciách, ktorých cieľom je zviditeľnenie a posilňovanie imidžu strediska Donovaly ako cieľového miesta. S cieľom zistiť, ako vnímajú návštevníci strediska inovácie v marketingu strediska sme v roku 2012 vykonali sekundárny a primárny prieskum.

V stredisku Donovaly sme počas zimnej sezóny (január – marec 2012) uskutočnili prieskum záujmu o inovácie. Dotazník sme distribuovali priamo návštevníkom strediska Donovaly, ktorých sme oslovovali na lyžiarskych svahoch alebo v pohostinských zariadeniach. Ďalej bol dotazník počas jedného týždňa uverejnený priamo na internetovej stránke strediska Donovaly v časti „aktuality“. Najväčšiu ochotu spolupráce sme zaznamenali po zverejnení dotazníka na sociálnej sieti (Facebook). Celkovo sme získali 141 dotazníkov.

Sekundárne údaje sme získali z Marketingového plánu strediska Donovaly (2004) a z údajov v informačnom systéme strediska. V ňom sú evidované informácie o návštevníkoch strediska, ktorí si kúpili návštevnícku kartu.

O návštevnosti strediska v zimnej sezóne podáva obraz aj počet predaných skipasov. Ich počet a štruktúru od roku 2006 podľa počtu dní, na ktoré bol skipas zakúpený, zachytáva graf 1.

**Graf 1 Počet a štruktúra predaných skipasov**




| | 2006/2007 | 2007/2008 | 2008/2009 | 2009/2010 | 2010/2011 | 2011/2012 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2 dni | 1807 | 3825 | 2760 | 3926 | 2102 | 5559 |
| 3 dni | 1941 | 3554 | 3553 | 3520 | 5208 | 4041 |
| 4 dni | 1573 | 1265 | 959 | 925 | 579 | 884 |
| 5 dni | 2026 | 2102 | 1778 | 1837 | 847 | 1563 |
| 6 dni | 1161 | 1838 | 1259 | 1298 | 2425 | 1993 |

**Prameň: Interné údaje strediska Donovaly, 2012.**

Domnievame sa, že rast predaja 3-dňových skipasov v zimnej sezóne 2010/2011 je spôsobený zavedením návštevníckej karty, ktorá vedie k predĺženiu pobytu návštevníkov. Kartu hosťa so všetkými jej výhodami získava každý návštevník automaticky bezplatne po príchode do strediska v ubytovacom zariadení v prípade minimálne dvoch prenocovaní. Následný pokles v predaji troj- a šesťdňových skipasov v zimnej sezóne 2011/2011 môžeme vysvetliť zvýšením predajnej ceny práve týchto dvoch druhov skipasov.

V horskom stredisku Donovaly je východiskom pre tvorbu a inovovanie produktu existujúca primárna a sekundárna ponuka. Inovovanie má v stredisku Donovaly charakter nepretržitého procesu. Nositelia marketingu strediska sa neustále snažia sledovať trendy v marketingu a v rámci možností ich zavádzať do praxe strediska.

Za hlavný produkt zimnej sezóny v stredisku Donovaly môžeme v súčasnosti považovať lyžovanie a zimné športy. Tieto aktivity sú uceleným produktom, pretože zahŕňajú bezplatnú prepravu do strediska skibusom, ubytovacie a stravovacie služby, predaj skipasov, služby OHDZ, školy lyžovania a snowbordingu, apre ski aktivity, požičovne športových potrieb, animačné služby, horskú služby ap. Tento produkt je podrobne zdokumentovaný v zimnom katalógu, ktorý obsahuje komplexnú mapu strediska, informácie o lyžiarskych svahoch, ubytovaní a stravovaní v stredisku a cenník spolu so zľavami z cien. Katalóg je doplnený o informácie o aktivitách po lyžovaní a o kalendár podujatí. Súčasťou produktu strediska je aj relatívne veľký počet podujatí.

Významným podujatím, ktoré prispieva k tvorbe imidžu a zviditeľneniu strediska sú každoročne (od roku 1992 s výnimkou roku 2012 a 2013) medzinárodné preteky psích záprahov. Okrem toho sa tu počas víkendov v zimnej sezóne organizujú viaceré súťaže (snowbording, lyžovanie), prezentácie rôznych spoločností a partnerov (Audi Promo Tour, Honda Cup, Donovaly Fest, Vianočný program a iné).

Inováciou je vytvorenie parku pre snoubordistov a akrobatických lyžiarov. Zriadenie tohto parku je pre stredisko veľkou konkurenčnou výhodou, pretože patrí k najväčším na Slovensku. Jeho hodnotu zvyšuje aj to, že je vhodným miestom na prípravu slovenskej reprezentácie v snowbordingu a akrobatickom lyžovaní.

V zimnej sezóne 2010/2011 vznikol nový projekt, tzv. Ice Camp, ktorý je v prevádzke od januára do marca a výrazne prispel k rastu atraktivity strediska najmä pre náročnú klientelu. Je to objekt vybudovaný len z ľadu a snehu a delí sa na viac priestorov. Nachádza sa v ňom multimediálna, barová a rautová miestnosť. Za ním je námestie, cez ktoré sa prechádza do ubytovacej časti so štyrmi iglu a s celkovou kapacitou 16 lôžok. Súčasťou ľadového komplexu je aj wellness. V komplexe sa dajú organizovať aj rôzne spoločenské podujatia.

Zaujímavou inováciou je aj možnosť sledovať počet prelyžovaných kilometrov v stredisku na internetovej stránke www.skiline.cc. Návštevníci sa tu registrujú tak, že si kúpia skipas a následne zadajú jeho číslo na danú internetovú stránku, kde sa zobrazí graf a počet prelyžovaných kilometrov v stredisku. Takto môžu návštevníci aj súťažiť.

Produktom letnej sezóny je pešia turistika a cykloturistika. Tento produkt sa inovoval v letnej sezóne v roku 2011 vytvorením parku a zjazdovej trate pre cyklistov. Cyklisti môžu na prepravu využiť sedačkovú lanovku. Okrem bolo v letnej sezóne 2011 upravených a vyznačených 136 km cyklotrás. Stredisko má aj požičovňu bicyklov a predajňu doplnkov na opravy bicyklov.

Stredisko sa v posledných rokoch orientuje na segment rodín s deťmi, čomu zodpovedajú aj nové produkty. V letnej sezóne je to detský park (Fun Aréna) a rozprávková krajina Habakuky a od decembra 2011 je to zimný Fan Park. Park ponúka deťom služby lyžiarskej školy v podobe hier, súťaží a každý deň je pre nich pripravený animačný program.

Stredisko Donovaly sa zameriava na inovácie v každej letnej a zimnej sezóne. Všetky tieto nové produkty a služby prispievajú k tvorbe imidžu strediska ako strediska zábavy a adrenalínu pre rodiny s deťmi a mladých. Segmenty trhu strediska Donovaly zachytáva tabuľka 2.

**Tabuľka 2 Segmenty trhu strediska Donovaly**

| Segment trhu | Podiel návštevníkov | Produkty cestovného ruchu |
|---|---|---|
| Mládež a mladé rodiny | 30 % | náročnejšie lyžiarske terény s atrakciami, snoubording, letné a zimné pobyty |
| Rodiny s deťmi do 40 rokov | 50 % | nenáročné lyžiarske terény, aktivity pre deti , celoročné športovo-rekreačné pobyty |
| Skupinové zájazdy | 10 % | menej náročné terény a nižšie ceny, lyžovanie a pešia turistika |
| Aktívni športovci | 5 % | športové sústredenia, tréningové a rekondičné pobyty |
| Seniori zo zahraničia | 5% | zimné a letné rekreačné pobyty, vyšší štandard poskytovaných služieb |

**Prameň: Marketingový plán strediska Donovaly, 2004.**

Domnievame sa, že pri tvorbe produktu a jeho inovácii je treba vychádzať z požiadaviek vývoja trhu, ale na druhej strane je nevyhnutné rešpektovať princípy a hodnoty udržateľného cestovného ruchu. Na základe primárneho prieskumu v stredisku môžeme konštatovať, že návštevníci majú záujem o produkty uvedené v tabuľke 3

**Tabuľka 3 Záujem návštevníkov o tvorbu a inovovanie produktov**

| Druh inovácie | Percento respondentov, ktorí prejavili záujem |
|---|---|
| Vernostný program – zľavy a výhody podľa počtu návštev | 87 % |
| Športové a kultúrne podujatia aj mimo zimnej sezóny | 85 % |
| Kamery v stredisku a záznamy z nich na internete | 85 % |
| Zisťovanie noviniek cez sociálne siete | 83 % |
| Za prenocovanie v lete možnosť využiť lanovky zadarmo | 83 % |
| Kyvadlová preprava zo vzdialenejších parkovísk na svahy | 81 % |
| Bezkontaktné turnikety | 80 % |
| Doplnkové služby v stredisku (wellness, fitnes, kino, kasíno a pod.) | 78 % |
| Využitie lanoviek zadarmo za prenocovanie počas leta | 76 % |
| Aktivity na svahu po lyžovaní | 75 % |
| Priestory pre prezliekanie a úschovu osobných vecí | 75 % |
| Získanie skipasu zadarmo za prenocovanie počas zimy | 74 % |
| Možnosť kúpy skipasu cez internet alebo mobil | 74 % |
| Telefonická linka pre informovanie o poveternostných podmienkach | 73 % |
| Požičiavanie bicyklov | 70 % |
| Detské kluby priamo v stredisku | 69 % |
| Priestory v interiéri pre konzumovanie vlastnej stravy | 66 % |
| Aplikácie a informácie o stredisku v mobilnom telefóne | 65 % |
| Školské lyžiarske kurzy | 65 % |
| Školy v prírode | 64 % |
| Súťaž o najviac prelyžovaných kilometrov | 63 % |
| Posuvné pásy pre prepravu v lyžiarkach na svah | 62 % |
| Horská turistika v letnej sezóne | 52 % |
| Zasielanie aktuálnej ponuky cez e-mail | 48 % |
| Nákupné centrum v stredisku | 45 % |

**Prameň: Vlastné spracovanie, 2012.**

Vytvorenie vernostného programu vyžaduje získanie osobných údajov návštevníkov pri registrovaní v ubytovacích zariadeniach, pri predaji skipasu alebo pri návšteve turistickej informačnej kancelárie. Ďalej je potrebné vytvoriť centrálny informačný systém, ktorý bude evidovať návštevníkov rôznych zariadení strediska. V stredisku Donovaly už existuje evidencia návštevníkov vďaka poskytovaniu návštevníckej karty. Všetci, ktorí si ju prevezmú, sú evidovaní v informačnom systéme. Nevyhnutná je teda spolupráca jednotlivých podnikov cestovného ruchu a určenie presných podmienok a pravidiel, kedy získa návštevník určitú výhodu. Tento vernostný program však nemusí byť komplikovaný, stačí jednoduché ocenenie - resp. percentuálna zľava na produkty strediska. Dôležitým faktom je, aby mal návštevník pocit, že je v stredisku vítaný, a že si stredisko váži jeho opakovanú návštevu. Tým si stredisko získa verných a spokojných návštevníkov, ktorí môžu byť lojálnejší k stredisku budú ďalej šíriť dobré meno strediska Donovaly.

Respondenti ďalej prejavili veľký záujem aj o organizované podujatia v období mimo zimnej sezóny. Tu vzniká pre stredisko priestor na organizovanie rôznych športových alebo kultúrno-spoločenských podujatí, čo môže byť vhodným nástrojom na eliminovanie negatívnych vplyvov sezónnosti.

Zo strany respondentov sme zaznamenali záujem aj o inovácie v komunikácii strediska. Pred zasielaním noviniek cez e-mail uprednostňujú zisťovanie informácií prostredníctvom sociálnych sietí a aplikácie s informáciami o stredisku v mobilnom telefóne. Je to pre nich pohodlnejšie a zároveň to pre stredisko predstavuje nižšie časové aj finančné náklady, pretože môžu osloviť veľký počet priaznivcov v krátkom čase.

Pechlaner a kol. (2009) konštatujú, že k zvyšovaniu konkurenčnej výhody strediska vedú dve stratégie. Prvou je prispôsobovanie sa požiadavkám zákazníkov a druhou je čo najlepšie

využívanie zdrojov strediska. Najlepším spôsobom ako dosiahnuť konkurencieschopnosť je kombinácia oboch stratégií (stratégia „fit and stretch“). Stredisko Donovaly postupne uskutočňuje kombináciu stratégií, t.j. vychádza z existujúcej primárnej ponuky a tradičných zimných športov a prispôsobuje svoj produkt dvom najvýznamnejším segmentom – rodinám s deťmi a mládeži. Na druhej strane uplatňovanie tohto prístupu k rozvoju strediska Donovaly vyvoláva rad otázok z hľadiska hodnôt a princípov udržateľného rozvoja cestovného ruchu. Ide najmä o prudký nárast apartmánových domov v posledných rokoch, ale aj o neprimerane vysokú prepravnú kapacitu osobných horských dopravných zariadení vo vzťahu k dĺžke a šírke lyžiarskych tratí, čím sa výrazne znižuje bezpečnosť na svahoch a komfort pre lyžiarov a snowboardistov. V rozvoji inovovaných produktov je treba brať do úvahy aj možné negatívne vplyvy na mieste ekosystémy. Ide napríklad o vytvorenie „bike parku“ na zjazdových tratiach, čo zvyšuje eróziu pôdy, absencia štandardov rozvoja a dizajnu zariadení v územno – plánovacích dokumentoch rozvoja strediska môže viesť a vedie k prehusteniu zástavby a k premene prírodného strediska na urbanizované prostredie. V snahe eliminovať negatívne vplyvy rozvoja cestovného ruchu na prírodné prostredie však spoločnosť Park Snow Donovaly môže byť príkladom pre ostatné podniky cestovného ruchu. Spoločnosť získala certifikáciu podľa noriem radu ISO – ISO 9 000 a 14 000, zabezpečuje v spolupráci s informačnou kanceláriou strediska prepravu ski busmi z blízkych dopytových centier a aj z Budapešti, spolupracuje so Slovenskými železnicami pri preprave lyžiarov do strediska ap.

Stredisko cestovného ruchu Donovaly si vytvorilo svoj imidž na základe inovácie marketingových nástrojov najmä v tvorbe produktu a jeho distribúcii a komunikácii s využitím najnovších trendov v informačných technológiách. Spoločnosť Park Snow Donovaly, ako nosný podnik v stredisku, iniciovala aj tvorbu miestnych organizácií cestovného ruchu na báze partnerstva verejného a súkromného sektora. Na druhej strane doterajší rozvoj cestovného ruchu vyvoláva rad otázok vo vzťahu k hodnotám a princípom udržateľného rozvoja. Ide najmä o kapacitu ubytovacích zariadení a kapacitu prepravných zariadení. Doterajší rozvoj strediska svedčí o nedostatočne spracovanom územnom pláne strediska, ktorý by mal jasne formulovať limitné kapacity rozvoja, štandardy rozvoja, štandardy využitia plôch a štandardy dizajnu zariadení, čím by sa dalo predchádzať nekontrolovanej výstavbe s negatívnymi dopadmi na kvalitu prírodných zdrojov, a v konečnom dôsledku aj na kvalitu zážitku, ktorý si návštevník odnesie zo strediska.

**LITERATURA:**


[1] DRUCKER, P. F. 2007. Innovation and Entrepreneurship. Amsterdam : Elsevier Butterworth-Heinemann, 2007. 253 s. ISBN 978-0-7506-8508-5.

[2] HALL, C., WILLIAMS, M. 2008. Tourism and Innovation. Oxon : Routledge, 2008. 263 s. ISBN 0-203-93843-7.

[3] HJALAGER, A. M. 2010. A review of innovation research in tourism. In Tourism Management, roč. 31, 2010, č. 1, ISSN 02615177, s. 1 – 12.

[4] Marketingový plán PARK SNOW Donovaly, 2004.

[5] NOWOTNY, H., GIBBNOS, M., SCOTT, P. 2001. Knowledge and the Public in an Age of Uncertainty. In Revista CTS, roč. 1, 2001, č. 1.

[6] PALATKOVA, M. 2007. Destinační management a vytáření produktů v cestovním ruchu. Místní, narodní a mezinárodní marketing destinace. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007.

[7] PECHLANER, H., MENTREI, M., KOFINK, L. 2009. Growth strategies in mature destinations: Linking spatial planning with product development. In Tourism Review, roč. 57, 2009, č. 3,
[8] s. 285 – 307.
[9] POMPUROVÁ, K. 2011. Produkt cestovného ruchu. In GÚČIK, M. 2011. Marketing cestovného ruchu. Banská Bystrica : Slovak-Swiss Tourism, 2011. 264 s. ISBN 978-80-89090-85-3.
[10] Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike. Bratislava : Ministerstvo hospodárstva SR, 2005.
[11] SCHUMPETER, J. A. 1987. Teória hospodárskeho vývoja. Bratislava : Pravda, 1987.
[12] Zákon NRSR č. 233/2008 Z.z. o organizácii štátnej podpory výskumu a vývoja.

***doc. Ing. Jana Kučerová, PhD.,***
*Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela,*
*Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica,*
*tel.: 00421 48 446 2214,*
*e-mail: jana.kucerova@umb.sk*

***Ing. Zuzana Lencsésová,***
*Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela,*
*Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica,*
*tel.: 00421 48 446 2215,*
*e-mail: zuzana.lencsesova@umb.sk*

# MOŽNOSTI HODNOTENIA DOPRAVNEJ DOSTUPNOSTI Z HĽADISKA JEJ VPLYVU NA ROZVOJ CESTOVNÉHO RUCHU (NA PRÍKLADE SLOVENSKO-POĽSKÉHO POHRANIČIA)

# POSSIBILITIES OF TRANSPORT ACCESSIBILITY EVALUATION WITH REGARD TO ITS IMPACT ON DEVELOPMENT OF TOURISM (ON THE EXAMPLE OF SLOVAK-POLISH BORDERLAND)

**Daniel Michniak**

***Abstrakt***

*Doprava a dopravná dostupnosť zohrávajú v rozvoji cestovného ruchu dôležitú úlohu. Dobrá dopravná dostupnosť regiónu prispieva k celkovej atraktivite územia z pohľadu jeho potenciálnych návštevníkov. Naopak nepriaznivá úroveň dostupnosti regiónu môže viesť k nedostatku, prípadne aj odlivu turistov do lepšie dostupných regiónov s podobnými podmienkami. Geografia ponúka množstvo vhodných prístupov k štúdiu dostupnosti v súvislosti s rozvojom cestovného ruchu ako napr. analýza dostupnosti na základe infraštruktúrnej vybavenosti regiónu, na základe priamych dopravných prepojení, analýza dostupnosti s využitím izochrón, populačného potenciálu a pod. Cieľom príspevku je poukázať na vzájomný vzťah medzi dostupnosťou a rozvojom cestovného ruchu a predstaviť príklady analýzy dostupnosti zamerané na územie slovensko-poľského pohraničia. V príspevku je prezentovaný rozvoj cezhraničnej dopravnej infraštruktúry, analýza stavu verejnej dopravy medzi Slovenskom a Poľskom, analýza vonkajšej dostupnosti pohraničia na základe izochrón časovej dostupnosti a analýza potenciálovej dostupnosti pohraničia z hľadiska krátkodobého cestovného ruchu.*

***Klíčová slova***

*dopravná dostupnosť, dopravná infraštruktúra, cestovný ruch, slovensko-poľské pohraničie*

***Abstract***

*Transport and transport accessibility play an important role in the development of tourism. Good transport accessibility of the region contributes to the overall attractiveness of the area from the perspective of its potential visitors. On the other side, the unfavourable level of accessibility of the region may lead to lack or outflow of tourists to more accessible regions with similar conditions. Geography offers a variety of appropriate approaches to the study of accessibility in relation to the development of tourism, as, for example, an analysis based on the availability of infrastructure of the region based on the direct transport connections, accessibility analysis using isochrones, and the potential of the population. The aim of this paper is to highlight the relationship between accessibility and development of tourism and*

*present examples of the analysis focused on accessibility of the territory of the Slovak-Polish borderland. This paper presents the development of cross-border transport infrastructure, the analysis of public transport connections between Slovakia and Poland, the analysis of external accessibility of the borderland by isochrones time accessibility and the potential accessibility analysis in terms of short-term tourism.*

***Key words***
*transport accessibility, transport infrastructure, tourism, Slovak-Polish borderland*

**JEL CLASSIFICATION: L83, R11, R 4**

## ÚVOD

Cestovný ruch je často považovaný za kľúčové odvetvie, ktoré by malo zabezpečiť sociálno-ekonomický rozvoj regiónu. Okrem iných významných faktorov (prírodné a/alebo kultúrno-historické predpoklady a materiálno-technická základňa cestovného ruchu) sa na rozvoji cestovného ruchu v regióne významným spôsobom podieľa aj doprava a dopravná dostupnosť regiónu. Význam dostupnosti pre cestovný ruch vyplýva z dôležitosti dopravy pri preprave turistov, pričom z hľadiska premiestňovania sa turistov v priestore možno identifikovať rôzne úlohy dopravy. Doprava zabezpečuje prepojenie medzi zdrojovou oblasťou a cieľovou destináciou, zabezpečuje prepravu turistov v rámci regiónu (oblasti) cestovného ruchu, resp. v rámci niektorých turistických atraktivít a taktiež umožňuje cestovanie po turistických cestách, ktoré sú zároveň turistickým produktom [2].

Pri analýze dostupnosti v súvislosti s rozvojom cestovného ruchu je možné rozlišovať vonkajšiu, resp. vnútornú dostupnosť regiónu. Vonkajšia dostupnosť regiónu vyjadruje dostupnosť regiónu z miesta bydliska (zdrojová oblasť) do miesta, resp. regiónu pobytu (destinácia). Vnútorná dostupnosť regiónu charakterizuje dostupnosť v regióne, resp. mieste pobytu, pričom v tomto prípade ide o dostupnosť rôznych atraktivít v regióne alebo v prípade rozľahlejších atraktivít (napr. zábavný park) aj o dostupnosť na území tejto atraktivity.

Cieľom príspevku je poukázať na vzájomný vzťah medzi dostupnosťou a rozvojom cestovného ruchu a predstaviť príklady analýzy dostupnosti aplikované na územie slovensko-poľského pohraničia. V príspevku je prezentovaný rozvoj cezhraničnej dopravnej infraštruktúry, analýza stavu verejnej dopravy medzi Slovenskom a Poľskom, analýza vonkajšej dostupnosti pohraničia na základe izochrón časovej dostupnosti a analýza potenciálovej dostupnosti pohraničia z hľadiska krátkodobého cestovného ruchu. Slovensko-poľské pohraničie bolo vybrané ako územie, ktoré má vhodné predpoklady pre rozvoj cestovného ruchu, pričom slovensko-poľská hranica v minulosti bola a naďalej čiastočne zostáva prírodnou bariérou pre jeho rozvoj.

## DOSTUPNOSŤ Z HĽADISKA VYBAVENOSTI REGIÓNU DOPRAVNOU INFRAŠTRUKTÚROU

Jedným zo spôsobov hodnotenia dopravnej dostupnosti je jej hodnotenie na základe vybavenosti regiónu dopravnou infraštruktúrou. dopravná infraštruktúra je kľúčovým prvkom ovplyvňujúcim dostupnosť. V dôsledku výstavby novej infraštruktúry dochádza často k zlepšeniu úrovne dostupnosti vyjadrenej časovou vzdialenosťou, resp. dopravnými nákladmi. Avšak podľa R. Vickermana (1995) investície do dopravnej infraštruktúry nevedú automaticky k zlepšeniu ekonomickej výkonnosti regiónu. Analogicky je možné uvažovať aj v súvislosti s rozvojom cestovného ruchu. Investície do dopravnej infraštruktúry spravidla

vedú k zlepšeniu úrovne dostupnosti, ale nemusia viesť k rozvoju cestovného ruchu. Výstavba novej dopravnej infraštruktúry sa realizuje najmä medzi jadrovými regiónmi alebo medzi regiónmi alebo v regiónoch s najväčším dopytom po doprave. Výstavba spojení medzi dôležitými centrami a perifériami môže viesť k nárastu už aj tak existujúcich rozdielov v úrovni dostupnosti medzi regiónmi (Vickerman et al. 1999), pretože okrem zlepšenia dostupnosti periférií sa zlepší tiež dostupnosť jadrového regiónu. Z pohľadu rozvoja cestovného ruchu je zmenšenie rozdielov medzi centrom a perifériou dôležité, pretože periférne regióny sú často regiónmi s hodnotným prírodným prostredím, ktoré je cieľom turistov žijúcich v jadrových regiónoch.

Príkladom analýzy dostupnosti môže byť rozvoj cezhraničnej dopravnej infraštruktúry na slovensko-poľskej hranici po politických zmenách v roku 1989. Rastúci cezhraničný pohyb obyvateľov a tovaru si vyžiadal otvorenie nových hraničných priechodov a tiež budovanie novej cezhraničnej dopravnej infraštruktúry. Nové politické a sociálnoekonomické pomery po roku 1989 viedli k odstráneniu nepriaznivej situácie z hľadiska nedostatočnej dopravnej dostupnosti medzi Slovenskom a Poľskom. Významným impulzom rozvoja cezhraničnej dopravnej infraštruktúry bola postupná integrácia Slovenska do Európskej únie (žiadosť Slovenska o členstvo v EÚ z 27. júna 1995, vstup Slovenska a Poľska do EÚ 1. mája 2004). V súvislosti s rozvojom dopravnej infraštruktúry v oblasti slovensko-poľského pohraničia malo osobitný význam taktiež začlenenie Slovenska a Poľska do schengenského priestoru (21. decembra 2007 a od 30. marca 2008 bol otvorený aj vzdušný priestor členských krajín).

Kým v roku 1989 fungovali len štyri cestné hraničné priechody (Trstená – Chyżne, Tatranská Javorina – Łysa Polana, Mníšek nad Popradom – Piwniczna a Vyšný Komárnik – Barwinek), v súčasnosti existuje spolu 17 cezhraničných ciest prebiehajúcich cez slovensko-poľskú hranicu, ktoré sú vhodné pre osobnú automobilovú dopravu. V prvej etape rozvoja nových cezhraničných väzieb a budovania cezhraničnej dopravnej infraštruktúry medzi Slovenskom a Poľskom po roku 1989 boli otvorené hraničné priechody Suchá Hora – Chochołów (1991), Lysá nad Dunajcom – Niedzica (1992), Becherov – Konieczna (1994), Oravská Polhora – Korbielów (1995) a Skalité – Zwardoń-Myto (1995). Neskôr pribudli priechody Podspády – Jurgów (1996), Čirč – Leluchów (1997), Kurov – Muszynka (1997), Novoť – Ujsoły (2001), Bobrov – Winiarczykówka (2002) a Palota – Radoszyce (2003). Mnohé z nich slúžili najskôr pre malý pohraničný styk a postupne menili svoj status na medzinárodné hraničné priechody. Niektoré z nich využívali už existujúcu dopravnú infraštruktúru, avšak vo viacerých prípadoch bolo potrebné vybudovanie novej cezhraničnej dopravnej infraštruktúry. V októbri 2010 bola dokončená nová cezhraničná cesta Nižná Polianka – Ożenna.

V procese rozvoja dopravnej infraštruktúry v slovensko-poľskom pohraničí zohrali dôležitú úlohu prostriedky z predvstupových a štrukturálnych fondov EÚ a s ich použitím boli vybudované viaceré nové cesty a zrekonštruované existujúce cesty. Z predvstupových fondov mal pri rozvoji slovensko-poľskej cezhraničnej dopravnej infraštruktúry najdôležitejšiu úlohu fond PHARE (Program PHARE CBC). V prípade štrukturálnych fondov to bol predovšetkým Európsky fond regionálneho rozvoja (ERDF) v rámci Programu INTERREG IIIA – SK-PL 2004–2006 a aktuálny Program cezhraničnej spolupráce Poľsko-Slovenská republika 2007-2013 [pozri 6, 13].

## HODNOTENIE DOSTUPNOSTI NA ZÁKLADE ANALÝZY VEREJNEJ DOPRAVY

Dopravná infraštruktúra je považovaná za predpoklad pre dobrú dostupnosť územia a pre rozvoj dopravy do regiónu a v regióne cestovného ruchu. Pre efektívne fungovanie dopravy je dôležitá dobrá organizácia verejnej dopravy, ktorá závisí nielen od stavu

infraštruktúry, ale aj od počtu spojov, predovšetkým priamych dopravných prepojení (letecké, autobusové a vlakové), ktoré spájajú strediská cestovného ruchu s miestami, v ktorých žijú potenciálni návštevníci (najväčšie mestá). Dôležitý význam majú aj dopravné prepojenia verejnou dopravou, ktoré spájajú turistické stredisko s inými strediskami a miestami v regióne. S hodnotením dostupnosti pomocou priamych dopravných prepojení je možné sa stretnúť vo viacerých prácach [1, 4, 5, 8, 9].

V tomto príspevku sú analyzované iba priame dopravné prepojenia medzi Slovenskom a Poľskom. Najvýznamnejším autobusovým prepravcom medzi Slovenskom a Poľskom je poľská spoločnosť STRAMA v Zakopanom, ktorá prevádzkuje linky Zakopané – Poprad a Zakopané – Liptovský Mikuláš. Autobus na linke Zakopané – Poprad premáva počas zimnej sezóny 2012/2013 dvakrát denne. Autobus na linke Zakopané – Liptovský Mikuláš premáva denne počas letných prázdnin. Obe linky zabezpečujú najmä prepravu poľských turistov do slovenskej časti Tatier. Poskytujú priame spojenie Zakopaného s významnými atraktivitami, ako sú napr. aquaparky (Oravice, Liptovský Mikuláš a Poprad), Belianska jaskyňa, lyžiarske a turistické strediská Ždiar, Oravice a Zuberec a najvýznamnejšími centrami v slovenskej časti Tatier (Poprad a Liptovský Mikuláš). Maďarský dopravca OrangeWays Zrt., Budapest zabezpečuje dopravu na trase Budapešť – Krakov. Tento spoj premáva štyrikrát týždenne cez územie Slovenska, avšak nemá tu žiadnu zastávku. Poľská spoločnosť PolskiBus.com zabezpečuje spojenie medzi Varšavou, Čenstochovou, Katovicami a Viedňou so zastávkou v Bratislave. Vo všeobecnosti možno konštatovať že cezhraničné autobusové prepojenia medzi Slovenskom a Poľskom sú nedostatočné.

Cez slovensko-poľskú hranicu vedú tri železničné trate s hraničnými priechodmi do Poľska: Čadca – Skalité – Zwardoń, Košice – Plaveč – Muszyna a Michaľany – Medzilaborce – Łupków. Podľa cestovného poriadku v súčasnosti premávajú vlaky iba na trati Čadca – Skalité – Zwardoń. V období 2012/2013 to boli tri vlaky denne a jeden ďalší iba v pracovných dňoch. Cez hraničný priechod Plaveč – Muszyna nepremávajú vlaky od roku 2010 kvôli zničenej železničnej infraštruktúre na území Poľska po povodniach. Ani po oprave mosta však nebolo vlakové spojenie obnovené. Cez hraničný priechod Medzilaborce – Łupków ešte v roku 2010 premávali letné vlakové spoje zo Slovenska do Poľska. Vlaky premávali v piatok, sobotu a nedeľu v období od 19. júna do 29. augusta. Po zmenách cestovného poriadku platných od 1. mája 2011 bola premávka na trati Medzilaborce-mesto – Łupków zrušená pre nerentabilnosť prevádzky. Bratislavu a Varšavu spájajú v roku 2013 dva priame železničné prepojenia denne, ktoré však prechádzajú územím ČR. Je možné konštatovať, že osobná železničná doprava medzi Slovenskom a Poľskom je napriek existencii cezhraničných tratí veľmi slabá. Je to pravdepodobne spôsobené jednak zlým technickým stavom železničnej infraštruktúry a taktiež aj nevhodnou organizáciou železničnej dopravy železničnými spoločnosťami v Poľsku a na Slovensku. Z hľadiska rozvoja cestovného ruchu ako aj celého pohraničia by bolo vhodné prinajmenšom zavedenie mimoriadnych a sezónnych vlakov. Prepojenia spájajúce iba prihraničné stanice sú neefektívne, vhodnejšie sú prepojenia, ktoré by spájali väčšie mestá (zdroje potenciálnych turistov).

Čo sa týka leteckých spojení medzi Slovenskom a Poľskom, v rokoch 2002-2006 a 2010-2011 existovalo spojenie Bratislava – Varšava. V zimnej sezóne 2009/10 bolo v prevádzke letecké spojenie Poprad-Tatry – Varšava a v období december 2011 – január 2013 fungovalo pravidelné letecké spojenie medzi Gdanskom, Varšavou a Popradom, ktoré malo zabezpečovať prepravu turistov do Tatier. Pre fungovanie takýchto spojení sú dôležité ceny, ktoré neboli príliš konkurencieschopné, pretože najlacnejší jednosmerný let stál približne 50-60 €, čo sa približuje cenám leteniek do konkurenčných alpských destinácií. V súčasnosti však medzi oboma krajinami neexistuje pravidelné letecké spojenie.

Dostupnosť slovenskej časti pohraničia verejnou dopravou je podstatne lepšia z územia Slovenska, aj keď niektoré menej zaľudnené oblasti sú verejnou dopravou veľmi slabo obsluhované. Podobná situácia je aj na poľskej strane pohraničia. Väčšina turistov však prichádza do pohraničia a hlavne na jej druhú stranu individuálnou automobilovou dopravou.

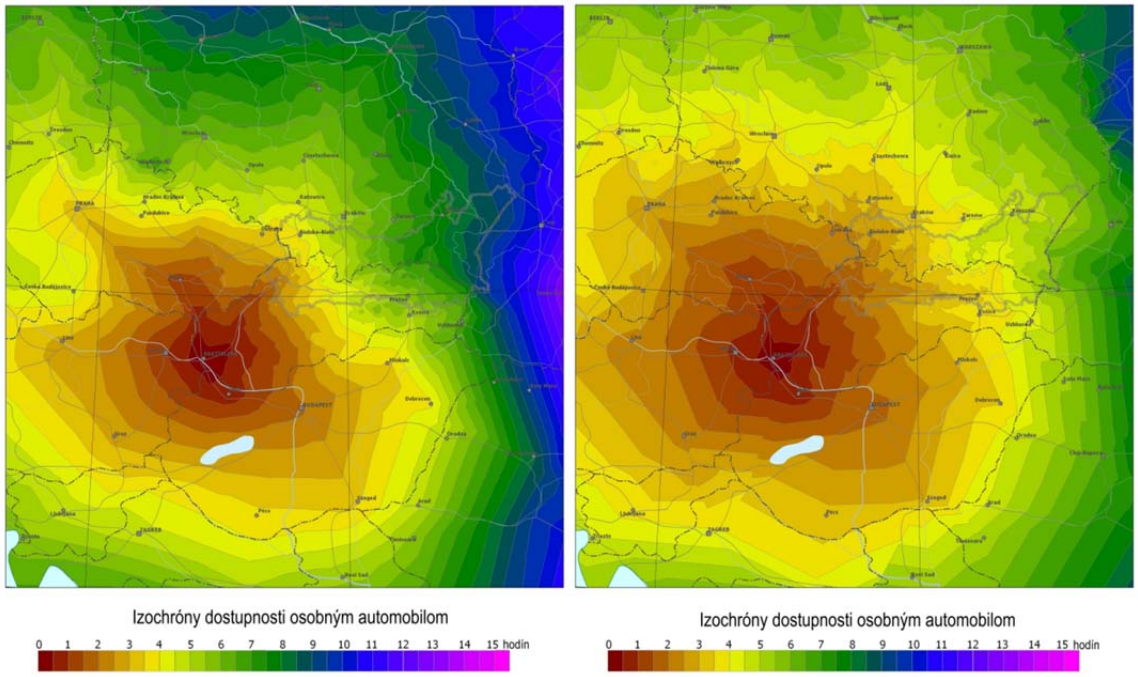
## HODNOTENIE ČASOVEJ DOSTUPNOSTI REGIÓNU S VYUŽITÍM IZOCHRÓN

Pri dostupnosti regiónov cestovného ruchu automobilovou dopravou zohráva dôležitú úlohu prepravný čas. Jedným zo spôsobov znázornenia časovej dostupnosti je jej znázornenie pomocou izochrón, t. j. čiar spájajúcich body s rovnakou časovou vzdialenosťou od určitého miesta. Izochróny sú vhodným nástrojom, ktorý možno využiť pri analýze dopytu a ponuky v rámci cestovného ruchu. Pri analýze dopytu je možné zistiť počet obyvateľov žijúcich v oblastiach ohraničených jednotlivými izochrónami. V prípade analýzy ponuky s využitím izochrón je možné zistiť napr. počet atraktivít cestovného ruchu dostupných vo vopred stanovenom čase z určitého miesta. Konkrétne príklady využitia izochrón pri analýze dostupnosti sú uvedené v prácach rôznych autorov [3, 7, 12].

Príkladom využitia izochrón pri analýze dostupnosti môže byť analýza dostupnosti pohraničia z veľkých miest, ktoré sú hlavnými zdrojmi turistov prichádzajúcich do pohraničia. Do tejto skupiny je možné zaradiť mestá ako napr. Bratislava, Košice, Praha, Ostrava, Brno, Katovice, Krakov, Varšava a pod. V tomto príspevku je uvedená iba analýza dostupnosti z Bratislavy. Dostupnosť západnej časti slovensko-poľského pohraničia na slovenskej strane z Bratislavy je vďaka dokončenej diaľnici z Bratislavy do Žiliny na dobrej úrovni – do 3 hodín (pozri obr. 1a). Preto má západná časť pohraničia vhodné predpoklady pre rozvoj krátkodobého (víkendového) cestovného ruchu aj pre obyvateľov z Bratislavy. V smere na východ sa dostupnosť pohraničia z Bratislavy postupne zhoršuje. Z pohľadu turistov z Bratislavy je však územie pohraničia menej dostupné ako región rakúskych Álp. Vplyvom realizácie plánovaných investícií do dopravnej infraštruktúry (diaľnice a rýchlostné cesty) sa zlepší dostupnosť pohraničia a hranica izochróny troch hodín sa presunie do centrálnej časti pohraničia (pozri obr. 1b). Z jednotlivých investícií do dopravnej infraštruktúry sú pre dostupnosť pohraničia z Bratislavy dôležité hlavne výstavba úsekov diaľnice D1 na trase Hričovské Podhradie – Ivachnová. Lepšiu dostupnosť poľskej strany pohraničia by zabezpečila výstavba severojužných ciest prechádzajúcich cez slovensko-poľskú hranicu. Ide o diaľnicu D3 (Žilina – Skalité) a na ňu nadväzujúcu rýchlostnú cestu S69 (Zwardoń – Bielsko-Biała) a rýchlostné cesty R3 (Ružomberok – Trstená) a S7 (Chyżne – Krakov).

**Obr. 1 Izochróny dostupnosti z Bratislavy pre roky a) 2010, b) 2030**

a) b)




**Zdroj: [12]**

## POTENCIÁLOVÁ DOSTUPNOSŤ REGIÓNU

Jednou z vhodných možností hodnotenia dopravnej dostupnosti v súvislosti s rozvojom cestovného ruchu je aj využitie potenciálu. Podľa P. Rosika (2012) potenciálová dostupnosť vyjadruje potenciál interakcie medzi východiskom a súborom cieľov. Je meraná počtom aktivít, ktoré môžu byť dosiahnuté za určitý čas alebo v určitej vzdialenosti za predpokladu poklesu väzieb s rastúcou vzdialenosťou. Vychádza sa pritom z predpokladu, že jednotlivec si vyberá radšej ciele cesty nachádzajúce sa v kratšej vzdialenosti. Charakter poklesu atraktivity cieľa cesty s rastúcou vzdialenosťou vyjadruje tzv. funkcia odporu prostredia (distance decay function). Funkcia vyjadrujúca pokles tejto pravdepodobnosti realizácie pobytu s rastúcou vzdialenosťou od miesta bydliska má rôzny tvar v závislosti od dĺžky pobytu, pričom možno rozlíšiť krátkodobý, strednodobý a dlhodobý cestovný ruch [12].

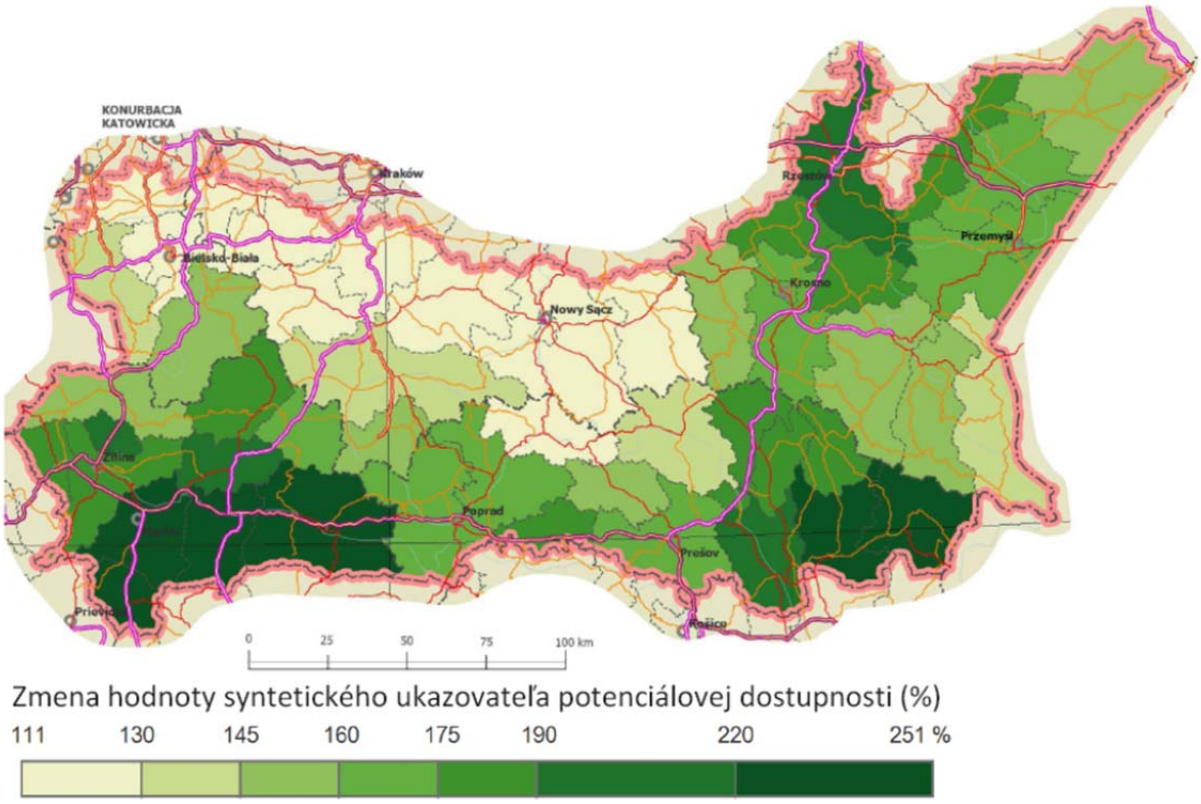
Potenciálová dostupnosť regiónu cestovného ruchu poukazuje na jeho dostupnosť všetkými potenciálnymi návštevníkmi z celého študovaného územia. Napríklad v prípade analýzy potenciálovej dostupnosti slovensko-poľského pohraničia osobným automobilom sú za potenciálnych návštevníkov pohraničia považovaní všetci obyvatelia Európy bez ohľadu na ich príjem a reálnu mobilitu.

Príkladom problému, pri riešení ktorého je vhodné využiť potenciálovú dostupnosť, je analýza zmien dostupnosti vplyvom investícií do dopravnej infraštruktúry. V tomto prípade je možné porovnať hodnoty potenciálovej dostupnosti pred realizáciou investícií do dopravnej infraštruktúry a po ich realizácii.

V súčasnosti sa najlepšou potenciálovou dostupnosťou z hľadiska krátkodobého cestovného ruchu vyznačuje západná časť slovensko-poľského pohraničia. Je spôsobené blízkosťou husto zaľudnených aglomerácií Krakova a Horného Sliezska, v ktorých žije veľa potenciálnych návštevníkov pohraničia. Na základe analýzy zmien potenciálovej dostupnosti pohraničia sa zistilo, že realizáciou plánovaných investícií do dopravnej infraštruktúry (výstavba diaľnic

a rýchlostných ciest) sa v sledovanom časovom horizonte 2030 zlepší dostupnosť pohraničia najmä z hľadiska krátkodobého cestovného ruchu (jednodňového a víkendového). Zlepšenie dostupnosti je viditeľné hlavne na slovenskej strane pohraničia. (pozri obr. 2) a najmä v okresoch Martin, Ružomberok a Liptovský Mikuláš v dôsledku výstavby diaľnice D1 a rýchlostných ciest R1 a R3. Zaujímavosťou je vysoký nárast potenciálovej dostupnosti z hľadiska krátkodobého cestovného ruchu v okresoch Humenné a Snina, cez ktoré neprechádza žiadna z plánovaných diaľnic a rýchlostných ciest. Nárast je ovplyvnený najmä plánovanou výstavbou D1 z Košíc po hranicu s Ukrajinou. Svedčí to o tom, že na zlepšenie potenciálovej dostupnosti majú vplyv investície do dopravnej infraštruktúry realizované aj mimo skúmaného územia. Uvedené okresy by sa tak dostali do oblasti, ktorá je vhodná pre realizáciu krátkodobého cestovného ruchu z pohľadu obyvateľov Prešova a Košíc.

**Obr. 2 Zmeny cestnej potenciálovej dostupnosti z hľadiska krátkodobého cestovného ruchu v rokoch 2010-2030**




**Zdroj: [12]**

Pre východnú časť slovensko-poľského pohraničia je významnou plánovanou investíciou do dopravnej infraštruktúry výstavba rýchlostnej cesty R4 Prešov – Svidník – Vyšný Komárnik s pokračovaním do Poľska a napojením na diaľnicu A4 pri meste Rzesów.

## ZÁVER

V príspevku bolo predstavených niekoľko možností analýzy dostupnosti aplikovaných na územie slovensko-poľského pohraničia. Vhodným príkladom analýzy dostupnosti na základe vybavenosti regiónu dopravnou infraštruktúrou je analýza rozvoja cezhraničnej dopravnej infraštruktúry. Dostupnosť je možné hodnotiť aj na základe analýzy verejnej dopravy medzi jednotlivými sídlami a regiónmi, resp. strediskami cestovného ruchu (napr. analýza počtu priamych dopravných prepojení). Pre analýzu vonkajšej dostupnosti

regiónu cestovného ruchu je vhodné využiť znázornenie dostupnosti pomocou izochrón. Potenciálovú dostupnosť je možné aplikovať pri analýze zmien dostupnosti vplyvom investícií do dopravnej infraštruktúry. Každý z uvedených prístupov má výhody aj obmedzenia. Při aplikácii jednotlivých prístupov je potrebné zohľadniť ich vhodnosť z hľadiska použitého spôsobu dopravy a z hľadiska geografickej mierky študovaného problému. Okrem týchto prístupov existujú aj mnohé ďalšie, ktoré umožňujú zhodnotiť dostupnosť územia a poukázať na jej význam pre rozvoj cestovného ruchu. Pri snahe o čo najlepšie zhodnotenie dostupnosti študovaného územia je vhodné kombinovať viacero prístupov, ktoré umožňujú zhodnotiť aktuálny stav dostupnosti a taktiež poukázať na možnosti jej zlepšenia.

Príspevok vznikol v rámci riešenia projektu č. 2/0086/12 Endogénny potenciál a exogénne faktory lokálneho a regionálneho rozvoja Slovenska financovaného grantovou agentúrou VEGA a v rámci riešenia projektu INFRAREGTUR (č. WTSL.02.01.00-14-087/08), ktorý bol spolufinancovaný Európskou úniou z prostriedkov Európskeho fondu regionálneho rozvoja a štátnym rozpočtom SR v rámci Programu cezhraničnej spolupráce Poľsko – Slovenská republika 2007-2013.

**ZOZNAM LITERATÚRY**

[1] GUZIK, Robert - KOLOS, Arkadiusz. Evolution of accessibility in Carpathian spa resorts between 1938 and 2000. In. Kurek, W. (ed.) Issues of tourism and health resort management, Prace geograficzne, 111, 2003, s. 356-368.
[2] HALL, Derek. R. Conceptualising tourism transport: inequality and externality issues. Journal of Transport Geography, 1999, 7, s. 181-188.
[3] KOMORNICKI, Tomasz - ŚLESZYŃSKI, Przemyslav - ROSIK Piotr - POMIANOWSKI Wojciech. Dostępność przestrzenna jako przesłanka kształtowania polskiej polityki transportowej, Biuletyn KPZK PAN, 241, Warszawa (IGiPZ PAN), 1, 2010. 65 s.
[4] MICHNIAK, Daniel. Medzinárodné väzby jednotlivých okresov Slovenska na báze priamych dopravných prepojení. Geografický časopis, 2008, 60 (1), s. 45-61.
[5] MICHNIAK, Daniel. Dostupnosť vybraných turistických stredísk v regióne Tatier. In Regionálne štruktúry ČR a SR : časové a priestorové zmeny. Eds: Andráško, I., Ira, V., Kallabová, E. - Bratislava, Geografický ústav SAV, 2009, s. 44-49.
[6] MICHNIAK, Daniel. Rozvoj cezhraničnej dopravnej infraštruktúry v slovensko-poľskom pohraničí po roku 1989. In Andráško, I., Ira, V., Kallabová E.(eds.) Časovo-priestorové aspekty regionálnych štruktúr ČR A SR. Bratislava : Geografický ústav SAV, 2011, s. 81-86.
[7] ROSIK, Piotr. Dostępność lądowa przestrzeni Polski w wymiarze europejskim. Prace Geograficzne 233, IGiPZ PAN, Warszawa, 2012, 307 s.
[8] SZÉKELY, Vladimír. Priame dopravné prepojenia okresných miest Slovenska. Prace komisji geografii komunikacji PTG, 2004, 10, s. 281-302.
[9] SZÉKELY, Vladimír. Priame dopravné prepojenia ako indikátor kvality života: príklad bývalých okresných miest Slovenska. In Ira, V. (ed). Ľudia, geografické prostredie a kvalita života : Geographia Slovaca 25. Bratislava (Geografický ústav SAV), 2008, 63-83.
[10] VICKERMAN, Roger. Location, accessibility and regional development: the appraisal of trans-European networks. Transport Policy, 1995, 2 (4), s. 225-234.
[11] VICKERMAN, Roger - SPIEKERMANN, Klaus - WEGENER, Michael. Accessibility and economic development in Europe. Regional Studies, 1999, 33, s. 1-15.
[12] WIĘCKOWSKI, Marek - MICHNIAK, Daniel - BEDNAREK-SZCZEPAŃSKA, Maria - CHRENKA, Branislav - IRA, Vladimír - KOMORNICKI, Tomasz - ROSIK, Piotr - STĘPNIAK, Marcin -

SZÉKELY, Vladimír - SLESZYŃSKI, Przemysław - ŚWIĄTEK, Dariusz - WIŚNIEWSKI, Rafał. Poľsko-slovenské pohraničie z hľadiska dopravnej dostupnosti a rozvoja cestovného ruchu. Varšava : Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania Polska Akademia Nauk ; Bratislava : Geografický ústav Slovenskej akadémie vied, 2012, 283 s.

[13] WIĘCKOWSKI, Marek - MICHNIAK, Daniel - CHRENKA, Branislav - IRA, Vladimír - KOMORNICKI, Tomasz - ROSIK, Piotr - SZÉKELY, Vladimír - SLESZYŃSKI, Przemysław - WIŚNIEWSKI, Rafał. Možnosti zlepšenia dostupnosti a rozvoja cestovného ruchu v poľsko-slovenskom pohraničí - námety, odporúčania a dobré príklady. Varšava : Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania Polska Akademia Nauk ; Bratislava : Geografický ústav Slovenskej akadémie vied, 2012, 85 s.

***Mgr. Daniel Michniak, PhD.***
*Geografický ústav SAV*
*Štefánikova 49, 814 73 Bratislava*
*tel.: +421 2 57 510 186*
*e- mail: geogmich@savba.sk*

# GENIUS LOCI A KULTURNÍ HYBRIDIZACE JAKO INOVAČNÍ IMPULZY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU

# GENIUS LOCI AND CULTURAL HYBRIDIZATION AS INNOVATION IMPULSES OF DEVELOPMENT OF TOURISM

**Jaroslav Vencálek**

***Abstrakt***

*Progresivní změny ve využívání krajiny bývají spojovány se schopnostmi lidí orientovat se v působení faktorů determinujících vznik, rozvoj a zánik sociálně-kulturních struktur. Znalost genia loci (genia regionis) tak může přispívat ke stimulaci mechanismů ovlivňujících rozvoj cestovního ruchu. Může přispívat jak ke vzniku nových turistických produktů, tak i k jejich transformacím. Jedním z projevů globalizace je oddělování kulturních forem rozvoje krajiny od místní praxe. Míšením lokálních hodnot s globálními (tzv. glokalizace) dochází ke kulturní hybridizaci krajiny. Tímto přenosem nových obrazů cestovního ruchu může docházet ke vzniku nových struktur turistických služeb. Vliv znalostí genia loci a procesů kulturní hybridizace na rozvoj cestovního ruchu je ve studii dokumentován na příkladu dvou míst přeshraničního regionu ČR – SR, v nichž pobýval hudební génius Ludwig van Beethoven (Hradec nad Moravicí a Dolná Krupá).*

***Klíčová slova***

*Genius loci, inovační impulzy, kulturní hybridizace*

***Abstract***

*Progressive changes in landscape use have been associated with the abilities of people to be knowledgeable in factors determining the origin, evolution and the extinction of socio-cultural structures. Knowledge of the genius loci (genius regionis) may contribute to the stimulation of mechanisms influencing development of tourism. It can contribute both to the emergence of new tourism products and to their transformations. One of the manifestations of globalization is separating of cultural forms of the landscape development from the local practice. Mixing of local and global values (called glocalization) causes cultural hybridization of the landscape. This transmission of new images of tourism may result in the formation of new structures of tourist services. The present study documents influence of knowledge of genius loci and processes of cultural hybridization on the development of the tourism by an example of two*

*localities in the Czecho-Slovac crossborder region where Ludwig van Beethoven lived (Hradec nad Moravicí and Dolná Krupá).*

***Key words***
*Genius loci, innovation impulses, cultural hybridization*

**JEL classification: L 83**

## ÚVOD

K problematice vlivu cestovního ruchu na rozvoj regionů bylo v uplynulých dvaceti letech uskutečněno jen v České republice mnoho odborných setkání, seminářů, kolokvií a konferencí. I ta poslední, v pořadí již osmá konference, pořádaná Katedrou cestovního ruchu VŠP Jihlava, zařazuje k aktuálním problémům cestovního ruchu právě vliv cestovního ruchu na rozvoj regionů. I přes dlouhodobou pozornost tomuto problému, stále nemůžeme být s dosavadními poznatky dostatečně spokojeni. Dalo by se říci, že vzhledem ke stále se měnícímu vnějšímu a vnitřnímu prostředí člověka bude tento problém vždy aktuální. Samozřejmě! O tom nelze pochybovat. Pokusme se ale abstrahovat od toho, čemu odborníci zabývající se problematikou cestovního ruchu věnovali doposud největší pozornost. Abstrahujme od klasického prostorového modelu cestovního ruchu (aniž bychom nějak snižovali jeho význam), vytvořeného na bázi třech předpokladů: lokalizačních (např. přírodní, antropogenní), selektivních (např. demografické, urbanizační, sociálně-ekonomické) a realizačních (např. komunikační, materiálně-technické). Pokud cestovní ruch má významný vliv na rozvoj regionů (a o tom se přesvědčujeme, že tento vliv má), pak věnujme pozornost těm rozhodujícím impulzům, které tuto schopnost mají (Kopšo, 1987). Těmito rozhodujícími impulzy bývají impulzy inovační. Co ale představují? Jak na ně pohlížet? Jak je vnímat? Cílem tohoto příspěvku je pokusit se odpovědět na tyto otázky.

Ve studii věnované vnímání nových impulzů (Vencálek, 2012) jsem uvedl. V období do nástupu globalizace byly za rozvojové impulzy považovány ty, které do života lidí vnášely nový řád. Tím I dávaly lidským životům nový smysl. Rámcem vnějšího prostředí byly současně jak racionálně, tak i iracionálně vnímaná pravidla, hodnoty a soustavy symbolů. Impulzy regionálního rozvoje bylo možno považovat za jedinečné, lokální (regionální) a nepřenosné.

S nástupem globalizace hovoříme snad již bezděčně o univerzalitě, ale téměř vždy se jedná o uniformitu, projevující se v redukci všech nových impulzů regionálního rozvoje do roviny ekonomické výhodnosti. Přitom jsme přestali přemýšlet nad tím, k čemu ale může vést ono náročné hledání inovativní ekonomické účelnosti. Bez úcty k jiným, bez akceptování společných zájmů, vzájemné spolupráce (z níž mají prospěch všechny zúčastněné strany) a současně nezbytného odstupu, tak jen prohlubujeme tendence rostoucí uniformity.[5] Nepředpokládejme proto, že budeme „byť v teoretické rovině“ vnímat a hledat inovativní impulzy cestovního ruchu v kontextu diktátu ekonomické účelnosti rozvoje krajiny, nýbrž budeme chtít odhalovat ty impulzy, které jsou úzce svázány s lidským svědomím.

V referátovém příspěvku k vlivu genia loci na rozvoj cestovního ruchu [4] jsem uvedl. V regionálním rozvoji by měla být věnována stěžejní pozornost těm otázkám, v nichž se lidé zamýšlejí nad tím, jak nejlépe propojit prostřednictvím inovací minulé trendy s budoucími vývojovými trajektoriemi. Přesto, že rozvoj cestovního ruchu v globalizované společnosti úzce souvisí s civilizačním vytěsňováním prakticky jakékoliv závislosti člověka na tradicích, neznamená to, že by tradice ztratily schopnost sehrávat inovativní funkci. Prostřednictvím rozumu je ale nutno naučit se původní, téměř jednostrannou závislost člověka na tradičních aspektech fungování krajiny a tradičních společenských vztazích, nahradit respektem k lidské kultuře a planetární biosféře.

Pokusme se na příkladu nezpochybnitelně významné destinace cestovního ruchu – Hradce nad Moravicí (Moravskoslezský kraj), poukázat na stimulační schopnost znalosti genia loci napomáhat rozvoji turistických aktivit v regionu českého Slezska. Hornoslezský rod Lichnovských je spojován se Slezskem již od 15. století. Jan Karel Bohumil Lichnovský (1690–1788) zastávající v habsburské monarchii významné státní funkce, poté co získal knížecí titul, zakoupil hradecké panství se zámkem v Hradci nad Moravicí (1778). Roku 1783 odkoupil I měšťanský dům ve Vídni, s nímž se pojí počátky budoucího propojení Lichnovských s představiteli šlechtických rodů, církevními hodnostáři, zástupci politické moci a předními umělci té doby, především hudebníky. A právě hudební image zámku v Hradci nad Moravicí povýšili Lichnovští na evropskou úroveň. Na území současného českého Slezska patřil zámek (spolu se zámkem Jánský vrch v Javorníku) k absolutně nejvýznamnějším centrům hudební kultury.

Karel Alois Jan Nepomuk Vincent Leonard Lichnovský (1761–1814), reformátor dvorského hospodaření (chov ovcí merino v Horním Dvoře na Hanuši) a mecenáš umění, zval k pobytům v nově, po požáru v roce 1796 opraveném zámku, významné osobnosti evropské hudební kultury. A tak počátkem července 1806 přijel na hradecký zámek i Ludwig van Beethoven. Výhledy ze hřbetu nejsevernějších výběžků Vítkovské vrchoviny do hlubokých údolí, ale I daleké výhledy do předpolí slezských rovin, formovaných mírně zvlněnou Opavskou pahorkatinou, tvořily neobyčejně působivou přírodní kulisu k inspiraci pro budoucí Beethovenovu tvorbu. S jeho čtvrtročním letním pobytem na zámku je spojována práce na Čtvrté symfonii, Houslovém koncertu D dur a dokončování Klavírní sonáty f moll, známé v hudebním světě jako Appassionata. Čtvrté symfonii vtěluje, pod vlivem nádherného přírodního prostředí kolem Hradce nad Moravicí slunnou náladu člověka povznášejícího se nad veškeré životní strasti a prohry (v té době byla jeho hluchota již v pokročilém stádiu). [3] Současná rekonstrukce zámeckého parku je nepochybně inovativní. Tento proces, často I díky náhodám, nese prvky zcela nových inovačních impulzů. S rekonstrukcí západní vyhlídkové terasy hradeckého parku (za Bílou věží) byla náhodou objevena v opavském Zemském archivu doposud neznámá mapa zámeckého parku z poloviny 19. století. V mapě na místě rekonstruované vyhlídkové terasy byl nalezen název Leonarďs Platz (Leonardova vyhlídka). A tak teprve od 4. listopadu 2010, kdy byla Leonardova vyhlídka zpřístupněna veřejnosti, mají lidé možnost seznámit se atmosférou místa, kterou Karel Leonard Lichnovský nabídl Ludwigu van Beethovenovi k hudební inspiraci. Ten se na Opavsko ještě krátce vrátil v roce 1811, když se v kostele sv. Ducha minoritského kláštera zúčastnil opavské premiéry své Mše C dur.

Ke kultuře měli blízko i další členové tohoto slezského rodu. Eduard Maria Lichnovský (1789–1845) se kromě hospodářské činnosti věnoval i budování knížecí knihovny o 16 441 svazcích (stav podle zámecké inventarizace z roku 2009). Byl autorem nedokončené osmisvazkové historie habsburského panovnického rodu, vydávané ve Vídni v letech 1836–1844 (Geschichte des Hauses Habsburg). Jeho literární pozůstalost představuje 13 sešitů nepublikovaných básní a dramatických pokusů (Nachgelassene Gedichte und dramatische Versuche). Po smrti Eduarda Lichnovského se krátce ujímá vlády nad hradeckým panstvím jeho syn Felix (1814–1848). Tehdy přijede na zámek (1846) v rámci koncertního turné po Evropě i věhlasný představitel evropského romantismu, uherský klavírní virtuóz a hudební skladatel Ferenc Liszt (1811–1886). Hradec nad Moravicí – místo s podivuhodným hudebním geniem loci navštívila I Lisztova dcera Cosima Wagnerová (1837–1930), druhá manželka německého hudebního skladatele Richarda Wagnera, který v Bayreuthu nechal pro své opery postavit v roce 1873 divadlo a založil tradici Bayreuthských hudebních slavností (Bayreuther Festspiele). Cosima Wagnerová po manželově smrti 1883 po tři desetiletí organizačně propagovala tyto hudební slavnosti, které i díky ní získaly evropský věhlas.

V roce 1962 se na zámku v Hradci nad Moravicí konala první klavírní soutěž mladých interpretů. S tímto místem se začal pojit fenomén „Beethovenův Hradec“. V roce 2012 to byl již 51. ročník Mezinárodní interpretační soutěže Beethovenův Hradec (pro tento rok soutěž v oboru viola). Vedle tohoto festivalu se na zámku každoročně koná pro veřejnost velké množství nejrůznějších koncertů. Hudební podoba genia loci této krajiny je tak stále konfrontována s vývojovými změnami evropského kontinentu, je neustále omlazována a tím více než dvě století zůstává stále lákavou, inspirativní a lidsky povznášející.

Neobyčejně bouřlivá kulturní dynamika vede v období globalizace ke zpochybňování tradiční koncepce kultury, více méně vázané na stabilitu vnímaných míst (genius loci, genius regionis). Především zvýšenou prostorovou dynamikou lidí za prací dochází k jakési kulturní kosmopolitizaci, přičemž lidé v nových prostředích ale touží po pokračování určité kulturní produkce, s níž byli původně spjati. Tlakem na prosazování těchto ztracených kulturních aspektů tak dochází ke kulturní hybridizaci [2], kdy určité kulturní formy se oddělují od místní praxe (genia loci) a v nových kontextech se propojují do fungování nových společenských praxí. Jan Nederveen Pieterse, profesor globálních studií a sociologie na Kalifornské univerzitě konstatoval: Lidé se nevzdávají místních hodnot, ale sdílejí také globální či globalizované hodnoty nebo životní styly. Globálně ochraňovanou hodnotou se stává jedinečné, odlišné, zvláštní a takto dochází k univerzalizaci partikularizmů a zvláštních identit (Suša, 2010). Tato kulturní hybridizace ale nemusí být důsledkem jen fyzického prostorového pohybu osob, ale I transferem jiných objektů a jevů krajinné sféry, a to jak materiální, tak i nemateriální povahy.

Pokusme se poukázat na příkladu slovenské turistické destinace – Dolná Krupá (Trnavský samosprávny kraj) na stimulační schopnost kulturní hybridizace krajiny v rozvoji turistických aktivit v regionu západního Slovenska. Dolná Krupá, ač vzdálena od hlavních komunikačních tepen Podunajské nížiny, je okouzlující silou poznamenána půvabem lidského ducha. Od 90. let 20. století zde znovuožívají kulturní aktivity, které v dávné minulosti získaly výraznou podobu genia loci. Na přelomu 18. a 19. století bylo zvykem, že hudbymilovná šlechta zvala na svá sídla přední virtuózy a hudební skladatele, kteří výchovou mladých šlechtičen získávali

tolik potřebné finanční prostředky. Šlechtický rod Brunswicků zde zval i Ludwiga van Beethovena. V rekonstruovaném zahradnickém domku je instalována „Beethovenova izba“ (Hudobné muzeum Slovenského národného muzea). Rodokmen šlechtického rodu obsahuje I obrázky mladých šlechtičen – neteří Jozefa Brunswika (1750–1827), ať již se jednalo o Theresii (1775–1861), Josephinu (1779–1821) nebo Guillettu (1784–1856) vypovídají o tom, jak silnou inspirací musely představovat pro geniálního komponistu (Vencálek, 2012c). Asi to bylo v Dolné Krupé, kde svit nočního Měsíce, dopadající na černobílou klaviaturu zámeckého hudebního nástroje, učaroval uzavřenému a málomluvnému Betthovenovi natolik, že ve víře v přízeň sličných neteří grófa Brunswicka vytvořil slavnou romantickou sonátu pro klavír č. 14 cis – moll op. 27 č. 2 Měsíční svit.

Byli to Brunswickové, kdo pozváním Beethovena do Dolné Krupé, obdobně jako později Lichnovští (1806) jeho pozváním do slezského Hradce nad Moravicí, povýšili tato místa na evropskou úroveň. Proto každá ze současných forem komorních koncertů, festivalů či vzdělávání v oblasti hudebního umění, dotýkající se Dolné Krupé, úzce souvisí s jejím geniem loci. Proto i činnost občanského sdružení InMusic, vzniklého r. 2007, představuje fenomén významně se podílející na zpřístupňování ducha této krajiny širší veřejnosti (např. Schubertiády). Své místo v Dolní Krupé má i v roce 2011 otevřena pamětní síň rodiny Albrechtovců, z níž pocházela řada významných evropských představitelů hudební kultury.

Sňatkem Henriety Brunswickové s hrabětem Chotkem se do Dolné Krupé dostává v roce 1813 stará česká aristokratická rodina Chotků. O proměnu génia Dolné Krupé se výrazně zasloužila hraběnka Marie Henrieta Chotková (1863–1946), která díky lesníkovi Rudolfu Geschwinderovi a jeho životní lásce k pěstování růží umožnila, aby v letech 1866–1913 bylo při zámku vypěstováno 124 kultivarů růží. Prvním kultivarem byl z r. 1866 pocházející Premier Essai. Po vzniku Svazu německých přátel růží (1903) se hraběnka Henrieta Chotková stala jeho aktivním členem. Vše započalo iniciativou zkrášlovacího spolku v německém Sangerhausenu (Land Sachsen – Anhalt), který realizoval na ploše 1,5 ha rozšíření městského parku kolem tří rybníků. Tím byly položeny základy rozária, kterému po smrti R. Gerschwindra věnovala hraběnka Chotková podstatnou část sbírky dolnokrupských růží. Dnes je toto místo pojmenováno EUROPA ROSARIUM a s více než 8,3 tisíci druhy růží představuje největší a nejvýznamnější růžovou zahradu na světě. Kultivary vyšlechtěné R. Geschwindrem v Dolné Krupé tak nadále žijí a jsou ozdobou tohoto růžového srdce světa. I když rozárium v Dolné Krupé ve 20. století zaniklo, přítomnost historického mauzolea s ostatky „hraběnky růží“ Marie Henriety Chotkové, a především novodobé snahy obyvatel, vycházející z úsilí o obnovu génia místa, který ještě v roce 1930 nabízel 880 kultivarů růží, jsou velmi cenným příslibem do budoucnosti.

Genius loci se v integrované Evropě stává svorníkem hodnotových systémů (humanita, demokracie, individuální svoboda, osobní zodpovědnost, lidská solidarita) a úsilím o dlouhodobě vnímanou udržitelnost rozvoje (demografickou, sociální, ekonomickou či udržitelnost světového étosu (Vencálek, 2012b). Na příkladu dvou míst pobytu světoznámého hudebního skladatele Ludwiga van Beethovena ve středoevropském makroregionu – Hradci nad Moravicí (ČR) a obci Dolná Krupá (SR) je zřejmé, že tato místa si ponechávají jak svého genia loci, tak v rámci evropských integračních a globalizačních

procesů nese jejich image prvky univerzalizace partikularismů a zvláštní identity. Tento proces nazvaný glokalizací je podle hesla „rozmanitost se prodává“ využitelný i v marketingu služeb a tedy i v rozvoji cestovního ruchu. V 21. století se tak antický fenomén genia loci (genia regionis) stává díky globalizací podporované kulturní hybridizaci krajiny stěžejním faktorem regionálně rozvojových studií, ať již se jedná o cestovní ruch či jiné socioekonomické aktivity.

**LITERATURA**


[1] KOPŠO, Emil, GÚČIK, Marián, MÜLLEROVÁ, Veronika, ŠKVARČEKOVÁ, Gabriela. Zemepis cestovného ruchu. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1987. 456 s.

[2] SUŠA, Oleg. Globalizace v sociálních souvislostech současnosti /Diagnóza a analýza. Praha: Nakladatelství Filozofického ústavu AV ČR, 2010. 352 s.

[3] VENCÁLEK, Jaroslav. Moravskoslezský kraj genius loci. Ostrava: Ostravská univerzita, 2005. 288 s.

[4] VENCÁLEK, Jaroslav. Vliv genia loci na rozvoj cestovního ruchu v česko-slovenském příhraničním regionu. In Regionální rozvoj a cestovní ruch. Jihlava: Vysoká škola polytechnická, 2011. s. 349 – 356.

[5] VENCÁLEK, Jaroslav. Jak vnímat nové impulzy v regionálním rozvoji: z pohledu lidského svědomí nebo diktátu užitečnosti? In Geografické informácie / Geographical information. 2012a, roč. 16, č. 2, s. 179-186.

[6] VENCÁLEK, Jaroslav. Inovativní koncept genia loci (regionis) a globalizace. In Globalizácia vzdelávanie učiteľov alebo koľko globalizácie unesie učiteľ? Bratislava: Pedagogická fakulta Univerzity Komenského, 2012b. s. 111–118.

[7] VENCALEK, Jaroslav. Trnavský kraj genius loci. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2012c. 183 s.



***Prof. PaedDr. Jaroslav Vencálek, CSc.***
*Inštitút politológie, Filozofická fakulta*
*Prešovská univerzita v Prešove*
*ul. 17. novembra 1, 08078 Prešov*
*e-mail: jaroslav.vencalek@unipo.sk*

# PRINCIPY HALAL TURISMU V PŘÍJEZDOVÉM CESTOVNÍM RUCHU ČESKÉ REPUBLIKY SE ZAMĚŘENÍM NA RUSKY MLUVÍCÍ KLIENTY

# PRINCIPLES OF HALAL TOURISM IN INCOMMING TOURISM IN CZECH REPUBLIC, WITH SPECIAL REGARD TO RUSSIAN SPEAKING CLIENTS

**Monika Klímová**

***Abstrakt***

*Cílem článku je vymezit základní rysy halal turismu ve vztahu k rusky hovořícím, muslimským turistům tak, aby tyto informace byly využitelné odborníky příjezdového cestovního ruchu. Halal turismus patří nepochybně mezi nejnovější trendy v cestovním ruchu. Počet jeho spotřebitelů roste přímo úměrně se zvyšujícím se číslem vyznavačů islámu. Odborníci v cestovním ruchu, sestavující nabídku, poskytující servis tomuto segmentu klientů však postrádají elementární znalosti halal turismu, což v praxi zásadně ovlivňuje kvalitu poskytovaných služeb v příjezdovém cestovním ruchu České republiky a spokojenost klientů.*

***Klíčová slova***

*halal turismus, příjezdový cestovní ruch, ruský turista, arabsko-islámská kultura*

***Abstract***

*The goal of this article is to discribe basic feature of halal tourism in realtion with russian speaking Moslem tourists, in order to achieve applicability hereof for specialist in incomming tourism. Halal tourism belongs doubtless between up-to-date trends in tourism. Number of its consumers rise up in direct proportion to rising number of Islam devotee. Specialists of tourism responsible for supply and service for this segment of clients, don´t have elementary knowledges of halal tourism and this totally affect quality of services in incomming tourism of Czech Republic and clients´ satisfaction.*

***Keywords***

*halal tourism, incomming tourism, Russian tourist, Arabian-Islamic culture*

**JEL classification: L 83**

## ÚVOD

Halal turismus patří nepochybně mezi nejnovější trendy v cestovním ruchu. Halal turismus je zaměřen na vyznavače islámského náboženství, neboť slovo halal je termínem označujícím vše co je správné a povolené. Tento výraz se týká i celého systému islámského práva. Opak povoleného, odpovídajícího je označován výrazem haram. „Neříkejte tedy to, co jazyky vaše lživě tvrdí: „Toto dovoleno je a toto zakázáno!“ vymýšlejíce si tak proti Bohu lež. Věru, ti, kdož proti Bohu lži si vymýšlejí, ti nebudou mezi blaženými.” (Korán 16:116)

Počet spotřebitelů halal turismu roste přímo úměrně se zvyšujícím se číslem vyznavačů islámu.

**Mapa č.1: Arabsko-islámská mapa světa**

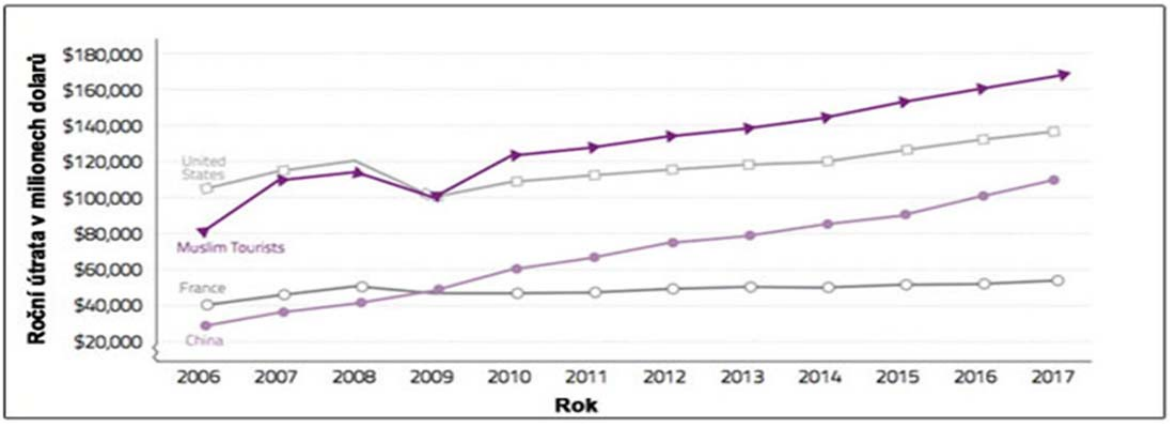
**Zdroj: http://josueferrer.com/2011/06/22/una-pregunta-a-los-musulmanes/**

Halal turismus se prosazuje jako aktuální forma cestovního ruchu spojeného se segmentem klientů náležících k arabsko-islámské kultuře. Pro arabsko-islámskou kulturu je důležité spojení obou výrazů. Arabi označují národ, etnikum, které ovlivnilo svými vlastnostmi a jazykem, zeměpisným rozložením hodnotové paradigma arabsko-islámské kultury. Islám označuje nejmladší monoteistické náboženství světa. Dotváří arabsko-islámskou kulturu. Islám není jen název náboženství, je to vyjádření a způsob života.

Islám v překladu znamená poddání se, svěření se Bohu. Je druhé nejrozšířenější monoteistické náboženství světa. V roce 2010 odhadla studie Pew Research Centra počet muslimů na světě na 1,6 miliardy a vyjádřila předpoklad, že v roce 2030 vzroste počet muslimů na 2,2 miliardy. Stejně jako počet účastníků halal turismu poroste i roční útrata těchto turistů za služby v cestovním ruchu(graf č. 1).

Z grafu je patrný nárůst účastníků v halal turismu a jejich předpokládaná útrata v řádech milionu dolarů v TOP destinacích. Množství muslimů postupně zvyšuje své spotřební požadavky a cestovní ruch je jenom jedním z odvětví ekonomiky, za které utrácejí peníze. Americká poradenská společnost Dinár Standard ve svém nedávném výzkumu spočítala, že v roce 2011 muslimové utratili 120 miliard dolarů na cestování.

**Graf č.1: Předpoklad zvyšování roční útraty klientů halal turismu**




**Zdroj: vlastní zpracování podle Global Muslim Lifestyle, 2012**

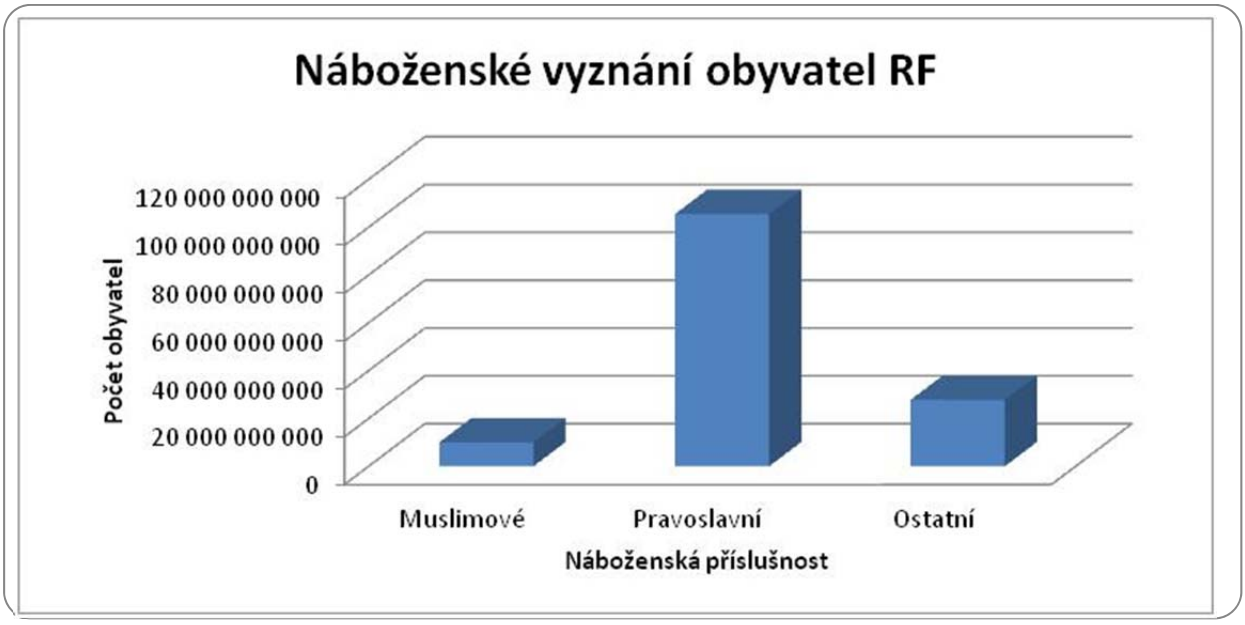
Cílem článku je vymezit základní rysy halal turismu ve vztahu k rusky hovořícím, muslimským turistům tak, aby tyto informace byly využitelné odborníky příjezdového cestovního ruchu.

## HALAL TURISMUS A JEHO ZÁKLADNÍ PRINCIPY OVLIVŇUJÍCÍ SLUŽBY CESTOVNÍHO RUCHU

Specifika halal turismu vyžadují i kvalitní a vyškolený personál. Odborníci v cestovním ruchu sestavující nabídku, poskytující servis tomuto segmentu klientů však postrádají elementární znalosti halal turismu, což v praxi zásadně ovlivňuje kvalitu poskytovaných služeb v příjezdovém cestovním ruchu České republiky a spokojenost klientů.

Segment turistů halal turismu se rekrutuje i z řad rusky hovořících turistů. Ty si zpravidla spojujeme především s pravoslavnými věřícími, kteří jsou v Ruské federaci většinově zastoupeni. Z Ruské federace přijíždějí i muslimští turisté, kteří rovněž do náboženské struktury Ruské federace patří (graf č.2) a jsou v tomto případě naším cílovým segmentem.

**Graf č.2: Náboženské vyznání obyvatel Ruské federace**




**Zdroj: vlastní zpracování**

Rusky hovořící muslimové přijíždějí do České republiky i z bývalých republik Sovětského Svazu, zejména z Ázerbájdžánu, Kazachstánu a Uzbekistánu. Jejich počet je stanovitelný velmi obtížně, neboť náboženské vyznání patří mezi tzv. citlivé údaje, které není možno sbírat a zpracovávat bez souhlasu subjektu a bez registrace ÚOOÚ, a proto vycházíme pouze z oficiálních tabulek náboženského vyznání jednotlivých zemí bývalého Sovětského Svazu, jejichž obyvatelé do České republiky přijíždějí a jejichž většinovým náboženstvím je islám (graf č. 3).

**Graf č.3: Náboženské vyznání obyvatel bývalých sovětských republik**

**Zdroj: vlastní zpracování**

Znalost principů halal turismu v řadách odborníků pracujících v cestovním ruchu není uspokojivá, na základní neznalosti narážíme v oblasti ubytovacích služeb, obsluhy, stravování, služeb v lázeňství.

Možným řešením může být proces celoživotního vzdělávání odborníků v příjezdovém cestovním ruchu. Proces vzdělávání v interkulturní oblasti usnadňuje pracovníkům destinačního managementu, diverzity managementu, product-managerům cestovních kanceláří, agentur a dalším profesionálům cíleně vytvářet nabídku se zohledněním kulturních specifik cílového segmentu.

Elementární znalosti se musejí odvíjet od znalosti pěti pilířů arabsko-islámské kultury. Ty jediné vytvářejí primární část hodnotového paradigmatu kultury a je nezbytné je znát, pokud chceme s příslušníky cílové kultury pracovat, vést obchodní jednání, setkávat se na poli cestovního ruchu. Jsou to:

Šaháda = doznání se k víře. Je charakterizována větou “není boha kromě jediného boha a Muhammad je jeho poslem a prorokem“. Toto vyznání se víry je vždy pronášeno všemi

muslimy. Je potvrzením cesty pravdy a Boha, znamená, že všichni muslimové jsou si rovni. Rovnoprávnost se týká postavení žen a mužů. Žena není podřazena muži, doplňuje jej. Řekne-li se toto doznání se za přítomnosti svědků a od srdce, umožní řečníkovi stát se muslimem. Dospět k poznání, že "není boha, kromě boha…" je člověku umožněno pomocí jedné z božských vlastností – rozumu. Rozum napomůže člověku dospět k absolutní skutečnosti, prozření. „Alláh je stvořitelem všech věcí, a On ručitelem je též všeho. Jemu patří klice od nebes i od země." (Korán 30:11)

Al Salát=modlitba. Modlitba je chápána jako snahu přiblížit se Bohu. Projev čisté zbožnosti, bez jakýchkoliv postranních, zištných úmyslů (cokoliv si vyprosit). Jazykem modliteb by měla být arabština, jazyk zjevení. Modlitba by měla být pronesena pětkrát denně, po ranním úsvitu, v poledne, odpoledne, při západu slunce a po setmění. Časy modliteb prakticky určují rytmus celého dne. Zanedbávání modliteb může být chápáno jako odklon od víry, proto nejsou v muslimských zemích nijak výjimečné modlitebny v podnicích, u kanceláří apod. Při modlení se je důležitý směr modlícího – vždy k Mekce. Nejdůležitější je páteční odpolední modlitba, která musí vždy probíhat ve městě, v mešitě.

Z hlediska poskytovatelů služeb halal turismu je důležité vědět, kde se v České republice nacházejí nejbližší modlitebny či mešity, kam se klienti mohou odebrat. Některé hotely, například karlovarský hotel Thermal, ve své budově modlitebnu mají. Hosté by se měli cítit a pohodlně a má jim být umožněno modlení se v klidu pokoje či modlitebny v požadovaných časech. Pokoje by měly být orientovány tak, aby vždy byl zřejmý směr k Mekce. Nejvíce mešit a modliteben je v Praze, následuj Brno, Karlovy Vary a Teplice.

Zakát=povinná almužna, náboženská daň. Existuje centrálně vybíraný zakát, povinný, vybíraný od lidí, kteří přesahují stanovenou příjmovou hranici. Pomáhá stírat velké ekonomické a sociální rozdíly. Zvláštní místo má zakát dobročinný, kdy každý muslim, zejména na konci postního měsíce ramadánu, odvádí dobrovolnou částku jako almužnu pro potřebné. Tato částka je považována za společensky velmi závažnou a její dárce je považován za zbožného člověka a společnost jej oceňuje hlubokou úctou. Dobrovolnou daň tvoří zpravidla 2,5%, příjmu dárce, přesto tato „slušná"hranice bývá velmi často překračována.

Saum=půst. Týká se třicetidenního postního měsíce Ramadánu, kdy muslimové dodržují od východu do západu slunce půst. Půst se netýká pouze jídla a pití, rovněž sexuální aktivity, nepatřičných myšlenek, zlosti, zlých myšlenek. Dodržení těchto požadavků se vztahuje na všechny muslimy, vyjma dětí, těhotných žen, nemocných a těžce pracujících lidí. Po celou dobu si člověk uvědomuje blízkost Boha, vyšší existenci. Je to zkouška vůle, tedy jedné z vlastností, která člověka odlišuje od ostatních živočichů.

Hadždž=pouť do Mekky. Pouť do Mekky by měl každý muslim absolvovat alespoň jednou za život. Hadždž evokuje muslimům velké shromáždění v Den posledního soudu, kdy si lidé stanou před Bohem všichni rovni. Budou čekat na svůj osud, kdy nebude nadřazenosti ras ani rodu. Pouť má absolvovat každý muslim, který je k ní zdravotně, duševně a finančně způsobilý, ať žena či muž. Hadždž je projevem sounáležitosti muslimské obce. Každý, kdo pouť vykonal, se vrací domů vážený a duchovně očištěný.

Základní náboženský text islámu - korán stanovuje co je správné, a co zakázané. Tyto principy jsou poměrně složité, pro naši potřebu (orientaci v problematice halal turismu) postačí znalost dvou termínů: halal a haram. Halal označuje vše správné, „povolené“. Jsou to tradice, zvyklosti a činnosti v souladu s islámem. Odtud označení halal turismus. Haram je protikladem slova halal. Znamená „zakázané, protizákonné, nepovolené“. V muslimských zemích se nesprávně tato označení vztahují pouze na potraviny, které mohou muslimové jíst.

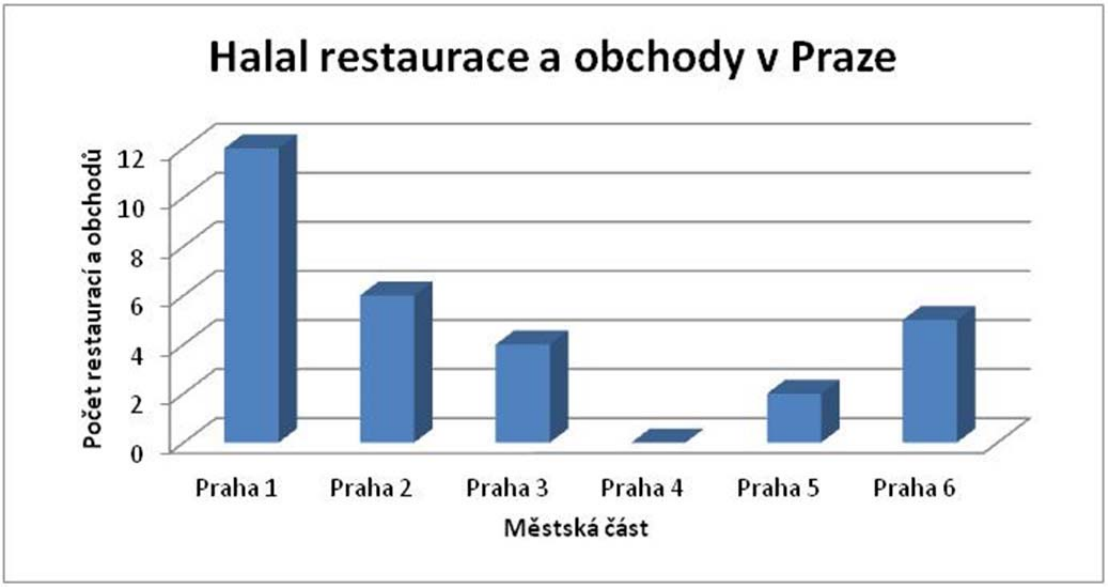
Arabsko-islámská kultura má svá specifika, která se samozřejmě projevují i v cestovním ruchu i v hotelnictví. Muslimského klienta – turistu charakterizují následující rysy:

Ve stravování může vyžadovat dodržování principů halal stravy. Nejen správně vybraných surovin a ingrediencí, rovněž však příprava a servírování jídel. Principu halal stravy se týká rovněž výběru nápojů. Za halal produkty je vždy mléko (kravské, kozí, ovčí a velbloudí), med, ryba, nejedovaté rostliny, čerstvá nebo zmražená zelenina, čerstvé nebo sušené ovoce, luštěniny a oříšky, obiloviny. U zvířat rozhoduje i způsob zabití v souladu s předepsaným rituálem tzn., že hrdlo je prořízнuto najednou, velmi ostrým nožem tak, aby byly všechny tři hlavní cévy prořízнuty, maso poraženého zvířete musí být odkrveno. Porážku provádí vždy muslim a při tomto procesu je odříkávána modlitba, popřípadě má být vysloveno jméno Alláha .

Mezi haram produkty patří alkohol, krev a výrobky z krve. Vepřové maso a produkty z něho (klobásy, slanina, šunka, párky, želatina apod.), zvířata nesprávně poražená nebo mršiny. Zvířata poražená v jiném jménu než ve jménu Alláha. Opijáty. Dravci, draví ptáci a živočichové nemající zevní ucho (hadi, plazi, červy, hmyz apod.). Výše uvedené potraviny a jejich zařazení mezi halal či haram jsou nediskutovatelné, některé další mohou být sporné a je potřeba znát více informací – složení, původ. Takové jsou označovány jako mašbúh (pochybné, sporné). Považují se za nevhodné, pokud se neprokáže opak. „Vy, kteří věříte, jezte z výtečných pokrmů, jež jsme vám uštědřili, a děkujte Alláhu, jste-li Jeho služebníky! Alláh zakázal vám jedině zdechliny, krev, vepřové maso a to, co bylo zasvěceno někomu jinému než Alláhu. Kdo však byl donucen jísti toto, aniž po tom toužil nebo přestupníkem byl, na tom nebude hříchu, vždyť Alláh je odpouštějící, slitovný.“ (Korán, 2:172-173)

Kromě halal restaurací je pro turisty důležitá i dostupnost halal produktů v běžné nákupní síti. Z tohoto pohledu je nejlépe vybavena Praha, která nabízí halal produkty v turisticky atraktivních částech města(graf č. 4)

**Graf č. 4: Halal restaurace a obchody v turistických zónách Prahy**




**Zdroj: vlastní zpracování**

- V letecké dopravě se přizpůsobují poptávce ze strany klienta i některé společnosti. Mezi letecké společnosti ohlašujících během letu časy modliteb či nabízejících halal pokrmy patří např. Emirates, Saudi Airlines, Etihad Airways, Qatar Airlines

- V ubytování se může objevit požadavek na oddělené pokoje – mužské a ženské. Je-li v hotelu bazén, předpokládá se samostatný bazén pro ženy a samostatný bazén pro muže. Hostům v minibarech na pokojích není nabízen alkohol. Součást architektury hotelů pro muslimské klienty tvoří modlitebna. Řada hotelů specializovaných na islámskou klientelu zaměstnává personál arabského původu.

- V lázeňství, které je v České republice muslimy oblíbenou formou cestovního ruchu, je rovněž vyžadována halal strava, oddělené bazény, procedury, uzavřené jednotlivé převlékací kabinky. Prostor pro převlékání bez zachování soukromí je pro muslimské klienty nepříjemný. Požadavek odborného personálu v souladu s pohlavím klienta. Ženy prohlíží výhradně lékařka, rehabilituje sestra apod. Nepřekvapivá by měla být i pro personál přítomnost manžela pacientky-klientky v ordinaci apod.)

- V provozování průvodcovské činnosti. Cestovní kancelář by neměla být překvapena, setká-li s požadavkem, aby průvodce byl pouze muž. Vyvaruje se tak možných necitlivostí vůči svým průvodkyním, které jsou v mizivých procentech na začátku akce odvolávány a odmítány klientem. Nezbytná je znalost problematiky islámu, historických vazeb a souvislostí Čech s arabsko-islámskou kulturou (první kontakty od desátého století, kdy se Praha objevuje ve zprávách arabského kupce jako město, s nímž je příjemné udržovat obchodní styky apod.) Průvodce se samozřejmě musí vyvarovat témat, které by mohly být zdrojem konfliktů.

Pracovat v oblasti cestovního ruchu neznamená pouze vytvářet nabídku s uplatněním znalostí principů halal turismu a arabsko-islámské kultury. Práce v cestovním ruchu znamená I střetávání nejen s klienty, ale rovněž s manažery hotelů, cestovních kanceláří, s dopravci a řadou podnikatelských subjektů provozujících svou činnost v této socio-ekonomické oblasti. Pracovat v halal turismu pochopitelně znamená i vést úspěšná obchodní jednání s příslušníky arabsko-muslimské kultury. Znát základní hodnoty a zvyklosti ovlivňující obchodní jednání, poskytování služeb a tvorbu produktů v cestovním ruchu, formování a řízení pracovních týmů. Mezi ta nejdůležitější patří následující pravidla:

- Dlouhé jednání. Diskuse. Řeč je jednou ze tří božských vlastností, kterými je člověk obdařen. Muslimové dar řeči, výmluvnosti, schopnosti argumentace (řeč+rozum) využívají při všech obchodních schůzkách, oficiálních jednáních. Mluvené slovo je velmi často doprovázeno bohatou gestikulací
- Prolínají soukromý i pracovní čas. Jednání bývají často emociální.
- Formální oblečení je nezbytností. Pokud se jednání účastní žena, neměla by mít nikdy kalhoty ani krátkou sukni. Vlasy je lépe sepnout a nemít je rozpuštěné. Nevhodný je hluboký dekolt či odhalená ramena. V ortodoxních muslimských zemích je dobré přizpůsobit i výběr barvy oděvu. Nedoporučuje se například zelená barva kalhot. V analyzovaných zemích však takto direktivní předpisy vůči zahraničním partnerům vyžadována nejsou
- Jednání s muslimy jsou zdlouhavá, jejich partner je delší dobu prověřován a zkoušen ze svých schopností, čestnosti. Je dobré mít doporučení někoho místního, známého
- V době Ramadánu není vhodné plánovat obchodní schůzky a setkání během dne
- Nedochvilnost
- Daný slib, dané slovo je otázkou cti dodržet
- Málokdy je obchodní partner v začátcích spolupráce pozván domů. Pokud se tak stane, je to vyznamenání i obrovský projev důvěry. Je důležité hostiteli příliš nechválit předměty, vybavení, apod., neboť z hlediska pravidel pohostinnosti je muslim povinen takový předmět darovat.

**ZÁVĚR**

Cestovní ruch je jedno z nejvýznamnějších socio-ekonomických odvětví současného světa. Důležitou roli hraje i v České republice. Turisté, kteří vyznávají islám, obvykle cestují s rodinou. Turistický průmysl nemůže ignorovat tuto skupinu zákazníků.

Množství muslimů postupně zvyšuje své spotřební požadavky a cestovní ruch je jenom jedním z odvětví ekonomiky, v němž utrácejí peníze. Americká poradenská společnost Dinár Standard ve svém nedávném výzkumu spočítala, že v roce 2011 muslimové utratili asi 120 miliard dolarů na cestování.

Odborníci pracující v oblasti příjezdového cestovního ruchu se opírají především o manažerské schopnosti vytvářet primární i sekundární nabídku cestovního ruchu. Podceňována je jejich znalost cílového segmentu turistů. Velmi často se setkáváme v praxi s názorem, že turisté jsou v podstatě všichni stejní, chtějí prakticky totéž a není třeba zásadně

odlišovat jednotlivé segment turistů. Z těchto důvodů byl stanoven cíl článku jako vymezení základních rysů halal turismu ve vztahu k rusky hovořícím, muslimským turistům tak, aby tyto informace byly využitelné odborníky příjezdového cestovního ruchu.

Zásadní omyl. Právě znalosti cílového segmentu klientů spoluvytváří nabídku základních I doplňkových služeb cestovního ruchu. Interkulturní znalosti jsou nezbytnou výbavou pracovníků zmiňovaných oborů, ať již na pozici středního či vrcholného managementu, tak na jakékoliv další. Nabízet ruským turistům a rusky hovořícím turistům pouze servis určený pro pravoslavné turisty je elementární chybou, zdrojem častých stížností turistů a jejich nespokojenosti.

Vzdělanost na poli interkulturních odlišností zcela zásadně ovlivňuje etické cítění a jednání pracovníků v oblasti cestovního ruchu. Ztotožnit se s rozdílnými hodnotami příslušníků kultur přijíždějících do České republiky nelze a nikdy nebude možné. Je však možné seznámit se s nimi, naučit se je respektovat je a pracovat s nimi, na jejich znalostech budovat nabídku I síťování destinace.

**LITERATURA**


[1] BOGOLJUBOVA, H., M., NIKOLAJEVA,J.,V.: Měždunarodnaja kommunikacija I měždunarodnyj kuĺturnyj obměn, SP6KO, Moskva 2009, 416 st., ISBN 978-5-90398-10-0

[2] GULLOVÁ, Soňa. Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol. 2., přeprac. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. 253 s. Expert. ISBN 978-80-247-3777-5

[3] GÚČIK, M., ŠÍPKOVÁ, I.: Globalizácia a intergácia v cestovnom ruchu. Knižnica cestovného ruchu 7. Slovak-Swiss Tourism, Banská Bystrica 2004, ISBN 80-96926-10-1

[4] HARRIS, Philip R, Robert T MORAN a Sarah V MORAN. Managing cultural differences. 6th ed. /. Boston: Elsevier/Butterworth-Heinemann, 2004, xvii, 600 p. ISBN 07-506-7736-8

[5] HAERI, Fadhlalla. Islám. Vyd. 1. V Praze: Ikar, 2001. 254 s. ISBN 80-7202-922-3

[6] Korán. Vyd. 1. Překlad Ivan Hrbek. Praha: Levné knihy KMa, 2006, 797 s. ISBN 80-730-9992-6.

[7] LEHMANNOVÁ,Z., A KOLEKTIV,: Kulturní pluralita v současném světě, Oeconomica, Praha 2005, 142 str., ISBN 80-245-0073-6

[8] NOVÝ, Ivan. Interkulturální management: Lidé, kultura a management. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 1996, 143 s. ISBN 80-716-9260-3

[9] http://josueferrer.com/2011/06/22/una-pregunta-a-los-musulmanes/

[10] http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/evropa/rusko/

[11] http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/azerbajdzan-zakladni-informace-o-teritoriu-19311.html

[12] http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asie/uzbekistan/

[13] http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/kazachstan-zakladni-informace-o-teritoriu-19301.html

[14] https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/kz.html

[15] http://advisory.dinarstandard.com/travelstudy/

Mgr. Monika Klímová působí na Katedře cestovního ruchu Vysoké školy hotelové, věnuje se problematice příjezdového cestovního ruchu, interkulturním specifikům, etice služeb cestovního ruchu ve vztahu k interkulturním rozdílům. Ve stejném oboru dokončuje doktorské studium na Fakultě humanitních studií Univerzity Karlovy v Praze.

***Mgr. Monika Klímová***
*Katedra cestovního ruchu*
*Vysoká škola hotelová*
*Svídnická 506, 181 00 Praha 8*
*Česká republika*
*T:+420 283101 111*
*E- mail: mona.klimova@centrum.cz*

# BAKALÁŘSKÉ A DIPLOMOVÉ PRÁCE

# MAYOVÉ JAKO VALORITA CESTOVNÍHO RUCHU
# THE MAYAN CULTURE AS THE VALUE OF TOURISM

**Jitka Lesáková,**
**Petr Chalupa** *(vedoucí práce)*

***Abstract***

*Bachelor thesis, named „The Mayan Culture as the Value of Tourism" focuses on basic information materials about the Mayan Culture with orientation on historical evolution for the needs of the tourism worker. I analyze and evaluate tours from the offers of tour operators which have programme including sights of the Mayan Culture and which aim at countries where the Mayan culture developed. The thesis is completed with the model tour to Mexico, Guatemala, Belize and Honduras with the calculation of travelling costs.*

***Key words***

*The Mayan Culture, Tour operators´ supply, Model Tour*

## ÚVOD

Střední Amerika je známá nejen díky dobré tequille, rumu, kávě, chutným tortillám nebo například karibskými plážemi. Svůj podíl na tom mají i předkolumbovské kultury, zejména nejvýznamnější kultura Mayů, která po sobě zanechala velké množství pyramid. Zatímco Mayové jich v té době postavili na stovky, Egypťané pouhé desítky. O jejich inteligenci však nesvědčí jen stavby pyramid.

Nad volbou tématu bakalářské práce jsem nerozmýšlela dlouho. Země Střední Ameriky jsou turisticky přitažlivé, s řadou kulturních památek, bohatou historií a tradicemi a lidé, kteří zde žijí, mají oproti Evropanům odlišný pohled na život. K volbě přispělo i studium na Vysoké škole polytechnické Jihlava, zejména přednášky z geografie v části věnované Latinské Americe. To vše bylo motivem, proč jsem si zvolila k psaní bakalářské práce téma spojené s mayskou kulturou.

## CÍL BP

Cílem mé BP bylo zpracovat základní informační materiály o mayské kultuře pro potřeby pracovníka cestovního ruchu, analyzovat nabídku českých cestovních kanceláří z hlediska poznávacích zájezdů do Mexika, Guatemaly, Belize a Hondurasu a třetím cílem bylo vypracovat vlastní modelový zájezd zaměřený na předkolumbovskou civilizaci – na Maye.

**STRUČNÁ CHARAKTERISTIKA PROBLEMATIKY**

Mayové patří k nejvýznamnějším civilizacím Střední Ameriky. Prostor, který obývali, je značně rozsáhlý. Patří k němu Honduras, Guatemala, Belize a některé státy Mexika jako Chiapas, Tabasco, Quintana Roo a poloostrov Yucatán, kde města, která Mayové postavili, zanikla vlivem španělské kolonizace. Za období rozkvětu je považováno rozmezí let 250 – 900 n. l. Mnoho památek, které můžete dnes navštívit, pochází právě z tohoto období.

Se současnými potomky Mayů se můžeme setkat ve střední Guatemale, na západu Belize, v mexickém státě Chiapas a na poloostrově Yucatán.

Záhadnost mayské civilizace budí pozornost a nadšení mnoha archeologů, mayologů, dalších vědců, ale i laiků. Při pohledu na to, co po sobě zanechali, se nemůžeme divit.

Mayové byli geniálními matematiky a astronomy. Byli první, kdo vymyslel koncept nuly. Poznatky o vědě, o počítání dnů, měsíců a let, o léčení různých nemocí a o umění četby a písma zaznamenali do svých knih, kterým říkáme „kodexy“. Tisíce jich bylo spálených evropskými dobyvateli. Dochovaly se pouze tři. Nejhorlivějším ničitelem byl Diego de Landa, který přišel na Yucatán v roce 1549. Pozoroval mayskou kulturu a vše si zaznamenával (napsal dokument Zpráva o věcech na Yucatánu). Paradoxem je, že nebýt tohoto dokumentu, těžko by dnes vědci dosáhli takových pokroků v luštění mayského hieroglyfického písma. (Thompson, 1971, str. 44)

Mayové měli svou formu vlády, vytvořili si své náboženství, věnovali se vesmíru a v jejich městech po nich zůstal naprosto neočekávaný důkaz o stupni jejich rozvoje a vyspělosti.

Střední Amerika je pevninským mostem spojujícím dva největší kontinenty západní polokoule a zároveň odděluje dva největší oceány planety. Střední Amerikou prochází pásmo Kordiller. Nejvyšších výšek dosahují na severu. Jedná se o seizmicky neklidnou oblast, proto můžete v západní části vidět několik vulkánů. Nejvyšším vrcholem je vyhaslý vulkán Tajumulco v západní Guatemale se svými 4 220 m. n. m. Mnohem aktivnější bývají nižší sopky (např. vulkán Pacaya). (Střední Amerika, 2005, str. 10 – 11)

Celá oblast spadá do tropického podnebného pásma, podnebí se mění podle toho, v jaké výšce se zrovna nacházíte. Platí, že pobřeží u Tichého moře mívá celoročně vyrovnanější klima. U karibského pobřeží nerozpoznáte žádnou klimatickou změnu. Jakmile začnete stoupat do hor, poznáte naopak změny velmi rychle. Mění se teplota, která s rostoucí výškou klesá, krajina, vegetace a dokonce i lidé. Léto zde trvá od června do října a je považováno za období dešťů. Ve vnitrozemí se v tomto období objevují pravidelné krátké srážky, na pobřeží se střídají občasné bouřky. Zima je turistickou sezónou. V současnosti turisté jezdí do Střední Ameriky celoročně, v období dešťů se stahují do hor, v zimě naopak okupují pláže. (Střední Amerika, 2005, str. 12)

**DISKUZE LITERATURY A PRAMENŮ**

Pokud se chcete dozvědět informace o historii indiánských kultur oblasti Střední Ameriky, doporučila bych určitě knihu Dějiny dobytí Mexika od Williama Prescotta, která se indiánskými kulturami zabývá velmi detailně.

Kvalitní popis vývoje mayské civilizace, o jejich jazyku, vzhledu, historii, vzniku a rozkvětu jejich měst, obsahuje kniha Sláva a pád starých Mayů od Johna Erica Sidneyho Thomsona.

Aktuálnější informace o životě indiánů jsou zahrnuty v knize z Masarykovy univerzity v Brně –

Minulost a přítomnost Mexika a Peru od autorů Petra Chalupy, Olgy Vilímkové a Víta Vilímka. Pokud se chcete dozvědět více informací o geografii, jsou výborná skripta Latinská Amerika v přehledu a cvičeních od Petra Chalupy a Dany Hůbelové z Mendelovy univerzity v Brně.

Z internetových zdrojů přehledné a kvalitní informace nejen o Mayích, ale i o různých památkách Střední Ameriky, poskytuje server Mundo Maya.

K získání informací je možné použít i dokumenty a některé cestopisné reportáže. Doporučuji třídílný dokument Mayové, Aztékové a Inkové.

Rozdíly mezi jednotlivými kulturami dobře zpracovala Kateřina Ebelová ve své knize Maska v proměnách času a kultur.

Informace v průvodcích lze samozřejmě použít také. Samotné země Guatemala, Belize a Honduras však v českých průvodcích moc velké zastoupení nemají. Mnohem širší nabídku má Lonely Planet v anglických průvodcích. Nabízí zvlášť průvodce pro Mexiko, Guatemalu, Belize i Honduras.

## UŽITÉ METODY A JEJICH ZDŮVODNĚNÍ

Pro získání informací nutných k tvorbě bakalářské práce bylo použito několika metod. Studium českých i cizojazyčných publikací, k analýze nabídek cestovních kanceláří katalogy cestovních kanceláří a rozhovor s ředitelem CK Soleada a se zaměstnanci z CK Adventura a Pangeo Tours. K tvorbě zájezdu mi byly velmi užitečné internetové zdroje a internetové diskuze o zemích, památkách a ubytovacích zařízeních, které jsem využila hlavně z toho důvodu, že jsem dané oblasti zatím nenavštívila.

## VLASTNÍ ELEMENTÁRNÍ VÝZKUM A NOVÉ POZNATKY

Ve výzkumné části bakalářská práce jsem prováděla analýzu a následně vyhodnocení nabídek českých cestovních kanceláří, které nabízejí ve svých zájezdech destinace Mexiko, Guatemela, Belize a Honduras.

Oslovila jsem celkem 11 cestovních kanceláří (CK Livingstone, CK Čedok, CK America Tours, CK Nomád, CK Poznání, CK Karavela, CK Eso Travel, CK S.E.N., CK Adventura, CK Pangeo Tours, CK Soleada). Z nich pouze 3 mi byly ochotny poskytnout informace k zájezdům, a to CK Adventura, CK Pangeo Tours a CK Soleada.

Analyzovala jsem nabídku celkem osm zájezdů, z nichž pět je realizovaných nejen na území Mexika, ale také na území Guatemaly, Belize či Hondurasu (z toho jeden zájezd je rozšířen o jižní sousedy Nikaraguu, Kostariku a Panamu) a zbylé tři zájezdy se věnují pozoruhodnostem jen v Mexiku.

Všechny porovnávané zájezdy jsou realizovány v roce 2013. Jen dva zájezdy mají vypsaný jeden termín i na rok 2014 (u CK Pangeo Tours). Největší výběr z termínů budete mít u CK Adventura, která nabízí 4. Pangeo Tours nabízí zájezdy po jednom termínu a CK Soleada si udržuje 2 termíny. U CK Adventura a Pangeo Tours se objevily dokonce termíny na příští rok 2014. Zájezdy jsou většinou realizovány v hlavní turistické sezóně, tzn. v prosinci nebo začátkem roku.

Z osmi zájezdů je jeden, z jehož názvu by mohl potencionální turista odvodit, že navštíví I oblasti s mayskými památkami – tzn. již v názvu je obsaženo jméno této kultury. Zbývajících

sedm zájezdů obsahuje v názvu Mexiko nebo zmíněné země Guatemalu, Honduras či Belize.

Všechny zájezdy jsou realizovány pod podmínkou minimální účasti. Dána je i maximální účast, která nepřekračovala hranici 15 osob. Je tedy patrné, že je kladen důraz na menší skupiny.

Zájezdy jsou průměrně realizovány na 20 dní, CK Pangeo Tours nabízí na 31 a nejméně je 13 dní v nabídce CK Soleada a CK Adventura. Cena takovýchto zájezdů se u analyzovaných CK průměrně pohybuje kolem 65.000 Kč bez vedlejších poplatků (jako tranzitní víza, cestovního pojištění a dalších poplatků). Cena cestovního pojištění vás vyjde přibližně na částku v rozmezí od 900 Kč do 2 500 Kč, v závislosti na době, na kterou cestujete, ceně zájezdu, na věku cestujícího a částky, na kterou jste pojištěni.

Důležitou roli v hodnocení však nehraje jen cena a počet dní, ale i počet navštívených památek. Z tabulky č. 1 je patrné, že počet navštívených míst je vysoký u všech cestovních kanceláří (v porovnání ke dnům) – jedná se spíše o zájezdy realizované na více dní. U zájezdů na 13 dní je počet navštívených oblastí nižší.

Zastoupení mayských památek ukazuje poslední sloupeček tabulky. Většinou překračují hranici 20 procentních bodů. Pouze u dvou zájezdů z osmi je toto zastoupení pod hranicí 20 %. Průměrná obsazenost mayských památek v programech těchto třech cestovních kanceláří je 24 %. Tuto hranici překračuje u všech zájezdů jen cestovní kancelář Adventura.

**Tabulka č. 1: Porovnání jednotlivých nabídek CK**

| *CK* | *Zájezd* | *Cena zájezdu* | *Počet dní* | *Cena zájezdu včetně ostatních poplatků (tranzitní víza, pojištění)* | *Počet navštívených míst* | *Zastoupení mayských památek* |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Pangeo Tours | Okruh střední Amerikou | 51 600,- | 26 | 52 793,- | 29 | 24 % |
| | Z Mexika do Panamy | 57 500,- | 31 | 58 923,- | 20* | 15 % |
| Adventura | Mexiko – velký poznávací okruh | 56 800,- | 16 | 58 344,- | 25 | 28 % |
| | Karibik, Guatemala, Belize, Honduras | 49 800,- | 13 | 51 104,- | 14 | 29 % |
| | Mexiko, Guatemala, Belize, Honduras | 69 900,- | 25 | 73 033,- | 39 | 26 % |
| Soleada | Poklady Yucatánu | 55 900,- | 13 | 56 764,- | 14 | 36 % |
| | Mayský okruh | 91 900,- | 17 | 92 938,- | 25 | 20 % |
| | Mexiko křížem krážem | 79 900,- | 19 | 81 025,- | 28 | 14 % |

*** jen ve dnech věnovaných Mexiku, Guatemale, Belize a Hondurasu (17 dní)**

Pokud vycestujete s těmito cestovními kancelářemi, můžete si být jisti, že v Mexiku navštívíte Palenque, v Guatemale Tikal, Antigu a Isla de Flores, v Hondurasu Copán a v Belize bylo zastoupení památek různé, nejvíce se objevovala lokalita Lamanai a San Ignacio.

Z důvodu interních údajů nemohu poskytnout přesná čísla o naplněnosti, mohu však uvést, že mě rychlost, kterou se zájezdy plnily, překvapila. U některých zájezdů realizovaných až příští rok již bylo začátkem letošního roku rezervováno několik míst.

## VLASTNÍ POZNÁVACÍ ZÁJEZD

Poslední a nejdůležitější částí mé BP byla tvorba vlastního poznávacího zájezdu. Program je zaměřený na země Mexiko, Guatemala, Belize a Honduras. Je možné v něm navštívit na 41 míst během 31 dní s přibližně 35 % zastoupením mayských památek.

Program je navržen tak, aby měli turisté možnost poznat jak přírodní, tak kulturní památky, a to nejen klasicky, ale i z té dobrodružné stránky. Během programu budou mít účastníci dostatek času na seznámení se s místním obyvatelstvem a s jejich zvyky. V průběhu zájezdu je využívána místní autobusová doprava, ojediněle doprava pronajatým minivanem. Transport mezi Hondurasem a ostrovem Roatan Island je zajištěn lodní dopravou. Lodní doprava je využita také mezi Hondurasem a Belize. Na dlouhé vzdálenosti jsou využity dálkové autobusy první třídy.

Ubytování je navrženo v hostelech i hotelech. Jedná se vždy o ubytovací zařízení nedaleko centra a autobusového nádraží. Během modelového zájezdu se setkáte s místy od suchých oblastí až po tropické deštné lesy. Do programu jsem zahrnula lokality v nadmořských výškách od několika desítek až po tisíce metrů nad mořem, s čímž souvisí rozdíly mezi tropickým templem a chladnějším podnebím ve vyšších nadmořských výškách.

Budete mít možnost porovnat mayská města z různých dob jejich budování od Lamanai z předklasického období přes Palenque z klasického období až k Chichen Itzá s některými prvky poklasického období. Během zájezdu si můžete v mayských městech uvědomit, jak vyspělá byla tato civilizace před příjezdem Krištofa Kolumba. Zájezd je tvořen spíše pro menší skupinu s maximálně 15 turisty.

## VYUŽITÍ BP V PRAXI CESTOVNÍHO RUCHU

Bakalářskou práci mohou použít cestovní kanceláře jako inspiraci pro tvorbu dalších zájezdů a pro aktualizaci své stávající nabídky. Bakalářská práce obsahuje i nejaktuálnější údaje o přechodu hranic. Může tedy sloužit jako doplnění informací pro vycestování individuálním turistům. Informace v BP by určitě mohly využít i školy se zaměřením na cestovní ruch a geografii.

## ZÁVĚR

Země Střední Ameriky jsou pro české turisty atraktivní vzhledem k rychlému naplňování zájezdů cestovních kanceláří. Co by mohlo turisty odrazovat, je cena letenky, která tvoří největší část nákladů. Druhou nejdražší položkou je ubytování. Naopak náklady na stravu a cestování jsou oproti Evropě výrazně nižší. Z vyhodnocení nabídek cestovních kanceláří jsem zjistila, že průměrný výskyt mayských památek v programech zmiňovaných cestovních kanceláří je 24 %, což je téměř čtvrtina programu. Dá se tedy posoudit, že má mayská kultura velký vliv na cestovní ruch v oblasti některých států Střední Ameriky.

Dle mého zjištění je možné na základě mého navrženého programu modelové země s mayskou kulturou navštívit na delší dobu a s nižšími náklady než uvádějí cestovní kanceláře. Zmiňované země mají velmi pestrou přírodu, historii a specifický styl života obyvatel, které stojí za poznání. Navržený program je vhodný zejména pro mladší zájemce a pro ty, kteří by rádi poznali tento zajímavý region blíže a za levnější cenu.

**SUMMARY**

Countries of Central America are attractive for Czech tourists due to the rapidly fulfilling tours which are offered by tour operators. However it is the price of air ticket, which could discourage them from joining the tour. The price represents essential part of costs expended on the tour. The second most expensive item is an accommodation. On the other hand food and travel expenses are much lower compared to Europe. According to my survey I discovered that tour operators mentioned in their offers, on average, 24 % Mayan sights, which is almost a quarter of the programme. So it is obvious that the Mayan Culture has a great influence on tourism in certain countries of Central America. I convinced myself, by creating model programme, that it is possible to visit the countries with Mayan culture for longer time and for lower costs than it is offered by tour operators. Mentioned countries have very varied nature, history and specific lifestyle of local people, which are worth visiting. The model tour is suitable particularly for young people and for those who would like to get to know this interesting region closer and for better price.

**ZDROJE LITERATURY:**

[1] THOMPSON, N.: Sláva a pád starých Mayů. Praha: Mladá fronta, 1971. ISBN 23-003-71.
[2] LESÁKOVÁ J.: Bakalářská práce. VŠPJ, 2013, nepublikováno
[3] Střední Amerika. Brno: JOTA, s.r.o., 2005. ISBN 80-7217-311-1.

***Autorka bakalářské práce: Jitka Lesáková***
*má podanou přihlášku ke studiu na Mendelové univerzitě v Brně – manažersko-ekonomický obor a také na ČZU v Praze - obor podnikání.*
*e-mail: jitka.lesakova@gmail.com*

***Vedoucí práce: prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc.***
*VŠP Jihlava*

---

S ohledem na specifický informační obsah BP nelze prezentovat informační číselné zdroje šetřených cestovních agentur

# VELKÉ KARLOVICE – ZIMNÍ CESTOVNÍ RUCH, VYMEZENÍ SFÉRY PŮSOBNOSTI LOKALITY

**Lenka Rudolfová,**
**Petr Chalupa** *(vedoucí práce)*

***Abstrakt***

*Rudolfová, Lenka: Velké Karlovice - zimní cestovní ruch, vymezení sféry působnosti lokality. Bakalářská práce. Vysoká škola polytechnická v Jihlavě. Katedra cestovního ruchu. Vedoucí práce Prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc. Stupeň odborné kvalifikace: bakalář. Jihlava 2013. Počet stran 122.*

*The main goal of my bachelor thesis is to process and analyse the composition of visitors of selected hotels (Lanterna, Horal, Galik) located in Velké Karlovice according to the age category, place of residence, length of stay and motives of using the establishment. I used a questionnaire, which helped me to find out what type of customers most often visit Velké Karlovice. In the theoretical part, my goal is to write about history, geography, natural and cultural attractions of Velké Kalovice and the Beskydy Mountains, and to give basic information of mentioned hotels. Also, I deal briefly with the problems of winter tourism in this area related to the existing skiing resorts in this part of my work.*

**ÚVOD**

Má bakalářská práce se zabývá problematikou zimního cestovního ruchu ve Velkých Karlovicích. K volbě tohoto tématu přispěl fakt, že ve Velkých Karlovicích bydlím a proto bych chtěla přispět svými poznatky k rozvoji cestovního ruchu. Bakalářská práce se člení na část teoreticko-metodologickou, praktickou-výzkumnou a aplikační.

V první části práce se věnuji komplexní charakteristice regionu Beskyd, kde se detailněji zabývám komplexní charakteristikou modelové lokality - Velkými Karlovicemi. Na základní geografické informace navazuje stručný nástin historického vývoje, který doplňuje přehled přírodních a kulturních zajímavostí. Detailněji se věnuji analýze vývoje obce a významu zdejšího zimního cestovního ruchu v regionu Velkých Karlovic jako lyžařského střediska. V praktické části vyhodnocuji výsledky, které jsem získala anketárním šetřením v hotelech Horal, Lanterna a Galik ve Velkých Karlovicích.

V závěrečné části práce je prezentováno jednak vyhodnocení anketárního šetření a jednak nápravná opatření zaměřená na kvalitativní zlepšení zimního cestovního ruchu.

## CÍL PRÁCE

Cílem je shromáždění podkladových informací, jejich selekce a vyhodnocení, které by mělo přispět k analýze a ke zlepšení návštěvnosti klientů hotelů, nacházejících se ve Velkých Karlovicích (motivace návštěvníků, jejich informovanost, vymezení prostorového regionu odkud klientela přijíždí, socio-demografická analýza klientů a zjištění spokojenosti s úrovní nabízených služeb.)

Dílčím cílem je zpracování komplexní charakteristiky regionu Beskydy, obce Velké Karlovice a vyhodnocení modelových lokalit – hotelů Lanterna, Horal a Galik.

## SOUČASNÝ STAV ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY

Obdobné šetření v regionu Velkých Karlovic doposud nikdo nezpracovával. Tematicky podobná je bakalářská práce s názvem „Model komplexního zajištění kurzu lyžařské turistiky pro potřeby VŠPJ, oblast: Beskydy“, autorky Jany Večeřová, obhájené v roce 2012. Na rozdíl ode mne se autorka zabývá v modelové oblasti problematikou lyžařských kurzů.

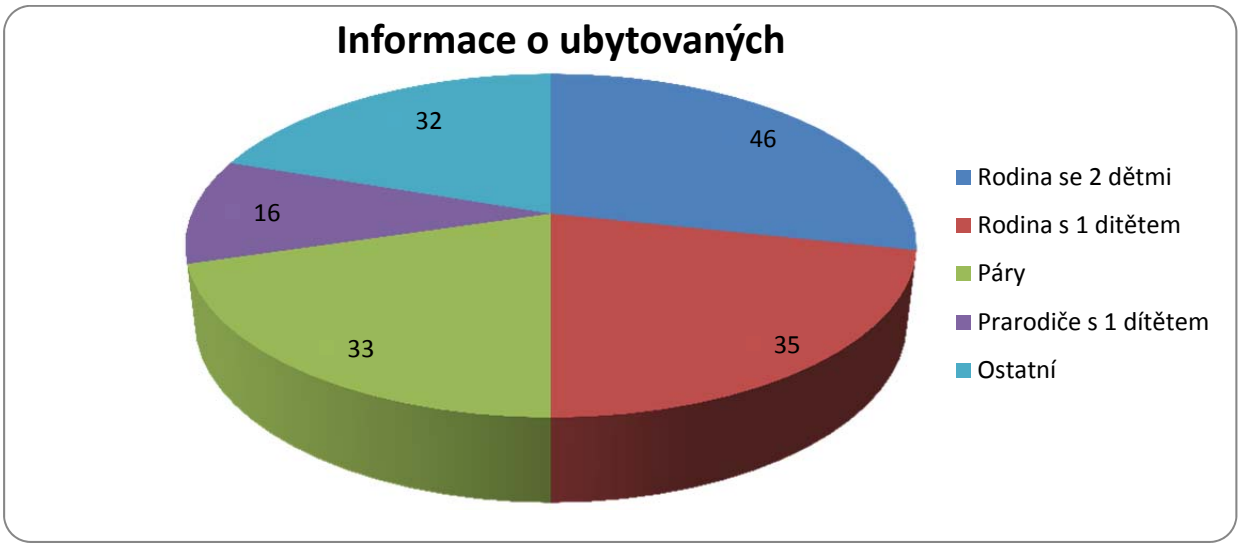
## UŽITÉ METODY

Při zpracování bakalářské práce jsem využila:

- elektronických informačních zdrojů – výpisky, porovnání
- odbornou literaturu - výpisky, porovnání
- kartografické podklady – neverbální dokumentování
- statistickými materiály – selekce, zpracování, vyhodnocení
- fotodokumentace a analýza publikovaných fotografií – převzaté fotografie
- anketární terénní šetření klientů hotelů – tištěné dotazníky
- konzultace s pracovníky v oboru CR – řízený rozhovor

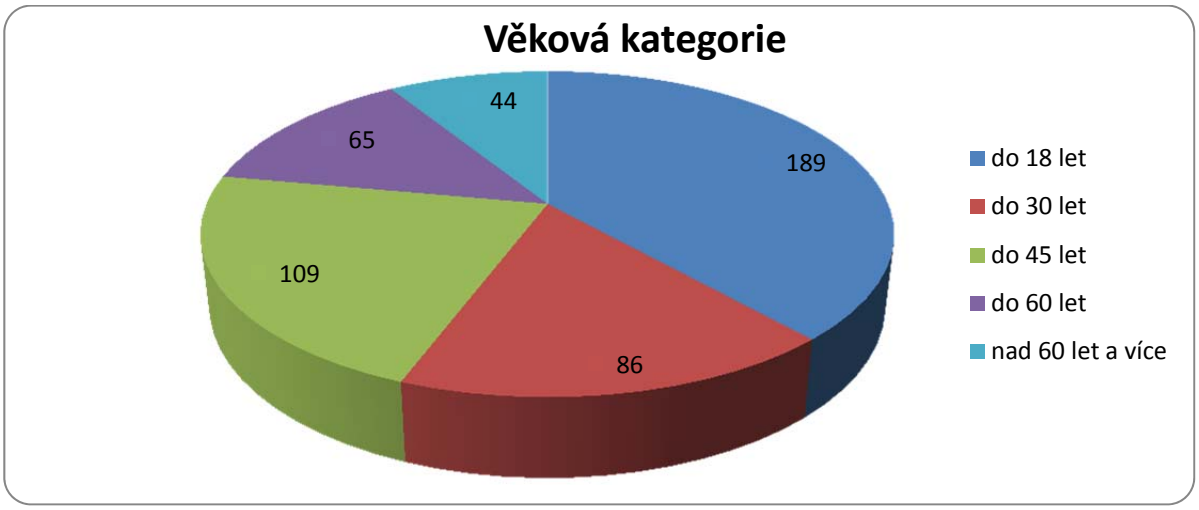
## PRAKTICKÝ VÝZKUM

1. **Vyznačte křížky informaci o Vaší osobě, včetně dalších členů pobývajících s Vámi v hotelu**



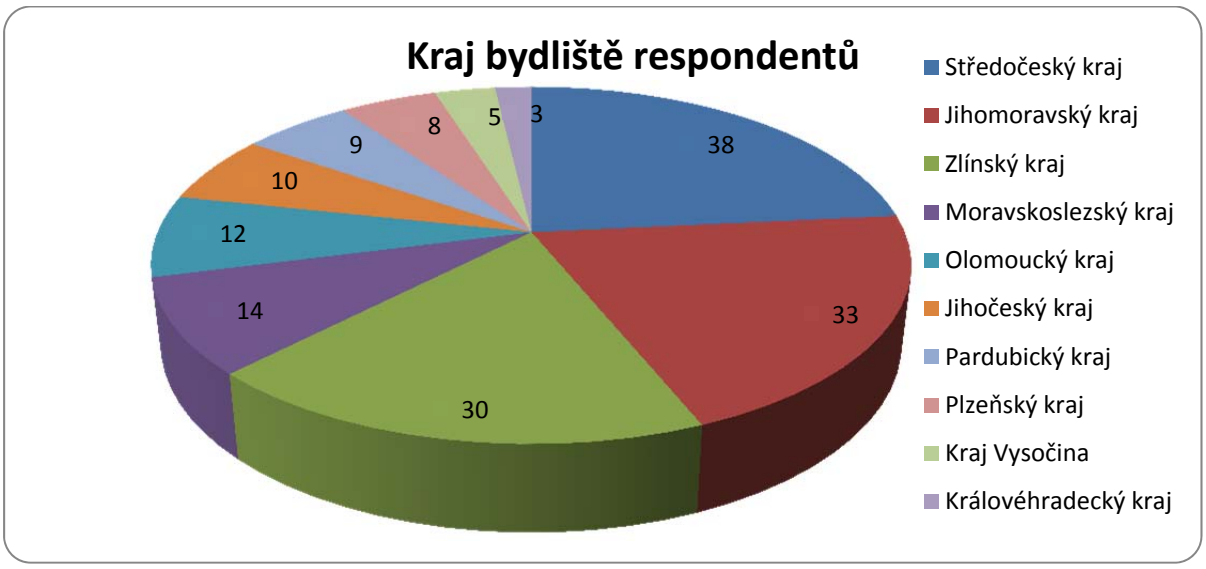

**Na hotelech se ubytovávají především rodiny s dětmi a mladé páry.**

2. **Vyznačte křížky, do jaké věkové kategorie spadáte, včetně partnera/ky či členů rodiny**



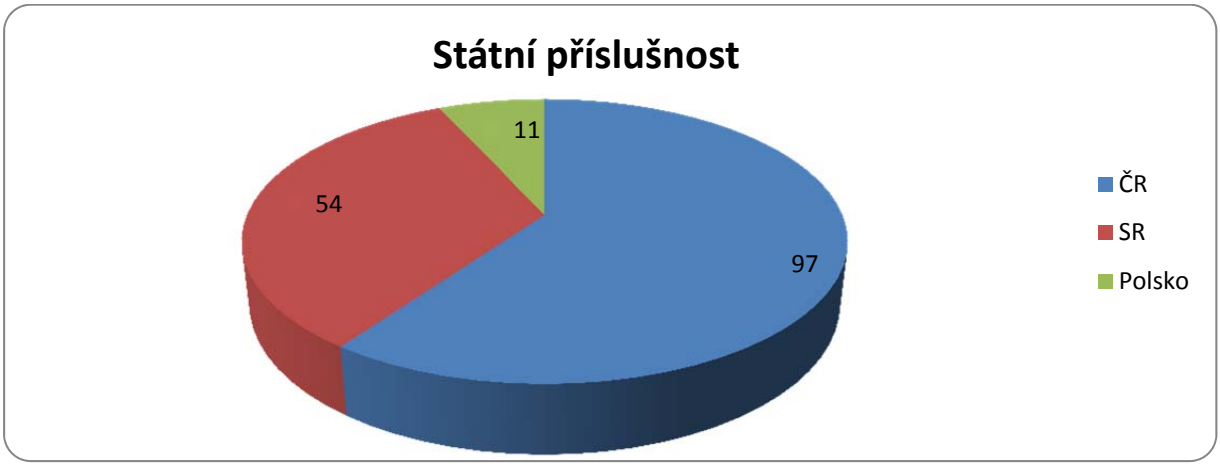

**Nejčastější hosté hotelů jsou děti a dospělí do 45 let.**

3. **Název a kraj bydliště respondenta**



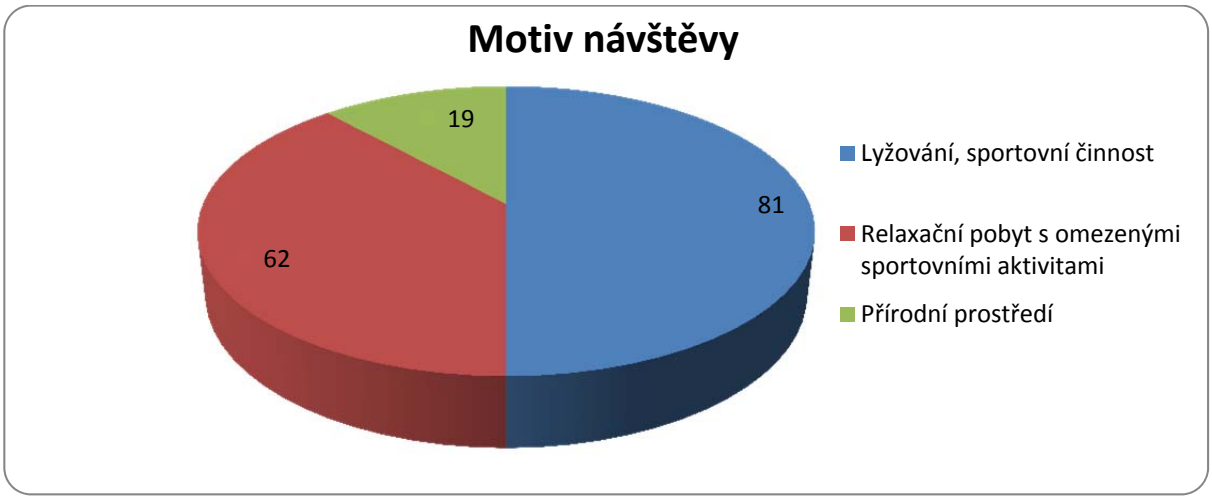

**Hosté pocházejí zejména ze Středočeského, Jihomoravského a Zlínského kraje. Mezi města, odkud hosté nejčastěji pocházejí, jsou města Praha a Brno.**

4. **Stát, ve kterém respondenti žijí**



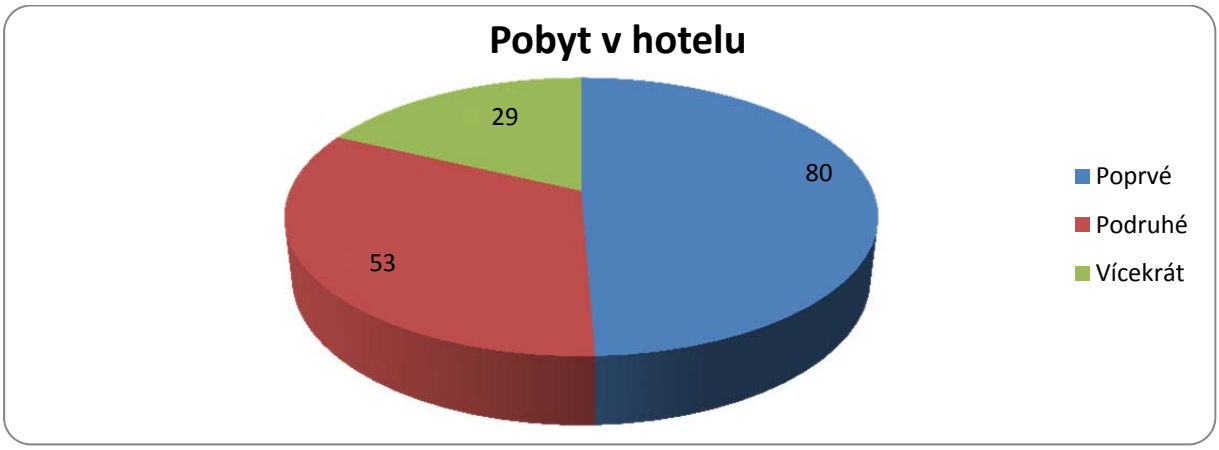

**Klienti pocházejí z největší části z České republiky, hotely o trochu méně navštěvují hosté ze Slovenské republiky z důvodu blízkosti hotelů k hranici se Slovenskem.**

**5. Délka pobytu v hotelech**



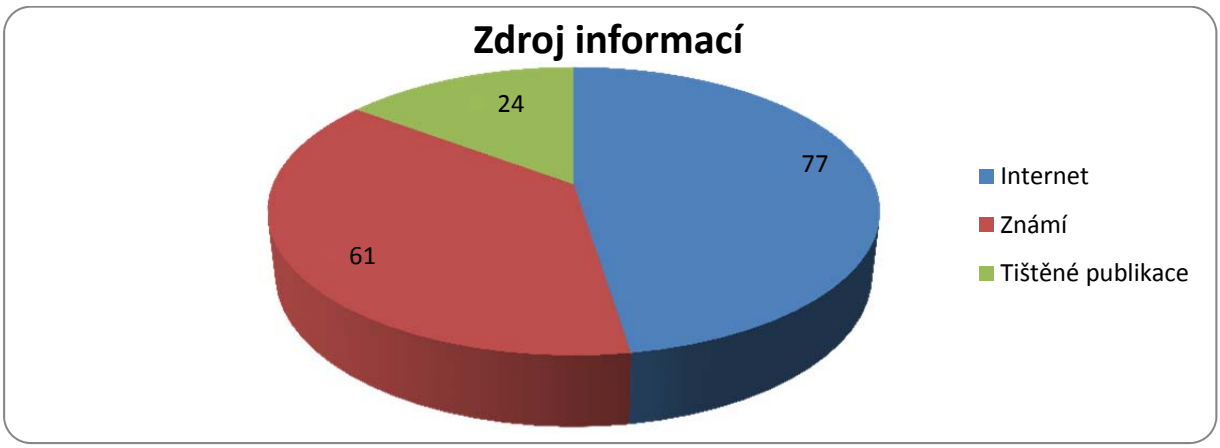

**Respondenti navštěvují hotely na víkendové a týdenní pobyty, jelikož jsou tyto pobyty nejvýhodnější.**

**6. Motiv k výběru hotelu**



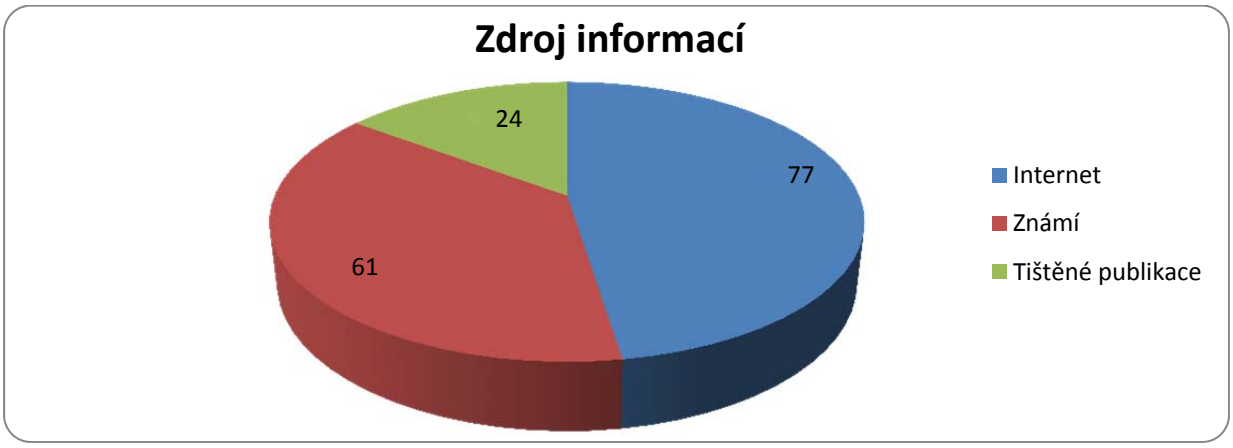

**Motivem důvodu návštěvnosti bylo v době mého šetření především lyžování a dále relaxační pobyt s omezenými sportovními aktivitami.**

**7. Pobyt v hotelech**




**Respondenti navštívili hotely nejčastěji poprvé nebo podruhé.**

**8. Zdroj informací o hotelu**




**Hosté se nejčastěji dozvídají o hotelech prostřednictvím internetu nebo také přes známé.**

## APLIKACE VE SPOLEČENSKÉ PRAXI

Výsledky, které vyplynuly z mého šetření, jsem poskytla ředitelům hotelů Lanterna, Horal a Galik, a také je nabízím případným zájemcům. Vyhodnocení může sloužit k přehlednosti hostů a také je lze využít pro zvýšení návštěvnosti hotelů.

Dále poskytnu svoji práci informačnímu centru Velkých Karlovic, za jejich ochotu a vstřícnost.

Navrhuji některá opatření, která by mohla posloužit ke zvýšení návštěvnosti Velkých Karlovic a především hotelů. Jedná se zejména o:

- zvýšení propagace v krajích, ze kterých je návštěvnost hotelů nejnižší.
- rozšíření poskytovaných fakultativních výletů, na hotelech nejsou doposud nabízeny. Je zde široký sortiment především sportovního vyžití přímo v areálu hotelů.
- zavedení více druhů věrnostních programů či dalších výhod, které by mohly přispět k vyšší návratnosti hostů, neboť hotely navštěvují zejména noví klienti.

## ZÁVĚR

Zpracování bakalářské práce mi přinesl nový pohled na Beskydy a Velké Karlovice. Díky prostudování knih a elektronických zdrojů jsem získala poznatky a informace, které jsem o svém rodném bydlišti nevěděla. Dozvěděla jsem se také, že z Velkých Karlovic pochází několik významných lidí, kteří se podílejí na propagaci vesnice. Dozvěděla jsem se, jaké složení klientely navštěvuje hotely ve Velkých Karlovicích, a získala jsem nové zkušenosti jak zpracovávat a analyzovat anketární šetření. Naučila jsem se profesionálně komunikovat s řediteli hotelů a s pracovníky působících v cestovním ruchu.

**POUŽITÁ LITERATURA**

Mezi prameny, které jsem při zpracování bakalářské práce využívala, byly především knižní publikace a internet.


[1] Za zmínku stojí publikace MIČKALOVÁ, H., BAJER, V.: Velké Karlovice – cesty za minulostí a krásou. Velké Karlovice, 2004, 120 s. Tato kniha je informačně bohatá údaji, které se týkají převážně památek a pamětihodnosti, nacházejících se ve Velkých Karlovicích.

[2] Zajímavá pro mne byla také kniha ČSOP SALAMANDR: Ochrana přírody v CHKO Beskydy. Rožnov pod Radhoštěm, 2002, 48 s. Publikace je orientována převážně na komplexní geografickou charakteristiku Beskyd.

[3] Kniha MIKULCOVÁ, M., GRACLÍK, M.: Kulturní toulky Valašskem. Frýdek-Místek, 2001, 391 s. ISBN 80-7218-649-3 obsahuje přehlídku životních osudů a portrétů významných osobností Valašska, a také přehled těch největších kulturních zajímavostí vyskytujících se na Valašsku.

[4] Také jsem využívala další publikace, které mi sloužili pouze k orientaci v dané problematice: Beskydy – Chráněná území ČR Ostravsko, Beskydy a Podbeskydí 1895 – 1939 a Slovník cizích slov.

[5] Využívala jsem z velké části internet a to především u popisování charakteristik hotelů ve Velkých Karlovicích, neboť informace o hotelech nejsou zaznamenány v žádných publikacích.



***Autor: Bc. Lenka Rudolfová,***
*absolventka VŠPJ Jihlava*

***Vedoucí práce: Prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc.,***
*Katedra cestovního ruchu VŠPJ Jihlava*
*E-mail: chalup10@vspj.cz*

# PROJEKT PROHLÍDKOVÝCH OKRUHŮ V JIHLAVĚ
# PROJECT OF SIGHTSEEING TOURS IN JIHLAVA

**Michaela Škorpíková,**
**Jiří Šíp** *(vedoucí práce)*

***Abstrakt***
*Škorpíková, Michaela: Projekt prohlídkových okruhů v Jihlavě. Bakalářská práce. Vysoká škola Polytechnická Jihlava. Katedra cestovního ruchu. Vedoucí práce RNDr. Jiří Šíp, Ph.D. Stupeň odborné kvalifikace: bakalář. Jihlava 2013. 83 stran. Tato práce je zaměřena na prohlídkové okruhy v Jihlavě. Teoretická část se zabývá situační analýzou orientovanou na shrnutí současných prohlídkových okruhů nabízených městem Jihlava a analýzu poptávky návštěvníků města Jihlavy. Obsahem praktické části je vytvoření návrhů nových prohlídkových okruhů a nastínění jejich možné realizace. Cílem práce je vypracovat projekt komplexních návrhů turistických prohlídkových okruhů v Jihlavě.*

***Klíčová slova***
*Cestovní ruch. Jihlava. Prohlídkový okruh. Projekt. Situační analýza. Značení.*

***Abstract***
*Škorpíková, Michaela: Project of sightseeing tours in Jihlava. Bachelor thesis. College of Polytechnics Jihlava. Department of tourism. Thesis supervisor: RNDr. Jiří Šíp, Ph.D. Level of the professional qualification: Bachelor. Jihlava 2012. 83 pages.*
*This thesis is focused on Jihlava tours. The theoretical part provides a situational analysis oriented to the overview of current sightseeing tours offered by the town of Jihlava and demand analysis of visitors to the town of Jihlava. The practical part is to create proposals for new sightseeing tours and an outline of their possible implementation. The aim is to develop a comprehensive project proposals for tourist sightseeing tours in Jihlava.*

***Key words***
*Tourism. Jihlava. Sightseeing tour. Project. Situational Analysis. Signage.*

## ÚVOD

Cílem této práce bylo vytipovat zajímavé atraktivity v Jihlavě, navrhnout označení jednotlivých atraktivit, navrhnout grafickou stránku označení, sestavit rozpočet na realizaci a následně navrhnout různé kombinace okruhů. Vytvořit strategii realizace projektu.

První část práce je věnovaná situační analýze, která je zaměřena především na zjištění stavu nabídky prohlídkových okruhů v Jihlavě a jejich možné budoucí využití. Dále na zjištění očekávání návštěvníků města a jejich požadavků na trávení volného času v Jihlavě.

Druhá část se zabývá vytipováním jihlavských atraktivit, které jsem zvolila jako vhodné pro zařazení do plánovaných okruhů, a vytvořením nových prohlídkových okruhů. Obsahuje také návrh nového značení jednotlivých atraktivit, spadajících do nově vytvořených okruhů, a jeho realizace, včetně administrativních požadavků. Dále návrh na propagaci těchto okruhů. V závěru práce je nastínění předběžné kalkulace předpokládaných nákladů, možného financování projektu a předpokládaného průběhu a časové náročnosti realizace.

METODIKA PRÁCE

- Při zpracování bakalářské práce jsem využila pro tvorbu situační analýzy především:
- odbornou literaturu a elektronické informační zdroje – průzkum a selekci sekundárních dat
- statistické materiály a výzkumy – průzkum a selekci sekundárních dat
- konzultace s pracovnicemi jihlavského infocentra – řízené rozhovory
- vlastní zkušenosti a znalosti s prací na jihlavském informačním centru
- Pro zpracování praktické části jsem pak navíc využívala:
- práci s mapovými podklady
- terénní výzkum
- rozbor právních předpisů
- průzkum katastru nemovitostí a rejstříku Národního památkového ústavu
- konzultace s pracovnicí odboru památkové péče Magistrátu města Jihlavy
- konzultace s ředitelem reklamní agentury

**SOUČASNÝ STAV ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY – SITUAČNÍ ANALÝZA**

Město Jihlava má v současnosti pět oficiálních prohlídkových okruhů, z nichž tři pokrývají pouze jeden objekt. Jedná se o kruhy Masarykovo náměstí, Jihlavské kostely, Brána Matky Boží, Radnice a Dům Gustava Mahlera. Realizovány jsou pomocí audioprůvodců, které jsou v zapůjčení v jihlavských infocentrech a v Domě Gustava Mahlera. Jejich nevýhodou ale je malá propagace a známost, z čehož vyplývá nízká míra využívání. Dále také to, že nutnost vrátit audioprůvodce do určité doby na dané místo může některé zájemce odrazovat.

Krom těchto oficiálních okruhů nabízí turistické informační centrum i další možnosti relativně ucelených prohlídek. Ty jsou zaměřeny především tematicky, a to buď na různé kategorie návštěvníků, nebo na různé typy aktivit. Zahrnují území Jihlavy, některé Jihlavu i její okolí. Prohlídky jsou volné, to znamená, že nejsou provázeny průvodci, ale návštěvník se sám rozhodne, kam chce jít, a zda využije celou nabídku nebo pouze dílčí část. Zpracovány jsou především formou různých informačních materiálů – brožur, letáků a informací na internetových stránkách turistického informačního centra. V nich se jedná především o pouhý seznam míst, která je možné navštívit, případně doplněný o několik informací a kontaktů u atraktivit, které jsou obecně uznávány jako významnější.

Za další oficiální prohlídkový okruh by se dala považovat také Naučná hornická stezka a připravovaná Pivovarská stezka. Širokou oblast působnosti mají cyklotrasy a cyklostezky, které Jihlavou procházejí. V současnosti probíhá projekt Stříbrné pomezí, jehož účelem je mimo jiné zpřehlednění a propagace cyklotras.

Většina návštěvníků přijíždí do Jihlavy za účelem poznání, což je pozitivní pro rozvoj prohlídkových okruhů. O propagaci se starají zejména turistická informační centra a je zaměřena především na několik nejznámějších atraktivit, přičemž ostatní zajímavosti jsou spíše upozaděny. To se potom odráží i v očekávání návštěvníků a v návštěvnosti jednotlivých

míst. Návštěvníci jsou totiž při rozhodování o strávení času v Jihlavě výrazně ovlivněni propagací místa a informacemi poskytovanými turistickými informačními centry (ať už se jedná o osobní komunikaci, prospekty, brožury, či internetové stránky). Velká část návštěvníků i místních tak navštíví „pouze" zoologickou zahradu, podzemí, vodní ráj, Mahlerův dům, muzeum, některou z vyhlídek (věž kostela sv. Jakuba, Bránu Matky Boží) a možná ještě hradební parkán a některý z kostelů. Ostatní místa navštíví spíše výjimečně, buď pokud se o ně skutečně zajímá nebo pokud na ně náhodou narazí při procházce městem. Tuto neznalost či nevědomost by mohl částečně vyřešit například systém slevových karet, které by mohly být poskytovány buď provozovateli ubytovacích zařízení při přijímání hostů, nebo formou placené poukázky prodávané na místech jako turistické informační centrum či pokladny jednotlivých atraktivit.

Příležitostí může být zapojení stávajících audiookruhů do okruhů nových. Především by se daly využít v současnosti nedostatečně využívané audiookruhy jako zpestření v rámci nových okruhů. Společnou propagací by se zároveň vyřešil problém nízké informovanosti o možnosti vypůjčení audioprůvodců. Dále mohou být do některého z okruhů zapojeny naučné stezky, které by nový okruh opět zpestřily a navíc usnadnily prostorovou orientaci díky již provedeným terénním úpravám a existujícím mapám a značení. Podobně lze využít I cyklostezek. Finanční výhoda by plynula ze společné propagace atraktivit.

## VÝBĚR ATRAKTIVIT A NÁVRH NOVÝCH OKRUHŮ

Ze situační analýzy vyplývá, že Jihlava nemá značené prohlídkové okruhy městem, a že si turisté vybírají především všeobecně známé atraktivity v centru města.

Na základě údajů, které ze situační analýzy vyplynuly, jsem vybrala sedmnáct atraktivit vhodných pro zvýšenou propagaci a zařazení do budoucích prohlídkových okruhů. Při výběru jsem vycházela z výše uvedené analýzy a z publikací o jihlavských zajímavostech. Zařadila jsem sem atraktivity, které patří již v současnosti k nejnavštěvovanějším a atraktivity, které poskytují možnost prohlídky s průvodcem (lze u nich jako vedlejší efekt tohoto projektu předpokládat zvýšení tržeb). Dále jsem zařadila zajímavosti, které nejsou natolik propagovány a navštěvovány, ale jsou svým způsobem jedinečné a mají potenciál se vysoce navštěvovanými stát, ať už pro svou kulturní, historickou či estetickou hodnotu. Konkrétně se jedná o Bránu Matky Boží, Dům Gustava Mahlera, Heulos, Horácké divadlo, hraničníky, Kostel sv. Ignáce, Kostel sv. Jakuba, Kostel sv. Jana Křtitele, městské opevnění, Minoritský kostel Nanebevzetí Panny Marie s klášterem, Muzeum Vysočiny, Památník královské přísahy, Park Gustava Mahlera, katakomby, radnici, zoologickou zahradu a židovský hřbitov.

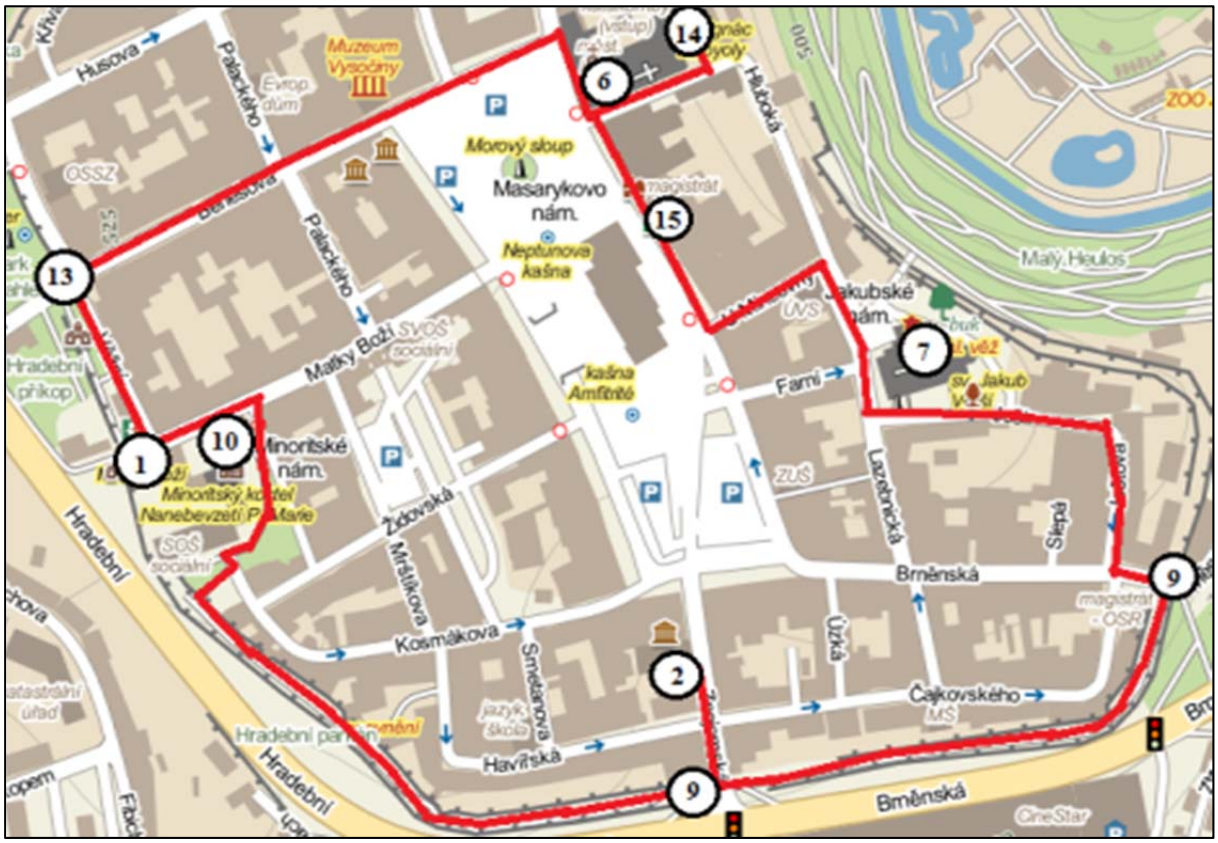
Z těchto vybraných atraktivit jsem navrhla čtyři nové okruhy, z nichž tři mají sloužit především návštěvníkům Jihlavy a předpokládají návštěvu objektů nacházejících se na trase. Jeden je pojat jako procházková trasa, sloužící především místním. Při jejich vytváření jsem vycházela mimo jiné ze zájmu návštěvníků a ze vzájemné polohy jednotlivých atraktivit. Do úvahy jsem brala také možnost zapojení stávajících audiookruhů a stezek do těchto nových okruhů.

**Okruh Historickým centrem města** je určen pro všechny návštěvníky města. Zahrnuje nejznámější jihlavské atraktivity a díky jejich vzájemné blízkosti ho ocení především ti, kteří chtějí vidět od všeho trochu, ale nechtějí se složitě přesouvat po celé ploše města.

Délka okruhu je 2 km a jeho trasa je vedena centrem města, což znamená většinou v rovinatém terénu (výjimkou je pouze krátký úsek vstupu na hradební parkán). Časová náročnost je asi 1 hodina bez vstupů do objektů nacházejících se na trase a asi 5 hodin

se vstupy. Celou trasu - včetně interiérů do nichž je vstup s průvodcem - lze absolvovat od dubna do srpna, mimo toto období je nutné se na prohlídky objektů objednat. Okruh je uzavřený, takže pokud návštěvník chce, může na trasu nastoupit kdekoli na okruhu. Zároveň je možné k tomuto okruhu navázat prohlídky s audioprůvodci, vhodné je zejména rozšíření o prohlídku Masarykova náměstí.

**Trasa prohlídkového okruhu Historickým centrem města**

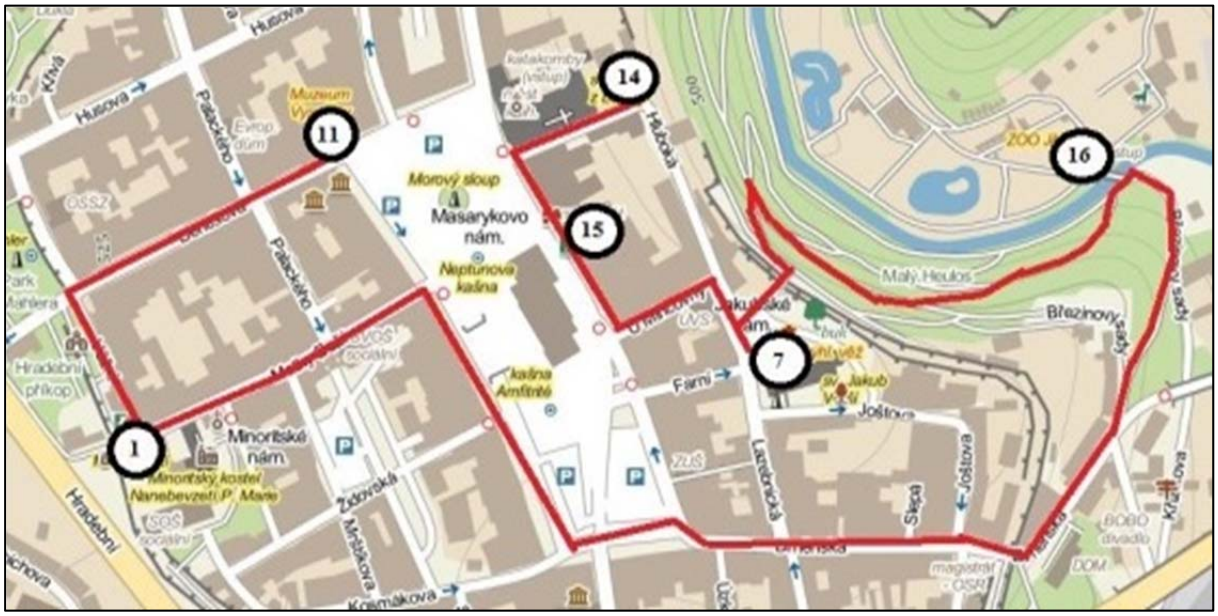



**Zdroj: podklad http://www.mapy.cz, údaje vlastní zpracování**

**Jihlava z vnějšku i zevnitř** je dalším okruhem určeným v podstatě pro všechny návštěvníky města. Zahrnuje atraktivity, které je možné navštívit a prohlédnout si i zevnitř, ať už s průvodcem nebo samostatně. Může být proto využíván i za nepříznivého počasí a vhodný je především pro rodiny s menšími dětmi, u kterých se předpokládá, že se více zabaví tam, kde si mohou všechno důkladně prohlédnout.

Délka trasy je přibližně 2 km a vede jak v rovinatém terénu náměstí, tak v členitějším prostoru parku. Časová náročnost na projití trasy je necelá hodina, ovšem při navštívení všech míst trasy se může vyšplhat i na 10 a více hodin. Celou trasu - včetně interiérů do nichž je vstup s průvodcem - je možné absolvovat od dubna do srpna, mimo toto období je nutné se na prohlídky těchto objektů objednat. I na tuto trasu je možné nastoupit kdekoli na trase. Obdobně jako u předchozího okruhu je možné doplnit prohlídku o okruhy s audioprůvodcem.

**Trasa prohlídkového okruhu Jihlava z vnějšku i zevnitř**

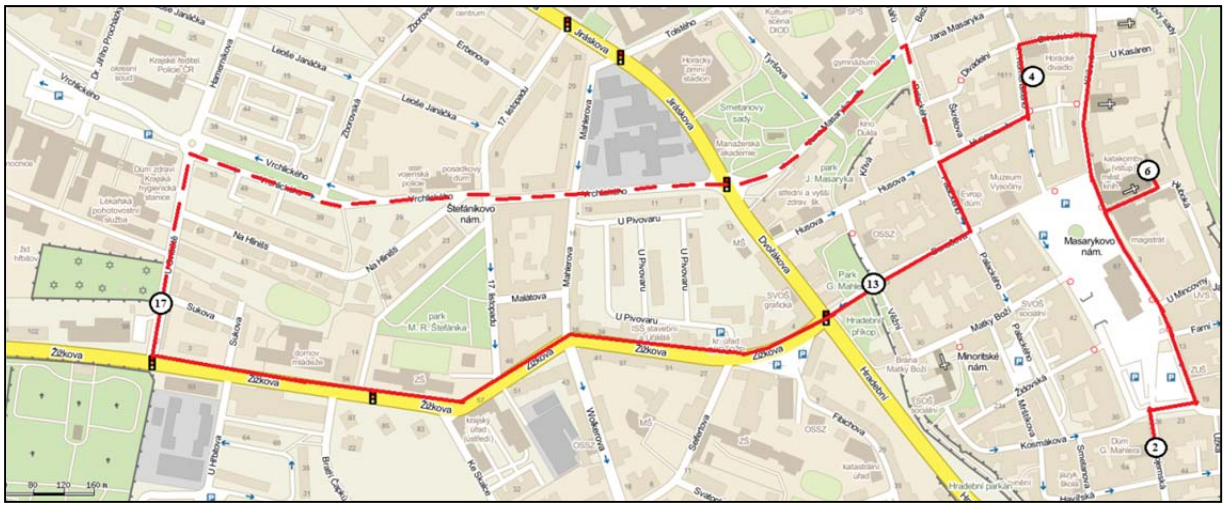



**Zdroj: podklad http://www.mapy.cz, údaje vlastní zpracování**

Okruh **Po stopách Gustava Mahlera** je zaměřen tematicky na osobnost Gustava Mahlera, která je stěžejní osobností Jihlavy. Při jeho vytváření jsem se inspirovala již vytvořenou nabídkou míst souvisejících s Gustavem Mahlerem, ale propojila ji v ucelený okruh.

Prohlídková trasa je většinou rovinatá a dlouhá zhruba 2, 5 km. Časová náročnost je necelá 1 hodina bez vstupů do objektů nacházejících se na trase a přibližně 2 – 3 hodiny se vstupy. Okruh je využitelný celoročně. Okruh není primárně navržen jako uzavřený, ale je možné pro zpáteční cestu zvolit jinou cestu než cestu trasy (v mapce k tomuto okruhu naznačeno přerušovanou čarou).

**Trasa prohlídkového okruhu Po stopách Gustava Mahlera**



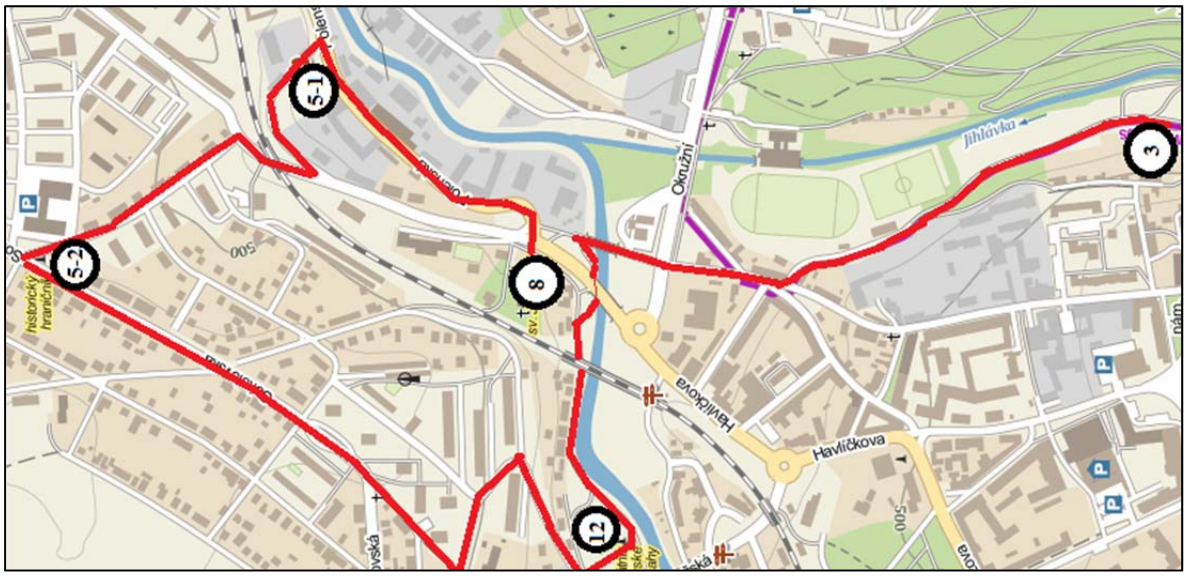

**Zdroj: podklad http://www.mapy.cz, údaje vlastní zpracování**

**Špacírka Jihlavou** je spíše vycházkový okruh určený především pro místní. Zahrnuje zejména atraktivity nacházející se mimo centrum města a je zde možné si jej dle vlastního uvážení prodloužit různými odbočkami atp. Vhodný je jak pro pěší, tak pro zdatnější cyklisty.

Trasa vede v poměrně členitém terénu a měří asi 4 km. Časová náročnost při pěší prohlídce je něco přes hodinu, ale je ovlivněna fyzickou zdatností návštěvníka a tím, zda návštěvník půjde přímo po trase, nebo využije četných odboček v rámci parku i zbytku trasy. Okruh je využitelný celoročně.

Možnou alternativou tohoto okruhu je prodloužení trasy o další dva hraniční kameny, což znamená zhruba o 3 km od druhého hraničníku k poslednímu. Tato varianta je ale vhodná spíše pro cyklisty, protože vede průmyslovou zónou, kde na některých místech chybí chodníky pro pěší. Pokud návštěvník zvolí tuto variantu, může se následně vrátit po stejné trase, nebo pokračovat od posledního hraničníku směrem k Herolticím a napojit se na cyklostezku č. 16 vedoucí zpět do centra k parku Heulos. Při této alternativě se návštěvník také dostane do blízkosti Naučné hornické stezky. Krom toho je možné tímto okruhem prodloužit okruh Historickým centrem města.

**Trasa prohlídkového okruhu Špacírka Jihlavou**



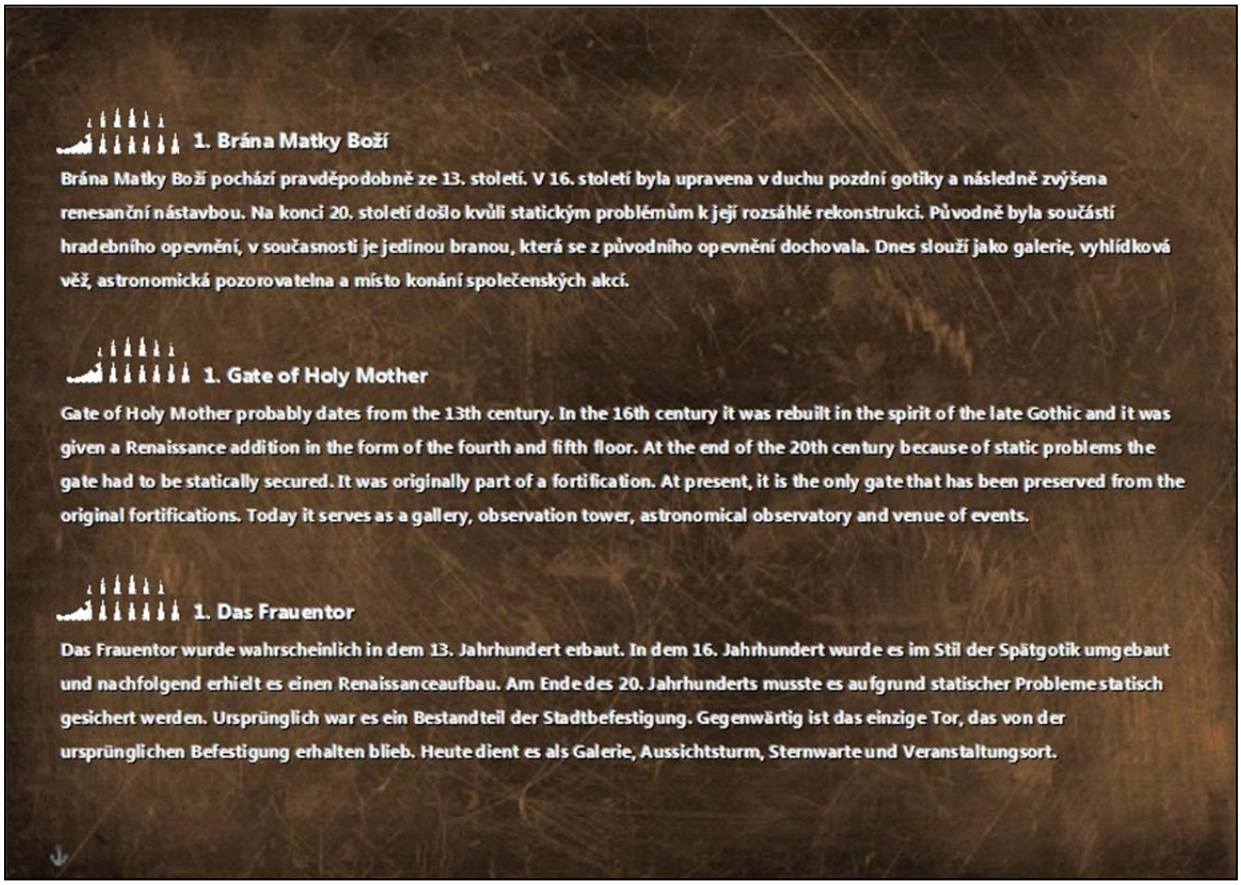

**Zdroj: podklad http://www.mapy.cz, údaje vlastní zpracování**

## ZNAČENÍ ATRAKTIVIT

Většina vybraných atraktivit již má své vlastní značení vyvedené v kameni, kovu nebo plastu. Jedná se však o značení velmi různorodé jak v designu, tak v kvalitě. Navíc je nesourodé. Stávající značení proto lze dle stavu vyměnit či doplnit novým, aby došlo k jeho sjednocení v rámci budoucích okruhů.

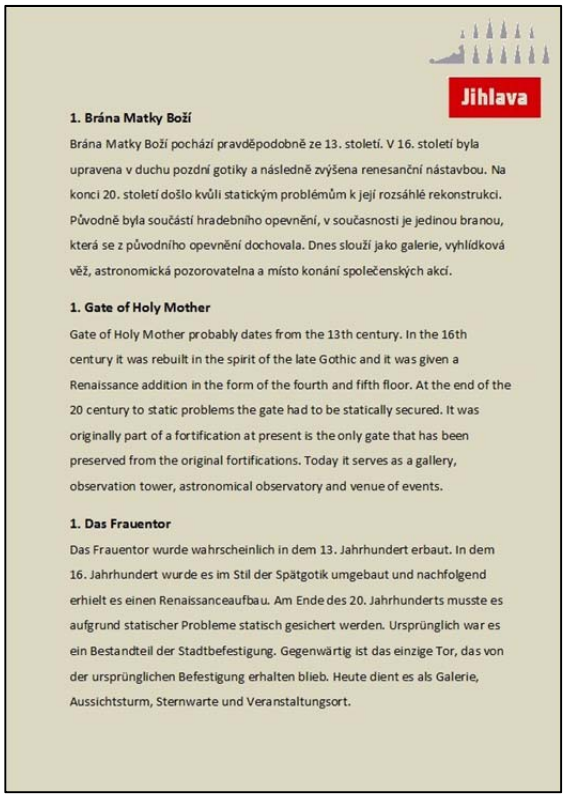
Při návrhu nových informačních cedulí jsem se nechala inspirovat převážně tabulkami a deskami, které jsou použity k označení atraktivit již v současnosti. Dále jsem brala v potaz, že některé atraktivity jsou kulturními památkami a v případě kulturních památek jsou zpravidla vyžadovány tradiční materiály jako kov či dřevo nebo jejich imitace. Navrhla jsem proto tři nové varianty informačních cedulí, pro které je společný doporučený materiál (dibond), rozměry (297 x 420 mm) a text (číslo a název atraktivity a základní informace o ní ve třech jazykových mutacích), ale které mají rozdílný design.

**Návrh informační cedule 1**



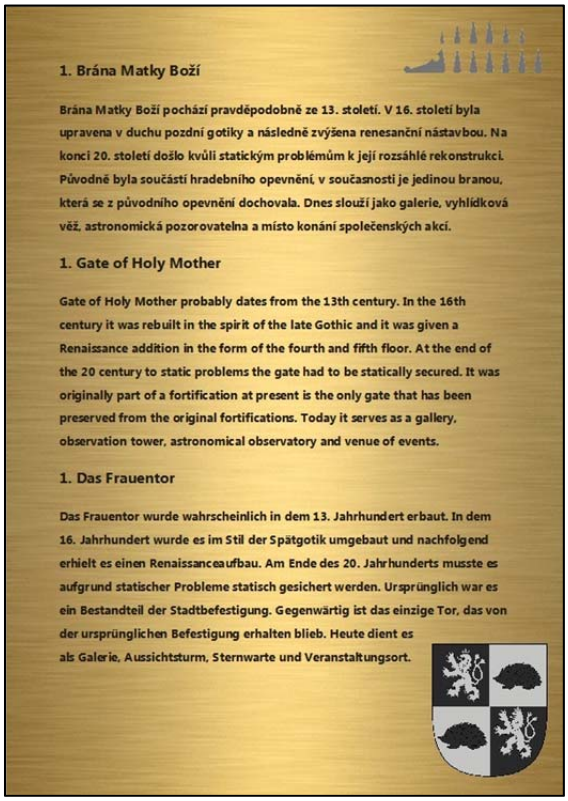

**Zdroj: vlastní zpracování**

**Návrh informační cedule 2**




**Zdroj: vlastní zpracování**

**Návrh informační cedule 3**




**Zdroj: vlastní zpracování**

Aby byly atraktivity, které jsou součástí okruhů, snadno identifikovatelné, zvolila jsem jako doplnění značení menší vlaječky s motivem ježka, který je již součástí návrhů všech cedulí a je logem Jihlavy. Ty budou umístěny vedle informačních cedulí a usnadní tak orientaci především návštěvníkům, kteří jsou v Jihlavě poprvé. Navíc budou upozorňovat na přítomnost informační cedule a návštěvníci, kteří si chtějí informace přečíst, tak nebudou muset hledat, kde konkrétně na objektu je cedule umístěna.

Tam, kde to bude možné, navrhuji upevnit nové cedule i vlaječky na zeď. Tam, kde to nebude možné, použít pro upevnění stojany.

Protože většina vybraných atraktivit je památkově chráněna, je nezbytné vzít v potaz omezení při umisťování značení k těmto atraktivitám. Dále je třeba si uvědomit, že každá atraktivita má svého vlastníka, který musí dát souhlas k osazení atraktivity cedulí. Pro umístění značení na kulturní památky (případně objekty v památkové rezervaci a objekty v ochranném pásmu) je třeba podat žádost o vydání závazného stanoviska na úřad územního plánování Magistrátu města Jihlavy. Po vydání tohoto stanoviska je nutné podat ohlášení na stavební úřad Magistrátu města Jihlavy.

**PROPAGACE**

Krom označení atraktivit je třeba vytvořit pro zájemce, kteří chtějí tyto prohlídkové okruhy využít, doprovodné informační materiály. Také je nezbytné celý projekt vhodně propagovat, aby se dostal do povědomí veřejnosti a neskončil pouze jako důvod k označení jihlavských zajímavostí. V rámci této práce jsem tedy vytvořila čtyři informační skládačky (pro každý okruh jeden), v nichž je stručně popsán daný okruh, uveden výčet jednotlivých zastavení s otevírací dobou a vstupným a vložena mapka, podle které se lze v okruhu orientovat. Také jsem vytvořila jednu ucelenou brožuru, v níž jsou informace o všech čtyřech prohlídkových okruzích a poměrně obsáhlé informace o jednotlivých atraktivitách včetně otevírací doby a vstupného.

Stěžejním způsobem, jak propagovat projekt jihlavských prohlídkových okruhů, je dle mého názoru propagace přes jihlavská turistická informační centra. V kancelářích center mohou být rozdávány tištěné propagační materiály a na internetových stránkách uveřejněna elektronická podoba těchto materiálů a samozřejmě odkazy na ně.

Jako další možnost vidím poskytovat tištěné informační materiály v Mahlerově domě, Galerii Vysočiny, Muzeu Vysočiny, zoologické zahradě Jihlava a obdobných institucích, hotelech, případně na vlakových a autobusovém nádraží. Tento způsob propagace lze rozšířit i do okolních měst, jejichž informačním centrům a dalším institucím by mohly být poskytnuty informace o okruzích a tištěné materiály v podobě skládaček informujících o existenci jihlavských prohlídkových okruhů. Obdobně by bylo možné rozšířit i elektronickou verzi těchto materiálů nejen v rámci informačních center v Jihlavě, ale také prostřednictvím krajského informačního portálu a turistických webů.

**KALKULACE PROJEKTU**

Tato část je věnována finanční stránce projektu, a sice tomu, jaké jsou předpokládané náklady na realizaci tohoto projektu. Konkrétní čísla jsem brala především z konzultací s ředitelem a majitelem firmy SINKA reklama, panem Vítem Karlem.

Do nákladů na tento projekt patří náklady na zhotovení značení (náklady na návrh, výrobu a umístění cedulí a vlaječek), náklady na návrh a zhotovení informačních materiálů a ostatní

náklady (především správní poplatky). Celkově bude tedy realizace celého tohoto projektu dle mého odhadu stát 97 061 Kč.

Samozřejmě je částka spíše mým vlastním odhadem a v případě, že by byl tento projekt skutečně realizován, mohou být náklady vyšší či nižší podle toho, zda bude do nákladů zahrnuto i vytváření projektové dokumentace, jaký dodavatel bude pro jednotlivé části projektu vybrán, jak jednoduše či složitě proběhnou jednání s úřady a vlastníky atraktivit atp.

**FINANCOVÁNÍ PROJEKTU**

Informace o možném financování jsem čerpala především ze stránek Ministerstva pro místní rozvoj a stránek, na které tyto odkazují. Dále ze stránek kraje Vysočina a města Jihlavy. Možnými finančními zdroji jsou Strukturální fond ROP NUTS II Jihovýchod, dotace a granty Ministerstva kultury ČR, dotace a granty kraje Vysočina, finanční prostředky z rozpočtu města.

**PŘEDPOKLÁDANÝ PRŮBĚH REALIZACE – ZHOTOVITEL A ČAS NA REALIZACI**

V ČR existuje řada firem, které se zabývají výrobou informačních cedulí a podobného značení a výrobou informačních materiálů. Lze předpokládat, že při realizaci projektu bude vhodný dodavatel vybrán na základě své nabídky, cenového plánu a dalších podkladů, které předloží. Já si pro účely této práce vybrala firmu SINKA reklama, která sídlí v Havlíčkově Brodě, a s jejím ředitelem panem Karlem jsem tedy konzultovala možnosti realizace projektu, jeho finanční a časovou náročnost.

Čas realizace je závislý na mnoha faktorech. Především na rychlosti vyřízení potřebných povolení; na tom, zda bude vypisováno výběrové řízení, nebo bude zhotovitel vybrán jiným způsobem; či na počasí v období umisťování značení. Pro účely této práce jsem pro rozhodování o vydání závazného stanoviska a pro rozhodování o souhlasu s ohlášením stavby počítala se zákonem stanovenými lhůtami na jejich vyřízení, tj. se 30 dny na každé rozhodování. Pro čas potřebný realizaci projektu jsem vycházela z doby, kterou pro ni odhadl pan Karel z reklamní agentury, tj. z 10 dnů. Celkový čas na realizaci projektu tedy předpokládám 70 dní.

Zhotovením informačních materiálů a umístěním značení realizace projektu jako taková sice končí, pokud ale má tento projekt dostát svému účelu i v budoucnu, je nutné zajistit jeho udržitelnost.

**ZÁVĚR**

Jihlava má rozhodně svým obyvatelům a návštěvníkům co nabídnout. Co zde ale chybí, jsou ucelené značené prohlídkové okruhy, které by mohly jak místní, tak především návštěvníci města využívat.

Domnívám se, že tato práce poskytuje dostatečné podklady pro komplexní projekt možných prohlídkových okruhů, které by mohly vzniknout na území města Jihlavy. Může být využita například Magistrátem města Jihlavy pro skutečné vytvoření značených prohlídkových okruhů v Jihlavě. Navržené informační materiály také mohou doplnit nabídku stávajících informačních a propagačních materiálů o Jihlavě.

## POUŽITÁ LITERATURA

Informace pro tuto práci jsem čerpala především z následujících zdrojů:

### *Knižní zdroje*


[1] BEČKOVÁ, Jana, PETRŮJKOVÁ Jana, ZBRANKOVÁ Jana. MĚSTSKÝ ÚŘAD JIHLAVA. Jihlavou. 1. vydání. Jihlava: Statutární město Jihlava, 2010. 63 s.

[2] HORÁCKÉ DIVADLO JIHLAVA. Horácké divadlo Jihlava 2005 - 2010. 1. vydání. Jihlava: Horácké divadlo Jihlava, 2010. 50 s.

[3] JAROŠ, Zdeněk. Jihlavské nemovité památky. 1. vydání. Jihlava: Muzeum Vysočiny, 2002, 169 s. ISBN 80-863-8207-9.

[4] MAŠÁT, Jiří. Chrám svatého Jakuba v Jihlavě: Die Jakobskirche in Iglau. Jihlava: Astera G, 2008, 143 s. ISBN 978-80-903833-4-0.

[5] MĚSTSKÝ ÚŘAD V JIHLAVĚ. Památky Jihlavy a okolí. 1. vydání. Jihlava: Městský úřad Jihlava, 1998. 33 s.


### *Elektronické zdroje*


[1] Základní data a fakta o cestovním ruchu v ČR. Czech Tourism [online]. 2012 [cit. 2013-03-31]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/6-zakladni-data-a-fakta-o-cestovnim-ruchu-v-cr/

[2] Jihlava. Města a obce online [online]. 2013 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: http://mesta.obce.cz/zsu/vyhledat-5967.htm

[3] Audioprůvodce. Turistické informační centrum v Jihlavě [online]. 2012 [cit. 2012-07-24]. Dostupné z: http://tic.jihlava.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=100399&id=463524&query=audiopr%C5%AFvodce&p1=1034

[4] Kam v Jihlavě a okolí. Turistické informační centrum v Jihlavě [online]. 2012 [cit. 2012-07-22]. Dostupné z: http://tic.jihlava.cz/vismo/o_utvar.asp?id_org=100399&id_u=43249&p1=1015

[5] Kam za kulturou. Turistické informační centrum v Jihlavě [online]. 2012 [cit. 2012-07-22]. Dostupné z: http://tic.jihlava.cz/vismo/o_utvar.asp?id_org=100399&id_u=1001&p1=1022

[6] Kam za sportem. Turistické informační centrum v Jihlavě [online]. 2012 [cit. 2012-07-22]. Dostupné z: http://tic.jihlava.cz/vismo/o_utvar.asp?id_org=100399&id_u=1003&p1=1027

[7] Gustav Mahler. Oficiální stránky Domu Gustava Mahlera [online]. 2012 [cit. 2012-07-24]. Dostupné z: mahler.cz

[8] Hornická naučná stezka. Turistické informační centrum v Jihlavě [online]. 2012 [cit. 2012-07-24]. Dostupné z: http://tic.jihlava.cz/vismo/o_utvar.asp?id_org=100399&id_u=43258&p1=1034

[9] Cyklostezky v Jihlavě. Oficiální stránky města Jihlavy [online]. 2012 [cit. 2012-10-07]. Dostupné z: http://www.jihlava.cz/cyklostezky-v-jihlave/d-490438

[10] Cyklo. Turistické informační centrum Jihlava [online]. 2012 [cit. 2012-08-09]. Dostupné z: http://tic.jihlava.cz/vismo/o_utvar.asp?id_org=100399&id_u=1015&p1=1029

[11] Vyhodnocení udržitelného rozvoje území ORP - SWOT analýza: Jihlava. Oficiální stránky města Jihlavy [online]. 2011 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: http://www.jihlava.cz/vismo/dokumenty2.asp?id=481758&n=b-1-vyhodnoceni-udrzitelneho-rozvoje-uzemi-orp-swot-analyza&vol_stavzobrazeni=2

[12] Dům Gustava Mahlera [online]. 2009 [cit. 2012-11-04]. Dostupné z: http://www.mahler.cz/cz/dgm
[13] Muzeum Vysočiny. Turistické informační centrum v Jihlavě [online]. 2012 [cit. 2012-10-11]. Dostupné z: http://tic.jihlava.cz/vismo/o_utvar.asp?id_org=100399&id_u=43567&p1=1023
[14] Zoo Jihlava [online]. ©2011 [cit. 2012-11-06]. Dostupné z: http://www.zoojihlava.cz
[15] Památkový zákon. Národní památkový ústav [online]. 2012 [cit. 2013-03-13]. Dostupné z: http://www.npu.cz/pro-odborniky/pamatky-a-pamatkova-pece/zakony-mezinarodni-dokumenty/zakon-o-statni-pamatkove-peci/
[16] ROP NUTS II Jihovýchod. Strukturální fondy EU [online]. 2012 [cit. 2012-11-25]. Dostupné z: http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2007-2013/Regionalni-operacni-programy/ROP-NUTS-II-Jihovychod
[17] Dotační možnosti 2012, 2013. Regionální rada regionu soudržnosti Jihovýchd [online]. 2012 [cit. 2012-11-25]. Dostupné z: http://www.jihovychod.cz/pro-zadatele/dotacni-moznosti-2012-2013

***Autor: Michaela Škorpíková***
*Studentka Vysoké školy polytechnické Jihlava*
*Email: michaela.skorpikova@seznam.cz*

***Vedoucí práce: RNDr. Jiří Šíp, Ph.D***
*Katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava*
*E-mail: sipj@vspj.cz*

# RECENZE

# SPIRITUALITA POHYBOVÝCH AKTIVIT

## Emanuel Hurych a kol.

Monografie vyšla na Masarykově univerzitě 2013 za přispění řady významných představitelů dané problematiky z Česka i ze zahraničí. Práce obsahuje 251 stran a je registrovaná pod ISBN 978-80-210-6207-8.

Řešené téma avizované názvem publikace lze chápat jako počátek české vědecké rozpravy o širším filozofickém základu oboru tělesné kultury. V první teoretické části je evidentní snaha autorů o povýšení spirituality tradičního religiozního obsahu na současné širší vnímání směřující k duchovní složce aktivního pohybu. V tomto smyslu je třeba zdůraznit multidisciplinaritu problematiky pohybových aktivit člověka, která koreluje i s multidisciplinaritou cestovního ruchu. Náš časopis ve svých předešlých číslech uvedl zajímavou diskuzi (Hurych ‚Jak je možná filozofie cestovního ruchu, Otázky filozofické tematizace problematiky cestovního ruchu, Spiritualita poutnictví jako fenomén cestovního ruchu, versus Hemelík, De motu et homine iter faciente, Cestovní ruch na cestách k filozofii aneb několik poznámek k tzv. filozofii cestovního ruchu ). V tomto smyslu lze považovat E. Hurycha a M. Hemelíka za průkopníky duchovní dimenze stále se kvalitativně formujícího oboru cestovní ruch.

***Jiří Šíp***
*VŠP Jihlava*

INOFMACE

### 5. MEZINÁRODNÍ VĚDECKÁ KONFERENCE HOTELNICTVÍ, TURISMUS A VZDĚLÁVÁNÍ SE ZAMĚŘENÍM NA TÉMA PERSPEKTIVY 2020,

Pořádá **ve středu dne 23. října 2013 Vysoká škola hotelová v Praze.** Záštitu nad konferencí převzali ministr pro místní rozvoj Ing. Kamil Jankovský a generální ředitel České centrály cestovního ruchu-CzechTourism Ing. Rostislav Vondruška. V dopoledních hodinách proběhne plenární zasedání s diskusí, odpolední část konference bude věnována jednání v odborných sekcích a specializovanému workshopu. Výstupy z konference budou prezentovány v recenzovaném tištěném sborníku. Nejlepší příspěvky budou doporučeny k publikování v recenzovaném neimpaktovaném časopisu Czech Hospitality and Tourism Papers. Bližší informace o konferenci jsou uvedeny v přiložené pozvánce a zveřejněny na internetových stránkách http://www.vsh.cz/konference. V případě dalších dotazů se na nás neváhejte obrátit prostřednictvím e-mailu konference2013@vsh.cz.

---

### 4. MEZINÁRODNÍ KOLOKVIUM O CESTOVNÍM RUCHU

Katedra regionální ekonomie a správy Ekonomicko-správní fakulty Masarykovy univerzity v Brně pořádá ve spolupráci se Společností vědeckých expertů cestovního ruchu čtvrtý ročník přátelského diskusního setkání odborníků na cestovní ruch z akademické i profesní sféry.

Kolokvium se uskuteční v termínu 12.–13. září 2013 v prostorách hotelu IRIS v Pavlově (nedaleko Mikulova) na Jižní Moravě. Nosnými tématy letošního ročníku jsou Nová politika cestovního ruchu v období 2014-2020; Marketingová strategie cestovního ruchu ČR a Výzkum v cestovním ruchu.

Možnost přihlášení se na kolokvium trvá do 31. června 2013. Podrobné informace jsou k dispozici na WWW stránce

http://www.econ.muni.cz/udalosti/vedeckovyzkumne/4-mezinarodni-kolokvium-o-cestovnim-ruchu/789/.

***Andrea Holešinská***

# Akce, které proběhly

**OSMÝ ROČNÍK MEZINÁRODNÍ KONFERENCE "AKTUÁLNÍ PROBLÉMY CESTOVNÍHO RUCHU" NA VŠPJ LETOS NA TÉMA CESTOVNÍ RUCH - DESTINACE - REGIONÁLNÍ ROZVOJ**

Ve dnech 27. a 28. února 2013 se na Vysoké škole polytechnické v Jihlavě konala mezinárodní konference "Aktuální problémy cestovního ruchu" na téma CESTOVNÍ RUCH - DESTINACE - REGIONÁLNÍ ROZVOJ. Osmý ročník již tradiční konference nově pořádala spolu s katedrou cestovního ruchu VŠP Jihlava krajská příspěvková organizace Vysočina Tourism.

Záštitu nad akcí převzali Ing. Kamil Jankovský, ministr pro místní rozvoj České republiky, Mgr. Zdeňka Horníková, předsedkyně Podvýboru pro cestovní ruch při Výboru pro veřejnou správu a regionální rozvoj Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky a MUDr. Jiří Běhounek, hejtman Kraje Vysočina. Mezi více než osmdesáti účastníky byli zástupci vysokých škol, veřejné sféry i podnikatelů.

Při slavnostním zahájení zazněla úvodní slova rektora VŠPJ Ing. Jakuba Novotného, Ph.D. a zástupců Kraje Vysočina a statutárního města Jihlavy. V plénu pak pokračovaly zajímavé přednášky Ing. Tomáše Čiháka, ředitele organizace Vysočina Tourism nebo ředitelky Destinační společnosti Východní Čechy Aleny Horákové. Doc. RNDr. Jiří Vystoupil, CSc. Z Ekonomicko-správní fakulty MU Brno představil teoreticko-metodické přístupy a praktické výsledky Kvantifikační analýzy potenciálu cestovního ruchu regionu Jihovýchod. Odborný garant konference prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc. z katedry cestovního ruchu VŠPJ zhodnotil z pohledu geografa současnou ekonomickou situaci České republiky zejména v souvislosti s rozvojem cestovního ruchu v regionech.

Odpolední část plenárního zasedání otevřel další zástupce pořádající katedry RNDr. PaedDr. Jaromír Rux, CSc. Ve svém příspěvku informoval o aktivitách jihlavské vysoké školy při řešení problémů průvodců. Doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc. ze Slezské univerzity v Opavě se zabýval současným stavem řízení destinace cestovního ruchu v České republice, především z pohledu tvorby regionálního produktu cestovního ruchu. K nutnosti inovace myšlení vyzval v souvislosti se současnou krizí v cestovním ruchu Ing. Miloš Vajner, majitel Centra Babylon Liberec. Upozornil na problém slevových portálů, zabýval se manažerským pohledem na dumping a uvedl, že jedinou cestou k přežití je udržení kvality služeb. Vystoupením na téma České turistické destinace v kontextu evropského prostoru uzavřela plenární zasedání poslankyně Ing. Jana Fischerová, CSc., členka Podvýboru pro cestovní ruch při Výboru pro veřejnou správu a regionální rozvoj Parlamentu ČR.

Jednání konference pokračovalo dále ve třech sekcích, kde kromě hostů z českých i zahraničních vysokoškolských pracovišť, vystoupili se svými příspěvky také odborníci z praxe.

Diskusi vzbudil například příspěvek Ing. Liběny Jarolímkové, Ph.D. (VŠE v Praze) Jazyková bariéra ve službách cestovního ruchu v ČR nebo příspěvek Mgr. Anici Djokić, MBA (VŠP Jihlava) Hotel Companies Impacts in Secondary Destinations. Se zájmem se setkala témata, ke kterým hovořili Ing. Miroslav Mačák (Region Haná o.s.), Ing. Lucie Paulovčáková,

Ph.D. (Univerzita J. A. Komenského Praha) nebo Ing. Martin Maršík, Ph.D. (VŠTE v Českých Budějovicích)

Zástupce Pedagogical University in Cracow Mgr. Marcin Popiel se zabýval tématem Tourism as an important factor and main element of regional development strategy for selected villages of Little Beskids mezoregion on the example of Czernichów municipality. Mgr. Daniel Michniak z Geografického ústavu SAV zaměřil svoji pozornost na možnosti hodnocení dopravní dostupnosti z hlediska jejího vlivu na rozvoj cestovního ruchu. Prof. PaedDr. Jaroslav Vencálek, CSc. z Prešovské univerzity v Prešově představil téma Genius loci a kulturní hybridizace jako inovační impulzy rozvoje cestovního ruchu. Pozvání na konferenci přijali hosté z Univerzity Konštantína Filozofa v Nitře, Slovenskej poľnohospodárskej univerzity v Nitře nebo zástupce Žilinského samosprávného kraje.

Jak je v Jihlavě tradicí, s výsledky svých výzkumů seznámili přítomné také studenti. Výzkum cestovního ruchu ve zvláště chráněném území představily studentky VŠPJ Magdalena Zářecká a Kateřina Mirská z vítězného týmu česko-rakouského přeshraničního workshopu, který proběhl v září 2012 v Podyjí.

Druhý den se zájemci zúčastnili terénní exkurze do areálu mistrovství světa v biatlonu v Novém Městě na Moravě organizovanou spolupořadatelem konference, příspěvkovou organizací Vysočina Tourism. Pro odborníky z oboru cestovní ruch byla velice zajímavá přednáška ředitele závodů Vlastimila Jakeše o přípravě a organizačním zabezpečení hladkého průběhu mistrovství světa. Následovala bohatá neformální diskuse.

Výstupem jednání konference bude recenzovaný sborník příspěvků. Vyjde v elektronické formě a bude dostupný na internetových stránkách Vysoké školy polytechnické Jihlava www.vspj.cz.

Devátý ročník tradiční mezinárodní konference "Aktuální problémy cestovního ruchu" plánuje katedra cestovního ruchu uspořádat ve dnech 26. a 27. února 2014.

***RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.***
*katedra cestovního ruchu,*
*VŠP Jihlava*

---

**6. MEZINÁRODNÍ VĚDECKÁ KONFERENCE**

**„REGIONÁLNÍ ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU, HOTELNICTVÍ A GASTRONOMIE.“**

Již 6. Mezinárodní konference organizovaná Vysokou školou obchodní a hotelovou v Brně proběhla 25. dubna 2013. Letošního ročník konference byl součástí projektu SYNERGIE 4IN realizovaného právě Vysokou školou obchodní a hotelovou. Konference byla financována Evropským sociálním fondem a státním rozpočetem ČR a její zaměření se týkalo především tématiky regionálního rozvoje s primární orientací na oblast cestovního ruchu, hotelnictví a gastronomie.

Z organizačního hlediska byla konference rozdělena na 4 části. Po společném plenárním zasedání následovaly tři odborně zaměřené sekce, které představovaly hodnotné diskusní fórum především akademických pracovníků a odborníků z praxe, kteří svými referáty přispěli k debatě o významu regionálního rozvoje cestovního ruchu, hotelnictví a gastronomie.

Plenární zasedání otevřel prorektor pro výzkumnou činnost a rozvoj prof. Ing. Ignác Hoza, CSc., dr.h.c., který přivítal účastníky konference a zdůraznil stále posilující roli rozvoje cestovního ruchu a gastronomie. Dále následovaly přednášky keynote speakerů, tedy klíčových řečníků konference. Jako první vystoupila Ing. Eva Nováková ze společnosti IREKS ENZYMA, s.r.o. s příspěvkem zabývajícím se inovacemi v oblasti surovin a technologií se zaměřením na pekárenské a cukrářské odvětví. Následující přednáška byla věnována způsobu zajištění cateringové podpory na MS v biatlonu 2013 v Novém Městě na Moravě a byla uskutečněna kuchaři z hotelu International Brno, konkrétně pány Miroslavem Husákem a Rudolfem Pospíšilem. Spolu s nimi akademický pracovník Vysoké školy obchodní a hotelové Mgr. Tomáš Ulbrich, Ph.D. V třetím referátu představil doc. Ing. Otakar Rop, Ph.D. z Vysoké školy obchodní a hotelové problematiku obsahu fenolů a antioxidační kapacity některých jedlých květů. S neméně podnětným příspěvkem zaměřeným na Senzorické hodnocení potravin vystoupil Ing. Josef Jandásek, Ph.D. z Veterinární a farmaceutické univerzity Brno. Způsoby využití hornických památek ve své přednášce představil vedoucí oddělení výzkumu Agentury CzechTourism Bc. Jan Otava. Plenární zasedání uzavřel starosta města Mikulov Rostislav Koštial se svým příspěvkem, v němž představil obnovu křížové cesty na Svatém kopečku v Mikulově.

Po plenárním zasedání následovaly odborné sekce, které byly tematicky orientovány na oblasti cestovní ruch a udržitelný rozvoj, aktuální trendy a bezpečnost v gastronomii a nové trendy v hotelnictví a cestovním ruchu. Zazněl zde například příspěvek Ing. Miroslava Čejky z Univerzity Hradec Králové zabývající se transformací e-komunikace na marketingový nástroj pro oblast cestovního ruchu. Dále RNDr. Dana Fialová z Karlovy univerzity představila problematiku Holandských vesniček. Mezi dalšími s příspěvkem z oblasti bezpečnosti přepravy potravin vystoupil také doc. Ing. Miroslav Tomek, PhD. z Žilinské univerzity nebo Ing. Jiří Kysela z Univerzity Pardubice, jež se zaměřil využívání geosociálních sítí. Rovněž s velmi podnětným příspěvkem vystoupila Simona Elsnerová z KOISHI fish & sushi restaurant s příspěvkem zaměřeným na zážitkovou gastronomii.

***Mgr. Tomáš Jeřábek***
*Vedoucí organizačního výboru konference*

***RNDr. Jan Trávníček***
*Manažer projektu SYNERGIE 4IN*

***RNDr. Jakub Trojan***
*Vedoucí Centra pro transfer inovací a projektové podpory*

---

## 2. MEZINÁRODNÍ VĚDECKÁ KONFERENCE. AKTUÁLNÍ TRENDY LÁZEŇSTVÍ, HOTELNICTVÍ A TURIZMU V OPAVĚ

Slezská univerzita v Opavě, konkrétně Ústav lázeňství, gastronomie a turismu Filozoficko-přírodovědecké fakulty v Opavě uspořádala ve spolupráci s Obchodně podnikatelskou fakultou v Karviné 2. ročník mezinárodní vědecké konference Aktuální trendy lázeňství, hotelnictví a turismu. Záštitu nad konferencí převzal primátor Města Opavy Prof. PhDr. Zdeněk Jirásek, CSc. Cílem konference byla prezentace nových poznatků v oboru,

výměna vzájemných zkušeností účastníků, navázání osobních kontaktů pro další spolupráce mezi univerzitní a odborně-profesní sférou. V rámci dopoledního i odpoledního programu se účastníci věnovali zejména perspektivám rozvoje podnikání v lázeňství, gastronomii a turismu, významu wellness pro provoz lázní a hotelů, kulinářskému cestovní ruch, kvalitě služeb v oblasti cestovního ruchu a odbornému vzdělávání v oboru.

Jedním ze stěžejních bodů dopoledního programu bylo hned úvodní vystoupení na téma České lázně na prahu změn. V něm se MUDr. Eduard Bláha, prezident Svazu léčebných lázní ČR a generální ředitel Lázní Jáchymov a Lázní Luhačovice, věnoval změnám, které českému lázeňství přinesla nedávná změna legislativy v oblasti poskytování lázeňské péče. Nedílnou součástí příspěvku byla prezentace dalších vlivů působících na poskytování léčebné péče včetně uvedení předpokládaných dopadů na lázeňská zařízení. Mezi dalšími body dopoledního programu byla prezentace příspěvku prof. Gúčika z Univerzity Mateja Bela v Bánské Bystrici věnovaná problematice společensky odpovědného chování hotelů. Doc. RNDr. Pavol Plesník, PhD., z Ekonomické univerzity v Bratislavě vystoupil se zajímavým příspěvkem vztahujícím se k valorizaci prostředí pro rozvoj bellness.

Za odborně-profesní sféru vystoupila nejprve RNDr. Kamila Krečmerová, MBA ředitelka Moravskoslezského klastru cestovního ruchu, která uvedla příklady možností spolupráce mezi jednotlivými organizacemi působícími ve více či méně turisticky atraktivních oblastech. Dopolední program uzavřel Ing. Kamil Schaumann, zástupce SD Resort prezentující aktuální trendy ve vzájemné spolupráci mezi cestovními kancelářemi a ubytovacími zařízeními, zejména v oblasti marketinkové podpory.

Odpolední část programu byla věnována jednání ve dvou odborných sekcích, z nichž jedna se zaměřila na problematiku hotelnictví, lázeňství a gastronomie, druhá na cestovní ruch. V rámci sekce Lázeňství a hotelnictví byly mimo jiné prezentovány příspěvky zaměřené na trendy v odborném vzdělávání, přičemž Ing. Liběna Jarolímková, Ph.D. z VŠE v Praze prezentovala dlouhodobý výzkum orientovaný na vnímání přínosů studia pro absolventy VŠE. Doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc. ze Slezské univerzity v Opavě se ve svém vystoupení zaměřil na nový trend vzdělávání – Event management.

Další z příspěvků byly věnovány výzkumům zaměřeným na problematiku hotelnictví. Ing. Et Bc. Michal Motyčka, DiS., Operation manager Hotelu U zlaté studně v Praze přednesl příspěvek na téma Řízení pracovního výkonu v hotelnictví v ČR aplikovaný na podmínky uvedeného hotelu. Doc. Ing. Václav Lednický, CSc. ze Slezské univerzity v Opavě vystoupil s prezentací na téma Vývoj ubytovacích kapacit v Ostravě. Vystoupení Ing. Miroslavy Kostkové, Ph.D. ze stejnojmenné univerzity bylo zaměřeno na významný trend v řízení globální společnosti, a to Uplatňování přístupu CSR v hotelnictví. Jeden ze závěrečných příspěvků Wellness jako prostředek podpory pro rozvoj konkurenceschopnosti lázní přednesla Mgr. Klára Václavínková z pořadatelské univerzity.

V rámci sekce Cestovní ruch účastníci konference vystoupili jak s příspěvky věnovaných problematice vzdělávání, tak i s aktuálními trendy v oblasti CR. Doc. PaedDr. Peter Čuka, PhD. z Prešovské univerzity v Prešově prezentoval téma Dark turizmus jako súčasť reťazca turistických produktov v priestore východného Slovenska. Situaci na Slovensku se rovněž věnoval Doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD. z Univerzity Mateja Bela v Bánské Bystrici ve vystoupení na téma Ciele rozvoja cestovného ruchu na Slovensku v kontexte medzinárodnej konkurencie. Problematice vzdělávání a vzdělanosti byly věnovány příspěvky Mgr. Taťány Karáskové ze Slezské univerzity v Opavě na téma Vzdělanostní vybavenost obyvatelstva okresů Bruntál a Jeseník, dále Doc. Mgr. Petera Stoličného, ArtD. z Vysoké školy obchodní a hotelové v Brně na téma Nové přístupy ke vzdělávání v oboru služeb

a v neposlední řadě vystoupení Ing. Alice Šedivé Neckářové z Vysoké školy polytechnické Jihlava na téma Mezinárodní studentský workshop „Promotion of wellness tourism“.

Na synergický efekt podnikání v CR se zaměřil ve svém vystoupení na téma Cestovní ruch, podnikání, synergický marketing a ekonomický rozvoj Ing. Vladimír Vavrečka, CSc. z Vysoké školy podnikání v Ostravě. Zajímavé byly rovněž příspěvky na téma Environmentální rovina udržitelnosti v podnicích cestovního ruchu Ing. et Ing. Lucie Sáry Závodné, Ph.D. z Univerzity Palackého v Olomouci a Památky UNESCO v cestovním ruchu České republiky Ing. Aleny Zedkové z hostitelské univerzity.

V rámci jednání v sekcích se po jednotlivých vystoupeních rozpoutala se řada živých debat. Mezi příspěvky, které vyvolaly nejzajímavější diskusi, bylo vystoupení Ing. Liběny Jarolímkové, Ph.D., z Vysoké školy ekonomické v Praze, která představila svůj dlouhodobý výzkum, věnovaný zjišťování názorů studentů na jejich osobní motivaci ke studiu, přínos studia v teoretické i praktické rovině. Poznatky o studijních motivech, úhlu rozhledu a dalších souvislostech studia byl v mnohém směru markantní. Z prezentovaných výsledků výzkumu bylo možné identifikovat, jak se studenti posouvají v osobním přístupu ke studiu, vstupu na pracovní trh či ve vnímání pedagogů a jejich výukových metod. Dalším z příspěvků, který přerostl v obsáhlou debatu, bylo téma odměňování a hodnocení pracovníků a péče o zaměstnance Hotelu U zlaté studně v Praze.

Vzhledem k tomu, že se konference zúčastnili zástupci jak soukromých, tak státních subjektů, profesní praktici i pracovníci akademické sféry, byly příspěvky mimořádně odborně fundované a aktuální. Kvalita prezentovaných příspěvků laťku odborné úrovně posunula opět o trochu výš.

***Ing. Eva Vavrečková, Ph.D***
*Slezská univerzita v Opavě*
*Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě*
*Ústav lázeňství, gastronomie a turismu*

## ZAHÁJENÍ ŘEŠENÍ MEZINÁRODNÍHO PROJEKTU HEALTH & WELL-BEING IN TOURISM DESTINATION (WELDEST) VYSOKÁ ŠKOLA HOTELOVÁ V PRAZE

Vysoká škola hotelová v Praze (VŠH) je spoluřešitelem významného mezinárodního projektu WelDest, který je spolufinancován Evropskou komisí a je jedním ze schválených projektů tzv. Lifelong learning Programme vyhlašovaný **The Education, Audiovisual and Culture Executive Agency (EACEA). Projekt WelDest byl zahájen v říjnu 2012 a jeho řešení bude probíhat do září 2014.**

VŠH je zastoupena v projektu WelDest Donnou Dvorak, M.A. z katedry jazyků, Mgr. Věrou Fišerovou a Ing. Lucií Plzákovou Ph.D. z katedry cestovního ruchu. Projekt je řízen University of Applied Sciences v Turku (Finsko) a dalšími spoluřešiteli jsou University College Birmingham (Velká Británie), FH Joanneum, Ch. Husak Consulting (Rakousko), University of Pannonia (Maďarsko) a University of Applied Sciences in Eberswalde (Německo). Řešitelský tým je doplněn celkem šesti vzdělávacími institucemi, dvanácti partnery z řad podnikatelů a osmnácti přidruženými partnery. Partnery projektu jsou na české straně vedle samotné VŠH, která se podílí na spolufinancování, také Orea Vital Hotel Sklář v Harrachově, Centrála cestovního ruchu Východní Moravy a přidruženým partnerem je Česká asociace Wellness.

Hlavním cílem projektu je vytvoření rámce pro komplexní rozvoj „health a well-being“ destinaci, který bude využitelný pro orgány regionální veřejné správy, organizace destinačního managementu a podnikatelské subjekty. Nejedná se pouze o podporu a rozvoj lázeňství nebo zdravotního turismu, ale jedná se o celkový přístup k destinaci z jejího sociálního pohledu. Sociální aspekt zahrnuje jak vnímání destinace ze strany turistů tak i ze strany místního obyvatelstva, kde hlavním motivem projektu je, aby se všichni zúčastnění v dané destinaci doslova „cítili dobře“.

Projekt si mimo jiné klade cíle jako například:

- identifikovat a definovat „health and well-being“ destinaci
- vytvořit rámec pro rozvoj definovaných destinací s důrazem na podporu aspektů týkajících se posílení udržitelnosti turismu především z pohledu sociálního
- popsat nabídku služeb, zdroje (především kompetence lidských zdrojů) a další komponenty typické pro definovanou destinaci, které jsou vnímány jak z pohledu turistů, tak z pohledu místních obyvatel
- podpořit inovační proces v destinacích s důrazem na inovaci služeb a rozvoj destinace
- vytipovat nové podnikatelské příležitosti v destinacích
- podpořit dlouhodobé vzdělávání v oblasti turismu prostřednictvím vytvoření metodické příručky tzv. eHandbooku a založení blogu, jakožto prostoru pro výměnu zkušeností všech zainteresovaných subjektů

**Řešení projektu bylo zahájeno** úvodním setkání řešitelského týmu v Rakousku. Pozornost byla zaměřena především na nastavení plánů všech pracovních skupin, které jsou v projektu stanoveny a na nastavení časového harmonogramu. Velká důležitost byla věnována otázkám výzkumu, jeho zaměření, použití metod a technik, požadovaných výstupů apod. Projekt dává jedinečnou možnost sběru dat, jejich vyhodnocení a komparaci v rámci šesti evropských zemí v otázce řízení destinací zaměřujících se na lázeňství, wellness, sport a další aktivity, které lze považovat za podporující psychické a fyzické zdraví účastníků turismu.

Další setkání řešitelského týmu se uskuteční v České republice, a to v květnu 2013 ve vybrané destinaci s ohledem na téma projektu.

***Ing. Lucie Plzáková, Ph.D.***
*Katedra cestovního ruchu, VŠH Praha*

---

**SPOLEČNÝ PROJEKT VŠPJ V JIHLAVĚ A VŠH V PRAZE**

KOMTUR
eLearning pro posílení kompetencí pracovníků v cestovním ruchu

V dubnu 2013 byla v Jihlavě zahájena realizace projektu KOMTUR - „eLearning pro posílení kompetencí pracovníků v cestovním ruchu“, jehož hlavním cílem je rozšířit nabídku eLearningových vzdělávacích aktivit v oblasti cestovního ruchu v kraji Vysočina prostřednictvím volně přístupných eLearningových kurzů na internetu. Kurzy budou posléze realizovány on-line s plnou podporou tutora (lektora dostupného na internetu) s několika synchronizačními tutoriály. K většímu komfortu účastníků budou dále k dispozici tištěné pracovní sešity a multimediální učebnice na CR-ROM. Kurzy budou také pomocí speciálních aplikací přístupné z mobilních zařízení (telefony, tablety).

Zaměření kurzů je v souladu s provedenou analýzou vzdělávacích potřeb a týká se následujících okruhů témat:

1. Specifika cestovního ruchu v kraji Vysočina
2. Informační technologie v cestovním ruchu
3. Hotelový management
4. Hygiena a environmentální management v ubytovacím a stravovacím provozu
5. Regionální gastronomie kraje Vysočina

Kurzy budou pilotně realizovány od 13. března do 24. dubna 2014. Zájemci se mohou hlásit v průběhu roku 2013 na níže uvedenou adresu.

Projekt je řešen ve spolupráci Vysoké školy hotelové v Praze a Vysoké školy polytechnické Jihlava.

***doc. Ing. Jan Hán, Ph. D.***
*koordinátor projektu*
*e-mail: komtur@vsh.cz*
*tel.: 606 665 119*
*http://komtur.vsh.cz*

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Projekt je spolufinancovaný Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.

číslo projektu: CZ.1.07/3.2.09/04.0005

## STUDENTI OBORU CESTOVNÍ RUCH VŠPJ JIŽ PODRUHÉ NA KUBĚ

Ve dnech 16. ledna až 15. února 2013 se skupina studentů VŠPJ zúčastnila odborné expedice na Kubu, kterou pořádala katedra cestovního ruchu. Měsíční terénní praxe na tomto ostrově v Karibském moři navazovala na první úspěšnou expedici, kterou studenti a akademičtí pracovních katedry absolvovali v roce 2010.

Kuba je zemí, kterou ovládá specifický režim. Hospodářství je sužováno dlouhodobou krizí, ale v současné době zde dochází k řadě změn. Cestovní ruch tvoří jednu z hlavních opor ekonomiky země a lze očekávat jeho další rychlý rozvoj. Narůstající zájem zahraničních turistů o pobyt na Kubě je nesporný. Z hlediska celosvětové turistiky je Kuba považována za strategický trh a vstupní bránu nejen do Karibiku, ale celé Latinské Ameriky.

Trasu a program expedice šestnácti studentů a dvou akademických pracovníků jihlavské vysoké školy připravila podle zadání katedry kubánská organizace cestovního ruchu Cubanacan. Výpravu vedl prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc. Dalším členem pedagogického doprovodu byla RNDr. Eva Janoušková, Ph.D. Skupina během pobytu procestovala celý ostrov, navštívila kulturní i přírodní zajímavosti. Denně probíhala za aktivní účasti studentů výuka o geografii, historii a cestovním ruchu Kuby spojená s elementární výzkumnou činností (dotazníkové šetření, pořízení videozáznamů, doplňující fotodokumentace anebo získání statistických údajů a konkrétních informací). Průvodce skupiny profesor Fernando Molina z Univerzity v Sancti Spiritu je odborníkem na cestovní ruch a současně spolupracovníkem kubánské cestovní organizace Cubanacan. Každý ze studentů zpracovával zadané téma a připravil odborný článek pro tisk. Výstupem expedice budou také bakalářské práce zaměřené na problematiku rozvoje cestovního ruchu na Kubě.

Podrobnější informace o trase a programu expedice „Kuba 2013“ mohou čtenáři najít v minulém čísle časopisu Studia Turistica (2012/Ročník 3/Číslo2).

Zahraniční praxe studentů oboru cestovní ruch mají ve výuce své nezastupitelné místo. Umožňují ověření teoretických poznatků získaných v odborných předmětech nebo uplatnění jazykových znalostí. Studenti získají zkušenost a řadu informací přímo v terénu. Mohou je uplatnit jak v dalším studiu, tak především ve své budoucí profesi.

***RNDr. Eva Janoušková, Ph.D***
*Vedoucí katedry cestovního ruchu VŠP Jihlavě*

**WELLTOUR 2 - IP ERASMUS „PROMOTION OF WELLNESS TOURISM - FOCUS ON ELDERLY“**

Ve dnech 14. – 27. dubna 2013 se studenti oboru Cestovní ruch Vysoké školy polytechnické Jihlava úspěšně zúčastnili druhého ročníku intenzivního programu Erasmu (IPE) s pracovním názvem „Welltour 2“, který proběhl v Estonsku na Tartu Health Care College.

Typickým a unikátním znakem intenzivních programů Erasmu je práce v multinárodnostních a současně multioborových studentských týmech, které po celou dobu akce vedou a směřují akademičtí pracovníci různého odborného zaměření. Dá se říci, že IPE jsou specifickými mezinárodními studentskými workshopy, kde týmy studentů mají za úkol během dvou týdnů zpracovat kompletní projekt založení podniku cestovního ruchu a svůj projekt na závěr akce prezentují na imaginárním business veletrhu. V průběhu akce studenti absolvují sérii odborných přednášek a také exkurzí do zařízení cestovního ruchu, aby do zkoumané problematiky pronikli do nejvíce. Jednacím jazykem je vždy angličtina.

Akce „Welltour 2“ se zúčastnilo pět univerzitních pracovišť z pěti různých evropských zemí – z České republiky, Estonska, Litvy, Polska a Řecka. Odborné zaměření účastníků pokrývalo zvolenou problematiku IPE - byli zde studenti a akademičtí pracovníci specializující se na cestovní ruch, hotelový management, kosmetologii (beauty care) a fyzioterapii. IPE se zúčastnilo celkem 30 studentů a 15 akademických pracovníků (viz Obrázek 1).

**Obrázek 1: Účastníci IP Welltour 2 (zdroj: Danel Jantra)**

Protože druhý ročník IPE byl zaměřen na lázeňství a wellness, kdy zvoleným segmentem trhu byli senioři, každý z národních týmů musel před akcí zpracovat průzkum o seniorech ve své zemi a o jejich aktivitách (kdo je považován za seniora, věková hranice pro odchod do důchodu, demografické charakteristiky populace daného státu, systém péče o seniory,

zákonné regulace lázeňských a wellnes služeb, relevantní služby cestovního ruchu včetně volnočasových aktivit pro seniory, ceny za procedury a pobyty...).

Na začátku IPE každý národní tým prezentoval výsledky svého průzkumu (viz Obrázek 2). Poté se vytvořily mezinárodní týmy a zbytek IPE už studenti pracovali v těchto estonsko-litevsko-česko-polsko-řeckých skupinách (viz Obrázek 3).

**Obrázek 2: Úvodní prezentace týmu studentů VŠPJ (zdroj: Stanislava Pachrová)**

**Obrázek 3: Studenti při práci v mezinárodním týmu (zdroj: Stanislava Pachrová)**

Studenti v průběhu několika prvních dní akce absolvovali řadu odborných přednášek

ke studované problematice: „Why and how elderly population is special?“ od Reet Urban z Tartu Health Care College, „Lecture on ageing population and health issues in Europe“ od Ausry Sukiene z litevské univerzity Kauno kolegia, „Lecture on rehabilitation services for elderly“ od Vaidy Sidlauskaite z Kauno kolegia, „Lecture of sauna culture and sauna procedures“ od provozovatele agrofarmy s tradiční estonskou saunou - a měli možnost si vše vyzkoušet, „Lecture of medicinal herbs for wellness nad health procedures“ v obecním centru obce Kihlepa, „Lecture on establishment of small and medium enterprises for wellness services“ od Piotra Hnidana z polské univerzity WSEIP a „Lecture on marketing of wellness tourism for elderly population“ od Alice Šedivé Neckářové z VŠPJ (viz Obrázek 4).

**Obrázek 4: Přednáška Ing. Šedivé Neckářové pro účastníky IPE (zdroj: Stanislava Pachrová)**

Během IPE studenti navštívili tři různá estonská zařízení, která se specializují na poskytování péče starší klientele (viz Obrázek 5). Zařízení byla vybrána velice zajímavě - studenti měli možnost navštívit dům seniorů ve venkovské oblasti poskytující péči standardního charakteru, viděli zcela nové zařízení zaměřující se na klienty s psychickými problémy a navštívili i velice luxusní zařízení pro starší klientelu, které kombinuje služby domu pro seniory s hotelovými službami.

**Obrázek 5: Účastníci IPE na exkurzi Villou Benitou, luxusním estonským zařízením pro seniory (zdroj: Stanislava Pachrová)**

Na závěr celé akce mezinárodní studentské týmy prezentovaly vypracované projekty založení wellness a lázeňských zařízení specializovaných na seniory (viz Obrázek 6). Všechny prezentace na simulovaném business veletrhu byly velice kvalitní - zajímavé, precizně připravené a doprovázené vtipnými propagačními aktivitami (vlastnoruční video, promo čokolády, propagační letáčky...). Odborná porota složená z akademických pracovníků, kteří na celý průběh IPE dohlíželi, nakonec za vítěze vybrala tým, ve kterém Vysokou školu polytechnickou Jihlava skvěle reprezentovali studenti oboru Cestovní ruch - slečna Kateřina Mirská a pan Jakub Šeps (viz Obrázek 7).

**Obrázek 6: Závěrečná prezentace business plánu studenstkým týmem (zdroj: Stanislava Pachrová)**

**Obrázek 7: Vítězný tým IPE Welltour 2 (zdroj: Stanislava Pachrová)**

Po prezentování výsledků dvoutýdenní práce proběhlo slavnostní ukončení akce, při kterém všichni zúčastnění obdrželi certifikáty dokládající jejich účast na tomto intenzivním programu Erasmus.

IPE ale nejsou pouze nabité prací, dva dny z celé akce jsou vždy určeny pro odpočinek a socializaci účastníků. Během této doby všichni zúčastnění velmi dobře poznali malebné univerzitní město Tartu, navštívili hlavní město Estonska Tallin a prohlédli si jeho historické centrum, jež je zapsáno na Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. Kromě toho byl pro všechny připraven i aktivní program, a to pro odvážné výlet na kánoích (viz Obrázek 8) a pro všechny trek nádhernou bažinatou krajinou estonského národního parku Soomaa.

**Obrázek 8: Účastníci IPE na výletu na kánoích v NP Soomaa (zdroj: Danel Jantra)**

Účast na intenzivním programu Erasmus byla velice přínosná pro všechny zúčastněné. V roce

2014 proběhne další IPE, tentokrát v Polsku – a Vysoká škola polytechnická se opět zúčastní a nabídne tak svým studentům oboru Cestovní ruch získat jedinečné zkušenosti v oboru, v týmové práci i v prezentačních dovednostech.

***RNDr. Mgr. Stanislava Pachrová, Ph.D.***
*katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava*

---

**STUDENTSKÁ VĚDECKÁ ODBORNÁ ČINNOST NA VYSOKÉ ŠKOLE OBCHODNÍ A HOTELOVÉ V BRNĚ**

Centrum transferu inovací a projektové podpory (CTIPP) je novou organizační složkou Vysoké školy obchodní a hotelové, které má za cíl komercializovat výsledky vědeckovýzkumné činnosti v oblasti cestovního ruchu, hotelnictví a gastronomie pod koncepčním vedením prorektora pro vědeckou a výzkumnou činnost a rozvoj. Úzká spolupráce s Laboratoří experimentální a aplikované geografie téže instituce umožňuje i hlubší studium prostorových souvislostí aktivit, které jsou s cestovním ruchem spojeny. Jedním z pilířů CTIPP je práce s nadanými studenty a i z tohoto důvodu začátkem roku spoluorganizovalo 1. virtuální konferenci s názvem „Inovace v cestovním ruchu v kontextu Evropské unie“, primárně určenou pro studenty geografických oborů.

Aktivní podpora studentské činnosti je reprezentována také spoluorganizováním studentského workshopu (studentské vědecké odborné činnosti). Ten proběhl v rámci 6. mezinárodní konference Vysoké školy obchodní a hotelové již jako šestý ročník. Pojetí soutěže se oproti předchozím letům významně proměnilo. V souladu s dlouhodobým záměrem vzdělávací, výzkumné a vývojové činnosti VŠOH se pracovníci Centra pro transfer inovací a projektové podpory zaměřili na možnosti zapojení nadaných studentů 1. a 2. ročníku bakalářského studia do činností výzkumu a vývoje. Prostřednictvím e-learningové platformy školy byla v roce 2012 pro studenty nižších ročníků vypsána témata SVOČ s konzultanty. Čtyři z přihlášených studentů 1. ročníku dokázali svá témata připravit do té míry, že se v roce 2013, jakožto studenti 2. ročníku, plnohodnotně zúčastnili soutěže v konkurenci šesti studentů z 3. ročníku. Souměřitelnost jednotlivých zpracovaných témat zajistil požadavek na odevzdání vědeckého článku, připraveného s využitím vzorové strukturované šablony. Účastníci tak poprvé obhajovali odborné články, zpracované jak na bázi bakalářských prací, tak i řešených výzkumných tématech účelově vypsaných pro SVOČ.

Soutěž proběhla 25. 4. 2013 v prostorách VŠOH, v lokalitě Svážná (Nový Lískovec). Každý z účastníků měl (striktně dodržovaných) 8 minut na představení tématu formou prezentace, po kterém následovaly otázky poroty a dotazy z pléna. Odborné porotě předsedal prof. Ing. Ignác Hoza, CSc., dr.h.c. (prorektor pro vědeckou a výzkumnou činnost a rozvoj) a jejími členy byli prof. PhDr. Vladimír Šefčík, CSc. (vedoucí Katedry ekonomie, ekonomiky a managementu), doc. Ing. Petr Suchánek, Ph.D. z téže katedry, RNDr. Jakub Trojan (vedoucí Centra transferu inovací a projektové podpory) a RNDr. Jan Trávníček (zástupce prorektora pro vědeckou a výzkumnou činnost a rozvoj). Přednesené práce a především následné

odborné diskuze měly vynikající úroveň a studentky i studenti prokázali při náročných dotazech pohotovost i obecný přehled v oboru. Kulisu odpovídající kvalitě soutěže zajistilo zaplněné auditorium a počet posluchačů se v některých fázích soutěže přiblížil sedmi desítkám!

Finanční cenu rektorky VŠOH pro vítěze získala studentka 3. ročníku oboru management hotelnictví Veronika Panáčková s tématem **Trendy a inovácie v hotelierstve (príklad České republiky)**. Autorka kombinuje kvantitativní a kvalitativní metody výzkumu u různých cílových skupin, které vzájemně konfrontuje (manažeři hotelů, klienti hotelových služeb). Práce je založená na kvalitní rešerši zahraniční literatury. Výsledkem je pak návrh metriky potenciálu čtyřhvězdičkových hotelů. Studenti využívali i kreativní postupy - vč. rozeslání doplňkových materiálů či demonstrace bezpečnostního vybavení pro rizikové sporty na živé figuríně. Vzhledem ke kvalitě příspěvků tak byly uděleny dvě mimořádné ceny poroty: Adéle Blažkové za práci **Význam naučných stezek pro rozvoj cestovního ruchu na území CHKO Moravský kras** a Haně Železníkové s tématem **Mykotoxíny produkované plesňami v potravinách a ich vplyv na zdravie človeka**. Adéla Blažková prokázala rozsáhlým terénním šetřením nízký potenciál naučných stezek pro rozvoj cestovního ruchu, Hana Železníková předložila přesvědčivý empirický výzkum časového průběhu kazivosti vybraných potravin za různých podmínek včetně implikací pro gastronomickou praxi.

Účastníci soutěže získali zpětnou vazbu na své práce a vyzkoušeli si obhajobu podobnou státním zkouškám. Díky účasti v soutěži dosáhnou také na svoji první publikaci. Ze soutěžních článků vydá tým editorů z Centra transferu inovací a projektové podpory studentský sborník. VŠOH připravuje pro příští rok rozšíření tohoto modelu studentského workshopu prostřednictvím nabídky účasti studentům jiných škol s příbuznými obory.

***RNDr. Jan Trávníček***
*zástupce prorektora pro vědeckou a výzkumnou činnost a rozvoj*

***RNDr. Jakub Trojan***
*Vedoucí Centra pro transfer inovací a projektové podpory*