

STUDIA TURISTICA

online časopis pro vzdělávání v cestovním ruchu



Prosinec 2014

Vysoká škola polytechnická Jihlava
ISSN 1804-252X

Číslo:	2
Ročník:	5
Rok vydání:	2014
Vydává 2x ročně:	Vysoká škola polytechnická v Jihlavě, Tostého 16, 586 01 Jihlava
Redakce a edice:	RNDr. Jiří Šíp, Ph.D., katedra cestovního ruchu, VŠP Jihlava e-mail: studiaturisticavspj.cz
Grafické zpracování:	Lukáš Mikula
Korektury a úpravy textů:	PhDr. Dana Zažímalová, Ing. Ivica Linderová, PhD., RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.

REDAKČNÍ RADA

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



ČLENOVÉ REDAKČNÍ RADY

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



SEZNAM RECENZENTŮ ČÍSLA

Mgr. Martina Černá, Ph.D., katedra sociální práce, VŠP Jihlava
Ing. Martina Doležalová, katedra cestovního ruchu, VŠP Jihlava
doc. RNDr. Alena Dubcová, CSc., katedra geografie a regionálního rozvoje, PrF, UKF v Nitre
RNDr. Dana Fialová, Ph.D., katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, PŘF, UK Praha
Mgr. Anica Djokić, MBA, katedra cestovního ruchu, VŠP Jihlava
Mgr. Monika Klímová, katedra cestovního ruchu, VŠH v Praze
Ing. Ivica Linderová, PhD., katedra cestovního ruchu, VŠP Jihlava
Ing. Alice Šedivá Neckářová, katedra cestovního ruchu, VŠP Jihlava
RNDr. Mgr. Stanislava Pachrová, Ph.D., katedra cestovního ruchu, VŠP Jihlava
Ing. Petr Scholz, DiS., katedra cestovního ruchu, VŠP Jihlava
doc. RNDr. Jana Spilková, Ph.D., katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, PŘF, UK Praha
Mgr. Bc. Zuzana Šípková, Dobrá rodina o.p.s.



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

OBSAH ČÍSLA

5 Úvodní slovo čtenářům

ODBORNÉ ČLÁNKY

7 **SŁAWOMIR PASTUSZKA**
The importance of 'Kielce trade fair' cluster for the regional development
Význam klastru "Veletř v Kielce" pro regionální rozvoj

15 **PETR CHALUPA, JAROMÍR RUX, MARTIN PROKOP**
Usage of cluster analysis for assessing the quality of life in the european union member countries' capitals
Užití shlukové analýzy pro hodnocení kvality života hlavních měst členských zemí evropské unie

26 **BARBARA HLAVŇOVÁ, HENRIETA PAVOLOVÁ**
Preferované formy propagácie využiteľné v geoturizme z pohľadu sledovaných cieľových skupín
Preferred promotion forms available in geotourism from the perspective of target groups

35 **EVA VAVREČKOVÁ, JIŘÍ VANÍČEK**
Profil návštěvníka lázeňského cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji
The profile of the visitor of spa tourism in the Moravian-silesian region

47 **JAROMÍR RUX, PETR CHALUPA, EVA JANOUŠKOVÁ**
Proměny potenciálu přírodních složek krajiny ve vztahu k cestovnímu ruchu v jednotlivých historických etapách
Transformations of natural landscape components' potential relating to tourism in individual periods of history

TURISTICKÉ ROZHLEDY

57 **PETR CHALUPA, DANA HÜBELOVÁ**
Dominikánská republika – cestovní ráj v kolébce španělské kolonizace Ameriky
Dominican republic - travel paradise in the cradle of latin america colonization

STUDENTSKÉ PRÁCE

- 69** **MARKÉTA BOČKOVÁ**
National park České Švýcarsko

INFORMACE, UDÁLOSTI

75 **PROJEKTY NA VYSOKÝCH ŠKOLÁCH**

Studenti oboru cestovní ruch VŠPJ navštívili již podruhé Zakarpatskou Ukrajinu	75
6. mezinárodní studentský workshop Vysoké školy polytechnické jihlava a partnerské školy Fachhochschule Wien.....	78

83 **AKCE, KTERÉ PROBĚHLY**

86 **AKCE, KTERÉ PROBĚHNOU**



TIP

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



ÚVODNÍ SLOVO ČTENÁŘŮM

Vážení čtenáři našeho odborného časopisu o cestovním ruchu. Předkládáme Vám druhé číslo již pátého ročníku Studia Turistica. Při bilancování tohoto malého jubilea bych rád poděkoval všem aktérům edičního procesu i participujícím autorům, kteří se společně podílejí na stoupající sledovanosti a citovanosti našeho časopisu nejen v Česku, ale i v zahraničí. Jménem redakce a redakční rady přeji všem našim příznivcům mnoho úspěchů v roce 2015 a těšíme se na další spolupráci.

Jiří Šíp, vedoucí redaktor



ODBORNÉ ČLÁNKY

THE IMPORTANCE OF 'KIELCE TRADE FAIR' CLUSTER FOR THE REGIONAL DEVELOPMENT

Sławomir Pastuszka

VÝZNAM KLASTRU “ VELETRH V KIELCE” PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ

ABSTRAKT

The main goal of this paper is to assess impact of the “Kielce Trade Fair” cluster (KTF) on development of the Świętokrzyskie region. As the analysis shows, entities located in the cluster, thanks to mutual cooperation, can overcome a lot of difficulties, which would not be possible to resolve only basis of competition and individual activity. In the years 2008-2012 cooperation of different institutions located in the cluster contributed to improve the attractiveness of the Świętokrzyskie region for business and individual travelers, and consequently to increase number of incoming visitors. The increased inflow of tourists, in turn, caused an increase in employment in enterprises primarily involved in tourism, recreation and entertainment, and consequently affected the socio-economic development of the whole region.

Keywords: “Kielce Trade Fair” cluster, the Świętokrzyskie region, regional development

ABSTRACT

Hlavním cílem tohoto příspěvku je zhodnotit vliv klastru “ Veletrh v Kielce” (KTF) na rozvoj Svatokřížského regionu. Jak ukazuje analýza, subjekty umístěné v seskupení, díky vzájemné spolupráci, mohou překonat mnoho obtíží, které by nebylo možné vyřešit pouze na základě soutěže a individuální aktivity. V letech 2008-2012 spolupráce různých institucí umístěných do tohoto seskupení přispěla ke zlepšení atraktivnosti Svatokřížského regionu pro podnikání a individuální cestovatele a následně vedla ke zvýšení počtu přicházejících návštěvníků. Vzdávající příliv turistů způsobil vzrůst zaměstnanosti v podnikání primárně se zabývajících cestovním ruchem, rekreací a zábavou, což následně ovlivnilo socio-ekonomický rozvoj celého regionu.

Klíčová slova: Klastř “Veletrh v Kielce”, Svatokřížský region, regionální rozvoj

INTRODUCTION

Many countries and regions are trying to support clusters, seeing in them opportunities for further development (*cluster based policy*). Some of clusters make a significant contribution to development of a regional economies (Ministerstwo Gospodarki 2012). Close cooperation of territorially concentrated, in frame of clusters, subjects from service industry conduces the exchange of organizational, systemic and marketing novelties, contributes to the job creation. Also in the Świętokrzyskie region, located on the south-eastern Poland, clusters activity is not indifferent for regional development, including tourism industry (Kusa 2008, p. 511-520). An example is the cluster of Kielce Trade Fair, which the origins of the nature, form of the activity and the impact on the development are presented in this article.

1. CONSTRUCTION PAPER AND RESEARCH METHOD

The main purpose of the article is assessment of the impact of the 'Kielce Trade Fair' cluster on the development of the Świętokrzyskie province. In the paper was set the thesis, that the activity 'Kielce Trade Fair' cluster contributes to the job creation in the region, especially in the service sector, has a positive effect on tourism development in the region and consequently on the regional development. To achieve this goal, the method of analysis of the literature and the method of descriptive statistics were used.

The article explains the concept of the cluster, discusses its advantages and disadvantages. The presents the genesis, evolution and purposes of the Kielce Trade Fair' cluster. Finally, analyzed changes in basic factors (number of tourist objects, number of workplace, number of tourists) concerning services sector related to trade business. A short summary ends the article. In the paper has been used primary and secondary sources. Theoretical basis are the papers of Porter, Martin, Sunley, Rosenfeld, Matusiak, Pietrzyk. Particularly useful were analyzes, reports on the experience of clusters in Poland and abroad, prepared on behalf of directly by the European Commission, Central Statistical Office, Ministry of Regional Development, the Świętokrzyskie Agency for Regional Development, the Gdańsk Institute for Market Economics, Chamber of Commerce "Cluster of Kielce Trade Fair".

2. THEORETICAL ASPECTS OF CLUSTER

2.1 DEFINITIONAL PROBLEMS

The first to introduce the concept of a cluster in the literature was Michael Porter. According to the definition created by this world-famous American economist, clusters are: 'geographical concentration of related enterprises operating in the same or similar businesses and specialized institutions cooperating with them by providing services for their entities: universities, research centres, development agencies and trade organizations' (Porter 2001, p. 246). A cluster is considered a spatial form of production akin to Marshall's industrial clusters, territorial systems of production and growth poles. Therefore, it is a type of a web of related enterprises and many different auxiliary institutions located on a certain territory, which activity often goes beyond one sector of economy (industry, services) (Pietrzyk 2002, p. 52-58). Clusters are created by enterprises, research institutions and local authorities, and organizational solutions they make serve an execution of at least one cluster initiative. The process of inception of a cluster is often shown as its life cycle. At the beginning a cluster forms embryonic cluster. A significant role at this stage of development is assigned to the industry leaders and also to the government activities and auxiliary institutions. Growth cluster – is the next stage of development, which is an extension of a cluster by adding another enterprises, business institutions and research entities. At the third, maturity stage of the development of a cluster, the number of its members diminishes and the solutions used by the enterprises become common. Faltering competitive status of a cluster means that they are at the final stage of their activities (Kładź-Postolska 2013, p. 94-95).

Characteristics, which distinguish a cluster from other forms of organizing production are: spatial concentration, interactivity – relatedness – mutual trajectory of development – competitiveness and cooperation. A synergy effect, which is eliciting multiplicate profits thanks to skillful linking of elements, arises as a result of cooperation between small and medium enterprises (SMEs) and other organizations concentrated in a cluster (Rosenfeld 1996, p. 254-260). Thanks to the synergy effect the resources of not only a cluster but also of the entities remaining beyond it are used more effectively. Its extent of the market rises, as well as organization inside the enterprises and the costs of business activity diminish. Spatial proximity and interactions between different entities (enterprises, entities supporting regional development) operating within a cluster enable mutual learning, absorption and generation of new innovations. Knowledge flow within a cluster is dependent on the trust between certain partners in this cluster. The basis of mutual cooperation between clusters' partners is trust, which may be developed by a direct contacts of firms (common labour groups, seminars, 'coffee together'). Thanks to trust, mutual relationships between certain entities in a cluster are less formal. Partners (entities) co-worked with each other exchange experiences and deepen cooperative involvement (Strzelec 2004, p. 224-225).

2.2 ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF CLUSTERS

Many analysis shows that clusters have a positive effect on the surrounding economy (European Commission 2003). There are three profits, resulting from the operation of a cluster in a certain region, mentioned in particular. One of them is the existence of strong and competitive clusters in a certain area, which contributes to faster development of the region and the growth of society healthiness. Secondly, enterprises concentrated in a cluster have easier access to specialized firms and entities. Thirdly, firms operating in clusters are more innovative, which is the consequence of a closer cooperation with research base and the existence of a strong competitive pressure (from other companies within the cluster) 'imposing' in a way the introduction of some new solutions (Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową 2009, p. 7).

The key advantage of clusters is that they influence positively the creation of innovative and enterprise culture. They are also an attractive place for locating direct foreign investments and an attractive labour market bringing qualified workers (European Commission 2006; Götz 2012). Although, all the enterprises operating in a cluster gain profit, the smaller ones are more likely to gain more profit as, in contrary to big entities, they may compete and cooperate in a group more comfortably. Functioning of clusters releases an additional final effect (the effect of cooperation and competitiveness), which is not visible when an enterprise operates autonomously. It means, that mutually related enterprises, institutions and organizations value more for a local economy than the sum of these entities operating independently. A certain cluster is more competitive, if it has more developed its interorganizational relationships and the bigger are the effects of interfusing knowledge (scientific, technological, practical – non codified) – spillover effects (Gorynia, Jankowska 2007, p. 1-18). A special role in making contacts, relationships and cooperation between certain enterprises within a cluster is assigned to the workers of these firms. As the group of researchers under the direction of Olesiński (2008, p. 7) rightly noted: 'relation is always a thought or activity of a member of one organization towards a member of another organization. It may be watching the other organization, even from behind the fence, but it may also be even accidental but conscious gathering information about functioning of a certain organization and its products. Especially, when the knowledge is usable and is used in a new organization.

Some available examples show that thanks to clusters, many European regions were able to use their potential in substantive businesses, for instance financial services (London), petrochemistry (Antwerp), flowers (the Netherlands), biopharmacy (border region of Denmark and Sweden) (Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową 2009, p. 7). Regions with higher contribution of employment in businesses belonging to strong clusters have noted a higher level of wealth. Acknowledging the positive influence of clusters on economic growth consequently leads to promotion of such types of economic and social structures and lets them be considered in purposes of regional development policy.

Also worth mentioning is the fact that only a top-down intervention of public authorities cannot replace market mechanisms forming presumptions for growth of a certain cluster on a certain area. It means, that promotion growth of clusters is justified only where their embryos are present (clusters of entities, especially enterprises connected with producing and delivering certain kinds of products and services, which start to cooperate) (Plawgo 2007, p.7-9). Correct identification of the future clusters decides on profits resulting from conscious promotion of their operation.

On the other hand, negative aspects of clusters' operation cannot be omitted (Martin, Sunley 2003, p. 5-35). First, there is a threat that clusters, in conducive conditions, may transform into cartel conspiracy, which would give the clients higher prices. Too big concentration of some economy branches may as well discourage other prospective investors from different businesses and may also worsen the condition of natural environment. Subordinating trends of education to the needs of a cluster when there are problems within it, may cause high unemployment of structural nature, hard to reduce (Ministerstwo Gospodarki 2009, p. 7).

3. INFLUENCE OF KIELCE TRADE CLUSTER

3.1 'KIELCE TRADE FAIR' CLUSTER

'Kielce Trade Fair' cluster was created in Kielce in 2008. Its creation was preceded by the analysis of local and regional conditions on the basis of strategic documents of the city and region which enabled identifying strengths of the city and region, having been its chance for further growth, as well as its weaknesses which are a significant barrier in the development of many businesses of the market of the City of Kielce and its surroundings (*Strategia rozwoju Kręgu Branża Targowo-Kongresowa... 2012*). The cluster brings together 78 firms and institutions from exhibition services environment held in Kielce Trade Fair.

Economic subjects operating in the cluster provide a range of services including advisory, exhibition, printing, instructional, promotional, hotel, gastronomic, transport services and also those operating in the area of culture, sport and promotion. Therefore they constitute an indispensable base for the service of exhibition and conference events. Important complements for the cluster are going to be entities from business environment, such as banks, business consulting firms, etc., forming a constituent or cooperating tightly by proper contracts and agreements. Basic funding sources of the cluster are union dues, but KTF also raises funds for implementation of its projects from the European Union.

Schema 1. Structure of 'Kielce Trade Fair' service cluster

Publishing activity	Hotels and gastronomy	Publishing houses and printing
IT	'Kielce Trade Fair' service cluster	Consulting
Instructional activity		Promotion and advertisement
	Transport	Tourism

Source: *Strategia rozwoju Kręgu Branża Targowo-Kongresowa w woj. świętokrzyskim. Diagnoza potencjału konkurencyjności specjalizacja Branży Targowo-kongresowej (BTK) w województwie świętokrzyskim*, Kielce 2012, p. 8.

The purpose of creating the cluster is to escalate competitiveness of the enterprises operating in the area of organization and service of trade events and other assisting services through the extension of the range and scope of services provided by them. The mission of the cluster is to represent economic businesses of its members. Another task is organizing support for the members of the cluster in solving economic, organizational and legal problems concerning running their business activity, facilitating the flow of information and experience between both the firms from related businesses and the educational institutions, as well as running promotional activities for the trade and congress and service cluster.

The ground that joins activities of the entities interested in creating the cluster is trade and exhibition activity of Kielce Trade Fair, the third biggest exhibition center in Central and Eastern Europe (after Poznan and Brunn). Kielce Trade Fair has the second biggest modern conference and exhibition infrastructure at its disposal. It is equipped with plumbing system, electricity, the Internet, specialized ICT services. The size of this trade center is confirmed by many factors, like exhibition space (90 000m²), the number (70) of trade events (i.a. world-famous International Defence Industry Exhibition MSPO – the third defense industry trade in Europe; the biggest plastic processing trade in Central Europe PLASTPOL; International Fair of Road Construction Industry AUTOSTRADA-POLSKA; the biggest trade for Christians in Europe SACROEXPO; the most eagerly visited trade of agriculture AGROTECH), the number (6500) and amount of exhibitors, the size of leased exhibition space (185 000m²) and the associated amount of income (<http://www.targikielce.pl>, January 2014). Along with the trade events there are specialized conferences, congresses, business meetings, cultural and sports events.

3.2 BENEFITS OF KIELCE TRADE FAIR CLUSTER

Benefit of the entities including in the cluster undoubtedly is a possibility of common implementation projects co-financed from EU aid, oriented on enterprise promotion, development of chain cooperation inside and outside the cluster; legal, economy and organizational advisory and making surveys and marketing research; creating and running own economic information systems; running publishing activity; cooperation and exchange of experiences with research centers and self-regulatory organizations and other organizations supporting entrepreneurs.

It is worth noting, that the Kielce Trade Fair cluster brings benefits not only to its immediate entities, but generates a number of positive externalities for the environment and have a positive impact on regional development. It contributes to escalating competitiveness of enterprises operating within the area of organizing and maintaining trade and congress events: firms providing services in hotel, gastronomic, advisory, instructional, promotion, transport, printing and biological regeneration businesses (*Strategia rozwoju Kręgu Branża Targowo-Kongresowa... 2012, p. 8*).

Table 1. The potential for development of various industries in the context of specialization Fair and Congress

Description of services	Supply chain	Complementarity	Compounds of location
Exhibition	x	x	x
Conference-Congress	x	x	x
Accommodation	x	x	x
Gastronomy	x	x	x
SPA&Wellness	x	x	x
Brokerage	x	x	x
Advertising and promotion	x	x	
Printing	x	x	
Training and consulting	x	x	x

x- means a positive impact of the BTK specialization on the type of services

Source: *Innowacyjne specjalizacje województwa świętokrzyskiego*, GEOPROFI, Warszawa 2010, p. 26.

Since the time of creation till 2012 there was a significant growth in accommodation, sports and recreation, gastronomy and SPA&Wellness services in the Świętokrzyskie region. The biggest quantitative growth of tourist objects was within the group of motels and hotels. In 2012, hotels had 9 indoor swimming pools, 20 gyms, 17 tennis courts, 30 volleyball or basketball courts, 2 rooms to play mini golf, 35 rooms to play billiard, 31 saunas and 4 solariums.

Table 2. Accommodations and food service facilities in the Świętokrzyskie region in the years 2008 and 2012

Accommodations and food service facilities	2008 [unit]	2012 [unit]	Change 2008-2012 [%]
Hotels	41	73	178
Motels	6	12	200
Guests houses	6	7	117
Restaurants	58	89	153
Bars and cafes	55	55	10
Canteens	24	30	125
Dining outlets	10	6	-40

Source: *Self-reported data form Central Statistical Office*

The growth of entertainment as well as accommodation and gastronomy base in Świętokrzyskie region influenced positively on the employment rate in enterprises providing services in businesses related to trade and congress activity. The biggest rise in the number of employment was noted in enterprises, which activity is related to culture, entertainment, recreation, education and administration. A drop in employment in other businesses is probably the result of worse situation on the labour market caused by the global economic crisis.

Table 3. Employed in the service sector related to trade and congress business in 2009 and 2012

Businesses	Number of employees in 2009	Number of employees in 2012	Change 2009-2012 [%]
Trade, vehicle repairs	59313	57529	-3,0
Transport, vehicle repairs	19559	19492	-0,3
Accommodation and gastronomy	5264	5249	-0,3
Information and communication	2874	2795	-2,8
Insurance and financial activity, property market services	9697	9053	-6,6
Professional, science and technical activity	8640	9280	7,4
Administration and support activities	8475	9148	7,9
Education	32959	31575	-4,2
Healthcare	26494	28438	7,3
Activities related to culture, entertainment and recreation	3753	4099	9,2
Other services	4997	5020	0,5

Source: *self-reported data form Central Statistical Office*

A quantitative and qualitative improvement of the accommodation infrastructure in Świętokrzyskie in the analyzed period corresponds to the rise of the number of accommodations provided to domestic tourists. During that time the number of accommodations given to foreign tourists almost did not change.

Table 4. Accommodation provided in tourist accommodation facilities in the years 2008 and 2012 [in thousands]

Specification	Tourists total			Domestic tourists			Foreign tourists		
	2008	2012	Change 2008-2012, [%]	2008	2012	Change 2008-2012, [%]	2008	2012	Change 2008-2012, [%]
Poland	56645,5	62014,9	109,5	46472,3	53281,3	114,6	10173,2	11876,6	116,7
Świętokrzyskie region	1072,5	1347,5	125,6	1008,3	1283,4	127,3	64,2	64,0	99

Source: *Turystyka w 2008r*, GUS, Warszawa 2009; *Turystyka w 2012r.*, GUS, Warszawa 2013.

SUMMARY

The analysis showed a positive influence of Kielce Trade Fair cluster on the development of the Świętokrzyskie region. Thanks to the activity of the cluster was built a network cooperation between entities operating in trade and congress business (located primarily in Kielce and nearest surroundings) and business environment institutions – universities, research units, business support institutions and public administration. Network cooperation within the cluster contributes to the improvement of organization inside economic entities and reduces costs of business activity, influences development of accommodation, gastronomy and touristic base in the Świętokrzyskie voivodeship.

What is important, mutually connected enterprises and organizations in KTF cluster supporting business constitute greater value for regional economy of Swietokrzyskie region than the sum of these entities operating separately. The entities, operating in KTF group, may overcome many problems, which would not be possible only on the basis of competition and independent activity. Mutual cooperation of entities located in the cluster leads to improvement in attractiveness the Świętokrzyskie voivodeship for individual and business tourists, and consequently to increase the number of tourists visiting the region. Greater influx of tourists causes increase in need for workers, who can serve tourists, and contributes to the rising incomes of inhabitants and entities dealing with tourism and recreation, and consequently affects social and economic development of the whole Świętokrzyskie region.

REFERENCES

- [1] Bank Danych Lokalnych, Główny Urząd Statystyczny (Central Statistical Office).
- [2] Final Report of the Expert Group on Enterprise Clusters and Networks, European Commission, Enterprise Directorate-General, Brussels 2003.
- [3] GORYNIA M., JANKOWSKA B., Wpływ klastrów na konkurencyjność i internacjonalizację przedsiębiorstw, „Gospodarka Narodowa”, 2007, Nr 7-8.
- [4] GÖTZ M., ATRAKCYJNOŚĆ klastra dla lokalizacji bezpośrednich inwestycji zagranicznych, Instytut Zachodni, Poznań 2012.
- [5] Innobarometer on cluster’s role in facilitating innovation in Europe. Analytical Report, European Commission, Eurobarometer 2006.
- [6] Innowacyjne specjalizacje województwa świętokrzyskiego, GEOPROFI, Warszawa 2010.
- [7] Kierunki i polityka rozwoju klastrów w Polsce, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2009.
- [8] KŁADŹ-POSTOLSKA K., Współpraca w klastrach w różnych fazach ich cyklu życia, „Gospodarka Narodowa” 2013, Nr 11-12.
- [9] Krajowy Program Reform. Europa 2020. Aktualizacja 2012/2013, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa kwiecień 2012.
- [10] KUSA R., Uwarunkowania rozwoju klastrów turystycznych, w: Zarządzanie organizacjami w gospodarce opartej na wiedzy. Kluczowe relacje gospodarki opartej na wiedzy, B. Godziszewski (red.), TNOiK, Toruń 2008.
- [11] MARTIN R., SUNLEY P., Deconstructing clusters: chaotic concept or policy panacea? ”Journal of Economic Geography”, 2003, Vol. 3.
- [12] OLESIŃSKI Z., Strategia rozwoju klastrów w województwie świętokrzyskim, Centrum Rozwoju Klastrów Świętokrzyskich, Świętokrzyska Agencja Rozwoju Regionalnego, Kielce 2008.
- [13] PIETRZYK I., Polityka regionalna Unii Europejskiej i regiony w państwach członkowskich, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
- [14] PORTER M., Porter o konkurencji, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2001.
- [15] ROSENFELD S.A., Does cooperation enhance competitiveness? Assessing the impact of inter-firm collaboration, “Research Policy”, 1996, Vol. 25.
- [16] STRZELEC J., Regionalna strategia innowacji województwa świętokrzyskiego, w: P. Bury (red.), Dylematy polskiej polityki społeczno-gospodarczej. Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Kielce 2004.
- [17] Strategia rozwoju Kręgu Branża Targowo-Kongresowa w woj. świętokrzyskim. Diagnoza potencjału konkurencyjności specjalizacja Branży Targowo-kongresowej (BTK) w województwie świętokrzyskim, Kielce 2012.
- [18] Rozwój struktur klastrowych w Polsce Wschodniej, B. Plawgo (red.) Raport, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2007.
- [19] Turystyka w 2008r, GUS, Warszawa 2009.
- [20] Turystyka w 2012r., GUS, Warszawa 2013.
- [21] Wykorzystanie koncepcji klastrów dla kształtowania polityki innowacyjnej i technologicznej państwa. Rekomendacje dla polityki stymulowania rozwoju klastrów w Polsce, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową w Polsce, Gdańsk 2009.

CONTACT

Sławomir Pastuszka

Faculty of Management and Administration

The Jan Kochanowski University in Kielce

e-mail: bzfe23@kielce.uw.gov.pl

USAGE OF CLUSTER ANALYSIS FOR ASSESSING THE QUALITY OF LIFE IN THE EUROPEAN UNION MEMBER COUNTRIES' CAPITALS

Petr Chalupa
Jaromír Rux
Martin Prokop

UŽITÍ SHLUKOVÉ ANALÝZY PRO HODNOCENÍ KVALITY ŽIVOTA HLAVNÍCH MĚST ČLENSKÝCH ZEMÍ EVROPSKÉ UNIE

ABSTRACT

Quality of life is a complex and very broad concept. It is difficult to cover it for its multidimensionality and complexity. In 2013 a Eurostat's survey („Eurobarometer“) has been published; it has been conducted also in 2004, 2006, and 2009 and it assessed the European inhabitants' quality of life. The contents of this submission are results of the cluster analysis of data provided by Eurostat, relating to the 28 capitals of the European Union member countries. In this context we address the capital of Czech Republic and the included city of Ostrava. The result is a grouping of objects (capitals) based on the examination of physical, social and psychological conditions determining the quality of life – a healthy and satisfying life of the inhabitants in the individual cities. The findings can inspire not only the settlement geographers and urban planners, but also creators of urban policies and civic organizations to solve issues by a cooperation of selectively chosen cities and to select an integrated approach for solving similar issues.

Keywords: Cluster Analysis, Eurobarometer, Quality of Life, European Union Countries' Capitals

ABSTRAKT

Kvalita života je složitý a velmi široký pojem. Je těžko uchopitelný pro svou multidimenzionalitu a komplexnost. V roce 2013 byl publikován průzkum Eurostatu („Eurobarometr“), který proběhl i v roce 2004, 2006 a 2009 a zabýval se hodnocením kvality života obyvatel Evropy. Obsahem příspěvku jsou výsledky shlukové analýzy dat poskytnutých Eurostatem, které se týkají 28 hlavních měst členských států Evropské unie. V této souvislosti se detailněji zabýváme hlavním městem České republiky a zařazeným městem Ostravou. Výsledkem je seskupení objektů (hlavních měst) na základě šetření materiálních, sociálních a psychologických podmínek pro určení kvality života - zdravého a spokojeného života obyvatel v jednotlivých městech. Poznatky mohou inspirovat nejen sídelní geografy a urbanisty, ale také tvůrce městské politiky a občanská sdružení k řešení problémů ve vzájemné spolupráci selektivně vybraných měst a volit integrovaný přístup k řešení obdobných problémů.

Klíčová slova: Shluková analýza, Eurobarometr, kvalita života, hlavní města zemí Evropské unie

INTRODUCTION

Quality of life is a term usually well understood in one's personal life, but the general definition of this term is difficult. Quality of life surveys have become known to the wider professional community as a relatively new topic approximately from 1960 onwards. (Potůček et al. 2002, p. 72) Quality of life is defined by E. Heřmanová as "*a reflection of objective environmental conditions (external environment) and a self reflection (internal environment) of human in the context of cultural, value, social, and spatial (geographic) systems and in relation to individual motivations, abilities, goals, and expectations.*" (Heřmanová, E. 2012) Quality of life discusses the needs, their satisfaction, human values, and their individual value ladders. Theories of needs are closely linked with theories of motivation. (Alderfer, C. 1972; Herzberg, F. et al. 1957; Maslow, A. H. 1954; McClelland, D. C. 1975) The quality of life concept began to appear and to be explored in various scientific disciplines since the second half of the last century. Initially, the object of interest was mainly the material aspect of life of society as a whole (based on an objectified concept of quality of life). However, we can gradually note a growing stream of non-materialistic aspect research and a shift to subjective perception and assessment of quality of life of the individual itself (Rapley, M. 2003) The form of the prevailing values in the society is the building block of the quality of life. Individual values may not be consistent with societal values, for each member of society gives different meanings to different values. Quality of human life is currently being assessed especially from an economic point of view (gross domestic product size per capita, cost of the consumer basket, etc.) and performed particularly through selected indicators. They allow identifying the status and trends on different levels (local, regional, national, and international), conveying summary information about the environmental, demographic, social, economic, and other important phenomena. To capture the development of the European cities inhabitants' quality of life a Eurostat's survey ("*Eurobarometer*") has been published in 2013 – it was conducted in the period from 15th November to 7th December 2012 and it has been conducted also in 2004, 2006, and 2009 – assessing the European inhabitants' quality of life. The aim of this research was to collect more than 300 input data from three hundreds of European cities. Given the large number of respondents included in the Eurostat's survey, the data can be considered as representative. For its part is a quality of life perception of 41,137 respondents (by which is meant e.g. the employment, environment, housing, transport, culture, urban services, and immigration) from 79 European cities and four urban agglomerations (Athens, Paris, Lisbon, Manchester). In addition to cities in the European Union, this survey also includes model cities in Iceland, Norway, Switzerland, and Turkey. In every country (except Switzerland) the capital city and one to six other cities are surveyed. In the Czech Republic, Prague and Ostrava have been included into research. By comparing the most recent edition with previously published studies it firstly documented the changing of the quality of life perception in European cities over time and secondly we can analyze the individual national assessments. A huge amount of published input data referred in such a large study, however, makes it difficult for the user to complete a comprehensive assessment, comparing the quality of life of cities and their grouping by data similarity. Accurate, reliable, and theoretically satisfactory measurement of quality of life, which the most experts will agree on, does not exist yet. (Machovec, M. 2002) The measurement of quality of life objective aspect is currently conducted particularly by using selected indicators. Quality of life objective measurement using indicators focuses mainly on quality of life presumed sources.

There exists an interactive relation between quality of life and tourism. Tourism may create job opportunities, thus it can affect economical status of the city and quality of life of the inhabitants. Concurrently too intensive expansion of tourism may cause some negative phenomena and decrease quality of life in the city. We can mention e.g. tourist ghettos.

The aim of our research – on the basis of data published by Eurostat – is to group the 28 capitals of the European Union countries by the perception of their citizens' quality of life based on 28 pieces of data acquired by an opinion poll among 41,137 respondents.

The cluster analysis, a method that allows the input data matrix set of object to be distributed into several clusters, has been selected for execution of the research. Hierarchical clustering result is best viewed as a tree diagram, dendrogram. Distances between clusters are derived from the distances between objects.

The output therefore is the given groupings of the European Union member countries capitals and their comprehensive characteristics.

PRAGUE AND OSTRAVA IN EUROSTAT'S SURVEY

The published Eurostat's survey in 2013, when not only the capitals have been surveyed, shows that 80% of Europeans are satisfied with life in their city. Despite that fact, the negative development occurs as a result of the economic crisis with impacts on human well-being and way of urban life. Assessment of public areas, urban greenery, city cleanliness, housing quality, and sense of security was generally consistent in most respondents. However, the answers for many other questions vary. The most satisfied are residents of Aalborg, Denmark where the satisfaction was expressed by 99 percent of inhabitants. Right behind there is Hamburg, Germany, non-EU Zurich, Switzerland, and Oslo, capital of Norway and Copenhagen, capital of Denmark. The least happy residents live in Athens (only 52%), also in Naples, Italy (65%), and Palermo, Sicily (71%). 90% of the inhabitant of Prague are satisfied with life in Prague, which ranks the Czech capital roughly in the middle of the 83 surveyed European cities ranking. The results thus reveal the strengths and weaknesses of some cities. They confirm that there are still large differences in inhabitants' view on quality of life, not only between European cities, but even between the cities within individual countries, example of which can be the surveyed Czech cities of Prague and Ostrava. In accordance with the other European cities we can say that 90% of the inhabitants of Prague and 80% of the inhabitants of Ostrava is generally satisfied with life in their city. But for Ostrava it means the seventh worst place among the surveyed cities and especially troubling it is when compared to 2009, when a decrement by 13% occurred. Prague citizens report the lowest satisfaction with streets and buildings, in Ostrava there is the least satisfaction with sports facilities. The perception of the housing situation is worse in Prague than in Ostrava. Seven out of ten respondents in Prague disagree with the statement that it is easy to find good housing at a reasonable price in the city. The perception of the housing situation in Prague decreased slightly compared to the survey conducted in 2009. In the case of Ostrava it is less than half of the respondents. Noticeable is the difference in the labor market situation. In Prague only a third of respondents disagreed with the statement that it is easy to find a job in the city. For Ostrava it is four fifths of the inhabitants. As for satisfaction levels with the presence and integration of foreigners, the both cities are in the bottom half of the cities surveyed. (A similar situation can be seen also in Slovak capital Bratislava and the city of Košice.) Prague residents feel safer in their city than Ostrava residents. Ostrava belongs among the 10 lowest-rated cities. Despite this fact seven out of 10 respondents in both cities agree with the statement that people in the city can be trusted, which is slightly better result than in 2008. Quite alarming is the fact that Prague has the second lowest proportion of respondents from all the 83 cities surveyed; only this proportion of respondents agrees with the statement that public administration can be trusted. Respondents living in both cities of the Czech Republic are relatively satisfied with green areas in their cities. Satisfaction with the quality of air in Ostrava is the lowest of all 83 cities surveyed. (It is 93% in Ostrava, 82% in Bucharest, 81% in Krakow, 76% in Athens, 73% in Madrid, 71% in Sofia, and 70% in Graz.) In conclusion of this section it may be noted that in comparison with other European cities the overall level of satisfaction in both Czech cities is average; in relation to foreigners and their coexistence it is rather slightly below average. An investigation of the Public Opinion Research Center from April 2014 states that the Republic currently has about 430,000 foreigners, which is not much. (For example, the population of Luxembourg has 42% of foreigners.) There is a far too much foreigners living in the Czech Republic, believes 51% of Czechs, and only one percent believes that there are only little foreigners on the contrary. As is also clear from the survey, 62% of Czechs do not agree with allowing to settle in the Czech Republic to anyone who asks for it. Among the most important crisis factors of quality of life the respondents in Prague include their personal safety; the respondents in Ostrava rank among it the air pollution and unemployment issues. For example solving the issues of the mining decline in the Paskov mine becomes a comprehensive matter already now. Dismal situation will not improve significantly if the large metallurgical and engineering companies negatively affecting the environment in the Ostrava region just compensate their effects by paying or at least significantly contributing to various beneficial activities in the region. (This includes nonprofit and charitable organizations, promotion of culture, regional nonprofit organizations, education or corporate volunteerism, and funds for children's curative stays.) The solution to the issues in Ostrava would be to develop in collaboration with other European Union member countries – especially with Poland – a long-term vision and development

plan which would address in symbiotic interdependence not only environmental issues, but also decline in coal mining, employment, and resulting social situation of the inhabitants.

RESEARCH OBJECTIVE, INPUT DATA, PROCESSING METHOD

We have processed selective data from survey conducted by Eurostat ("*Eurobarometer 2012*") assessing the European inhabitants' quality of life. We have deliberately selected data related to the capitals of the European Union countries. Grouping of objects (capitals) based on the examination of physical, social and psychological conditions determining the quality of life – a healthy and satisfying life of the inhabitants in the individual cities. The results can inspire not only the settlement geographers and urban planners, but also creators of urban policies and civic organizations to solve issues by a cooperation of selectively chosen cities and to select an integrated approach for solving similar issues.

The surveyed cities were divided by number of inhabitants into groups labeled (S, M, L, XL, XXL, GLOBAL) which in reality represents the following:

S:	50,000 – 100,000 inhabitants
M:	100,000 – 250,000 inhabitants
L:	250,000 – 500,000 inhabitants
XL:	500,000 – 1,000,000 inhabitants
XXL:	1,000,000 – 5,000,000 inhabitants
GLOBAL:	more than 5,000,000 inhabitants

Cluster analysis has been used as the grouping method. (For it, unlike for the cluster analysis, 27 pieces of input data has been used. From the total set of input data, the survey assessment "*the city is committed to fight for climate change*" has been omitted.) For aggregation of sub-criteria for assessing individual aspects the simple average method has been used – weight of criteria has been considered irrelevant – subsequently for the overall assessment their simple sum has been used. To verify the effect of the absolute number of city inhabitants and its proportion of the country total population, the city population density, and the city area has on the assessment quality, those geodemographic data have been processed by cluster analysis. The resulting groups have been confronted with the groups obtained by cluster analysis of 28 pieces of basic data. The cluster analysis allows the input data matrix set of object to be distributed into several clusters (in detail see Hendl, L. 2006). Either objects or variables can be grouped. As a basis we are using the data matrix of X type $n \times p$ where n is the number of objects and p is the number of variables. Let the number of clusters be labeled k . Let's consider various decompositions of the set of n objects into k clusters. The aim is to achieve a situation where the objects within a cluster are similar to each other as much as possible and objects from different clusters are similar to each other as little as possible. We are using the distance measure to evaluate the degree of the objects similarity. If we calculate mutual distances for all pairs of n objects, a symmetrical square matrix of distances of type $n \times n$ is created. Euclidean distance can be used for quantitative variables

$$D_E(x_i, x_{i'}) = \sqrt{\sum_{j=1}^p (x_j - x_{i'j})^2}.$$

The most common procedure of the cluster analysis is a hierarchical clustering, i.e. creating a hierarchical sequence of decompositions (in detail see Hebák, P. 2007) Hierarchical clustering result is best viewed as a tree diagram, dendrogram. Distances between clusters are derived from the distances between objects. There are several agglomerative procedures, e.g. Ward method based on Ward's criterion of decomposition quality. The criterion for joining clusters is the increment of total intergroup sum of observations squared deviations from the cluster average, where this increment is expressed as the sum of squares in the emerging cluster minus the sum of squares in the dissolving clusters. The increment is expressed as the product of the

Euclidean distance between the centroids of clusters considered for coupling and a coefficient dependent on the size of clusters.

In the study, 28 cities have been surveyed using 28 indicators (see table 1). Based on matching, they have been divided into qualitatively different groups within five areas (see table 2). 28 pieces of input data which are divided into five thematic focus groups is at first successively processed using the cluster analysis and subsequently their batch processing is performed.

Table 1: Data input areas

1	Overall satisfaction with living in the city
2	Satisfaction with public transport
3	Satisfaction with health services, doctors, etc.
4	Satisfaction with sports facilities
5	Satisfaction with cultural facilities
6	Satisfaction with education and other educational facilities
7	Satisfaction with the condition of trees and buildings in the neighborhood
8	Satisfaction with public areas (shops, etc.)
9	Satisfaction with the availability of retail stores
10	How easy it is to find work in the city
11	How easy is to find housing at a reasonable price in the city
12	Presence of foreigners for the city
13	Foreigners living in the city are well integrated
14	Safety in the city
15	Safety in the neighborhood
16	Generally speaking, the people in the city can be trusted
17	Generally speaking, the people in the neighborhood can be trusted
18	Administrative system is effective
19	Generally speaking, the public administration of the city can be trusted
20	Satisfaction with the quality of air
21	Satisfaction with noise
22	Satisfaction with cleanliness
23	Satisfaction with green areas (parks, gardens)
24	The city is committed to fight for climate change
25	Satisfaction with life which the respondent leads
26	Satisfaction with the place where the respondent lives
27	Satisfaction with the financial aspect of the respondent's household
28	Respondent's satisfaction with his work

Source: *own results*

Table 2: Groups

Group A (services and infrastructure)	2, 3, 4, 5, 6, 8, 9
Group B (environment)	20, 21, 22, 23, 24
Group C (living conditions of inhabitants)	10, 11, 25, 27, 28
Group D (coexistence with foreigners, integration, and inhabitants safety)	12, 13, 14, 15, 16, 17
Group E (the city and its administration)	1, 7, 18, 19

Source: *own results*

SUMMARY, RESULTS

Following tables 3 up to 7 show cluster analysis results with respect to previously stated groups A, B, C, D and E. The same number denotes the cities grouped into one cluster.

Table 3: Services and Infrastructure			Table 4: EnvironmentLiving			Table 5: Conditions of Inhabitants		
Helsinki	90.450	1	Luxembourg	97.847	1	Helsinki	93.165	1
Amsterdam	90.065	1	Helsinki	86.914	1	Stockholm	91.452	1
Prague	83.582	2	Vienna	85.390	1	Luxembourg	88.006	1
Stockholm	82.896	2	Ljubljana	82.828	1	Copenhagen	85.658	1
Luxembourg	80.931	2	Stockholm	81.862	1	Vienna	84.565	1
Copenhagen	80.746	2	Dublin	79.668	1	Paris	83.826	1
Vienna	80.703	2	Riga	78.548	1	Amsterdam	82.580	1
Ljubljana	78.281	2	London	77.766	1	Prague	78.544	2
Paris	77.046	2	Copenhagen	74.884	1	Warsaw	76.149	2
London	73.339	3	Amsterdam	71.990	1	Berlin	73.199	2
Dublin	72.761	3	Zagreb	71.500	1	London	71.448	2
Berlin	70.972	3	Vilnius	66.407	2	Bratislava	70.216	2
C. of Brussels	69.308	3	Tallinn	65.403	2	Ljubljana	69.524	2
Warsaw	64.483	4	Berlin	62.164	2	C. of Brussels	67.720	2
Riga	63.487	4	Nicosia	60.193	2	Dublin	61.824	3
Zagreb	60.934	4	Warsaw	59.185	2	Tallinn	59.637	3
Tallinn	58.027	4	C. of Brussels	53.740	2	Vilnius	56.955	3
Nicosia	54.867	4	Prague	43.789	3	Sofia	56.850	3
Vilnius	53.002	4	Lisbon	42.444	3	Riga	55.966	3
Budapest	51.108	4	Paris	40.775	3	Nicosia	55.734	3
Lisbon	46.369	4	Valletta	36.273	3	Bucharest	55.254	3
Madrid	43.535	4	Budapest	33.832	3	Rome	55.192	3
Rome	37.553	4	Bratislava	30.554	3	Zagreb	50.448	3
Sofia	37.129	4	Madrid	30.313	3	Madrid	49.732	3
Bratislava	36.647	4	Rome	27.525	3	Lisbon	43.839	4
Bucharest	32.907	5	Sofia	25.188	3	Valletta	39.568	4
Valletta	32.851	5	Bucharest	18.340	4	Budapest	32.514	4
Athens	14.206	5	Athens	4.128	4	Athens	0.000	5

Source: own results

Table 6:
Coexistence with Foreigners, Integration, and Inhabitants' Safety

Copenhagen	93.498	1
Luxembourg	92.291	1
Helsinki	89.781	1
Ljubljana	89.307	1
Stockholm	88.470	1
Amsterdam	79.916	2
Zagreb	79.116	2
Vienna	78.241	2
Dublin	72.741	3
Madrid	71.395	3
Paris	69.112	3
Valletta	68.898	3
Berlin	67.596	3
London	67.147	3
Lisbon	66.968	3
Warsaw	65.863	3
Tallinn	65.625	3
Vilnius	61.686	3
Budapest	60.601	3
Prague	59.401	3
Bratislava	56.521	4
C. of Brussels	53.454	4
Riga	50.755	4
Nicosia	49.881	4
Bucharest	49.861	4
Rome	49.623	4
Sofia	40.061	4
Athens	5.497	4

Table 7:
The City and Its Administration

Luxembourg	98.889	1
Copenhagen	85.596	2
Stockholm	82.592	2
Vienna	81.316	2
Helsinki	79.933	2
Amsterdam	73.899	3
Ljubljana	68.705	3
Valletta	67.614	3
London	67.327	3
C. of Brussels	66.793	3
Paris	66.362	3
Nicosia	63.162	4
Budapest	59.740	4
Berlin	56.161	4
Warsaw	55.269	4
Dublin	51.980	4
Riga	49.870	4
Lisbon	49.581	4
Zagreb	44.156	5
Vilnius	43.677	5
Prague	43.310	5
Madrid	43.270	5
Tallinn	40.560	5
Sofia	40.443	5
Bratislava	34.097	5
Bucharest	33.838	5
Rome	16.827	6

Source: own results

QUALITY OF LIFE IN EU CAPITALS

All the capitals of the European Union member countries have been assessed using cluster analysis based on demographic data relating to:

- total number of inhabitants
- city area
- population density per km²
- proportion of number of inhabitants to total number of country inhabitants

Following tables 8 and 9 show cluster analysis results with respect to number of inhabitants and quality of life. The same number denotes the cities grouped into one cluster.

Table 8: Number of Inhabitants and Area

City	Number of Inhabitants	Group	City	Area in km2	Group
London	8,173,194	1	London	1,572	1
Athens	3,827,624	2	Rome	1,285	2
Berlin	3,396,990	2	Paris	1,200	2
Madrid	3,270,000	2	Sofia	1,178	2
Rome	2,800,000	2	Berlin	891.82	2
Paris	2,233,818	2	Helsinki	715.49	3
Budapest	1,740,000	3	Zagreb	641	3
Warsaw	1,720,781	3	Madrid	607	3
Vienna	1,714,142	3	Budapest	525	3
Bucharest	1,628,426	3	Warsaw	517	3
Sofia	1,260,954	3	Prague	496	3
Prague	1,246,780	3	Athens	427	3
Stockholm	829,417	4	Vienna	414.65	3
Amsterdam	799,278	4	Vilnius	401	3
Zagreb	792,875	4	Stockholm	377.3	3
Riga	703,262	4	Bratislava	367.9	3
Helsinki	614,074	4	Riga	307	3
Vilnius	560,200	4	Ljubljana	275	3
Lisbon	545,137	4	Bucharest	228	3
Copenhagen	530,902	4	Amsterdam	219.07	3
Dublin	527,612	4	Tallinn	159.2	4
Bratislava	462,603	4	Dublin	114.9	4
Tallinn	411,900	4	Nicosia	111	4
Nicosia	310,335	4	Copenhagen	88.25	4
Ljubljana	281,000	4	Lisbon	85	4
C. of Brussels	162,000	4	Luxembourg	51.46	4
Luxembourg	103,641	4	C. of Brussels	32.61	4
Valletta	6,300	4	Valletta	0.8	5

Source: own results

Using the cluster analysis created groups where the limiting factor is the number of inhabitants (see tab. 8). During clustering four basic groups are created relatively quickly, then the 3rd one joins with the 4th one, further London with the 2nd one. As it can be seen from the length of the connecting lines in the dendrogram, the difference between these two groups is essential. A comprehensive and summary assessment of the quality of life in the European Union member countries' capitals by cluster analysis (see tab. 9) gave rise to qualitatively different groups.

Table 9: Quality of Life in EU Capitals – Groups

Luxembourg	457.964	1	Dublin	338.974	3
Helsinki	440.243	1	Paris	337.121	3
Stockholm	427.272	1	Berlin	330.092	3
Copenhagen	420.382	1	Warsaw	320.949	3
Vienna	410.215	1	C. of Brussels	311.015	3
Amsterdam	398.450	1	Prague	308.626	3
Ljubljana	388.645	1	Zagreb	306.154	3
London	357.027	2	Riga	298.626	3
Lisbon	249.201	4	Tallinn	289.252	3
Valletta	245.204	4	Nicosia	283.837	3
Madrid	238.245	4	Vilnius	281.727	3
Budapest	237.795	4	Sofia	199.671	5
Bratislava	228.035	4	Bucharest	190.200	5
Athens	30.744	6	Rome	186.720	5

Source: *own results*

Figure 1: Map of Country Groups



Source: *own results*

Cluster analysis of the European Union capitals' demographic data and "quality of life" data complex acquired by an opinion poll confirm that the number of inhabitants, population density, and city area do not have

a significant impact on forming the attitudes of inhabitants to quality of life. Furthermore it indicates the privileged position of London. This is also reflected significantly in the second isolation of the capital, namely in the case of Greece. In the geographical distribution of the assessment level, the Southern European cities identified themselves as the second area. (The Central European Vienna is also assigned into this group.) The third specific group consists of cities lying in an elongated region of Central Europe – from Paris, through Brussels, Berlin, Prague, and Warsaw. This group contains Dublin, Baltic countries' capitals, Nicosia and Zagreb). The fourth area, which can be divided into two subgroups, consists of the cities in the southern part of Europe (e.g. in Rome there are 68 cars for 100 inhabitants, 55 people a year die in car accidents, and the Romans produce 660 kg of waste per person a year). It is interesting that this group includes – based on the inhabitants' attitude to the quality of life – capital of Slovakia as well. Within Europe it can be generally said that the satisfaction of inhabitants is at a high level. At least eighty percent of inhabitants of most European cities are satisfied with the living convenience offered to them by their city. The analysis confirms that in countries with thriving economy and business there also are the residents more satisfied. The most satisfied with their lives are the people in the non-union capital of the Liechtenstein Principality. In the EU member countries, top position is held by capitals of Scandinavia (Helsinki, Stockholm, and Copenhagen), Vienna, Amsterdam, and Ljubljana. On the contrary, the worst results were acquired in the Southeast and Southern Europe (Greece, Bulgaria, Romania). Athens has dominant position which can be attributed to inhabitants' dissatisfaction with recent economic situation. The inhabitants of this city are least satisfied within Europe also with e.g. the cleanliness, greenery in the city, quality of air, and available job opportunities. Dismal economic issues imply the occurrence of further socio-pathological phenomena that will take effect in a comprehensive perception of quality of life. The level of satisfaction of capitals inhabitants with their life in the rest of Europe is roughly equivalent to the level of income and a standard of living given by that income, and economic and political stability, as evidenced by the Western European countries inhabitants' satisfaction with life. (On the other hand, it is necessary to consider that e.g. their demands for quality of environment including the cities cleanliness can be higher. (Another significant factor that may affect the assessment is the respondent's awareness of the issue.) In total it is possible to say that there is satisfaction in opportunities for sports and cultural activities, which cannot be said for the educational institutions. More significant is the satisfaction in the Scandinavian countries' cities. The counterweight is the level of satisfaction (dissatisfaction) in Bucharest, Rome, or Athens where even not a half of inhabitants is satisfied with education. Europeans consider as the most important of the given items limiting the level of satisfaction with life in their city – safety in the city, air pollution, noise, level of public transport and transport infrastructure, quality of medical services, level of social services, providing the level of education, unemployment and housing issues – in the summary the quality medical services, sufficient job opportunities, and providing the appropriate level of education. In the worsening economic situation the respondents rank unemployment as their second biggest issue. It is worth noting that the highest satisfaction with employment among European cities is in Prague. When compared with the survey conducted in previous years, the emphasis placed on safety in cities is increasing. Also the trend of requirements on air quality is increasing and it has to be considered a priority issue solved in the next years. For supplementation we state that since the previous survey conducted in 2007 which included in addition to the capitals also the other cities, the overall satisfaction with life in most European countries surveyed – those above average – has decreased. Experts attribute this to the financial and economic crisis that occurred in the meantime. However this trend has been counterbalanced by the increase of satisfaction in most countries that were below average in 2007. Czech Republic, Estonia, Greece and Slovenia, where the satisfaction decreased, form an exception from the case.

SUMMARY

The concept of quality of life is not yet defined unambiguously. The complexity arises from the fact that it is interdisciplinary and multidimensional concept and the issues dealt with by a number of scientific disciplines. We are aware that when assessing the quality of life it is necessary to take into account the development, changes in space and time, social context, historical and cultural roots, civilization/generational changes, and the significant role is played by religion in the studied object. In general we can say that when perceiving the quality of life practically, the individual assesses social cohesion and social state, labor market and

employment, education, population structure and relationship to immigrants, housing, family, health care, external and internal security, environmental care, and territorial development potentials.

Six groups of the European Union member countries' capitals have been created by the cluster analysis. The results can inspire not only the settlement geographers and urban planners, but also creators of urban policies and civic organizations to solve issues by a cooperation of selectively chosen cities and to select an integrated approach for solving similar issues. We consider also the possibility of using by tourism workers as non-negligible. Common development of the city with similar issues is possible by a common solution of development challenges which will lead to the fact that the European cities will become better place to live and work for their inhabitants thanks to partnership.

REFERENCES

- [1] ALDERFER, C. *Existence, Relatedness & Growth*. New York : Free Press, 1972.
- [2] HEBÁK, P. et al. *Vícerozměrné statistické metody 3*. Prague : Informatorium, 2007.
- [3] HENDL, J. *Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat*. Prague : Portál, 2006.
- [4] HERZBERG, F., MAUSNER, B., PETERSON, R., CAPWELL, D. *Job Attitudes : Review of Research and Opinion*. Pittsburgh : Psychological Service of Pittsburgh, 1957.
- [5] HEŘMANOVÁ, E. *Koncepty, teorie a měření kvality života*. Prague : SLON, 2012.
- [6] MACHOVEC, M. *Smysl lidské existence*. Prague : Akropolis, 2002. ISBN 80-7304-016-6
- [7] MCCLELLAND, D. C. *Power : The inner experience*. New York : Irvington, 1975.
- [8] MASLOW, A. H. *Motivation and Personality*. New York : Harper & Row, 1954.
- [9] MINAŘÍK, B., BORŮVKOVÁ, J., VYSTRČIL, M. *Analýzy v regionálním rozvoji*. Prague : Professional Publishing, 2013. ISBN 978-80-7431-129-1
- [10] MURGAŠ, F. *Prostorová dimenze kvality života*. Liberec : Technical University of Liberec, 1995. 147 p.
- [11] POTŮČEK, M. et al. *Průvodce krajinou priorit pro Českou republiku*. Prague : Charles University, Faculty of Social Sciences, CESES, Guttenberg, 2002. 686 p.
- [12] RAPEY, M. *Quality of Life Research. A Critical Introduction*. London : Sage, 2003.

CONTACT

Prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc.

katedra cestovního ruchu, Vysoká škola polytechnická Jihlava

e-mail: petr.chalupa@vspj.cz

RNDr. PaedDr. Jaromír Rux, CSc.

katedra cestovního ruchu, Vysoká škola polytechnická Jihlava

e-mail: jaromir.rux@vspj.cz

Mgr. Martin Prokop

katedra matematiky, Vysoká škola polytechnická Jihlava

e-mail: prokopm@vspj.cz

PREFEROVANÉ FORMY PROPAGÁCIE VYUŽITEĽNÉ V GEOTURIZME Z POHĽADU SLEDOVANÝCH CIEĽOVÝCH SKUPÍN

Barbara Hlavňová
Henrieta Pavolová

PREFERED PROMOTION FORMS AVAILABLE IN GEOTOURISM FROM THE PERSPECTIVE OF TARGET GROUPS

ABSTRAKT

Propagácii geoturizmu na Slovensku sa v súčasnosti venuje málo pozornosti, nakoľko sa táto forma turizmu neustále vyvíja. Z tohoto dôvodu je príspevok zameraný na prieskum účastníkov cestovného ruchu s cieľom zistenia vstupných zdrojov pre ďalší výskum prioritizácie faktorov geoturistického potenciálu geoturistických destinácií na Slovensku s dôrazom na potrebu realizácie jednotlivých propagačných aktivít. Výstupom z prieskumu je prehľad preferovaných foriem propagácie jednotlivými sledovanými cieľovými skupinami.

Kľúčová slova: formy propagácie, geoturizmus, prieskum, cieľové skupiny

ABSTRACT

Currently in Slovakia little attention is paid to promotion of geotourism since this form of tourism is constantly evolving. For this reason, the contribution is focused on the survey of tourists aimed to detection of input sources for further research of prioritization of factors of geotouristic potential in geotouristic destination with particular emphasis placed on the need for implementation of various promotional activities. The outcome of the survey is a list of preferred forms of promotion of monitored target groups.

Keywords: forms of promotion, geotourism, survey, target groups

ÚVOD

Propagácia geoturizmu, ktorý je neustále vyvíjajúcou sa formou turizmu, by mala byť založená na geoturistických objektoch v jednotlivých destináciách. Po explicitnej identifikácii geoturistických objektov, analýze primárnej, sekundárnej a terciárnej ponuky v sledovanej geoturistickej destinácii v interakcii s analýzou jej konkurencie, je vhodné pristúpiť k analýze potenciálnych zákazníkov s cieľom získať informácie o zdrojoch, na ktoré sa obrátiť v prípade, ak hľadajú informácie o cieľovom mieste svojho dovolenkového pobytu. Len spoznaním individuálnych potrieb zákazníka je možné vytvoriť vhodný balík služieb s osobitými potrebami jednotlivých cieľových skupín determinujúcich konkurencieschopný geoturistický produkt, čo vo finálnej fáze môže zabezpečiť nielen predaj, ale aj vhodnú formu propagácie takto zadaných geoturistických produktov, ktoré podporia rozvoj nielen lokálneho, regionálneho, ale aj nadregionálneho cestovného ruchu.

METODIKA PRÁCE

Problematiku propagácie geoturizmu na Slovensku sme začali literárnou rešeršou odborných i vedeckých knižných a časopiseckých publikácií i relevantných internetových zdrojov. Podstatou bolo získanie prehľadu, kto a v akej miere sa venuje propagácii geoturizmu na Slovensku. Následne sme pristúpili k prieskumu účastníkov cestovného ruchu realizovaného formou dotazovania. Prieskum bol hĺbkovo orientovaný na šesť cieľových skupín: univerzitných študentov, respondentov do 25 rokov (bez záväzkov, neštudujúcich), rodičov malých detí (vek detí bol ohraničený hornou hranicou 6 rokov), rodičov adolescentných detí (vek detí bol ohraničený hornou hranicou 15 rokov), rodičov dospelých detí (podmienkou bola skutočnosť, že dospelé deti respondentov sú samostatné, nežijú v spoločnej domácnosti s respondentmi - rodičmi) a dôchodcov (kde respondenti museli byť poberateľmi starobného resp. výsluhového dôchodku). Cieľom analýzy účastníkov cestovného ruchu, podľa definovaných cieľových skupín, bolo získať primárne informácie o nimi preferovaných zdrojoch informácií o cieľovom mieste ich dovolenkového pobytu, nimi preferovanej forme reklamy, podpory predaja a public relations a o postavení zľavových portálov a sociálnych sietí v propagácii subjektov a objektov geoturizmu. Výstup z prieskumu bol podrobený štatistickej a vecnej analýze. Na prezentáciu jeho výstupu boli použité základné metódy popisnej štatistiky.

CIEĽ PRÁCE

Cieľom tohto príspevku bolo analýzou účastníkov cestovného ruchu získať vstupné zdroje pre ďalší výskum prioritizácie faktorov geoturistického potenciálu geoturistických destinácií na Slovensku s dôrazom na potrebu jednotlivých propagačných aktivít. Poznaním preferovaných foriem propagácie účastníkmi cestovného ruchu, možnými potenciálnymi účastníkmi pomerne novej formy cestovného ruchu - geoturizmu, je možné cielene orientovať propagačné aktivity na jednotlivé potreby a požiadavky sledovaných cieľových skupín.

VÝSLEDKY

Prieskum účastníkov cestovného ruchu bol realizovaný v mesiaci júl v roku 2014 v troch formách dotazovania: osobné dotazovanie, písomné dotazovanie a online dotazovanie. Do prieskumu bolo celkovo oslovených 620 respondentov. Prieskumu sa odmietlo zúčastniť 60 respondentov. Z prieskumu bolo vyradených 29 dotazníkov. Dôvodom vyradenia z prieskumu bola skutočnosť, že respondenti neboli aktívnymi účastníkmi cestovného ruchu, nakoľko v priebehu posledných 12-tich za sebou idúcich mesiacov neopustili miesto ich obvyklého pobytu, t.j. do štatistickej analýzy boli zaradení iba aktívni účastníci cestovného ruchu.

Do online dotazovania formou online dotazníka zverejneného na sociálnej sieti Facebook sa zapojilo 120 respondentov, z ktorých 9 respondentov bolo z vyššie špecifikovaného dôvodu vyradených. Písomného dotazovania, formou vyplnenia tlačeneho dotazníka, sa zúčastnilo 320 respondentov rôznych cieľových skupín, z ktorých bolo 20 respondentov vyradených. Osobného dotazovania sa zúčastnilo 120 respondentov so splnenou podmienkou byť aktívnymi účastníkmi cestovného ruchu.

Prieskumu sa celkovo zúčastnilo 345 žien a 186 mužov. Z pohľadu cieľových skupín sa do prieskumu zapojilo 100 univerzitných študentov, 100 respondentov bez záväzkov, 93 rodičov malých detí, 84 rodičov adolescentných detí, 79 rodičov dospelých detí a 75 dôchodcov.

Po štatistických otázkach (pohlavie, cieľová skupina) respondenti špecifikovali, aké zdroje využívajú pri hľadaní informácií o cieľovom mieste ich dovolenkového pobytu. V otázke mohli zadefinovať viacero možností. V súhrnnej forme môžeme uviesť, že hlavným zdrojom informácií o cieľovom mieste pobytu sú internetové vyhľadávače typu Google, Bing a pod. (52,7% respondentov). Ďalšími zdrojmi informácií sú webové stránky cestovných kancelárií (35,2%) a webové stránky poskytovateľov služieb (34,1%). Prieskum upozornil na skutočnosť, že jedným zo špecifických zdrojov informácií sú aj odporúčania priateľov a známych (37,3%).

Nie menej dôležitou bola otázka, ktorú formu propagácie respondenti preferujú pri výbere a rozhodovaní sa o cieľovom mieste svojho dovolenkového pobytu. 48,6% respondentov uviedlo ako hlavnú formu propagácie reklamu na internete v rôznych podobách a 33,3% respondentov oslovuje reklama v turistických sprievodcoch. Kým reklame na internete dávajú prednosť respondenti vo veku do 40 rokov, reklame v turistických sprievodcoch dávajú prednosť respondenti vo veku nad 40 rokov. Respondenti opäť mohli uviesť viac ako jednu odpoveď. Prehľad odpovedí podľa cieľových skupín je zobrazený v Tab. 1.

Tab. 1 Preferovaná forma propagácie z pohľadu sledovaných cieľových skupín

Cieľová skupina/ forma propagácie	Univerzitní študenti	Respon- denti bez záväzkov	Rodičia malých detí	Rodičia adolesc. detí	Rodičia dospelých detí	Dôchodco- via
Reklama na inter- nete	74	60	47	30	28	19
Reklama na plagá- toch a reklamných tabuliach	7	23	6	14	11	2
Reklama v turistic- kých sprievodcoch	17	26	34	38	31	31
Reklama v printo- vých médiách	17	17	23	20	13	25
Reklama v rádiu	2	9	4	4	5	2
Reklama v TV	21	13	13	4	8	7
Iné	7	12	19	10	2	4

Zdroj: autori (2014)

Najznámejšími formami podpory predaja sú kupóny, zľavy, reklamné darčeky, vernostné programy a súťaže. Cieľom prieskumu bolo získať informácie, či respondentov jednotlivé formy podpory predaja ovplyvňujú pri rozhodovaní sa o výbere cieľového miesta dovolenkového pobytu. V súhrnnej forme sme konštatovali, že ponúknuté formy podpory predaja ovplyvňujú až 63,5% respondentov. Prehľad z prieskumu je zobrazený v Tab. 2, kde f_i predstavuje absolútnu početnosť a f_i/n relatívnu početnosť sledovaného javu cieľovými skupinami.

Tab. 2 Rozhodujúce formy podpory predaja podľa sledovaných cieľových skupín

Podpora predaja/ cieľová skupina	Áno		Nie	
	<i>Fi</i>	<i>fi/n</i>	<i>Fi</i>	<i>fi/n</i>
Univerzitní študenti	76	0,225	24	0,124
Respondenti bez záväzkov	67	0,199	33	0,170
Rodičia malých detí	59	0,175	34	0,175
Rodičia adolesc. detí	48	0,142	36	0,186
Rodičia dospelých detí	50	0,148	29	0,149
Dôchodcovia	37	0,111	38	0,196
Spolu (n)	337	1	194	1

Zdroj: autori (2014)

Podľa realizovaného prieskumu boli najpreferovanejšou formou podpory predaja poskytnuté zľavy, ktoré využilo 62,3% dotazovaných respondentov. Kupóny využilo 27,5% dotazovaných respondentov. V prieskume 106 respondentov doposiaľ nevyužilo žiadne formy podpory predaja. Využívanie jednotlivých foriem podpory predaja respondentmi podľa sledovaných cieľových skupín je zobrazené v Tab. 3.

Tab. 3 Využívané formy podpory predaja podľa sledovaných cieľových skupín

Cieľová skupina/ formy podpory predaja	Univerzitní študenti	Respondenti bez záväzkov	Rodičia malých detí	Rodičia adolesc. detí	Rodičia dospelých detí	Dôchodcovia
Kupóny	38	34	31	20	20	3
Zľavy	72	69	54	50	42	44
Reklamné darčeky	12	4	3	4	5	0
Vernostné programy	7	8	8	10	8	8
Súťaže	6	4	5	6	1	3
Menované formy podpory nevyužili	8	14	19	24	19	22

Zdroj: autori (2014)

V prieskume sme pozornosť venovali aj postaveniu zľavových portálov a sociálnych sietí v propagácii subjektov a objektov geoturizmu. Respondentom prieskumu boli položené otázky, či by realizovali nákup cez zľavové portály prípadne cez sociálne siete. V súhrnnej forme môžeme konštatovať, že nákup cez zľavové portály by realizovalo 60,9% respondentov, 12,2% respondentov sa nevedelo vyjadriť a 26,9% respondentov nákup cez zľavové portály odmieta. Opačná situácia nastala pri nákupe cez sociálne siete (Skype, Facebook, ICQ a pod.), kde nákup cez ne odmietlo 75,9% respondentov. Výstup z prieskumu podľa sledovaných cieľových skupín je zobrazený v Tab. 4 a Tab. 5.

Tab. 4 Nákup cez zľavové portály podľa sledovaných cieľových skupín

Nákup cez zľavové portály/cieľové skupiny	Univerzitní študenti	Respondenti bez záväzkov	Rodičia malých detí	Rodičia adolesc. detí	Rodičia dospelých detí	Dôchodcovia	Spolu
určite áno	38	36	30	24	24	13	165
skôr áno	32	33	25	31	21	16	158
skôr nie	13	11	17	15	13	16	85
určite nie	6	9	8	0	8	27	58
Neviem	11	11	13	14	13	3	65

Zdroj: autori (2014)

Tab. 5 Nákup cez sociálne siete podľa sledovaných cieľových skupín

Nákup cez sociálne siete/cieľové skupiny	Univerzitní študenti	Respondenti bez záväzkov	Rodičia malých detí	Rodičia adolesc. detí	Rodičia dospelých detí	Dôchodcovia	Spolu
Áno	34	16	12	25	24	17	128
Nie	66	84	81	59	55	58	403

Zdroj: autori (2014)

J. Kita definuje osobný predaj ako proces podpory a presvedčania potenciálnych zákazníkov formou ústnej prezentácie s cieľom predaja [1]. K osobnému predaju produktov geoturizmu môže dochádzať priamo v cestovných kanceláriách, cestovných agentúrach, turistických informačných kanceláriách, ale tiež na výstavách cestovného ruchu. Z realizovaného prieskumu v Tab. 6 je zobrazené postavenie osobného predaja z pohľadu respondentov sledovaných cieľových skupín.

Tab. 6 Postavenie osobného predaja podľa sledovaných cieľových skupín

Osobný predaj/cieľové skupiny	Univerzitní študenti	Respondenti bez záväzkov	Rodičia malých detí	Rodičia adolesc. detí	Rodičia dospelých detí	Dôchodcovia	Spolu
výstavy cest. ruchu	1	0	0	0	2	4	7
osobný predaj v CK, CA	5	7	10	12	13	22	69

Zdroj: autori (2014)

Nákup na výstavách cestovného ruchu realizuje len 1,3% dotazovaných respondentov. Osobne realizuje nákup v cestovných kanceláriách a agentúrach 13% dotazovaných respondentov.

Poslednou zo sledovaných foriem propagácie bola public relations. Jej hlavnými nástrojmi sú tlačové správy, redakčné články, rozhovory, stanoviská, tlačové konferencie, exkurzie a cesty a iné [2]. Na otázku, či respondentov pri výbere dovolenkového miesta ovplyvňujú jednotlivé nástroje public relations, odpovedali nasledovne - viď Tab. 7.

Tab. 7 Postavenie nástrojov public relations podľa sledovaných cieľových skupín

Nákup cez sociálne siete/cieľové skupiny	Univerzitní študenti	Respondenti bez záväzkov	Rodičia malých detí	Rodičia adolesc. detí	Rodičia dospelých detí	Dôchodcovia	Spolu
Áno	43	52	57	67	63	50	348
Nie	57	48	36	17	16	25	183

Zdroj: autori (2014)

V súhrnnej forme môžeme konštatovať, že pre účastníkov cestovného ruchu je dôležité byť informovanými o činnostiach a cieľoch subjektov cestovného ruchu. Podľa prieskumu sú častými zdrojmi informácií redakčné a tlačové správy v printových médiách, či firemných časopisoch. Dotazovaní respondenti rovnako uviedli, že ich pozornosť zaujme činnosť spoločnosti formou sponzorovania akcií športového, kultúrneho, ale tiež environmentálneho charakteru.

PREFEROVANÉ FORMY PROPAGÁCIE JEDNOTLIVÝCH CIEĽOVÝCH SKUPÍN

Nakoľko počet respondentov v jednotlivých cieľových skupinách nebol identický, zvolili sme metódu popisnej štatistiky vyjadrujúcu relatívnu početnosť sledovaného javu v každej cieľovej skupine. Preferované formy propagácie sú zobrazené v Tab. 8. Sú vyjadrené podielom jednotlivých početností a rozsahom sledovaného súboru [3].

Tab. 8 Preferované formy propagácie - výstup z prieskumu

Formy propagácie/cieľové skupiny	Univerzitní študenti	Respondenti bez záväzkov	Rodičia malých detí	Rodičia adolesc. detí	Rodičia dospelých detí	Dôchodcovia
R-I	0,74	0,6	0,51	0,35	0,35	0,25
R-PaRT	0,07	0,23	0,06	0,17	0,14	0,03
R-TS	0,17	0,26	0,37	0,45	0,39	0,41
R-PM	0,17	0,17	0,25	0,24	0,16	0,33
R-R	0,02	0,09	0,04	0,05	0,06	0,03
R – TV	0,21	0,13	0,14	0,05	0,1	0,09
OPaZ	0,07	0,12	0,2	0,12	0,03	0,05
PP	0,76	0,67	0,63	0,57	0,63	0,49
OP	0,06	0,07	0,11	0,14	0,19	0,35
PR	0,33	0,42	0,51	0,68	0,67	0,75

Zdroj: autori (2014)

V Tab. 9 sú najpreferovanejšie formy propagácie vyjadrené v percentách podľa jednotlivých sledovaných cieľových skupín.

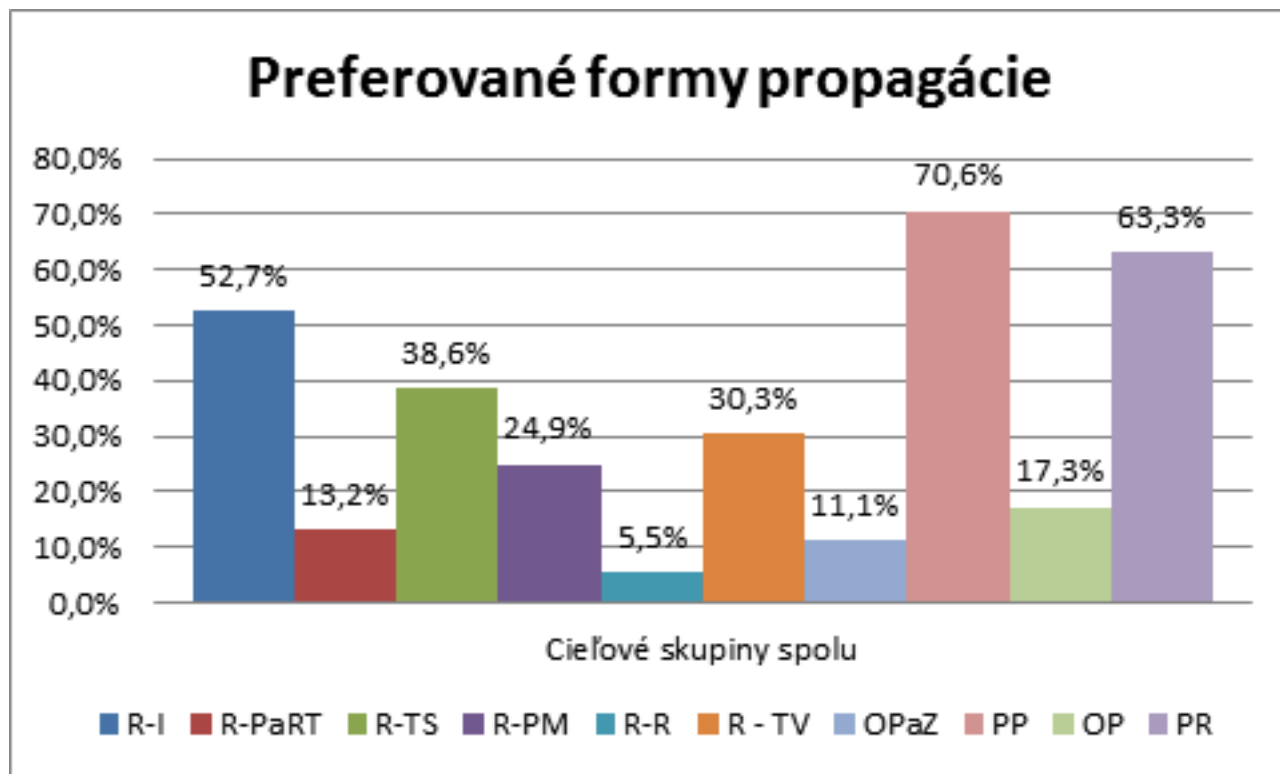
Tab. 9 Preferované formy propagácie jednotlivých cieľových skupín

Cieľová skupina	Preferované formy propagácie cieľovými skupinami
Univerzitní študenti	1. Podpora predaja (76%)
	2. Reklama na internete (74%)
	3. Public relations (33%)
	4. Reklama v TV (21%)
	5. Reklama v turistických sprievodcoch (17%)
	Reklama v printových médiach (17%)
Respondenti bez záväzkov	1. Podpora predaja (67%)
	2. Reklama na internete (60%)
	3. Public relations (42%)
	4. Reklama v turistických sprievodcoch (26%)
	5. Reklama na plagátoch a reklamných tabuliach (23%)
Rodičia malých detí	1. Podpora predaja (63%)
	2. Public relations (51%)
	Reklama na internete (51%)
	3. Reklama v turistických sprievodcoch (37%)
	4. Reklama v printových médiach (25%)
Rodičia adolescentných detí	1. Public relations (68%)
	2. Podpora predaja (57%)
	3. Reklama v turistických sprievodcoch (45%)
	4. Reklama na internete (35%)
	5. Reklama v printových médiach (24%)
Rodičia dospelých detí	1. Public relations (67%)
	2. Podpora predaja (63%)
	3. Reklama v turistických sprievodcoch (39%)
	4. Reklama na internete (35%)
	5. Osobný predaj (19%)
Dôchodcovia	1. Public relations (75%)
	2. Podpora predaja (49%)
	3. Reklama v turistických sprievodcoch (41%)
	4. Osobný predaj (35%)
	5. Reklama na plagátoch a reklamných tabuliach (33%)

Zdroj: autori (2014)

Respondenti vo veku do 40 rokov zo sledovaných foriem propagácie preferujú podporu predaja vyjadrenú rôznymi zľavami, kupónmi, súťažami či reklamnými darčekom. Ďalšími preferovanými formami propagácie sú reklama na internete a public relations. Respondenti nad 40 rokov spolu s dôchodcami preferujú v najväčšom rozsahu public relations, podporu predaja a reklamu v turistických sprievodcoch. Reklame na plagátoch a reklamných tabuliach nevenujú pozornosť rodičia malých detí. Dôchodcov neoslovuje reklama na plagátoch a reklamných tabuliach a podľa prieskumu rovnako ani reklama v rádiu. Reklamou v televízii a rádiu sa nezaoberajú rodičia adolescentných detí. Osobnému predaju sa najviac vyhýbajú respondenti bez záväzkov.

Obr. 1 Preferované formy propagácie



Zdroj: autori (2014)

V súhrnnej forme sú účastníkmi cestovného ruchu preferovanými formami propagácie: podpora predaja (70,6%), public relations (63,3%) a reklama na internete (52,7%).

DISKUSIA

Z výsledkov realizovaného prieskumu je možné konštatovať, že medzi najpreferovanejšie formy propagácie, ktorou boli potenciálni účastníci oslovení, bola internetová reklama, ktorú je možné realizovať viacerými spôsobmi, či už využívaním Google Adwords, Etargetu, Bannerov (statických, dynamických) a pod. I keď zľavové portály a sociálne siete sú súčasťou reklamy na internete, účastníci cestovného ruchu realizujú nákup produktov cestovného ruchu v prevahe cez zľavové portály (60,8%). Nákup cez sociálne siete odmieta 75,9% respondentov. Hlavným dôvodom odmietnutia tejto formy nákupu a komunikácie bola - z pohľadu respondentov - jej neprehľadnosť. Sme toho názoru, že zrealizovaný prieskum priniesol relevantné výstupy, ktoré je možné použiť pre potreby rozvoja geoturizmu na Slovensku. Poukázal na konkrétne formy propagácie disponujúce výrazným potenciálom pre propagačné potreby geoturistických objektov s cieľom podpory rozvoja geoturizmu na Slovensku.

Na základe výsledkov realizovaného prieskumu zameraného na preferenciu propagačných foriem jednotlivých cieľových skupín účastníkov geoturizmu sme dospeli k názoru, že tento by bolo vhodné doplniť o užšie špecifikované otázky typu - aké formy podpory predaja využívate? - akej forme reklamy na internete dávate prednosť? - ktorá forma public relations vás pri výbere ovplyvňuje najviac? - kde a kedy nakupujete turistických sprievodcov navštívenej destinácie? a pod., čím by sme dospeli ku konkrétnejším poznatkom aplikovateľným v oblasti propagácie geoturistických destinácií v SR.

ZÁVER

Výstup z prieskumu nám špecifikoval formy propagácie, ktoré účastníci cestovného ruchu uprednostňujú v prípade získavania informácií o subjektoch i objektoch cestovného ruchu. Nadobudnutím tohto poznatku je možné cielene oslovovať jednotlivé cieľové skupiny formou cielenej propagácie. Napomáha pri návrhoch, tvorbe a distribúcii propagačných materiálov venujúcich sa (nielen) rozvoju geoturizmu na Slovensku.

Opakovane preto apelujeme na potrebu vzniku centrálnej organizácie zastrešujúcej rozvoj pomerne novej formy cestovného ruchu - geoturizmu na Slovensku. Jej hlavnými cieľmi by boli:

- propagácia geoturizmu na Slovensku i v zahraničí,
- spolupráca s krajskými a oblastnými organizáciami cestovného ruchu v oblasti propagácie,
- príprava a realizácia všeobecne zameraných kurzov a školení pre laickú i odbornú verejnosť v oblasti geoturizmu,
- príprava a tvorba geoturistických produktov s vložením regionálnych zvyklostí a tradícií,
- vyhľadávanie silných partnerov podporujúcich rozvoj geoturizmu na Slovensku,
- a pod.

Právny subjekt, ktorý by zastrešil rozvoj geoturizmu na Slovensku, by vo vlastnej kompetencii následne vytvoril webovú stránku, ktorá by ako laickej tak i odbornej verejnosti poskytovala základne informácie o geoturizme na Slovensku. Samotná webová stránka by bola počiatočným zdrojom propagácie tejto pomerne novej formy cestovného ruchu na Slovensku. Rovnako navrhujeme, pod záštitou menovanej organizácie, venovať sa prieskumu jednotlivých geoturistických destinácií spolu s cieľovou identifikáciou jej geoturistických objektov a bodov. Získané zdroje informácií by boli základom pre tvorbu a tlač geoturistických sprievodcov na Slovensku. Spolupráca s ubytovacími zariadeniami, cestovnými kancelárkami, či turistickými informačnými kancelárkami umožňuje predkladať potenciálnym zákazníkom jednotlivé formy podpory predaja.

LITERARÚRA

- [1] KITA, J. a kol.: Marketing, 1. vydanie. Bratislava: Iura Edition, 2010. 411 s. ISBN 978-80-8078-327-3
- [2] JAKUBÍKOVÁ, D.: Marketing v cestovnom ruchu. 2. vydanie. Praha: Grada Publishing, 2012. 320 s. ISBN 978-80-247-4209-0
- [3] MARKECHOVÁ, D. - TIRPÁKOVÁ, A. - STEHLÍKOVÁ, B.: Základy štatistiky pre pedagógov. 2. vydanie. Nitra: Fakulta prírodných vied UKF, 2011. 405 s. ISBN 978-80-8094-899-3

KONTAKT

Ing. Barbara Hlavňová, PhD.

Ústav geoturizmu, Technická univerzita v Košiciach, F BERG

e-mail: barbara.hlavnova@gmail.com

Ing. Henrieta Pavolová, PhD. Ing-Paed IGIP

Ústav podnikania a manažmentu, Technická univerzita v Košiciach, F BERG

e-mail: henrieta.pavolova@tuke.sk

PROFIL NÁVŠTĚVNÍKA LÁZEŇSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU V MORAVSKOSLEZSKÉM KRAJI

Eva Vavrečková
Jiří Vaníček

THE PROFILE OF THE VISITOR OF SPA TOURISM IN THE MORAVIAN-SILESIA REGION

ABSTRAKT

Ústav lázeňství, gastronomie a turismu Filozoficko-přírodovědecké fakulty Slezské univerzity v Opavě realizuje od roku 2012 se studenty oboru Lázeňství a turismus výzkum na téma Lázeňství a cestovní ruch. V této práci je prezentována analýza názorů návštěvníků moravskoslezských lázeňských míst, a to Karviná, Darkov, Klimkovice a Karlova Studánka. Nejedná se jen o lázeňské hosty, ale i o jednodenní výletníky a vícedenní turisty.

Klíčová slova: Lázeňské místo, marketingový výzkum, Karlova Studánka Karviná, Darkov a Klimkovice

ABSTRACT

The Institute of Gastronomy, Spa Management and Tourism of the Faculty of Philosophy and Science of the Silesian University in Opava performed a survey in the field of Spa industry and tourism. In this paper is presented the analysis of visitors' opinions of major Moravian-Silesians spa places: Karviná, Klimkovice, Darkov and Karlova Studánka. It means not only the guest of a spa, but excursionist and tourist, too.

Keywords: Spa place, marketing research, Karlova Studánka, Karviná, Darkov and Klimkovice.

ÚVOD

Lázeňství je významným prvkem integrujícím poskytování zdravotní péče i služeb v oblasti cestovního ruchu. Lázeňství tak plní určitou dvojroli – na jedné straně jako součást zdravotního systému společnosti, na straně druhé jako specifická forma cestovního ruchu. Cestovní ruch lze obecně vymezit jako „aktivity osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem trávení volného času, podnikání či jiným účelem“ [8, s. 15]. Lázeňský cestovní ruch pak představuje spojení balneoterapie založené na využití přírodních léčivých zdrojů obvykle spolu s ubytovacími, stravovacími službami a volnočasovými aktivitami. Podle Orišky se jedná o druh cestovního ruchu, který je vázán k existenci lázeňského zařízení využívající přírodních léčivých zdrojů. Lázně jsou chápány jako místo navrácení zdraví a sil, které byly vyčerpány v průběhu nemoci či po úraze, a také jako místo odpočinku a relaxace. [7, s. 279].

Lázeňstvím se rozumí soubor zdravotnických činností a postupů, včetně léčebné rehabilitace, vedoucích k prevenci onemocnění, navrácení a upevnění zdraví nebo stabilizaci nemoci s cílem maximálního zmírnění jejích důsledků, prodloužení a zlepšení kvality života. Pro lázeňskou péči je charakteristické využívání přírodních léčivých zdrojů a příznivých klimatických podmínek vhodných pro léčení [20].

V moderním pojetí pak nepředstavuje vždy výhradně poskytování klasické léčebné péče, ale alternativně také nabídku wellness pobytů pro širší segment zákazníků. Na rozdíl od lázeňské péče pro wellness není zapotřebí přírodního léčivého zdroje. Podstatou wellness je harmonie těla i duše, základem je „cítit se dobře“. Jedna z definic uvádí, že wellness lze chápat jako zdraví celého člověka, tj. zdraví těla, duše i ducha. Jedná se o životní styl, který je prevencí vůči negativním vlivům na lidské zdraví. [1, p. 6]. Součástí wellness je fitness, kontrola stresu, hmotnosti, optimální výživa. Základními prvky jsou sportovně-rekreační aktivity a programy přispívající ke zvýšení fyzické aktivity i duševní pohody [7, s. 307].

Smyslem příspěvku je prezentovat další část výsledků analýzy profilů návštěvníků vybraných lázeňských míst, a to jak jednodenních **výletníků a vícedenních turistů**, tak i lázeňských hostů. Pro komparaci **výsledných hodnot byla** ve všech zkoumaných lázeňských místech použita jednotná metodika. První část výzkumu byla realizována v letech 2012 – 2013 [10, 11], druhá etapa v období 2013 – 2014 [12]. Závěrečná fáze a ukončení srovnávání všech lázeňských míst se předpokládá v r. 2015. Předložený článek poskytuje informace o situaci v lázeňství v Moravskoslezském kraji, na jehož území se nacházejí jak přírodní léčebné lázně, tak i sídlo nositele projektu, tj. Slezské univerzity v Opavě.

STRUČNÁ CHARAKTERISTIKA MORAVSKOSLEZSKÉHO KRAJE A LÁZEŇSKÝCH MÍST NA JEHO ÚZEMÍ

Moravskoslezský kraj leží v severovýchodní části České republiky, a to na hranici tří států. Na území kraje, jehož katastrální výměra činí 542 711 ha, je evidováno dle statistických údajů 1 221 832 obyvatel (údaje k 31. 12. 2013) v průměrném věku 41,5 let.

Nachází se zde řada kulturně-historických i technických památek a rovněž přírodních atraktivit. Na západě, východě a částečně i na jihu je lemován pohořími, mezi nimiž se nacházejí i níže položené oblasti. Díky výhodným geografickým a klimatickým podmínkám je vhodný pro celoroční rekreaci. Výskyt přírodních léčivých zdrojů v podobě minerálních vod i vhodné klima vytváří rovněž podmínky pro poskytování lázeňských služeb. Na území kraje se nacházejí tato lázeňská místa: Karviná – Darkov, Karlova Studánka, Klimkovice. Z celkového počtu 24 840 lůžek určených pro lázeňskou péči v České republice je lázeňským hostům v Moravskoslezském kraji k dispozici 1 743 lůžek [15].

Tab. 1 Přehled čerpání lázeňské péče v r. 2013 v České republice a v Moravskoslezském kraji

Poskytnutá lázeňská péče	na náklad zdravotní pojišťovny		plně na vlastní náklady		Celkem
	komplexní	příspěvková	tuzemci	cizinci	
Dospělí					
Česká republika	51 183	12 633	139 270	164 285	367 371
Moravskoslezský kraj	8 783	722	13 722	970	24 197
Dorost					
Česká republika	1 254	3	16	78	1 351
Moravskoslezský kraj	222	-	12	1	235
Děti					
Česká republika	7 153	98	319	1 260	8 830
Moravskoslezský kraj	700	-	62	24	786

Zdroj: *Vlastní zpracování dle [15].*

Lůžková kapacita lázeňských zařízení v Moravskoslezském kraji dosahuje 7 % z republikové kapacity, což koresponduje s poměrem počtu osob v Moravskoslezském kraji k celkovému počtu lázeňských hostů v České republice, kterým byla poskytnuta lázeňská péče. Při podrobnější analýze uvedených hodnot je však zřejmé, že lázně v Moravskoslezském kraji využívají takřka výhradně občané České republiky s vyšším zastoupením pojištěnců čerpajících komplexní péči. Cizinci zaujímají v lázních v Moravskoslezském kraji pouze 0,6 % z celorepublikového počtu dospělých zahraničních hostů, což odpovídá typologii lázeňských míst [2, 13].

KARLOVA STUDÁNKA

Počet obyvatel: 217 (dle údajů ČSÚ k 31. 12. 2013). Průměrný věk obyvatel: 32 let. Katastrální výměra: 46 ha [14, 17]. Vzhledem k velikosti obce a relativně menším možnostem v oblasti pracovních příležitostí představuje lázeňství prioritu přispívající k udržení zaměstnanosti. S ohledem na malý počet stálých obyvatel se obec potýká s problémy při volbách do obecního zastupitelstva, jelikož musí odrážet „tendenční“ snahy o nestandardní rozšíření počtu obyvatel v bezprostředně předvolebním období se záměrem ovlivnit výsledky voleb. Obec byla vybudována v místech výskytu léčivých pramenů. Největší rozmach lázeňství zaznamenala obec v 19. století, kdy se lázně staly místem pro odpočinek hodnostářů Řádu německých rytířů. V současné době jsou lázně jedním z mála subjektů fungujících jako státní podnik. Důvodem jsou zatím neuzavřené majetkoprávní vztahy – Řád německých rytířů opakovaně žádá o vrácení majetku. Kromě nedořešených majetkových poměrů má vliv na současnou situaci vyhláška platná od r. 2012, což mimo jiné přispělo propouštění zaměstnanců [16].

Díky příznivé geografické poloze jsou obec i lázně známé jedinečným horským klimatem, vyhodnoceným jako nejčistší nejen v České republice, ale rovněž ve střední Evropě [9]. Umístění lázní v horském prostředí Jeseníků bylo zakomponováno do názvu lázní – Horské lázně Karlova Studánka. V současné době se v lázních léčí chronická onemocnění dýchacích cest, onemocnění astmatického a alergického původu, onkologické nemoci ve stadiu rekonvalescence, poruchy krevního oběhu, nemoci z povolání, ale i nemoci pohybového aparátu. K léčbě se kromě klimatu využívá středně mineralizovaná uhličitá studená voda s dominancí hydrogenuhličitánů a vápníku [4]. K léčbě se dnes využívají vrty Petr (S2-) a Vladimír (S7-). Lázeňským hostům a návštěvníkům lázní k dispozici kromě hlavní lázeňské budovy Libuše dalších 5 lázeňských domů – celková kapacita je 423 osob. Kromě přírodních léčivých zdrojů a poskytovaných procedur je klientům i veřejnosti k dispozici bazénový komplex v budově Letních lázní.

KARVINÁ – DARKOV

Počet obyvatel: 62 881 (dle údajů ČSÚ k 31. 12. 2013). Průměrný věk obyvatel: 38 let. Katastrální výměra: 5 749 ha [14, 17]. Zajímavostí je primát mezi českými městy v podílu obyvatele žijících v panelových domech (88 % obyvatel města). Darkov je jednou z částí statutárního města Karviná, které je vzdáleno cca 3 km od polských hranic. Původní příměstská část Darkov doznala značného poškození z důvodu těžby uhlí a s tím spojeného poddolování. S důlní činností souvisí přírodní bohatství v podobě léčivých pramenů, které byly objeveny při geologickém průzkumu této lokality. Z původního Darkova se zachovaly pouze Lázně Darkov – tzv. staré lázně, lázeňský park a několik budov na pravém břehu řeky Olše, kde nebyla těžba uhlí povolena.

Lázně Darkov, a. s. tvoří dvě léčebná zařízení, a to Léčebna Darkov v Karviné – Lázních Darkov a Rehabilitační sanatorium v Karviné – Hranicích. Odlišná strategie v poskytování lázeňské péče v Darkově a v Karviné-Hranicích byla důvodem pro rozhodnutí realizovat samostatný výzkum mezi návštěvníky a obyvateli v Darkově a v Karviné-Hranicích. Situace v oblasti poskytování lázeňské péče se v Karviné postupně komplikovala mj. díky klesajícímu počtu pojištěnců léčených v rámci komplexní léčebné péče (průměrná obsazenost cca 65 %). Ke zlepšení ekonomické situace nepřispělo ani vydání nového indikačního seznamu v rámci Vyhlášky č. 267/2012 Sb. [19]. V současné době jsou lázně v Darkově zavřeny [16].

Přírodním léčivým zdrojem je přírodní silně mineralizovaná chloridosodná jodobromová voda s vysokým obsahem barnatého a strontnatého iontu, studená, hypertonická, tzv. solanka (její původ je v třetihorním moři). Voda má pozitivní účinek na pohybový aparát, využívá se pro celkovou koupel, hyperthermní jodový zábal či individuální inhalaci.

Hlavní specializací lázní je léčba nemocí pohybového ústrojí, neurologických indikací, poúrazových a pooperačních stavů. Kromě toho lázně léčí také nemoci oběhového ústrojí, nemoci kožní a gynekologické. Lázně poskytují program časné pooperační rehabilitace TEP (přímý překlad z nemocničního na lázeňské lůžko), který významně přispívá ke zkrácení léčby a zvýšení efektivnosti lázeňské péče. Dalším projektem lázní je rehabilitace pacientů po cévní mozkové příhodě, a to v přímé návaznosti na síť Komplexní cerebrovaskulárních center a Iktových center. Kapacita lázní původně činila 1230 lůžek. V současnosti je nižší o kapacitu zavřených lázní v Darkově.

KLIMKOVICE

Počet obyvatel: 3 995 (dle údajů ČSÚ k 31. 12. 2013) Průměrný věk obyvatel: 36 let. Katastrální výměra: 1 464 ha [14, 17]. Město nachází v relativně těsné blízkosti průmyslového města Ostravy, přesto je zde zachován přírodní ráz i zeleň. Dopravní dostupnost Klimkovic je dobrá – nachází se v bezprostřední blízkosti dálnice D47, s Ostravou je spojeno městskou hromadnou dopravou.

Lázně v Klimkovicích jsou jedny z nejmladších a nejmodernějších lázeňských komplexů u nás – existují od r. 1994. Původně vznikly jako součást lázeňského zařízení Darkov, v r. 2001 se osamostatnily jako AquaKlim, s. r. o. – Sanatoria Klimkovic. Hlavním přírodním léčivým zdrojem je silně mineralizovaná přírodní chloridosodná voda se zvýšeným obsahem barnatého a strontnatého iontu, studená, hypertonická, tzv. solanka. Vrtý minerální vody se nacházejí v oblasti Polanka nad Odrou, kde je voda čerpána z hloubky 500 m a vedena cca 11 km do lázní. Přírodní jód má výrazné protizánětlivé účinky.

Lázně ve významné míře poskytují léčebnou péči pro nemoci oběhového ústrojí, nemoci z poruch výměny látkové a žláz s vnitřní sekrecí, nemoci nervové, nemoci pohybového aparátu, nemoci gynekologické. Kromě dospělých pojištěnců poskytují rovněž léčebnou péči dětem a dorostu. Časná pooperační rehabilitační péče přímo navazuje na hospitalizaci v nemocnici, čímž zkracuje vlastní léčbu. Lázeňské zařízení poskytuje unikátní rehabilitační metodu Klim Therapy pro děti. Základem je každodenní speciální cvičební program realizovaný ve speciálním stabilizačním obleku kosmické technologie. Úspěch léčby spočívá v kombinaci tzv. UEU klece

a koupelí v jodobromové vodě. Účinkem je zlepšení nejen fyzických, ale i mentálních schopností dítěte. Za relativní problém lze považovat skutečnost, že tuto náročnou specializovanou pohybovou terapii zatím neproplácí zdravotní pojišťovna.

Nedílnou součástí lázeňského areálu jsou dva lázeňské domy s celkovou kapacitou 483 osob, celý areál je bezbariérový. Komplex získal za své architektonické řešení řadu ocenění [9].

METODIKA A CÍLE PRÁCE

Názory, postoje a data potřebná pro analýzu profilu návštěvníka byla získávána formou marketingového výzkumu realizovaného v daném lázeňském místě. Tazateli byli studenti oboru Lázeňství a turismus, kteří se do společného projektu zapojili v rámci řešení svých bakalářských prací.

Respondenty byli jak návštěvníci, tak i obyvatelé jednotlivých lázeňských míst. Počet respondentů byl v závislosti na velikosti lázeňského místa stanoven 200 pro návštěvníky a 200 pro obyvatele, v menších místech to bylo 100 obyvatel a 100 návštěvníků. Dotazování probíhalo jak v pracovních dnech, tak i během dnů pracovního klidu v jednotlivých ročních obdobích na **různých místech daného lázeňského místa** kvótním způsobem ve vazbě na skutečnost, aby velikost a struktura respondentů byla v souladu s předpokládaným počtem **návštěvníků**. Respondenti byli osloveni na dvou místech, a to jednak v bezprostřední blízkosti lázeňských zařízení a jednak na jiném místě (v rámci možnosti v dosahu turistických atraktivit či centru lázeňského místa).

Dotazníky pro návštěvníky a obyvatele lázeňských míst byly formulovány tak, aby výzkum zjistil následující fakta:

- zmapovat názory obyvatel k přínosu lázeňství cestovnímu ruchu v **lázeňském** místě,
- zjistit postoje občanů k provozu lázeňství v místě,
- zjistit názory obyvatel na přínosy lázeňství pro rozvoj těchto měst a obcí v oblasti ekonomické, kulturní a společenské,
- zjistit názory občanů na chování lázeňských hostů a turistů v daném městě nebo obci,
- zjistit vztah obyvatel ke své obci nebo městu,
- formou řízeného rozhovoru zjistit postoje samosprávy města nebo obce k výše uvedeným otázkám,
- stanovit strukturu návštěvníků měst, na jejichž území se nachází lázeňská zařízení,
- predikovat podíl lázeňských hostů na celkovém počtu návštěvníků a turistů ve městě nebo obci,
- ověřit spokojenost lázeňských hostů s kvalitou poskytovaných služeb,
- formou řízeného rozhovoru zjistit postoje provozovatelů lázeňských domů na spolupráci se samosprávou města nebo obce a na chování lázeňských hostů.

Jedním z cílů výzkumu bylo získat jak názory **lázeňských hostů**, tak i dalších **účastníků cestovního ruchu**, jejichž důvodem pro návštěvu lázeňského místa nebylo léčení. Výsledky jsou prezentovány formou benchmarkingu, tedy porovnáváním postojů návštěvníků jednotlivých lázeňských míst. Byli osloveni jak domácí návštěvníci, tak i cizinci. Výběr respondentů byl zcela náhodný, takže struktura návštěvníků z hlediska věku, pohlaví, zaměstnání či vzdělání byla různá, ale pro výsledky výzkumu nepodstatná. U respondentů nebylo zjišťováno, o jaký typ lázeňské péče jde.

Kromě postojů hostů a obyvatel v lázeňských místech jsou předloženy také závěry z řízených rozhovorů uskutečněných s **představiteli samosprávy lázeňských míst i se zástupci** lázeňských zařízení. Srovnání lázeňských míst je jen část rozsáhlého výzkumu ve 20 lázeňských místech České republiky. Tento výzkum byl realizován ve spolupráci se Sdružením lázeňských míst ČR.

VÝSLEDKY VÝZKUMU

Jedním z cílů výzkumu bylo zjistit strukturu návštěvníků a předpokládali jsem, že ne všichni návštěvníci jsou lázeňští hosté. Struktura návštěvníků je patrná z tabulky 1.

Tabulka 1: Důvod návštěvy

Lázeňské místo	Léčení, lázně	Wellness	Dovolená, odpočinek	Výlet	Služební cesta	Návštěva	Jiný důvod	Lázeňští hosté	Turisté
Karlova Studánka	58 %	9 %	13 %	15 %	0 %	5 %	0 %	67 %	33 %
Karviná	67 %	1 %	0 %	24 %	1 %	7 %	0 %	68 %	32 %
Darkov	29 %	10 %	30 %	23 %	1 %	7 %	0 %	39 %	61 %
Klimkovice	92 %	8 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	100 %	0 %
Průměr	62 %	7 %	11 %	16 %	1 %	5 %	0 %	69 %	31 %

Zdroj: Vlastní zpracování

Je zřejmé, že podle očekávání lze v těchto lázeňských místech Moravskoslezského kraje potkat především návštěvníky, kteří jsou zde na léčení a nebo wellness pobytu (69 %). Největší podíl respondentů, kteří přijeli do lázní na léčení, je v Klimkovicích (92 %), v Karviné je to 67 % a v Karlově Studánce 58 % návštěvníků a v Darkově dokonce jen 29 %. V Karviné a Darkově byla jedna čtvrtina jednodenní výletníci. **V případě souběžného vyhodnocování jak léčení v lázních, tak i wellness pobyt, pak Klimkovice dosahují plných 100 %. Z uvedeného je zřejmé, že Klimkovice jsou výhradním místem pro poskytování následné či preventivní lázeňské péče, kdežto do ostatních lázeňských míst přijíždějí návštěvníci i za účelem výletu, dovolené či odpočinku.**

Tabulka 2: Četnost návštěvy lázeňského místa

Lázeňské místo	Poprvé	Podruhé	Potřetí	Několikrát ročně	Jednou ročně	Jednou za 3 roky	Pravidelně za ...	Průměr četnosti
Karlova Studánka	43 %	5 %	5 %	0 %	45 %	0 %	2 %	3,9
Karviná	27 %	32 %	6 %	18 %	4 %	0 %	13 %	4,5
Darkov	39 %	27 %	12 %	6 %	5 %	11 %	0 %	3,1
Klimkovice	44 %	29 %	11 %	3 %	8 %	1 %	5 %	2,5
Průměr	38 %	23 %	9 %	7 %	16 %	3 %	5 %	3,5

Zdroj: Vlastní zpracování

Oblíbenost jednotlivých lázeňských míst je charakterizována i tím, jak často se sem návštěvníci vrací. To je patrné z tabulky 2, kde je také vypočtena průměrná četnost opakovaných návštěv. Jde samozřejmě jen o předpoklad vycházející z hodnot dosažených v rámci realizace tohoto výzkumu. Poprvé navštívili respondenti v největším počtu Klimkovice (44 %) a Karlovu Studánku (43 %) při průměrné hodnotě 38 % pro všechna lázeňská místa. Poslední sloupec uvádí kvalifikovaný odhad četnosti opakovaných návštěv v těchto lázeňských městech vycházející z průměrné četnosti. Nejčastěji se návštěvníci vrací do Karviné.

Největším problémem většiny destinací cestovního ruchu je „sezonalita“, tedy nerovnoměrný počet návštěvníků v jednotlivých obdobích roku. Byl vypočten poměr $\text{sezonalita} = (\text{jaro} + \text{léto}) / (\text{podzim} + \text{zima})$. Kromě toho byla vypočtena směrodatná odchylka údajů pro jednotlivá roční období (tabulka 3).

Tabulka 3: Nejčtenější roční období návštěvy lázeňského místa

Lázeňské místo	Jaro	Léto	Podzim	Zima	j+l/p+z	Směrodatná odchylka
Karlova Studánka	10 %	60 %	24 %	6 %	2,33	0,21
Karviná	32 %	51 %	11 %	6 %	4,88	0,18
Darkov	58 %	30 %	12 %	0 %	7,33	0,22
Klimkovice	23 %	40 %	20 %	17 %	1,70	0,09
Průměr	21 %	43 %	23 %	14 %	1,74	0,16

Zdroj: Vlastní zpracování

Je-li hodnota větší než 1, převažují návštěvníci na jaře a v létě, což je v tomto případě u všech moravskoslezských lázeňských míst. Největší rozdíly mezi obdobími jaro + léto a podzim + zima byly identifikovány v Darkově, kde se nejvíce projevovala sezónnost, která nakonec vedla k uzavření lázní. Nejrovnoměrností **návštěvnost je v Klimkovicích, což odpovídá rovněž údajům uvedeným v tabulce 1 věnované důvodu návštěvy lázní.**

Způsob ubytování vícedenních návštěvníků dosahuje v jednotlivých místech značných rozdílů (**tabulka 4**).

Tabulka 4: Druh a kategorie využívaného ubytovacího zařízení

Lázeňské místo	Lázeňské zařízení	Hotel	Penzion	Ubytování v soukromí	U známých/ Příbuzných
Karlova Studánka	78 %	3 %	3 %	7 %	8 %
Karviná	66 %	6 %	2 %	18 %	8 %
Darkov	74 %	20 %	6 %	0 %	0 %
Klimkovice	100 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Průměr	80 %	7 %	3 %	6 %	4 %

Zdroj: Vlastní zpracování

V Klimkovicích využívali respondenti ubytování výhradně v lázeňském zařízení, naopak v Karviné jen dvě třetiny návštěvníků. V Darkově bydlí pětina návštěvníků v hotelu a v Karviné je pětina ubytována v soukromí. Dosažené hodnoty opět korespondují s důvody návštěvy daných lázeňských míst (viz tabulka 1).

Dalším zkoumaným aspektem bylo zjišťování, jak a s kým návštěvník cestuje. Při obdobných průzkumech nejsou průměrné výsledky odpovědí příliš odlišné. Důvodem jejího položení byl záměr porovnat rozdíly mezi jednotlivými lázeňskými místy. Ve 14 lázeňských místech, která byla předmětem první etapy projektu, přijela polovina návštěvníků sama. Pro zde prezentovaná čtyři lázeňská místa je to jen třetina a **převažuje pobyt návštěvníků s rodinou (kolem 66 %).**

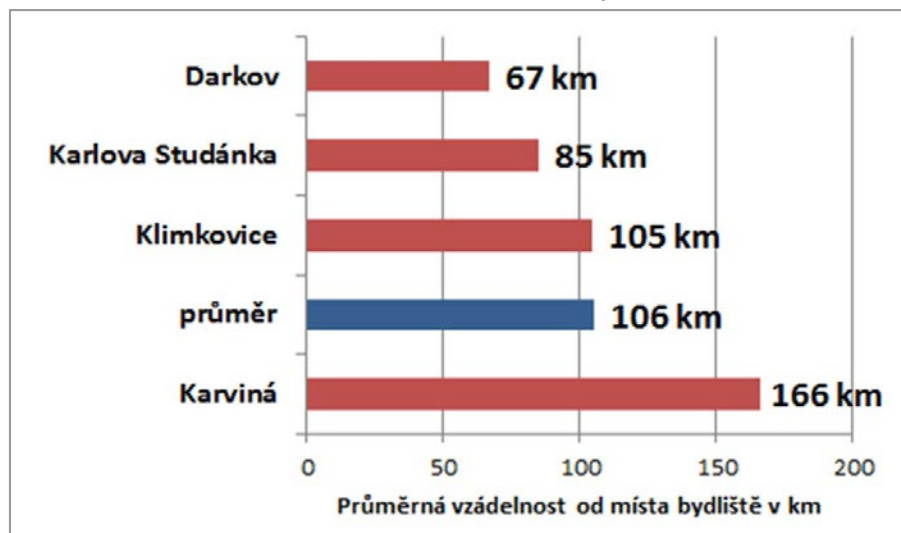
Tabulka 5: Jak a s kým cestujete?

Lázeňské místo	S kým cestujete?		Jak cestujete?			
	s rodinou	sám	Auto	autobus	vlak	kolo/pěšky
Karlova Studánka	47 %	53 %	79 %	20 %	5 %	0 %
Karviná	73 %	27 %	42 %	12 %	46 %	0 %
Darkov	66 %	34 %	51 %	24 %	14 %	11 %
Klimkovice	78 %	22 %	78 %	20 %	2 %	0 %
Průměr	66 %	34 %	63 %	19 %	17 %	3 %

Zdroj: Vlastní zpracování

Je patrné, že tam, kde je adekvátní vlakové spojení, přijede značná část návštěvníků vlakem, jako je to v případě Karviné (46 %). Autem přijede nejvíce návštěvníků do Karlovy Studánky (79 %) a do Klimkovic (78 %), kde četnost dopravního spojení v kombinaci s indikací, kvůli níž klient do lázní přijíždí, vede k využití vlastního dopravního prostředku.

Graf 1: Vzdálenost od místa bydliště



Zdroj: Vlastní zpracování

Důvodem pro zařazení průměrné vzdálenosti bydliště respondenta od lázeňského místa je vymezení lázeňského místa z hlediska typologie [2]. Dosažená hodnota charakterizuje nepřímo, zda jde o lázně místního, regionálního, celostátního či nadnárodního, resp. mezinárodního významu (viz graf 1) – tomu také obvykle odpovídá míra zastoupení tuzemské či zahraniční klientely.

Průměrná vzdálenost od bydliště se pohybovala u **čtrnácti** již dříve analyzovaných lázeňských míst v rozpětí od 238 km pro Mariánské Lázně po 44 km v případě Lázní Mšené. Získaná hodnota v podstatě také svědčí o určité atraktivitě jednotlivých lázeňských míst. U Karlových Varů tato hodnota dosáhla téměř 750 km, jelikož se jedná o lázeňské místo mezinárodního významu. Z dosažených hodnot je zřejmé, že všechna lázeňská místa v Moravskoslezském kraji mají převážně regionální až nadregionální charakter, kdy průměrná vzdálenost pro Karvinou (166 km) je srovnatelná s Jáchymovem (199 km) a Luhačovicemi (145 km). Lze předpokládat, že rostoucí počet km pro dojezd do lázeňského místa indikuje nejen atraktivitu, ale rovněž míru významu lázní pro léčbu konkrétních indikací. Rehabilitační sanatorium v Karviné patří k vyhlášeným zařízením pro léčbu zejména pohybového aparátu, a to nejen pro tuzemskou, ale i zahraniční klientelu.

Jedním z ukazatelů týkajících se poskytovaných služeb v lázeňském místě jsou průměrné výdaje návštěvníků při pobytu v jednotlivých lázeňských místech (viz tabulka 6). Z dosud realizované první etapy výzkumu dosáhli nejvyšších průměrných denních **výdajů návštěvníci Karlových Varů – cca 300 2 Kč, což odpovídá typologii lázeňských míst. Na druhém místě návštěvníci v Luhačovicích s částkou přes 500 1 Kč** a o něco nižší náklady na pobyt mají návštěvníci v Jáchymově – takřka **400 1 Kč**. Průměrné denní výdaje návštěvníků v lázeňských místech v Moravskoslezském kraji jsou výrazně nižší – v průměru 729 Kč. Největší průměrné výdaje uvádějí návštěvníci v Karviné a nejmenší v Darkově. Dosažené hodnoty odpovídají výsledkům dosaženým v předchozí otázce, kdy lze předpokládat, že s rostoucí vzdáleností rostou i průměrné výdaje na lázeňskou péči.

Tabulka 6: Průměrné denní výdaje návštěvníků

Lázeňské místo	Ubytování	Stravování	Vedlejší výdaje	Láz. a wellness popl.	Celkem
Karlova Studánka	134 Kč	120 Kč	106 Kč	166 Kč	526 Kč
Karviná	504 Kč	257 Kč	162 Kč	291 Kč	1214 Kč
Darkov	124 Kč	131 Kč	112 Kč	126 Kč	493 Kč
Klimkovice	128 Kč	115 Kč	300 Kč	140 Kč	683 Kč
Průměr	222 Kč	156 Kč	170 Kč	181 Kč	729 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Nedílnou součástí výzkumu bylo porovnávání názorů respondentů na kvalitu služeb poskytovaných jak návštěvníkům, tak i lázeňským hostům. Respondenti posuzovali celou řadu služeb – své hodnocení klasifikovali (obdobně jako ve škole) známkou 1 až 5, kdy jednička byla nejvyšší a 5 nejnižší spokojenost s kvalitou těchto služeb.

V tabulce 7 jsou uvedeny průměrné známky, kterými respondenti hodnotili jednotlivé služby v lázeňských místech. Pro každou kategorii je uvedena průměrná známka pro všechna čtyři místa a pak celková průměrná známka pro každé místo.

Celkově nejlepší průměrnou známku získala Karlova Studánka (1,8) a nejhorší Klimkovice (2,4). Návštěvníci dobře hodnotí nabídku lázeňských a wellness procedur, a to především v Karlově Studánce a Klimkovicích (průměrná známka – 1,8). Dále bylo hodnoceno chování personálu léčebných a wellness zařízení, a to zvláště v Karlově Studánce (1,5). Prostředí pro odpočinek a relaxaci oceňují především v Karviné (1,5) a v Karlově Studánce (1,8).

Tabulka 7: Hodnocení kvality služeb v jednotlivých městech

Hodnocená služba v lázeňském místě	Karviná	Klimkovice	Darkov	Karlova Studánka	Průměr
Možnosti nákupů	1,2	1,5	1,5	1,2	1,4
Nabídka trávení volného času - sport, kultura	1,4	1,4	1,5	1,2	1,4
Nabídka dalších atraktivit pro návštěvníky	2,4	3,9	2,0	2,2	2,6
Stravování ve městě	2,2	4,1	2,0	2,8	2,8
Chování místních obyvatel k návštěvníkům	2,2	1,8	2,0	2,3	2,1
Informační služby pro návštěvníky a hosty	2,3	2,4	2,0	1,8	2,1
Celková spokojenost s úrovní služeb v místě	2,3	4,1	2,0	1,6	2,5
Ubytování ve městě	2,5	2,3	2,0	2,3	2,3
Celkový dojem z pobytu v lázeňském místě	1,8	1,5	2,0	1,1	1,6
Prostředí pro odpočinek, relaxaci, parky...	1,5	2,7	2,5	1,8	2,1
Chování personálu lázeňských a wellness zařízení	2,3	1,7	2,0	1,5	1,9
Lázeňské nebo wellness procedury – nabídka	2,1	1,6	2,0	1,5	1,8
Průměr známka pro jednotlivá lázeňská místa	2,0	2,4	2,0	1,8	2,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Nejlepší celkový dojem z pobytu v lázních mají návštěvníci Karlově Studánce (1,1), když jde o nejlepší dosaženou „známku“ celého výzkumu. Klimkovice vybočují výrazně v několika kritériích v porovnání s dalšími třemi lázeňskými místy. Lidé jsou především nespokojeni s celkovou úrovní služeb ve městě, dále s úrovní stravovacích zařízení a nedostatkem dalších atraktivit pro návštěvníky mimo lázně. Dosažené výsledky v Klimkovicích mohou být rovněž ovlivněny skutečností, že jedině lázně v Klimkovicích jsou situovány mimo centrum lázeňského místa. Výhodou je sice relativní klid pro lázeňské hosty, ale současně i určitá izolace od ostatního dění.

V porovnání s výzkumem v dalších regionech jsou návštěvníci spokojeni volnočasových aktivit a možnostmi nákupu. Získané hodnoty jsou poněkud překvapivé u Horských lázní Karlova Studánka, kde si klienti poměrně často stěžují na nedostatečnou nabídku volnočasových aktivit. Nicméně dosažené hodnoty tyto názory nereflektují.

DISKUZE VÝSLEDKŮ

Největší podíl těch, kteří navštíví dané lázeňské město za účelem lázeňské péče nebo wellness pobytu je v Klimkovicích. V Darkově více než polovina oslovených byla na dovolené nebo na výletě.

Návštěvníci se nejčastěji opakovaně vrací do Karviné, nejméně často do Klimkovic. Nejčtenější „návratnost“ do Karviné může souviset s hlavní indikací léčenou v Rehabilitačním sanatoriu, a tou je léčba nemocí pohybového ústrojí, která je současně nejfrekventovanější a opakující se léčenou indikací u dospělé klientely.

Většina **lázeňských míst** se potýká s vysokou „sezonalitou“, tj. nerovnoměrné rozložení návštěvníků v průběhu celého roku. Nejrovnoměrnější návštěvnost je v Klimkovicích, nejnižší návštěvnost v zimě vykazoval **v Darkově, což je jedna ze skutečností, která ovlivnila dočasné uzavření lázní.**

Na rozdíl od jiných regionů převládá v moravskoslezských lázních ubytování přímo v lázeňských zařízeních, což odpovídá většinové návštěvnosti lázeňských zařízení za účelem léčení či relaxace. Za zmínku stojí 20 % ubytovaných v hotelích v Darkově.

Oproti ostatním menším lázeňským místům je podíl těch, kteří přijeli sami nižší (34 %), zatímco v těchto sledovaných místech přijíždí dvě třetiny **návštěvníků s rodinou**. Do Karviné přijede téměř polovina návštěvníků vlakem, zatímco do Klimkovic a Karlovy Studánky přijedou téměř čtyři pětiny vlastním autem.

Jeden z cílů výzkumu bylo posoudit kvalitu poskytovaných služeb jak pro návštěvníky, tak i lázeňské hosty. Z pohledu vnímání kvality se na první příčce se umístila Karlova Studánka. Vnímání kvality je v Karlově Studánce a Darkově srovnatelné. Díky několika kritériím, ve kterých jsou návštěvníci Klimkovic značně nespokojeni, je celkové vnímání spokojenosti s pobytem zde nejhorší. Mezi důvody ovlivňující tuto skutečnost může patřit mimo jiné i oddělení lázní od centra vlastního lázeňského místa, takže chybí určitá sounáležitost a možnost bezprostřední nabídky navazujících služeb.

Atraktivitu jednotlivých lázeňských míst lze posuzovat také podle průměrné vzdálenosti mezi místem bydliště návštěvníka a lázeňským místem. Hodnoty se výrazně lišily. Zatímco pro návštěvu Karlových Varů museli respondenti překonat v průměru vzdálenost asi 750 km, do Jáchymova to bylo 200 km a do Luhačovic kolem 150 km. Pro tento region je to pro Karvinou 166 km, pro Klimkovic 105 km, Karlovu Studánku 85 km a Darkov dokonce jen 67 km.

V atraktivních lázních jsou také vyšší ceny a lidé jsou zde obvykle ochotni vydat více finančních prostředků. Návštěvník Karlových Varů utratí denně průměrně téměř 2 300 Kč, v Luhačovicích asi 1 550 Kč a v Jáchymově kolem 1 400 Kč. V moravskoslezských lázeňských místech je to průměrně 729 Kč za den.

ZÁVĚR

Závěrem lze konstatovat, že spokojenost lázeňských hostů není úměrně závislá na velikosti lázeňského zařízení, ale spíše na kvalitě poskytovaných služeb, z nichž za velmi důležité faktory považují respondenti mj. přístup a ochotu personálu. Předpokládané negativní předpovědi související s vydáním vyhlášky č. 267/2012 Sb. se neprojevyly v počtu klientů, ale negativní dopad nastal zejména v poklesu využitých lůžekodnů a rovněž poklesu průměrné délky pobytu v lázeňském zařízení.

Vzhledem k nutnosti individuálního přístupu k jednotlivým lázeňským místům a řízeným rozhovorům

uskutečněným s představiteli lázeňských míst i poskytovateli navazujících služeb byla navržena další konkrétní opatření ke zlepšení poskytovaných služeb. Mezi výstupy se objevují návrhy na zvýšení informovanosti návštěvníků, využití nových technologií pro efektivnější poskytování informací – QR kódy, proximity marketing. Návrhy byly jednotlivým lázeňským místům poskytnuty spolu s plánem realizace těchto změn či opatření, které přispějí ke zvýšení spokojenosti lázeňské klientely či návštěvníků lázeňských míst.

LITERATURA

- [1] EDLIN, G., GOLANTY, E. *Health and Wellness*. Sudbury (USA): Jones and Bartlett Publishers, 2010, 810 p. ISBN 978-0-7637-6593-4.
- [2] FIALOVÁ, D. České lázeňství. In: *Geografické rozhledy*, 2004, ročník 13, č. 3, s. 76 – 77.
- [3] Jakubíková, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. 320 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
- [4] JANOŠKA, M. *Minerální prameny v Čechách, na Moravě a ve Slezsku*. Praha: Academia, 2011, 495 s. ISBN 978-80-200-1615-7.
- [5] KAJLÍK, V. České lázně a lázeňství. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007. 218 s. ISBN 978-80-239-9330-1.
- [6] Kotler, P., Bowen, T., Makens, J., C. *Marketing for hospitality and tourism*. 5th ed. NY: Prentice Hall, 2010. 683 p. ISBN 0-13-504559-2.
- [7] ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis, 2010, 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.
- [8] Seifertová, V. *Marketing v lázeňském cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Pragoline, 2003. 120 s. ISBN 80-86592-00-6.
- [9] SOUKUP, V., DAVID, P., THOMA, Z. *Skvosty lázní*. Praha: Knižní klub, 2005, 208 s. ISBN 80-242-1524-1.
- [10] VANÍČEK, J., VAVREČKOVÁ, E. Profil návštěvníka vybraných lázeňských míst v České republice. In: *Sborník recenzovaných příspěvků z mezinárodní vědecké konference Hotelnictví, turismus a vzdělávání*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze, 23. 10. 2013, s. 349 – 366. ISBN 978-80-87411-53-7.
- [11] VANÍČEK, J., VAVREČKOVÁ, E. Význam lázeňství pro cestovní ruch vybraných lázeňských míst v České republice. In: *Sborník recenzovaných příspěvků z mezinárodní vědecké konference Hotelnictví, turismus a vzdělávání*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze, 23. 10. 2013, s. 367 – 381.
- [12] ISBN 978-80-87411-53-7.
VAVREČKOVÁ, E., VANÍČEK, J. Přínos lázeňských míst cestovnímu ruchu v Karlovarském a Zlínském kraji. In: *Sborník recenzovaných příspěvků z mezinárodní vědecké konference Hotelnictví, turismus a vzdělávání*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze, 22. 10. 2014, s. 357 – 374. ISBN 978-80-87411-60-5.
- [13] VYSTOUPIL, J. A KOL. *Atlas cestovního ruchu České republiky*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006. 156 s. ISBN 80-239-7256-1.

ELEKTRONICKÉ ZDROJE

- [14] *Databáze demografických údajů za obce ČR*. [online]. [cit. 2014-08-21]. Dostupné z [www: http://www.czso.cz/cz/obce_d/index.htm](http://www.czso.cz/cz/obce_d/index.htm)
- [15] *Lázeňská péče 2000 – 2013*. [online] 24. 6. 2014 [cit. 2014-11-04]. Dostupné z [www: http://www.uzis.cz/category/tematicke-rady/zdravotnicka-statistika/lazenska-pece-lazne](http://www.uzis.cz/category/tematicke-rady/zdravotnicka-statistika/lazenska-pece-lazne)
- [16] LESKOVÁ, I. *Moravskoslezské lázně bojují o přežití. Starý Darkov zůstane zavřený*. [online] 13. 10. 2013 [cit. 2014-11-04]. Dostupné z [www: http://ostrava.idnes.cz/moravskoslezske-lazne-bojuji-o-preziti-stary-darkov-zustane-zavreny-1e4/ostrava-zpravy.aspx?c=A131011_1987154_ostrava-zpravy_jog](http://ostrava.idnes.cz/moravskoslezske-lazne-bojuji-o-preziti-stary-darkov-zustane-zavreny-1e4/ostrava-zpravy.aspx?c=A131011_1987154_ostrava-zpravy_jog).
- [17] *Města, obce a vesnice v ČR – územní členění v České republice*. [online]. [cit. 2014-08-21]. Dostupné z [www: http://www.obce-mesta.info](http://www.obce-mesta.info)
- [18] *Místopisný průvodce po České republice*. [online]. [cit. 2014-08-21]. Dostupné z [www: http://www.mistopisy.cz](http://www.mistopisy.cz)
- [19] Vyhláška č. 267/2012 Sb. o stanovení Indikačního seznamu pro lázeňskou léčebně rehabilitační péči o **dospělé, děti a dorost**.

[20] Zákon č. 164/2001 Sb. o přírodních léčivých zdrojích, zdrojích přírodních minerálních vod, přírodních léčebných lázních a lázeňských místech a o změně některých souvisejících zákonů (lázeňský zákon).

KONTAKT

Ing. Eva Vavrečková, Ph.D.

Ústav lázeňství, gastronomie a turismu, Filozoficko-přírodovědecká fakulta, Slezská univerzita v Opavě
e-mail: eva.vavreckova@fpf.slu.cz

doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc.

Ústav lázeňství, gastronomie a turismu, Filozoficko-přírodovědecká fakulta, Slezská univerzita v Opavě
e-mail: jiri.vanicek@fpf.slu.cz

PROMĚNY POTENCIÁLU PŘÍRODNÍCH SLOŽEK KRAJINY VE VZTAHU K CESTOVNÍMU RUCHU V JEDNOTLIVÝCH HISTORICKÝCH ETAPÁCH

Jaromír Rux
Petr Chalupa
Eva Janoušková

TRANSFORMATIONS OF NATURAL LANDSCAPE COMPONENTS' POTENTIAL RELATING TO TOURISM IN INDIVIDUAL PERIODS OF HISTORY

ABSTRAKT

V současné době vzrostl zájem o zkoumání potenciálu krajiny pro cestovní ruch. Tento zájem je vyvolán potřebou objektivních informací, které jsou podkladem pro rozhodovací procesy pracovníků krajských úřadů a dalších institucí. Zkoumáním krajiny se zabývá řada věd, např. historie, ekonomie, geologie, geografie, krajinná ekologie a také cestovní ruch.

Klíčová slova: cestovní ruch, historický vývoj, krajina, krajinná sféra, přírodní složky krajiny, potenciál přírodních složek

ABSTRACT

Currently there is a growing interest in examination of the landscape potential for tourism. This interest is caused by the need for objective pieces of information which are a basis for decision-making processes of regional authorities and other institutions staff. The landscape is examined by a number of sciences, e.g. history, economics, geology, geography, landscape ecology, and also tourism.

Keywords: Tourism, Historical Development, Landscape, Geographic Environment, Natural Landscape Components, Natural Components Potential

ÚVOD

Rozvoj cestovního ruchu je podmíněn existencí dostatečné úrovně kvalitativně diferencovaného potenciálu v krajině. Přírodní a antropogenní potenciál tak vyjadřuje podmínky a vhodnost krajiny pro cestovní ruch. V České republice je od roku 1999 rozčleněn turistický potenciál na turistické regiony, které byly následně diferencovány při zpracování programů rozvoje cestovního ruchu krajů a regionů také na menší území - tzv. turistické oblasti. (Podrobně uvádí Musil, M. a kol. 2008).

Je-li předmětem výzkumu přírodní potenciál krajiny, navíc ve vztahu k cestovnímu ruchu, je třeba uvést v úvodu, v jakém smyslu chápeme základní pojmy – potenciál, krajina, přírodní složky krajiny.

Pojem potenciál (z *latinského potentia = síla, možnost*) může mít mnoho významů podle toho, k jakému objektu se vztahuje.

Krajina je výsledkem přírodního vývoje, působení člověka a souhrn výsledků jeho myšlení a společenské organizace. Náš pohled na krajinu není pozice geografické anebo ekologické, ale posuzujeme ji jako komplex přírodních a kulturně-společenských složek ve vztahu k cestovnímu ruchu. Hodnotíme kvalitativní stránku tohoto vztahu v historickém vývoji. Na základě studia odborné literatury (viz soupis) analyzujeme specifika cíleně vybrané historické fáze, ve které se v dané historické etapě (agrární, industriální a postindustriální epocha) vzájemná vazba mezi potenciálem přírodních složek krajiny a danou úrovní cestovního ruchu nejvýrazněji projeví. Tento přístup byl nutností, protože s ohledem na limitovaný rozsah příspěvku nebylo možno podrobněji postihnout dynamiku permanentně se vyvíjejícího vztahu. V této souvislosti připomínáme, že předmětem zkoumání jsou tedy proměny významu přírodních složek v historickém vývoji a jejich role ve formování cestovního ruchu. Cílem článku je nejen prezentovat, jak se v průběhu období od starověku po současnost projevoval vliv přírodních složek krajiny na cestovní ruch, ale také postihnout tento proces v širších souvislostech vyplývajících ze společenského vývoje (technický, institucionální, politický a sociální). Demonstrujeme tak určitou formu časové progresy vyplývající z analýzy jednotlivých historických etap.

Z mnoha definic krajiny se přikláníme k pojetí Formana a Godrona a Demka, kteří chápou krajinu jako heterogenní část zemského povrchu, skládající se ze souboru vzájemně se ovlivňujících ekosystémů, který se v dané části povrchu v podobných formách opakuje (Forman, Godron, 1993, s. 18). Demek považuje krajinu za svéráznou část zemského povrchu naší planety, která tvoří celek kvalitativně se odlišující od ostatních částí krajinné sféry. Má přirozené hranice, svérázný vzhled, individuální vnitřní strukturu, určité chování (fungování) a specifický vývoj (Demek, 1974). Zajímavé přístupy ke studiu krajiny přináší také geografické studie Kolečky (Kolečka, 2011, Kolečka 2012, Kolečka 2013, Kolečka 2014). Autoři se shodují, že krajinu lze v komplexu diferencovat na složky. Jedná se o nekrosféru /neživou část krajiny/, biosféru /živou část krajiny/, sociosféru /lidskou činností vzniklá část krajiny/ a noosféru /nehmotnou část krajiny/. Přírodní potenciál krajiny vychází z daných fyzikogeografických podmínek limitovaných nekrosférou = abiotické podmínky krajiny a biosférou = biotické podmínky krajiny. Krajina může být různými odborníky chápána různě v rámci jejich oboru. Sklenička (2003, s. 8-15) tak hovoří o definicích krajiny v různých pojetích, např. geografické, ekologické, ekonomické anebo umělecké. Jestliže Forman a Godron (1993, s. 13-15) užívají výraz "*umělcova krajina*" v souvislosti s malbou a zobrazováním krajiny ve výtvarném umění, tak oprávněně lze hovořit o „*krajině z pohledu účastníka cestovního ruchu*“. Kdybychom následně uvažovali, že cestovní ruch je souhrnem cíleně zvolených přechodných pobytů lidí v určitých destinacích, včetně služeb, které zde slouží k uspokojení jejich potřeb, pak můžeme také hodnotit složky přírodního potenciálu krajiny s ohledem na cestovní ruch.

Geologické a geomorfologické poměry v krajině (*terénní morfologie*) účastník cestovního ruchu posuzuje podle toho, jakou zájmovou a estetickou hodnotu pro něho krajina má. (Například horský terén je vhodný k vysokohorské turistice, rovinný terén je vhodný pro cykloturistiku, bizarní útvary pískovcových skal anebo vápencová krasová krajina se běžně plošně nevyskytují a jsou třeba zajímavým fotografickým objektem.) Členitost terénu má vliv nejen na mikroklima segmentů krajiny, na hydrologické poměry a vytváření vegetačních stupňů, ale i na zemědělskou výrobu, uspořádání sídelní struktury a dopravních sítí. Klimatické poměry ovlivňují nejen zemědělskou výrobu, solární a eolickou energetiku, ale také limitují letní rekreaci

u vody, pěší turistiku a cykloturistiku a zimní rekreaci spojenou s lyžováním. Jsou také významným faktorem, který ovlivňuje biotickou výškovou stupňovitost a hydrologické poměry v krajině. Množství povrchově tekoucí vody a vody se zpomaleným oběhem určuje ve spojitosti s terénní morfologií energetické využití vodních toků, možnost výstavby přehrad a rybníků, je také faktorem ovlivňujícím cestovní ruch. Účastník cestovního ruchu v krajině hodnotí místní hydrologické poměry s ohledem na cíl pobytu. Vodáka zajímá sjízdnost toků, letního rekreaanta u rybníka, přehrady anebo jezera zase čistota vody a její teplota. Biota je významnou složkou celkového přírodního potenciálu krajiny. Je faktorem nejen hospodářským (např. biotický produkční potenciál z pohledu lesního hospodářství), ale především je faktorem ovlivňujícím cestovní ruch a rekreaci (např. odlišné zákonem chráněné rostlinstvo a živočišstvo výškových stupňů krajiny anebo zdravotní význam pobytu v přírodě). Příroda má v lidské společnosti v současnosti velký význam při odpočinku a regeneraci sil. Na druhé straně je třeba si uvědomit, že cestovní ruch je významně symbioticky propojen s ekologickou zátěží a zásahy do životního prostředí.

Běžného účastníka cestovního ruchu tak v přírodě - podle jeho zájmu - upoutají různé přírodní pozoruhodnosti (např. jeskyně, biota rezervací), posuzuje vhodnost krajiny pro formu mechanického pohybu se sportovním využitím (např. pěší turistika, vodní turistika, cykloturistika, běžecké anebo sjezdové lyžování, horolezectví, závěsné létání, sportovní myslivost a rybaření), posuzuje estetickou hodnotu krajiny (např. zajímavá a pestrá terénní morfologie, lesní pokryv, vodní plochy). V průběhu historického vývoje se význam přírodních složek krajiny měnil.

STAROVĚK, PŘEDEVŠÍM ANTIKA

S trochou nadsázky je možno říci, že cestování je skoro stejně staré jako lidstvo samo a že prvou cestou bylo vyhnání Adama a Evy z ráje. Člověk - sběratel plodů a lovec - se pohyboval v krajině již v dobách před neolitickou revolucí, která proběhla v holocénu (mezi 10. až 8. tisíciletím př. n. l.).

V období neolitické revoluce člověk začíná cíleně šlechtit užitkové rostliny a chovat domestikovaná zvířata a svojí ekonomickou činností je „připoután k půdě“, což podmínilo budování trvalých sídel, u nás např. Dolní Věstonice anebo Pavlov. V zemědělských oblastech přinesl hospodářský rozvoj nezbytnou změnu institucionálního uspořádání a prohloubil společenskou a sociální diferenciaci obyvatelstva. Nadprodukce potravin umožnila vznik skupinám obyvatelstva, které se nezabývaly zemědělskou činností. Tyto procesy vytvořily podmínky pro vznik měst v nově se vytvářející epoše vývoje lidské společnosti - v agrárním období - např. Jericho anebo Babylón, jejichž stáří je odhadováno asi na šest tisíc let. Před více než pěti tisíci roky vznikly např. Théby. Nejstarší sídelní a civilizační vývoj probíhal při hranicích Asie, Afriky a Evropy. Vznikla tak osídlená oblast táhnoucí se z Mezopotámie přes Palestinu do Egypta. Další obdobné oblasti bychom objevili v povodí Indu a v Číně. Následoval vznik vzniku sídel v oblasti východního Středomoří.

Neolitická revoluce byla umožněna změnou klimatických podmínek na konci poslední doby ledové, kdy zvýšení teploty umožnilo pěstování obilí. Následovalo rozsáhlé kácení lesů a intenzivní využívání dřeva.

Člověk svojí hospodářskou činností výrazným způsobem měnil krajinu. Co se děje s její estetickou hodnotou ho samozřejmě nezajímalo. Usazování na jednom místě vedlo ke specializaci povolání a rozvoji obchodu. Obchod a války jsou všeobecně považovány za první motivy cestování u starých Egyptanů, Babylóňanů a Peršanů. Staří Egyptané cestovali k pyramidám a chrámům takže někteří autoři považují náboženský cestovní ruch za nejstarší formu cestovního ruchu.

Řekové od roku 776 př. n. l. cestovali na olympijské hry, které jsou považovány za prvou organizovanou akci turismu. Olympijské hry se konaly každý čtvrtý rok na počest boha Dia a cestovali na ně závodníci i diváci. Zatímco staří Řekové dovedli ocenit krásu ženského (i mužského) těla, krásu krajiny neznali. To neznamená, že přírodu nepozorovali. Za všechny vzpomeňme nejvýznamnějšího představitele Milétské školy Thalese z Miletu, jehož jméno znají všichni středoškoláci v souvislosti s Thaletovou větou (*Obvodové úhly nad průměrem kružnice jsou pravé*). Thales studoval záplavy Nilu a vysvětlil je působením pasátů. I když jeho vysvětlení není správné, svědčí o hlubokých geografických znalostech.

Bohatí Římané nepracovali, věnovali se vědě a umění a také rekreačnímu a zdravotnímu turismu. Zajímavé je, že obě otrokářské společnosti rozlišovaly pracovní čas a volný čas. Např. Řekové označovali volný čas jako „*schole*“ a jeho protiklad, čas práce „*a-scholia*“ (Chorvát 2007). Volný čas měli nejen otrokáři, ale i otroci (asi 60 dnů v roce) a mohli ho trávit např. na olympijských hrách nebo při různých závodech. Jak již bylo řečeno, v horkých letních dnech cestovali bohatí Římané do letovisek na mořském pobřeží.

Můžeme tedy říci, že přímořská krajina měla již v antice určitý potenciál cestovního ruchu. Nikdo však necestoval za poznáním krás horské krajiny a její potenciál byl tedy z hlediska cestovního ruchu nulový. Zájem o krajinu se probouzí mnohem později, první náznaky jsou až v renesanci a především baroku, kdy lidé začínají oceňovat především krásu horské krajiny a mořského pobřeží. K rozvoji cestování přispěli Římané především výstavbou silnic pro vojenské účely, ale využívali je i obchodníci, poslové a další osoby. Cestovalo se převážně pěšky, asi 25-30 km denně.

Závěrem této části můžeme konstatovat, že v antice existoval:

- náboženský turismus,
- lázeňský turismus
- cesty za rekreací na mořské pobřeží.

Nejvyšší potenciál mělo mořské pobřeží a lázeňské oblasti. O počtech účastníků antického cestování chybí jakékoliv údaje.

STŘEDOVĚK

Pád Západořímské říše v roce 476 je většinou historiků považován za předěl mezi antikou a středověkem. Cestování se ze Středomoří přesunulo do západní Evropy a hlavní roli hrála církev, která se na krásu přírody dívala jako na dílo boží a odraz božského řádu. Misionáři podnikali cesty do nepoznaných zemí, byly organizovány křížácké výpravy a poutní cesty na posvátná místa. Nejčastějším cílem byl Jeruzalém, Řím a Santiago de Compostela. Středověké cesty byly ve velmi špatném stavu a cestování utrpením. K ubytování sloužily nejprve kláštery, později vznikaly hostince. O roli klášterů v středověkém cestování se zachovaly podrobné zápisy. Rychlost cestování byla nižší než v antice. Stěhování národů v šestém století a expanze islámu v osmém století rozvrátilo městské osídlení tehdy známého světa, což zapříčinilo, že sídla po dobu zhruba 700 let zůstala na nízké úrovni.

Ve vrcholném středověku (od 11. století) byly k ochraně cest stavěny hrady a brody nahrazovány nejprve dřevěnými a později kamennými mosty. Rostl význam dopravy přes alpské průsmyky. Lidé, kteří se pohybovali po středověkých cestách, vždy cestovali za konkrétním cílem (studium, obchod, poutní cesta, správa země apod.), cestování za poznáním krajiny nebo odpočinkem neexistovalo. Středověké cestování bylo náročné nejen fyzicky, ale i psychicky. Mnoho lidí na cestách zemřelo.

Církev, především římsko-katolická, považovala krásy krajiny za něco hříšného, co odvádí člověka od boha. Smysl života nebyl na tomto světě, symbolem krásy byl ráj. Dalším důvodem k nepřátelskému vnímání krajiny byla (Chorvát 2007) charakteristika území. Od poloviny 12. století probíhala v českých zemích tzv. středověká kolonizace, během které vznikaly stovky nových osad, městeček, měst, hradů a klášterů. Vesnice a městečka se rozprostíraly podél hlavních tepen dopravy spojujících města a mezi nimi byly rozlehlé neprostupné lesy, plné nástrah a nebezpečí.

Krajina v raném středověku se lišila od té dnešní. Dala by se charakterizovat jako království lesů a bažin. Ještě nezpracovaná příroda byla výzvou pro člověka, který v ní viděl využitelné přírodní zdroje. Volný čas měli pouze příslušníci šlechty a kléru u nižších tříd rozlišení mezi volným časem a časem práce neexistovalo, ale byl dodržován církevní zákaz práce v neděli.

Nejvýznamnější cestovatelem středověku byl Benátčan Marco Polo, který se údajně dostal až do Číny. Svá dobrodružství popsal v knize Milion.

Závěrem této části lze konstatovat, že vázáním většiny obyvatelstva poddanskými zákony na jedno místo, převládalo:

- cestování z náboženských důvodů,
- obchodních důvodů

Potenciál mořské i horské krajiny byl ve středověku prakticky nulový. Ostatně pojem krajiny sám se objevuje až v renesanční Evropě a to v souvislosti s pozadím malovaným na obrazech, nikoli s krajinou skutečnou (Stibral 2002).

NOVOVĚK

Objevení Ameriky v roce 1492 je považováno za počátek novověku. I na počátku novověku byl hlavním dopravním prostředkem kočár a plachetnice. Cestování v kočárech bylo nebezpečné a nepohodlné, neskýtaly dostatečnou ochranu proti dešti a zimě. Lidé vnímali přírodu negativně a vyhýbali se horským oblastem v létě i v zimě. Bylo běžné, že se lidé před a po překonání horského průsmyku modlili. Např. ve Švýcarské soutěsce Via Mala je na úseku dlouhém pět kilometrů celkem sedm kostelů. Potenciál horských oblastí byl stále nulový.

V 16. století se objevil nový fenomén tzv. Grand Tours (*Kavalierreisen*) což byly cesty mladých anglických šlechticů do kontinentální Evropy, především do Itálie. Tyto cesty trvaly tři až čtyři roky a byly velmi nákladné. Cestování bylo vyhrazeno mužům, účast žen na cestování byla považována za něco, co ženy kompromituje. Od účastníků se očekávalo, že budou nezaujatě a objektivně zaznamenávat své poznatky. Primárním cílem cest bylo rozšíření vzdělání návštěvou univerzit, kulturních center, získání encyklopedických znalostí o evropských krajinách a příprava na diplomatickou dráhu. Dorozumivacím jazykem byla latina, moderní jazyky se nevyučovaly. V 18. století bylo na cestách současně až 20 000 Angličanů. Postupně se k cestování připojili i příslušníci dalších národů a účastnili se jich i lidé neurození, pokud měli potřebné finance. Poslední cesty se uskutečnily koncem 18. století a směly se jich účastnit i ženy. Pokud při jejich absolvování bylo nutno překonat horský terén, bylo to bráno jako nepříjemná nutnost a účastníci cesty se nezajímali o krásu hor.

ZMĚNY VE VNÍMÁNÍ PŘÍRODY V NOVOVĚKU

K zásadním změnám v nazírání na krajinu došlo v 18. a na začátku 19. století. Velkou zásluhu mají Jean-Jacques Rousseau (1712 - 1778), Charles Baron de Montesquieu (1689 - 1755), Johann Wolfgang von Goethe (1749 - 1832), Gotthold Ephraim Lessing (1729 - 1781), Johann Gottfried Herder (1744 - 1803). Zatímco ve středověku byl hlavní zájem vědců orientován na teologii, v novověku se obrátil na přírodní vědy. Estetické vnímání krajiny však vešlo do širšího povědomí nikoliv zásluhou vědců, ale zásluhou malířů, krajinářů, především holandských (Chorvát 2007).

Na rozdíl od katolické Evropy byla v protestantském Holandsku a také ve Francii krásná krajina považována za boží vtělení. V osvícenectví se краса hor stala protikladem špinavým městům. Také v období romantismu (1795 - 1840) vzrostl zájem o přírodu, a to nejen v literárním kontextu. Velmi silný byl vliv anglických romantiků. Tak zvaní Jezerní básníci (W. Wordsworth a další) propagovali krásy Anglie v oblasti Lake District. Nejvýznamnějším českým romantikem je K. H. Mácha. Z jeho deníků víme, že četl především polské, německé a anglické romantiky a také filosofické spisy. V duchu romantického kultu minulosti rád navštěvoval staré hrady, zámky a zříceniny, miloval divokou, nespoutanou přírodu. Dvakrát pěšky navštívil Krkonoše a pěšky se vydal i přes Alpy až do severní Itálie. (Honzák 1996). Vedl si evidenci navštívených míst a kreslil si je (viz „*Hrady navštívené*“).

Vizualizace krajiny se netýká pouze její přírodní složky, ale i kulturně historických atraktivit. Z historických památek byly nejvíce oblíbeny stavby v gotickém slohu, protože vycházely z přírodních forem a používaly přírodních materiálů. Oblíbenou destinací Angličanů se staly Alpy. V roce 1857 byl Anglii založen první Alpský klub (*Alpine club*). Lidé začínali cestovat pro potěšení z cestování krásnou krajinou. Objevil se kult obyvatel hor jako statečných a ušlechtilých lidí. Původně se obyvatelé hor o ně zajímali pouze do výšky, do jaké se hory daly využít pro pěstování obilí, sklizeň trávy a těžbu dřeva z lesa. Co bylo nad horní hranici lesa, je nezajímalo. Do hor přicházeli pouze jedinci, počet přenocování byl nepatrný. Významným momentem bylo, když obyvatelé hor pochopili, že práce pro turisty, jejich doprovázení po horách, poskytování ubytování a stravování a další služby jsou většinou výnosnější než horské zemědělství. Koncem 17. století začal rozvoj lázeňství a krajiny s léčebnými prameny získaly ohromný potenciál.

Myšlenky obrozenectví a francouzské revoluce znamenaly začátek přestavby hierarchicky uspořádané stavovské společnosti v novou formu společnosti občanské. Významnou kvalitativní změnu vyvolala průmyslová revoluce, která přivedla společnost do industriálního období. Rozvoj hospodářství si nutně vyžádal změny institucionálního uspořádání tehdejší společnosti. Zrušení nevolnictví a roboty uvolnilo pracovní sílu a umožnilo imigraci do měst. Rozvoj průmyslu, využívání vodní energie, síly páry a následně elektrické energie si žádal změnu zemědělské výroby. Objevil se trojpolní systém a rozšířilo se pěstování brambor. Když se hlavním energetickým zdrojem stalo minerální palivo (uhlí) a jeho doprava do měst začala zdražovat průmyslovou výrobu, stala se blízkost uhlí lokalizačním faktorem průmyslu. To znamenalo příliv obyvatelstva do měst v těžebních oblastech. Pára se nejlevněji vyrábí ve velkém množství a její přenos na větší vzdálenost je obtížný, což zapříčinilo další koncentraci obyvatelstva v blízkosti velkých továren. Železniční tratě se stavěly v závislosti na dané terénní morfologii, takže se rozvíjelo osídlení v jejich blízkosti při říčních tocích v údolích a v nížinných plochých krajinách. Rozvoj průmyslu a růst městského obyvatelstva znamenal výraznější kvalitativní diferenciaci měst podle sociálního postavení jeho obyvatel. Na periferii, v blízkosti velkých továren a přístavů, se objevila seskupení nouzových obydlí (*slum, villas, favellas*). Nouzové kolonie mnohdy prošly dalším vývojem v periferní čtvrti doplněné zahrádkářskými koloniemi. Nízká městská zástavba se změnila ve stavbu výškových budov a specificky se změnila centrální části měst, kde začalo přibývat finančních institucí a správních budov. Imigrace do měst se stala permanentním procesem.

Průmyslová revoluce, která začala v nejnádhlejší zemi světa Anglii koncem 18. století, nastolila podmínky pro masový rozvoj cestovního ruchu. Lidé se stali osobně svobodnými, postupně si vybojovali volný čas, disponibilní peníze, rozvinula se pohodlná a levná železniční doprava a lidé získali motivaci k cestování. Grand Tours skončily a kdysi obávané cestování přes horské oblasti v kočárech bylo vystřídáno cestováním v pohodlných a bezpečných železničních vagoncích. Lidé postupně ztráceli strach z hor, cestování přes hory se stalo běžnou součástí cest a lidé dokonce objevili krásu hor.

Myšlenkový počátek pěší turistiky můžeme najít již v období renesance, například v dílech Françoise Rabelaise, Johna Locka či Jana Amose Komenského, kteří usilovali o zavádění tělesných cvičení v přírodě do škol a vyzdvihovali význam pobytu v přírodě pro přirozený vývoj člověka. Protože průmyslová revoluce začala v Anglii, která je rovinatou zemí, je logické, že prvními turisty byli Angličané, kteří přijížděli do švýcarských Alp. Zpočátku splývaly Alpy se Švýcarskem. Konkurence Rakouska a dalších alpských států se objevila až po první světové válce. Díky železnici přicházeli do Alp stále širší okruh turistů. Ubytování u místních sedláků bylo nahrazeno výstavbou horských chat a hotelů. Stavěly se ozubnicové železnice a budovaly horské stezky. V druhé polovině 19. století vznikly v radě států alpské spolky a potenciál Alp dosáhl ohromných výšek.

ZIMNÍ TURISMUS

Až do roku 1865 jezdili turisté do Alp pouze v létě. S tím nebyl spokojen majitel hotelu Kulm ve Svatém Mořici a nabídl tedy svým hostům, kteří se koncem léta vraceli do Anglie, aby přijeli ne až příští léto, ale už o Vánocích. Zároveň jim slíbil, že když se jim vánoční pobyt nebude líbit, budou po celou dobu bydlet zadarmo a on jim ještě zaplatí cestu z Anglie i cestu zpět. Skupina hostů nabídku přijala a opravdu o Vánocích přijeli. Zimní Alpy je tak okouzily, že zůstali nejen o Vánocích, ale pobyt si prodloužili až do Velikonoc. Po návratu do Anglie

své zážitky vyprávěli na čajových večírcích, což vyvolalo neuvěřitelnou vlnu příjezdů v příští zimě. Toho využil Dr. Spengler v Davosu a začal do Alp vozit turisty s plicními chorobami.

BUDOVÁNÍ INFRASTRUKTURY

V roce 1827 bylo založeno slavné vydavatelství cestovních průvodců Karl Baedeker. Průvodce měly vysokou úroveň a obsahovaly kromě praktických informací i informace o krajině. V roce 1841 organizoval Thomas Cook prvou skupinovou cestu a v roce 1845 založil prvou cestovní kancelář. Britové se stali pionýry masového turismu.

NOVÉ DESTINACE

V souvislosti s průmyslovou revolucí se objevila nová bohatá vrstva vybavená volnými penězi i volným časem - majitelé továren, vysocí úředníci, právníci, lékaři. Tato vrstva napodobovala život šlechty, včetně cestování. Klasická šlechta cestovala hlavně v zimě do měst, kde bylo více příležitostí k zábavě. Letní pobyty u moře byly výjimečné ze zdravotních důvodů. Nyní šlechta "utíká" před novými zbohatlíky a hledá nové destinace. Její pozornost se obrátila na pobřeží Anglie, pak pobřeží Evropy a na horské oblasti, především Švýcarsko. Její snaha byla marná, s rozvojem železniční dopravy nastala éra masového turismu. Obliba hor se rychle rozšířila do celé Evropy. Prakticky ve všech státech vznikají turistické spolky. V České republice byl Klub turistů založen v roce 1888 a výlety do přírody se rychle rozšířily.

Závěrem této části je možno říci, že společensko-ekonomický a technický vývoj ovlivnil rozvoj cestovního ruchu. Změna institucionálního uspořádání společnosti, jiný charakter práce a narůstající fond volného času byly další faktory, které pozitivně působily. Rozvoj věd a obecný nárůst vzdělanosti znamenal také jiné vnímání přírody ve vztahu k cestovnímu ruchu, jehož účastníci byli s ohledem na svoje sociální zařazení diferencováni.

SOUČASNOST

V průběhu let se v industriální epoše kvalitativně změnil charakter ekonomické činnosti. Zemědělství je stále více mechanizováno a uvolněné pracovní síly směřují do měst. Dojížděka do měst vzrůstá tak, že v mnoha vesnicích se ekonomicky aktivní obyvatelé pracující v prvním výrobním sektoru stávají menšinou. Na vesnicích se objevují víkendová a rekreační sídla, která reprezentují tzv. druhé bydlení městského obyvatelstva. V tomto období, které začalo v nejvyspělejších zemích v polovině 50. let minulého století, lze zaznamenat také opačně probíhající deurbanizační proces. Rozšiřuje se výstavba obytných domů sociálně výše postavených osob lokalizovaných na vesnicích, odkud tyto lidé - většinou soukromými osobními auty - za prací, nákupy a kulturou dojíždějí do měst. Změna technologií výroby a moderní způsob nákupu zboží klade větší požadavky na plochu. Nové výroby (např. montáž automobilů) a velkoobchody jsou stavěny na blízká dosud nezastavěná území na hranicích měst. Podmínkou je kvalitní komunikační síť umožňující snadnou a především rychlou dostupnost. Urbanizace tak zasahuje stále větší plochy. Města se rozšiřují na venkov a mění tak ekonomický a kulturní ráz vesnic.

Krajina sice není předmětem studia cestovního ruchu, ale jsme si vědomi, že je výsledkem dlouhého vývoje přírody a společnosti a stále se proměňuje, především činností člověka. Studium minulosti krajiny a využití poznatků jednotlivých věd nám umožní lépe plánovat její budoucí využití ve smyslu udržitelného rozvoje cestovního ruchu. Krajina má ekonomickou hodnotu, je nejdůležitější „surovinou“ pro průmysl cestovního ruchu a musíme s ní dobře hospodařit. Tuto skutečnost si uvědomují téměř všechny státy světa. Např. v Německu v zákoně na ochranu přírody (*Gesetz über Naturschutz und Landschaftspflege - Bundesnaturschutzgesetz - BNatSchG*) se uvádí, že je třeba chránit rozmanitost, jedinečnost a krásu, stejně jako rekreační hodnoty přírody a krajiny (*die Vielfalt, Eigenart und Schönheit sowie der Erholungswert von Natur und Landschaft*). Tyto pojmy jsou v zákoně použity především pro charakteristiku obrazu krajiny.

VNÍMÁNÍ CHARAKTERU KRAJINY

Rekreační potenciál území je možno definovat jako souhrn ekologických, vegetačních, kulturních a sociálních faktorů určujících maximální schopnosti působení území na člověka a jeho rekreační aktivity.

Novelou zákona v roce 2002 byl v SRN zaveden pojem rekreační hodnota krajiny. Ochrana rekreační hodnoty krajiny je jedním z hlavních cílů a zahrnuje i výše uvedené pojmy různorodost, jedinečnost a krása krajiny. Rovněž Angličané a Skotové mají vypracovanou metodiku pro hodnocení krajiny (Salašová 2005).

Pro charakteristiku potenciálu krajiny podle přírodních složek s ohledem na cestovní ruch užíváme tyto ukazatele:

- rozmanitost (rozmanitost tvarů krajiny, rozmanitost jejího využití, biodiverzita),
- jedinečnost (specifický charakter krajiny, což znamená souhrn optickoestetických dojmů a charakteristické využití)

Charakter krajiny je do značné míry určen konkrétními přírodními podmínkami, regionálním způsobem využívání a kulturními formami. To dává každé krajině její typickou, jedinečnou tvář. Subjektivní pojem „krása krajinného obrazu“ je dán harmonickým působení celku i jednotlivých částí přírody a krajiny na pozorovatele. Jako krásné jsou vnímány jednotlivosti přírody, které se od svého okolí výrazně odlišují (vodopády, propasti, bizarní skály). Pojem krása krajiny je možno též chápat v kulturně-historickém smyslu (skála Loreley).

ZÁVĚR

Jak uvádí Chorvát (2007) v období antiky, středověku i raného novověku se lidé nezajímají o krásy přírody. Příroda je považována za nezajímavou, nebezpečnou, vzbuzuje strach a odpor. Proto má potenciál přírodních složek krajiny velmi nízkou hodnotu. Poprvé je oceňována krása krajiny v období renesance v Itálii (Chorvát 2007), zásadní obrat v nazírání na krajinu je spojen s obdobím romantismu. V polovině 19. století začíná období masového turismu, většina turistů míří do přírody. Studium krajiny se zabývá řada věd, především geografie. V současnosti je přírodní potenciál krajiny studován z hlediska cestovního ruchu. Základními charakteristikami jsou rozmanitost, jedinečnost, krása a rekreační hodnota krajiny. Péče o kulturní krajinu by také měla vycházet z kontinuity lidské činnosti, na níž je kulturní krajina závislá. Ze všech těchto předpokladů vychází Evropská úmluva o krajině (*European Landscape Convention*) připravená z iniciativy orgánů Rady Evropy ve Štrasburku (*Council of Europe 2000*).

LITERATURA

- [1] DEMEK, J. Systémová teorie a studium krajiny. Brno: GgÚ ČSAV, *Studia geographica* 40, 1974. 198 s.
- [2] FORMAN, R.T.T., GODRON, M. *Krajinná ekologie*. Praha: Academia, 1993. 583 s.
- [3] CHORVÁT, I. *Cestovanie a turizmus v zrkadle času*. Ústav vědy a výzkumu Univerzity Mateja Bela: Banská Bystrica, 2007. 132 s.
- [4] KOLEJKA, J. a kol. *Krajina Česka a Slovenska v současném výzkumu*. Brno: Masarykova univerzita, 2011. 342 s. ISBN 978-80-210-5420-2.;
- [5] KOLEJKA, J. a kol. *Postindustriální krajina Česka*, 1. vyd. Brno: Soliton, 2012. 284 s. ISBN 978-80-904785-1-0.;
- [6] KOLEJKA, J. *Přírodní krajiny České republiky. Katalog typů přírodních krajin*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2014. 359 s. ISBN 978-80-210-6660-1.
- [7] KOLEJKA, J. *Nauka o krajině. Geografický pohled a východiska*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Academia. Středisko společných činností AV ČR, v.v.i., 2013. 440 s. *Živá příroda*. ISBN 978-80-200-2201-1.)
- [8] LIPSKÝ, Z. a kol. *Aktivita 903A01 Přírodní potenciál, jeho ochrana a využití*. Projekt VaV MŠMT Kačina 2006-2011, UK Praha [online]. [cit. 2014-09-21]. Dostupné z: http://www.projektkacina.estranky.cz/clanky/vystupy-2009/prirodni-potencial_-jeho-ochrana-a-vyuziti.html

- [9] MUSIL, M. a kol. Potenciál a zatížení oblasti cestovním ruchem v souvislosti s ochranou **životního prostředí**. Fakulta managementu VŠE Praha : Jindřichův Hradec, 2008. 118 s.
- [10] PTÁČKOVÁ, B., STIBRAL, K. Estetika na dlani. 1. vyd. Olomouc: Rubico, 2002. 150 s.
- [11] Rekreační potenciál území. Ústav inženýrských staveb, tvorby a ochrany krajiny MENDELU v Brně. [online]. [cit. 2014-09-21]. Dostupné z: <http://www.utok.cz/node/147>
- [12] RUX, J. Dějiny turismu. 1. vyd. Jihlava: VŠP, 2014.
- [13] SALAŠOVÁ, A. Posudzovanie krajinného rázu – Inšpirácia britskou krajinárskou školou. In Krajinný ráz – jeho vnímání a hodnocení v evropském kontextu. Ekologie krajiny 1, Sborník příspěvků z konference CZ-IALE, 4. - 5. 2.2005. Ed. Maděra, P., Friedl, M., Dreslerová, J. Brno: CZ-IALE, 2005. s. 155-164.
- [14] SKLENIČKA, P. Základy krajinného plánování. Praha: Naděžda Skleničková, 2003. 321 s.
- [15] SWANWICK, C. Land use consultants. Landscape Character Assessment – Guidance for England and Scotland. CAX 84. Wetherby – Edinburgh: The Countryside Agency – Scottish Natural Heritage, 2002. 84 s.
- [16] Tourismus in den Alpen. 2007. [online]. [cit. 2014-09-26]. Dostupné z: http://www.emmet.de/g_a_tou.htm

KONTAKT

RNDr. PaedDr. Jaromír Rux, CSc.

katedra cestovního ruchu, Vysoká škola polytechnická Jihlava

e-mail: jaromir.rux@vspj.cz

Prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc.

katedra cestovního ruchu, Vysoká škola polytechnická Jihlava

e-mail: petr.chalupa@vspj.cz

RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.

katedra cestovního ruchu, Vysoká škola polytechnická Jihlava

e-mail: eva.janouskova@vspj.cz

TURISTICKÉ ROZHLEDY



DOMINIKÁNSKÁ REPUBLIKA – CESTOVNÍ RÁJ V KOLÉBCE ŠPANĚLSKÉ KOLONIZACE AMERIKY

Petr Chalupa
Dana Hübelová

DOMINICAN REPUBLIC - TRAVEL PARADISE IN THE CRADLE OF LATIN AMERICA COLONIZATION

ABSTRACT

When viewing the catalogs of travel agencies everyone will surely notice that almost all present offers to spend vacation in a fancy hotels situated on the beautiful white beaches with palm trees of the Caribbean Dominican Republic. This not so cheap offer is certainly very appealing particularly in chilly winter period full of flu and colds. The journey from Europe across the Atlantic Ocean to the islands of Central America takes enough long time although even with modern jet aircraft, however surely no one will be disappointed by guaranteed sunny weather, luxurious accommodation, pleasant swimming, and sandy beaches with coconut palm trees.

Caribbean Sea and the Atlantic Ocean waters cleared and sun-warmed during the whole year surround 1,576 km of coastline made up to two-thirds of sandy beaches. The burning tropical sun is mitigated by breeze of trade winds and shade provided by coconut palms while you stay near water. The wind blowing mostly in the same direction on the south coast near the capital piled fine sand up to the largest sand dunes in Caribbean region. The dunes in Dunas de Las Calderas reach a height of about twenty meters.

The stay in the Dominican Republic is characterized probably in this way by brochures of travel agencies taking their clients upon arrival at the Dominican airport by air-conditioned bus to the air-conditioned hotel. Here the vast majority of visitors of island country lie down on closed hotel beaches, enjoying the sunshine, warm clear ocean water, and their drinks.

After returning home when viewing photos they find out that although vacation in Puerto Plata, Punta Cana or bathing in the blue-green Gulf of Sosúa were tremendous but similar resorts can be found anywhere else. These guests have their convenience while staying on the island for their euro, pounds, and dollars and do not have to push between the natives in local transport and markets, but on the other hand they neither visit any rural family, school in a remote village in the mountains, neither sit still in a pub with the locals over a glass rum or freshly roasted coffee, neither go to a mass at the church, nor see a real village fiesta.

It is a pity because the tropical island of Hispaniola with the eastern part where the Dominican Republic is consists not just of beaches and hotels. For its splendid nature and breathtaking history, it deserves much more attention than most travel agencies can ever offer.

Keywords: Dominican Republic, Hispaniola, Santo Domingo, Puerto Plata, Punta Cana, Sosúa, Samaná, C. Columbus, J. P. Duarte, R. L. Trujillo y Molino

ÚVOD

Při prohlížení nabídkových katalogů cestovních kanceláří si každý určitě všimne, že se téměř ve všech vyskytují nabídky prožit dovolenou v některém z přepychových hotelů ležících na překrásných palmových bílých plážích karibské Dominikánské republiky. Tato, ne nijak levná nabídka, je zvláště v sychravém zimním období plném chřipek a nachlazení určitě velmi lákavá. Cesta z Evropy přes Atlantický oceán do ostrovní Střední Ameriky to sice i proudovým moderním letadlem trvá dost dlouho, ale nikoho nezklame zaručeně slunečné počasí, luxusní ubytování, příjemné koupání a písečné pláže s kokosovými palmami. Po celý rok čisté a sluncem prohřáté vody Karibského moře a Atlantického oceánu a oblévají 1576 km pobřeží, které tvoří ze dvou třetin písečné pláže. Při pobytu u vody palčivé tropické slunce mírní vítr pasátů a stín poskytují kokosové palmy. Převážně stejným směrem vanoucí vítr při jižním pobřeží v blízkosti hlavního města navrší jemný písek do nejrozsáhlejších písečných dun Karibské oblasti. V Dunas de Las Calderas dosahují přesypy výšky kolem dvaceti metrů.

Asi takto charakterizují pobyt v Dominikánské republice prospekty cestovních kanceláří, které svoje klienty po příletu na dominikánské letiště převezou klimatizovaným autobusem do klimatizovaného hotelu. Zde převážná většina návštěvníků této ostrovní země polehává na uzavřených hotelových plážích, vychutnává sluníčko, teplou průzračnou oceánskou vodu a popíjí svoje drinky. Po návratu domů při prohlížení fotografií zjišťují, že sice dovolená v Puerto Plata, Punta Cana nebo koupání v modrozeleném zálivu u Sosúa byly náramné, ale že obdobná rekreační střediska jsou i jinde. Tito hosté za přinesená eura, libry a dolary mají sice na ostrově svoje pohodlí, netlačí se mezi domorodci v místní dopravě a na tržnicích, ale na druhé straně nenavštíví žádnou vesnickou rodinu, školu v zapadlé vesničce v horách, neposedí v hospůdce s domorodci u sklenky rumu nebo čerstvě upražené kávy, nezajdou si na mši do kostela nebo neuvidí skutečnou vesnickou fiestu.



Obrázek č. 1. Západ slunce v Karibiku *foto P. Chalupa*

Je to škoda, protože tropický ostrov Hispaniola s východní částí, kde leží Dominikánská republika, nejsou jen pláže a hotely. Především svojí přírodou a historií si zaslouží, aby se mu každý cizinec „věnoval“ mnohem více než nabízí většina cestovních kancelářů.

ZAČNEME KOLUMBEM

República Dominicana, jak zní oficiální název karibského ostrovního státu, zabírá východní část tropického ostrova Hispaniola v souostroví Velkých Antil. Rozlohou 48734 kilometrů čtverečních je téměř shodný se Slovenskem.

Pomineme-li Vikingy, tak první kontakt s novým světem měl námořník ve strážním koši vysoko na stěžni Kolumbovy lodi, který někdy kolem půlnoci 12. 10. 1492 spatřil ve svitu měsíce třpytný příboj u ostrova Guanahaní (San Salvador).

Jméno, které Španělé dali tomuto ostrovu - v překladu Svatý Zachránce - velmi výstižně charakterizuje tristní situaci, ve které se po strastiplné plavbě přes Atlantik námořníci nacházeli. Posléze lodě Evropanů zakotvily v zálivu u Baracoa na Kubě a 8. prosince 1492 na blízkém sousedním ostrově, který nazvali Hispaniola. Do lodního deníku bylo tehdy Kolumbem, Janovanem ve službách španělského dvora, zapsáno: „*Před očima mám ostrov Hispaniolu, nejkrásnější zemi, jakou kdy spatřily lidské oči*“.

Při plavbě podél pobřeží v období Vánoc ztroskotala Santa María, jedna z lodí Kolumbovy výpravy, což zapříčinilo, že posádka zde musela zůstat. Tato událost dala vznik první evropské osadě (La Navidad) v Novém světě.

Kolumbus po povýšení na místokrále královnou Isabelou I. podnikl do roku 1503 tři další objevné výpravy, které ho dovedly na Jamajku, Trinidad a na východní pobřeží Střední Ameriky.

Autor největšího geografického objevu v lidských dějinách v roce 1506 zemřel zklamán ve španělském Valladolidu a dokonce se dočkal toho, že Nový svět dostal název po Amerigu Vespuccim. Janovan si ostrov Hispaniolu velmi oblíbil, dokonce tam přesídlila jeho rodina a údajně zde chtěl být po své smrti pohřben. V roce 1544 byly jeho ostatky převezeny na tento ostrov a uloženy v chrámu v Santo Domingu, aby byly o 251 let později převezeny do Havany. V souvislosti se zánikem španělského zámožského impéria putovaly v roce 1898 opět do Španělska a v roce 1992 zpět do Santo Dominga do nádherné hrobky v nově postaveném obrovského památníku Faro Colón.

FARO COLÓN

V roce 1923 se na konferenci amerických států dohodlo, že v Santo Domingu by měl být postaven námořní maják, který by neměl v Americe obdoby. V roce 1929 proběhla mezinárodní architektonická soutěž, které se zúčastnilo 450 architektů z více než padesáti zemí. Zvítězil britský architekt J. V. Gleaves, ale jeho návrh, který odpůrcům připomínal budovu futuristické věznice, byl odložen. Léta plynula a země měla na řešení jiné problémy než realizaci vítězného projektu.

Až v roce 1987 se tehdejší prezident Balaguer rozhodl, že maják postaví. Naplánoval, že jej otevře ve výroční den 12. 10. 1992, tedy v den, kdy před pěti sty lety Kolumbus objevil Ameriku. Inspiroval se ve svých plánech dokumentárními filmy z druhé světové války, které zachytily americké a britské noční nálety na německá města a činnost protiletadlové obrany využívající světlometů. Nechal vybudovat obrovskou budovu ve tvaru lodě, která je dlouhá 240 m, široká je 50 m a vysoká 46 m. Na střeše je umístěno 156 obrovských světlometů a laserový paprsek dosáhne do výšky deseti kilometrů, což dohromady dá hodnotu 350 000 W. Stavba si v chudé zemi vyžádala obrovské finanční náklady jejichž výše se pohybuje mezi 100 až 150 miliony US dolarů.

Aby budova dominovala okolí, bylo ke stavbě bylo vybráno zastavěné místo za městem na vyvýšenině při pobřeží. Přes protesty obyvatel se muselo vystěhovat téměř 50 tisíc lidí a zbořeno bylo přes pět tisíc příměstských chudinských chatrčí. Mnohým se ani nelíbila oslava Evropana, který se zasloužil o masakr domorodých předkolumbovských Tainů. K otevření prezident chystal velkolepou oslavu, na kterou přizval zástupce všech amerických států, papeže s církevními hodnostáři a španělského krále. K jeho překvapení však pozvání přijalo jen několik menších církevních hodnostářů. Toto prezidenta těžce urazilo a dokonce odmítl se zúčastnit slavnostního otevření majáku. Otevření tedy proběhlo, ale problémy s tím neskončily. Při plném výkonu majáku totiž dochází k velkým výpadkům elektřiny ve městě, což zapříčinilo, že majáku „El Faro“ obyvatelé Santa Dominga říkají „Fuco“, což je výraz pro něco jako „Prokletí“.

Nezodpovězenou otázkou taky je, zda v bílém mramorovém barokním památníku uvnitř majáku jsou skutečné ostatky slavného objevitele. Existují totiž vážné pochybnosti, zda už na Kubu neputovaly kosti jeho bratra Diega. Pravdu by ukázala analýza DNA, čemuž se Dominikánci i Španělé brání. Co kdyby se ukázalo, že ostatky

Doporučujeme však historické rozpory přenechat vědcům a určitě Faro navštívit. Kromě nádherného mramorového hrobu Kolumba je zde opravdu velmi zajímavé muzeum světových geografických objevů s obrovským množstvím cenných originálů a kopií historických dokumentů a map.

Stejnou pozornost si také zaslouží rozsáhlá expozice všech států Ameriky. Jednotlivé země se prezentují fotografiemi, historickými artefakty, lidovými výrobky a dalšími věcmi, které jejich přírodu, hospodářství, historii, kulturu a obyvatelstvo nejlépe charakterizují.

SLOŽITÝ HISTORICKÝ VÝVOJ

O Arawacích, prvních obyvatelích ostrova, toho není mnoho známo. Asi tři tisíciletí před naším letopočtem na ostrov z jihoamerické pevniny připluli Ciboneyové, které sto let před počátkem letopočtu vystřídali Igneriové. Asi v sedmém století byli tito obyvatelé pohlceni Tainy. Poslední imigrační vlnou byli bojovní Karibové. Poslední dvě kultury poznali první Evropané, kteří se zasloužili o jejich fyzickou likvidaci. Násilná christianizace, nemoci a otrocká práce způsobily, že v roce 1514 žilo pod španělskou kontrolou již jen asi 11 tisíc Tainů, přičemž při příchodu Evropanů jich, podle vědeckých odhadů, žily na ostrově až dva miliony.

Papežská smlouva z Tordesillas rozdělila v roce 1494 tehdejší poznáný svět do dvou sfér - španělské a portugalské. Ostrov Hispaniola se stal východiskem Španělů k dalším kolonizačním výbojům v Americe. Odtud začala v roce 1511 kolonizace ostrova Kuby, odkud evropská expanze již směřovala na západní kontinentální americkou pevninu.

Po dvě století byl původně zalesněný ostrov kolonizován dobyvateli z Pyrenejského poloostrova. Kolonizace spojená s násilnou christianizací, kterou lze právem označit za nejtemnější historickou stránku katolické církve, zapříčinily, že mírumilovní předkolumbovští indiáni Taínové byli nemilosrdně vyhlazeni. Španělé na ostrov přinesli nejen řevnivost královského dvora, ale především nezřízenou touhu po bohatství. Novou zemi nekultivovali, ale plnili.

Je historicky doloženo, že jeden plantážník vzdával svou úctu apoštolům tím, že každý den usmrtil dvanáct Tainů. V samotném Španělsku se na stranu Tainů postavil bývalý conquistador, z něhož se stal kněz, Bartolomé de las Casas. Marná byla v roce 1511 slova mnicha Fray Montesina: „Řekněte, jakým právem a podle jaké spravedlnosti držíte tyto indiány v kruté a strašlivé porobě? Což to nejsou lidé? Což to nejsou rozumem nadané bytosti? Cožpak nejste zavázáni povinností milovat je jako sebe sama?“

Stále rozsáhlejší plantáže cukrové třtiny, která se na ostrově pěstuje od roku 1506, si vyžádaly dovoz černých otroků z Afriky. Stalo se tak v roce 1515 na návrh Bartolomé de las Casas. Ve snaze uchránit Tainy prosadil dovoz afrických černochů, kteří se pracovní osvědčili v portugalských koloniích. I když za strastiplné šestitýdenní plavby zemřela pětina Afričanů, tak už v roce 1546 na ostrově pracovalo asi 30 000 otroků. Bylo to šestkrát

tolik než bílých kolonizátorů. Majitelé plantáží a cukrovarů postupně vytvořili bohatou vrstvu, která začala mít také zájem na správě ostrova.

Nedílnou součástí historie ostrova se stali piráti, jejichž aktivita vyvrcholila ve čtyřicátých letech 16. století. Karibští piráti nejen přepadali zlatem a stříbrem naložená španělská plavidla, ale odvážně drancovali i města na pevnině. Na ostrově se bukanýry v roce 1664 "rafinovaně" podařilo guvernérovi D'Oregonovi přeměnit ve farmáře. Dovezl na ostrov ženy a ty se už za čtyři roky postaraly o jejich profesní transformaci.

V té době se hlavním španělským přístavem, v němž se zastavovaly lodě plující mezi mateřskou evropskou zemí a stříbrnými doly v Mexiku, Peru a Bolívii, stala Havana. Výsadní postavení tak ztratil přístav v Santo Domingu, což spolu s průnikem protestantství, jež na Hispaniolu spolu s pašovaným zbožím dovezly britské a holandské lodě, vedlo k pocitu zde narozených Španělů - kreolů, že o ně mateřská země nemá zájem.

V roce 1697 na základě mírové smlouvy z Rijswiku odstoupili Španělé svoji západní část ostrova Francouzům. Tato část ostrova (Saint Dominique) se stala základem dnešního chudé zemědělské Haitské republiky. Východní část ostrova (48 734 km²) zůstala Španělům s původním názvem Hispaniola.

Haitané pod vlivem revoluce ve Francii vyhlásili samostatnou republiku a černí vzbouřenci postupně ovládli celý ostrov. Oddíly černošského generála haitské revoluce Toussaina l'Ouvertura osvobodili otroky a vyhnali francouzské kolonizátory, kteří se většinou uchýlili na blízkou Kubu. Haitané si ve španělské části ostrova počínali velmi krutě, což vyvolalo snahy o obnovení nadvlády Španělů.

V roce 1808 španělští kreolové ovládli opět svoji část ostrova a v roce 1821 vyhlásili nezávislost. O rok později však opět Haitané obsadili východní část ostrova a teprve po následných 22 letech byla proklamována nezávislost Dominikánské republiky. Haiti však opět zahrozilo obsazením a tak v roce 1831 bylo obnoveno španělské panství a nadvláda Španělů nad východní částí ostrova, označovanou jako Santo Domingo.

V roce 1838 národní hrdina, demokrat a obchodník, Juan Pablo Duarte (1813-1876) společně se Sanchézem a Mellou, založili spolek La Trinidad. Tato tajná organizace měla za cíl založit nezávislý stát. Trinitáři se spojili s haitskými důstojníky nespokojenými se zemědělskými zákony a v březnu 1843 provedli vojenský převrat. Vyvolali lidové povstání, které obnovilo nezávislost republiky na Španělsku. Ze Santo Dominga tak byla opět Dominikánská republika (República Dominicana).

Nenastalo však očekávané období politické stability a hospodářského rozvoje. Prakticky po celý zbytek 19. století byla země sužována vnitřními nepokoji. Jen v letech 1844 až 1930 se vystřídalo v čele země 43 prezidentů a proběhlo 56 revolucí. Někteří prezidenti dokonce usilovali o prodání území tomu, kdo nabídne nejvíce. Zadlužené republiky několikrát hrozilo, že evropské mocnosti vyšlou svoji armádu, aby získaly náhradu za nesplácené dluhy.

Situaci se pokoušely také vojenským obsazením řešit USA, např. v letech 1916 až 1924. Američané na základě tzv. Monroovy doktríny aktivně hájili svoje „právo“ na západní polokouli. Využívali k tomu nejen dosazené diktátory, ale neváhali ani využít své vojenské převahy.

Po odchodu amerických jednotek byl zahájen pomalý demokratizační proces, ale po šesti letech byl násilně přerušen Rafaellem Leónidasem Trujillem y Molinou a jeho rodinou, kteří diktátorsky ovládali zemi 30 roků. Američané nejenže dosadili do čela země Trujillo, ale také vycvičili jeho národní policii, která se stala hlavní represivní silou diktátora. Trujillo, podporovaný až do poloviny 50. let minulého století USA, nechal po nezdařeném pokusu o vytvoření závislého kabinetu na Haiti zavraždit 20 až 30 tisíc lidí. Genocida začala v noci 4. 10. 1937, když tisíce vojáků obklíčili náboženskou procesí a pozabíjely několik set Haitanů, kteří překročili hranice kvůli náboženským oslavám. Diktátor nechal dokonce přejmenovat hlavní město na Ciudad Trujillo a nejvyšší vrcholek se jmenoval Pico Trujillo.

Krutý teror Trujillovy rodiny ukončila až násilná smrt nenáviděného diktátora. V letech 1963 až 1965 vojenské převraty vyvolaly opět zásah vojsk USA. V zemi totiž hrozilo vítězství levicových sil a Spojené státy si v této části světa nemohly dovolit, aby vedle Kuby zde existovala obdobná Dominikánská republika.

I když bohatí Dominikánci svým stylem života napodobují bohaté Američany, lze vztah k USA u chudší většiny označit za více než vlašný. Teprve současná generace obyvatel Dominikánské republiky zažívá období relativního klidu a postupnou demokratizaci své země. První vskutku demokratické volby proběhly v roce 1978. Podle ústavy je prezident také předsedou vlády a nejvyšším vojenským velitelem. Země je rozdělena do 29 provincií a na distrikt hlavního města. Právní řád vychází z francouzského právního základu z Code Civil.

LIDÉ A JEJICH ŽIVOT

I když se v posledních letech sociální poměry zlepšují, stále jsou patrné velké sociální rozdíly. Finance na ostrov plynou také v podobě tvrdé měny od emigrantů, kteří z USA posílají ročně na ostrov svým příbuzným asi miliardu dolarů. Stejně jako příliv dolarů, tak na Hispaniolu plyne příliv kolumbijských drog.

Na politicky a ekonomicky nestabilním Haiti dokonce zůstává asi třetina produkce kokainových kolumbijských kartelů. S touto zemí má Dominikánská republika dosti napjaté vztahy, což nebrání tisícům černých Haitanů ilegálně pracovat na třtinových plantážích. Dominikánci nemají své západní sousedy příliš v lásce a mnoho předsudků vychází se zdejší formy rasismu, který odmítá africký podíl na dominikánské kultuře.

Zapomínají však, že na tehdejší Hispaniole vlivem deportací afrických otroků začala nejdříve afrikanizace Ameriky. Nucené deportace Afričanů byly příčinou toho, že v zemi kde, žije asi osm milionů obyvatel, jsou nyní téměř tři čtvrtiny obyvatel mulaty. Kromě těchto míšenců všech odstínů pleti žijí na ostrově v menšině běloši (jen asi 16 %). Ještě méně početnou mongoloidní rasu zastupují Japonci a Číňané. V roce 1939 nabídl diktátor Trujillo pro 100 tisíc evropských židů politický azyl, kterého však využila jen asi desetina. Většina z těchto deseti tisíc židů záhy přesídlila do lepších podmínek v USA. Malá část žije v kibucu v Sosúi, kde překvapení náhodní návštěvníci vidí upravené domy evropského stylu a malé firmy a obchůdky s německými, anglickými anebo hebrejskými nápisy. Modrooký černoušek, který si hrál s pejskem před jedním z nich, se jmenoval Kurt.

Černí, bílí, mulati, mestici - prostě všichni Dominikánci - milují hudební styl merengue, který se line z otevřených oken příbytků, automobilů, je slyšet v restauracích, barech a velkých přenosných magnetofonů. Velkou oblibu u chudších vrstev obyvatelstva má také směs kubánského bolera a ranchera, která se jmenuje bachata. Na ostrově nemůžete těmto dvěma hudebním stylům uniknout, stejně jako dalším afrokaribským hudebním rytmům. Nelibě by asi většina Dominikánců už přiznala fakt, že se tato hudba dostala na východ ostrova ze sousedního Haiti a z Kuby a že má africké kořeny.

Obyvatelstvo malebného ostrova je, jako ve většině zemí rozvojového světa, mladé. Věkový medián, který pólí obyvatelstvo na dvě poloviny, je kolem 18ti roků. Většina obyvatel (90 %) jsou římskými katolíky. Poměrně hojně je však zastoupeno také synkretické náboženství, což je



Obr. č. 2 Děti ulice foto. P. Chalupa

směs afrických a evropských náboženských představ. Dominikánský synkretismus je blízký haitským voodoo a vznikl už v koloniálním období.

Drtivé většině obyvatelstva se nežije v zemi lehce, vždyť více než polovina Dominikánců žije ve velmi nuzných poměrech. Zdravotní péče je na venkově nedostatečná a v chudinských městských čtvrtích zcela chybí. Neexistuje podpora v nezaměstnanosti, důchody, u lékaře si vše zaplatíte. Docházka do škol je u většiny dětí nepravidelná a většina ani neabsolvuje předepsaný počet let povinné školní docházky. Pro Evropany je to dosti nepochopitelné, ale jen v hlavním městě podle úředních odhadů žije přes 40 tisíc dětí bez domova. Není se potom co divit, když analfabetismus dosahuje asi 25 % a míra nezaměstnanosti je také kolem 25 %. Více než 40 % ekonomicky aktivních obyvatel vykonává práci, která neodpovídá jejich kvalifikaci. V zemi proto bují šedá ekonomika a přibývá haitských nelegálních imigrantů, kterých zde žije asi půl milionu.

I přes svoji chudobu jsou lidé velmi ochotní a společenšší, což platí o městech i vesnicích. Vůči cizincům jsou velmi vstřícní a přátelští. Většinu času tráví na ulici, dovedou se bavit a rádi tančí svoje merenge a bachata. Není nic neobvyklého, když vás pozvou do svého domu na šálek kávy nebo na skleničku rumu.

Výjimkou jsou snad jen příměstské chudinské čtvrti a předměstské slumy. Kromě těchto chudinských ghet, kde bez elektřiny a kanalizace v nuzných chatrčích žijí tisíce Dominikánců, je kriminalita, včetně té pouliční, ve srovnání s většinou zemí Latinské Ameriky, poměrně nízká. Totéž platí o dopravních nehodách, což je pro řidiče z Evropy záležitost zcela nepochopitelná. Chodit pěšky nebo jezdit na kole, to Dominikánci nedělají.

Pro valnou část řidičů je řidičský průkaz zbytečností a stejně by ho školáci jezdící na motorkách asi neměli právo vlastnit. Na motorkách běžně jezdí tři až čtyři osoby a přepravuje se snad všechno. Na dálnici se klidně jezdí v protisměru, kde to jde, tam se přejíždí středový pruh a směrová světla při odbočování se snad ani nepoužívají. O to více se troubí a hlasitě pouští hudba. Řidiči respektovaná dopravní policie, v níž ve slušivých uniformách slouží mnoho mladých žen, si s touto situací příliš starosti nepřipouští.



Obr.č. 3 Dominikánská vesničanka *foto P. Chalupa*

VE VŠEM PRVNÍ

Zhruba 25 % Dominikánců žije na jihu ostrova v hlavním městě Santo Domingu, druhém největším městě Antilských ostrovů. Určitě byste toto město na první pohled neoznačili za Perlu Antil. Překvapí vás totiž obrovské majetkové rozdíly, které vtiskly ráz jednotlivým čtvrtím a vzduch páchnoucí zplodinami automobilů. Teprve při důkladnější prohlídce si uvědomíte, že se jedná o první evropské město Nového světa s nespočtem památek koloniální kultury a město, které je nejvíce spojené se stopami Kryštofa Kolumba. Předchůdcem hlavního města bylo první městské sídlo v nově objevené Americe La Isabela, založené Kolumbovým bratrem Bartoloméem již v roce 1494. O čtyři roky později to byla La Nueva Isabela na břehu řeky Ozoma, aby v roce 1502 byla konečně určena definitivní poloha dnešního velkoměsta.

K důkladnější prohlídce historického jádra se starými hradbami by nestačilo ani několik dnů. Zona Colonial zapsaná do Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO totiž zahrnuje přes 300 koloniálních budov v původním španělském stylu a ještě větší počet budov ve slohu viktoriánském. Ve městě najdeme mnoho celoamerických historických zvláštností. Byla zde postavena první katedrála, první mužský a první ženský klášter, vznikla zde první nemocnice a je zde nejstarší univerzita na západní polokouli. Univerzita byla založena v roce 1538 v prostorách dominikánského kláštera a působil na ní také historik a spisovatel Bartolomé de Las Casas.

Kolumbův syn Diego, který přišel na ostrov v roce 1509 jako místokrál, nechal vystavět palác Alcázar de Colón. Z období, kdy řídil rozsáhlé španělské zámořské území, je dodnes zachován první Evropany vystavěný kamenný dům v Novém světě. Unikátní je také první pevnost na americkém kontinentě Torre del Homenaje a první kamenný katolický chrám v Americe Santa María de la Encarnacion. Stavba katedrály započala deset let od Kolumbova objevu a dokončena byla v roce 1540, kdy ji vysvětil papež Pavel III.. Ve městě je první americká městská ulice Las Damas, s četnými historickými stavbami, např. Casa de Bastidas, Casa de Ovando, Panteon Nacional s věčným ohněm nebo Capilla de Los Remedios. Soupis historických památek Zony Colonial by zabral mnoho místa. A tak už jen na závěr je třeba uvést co v roce 1525 o Santo Domingu napsal španělský biskup Geraldiny: ...*“Jeho stavby jsou stejně vysoké a stejně krásné jako domy v Itálii a zdejší rovné a široké ulice rozhodně předčí ty, které známe z Florencie”*....



Obr. č. 4 Kolumbův dům v hlavní městě *foto P. Chalupa*

PŘÍRODA A HOSPODÁŘSTVÍ

Turisté, kteří prožijí svoji dovolenou v hotelu na pobřeží, asi nepoznají, že ostrovem procházejí jako klimatické předěly poměrně vysoká zalesněná pohoří, která oddělují údolí s úrodnou půdou.

Nejdelší řeka Yangué protéká širokým údolím Valle Cibao, kde jsou rozsáhlá rýžoviště a plantáže cukrové třtiny. Toto údolí odděluje Cordilleru Central, což je nejvyšší pohoří země, od Cordillery Septentrional při severním pobřeží.

Návětrné svahy severních hor pokrývá na ostrově tropický deštný les, protože sem pasáty přinášejí dostatek srážek. Většinu nížinatého a podhorského území tvoří odlesněná zemědělská krajina. Lesní porosty vyšších nadmořských výšek pokrývají jen 13 % státního území. Zhruba stejnou rozlohu mají chráněná území, která tvoří 14 národních parků. Srážky padají většinou v období od května do listopadu, což by si měli zapamatovat cestovní agentury, které tam posílají své klienty.

Úrodná půda a příznivé podnebí s průměrnými ročními teplotami kolem 25 stupňů, s ročními úhrny srážek mezi 000 1 až 000 2 mm, přináší dobré výnosy cukrové třtiny, rýže a tabáku. Dalšími pěstovanými plodinami jsou kakao, káva, a maniok. Na tržnicích jsou nabízeny nádherné pomeranče, manga a ananasy. Každý cizinec žasne nad vystavenými hromadami kokosových ořechů, avokáda a banánů. Stejně jako všude v tropech vidíme na venkově kolem domů prasata a drůbež. Na travnatých savanách se chová skot. Zemědělství zaměstnává asi 40 % pracujících. Ostrovní poloha umožňuje rozvoj rybolovu.



Obr. č. 5 Ekologie po dominikánsku *foto P. Chalupa*

Zemědělství poskytuje dostatek surovin pro dominikánský potravinářský průmysl. Kromě cukrovarů, lihovarů a velké cementárny však další průmyslová odvětví nejsou v národním hospodářství výrazněji zastoupena. Problémy jsou s výrobou elektrické energie a v zemi je nedostatek kvalitní pitné vody. Kvalitní voda je na ostrově opravdu vzácností. Pitnou vodu je nutné kupovat, protože vodovodní vodu nelze použít ani na vyčištění zubů.

Nerostné bohatství - nikl, železná ruda, zlato a stříbro - vytváří dobré předpoklady pro rozvoj hutnického průmyslu. Těžba a vývoz feroniklových rud by mohl v budoucnu vytvořit důležitou složku národní ekonomiky. Osobní železniční doprava v zemi chybí. Vlaky vozí po zastaralých tratích do cukrovarů z polí třtinu. Poměrně dobrá je kvalita silnic. Silniční síť je dlouhá asi 18 000 tisíc kilometrů a zhruba třetina silnic má zpevněný povrch.

CESTOVNÍ RUCH

Dominikánská republika svojí pestrostí a různorodostí přírodních podmínek má obrovské předpoklady pro rozvoj turistiky, která by přinesla další peníze do státní pokladny. Již nyní cestovní ruch svými příjmy předčí produkci zemědělství. V cestovním ruchu země dosud dominuje pobyťová rekreace. Většina zahraničních turistů míří přímo do pobřežních rekreačních center.



Obr. č. 6 Rubová stránka rekreačních zařízení *foto P. Chalupa*

Nejluxusnější letoviska jsou na jihovýchodě ostrova, např. Punta Cana nebo Playa Bávaro. Tato rekreační centra jsou svého druhu samostatná města s vlastním životem, který je zcela přizpůsoben potřebám zahraniční klientely. Na masovou turistiku je také orientován superluxusní komplex hotelů Playa Dorada a Puerto Plata na severním pobřeží. Nádherný a perfektně vybavený rekreační megakomplex je možno označit za přísně střeženou a dokonale izolovanou rekreační továrnu. Myslíme si, že by se spíše hodilo označení „*luxusní turistické gheto*“, které - i když leží asi kilometr od města s 200 tisíci obyvatel - s ostatní částí země nemá mnoho společného. Necháte-li se zlákat a koupíte-li si v České republice nabízené poměrně levné pobytové zájezdy do střediska Boca Chica, tak budete asi dost překvapeni. Boca Chica leží asi 20 kilometrů od hlavního města, takže sem v době volna míří tisíce obyvatel Santa Dominga. Stovky nezávislých průvodců nabízejí prakticky nepřetržitě svoje služby stejně jako bezpočet prostitutek a dalších existencí. Pláže jsou přeplněné hlučícím davem vybaveným tranzistorovými přijímači a přehrávači a v mělkém moři stojí snad tisíce spolu debatujících domorodců. Pokud však někomu nevadí přeplněné pláže, kde budete dlouho hledat místo k ulehnutí, obrovský hluk z různých atrakcí a hlomoz domorodců, popř. vyhledává sexuální dobrodružství, ten bude v Boca Chica náramně spokojen.

Zájemce o historii a architekturu plně uspokojí hlavní město. Santo Domingo bylo dlouho hlavním španělským sídelním městem Nového světa a jeho Zona Colonial je unikátním stavebním architektonickým celkem v rámci celé Ameriky.

Zájemce o horskou turistiku přiláká krystalické pohoří Cordillera Central, které vyplňuje střed ostrova a dosahuje vrcholem Pico Duarte dokonce výšky 3 175 m n.m.. Výchozím střediskem k putování po národním parku a k výstupům na nejvyšší horu je město Jarabacoa. Turisticky atraktivní je na šestimístním raftu sjetí peřejí řeky Yanque del Norte, anebo sestup po naučné stezce k vodopádu Salto Jimenoa. Město je nejen turistickým střediskem, stále oblíbenějším místem pro stavbu vilových domů, které slouží boháčům z hlavního města jako druhé bydlení, ale je významné i pěstováním kvalitní kávy, která na trh přichází pod názvem Monte Alto.

Protipólem nejvyšším velehorským oblastem ostrova je region na jihovýchodě Dominikánské republiky. Na úpatí Sierra de Bahoruco leží v nadmořské výšce - 44 m n. m. slané jezero Lago Enriquillo. Slané jezero je dlouhé 40 km a má uprostřed asi 12 km dlouhý a 2,5 km široký ostrov Cabritos. Kromě krokodýlů (*Crocodylus acutus*) je ostrov a okolí jezera domovem velkých leguánů (*Cyclura cornuta*) a vodních ptáků, včetně růžových plameňáků. Parque Nacional Jaragua je suchá bezodtoká proláklina s prosolenou půdou. Tato je porostlá trnitými stále zelenými křovitými porosty, sukulenty a při pobřeží jezera mangrovými porosty. Biota přizpůsobená daným podmínkám zahrnuje mnoho endemitů. Ve vrcholové části pohoří se nad jezerem nachází národní park Bahoruco.

Severní poloostrov Samaná s městem Santa Bárbara de Samaná je stále významnějším centrem cestovního ruchu. Město Sabana de la Mar je výchozím bodem pro výpravy do nedalekého národního parku Parque Nacional los Haitises. Národní park zahrnuje velké mangrovové bažiny se specifickou biotou. V přístavu města vidíte kotvit luxusní jachty nejbohatších návštěvníků. Když nedaleko od břehu zakotví obrovská rekreační loď, zaplaví pobřežní promenádu stovky zahraničních turistů. Bílá obrovská loď si svými bazény, kluzištěm, malým golfovým hřištěm a dalším přepychovým vybavením nezadá s pětihvězdičkovým hotelem. Hosté tohoto plavidla, kromě prohlídky města, zajíždějí motorovými čluny koupat se a opalovat na pláži nedalekého ostrova Cayo Levantado. Někteří také odplouvají pozorovat velryby, protože tito obrovští kytovci připlouvají v zátocě Bahia de Samaná poměrně blízko k pobřeží. Jiní zase ze Samaná odjíždějí klimatizovanými autobusy k vodopádu El Limon. Klientelu těchto velkých rekreačních lodí a luxusních pobřežních hotelů tvoří především Američané, Kanadané, Španělé, Francouzi a Němci. Zhruba stejně početně jsou zastoupeni bohatí Rusové, které snadno poznáte. Jsou nejhlučnější, nejvíce utrácejí, nejvíce popíjejí rum a i mimo hotelové pláže muži chodí jen v trenýrkách.

Kdo chce spojit turistické putování s klidným odpočinkem na plážích a užít si pohodu rybářských vesnic, ten si toto v Dominikánské republice bez problémů najde. Za příklad může posloužit vesnička Las Galleras na nejvýchodnějším výběžku poloostrova Samaná. Můžete odtud putovat do rezervace El Frontón, kde skalní stěny vysoké až sto metrů lemují oceánské pobřeží. Odpočinek nabízejí krásné pláže pod kokosovými palmami. Stejně tak poslouží na jihovýchodě rybářská vesnice Boca de Yuma, odkud je blízko do Parque Nacional de Este a na korálový ostrov Isla Saona. Městečko při ústí řeky Río Yuma má pěknou polohu na vyvýšenině u moře. Na cestě k pěkným městským plážím je třeba se nechat přeplavit na druhý říční břeh. Potom už záleží na každém, zda si bude šnorchlovat, lovit ryby, koupat se nebo pozorovat vodní ptáky.

A co říci na závěr? Snad jen to, že zvolíte-li tradiční dovolenou v hotelích a na plážích Dominikánské republiky s cílem odpočinout si, vykoupat a opálit se, budete spokojeni. Jsme přesvědčeni, že vzhledem k překvapivým turistickým atraktivitám, které tato země nabízí, je to žalostně málo.

LITERATURA

- [1] CHALUPA, P, NEMÉTHOVÁ, J., HÜBELOVÁ, D. (2010). *Geografia Ameriky*. Vysokoškolská učebnice. UKF, FPV Nitra, SR, 198 s. ISBN 978-80-8094-686-9.
- [2] FPV Nitra, SR, 198 s. ISBN 978-80-8094-686-9.
- [3] HÜBELOVÁ, D., CHALUPA, P. (2012). *Latinská Amerika v přehledu a cvičeních*. Učební texty. Mendelova univerzita v Brně, Brno 2012, s. 189, 978-80-7375-593-5

KONTAKT

prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc.

katedra cestovního ruchu, Vysoká škola polytechnická Jihlava

e-mail: petr.chalupa@vspj.cz

PhDr. Dana Hübelová, PhD.

Ústav demografie a aplikované statistiky, FRRMS MeU

e-mail: dana.hubelova@mendelu.cz



**Studentské
práce**

NATIONAL PARK ČESKÉ ŠVÝCARSKO

Markéta Bočková

ABSTRAKT

Příspěvek se zabývá dopady cestovního ruchu, které působí na okolní přírodu a krajinu v národním parku České Švýcarsko. Příspěvek dokumentuje některé z nich, které mohou mít vliv na udržitelnost cestovního ruchu v tomto národním parku. Důraz je kladen obzvláště na spolupráci všech zúčastněných aktérů cestovního ruchu a jejich přístup při řešení dané problematiky.

Klíčová slova: eroze, paralelní stezka, přelidněné stezky

ABSTRACT

The paper discusses tourism impact, which act on the surrounding nature and landscape in the national park České Švýcarsko. The author points out some of them that can affect the sustainability of tourism in the national park. The author puts emphasis especially on the cooperation of all stakeholders and their approach to this issue.

Keywords: erosion, parallel paths, crowded trails

1. ÚVOD DO PROBLEMATIKY

Příspěvek je zaměřen na národní park České Švýcarsko, v němž je viditelných hned několik negativních vlivů turismu. Mezi tyto dopady, které jsou běžně viditelné, patří například eroze, paralelní stezky, přelidněné stezky, velké množství odpadků nebo například pohyb turistů mimo stezky. Každý z těchto dopadů a vlivů je níže rozebrán na základě vlastních zkušeností autorky.

1.1 POJEM CESTOVNÍ RUCH A DOPADY CESTOVNÍHO RUCHU

Cestovní ruch jako pojem zahrnující širokospektrální společenské aktivity týkající se vzdělávání, cestování, poskytování služeb, a jiné, se v dnešních dnech neustále rozvíjí. Cestovní ruch je proto velmi důležitý sektor pro podnikatele v různých odvětvích, jako například v podnikání v subjektech cestovního ruchu, ve vzdělávacích subjektech cestovního ruchu, nebo ve společnostech týkající se chráněných oblastí a dalších subjektů spojených s přírodou. V chráněných oblastech je to právě cestovní ruch, který je zde chápán hlavně jako hospodářský činitel, kterým se ale zároveň znehodnocuje příroda a krajina v dané oblasti. V posledních letech je vnímán vysoký nárůst negativních vlivů, které působí právě na neustále se zvyšující cestovní ruch v chráněných oblastech a v přírodě samotné (Pásková a Zelenka, 2007). Dopady v cestovním ruchu lze dělit na pozitivní (tedy mající kladný vliv na cestovní ruch, resp. na přírodní a socio-kulturní prostředí destinace) a negativní, které mají záporný vliv na cestovní ruch a přírodní a socio-kulturní prostředí destinace. Pozitivní vlivy je třeba rozvíjet a propagovat a negativní vlivy je třeba omezovat a napravovat (optimalizace dopadů cestovního ruchu, viz Zelenka a Pásková, 2012). Pro rozvoj pozitivních dopadů je třeba zapojení všech místních aktérů cestovního ruchu, kteří mají zájem na rozvoji a zachování udržitelnosti destinace (udržitelný cestovní ruch, viz Zelenka a Pásková, 2012), rozvíjející cestovní ruch (viz také Patzelt, 2011).

1.2 METODY ZAPOJENÍ AKTÉRŮ CESTOVNÍHO RUCHU

Zapojení aktérů cestovního ruchu by mohlo být hlavně pomoc například hotelů či restaurací v oblasti Národního parku České Švýcarsko, a to pomocí nějakých „turistických her“ či programů pro turisty. Tyto „hry“ nebo programy by se mohly stát součástí každého výletu do Národního parku České Švýcarsko. Obsahem by mohlo například být sbírání nějakých informací z informačních tabulí či z průběhu pozorování přírody kolem stezek. Sběrem těchto informací, by se dal zjistit názor široké veřejnosti na jejich dopady na území Národního parku České Švýcarsko.

2. MATERIÁL A METODIKA

Příspěvek byl sepsán na základě zkušeností, získaných při návštěvě národního parku České Švýcarsko. Právě při návštěvě této oblasti bylo objeveno mnoho negativních vlivů cestovního ruchu, které mají negativní dopad na udržitelnost cestovního ruchu v této oblasti. Jako materiál sloužil reálný pohled na veřejné části národního parku České Švýcarsko a fotografie, pořízené během exkurze v této oblasti. Dalším zdrojem informací byla také odborná literatura, zaměřená na danou tematiku. Sběr informací proběhl hlavně díky zdrojům poskytnutých od průvodce NP České Švýcarsko, který nás po parku prováděl, dalším zdrojem pro získání a zpracování informací bylo Informační středisko v Krásné Lípě, kde je interaktivní prohlídka i s promítáním turisticky lákavého krátkého filmu. Autorka získaná data zpracovávala podle odborné literatury uvedené v závěru tohoto článku, ale také na základě zkušeností nabytých právě v průběhu exkurze v Národním parku České Švýcarsko.

3. TEORETICKÉ ZARÁMOVÁNÍ PROBLEMATIKY

V této části článku autorka detailněji rozebere na základě svých zkušeností nabytých v průběhu své návštěvy v Národním parku České Švýcarsko. Mezi dopady, které se na území tohoto Národního parku nacházejí, patří: eroze, paralelní stezky nebo zvýšený výskyt odpadků a nedopalků.

Erozi¹ v této oblasti způsobuje zejména pohyb turistů a veškerých návštěvníků mimo vyznačené stezky. Dále pak erozi urychlují dešťové přeháňky a vítr, který svým působením oslabuje vrstvu zeminy na daném místě (Obrázek 1). Jako prevence této eroze jsou v národním parku České Švýcarsko veškeré cesty zpevněné a ohraničené, aby turisté nechodili mimo tyto vyznačené a oficiální stezky. Eroze je na území národního parku velmi závažný problém, jelikož se tím znehodnocuje přírodní dědictví a může zapříčinit i úbytek některých vzácných zástupců místní flóry. V národním parku České Švýcarsko je eroze viditelná i na jedné z mnoha vyhlídek, kterou je vyhlídka na turistické stezce z Mezní Louky na Pravčickou bránu. Vyhlídku není vhodné navštěvovat v nepříliš příznivém počasí pro blátivý povrch cesty, který je nejen náchylný k erozi, ale vyhlídka se tímto stává také velmi nebezpečnou pro možné uklouznutí na cestě s mírným sklonem.



Obrázek 1: Viditelná eroze podél červené turistické stezky z Mezní louky na Pravčickou bránu, Foto: Bočková

Paralelní stezky se vyznačují tím, že se nachází v těsné blízkosti oficiálních, značených turistických stezek. Stručně řečeno, tyto cesty slouží jako „zkratky“ pro lenivé turisty, kteří si zkrátí cestu pouze o zlomek času, ale již si neuvědomují následky svých činů. Na Obrázek 2 je viditelný vliv turistů a jimi vytvořená paralelní stezka v popředí, přičemž oficiální stezka vede v levém horním rohu fotografie. Tvorba těchto cest jako dopad cestovního ruchu může být také dále spojena s projevem eroze v těchto oblastech, jelikož turisté chodí mimo zpevněné cesty a tím mohou způsobit oslabení vrstvy zeminy, která při horších klimatických podmínkách může znamenat problémy s hloubkovou erozí či narušením místní vzácné flóry. (Podrobněji viz Pásková; 2008).



Obrázek 2: Paralelní stezky, Foto: Bočková Markéta

Dalším negativním vlivem je výskyt odpadků, zanechaných návštěvníky (Obrázek 3). Při procházení národním parkem lze zaznamenat velký výskyt odložených skleněných a plastových lahví, obalů od potravin a také ohromné množství nedopalků od cigaret. Tento jev není zrovna „lákadlem,“ pro turisty, kteří oblast navštíví. Turisté od přírody a krajiny na území národního parku totiž očekávají čistou přírodu, na které není příliš viditelný zásah člověka. Při návštěvě národního parku České Švýcarsko si mnoho turistů tyto odpadky fotografuje jako „originální suvenýr“, přičemž nedopalků od cigaret jsou nejpočetnějším odpadem (Obrázek 4). Nedopalky se vyskytují mnohem častěji na

1 Podle Zelenka, Pásková (2012): „eroze – proces narušování zemského povrchu (odstraňování vrchní vrstvy půdy, povrchu hornin, podzemní eroze (např. krasové útvary), eroze pobřeží apod.)“

stanovištích místní naučné stezky, tedy v místech, kde se lidé zastaví. Pak se v těchto místech nedopalky objevují téměř všude - na informačních panelech, na zemi a dokonce i ve skalních otvorech. Možným řešením by bylo zavedením odpadkových košů, alespoň na některých stanovištích, neboť autorka zde žádné odpadkové koše nezaznamenala (podrobněji viz Pásková, Zelenka, 2007).



Obrázek 3: Odpadky turistů



Obrázek 4: Nedopalky od cigaret nacházející se poblíž

3.1 SNIŽOVÁNÍ DOPADŮ CR

Záměrem snižování dopadů CR (případně komplexněji optimalizace dopadů CR) je omezit tyto negativní vlivy a převést je na vlivy pozitivní. Při omezování negativních vlivů a dopadů cestovního ruchu na oblast národního parku lze předpokládat zlepšení původního jevu nebo stavu dané oblasti. Toto omezování dopadů lze provést několika způsoby. Mezi hlavní z nich patří zejména zpětná vazba turistů a to nejčastěji pomocí krátkých a jednoduchých dotazníků, které mohou mít vliv na chování návštěvníků a případně i iniciovat zlepšení současného stavu místními obyvateli, návštěvníky a případně i dalšími aktéry CR („vyčistěme si náš národní park“). Dalšími způsoby mohou být zpevňování dosud nezpevněných oficiálních cest a sanace a zneprístupnění těch paralelních (optimálně přírodní bariéry) pro předcházení problémů s půdou, dále zavedení odpadkových košů na některých ze stanovišť informačních panelů místní naučné stezky (autorka zaznamenala první odpadkový koš až po vzdálenosti několika kilometrů od parkoviště na Mezní louce). Po upravení výše uvedených vlivů cestovního ruchu lze očekávat snížení negativních vlivů na danou oblast národního parku.

ZÁVĚR

Téma dopadů CR na chráněná území je velmi aktuální a je třeba následky těchto dopadů podchytit již v zárodku. Odstranit veškeré negativní vlivy a jejich následné dopady na přírodu a krajinu v oblasti národní park není jednoduchá záležitost a nelze vše odstranit okamžitě. Je třeba omezovat tyto vlivy postupně a zapojit do této činnosti různé aktéry CR, včetně dobrovolníků z řad návštěvníků národního parku České Švýcarsko. Žádoucí pro zlepšení stavu jsou dobrovolnické akce typu sbírání odpadků na stezkách, zpevňování turistických cest a další preventivní akce, kterými se příroda v národním parku může bránit před návaly turistů. Důležité je také informovat návštěvníky o dopadech jejich často neuvážených aktivit (paralelní stezky, rozvoj eroze na půdě s odstraněným půdním krytem).

Za výsledky autorčina zkoumání může být považování navrhnoutí již výše uvedených dobrovolnických akcí, kde se zapojí hlavně místní obyvatelé, kterým na tomto území obzvláště záleží, ale jako další alternativy mohou být například přednášky na téma „Dopady turismu na území Národního parku České Švýcarsko“ pro návštěvníky tohoto území, aby si uvědomili následky svých činů.

LITERATURA

- [1] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Krajina vyhledávaná, konzumovaná či tvořená cestovním ruchem?* Geografické rozhledy, 2007, roč. 16, č. 4, s. 6-9
- [2] PÁSKOVÁ, M. J. *Udržitelnosti rozvoje cestovního ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus Hradec Králové, 2008, ISBN 978-80-7041-658-7
- [3] PATZELT, Z. *Národní parky České republiky: National parks in the Czech Republic = Nationalparks der Tschechischen Republik*. Vyd. 1. Praha: Granit, 2011, 317 s. ISBN 978-80-7296-077-4.
- [4] ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

KONTAKT

Markéta Bočková

Student - Fakulta informatiky a managementu, Univerzita Hradec Králové
e-mail: Marketa.bockova@uhk.cz

INFORMACE, UDÁLOSTI



STUDENTI OBORU CESTOVNÍ RUCH VŠPJ NAVŠTÍVILI JIŽ PODRUHÉ ZAKARPATSKOU UKRAJINU

PROJEKTY NA VYSOKÝCH ŠKOLÁCH

Eva Janoušková

Spolupráce Kraje Vysočina a Zakarpatské oblasti Ukrajiny trvá již několik let. Vysoká škola polytechnická Jihlava se k těmto aktivitám připojila počátkem roku 2013 a navázala kontakty s Užhorodskou národní univerzitou.

Obě školy se dohodly, že první společnou aktivitou budou týdenní výměnné pobyty studentů. Tento způsob spolupráce zahájila jihlavská katedra cestovního ruchu s Fakultou cestovního ruchu Užhorodské národní univerzity.

Skupina deseti ukrajinských studentů s pedagogickým doprovodem navštívila Jihlavu poprvé v květnu 2013 a znovu v květnu letošního roku. Program jejich týdenního pobytu v Kraji Vysočina zajišťovali pracovníci VŠPJ za vydatné pomoci zájemců z řad studentů oboru Cestovní ruch. Tito studenti pak, stejně jako v loňském roce, pobývali ve dnech 1. až 4. září 2014 v Užhorodu. Zde se o ně celý týden starali jejich ukrajinští kolegové pod vedením pedagogů z Fakulty cestovního ruchu.



Obrázek 1: Hlavní budova užhorodské univerzity. Studenty přivítal Fedir Šandor – prorektor a současně vedoucí katedry infrastruktury a služeb cestovního ruchu. Zdroj: Archiv katedry CR VŠPJ

Obě skupiny studentů a učitelů spolu strávily velmi příjemný týden plný zážitků, kdy se účastníci blíže poznali a spřátelili. Jihlavská skupina byla přijata prorektorem UŽNU a také představiteli Zakarpatské oblastní rady.



Obr. 2: Hosté z Jihlavy byli přijati představiteli Zakarpatské oblastní rady. Zdroj: Archiv katedry CR VŠPJ

Součástí bohatého programu české skupiny na Zakarpatské Ukrajině byla prohlídka univerzity, historického jádra Užhorodu, výlety do Mukačeva a do Koločavy. Studenti navštívili zajímavá turistická zařízení v regionu a seznámili se s problematikou rozvoje cestovního ruchu na Zakarpatské Ukrajině. Pro české studenty byl pobyt zajímavý i proto, že měli možnost diskutovat současnou politickou a bezpečnostní situaci se svými vrstevníky i dalšími obyvateli Zakarpatské Ukrajiny a vytvořit si vlastní názor. Při formálních příležitostech i neformálních debatách mohli srovnávat problematiku života vysokoškolských studentů, nebo podmínky rozvoje cestovního ruchu v obou zemích.

Byla dohodnuta další spolupráce obou škol. V květnu 2015 proběhne v Jihlavě studentský workshop zaměřený na výzkumnou činnost ukrajinsko-českých týmů. Vedle výměnných pobytů, které budou pokračovat i v dalších letech, plánují obě školy dva společné projekty zaměřené na problematiku cestovního ruchu v regionech. Studenti a učitelé užhorodské Fakulty turismu budou hosty jubilejní 10. konference „Aktuální problémy CR“ v Jihlavě, kterou uspořádá katedra CR VŠPJ v únoru 2015.



Obr. 3: České studentky poskytly rozhovor univerzitnímu časopisu. Zdroj: Archiv katedry CR VŠPJ

Ukrajina, zvláště Zakarpatská oblast, začíná být i přes současnou situaci na východě země pro české turisty velmi atraktivní a vyhledávaná. Bude potřeba stále více odborníků, kteří prostředí země znají. Pro studenty - budoucí pracovníky v cestovním ruchu je účast při výměnných pobytech vynikající příležitostí. Jak se shodli účastníci české výpravy, na Zakarpatskou Ukrajinu se určitě v budoucnu vrátí.

Podrobnější informace o výměnných pobytech VŠP Jihlava a Užhorodské národní univerzity jsou k dispozici na <https://kcr.vspj.cz/odborna-praxe-studentu/ukrajina-uzhorodska-narodni-univerzita>.



Obrázek 4: Rozloučení na autobusovém nádraží
Zdroj: Archiv katedry CR VŠPJ

RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.

vedoucí katedry cestovního ruchu,
Vysoká škola polytechnická Jihlava
e-mail: eva.janouskova@vspj.cz

6. MEZINÁRODNÍ STUDENTSKÝ WORKSHOP VYSOKÉ ŠKOLY POLYTECHNICKÉ JIHLAVA A PARTNERSKÉ ŠKOLY FACHHOCHSCHULE WIEN

Alice Šedivá Neckářová

6. INTERNATIONAL STUDENT WORKSHOP COLLEGE OF POLYTECHNICS JIHLAVA AND PARTNER SCHOOL FACHHOCHSCHULE WIEN

ABSTRAKT

Příspěvek pojednává o 6. mezinárodním studentském workshopu na téma „ACCESSIBLE TOURISM FOR DISABLED PEOPLE“, který organizovala Vysoká škola polytechnická Jihlava (VŠPJ) ve spolupráci s Fachhochschule Wien (FH Wien). Workshop byl realizován v rámci projektu č. 1200/4/6136 financovaného z grantu Vysoké školy polytechnické Jihlava. Příspěvek interpretuje výsledky šetření, jehož cílem bylo zjistit spokojenost účastníků workshopu s jeho jednotlivými aspekty.

Keywords: studentský workshop, přístupný cestovní ruch, přeshraniční spolupráce AT-CZ

ABSTRACT

This contribution includes information about an international student workshop, which took place at College of Polytechnics Jihlava. Purpose of this contribution is to acquaint readers with the course of the workshop and the perception of various aspects of the workshop by the students of FH Wien and College of Polytechnics Jihlava. The international student workshop was financed by the College of Polytechnics Jihlava as a project 1200/4/6136.

Klíčová slova: Student Workshop, Accessible tourism, European Territorial Cooperation AT-CZ

1. ÚVOD

Ve dnech **8. až 11. září 2014** se konal na Vysoké škole polytechnické Jihlava 6. ročník mezinárodního studentského workshopu na téma „Accessible tourism for disabled people“. Workshop byl jednou z aktivit realizovaných v rámci pokračování spolupráce po ukončení projektu „Spolupráce vysokých škol v cestovním ruchu“, který byl financován v rámci Operačního programu Cíl Evropská územní spolupráce Rakousko – Česká republika 2007–2013. Tento projekt byl zaměřen na tři základní cílové skupiny – studenty, akademické pracovníky VŠ zaměřených na cestovní ruch a okrajově i na odborníky z praxe. Spolupráce VŠPJ a FH Wien spočívala v realizaci klíčových aktivit, kterými byly mezinárodní studentské workshopy, společné konference a také výměnné stáže akademických pracovníků z obou institucí. Studenti byli do projektu aktivně zapojeni zejména při realizaci společných česko – rakouských studentských workshopů, které pořádala střídavě FH Wien (Institut für Tourismus-Management) a VŠPJ (katedra cestovního ruchu).

2. CÍL

Cílem příspěvku je rekapitulace průběhu a obsahové náplně studentského workshopu konaném na partnerské škole VŠPJ, FH Wien. Stěžejní část příspěvku tvoří interpretace provedeného šetření, jehož cílem bylo zjistit spokojenost účastníků workshopu s jeho jednotlivými aspekty. Důraz byl kladen na organizační část i na odbornou část workshopu a doprovodný program.

3. METODIKA

Vstupní data byla získána prostřednictvím dotazníkového šetření realizovaného poslední den workshopu a také během řízené skupinové diskuze, jejímž tématem bylo zjištění subjektivního hodnocení proběhlé akce ze strany studentů. Pro znázornění výsledků provedených šetření a mezinárodnostní porovnání odpovědí respondentů byl využit Spider graf.

4. VÝSLEDKY

PRŮBĚH REALIZOVANÉHO WORKSHOPU

Studenti se o konaném workshopu dozvěděli prostřednictvím informačního systému, některým byla doporučena účast na workshopu studenty vyšších ročníků. Rakouští studenti byli o možnosti účastnit se dané akce informováni rakouskou bývalou projektovou manažerkou projektu „Přeshraniční spolupráce vysokých škol v cestovním ruchu“, Mag. Danielou Wagner. Hlavní motivací pro účast na workshopu bylo pro studenty prohloubení si jazykových i odborných znalostí, možnost uplatnění teoretických poznatků v praxi, získání nových zkušeností a také – pro některé úplně první zkušenost s prací v mezinárodním týmu. Studenti také uváděli, že je k účasti na workshopu motivovala možnost absolvování praxe a získání kreditů a v neposlední řadě perspektiva navázání nových kontaktů.

Tabulka č. 1: Program workshopu

	08:00	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00
Monday 8. 9. 2014			Opening by host organization	Getting to know each other, building teams Mgr. Martina Černa Ph.D.	Lunch Radniční restaurace	Tourism for disabled people Mgr. Lucie Lauermanová			Dinner Mahlerův penzion		
Tuesday 9. 9. 2014	Breakfast	Field Research – Research design Ing. Alice Šedivá Neckářová	Guided sightseeing tour (Jihlava)		Lunch Radniční restaurace	Accessible Hotel and Restaurant Mgr. Anica Djokić, MBA	Field Research			Dinner Mahlerův penzion	
Wednesday 10. 9. 2014	Breakfast	Field Research			Lunch Radniční restaurace	Field Research	Preparing for final presentations		Dinner Mahlerův penzion		
Thursday 11. 9. 2014	Breakfast check-out	Final presentations		Workshop evaluation Ing. Alice Šedivá Neckářová	Lunch Radniční restaurace	Closing ceremony, certificates Ing. Alice Šedivá Neckářová					

Zdroj: vlastní šetření

Jednácím jazykem workshopu byla angličtina, účastníky bylo 9 českých studentů VŠPJ, oboru cestovní ruch a 10 rakouských studentů FH Wien, ve všech případech se jednalo o studenty prezenčního studia, ačkoli bylo možné, aby se přihlásili i studenti studia kombinovaného. Rakouští studenti byli ubytováni v Mahlerově penzionu Na Hradbách, kde byly pro všechny zajištěny i večere, obědy byly pro účastníky workshopu zajištěny v Radniční restauraci na Masarykově náměstí.

První den workshopu byli studenti slavnostně přivítáni, následně došlo k jejich seznámení s programem workshopu a také vzájemnému seznámení. Během teambuildingu byly vytvořeny čtyři česko-rakouské týmy. V odpoledních hodinách následoval seminář týkající se právě specifik cestovního ruchu osob s handicapem. Součástí semináře byla i možnost kladení dotazů právě osobě s handicapem. V závěru prvního dne workshopu si studenti osvojili pohyb na vozíku (včetně pohybu v terénu, projetí dveřmi bez pomoci asistenta nebo absolvování schodů, které nedisponují kolejnicemi, za pomoci asistenta) a také se slepeckou holí. Druhý den byly účastníkům poskytnuty informace týkající se terénního šetření, v odpoledních hodinách se účastníci seznámili s ADA² hodnotícím formulářem, který zahrnuje kritéria a parametry požadovaná pro vstupní části budov, v rámci bezbariérových tras, úpravou výtahů nebo požadavky pro parkovací místa. Získané informace následně studenti uplatnili při realizaci průzkumu, který probíhal metodou mystery shopping³. Mystery shopping představuje metodu marketingového výzkumu, při jejíž aplikaci výzkumník zastává roli potenciálního či skutečného kupujícího (Bradley, 2010, s. 129). Průzkum byl realizován v ubytovacích zařízeních v Jihlavě, která disponují pokoji pro handicapované a také v návštěvnických atraktivitách. Každý čtyřčlenný tým měl za úkol provést průzkum ve dvou ubytovacích zařízeních a dvou atraktivitách (konkrétní téma si týmy losovaly). Výsledky kvalitativního šetření byly představeny organizátorům akce v poslední den workshopu formou závěrečných prezentací. Po vyslechnutí všech čtyř prezentací byl vybrán vítězný tým, který se svou závěrečnou prezentací vystoupí na 9. mezinárodní konferenci „Aktuální problémy cestovního ruchu“ - na téma „Cestovní ruch a jeho dopady na společnost“, pořádané 26. února 2015 katedrou cestovního ruchu VŠPJ. Po slavnostním vyhlášení vítězného týmu proběhla závěrečná evaluace akce studenty, poté byl workshop oficiálně ukončen.

5. VÝSLEDKY EVALUACE AKCE

Provedeného dotazníkového výzkumu se zúčastnili všichni účastníci workshopu, tedy 9 českých a 10 rakouských studentů. Ti hodnotili jednotlivé aspekty pomocí pětistupňové škály (hodnocení jako ve škole: 1 = excellent/výborné až 5 = poor/nedostatečné).

2 Americans With Disabilities Act National Network (formuláře dostupné z: <http://www.adachecklist.org>)

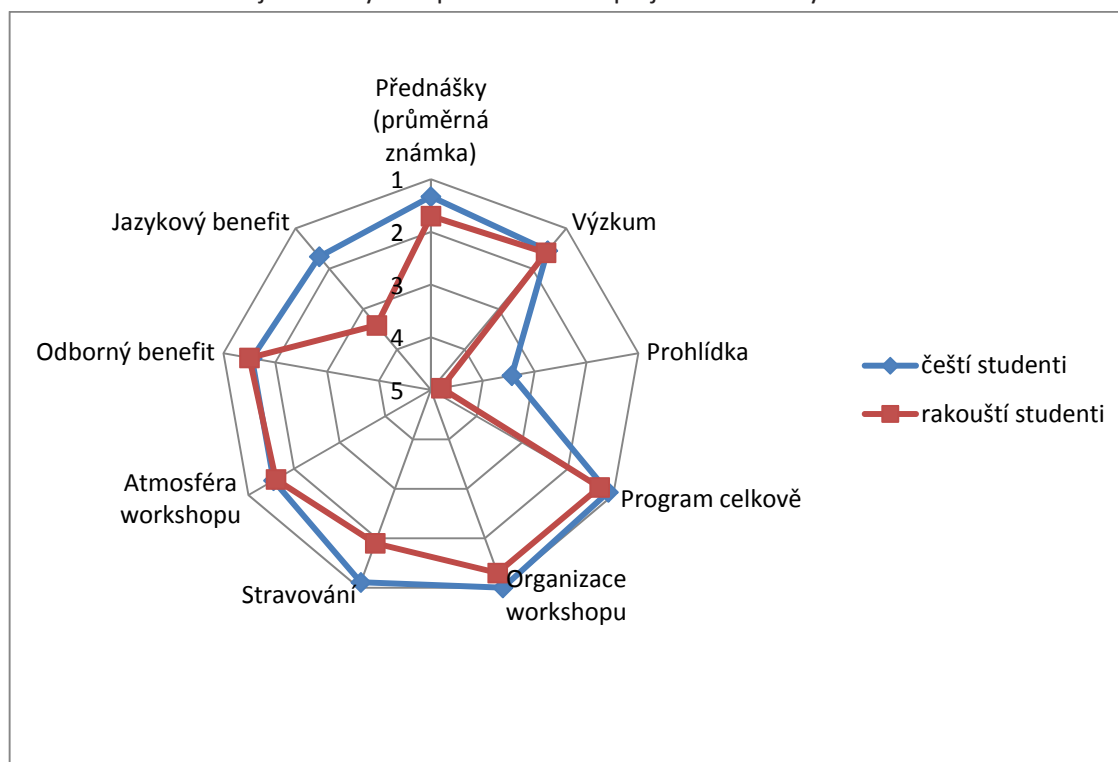
3 Mystery shopping představuje metodu marketingového výzkumu, při jejíž aplikaci výzkumník zastává roli potenciálního či skutečného kupujícího (Bradley, 2010, s. 129).

Tabulka č. 2: Hodnocení jednotlivých aspektů workshopu jeho účastníky

Hodnocený aspekt	Čeští studenti	Rakouští studenti
Přednášky (průměrná známka)	1,33	1,7
Výzkum	1,55	1,6
Prohlídka	3,44	4,8
Program celkově	1,11	1,3
Organizace workshopu	1	1,3
Stravování	1,11	1,9
Ubytování	nehodnoceno	2,7
Atmosféra workshopu	1,55	1,6
Odborný benefit	1,55	1,5
Jazykový benefit	1,7	3,4

Zdroj: vlastní šetření

Graf č. 1: Hodnocení jednotlivých aspektů workshopu jeho účastníky



Zdroj: vlastní šetření

Hodnocení akce na úrovni jednotlivce závisí z velké míry na jeho předešlých zkušenostech, očekáváníí a vnímání. Odborný přínos akce pro jednotlivce závisí z velké části i na výchozí úrovni odborných znalostí studenta a také na jeho přístupu k akci jako takové.

Z výše uvedeného grafu vyplývá, že rakouští studenti byli v hodnocení téměř všech aspektů kritičtější než čeští, výjimku tvoří pouze atmosféra workshopu, která byla hodnocena stejně (pouze jedenkrát odpověď „very good“, jinak nejlepší možné hodnocení).

Nejhůře byla hodnocena prohlídka Jihlavy s odborným výkladem, která byla zajištěna externím dodavatelem. Ačkoli výklad byl dle hodnocení účastníků srozumitelný a angličtina průvodkyně na velmi vysoké úrovni (v rámci workshopu se jednalo o jediného Čecha, jehož znalost anglického jazyka byla rakouskými studenty hodnocena kladně), forma výkladu byla – dle vyjádření studentů – stereotypní a prohlídka z tohoto důvodu nezajímavá a zdlouhavá.

Jednotlivci z řady rakouských studentů hodnotili negativně také ubytování – jednalo se ale pouze o subjektivní hodnocení dvou osob, které se u ostatních už neopakovalo (přesto ve finále negativně ovlivnilo průměrnou známku).

Kromě škálových otázek hodnotící formulář obsahoval i otázku, zda by se student dané akce s jiným tématem zúčastnil znovu a zda by doporučil účast na tomto workshopu svým spolužákům. Všichni respondenti na tyto otázky odpověděli, že ano.

Hodnotící formulář obsahoval i otázky otevřené, jejichž cílem bylo identifikovat nejsilnější a nejslabší místa realizované akce. Čeští i rakouští studenti zpravidla uváděli, že se jim nejvíce líbilo zvolené téma (více než tři čtvrtiny respondentů), mnozí také znovu zmiňovali dobrou atmosféru v průběhu akce (přibližně dvě třetiny respondentů), pro některé (jedna čtvrtina respondentů) bylo velmi silným zážitkem setkání s handicapovanou osobou a možnost realizovat prakticky orientovaný výzkum, který má perspektivu skutečného využití.

Rakouští studenti shodně uváděli jako nejslabší místo akce nedostatečnou jazykovou vybavenost českých občanů – pracovníků v objektech, kde byli studenti ubytováni, stravovali se nebo realizovali výzkum, dále často zmiňovali i nedostatečnou jazykovou vybavenost studentů a českých pedagogů. Dále byla téměř ve všech případech opětovně kritizována prohlídka města.

6. ZÁVĚR

Vysoká škola polytechnická je sice relativně mladou školou – nedávno oslavila deset let své existence – lze ale konstatovat, že svým studentům nabízí celou řadu možností, jak si rozšířit své obzory nad rámec látky probírané v rámci přednášek a cvičení. Mezinárodní studentský workshop byl jednou z mnoha aktivit, díky kterým mají budoucí absolventi možnost navázat nové kontakty, vyzkoušet si práci v mezinárodním prostředí, prezentovat výsledky realizovaného průzkumu před publikem a v cizím jazyce a především zvýšit svou budoucí konkurenceschopnost na trhu práce.

Zpětná vazba, která byla získána od účastníků workshopu, poskytla informace o tom, s čím byli respondenti nespokojeni. Určitě by v případě realizace podobné akce v budoucnu bylo možné místo klasické prohlídky města absolvovat prohlídku v kratším rozsahu a nějakým netradičním, zážitkovým způsobem – využít například české účastníky workshopu, kteří by si pro své kolegy z partnerské školy připravili výklad zábavnou formou za využití kostýmů. Druhým zjištěným nedostatkem byla nedostatečná jazyková vybavenost Čechů obecně – asi jediným prostředkem k překlenutí tohoto nedostatku je vzdělávání.

LITERATURA

- [1] BRADLEY, Nigel, 2010. *Marketing Research: Tools and Techniques*. New York: Oxford University Press. ISBN 978-0-19-956434-7.
- [2] *Stránky projektu „Spolupráce vysokých škol v cestovním ruchu“ [online]*. Rok [cit. 2014-10-2]. Dostupné z: <<http://student.vspj.cz/~eus/>>.

KONTAKT

Ing. Alice Šedivá Neckářová

katedra cestovního ruchu, Vysoká škola polytechnická Jihlava

e-mail: alice.sediva@vspj.cz

(studentka 3. ročníku DSP)

Slezská univerzita v Opavě, Obchodně-podnikatelská fakulta v Karviné

23. SJEZD ČESKÉ GEOGRAFICKÉ SPOLEČNOSTI A 16. KONGRES SLOVENSKEJ GEOGRAFICKEJ SPOLOČNOSTI, VE DNECH 25. – 28. 8. 2014 V PRAZE

GEOGRAFIE V SRDCI EVROPY

Bylo motto 23. Sjezdu České geografické společnosti a 16. Kongresu Slovenskej geografickej spoločnosti, který se uskutečnil ve dnech 25. – 28. 8. 2014 v Praze. Na tuto významnou akci se zaregistrovalo 307 účastníků z Česka a Slovenska (včetně několika zahraničních hostů). V průběhu 4 dnů zaznělo v 10 blocích po 7 či 8 paralelních sekcích celkem 216 příspěvků. Kromě samostatných příspěvků ve formě vystoupení i posterů organizátoři umožnili přihlášení ucelených tematických panelů. Tuto možnost využila většina účastníků a v 39 panelech zaznělo 136 příspěvků. Zaměření panelů prozrazovalo, jaká témata se nejvíce těšila zájmu účastníků, respektive prezentujících (Sborník abstraktů je dostupný na <http://www.cgs-sgs2014.cz/sbornik-abstrakt/>). Svě místo si zde našla i problematika cestovního ruchu, která měla dva samostatné panely. První s názvem Dopady tradičních i nově se rozvíjejících forem cestovního ruchu obsahoval příspěvky Jiřího Vágnera (PřF UK): Rozvoj termálních parků a wellness turismu v Česku; Veroniky Dumbrovské (PřF UK): Městské turistické okruhy a turistifikace v Praze; Dany Fialové (PřF UK) a Hany Horákové (MUP) Dualizace společnosti ve venkovských obcích v závislosti na existenci „holandských vesniček“; Terezy Kúsové, Dany Fialové a Marty Hučínové (všechny PřF UK) Sociální vazby a šíření znalostí v lokalitách druhého bydlení. Druhý panel Formování destinací cestovního ruchu byl sestaven z příspěvků Josefa Navrátila (ZF JCU) a Kamila Píchy (EFJ CU) Attractiveness of tourist attractions; Jiřího Šípa (VŠP) Faktory, které ovlivnily procesy vymezování území nové destinace cestovního ruchu Toulavy a její mikroregionální rajonizaci; Ivety Čtverákové a Romany Červinkové (obě PřF UK) Geoparky – nová příležitost pro rozvoj venkovského prostoru Václava Matouška (FHS UK) Vzorné letovisko Hradištko. Vznik a počáteční vývoj přípražského letoviska z 30. let 20. století. V panelu Proměny krajiny a kvalita života v chráněných územích i složeném ze samostatně dodaných příspěvků se ještě objevil příspěvek Ivany Tomčíkové, Ivety Rakytové (obě PřF KU v Ružomberoku) a Luděka Krtičky (PřF OU) Změny struktury krajiny v chráněném území intenzivně zařazenom cestovním ruchom (modelové územie Demänovská dolina). Součástí jednání byl vedle plenárního jednání, Valného shromáždění ČGS, diskusí u kulatých stolů i společenský program. Svě místo měla i tradiční soutěž o nejlepší bakalářskou a diplomovou práci z geografie. Atmosféra v historické budově děkanátu Přírodovědecké fakulty Univerzity Karlovy v Praze na Novém Městě na Albertově byla velmi přátelská a účastníci opouštěli po čtyřdenním jednání své kolegy spokojeni. (Detailní informace o akci jsou dostupné na http://geography.cz/informace-cgs/wp-content/uploads/2014/09/icgs022014_konference.pdf

KONTAKT:

RNDr. Dana Fialová, Ph.D.

katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, PřF, UK Praha

e-mail: danafi@natur.cuni.cz

V CELOSTÁTNÍ SOUTĚŽI AHR „O NEJ STUDENTSKOU PRÁCI“ JIŽ PODRUHÉ ZVÍTĚZILA ABSOLVENTKA VŠPJ

Absolventka oboru Cestovní ruch Vysoké školy polytechnické Jihlava Bc. Nikol Hrbáčová se stala vítězkou v kategorii *bakalářská práce* v prestižní soutěži „O nej studentskou práci“, kterou vyhlásila Asociace hotelů a restaurací České republiky. Bakalářská práce nese název " Marketingový výzkum a potenciální vývoj Dolní oblasti Vítkovic ", vedoucí práce byla Ing. Dagmar Frencllovská, Ph.D.

Jde již o druhý bezprostředně následující příklad skvělé reprezentace VŠPJ v celostátní konkurenci ostatních vysokých škol zaměřených na cestovní ruch.

Vítězka totiž zopakovala úspěch z roku 2013, kdy absolventka oboru Cestovní ruch na VŠPJ Bc. Věra Martinková zvítězila ve stejné kategorii s bakalářskou prací na téma "Hodnocení potenciálu cestovního ruchu ve vybraném regionu cestovního ruchu v České republice". Vedoucí bakalářské práce byla Ing. Ivica Linderová, Ph.D.

Asociace hotelů a restaurací České republiky je profesní nezisková organizace, jejímž hlavním cílem je podpora podnikatelů v oboru hotelnictví a gastronomie. Vysoká škola polytechnická Jihlava je členem této asociace.



Obrázek 1: Vítězka převzala ocenění na slavnostním galavečeru 9. Výroční konference AHR ČR 21. 11. 2014 v Obecním domě v Praze. Zdroj: www.ahrcr.cz

KONTAKT:

RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.

vedoucí katedry cestovního ruchu, Vysoká škola polytechnická Jihlava

e-mail: eva.janouskova@vspj.cz

HOTELNICTVÍ A TURISMUS TÉMATY MEZINÁRODNÍ VĚDECKÉ KONFERENCE V PRAZE

Ve středu 22. října 2014 uspořádala Vysoká škola hotelová v Praze (VŠH) již 6. ročník mezinárodní vědecké konference „Hotelnictví, turismus a vzdělávání“ (HTV) věnovaný aktuálním trendům a projektům v těchto oblastech a jejich vzájemné provázanosti.

„Letošní ročník konference se úzce nespécializuje na vybrané konkrétní téma, aktuálních problémů k řešení v sektorech hotelnictví, gastronomie a cestovního ruchu je široká škála a byla by škoda některá záměrně předem vylučovat“, konstatoval v úvodu zahájení konference prorektor pro výzkum VŠH a odborný garant konference doc. Ing. Jan Hán, Ph.D.

Konference se v letošním roce nesla ve slavnostnějším duchu daným především probíhajícími oslavami 15. narozenin Vysoké školy hotelové v Praze. S tím byly také spojeny některé body programu, jako například předávání pamětních medailí významným osobnostem v oboru, a to konkrétně prof. Ing. Jiřímu Jindrovi, CSc. za neocenitelný přínos pro rozvoj vysokého hotelového školství v České republice, Ing. Zdeňku Zídkovi za rozvoj spolupráce mezi veřejnou správou a vysokými školami v oborech cestovního ruchu, destinačního managementu a hotelnictví a Bc. Tomáši Blablovi za snahu o zvyšování kvality poskytovaných služeb v oborech hotelnictví a gastronomie zapojením absolventů profesně orientovaných škol. V první části konference také proběhl za účasti zástupců z Ministerstva pro místní rozvoj slavnostní křest nové odborné monografie Řízení cestovního ruchu v České republice – minulost, současnost, budoucnost z pera již známých autorů Petra Studničky a Lucie Plzákové.

V plenární části konference a jejích odborných sekcích zaznělo téměř 40 odborných příspěvků z úst zástupců podnikatelských subjektů realizujících se především v sektorech hotelnictví a gastronomie, státní správy a vysokých škol s příslušným odborným zaměřením. Prezentované příspěvky byly v odpolední části konference rozčleněny do sekcí Hotelnictví, Gastronomie, Destinační management, Marketing – management a do odborného workshopu věnovaného problematice Franchisingu. V polední panelové části konference diskutovali přední čeští hoteliéři se zástupci z KPMG, vedením obcí a experty z vysokých škol na aktuální témata v sektoru českého i světového hotelnictví.

Bližší informace o závěrech konference, průběhu a výsledcích jednotlivých odborných sekcí budou v blízké době zveřejněny na internetových stránkách VŠH. Tištěný sborník z konference je na vyžádání k prodeji na Vysoké škole hotelové v Praze.

Oslavy 15. výročí založení Vysoké školy hotelové sebou přinesly mimo jiné také bohatý večerní společenský program, kterého se v dobré náladě a s pocitem úspěšně prožitého dne zúčastnila většina z 240 účastníků konference. Vedle družných kolegiálních rozhovorů byly ke zhlédnutí ukázky gastronomické práce v rukách samotných studentů Vysoké školy hotelové v Praze a První soukromé školy hotelové.

Záštitu nad konferencí převzali MVDr. Pavel Bělobrádek, Ph.D., MPA, místopředseda vlády ČR pro vědu, výzkum a inovace, Mgr. et Mgr. Věra Jourová, ministryně pro místní rozvoj a PhDr. Marcel Chládek, MBA, ministr školství, mládeže a tělovýchovy. Generálním partnerem konference je Česká centrála cestovního ruchu – agentura CzechTourism.

KONTAKT:

doc. Ing. Jan Hán, Ph.D.,

prorektor pro výzkum a odborný garant konference, Vysoká škola hotelová v Praze

e-mail: han@vsh.cz

www.vsh.cz/konference

pořádají

pod záštitou ministryně pro místní rozvoj České republiky
s mediální podporou časopisu COT business

jubilejní 10. mezinárodní konferenci **Aktuální problémy cestovního ruchu**

na téma

„CESTOVNÍ RUCH: VÝVOJ – ZMĚNY – PERSPEKTIVY“

ve dnech 25. – 26. února 2015
v budově Vysoké školy polytechnické Jihlava

Hlavní cíl konference:

Cílem mezinárodní konference je v evropském kontextu zhodnotit vývoj a změny na trhu cestovního ruchu za uplynulých 10 let, popsat současnou situaci a nastínit předpokládaný směr rozvoje cestovního ruchu do budoucna. Konference vytváří podmínky pro mezinárodní setkání odborníků z praxe a akademické sféry. Přínosem konference bude prostor pro diskusi nad aktuálními problémy cestovního ruchu se zaměřením na problematiku jeho vývoje a směřování. Výstupem konference bude recenzovaný sborník příspěvků, které na konferenci zazní.

Témata:

1. Cestovní ruch a jeho vliv na rozvoj destinace
2. Význam sportovního cestovního ruchu a orientace na zdravý životní styl
3. Význam organizovaných akcí pro destinaci cestovního ruchu
4. Gastronomie, regionální produkty, tradice a folklór jako konkurenční výhoda na trhu cestovního ruchu
5. Tvorba značky a image v cestovním ruchu, změny jejich vnímání
6. Management kvality v cestovním ruchu a spotřebitelské chování
7. Využití informačních technologií pro rozvoj cestovního ruchu
8. Společenská odpovědnost podniků a sociální vnímání v cestovním ruchu
9. Vzdělávání a výzkum v cestovním ruchu
10. Best practices v rozvoji cestovního ruchu

Předběžný program konference:**Středa 25. února 2015**

- 08:00 – 09:00 Prezence
- 09:00 – 09:30 Slavnostní zahájení
- 09:30 – 11:30 Plenární zasedání
- 11:30 – 12:00 Přestávka na občerstvení
- 12:00 – 13:30 Plenární zasedání
- 13:30 – 14:30 Oběd
- 14:30 – 17:30 Jednání v sekcích
- 17:30 – 20:00 Neformální společenský večer s rautem

**Čtvrtek 26. února 2015**

8:30 – 15:00

Terénní exkurze historickým centrem města Jihlava organizovaná spolupořadatelem konference, příspěvkovou organizací Vysočina Tourism.

Pozvání k přednesení příspěvku v plénu konference přijali:

- **prof. Ing. Marian Gúčík, PhD.** (Univerzita Mateja Bela v Banské Bystrici, Ekonomická fakulta)
- **Prof. Mag. Michael Mair** (Fachhochschule für Management & Kommunikation in Wien)
- **Jan Kameníček** (generální ředitel společnosti Travelclick pro Východní a Jižní Evropu)
- **doc. Ing. Monika Palatková, Ph.D.** (ředitelka pro rozvoj, Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism)
- **Ing. Viliam Sivek** (předseda Fóra cestovního ruchu České republiky, předseda Asociace cestovních kanceláří České republiky, generální ředitel Sivek Hotels)
- **Ing. Roman Škrabánek** (prezident Asociace českých cestovních kanceláří a agentur)
- **doc. RNDr. Jiří Vystoupil, CSc.** (Masarykova univerzita v Brně, Ekonomicko-správní fakulta)
- **Ing. Jitka Zikmundová, MBA** (ředitelka mezinárodního projektu rozvoje cestovního ruchu v regionu mezi Dunajem a Vltavou)

Termíny:

Přihláška do	4. února 2015
Zaplacení účastnického poplatku do	4. února 2015
Zaslání abstraktu příspěvku do	25. ledna 2015
Zaslání informace o akceptaci abstraktu do	31. ledna 2015
Zaslání plné verze příspěvku do sborníku do	13. února 2015
Cirkulář s podrobným programem konference do	20. února 2015

Účastnický poplatek:

1 200,- Kč (vč. DPH), nebo 48,- euro, zahrnuje občerstvení, oběd, raut, náklady na vydání sborníku a náklady na organizační zajištění konference. Účast na programu druhého dne je pro registrované účastníky konference zdarma.

Odborný garant konference:

prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc. (Vysoká škola polytechnická Jihlava)

Vědecký výbor konference

- doc. RNDr. Alena Dubcová, CSc. (Univerzita Konštantína Filozofa v Nitře, Slovensko)
- prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc. (Vysoká škola polytechnická Jihlava, Česká republika)
- doc. Ing. Jana Jarábková, PhD. (Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitře, Slovensko)
- doc. RNDr. Alfred Krogmann, CSc. (Univerzita Konštantína Filozofa v Nitře, Slovensko)
- doc. Ing. Jana Kučerová, PhD. (Univerzita Mateja Bela v Banské Bystrici, Slovensko)
- Mgr. Bc. Aušra Liorančaitė – Šukienė (Kauno Kolegia University of Applied Sciences, Litva)
- Prof. Mag. Michael Mair (Fachhochschule für Management & Kommunikation in Wien, Rakousko)
- doc. Ing. Monika Palatková, Ph.D. (Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, Česká republika)
- Dr. Zsófia Papp PhD (University of Pannonia, Maďarsko)
- RNDr. PaedDr. Jaromír Rux, CSc. (Vysoká škola polytechnická Jihlava, Česká republika)
- doc. PaedDr. Jiří Štyrský, CSc. (Univerzita Hradec Králové, Česká republika)
- doc. RNDr. Jiří Vystoupil, CSc. (Masarykova univerzita v Brně, Česká republika)
- prof. drhab. Jezry Wyrzykowski (University of Business in Wroclaw, Polsko)

Sekretariát konference:

Kateřina Krejčí

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16, 586 01 Jihlava

tel.: +420 567 141 116

e-mail: konferencecr@vspj.cz

Bližší informace budou průběžně zveřejňovány na <https://kcr.vspj.cz>.



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Záštita



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Katedra cestovního ruchu

Tolstého 16, 586 01 Jihlava



Vysočina Tourism,
příspěvková organizace
Na Stoupách 3, 586 01 Jihlava



Mediální partner

Partneři konference

ASOCIACE HOTELŮ
A RESTAURACÍ
ČESKÉ REPUBLIKY



ASOCIACE PRŮVODCŮ
ČESKÉ REPUBLIKY

16. MEZINÁRODNÍ KONGRES SVĚTOVÉ FEDERACE ASOCIACÍ TURISTICKÝCH PRŮVODCŮ WFTGA

Asociace průvodců ČR ve spolupráci s Vysokou školou obchodní v Praze hostí 16. mezinárodní kongres Světové federace asociací turistických průvodců WFTGA

26. – 30.1.2015 v Praze.

Program kongresu zahrnuje odborné přednášky, pracovní semináře, terénní exkurze a doprovodné programy. Jednácím jazykem je angličtina. Pražský kongres je zaměřen na interpretaci kulturního a přírodního dědictví, spolupráci s destinacemi a památkovými objekty, na služby pro zdravotně postižené návštěvníky. Organizátorům se podařilo získat špičkové lektory ze zahraničních pracovišť (Austrálie, Egypt, Kypr, Malajsie, Rakousko, UK, USA). Příspěvky k technice průvodcovské činnosti zahrnují práci průvodce v krizových oblastech, na zámořských a říčních plavidlech, v galeriích a církevních památkách, dark tourism, vysokoškolské studijní programy pro průvodce či doprovod návštěvníků na kolech a segwajích. Klíčové přednášky jsou věnovány tématům spojeným s hostitelským městem – hudbě a architektuře. Podrobnosti na: www.wftga2015.org

KONTAKT:

PhDr. Stanislav Voleman

Asociace průvodců ČR

Vinohradská 46

120 00 Praha 2

e-mail: voleman@voleman.cz



Slezská univerzita v Opavě
Obchodně podnikatelská fakulta
v Karviné



Slezská univerzita v Opavě
Filozoficko-přírodovědecká fakulta
v Opavě



Střední škola obchodu, služeb
a řemesel a jazyková škola Tábor

MEZINÁRODNÍ VĚDECKÁ KONFERENCE

AKTUÁLNÍ TRENDY LÁZEŇSTVÍ, HOTELNICTVÍ A TURISMU

Místo konání: Detašované pracoviště Slezské univerzity v Opavě - Tábor
Střední škola obchodu, služeb a řemesel a Jazyková škola s právem státní jazykové
zkoušky Bydlinkého 2474, 390 02 Tábor

Termín konání: 9. a 10. duben 2015

Program konference:

1. den: čtvrtek 9. 4. 2015

08.00 – 09.00 prezence účastníků
09.00 – 12.00 zahájení konference, plenární zasedání
12.00 – 13.00 oběd
13.00 – 15.30 jednání v sekcích
16.00 – 17.30 doprovodný program - prohlídka historického centra Tábora a Husitského muzea
18.00 – 21.00 společenské setkání

2. den: pátek 10. 4. 2014

9.00 – 13.00 hod. návštěva Lázní Třeboň a hráz rybníka Rožmberk

Záštitu nad konferencí převzali: starosta města Tábora, hejtman Jihočeského kraje a rektor Slezské univerzity.

Odborné sekce:

1. Lázeňství, hotelnictví, wellness
2. Turismus, nové trendy v cestovním ruchu
3. Gastronomie, kulinářský cestovní ruch

Jednací jazyky konference: český, anglický, slovenský

Termíny:

Zaslání přihlášky: 6. 3. 2015

Úhrada poplatku: 6. 3. 2015

Zaslání příspěvku: 13. 2. 2015

Informace o konferenci najdete na <http://konferencehot.slu.cz>, kde je také elektronická přihláška. Formulář registrace najdete také přímo na adrese <http://goo.gl/UTJzSE>

Předseda organizačního výboru: doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc, vanicekji@seznam.cz, Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-přírodovědecká fakulta, Ústav lázeňství, gastronomie a turismu.

Seznam plenárních přednášek

prof. PhDr. Karel Lacina, DrSc.: Cestovní ruch a regionální rozvoj. (*Vysoká škola finanční a správní, Praha*)

prof. Ing. Marian Gúčík, PhD.: Vplyv nadnárodných hotelových spoločností na diferenciaciu produktu na hotelovom trhu. (*Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela, Banská Bystrica*)

Doc. RNDr. Pavol Plesník, PhD.: Udržateľnosť a perspektívy rozvoj turizmu a kúpeľníctva (*Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta*)

Doc. RNDr, Jiří Vystoupil, CSc: Podpora cestovního ruchu ze strukturálních fondů v období 2014 až 2020. (*Masarykova univerzita v Brně, Fakulta ekonomicko.-správní*)

Ing. Anna Šenková, PhD.: História a súčasnosť kulinárnej kultúry na Slovensku. (*Fakulta manažmentu Prešovská univerzita v Prešove*)

Doc. Ing. Ladislav Skořepa, Ph.D.: Regionální potraviny a regionální značky. (*Vysoká škola evropských a regionálních studií, České Budějovice*)

doc. PaedDr. Čuka Peter, PhD.: Nation branding - koncepty vo svete a na Slovensku (*Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné*)

doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc: Destinační management v České republice - současnost a perspektiva. (*Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě*).

Kontaktní osoby:

Telefon: 00420 224 393 033 213, 00420 732 488 716

Adresa: **Michaela Aujezdecká**, asistentka ředitele školy

Střední škola obchodu, služeb a řemesel a jazyková škola s právem SJZ

Bydlišského 2474, 390 02 Tábor

E-mail: aujezdecka.michaela@ssjs-tabor.cz