

STUDIA TURISTICA

online časopis pro vzdělávání v cestovním ruchu

Únor 2010

Vysoká škola polytechnická Jihlava



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Časopis Studia turistica je výstupem projektu
„Komplexní inovace oboru cestovní ruch na VŠPJ“,
reg. č. CZ.1.07/2.2.00/07.0341.

Tento projekt je spolufinancován
Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.

JIŘÍ ŠÍP

<i>Vzdělávání v cestovním ruchu na českých školách</i> <i>Education in Tourism at Czech Schools.....</i>	<i>2</i>
---	----------

JAROMÍR RUX, JIŘÍ VANÍČEK

<i>Monitoring trhu práce v cestovním ruchu – Benchmarking</i> <i>Monitoring Labour-Market in Tourism – Benchmarking.....</i>	<i>8</i>
---	----------

JIŘÍ ŠTYRSKÝ

<i>Zamyšlení nad možnostmi propojení moderního cestovního ruchu a sportovně rekreačních aktivit v bakalářském studiu cestovního ruchu</i> <i>Essey on Possibilities of Connection of Modern Tourism and Sport Recreational Activities in Bachelor Study of Tourism.....</i>	<i>17</i>
--	-----------

ALEXANDR GREGAR

<i>Úloha podnikatelů v destinačním managementu (řízení turistické oblasti)</i> <i>Task of an entrepreneur in destination management (management of touristic area).....</i>	<i>21</i>
--	-----------

JIŘÍ VANÍČEK

<i>Porovnání názorů studentů na studium cestovního ruchu na různých školách</i> <i>The comparison of student's opinion on study of tourism from different colleges.....</i>	<i>25</i>
--	-----------

VÍTĚZSLAV HÁLEK

<i>Krizový management</i> <i>Crisis management.....</i>	<i>30</i>
--	-----------

JAROMÍR RUX

<i>Manažer zájezdu - nové povolání v oblasti cestovního ruchu?</i> <i>Tour manager - new job in tourism?.....</i>	<i>43</i>
--	-----------

EMANUEL HURYCH

<i>Některé aspekty rekreologie v cestovním ruchu v podmínkách VŠPJ.....</i>	<i>47</i>
---	-----------

JIŘÍ VANÍČEK, EVA JANOUŠKOVÁ

<i>Monitoring trhu práce v cestovním ruchu – kvantitativní výzkum</i> <i>Monitoring labour-market in tourism – quantitative research.....</i>	<i>54</i>
--	-----------

LADISLAV KALOUS

<i>Vzdělávací program Leonardo da Vinci - využití při výuce na střední škole.....</i>	<i>63</i>
---	-----------

ALICE NECKÁŘOVÁ

<i>Mezinárodní studentský workshop Vysoké školy polytechnické Jihlava a partnerské školy FH Wien</i> <i>International Student Workshop of College of Polytechnics Jihlava and partner school FH Wien.....</i>	<i>66</i>
--	-----------

JIŘÍ VANÍČEK, EVA PŮLKRBÁBKOVÁ

<i>Monitoring trhu práce v cestovním ruchu – kvalitativní výzkum</i> <i>Monitoring labour-market in tourism – qualitative research.....</i>	<i>70</i>
--	-----------

REDAKCE ČASOPISU.....	76
------------------------------	-----------

VZDĚLÁVÁNÍ V CESTOVNÍM RUCHU NA ČESKÝCH ŠKOLÁCH

EDUCATION IN TOURISM AT CZECH SCHOOLS

Jiří Šíp

Abstrakt

Autor se ve svém článku zabývá analýzou středoškolských a vysokoškolských studijních programů. Nachází disproporce mezi názvy a obsahem vyučovaných předmětů. V závěru článku navrhuje možnosti dalšího rozvoje vzdělávacího systému pedagogiky cestovního ruchu v České republice.

Klíčová slova

Vzdělávání, cestovní ruch, výukové programy, pedagogika, didaktika.

Abstract

The author presents the results of the analysis of the secondary and universities educational programmes. He reveals differences in the titles and the content of the particular educational subjects. In the conclusion of the article he suggests possibilities of the development of the Czech pedagogics of tourism.

Key words

Tourism, education, educational programmes, pedagogics, didactics.

1. ÚVOD

Motiv k úvahám o rezervách našeho vzdělávacího systému v cestovním ruchu jsem získal při organizaci konferencí v Táboře na začátku 90. let. Tyto konference evokovaly zájem zainteresovaných pedagogů o získání konkrétních informací, rad, metod, kontaktů, literatury a VŠ učitelům nabídly příležitost publikovat ve svém oboru. Toto bylo signálem, že do arény teorie, praxe i vzdělávání v cestovním ruchu vstoupily zástupy laiků.

I navazující konference VŠPJ v Jihlavě, které převzaly štafetu po likvidaci tábořského pracoviště, potvrzují kontinuální zájem o obdobnou problematiku. Dalším významným krokem je iniciativa aktivující založení asociace škol vyučujících cestovní ruch a tento odborný časopis, který by měl být jejím klíčovým výstupem. Porevoluční změny vystřídaly stabilizovaný, přísně regulovaný a řízený socialistický princip vzdělávání v CR. Kontinuální vývoj vzdělávání v cestovním ruchu vyprofiloval hypotézy evokující směry výzkumu, hledání optimálních vědeckých systémových přístupů a metod vzdělávání.

V tomto článku bych chtěl deklamovat hypotézu a z ní vycházející analýzu základních souvislostí v českém vzdělávacím systému cestovního ruchu.

2. HYPOTÉZY PRO ANALÝZU

Z výše uvedeného vyplývá základní hypotéza, že obor cestovního ruchu je pro střední i vysoké školy nadějným nástrojem k obsazení svých kapacit na trhu uchazečů o středoškolské a vysokoškolské vzdělání.

Tento jev evokuje řadu problémů a potřeb spojených:

- se vzděláváním v cestovním ruchu (odborné vzdělávání na SŠ a VŠ).
- se vzděláváním cestovním ruchem (motivační nástroj výuky jiných předmětů na všech úrovních vzdělávání).

Vycházíme z předpokladu, že národní vzdělávací systém není ještě optimálně nastavený. Systém přípravy pedagogických pracovníků je nepropracovaný. Kádr kvalifikovaných pedagogických pracovníků je nedostatečný a skladba i obsahový substrát předmětů má ještě rezervy v kvalitě (např. interdisciplinární vazby, časoprostorové vazby).

3. SITUAČNÍ ANALÝZA NA ČESKÝCH ŠKOLÁCH

Na území České republiky aktuálně existuje 55 středních škol, 3 VOŠ a 1 VŠ specializovaných na hotelnictví, 38 středních škol, 15 VOŠ, 15 VŠ s 24 pracovišti zaměřených na cestovní ruch. Jejich regionální rozložení znázorňuje tabulka 1. Na základě takto nastaveného konceptu hypotéz jsme analyzovali 62 tematických plánů hlavních odborných předmětů zaměřených na CR z 20 škol, navzájem porovnali a pokusili se je dát do kontextu s metodikou RVP a z nich vyplývajících ŠVP.

RVP předkládá středním školám základní vizi profilu vzdělávání a kompetencí v CR. VŠ se snaží vytvářet svoji vlastní vizi a jejich akademickým statutem jsou omezováni jen sami sebou.

Z provedených analýz současných tematických plánů je patrné, že hlavní odbornou vzdělávací náplň tvoří geografické, základní teoretické, technologické a ekonomické prvky, které se promítají v názvech vyučovaných předmětů, viz. tabulka 2.

Tabulka 1: Přehled škol odborně vyučujících problematiku cestovního ruchu						
kraj	střední školy		vyšší odborné školy		vysoké školy/pracoviště	
	Hotelnictví a gastronomie	Cestovní ruch	Hotelnictví a gastronomie	Cestovní ruch	Hotelnictví a gastronomie	Cestovní ruch
Praha	2	3		4	1/1	3/4
Středočeský	5	1	2	1		
Jihočeský	2	5		1		2/3
Plzeňský	2	2				1/2
Karlovarský	1	1	1	1		
Liberecký	3	3		1		
Ústecký	5	2				
Hradecký	3	1		2		1/2
Pardubický	3	5				1/1
Olomoucký	2	2				1/2
Jihomoravský	9					2/5
Moravskoslezský	12	6		4		3/4
Zlínský	3	2		1		
Vysočina	3	5		1		1/1
celkem	55	38	3	16	1/1	15/24

Z uvedené tabulky vyplývá, že aktuální realitou je nejednotnost terminologická i částečně obsahová. Často dochází ke kumulaci tematických okruhů do předmětu Cestovní ruch, dochází k zařazování technologické problematiky služeb do ekonomiky cestovního ruchu, geografických témat do ekonomiky cestovního ruchu. V profilu absolventa a v cílech předmětů chybí příprava k fyzickogeografické a socioekonomické analýze hodnoty geografického prostředí a k její valorizaci podle zásad trvale udržitelného rozvoje území.

Tabulka 2

Základní odborné obsahové prvky	Zjištěné názvy předmětů
geografické	zeměpis cestovního ruchu, geografie cestovního ruchu, mezinárodní cestovní ruch
základní teoretické	cestovní ruch, technika cestovního ruchu, ekonomika cestovního ruchu, základy cestovního ruchu
technologické	cestovní ruch, technika cestovního ruchu, ekonomika cestovního ruchu, provoz cestovních kanceláří, doprava, průvodcovské služby, gastronomie, služby cestovního ruchu, průvodcovství, management cestovního ruchu
ekonomické	ekonomika cestovního ruchu, cestovní ruch, ekonomika hotelů a cestovního ruchu, marketing pohostinství a cestovního ruchu, management cestovního ruchu

Budoucnost odborného vzdělávání na středních školách je vložena do RVP a z nich vyplývajících ŠVP, směřujících do kompetencí, které vešly v platnost od roku 2009. Nové pojetí neslibuje odstranění stávajících nedostatků ve vzdělávání. V současné době dochází na školách k diskusím nad novou koncepcí. Při prostudování programu oboru hotelnictví a turismus a programu cestovní ruch jeví se hodinová kalkulace profilujících odborných vzdělávacích obsahových okruhů poměrně nízká.

Tabulka 3: Rámcové rozvržení obsahu vzdělání obor hotelnictví podle MŠMT

Vzdělávací oblasti a obsahové okruhy	Minimální počet vyučovacích hodin za celou dobu vzdělávání	
	týdenních	celkový
Jazykové vzdělávání		
- český jazyk	5	160
- dva cizí jazyky	16	512
Společenskovední vzdělávání	5	160
Přírodovědné vzdělávání	4	128
Matematické vzdělávání	8	256
Estetické vzdělávání	5	160
Vzdělávání pro zdraví	8	256
Vzdělávání v informačních a komunikačních technologiích	4	128
Ekonomika a podnikání	8	256
Gastronomie	9	288
Hotelnictví	7	224
Cestovní ruch	5	160
Komunikace ve službách	2	64
Disponibilní hodiny	42	1 344
Celkem	128	4 096

Tabulka 4: Rámcové rozvržení obsahu vzdělání obor cestovní ruch podle MŠMT

Vzdělávací oblasti a obsahové okruhy	Minimální počet vyučovacích hodin za celou dobu vzdělávání	
	týdenních	celkový
Jazykové vzdělávání		
- český jazyk	5	160
- dva cizí jazyky	16	512
Společenskovední vzdělávání	5	160
Přírodovědné vzdělávání	4	128
Matematické vzdělávání	8	256
Estetické vzdělávání	5	160
Vzdělávání pro zdraví	8	256
Vzdělávání v informačních a komunikačních technologiích	4	128
Ekonomika a podnikání	10	320
Geografické a kulturně-historické vzdělávání	7	224
Služby cestovního ruchu	10	320
Komunikace ve službách	4	128
Disponibilní hodiny	42	1 344
Celkem	128	4 096

Součet týdenní hodinové dotace profilových odborných předmětů u oboru hotelnictví činí 22% z celkového základního hodinového fondu. Na problematiku CR je věnováno 5 hodin týdně (celkem 160 za studium), které obsahují základní odborné technologické, teoretické a geografické prvky. Obdobnou dotaci mají všeobecné vzdělávací obsahové okruhy přírodovědné, estetické, společenskovední. Větší dotaci 8 hodin týdně má např. výchova pro zdraví. Obdobnou disproporci jsme našli u oboru turismus, kde odborná složka činí 21% z celkového počtu. Geografii je věnováno 7 hodin, technologii 10, ekonomice, managementu a marketingu 10 hodin.

Na základě těchto rozborů je třeba při sestavování ŠVP **nepřístupovat k učivu jako cíli, ale jako k prostředku k dosažení požadovaných výstupů.**

Při studiu hodinových dotací RVP se nám jeví jako pozitivní řešení posílit celkový efekt výstupů odborné profilace cíleným zaměřením u vybraných všeobecných předmětů:

- cizí jazyky – reálie,
- český jazyk literatura,
- přírodovědný blok – klimatologie, hydro, fyto, zoo, geologie,
- estetické vzdělávání – dějiny umění, krajinářství, kulturní krajina,
- vzdělávání ke zdraví – management volného času, metodika a organizace aktivního odpočinku,
- vzdělávání v informačních službách – rezervační systémy v cestovním ruchu.

4. ZÁVĚREČNÉ ZHODNOCENÍ

Z naší účelové analýzy vyplývají vybrané problémy vzdělávání v cestovním ruchu:

- nepružné reakce na potřebu praxe,
- akreditace oborů, stanovení cílů, profilů absolventů,
- konstrukce vyučovacích předmětů i jejich obsahové náplně,
- realizace mezipředmětových vazeb, základ na fyzickogeografických a socio-ekonomických časoprostorových souvislostech,
- interaktivní spojení teorie s praxí (minimální participace praktiků v oblasti teorie-odtrženost teoretiků od praxe),
- jednotná terminologie,
- odborná literatura,
- obsazování výuky funkčními pedagogickými kádry,
- vzdělávání pedagogických kadrů,
- vědecký výzkum.

Cestovní ruch se stává významnou součástí vyspělé světové ekonomiky a je i významnou součástí životního stylu pro stále více lidí v celém světě. Tato skutečnost přináší vznik mladého teoretického oboru, se kterým se vytváří potřeba kvalitního vzdělávání cestovního ruchu. Podle vlastních výzkumů a dlouhodobého sledování jevů a procesů v cestovním ruchu i jeho vzdělávacích metod, které probíhají v českém prostředí se domnívám, že nastal čas pro položení hlubších základů a rozvoj oboru pedagogika cestovního ruchu. Rád bych deklamoval základní argumenty k budování oborové pedagogiky cestovního ruchu. Jedním z cílů je formulování některých vybraných problémů, které souvisejí s praktickým koncipováním disciplíny, jež bývá nejčastěji nazývána didaktikou vyučování, někdy podle staršího názvu metodikou, někdy také teorií vyučování. Současně chci upozornit na roli a podíl, který by v tomto procesu měli zaujímat profesionální pedagogové, ať působí na jakémkoli pracovišti.

Didaktiku vyučování cestovního ruchu chápeme jako disciplínu, která se zabývá nejširším okruhem problémů a otázek souvisejících s vyučováním cestovního ruchu na všech typech škol. Tato disciplína v souboru věd bývá nejčastěji zařazena mezi disciplíny pedagogické, ačkoli podle našeho názoru spíše patří k tzv. vědám hraničním, nebo mezním. Soudíme, že se nachází na hranicích mezi souborem věd geografických, sociologických a ekonomických, které poskytují především obsahový substrát a souborem věd pedagogických, které z tohoto obsahového základu formují vyučovací předmět. Zjišťujeme-li v jiných případech vědních disciplín (např. biofyzika, biochemie a podobně) v současné době nejrychlejší rozvoj právě těch, které bývají označovány jako hraniční, můžeme rozšířit toto konstatování i na disciplínu, která je předmětem našeho zájmu.

Jedním z dlouhodobých úkolů řešených na různých úrovních je progresivní a dynamický rozvoj českého školství schopného adaptace na nové obory. Nepochybně se s tímto požadavkem, respektive jeho nutností zcela ztotožňujeme, chci však doložit, že progresu nových oborů v systému našeho školství, vyžaduje překonávat setrvačnost a konzervativní přístup protagonistů tradičních oborů. Cestovní ruch je mladým interdisciplinárním oborem s vysokou komplexitou jevů. Podle současných pozorování je patrná nízká provázanost mezipředmětových vztahů ve výuce, vycházející často i z velice odlišných profilů vzdělávacích

kádrů i z toho, že úroveň jejich pedagogické gramotnosti neodpovídá složitosti výše uvedené komplexity oboru. Z této skutečnosti vyplývají hned dva základní požadavky:

1. Optimalizovat výchovu pedagogů a tvorbu vhodných obsahů jejich vzdělávacích programů. Jedná se o systém a metody přípravy pedagogických kádrů, kde podstatu obsahové části tvoří odborná tematika cestovního ruchu, která jde ruku v ruce s odbornou tematikou pedagogickou a formálními vyučovacími metodami.
2. Optimalizovat výuku cestovního ruchu a tvorbu vhodných výukových programů. Především jde, podle mého názoru, o optimalizaci obsahu vyučování, spolu s ním ovšem i o optimalizaci formální, kam bychom zařadili vyučovací metody, formy, postupy, pomůcky, vyučovací technologie.

Ing. Jiří Šíp

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Katedra cestovního ruchu

Tolstého 16

586 01 Jihlava

sip@vspj.cz

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

[1] ŠÍP, J. Geografie cestovního ruchu ve vzdělávacím systému zaměřeném na cestovní ruch. In Fňoukal, M., Ptáček, P. (Eds.). *"Geografie cestovního ruchu a rekreace" - Sborník referátů z mezinárodního semináře pořádaného při příležitosti životního jubilea doc. JUDr. S. Šprincové, CSc.* Univerzita Palackého, Olomouc, 2005. s. 177-183.

[2] ŠÍP, J. Geografie v systému pedagogiky ČR. In Kraft, S. (Ed.). *Česká geografie v evropském prostoru*. Vydavatel JU v Českých Budějovicích, 2007. s. 742-752. ISBN 978-80-7040-7040-986-2

[3] ŠÍP, J. *The first knowledge from the tourism destination mind map research*. In Hana Svatoňová et al. *Geography in Czechia and Slovakia – Theory and Practice at the Onset of 21. Century*. Masaryk University Brno, 2008. s. 240-245. ISBN 978-80-210-4600-9

[4] ŠÍP, J. Vybrané problémy českého vzdělávání v ČR. In *Aktuální problémy ČR. „Vzdělávání a výzkum v ČR“*. Sborník ze 4. mezinárodní konference. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2009. s. 78-83, ISBN 978-80-87035-25-2

Jaromír Rux, Jiří Vaníček

Abstrakt

Vysoká škola polytechnická získala projekt z ESF na inovaci oboru cestovní ruch. První etapa projektu řeší monitoring potřeb trhu, který probíhal ve třech etapách: kvalitativní výzkum, kvantitativní výzkum a benchmarking. Tento příspěvek shrnuje výsledky benchmarkingu výuky cestovního ruchu na vysokých školách.

Klíčová slova

Gallupův ústav, terciární vzdělávání v cestovním ruchu, benchmarking.

Abstract

The College of Polytechnics has won a project from the ESF for innovation of the tourism study programme. The first phase of the project deals with monitoring of market needs which is carried out in three phases: qualitative research, quantitative research and benchmarking. This paper summarizes the results of the benchmarking research of tourism education on universities.

Key words

Gallup institution, tertiary education in tourism, benchmarking.

ÚVOD

Zjišťování úrovně výuky cestovního ruchu na VŠPJ probíhá několika metodami. Jednou z nich je benchmarking, což je metoda zkoumající přednosti i slabiny vlastní školy, snaha o jejich případnou kvantifikaci, zjištění slabin a předností ostatních škol a převzetí jejich dobrých zkušeností. Náprava nedostatků a převzetí dobrých zkušeností by mělo podstatně zlepšit postavení školy a úspěšnost absolventů na trhu práce i v dalším studiu. Vzhledem k obtížnému získávání relevantních údajů jsme vycházeli v této části z porovnání informací jednotlivých škol, především studijních plánů, které jsou většinou volně dostupné na webových stránkách.

Správně sestavený studijní plán považujeme za nutný, samozřejmě nikoliv postačující předpoklad úspěchu. Při sestavování studijních plánů a zavádění specializací není možno vycházet pouze z představ členů katedry. Dokonce ani požadavky představitelů praxe cestovního ruchu nemusí být signifikantní, neboť často vidí jen problematiku svého podniku a chybí jim dostatečně fundovaný pohled na problematiku turismu v celé šíři. (Poznámka: Slova turismus a cestovní ruch považujeme za synonyma).

PRŮZKUM POSTOJŮ EVROPANŮ K TURISMU

Gallupův ústav proved rozsáhlý výzkum názorů občanů Evropy k cestovnímu ruchu a jeho výsledky byly publikovány v březnu 2009 „Survey on the attitudes of Europeans towards tourism Conducted by The Gallup Organization“. Průzkumu se zúčastnilo více než 27 000 respondentů ze všech 27 členských států Evropské unie. Počty dotázaných nebyly ve všech státech stejné, ale podle lidnatosti státu se pohybovaly mezi 500 až 2 000 účastníky [2]. Z tohoto průzkumu plynou následující závěry:

- Dvě třetiny občanů EU podniklo alespoň jednu soukromou cestu s přenocováním a 58% si vzalo dovolenou (za dovolenou je považován soukromý pobyt s nejméně čtyřmi za sebou jdoucími noclehy).
- Nejoblíbenější destinace v roce 2008 byly Španělsko, Itálie, Francie a Řecko a tyto země dominují v plánech pro rok 2009. (Pro Čechy bylo nejoblíbenější destinací Chorvatsko a zřejmě jí zůstane i v roce 2009).
- Z každých deseti lidí, kteří cestovali v roce 2008, plánovali v době průzkumu čtyři cestu též v roce 2009. Kolik jich opravdu pojede, není jasné a jejich rozhodnutí může být kritické pro průmysl cestovního ruchu. Do „zranitelné“ skupiny patří především Holanďané, Italové, Španělé, Francouzi, Němci a Britové.
- V roce 2009 se zřejmě zvýší počet turistů, kteří stráví dovolenou ve vlastní zemi, poklesne počet výjezdů do ostatních zemí EU a asi se také mírně zvýší návštěvnost nečlenských zemí EU (důsledek výhodného kurzu €).

V průzkumu bylo dále zkoumáno, jak jsou cestovní plány ovlivňovány finanční situací. Většina respondentů, kteří nejeli na dovolenou, jako důvod uvedla nedostatek peněz. Čtyři z deseti Evropanů uvádějí, že mají dostačené finanční prostředky na dovolenou, stejný počet uvádí, že na dovolenou musí šetřit. Asi 11% uvádí, že má vážné finanční problémy, které mohou ovlivnit jejich dovolenou. Pouze v 6 státech (Finsko, Nizozemsko, Švédsko, Lucembursko, Dánsko a Rakousko) většina obyvatel uvádí, že má dostatek peněz na dovolenou.

Respondenti, kteří plánovali delší dovolenou nebo kombinaci dovolené a kratší cesty většinou nemají problémy s financováním. Pokud turisté plánovali letní a zimní dovolenou, vzdají se zimní dovolené, pokud budou mít nedostatek financí. Asi 25% by šetřilo přesunem dovolené mimo hlavní sezonu (v současnosti jezdila polovina obyvatel EU na dovolenou v červenci a v srpnu), dalších 20% by ušetřilo strávením dovolené blíže bydlišti, asi 12% chce snížit náklady využitím nabídky last minute, 15% je ochotno šetřit na ubytování a 8% zvolí levnější druh dopravy. Velká část dotázaných uvedla, že bude šetřit na nákupu a wellness službách.

U téměř poloviny je hlavním důvodem dovolené rekreace, u 20% rekreace na mořské pláži a pouze 17% chce při dovolené poznávat města a kulturní památky. Průměrný turista dává přednost kvalitě před nízkou cenou. Důležitá je bezpečnost destinace. Cena dovolené hrála významnější roli především v zemích EU s nejnižším počtem lidí jezdících na dovolenou. Jsou to především Maďarsko, Polsko, Rumunsko, Lotyšsko a Litva. Většina Evropanů (54%) chce strávit dovolenou v tradičních turistických cílech, počet turistů, kteří volí neobvyklé cíle, je asi poloviční (28%).

Většina (56%) turistů si zařizuje dovolenou sama, 16% si zajišťovalo ubytování nebo dopravu pomocí cestovní kanceláře a 20% se rozhodlo pro zájezd (package tour) koupený u cestovní kanceláře nebo on line. Turisté, kteří trávili dovolenou ve vlastní zemi, si ji většinou (72%) zařizovali sami. Většinou preferují neoficiální informace o prázdninových destinacích. Tři nejžádanější zdroje byly nezávislé na průmyslu cestovního ruchu. Jsou to ústní informace, 57% používá jako zdroj informací sociální sítě a skoro jedna třetina se při výběru destinace spoléhá na vlastní zkušenosti. V destinacích, které si vybrali na základě vlastních zkušeností nebo zkušeností přátel, byli nejméně nakloněni cestovním agenturám a naopak. Nejvýznamnějším zdrojem informací o destinaci se stává internet, který poskytne komerční informace i různá doporučení. Používají ho především ti, kteří volí neobvyklé destinace. Méně využívané jsou noviny, televize a rozhlas.

Pro tvorbu studijního plánu jsou důležité tyto informace:

Turisté si stále ve větší míře zařizují dovolenou sami. Klesá význam cestovních kanceláří pořádajících zájezdy do prázdninových destinací. Klesá význam cestovních agentur, turisté si koupí služby na internetu buď přímo u jejich poskytovatelů, nebo v cestovních kancelářích. Vzhledem k internetovým nákupům ztrácí na významu klasická cestovní smlouva.

Ubývá poznávacích autobusových zájezdů, a tím klesá význam vedoucích zájezdů (tour manager, v české terminologii průvodce).

Klesá význam místních průvodců (tourist guide, v české terminologii průvodce). Již pro více než 50 nejvýznamnějších evropských zemí existuje audioprůvodce, kterého lze zdarma nebo za mírný poplatek (maximálně 10 €) stáhnout z internetu do mp3 přehrávače (iPhone, iPod). Tyto materiály (iAudioguides) mají vysokou odbornou úroveň a bohatě splňují nároky běžných turistů (<http://www.iaudioguide.com/>).

Zvyšuje se podíl leteckých zájezdů. Je třeba upravit týdenní praxi po 2. a 4. semestru tak, aby alespoň polovina zájezdů byla letecky. Vzhledem k přesunu turistů na domácí destinace vzrůstá význam předmětu destinační management, geografie ČR, historie ČR (oba poslední předměty též v angličtině).

Předmět Dějiny umění je třeba pojmut daleko obecněji jako Dějiny kultury. Jazyky vyučovat pouze na odborné úrovni, klást důraz na odbornou terminologii používanou v praxi ČR. Pro bakalářské studium nezavádět povinnou matematiku, zavést ji až pro případné magisterské studium.

Trh cestovního ruchu bude stále více globalizovaný a elektronicky propojený. Vyrůstá význam internetu pro cestovní ruch, je třeba zavést další volitelné předměty, např. Tvorba webových stránek.

Ve světle v průzkumu zjištěných skutečností se jeví jako velmi dobré, že v rámci projektu „Komplexní inovace oboru cestovní ruch na VŠPJ“ bude realizováno 6 specializací a jedno mezioborové studium, které budou spočívat ve výběru vždy jedné dvojice předmětů (u mezioborového více předmětů).

Ve specializaci Podnikání v cestovním ruchu bude třeba posílit znalosti o ubytovacích zařízeních a též zařadit studium stravovacích zařízení. Zvážit, zda specializaci Řízení cestovního ruchu nezavést až jako magisterské studium, posílit odborné geografické a historické předměty a zabývat se managementem kulturních památek.

Vzhledem k tomu, že většina turistů si chce o dovolené odpočinout, jsou jistě vhodné specializace Management volného času a Wellness a Spa management. Citelný je odklon zájmu od fitness k wellness centrum. Mezioborové studium Informační systémy v ČR je rovněž vydatně zdůvodněno výsledky průzkumu Gallupova ústavu.

Ve specializaci Veřejná správa v ČR a kulturní cestovní ruch bude nutno nově pojmout předmět Dějiny umění. V současnosti jsou to spíše dějiny umění pro potřeby průvodců cestovního ruchu. Absolventi nové specializace budou potřebovat znát dějiny kultury a současnou kulturu v plné šíři slova kultura.

EU požaduje na vysokých školách, aby věnovaly zvýšenou pozornost správnému fungování znalostního trojúhelníku ve formě interakce mezi vzděláváním, výzkumem a inovacemi. V České republice v současnosti neexistuje škola, která by se zabývala výchovou středoškolských učitelů cestovního ruchu, ani časopis, který by se věnoval didaktickým otázkám výuky cestovního ruchu, neexistuje didaktika cestovního ruchu jako vědní disciplína. Proto katedra CR iniciovala vznik Asociace škol vyučujících cestovní ruch (středních a vysokých). Problematice výuky CR se částečně věnuje časopis COT, ale vzhledem k tomu, že je určen profesionálům v cestovním ruchu, je jeho hlavní zaměření jiné. Proto součástí projektu je i vydávání elektronického časopisu, který by měl vyučujícím poskytovat aktuální informace z jednotlivých oborů. Mělo by se jednat o časopis, který by systematicky sledoval novinky v cestovním ruchu a informoval o nich učitele. Dále by měl zveřejňovat informace převzaté ze zahraničních pedagogicky zaměřených časopisů ČR, diskusní příspěvky učitelů, nabídky literatury, map a učebních pomůcek.

VYSOKÉ ŠKOLY V ČESKÉ REPUBLICE

Byla vytvořena databáze českých vysokých škol s bakalářskými studijními obory v oblasti cestovního ruchu a příbuzných oborech (rekreologie), která obsahuje celkem 20 škol (veřejných i soukromých). Tato databáze byla následně porovnána s databází vytvořenou v roce 2008 na VŠE (Indrová 2009). Databáze VŠE je užší a obsahuje jednu školu, které byla odebrána akreditace k výuce (po vytvoření databáze).

Tabulka 1: Přehled oborů CR na vysokých školách v ČR

Název školy a studijní obor	Odkaz na internetu
Vysoká škola ekonomická Praha, Fakulta mezinárodních vztahů, studijní obor Cestovní ruch a regionální rozvoj	http://fmv.vse.cz/
Univerzita Hradec Králové, Fakulta informatiky a managementu, studijní obor Management cestovního ruchu	http://www.uhk.cz/fim/obory/66
Masarykova univerzita Brno, Ekonomicko-správní fakulta, studijní obor Regionální rozvoj a správa, směr Regionální rozvoj a cestovní ruch	http://www.econ.muni.cz/studijni-katalog/prezencni-bakalarske/regionalni-rozvoj-a-cestovni-ruch/
Mendlova zemědělská a lesnická univerzita Brno, Provozně ekonomická fakulta, studijní program Ekonomika a management, studijní obor Cestovní ruch	http://www.pefka.mendelu.cz/files/program_B0910_final.pdf
Jihočeská univerzita České Budějovice, Ekonomická fakulta, studijní program Ekonomika a management, studijní obor Obchodní podnikání	http://stag-web.jcu.cz/apps/stag/vsp/vsp.php?printrname=win4a647a7b7004f&co=vizualizace&ukol=stobor&oboridno=1164&stplidno=&y=0&stud_id=&etapa=&poc_etap=0&stpridno=657&offline
Západočeská univerzita Plzeň, Ekonomická fakulta, studijní program Ekonomika a management, studijní obor Management obchodních činností, studijní zaměření Cestovní ruch, hotelnictví a lázeňství	http://www.fek.zcu.cz/static/studijni_programy.php#prezencidra

Slezská univerzita Opava, Fakulta filozoficko-přírodovědecká, Studijní program Gastronomie, hotelnictví a turismus, Studijní obor Lázeňství a turismus	http://www.fpf.slu.cz/studium/ plany-programy-obory/Stud_plany_2009.pdf
Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava, Ekonomická fakulta, studijní program Ekonomika a management, studijní obor Ekonomika cestovního ruchu,	http://as1.wps.sso.vsb.cz/cz.vsb.edison.edu.study. prepare.web/StudyPlan.faces?studyPlanId=12373
Vysoká škola cestovního ruchu, hotelnictví a lázeňství Praha, studijní program Ekonomika a management, studijní obor Management hotelů, gastronomických zařízení a lázeňství	http://www.vscrhl.cz/index.php?option= content&task=view&id=21&Itemid=53
Vysoká škola hotelová v Praze, s.r.o. Praha 8, Studijní obor: Hotelnictví Studijní obor: Management destinace CR Studijní obor: Marketingové komunikace ve službách Studijní obor: Management volného času Studijní obor: Management dopravních služeb	http://www.vsh.cz/cz/bakalarske-studium-nav33/
Vysoká škola obchodní Praha, studijní program Management cestovního ruchu, studijní obor Cestovní ruch, studijní obor Informatika v cestovním ruchu, studijní obor Služby letecké dopravy v CR	http://www.vso-praha.eu/search.php?rsvelikost =sab&rstext=all-phpRS-all&rstema=30
Vysoká škola obchodní a hotelová Brno studijní obor Management hotelnictví, studijní obor Management cestovního ruchu	http://www.hotskolabrno.cz/indexVS.htm
Univerzita Tomáše Bati Zlín, Fakulta technologická studijní program Ekonomika a management, studijní obor Logistika a management	http://studia.edumenu.cz/d-26763/technologie-a- rizeni-v-gastronomii-bakalarske-studium-zlin
Univerzita Palackého Olomouc, FTVS studijní program Tělesná výchova a sport, studijní obor rekreologie – Management volného času a rekreace – Pedagogika volného času	http://www.upol.cz/skupiny/uchazeci/studijni- obory/?user_vlkupobory_pi1[showUid] =493&cHash=82e93b272c
Masarykova univerzita Brno Fakulta sportovních studií, obor Tělesná výchova a sport, program FSpS, B-TV, směr Management cestovního ruchu	http://www.muni.cz/fsps/study/programmes/ http://is.muni.cz/predmety/
Univerzita Karlova Praha Fakulta tělesné výchovy a sportu, studijní program: Tělesná výchova a sport studijní obor: Tělesná výchova a sport	http://www.ftvs.cuni.cz/programy.php
Vysoká škola logistiky Přerov, studijní obor Logistika cestovního ruchu,	http://www.vslg.cz/page/68074. logistika-cestovniho-ruchu/
Univerzita Jana Amose Komenského Praha, studijní obor Management cestovního ruchu	http://www.ujak.cz/index.php
Ostravská univerzita Ostrava, Pedagogická fakulta, studijní obor Rekreologie	http://pdf.osu.cz/ktv/index.php?kategorie=354
Vysoká škola polytechnická Jihlava, studijní program Ekonomika a management, studijní obor Cestovní ruch	www.vspj.cz

VYSOKÉ ŠKOLY V ZAHRANIČÍ

Ze zahraničních vysokých škol jsme se zabývali především školami v Rakousku a SRN, v menší míře ve Švýcarsku, Spojeném království, Španělsku a na Slovensku.

Spolková republika Německo. Cestovní ruch je možno studovat na univerzitách, odborných vysokých školách a akademiích. Rychle se zvyšuje počet soukromých vysokých Business Schools. Z webové stránky [3] jsou dostupné podrobnější údaje k jednotlivým školám včetně studijních plánů.

Rakousko. Základní informace jsou dostupné z [4]. Univerzitní kurzy turismu v Rakousku: Hospitality and Tourism Management Semmering, Tourismus- & Freizeitmanagement Innsbruck, Universitätslehrgang Tourismuswirtschaft Wien, Wellness & Spa Management Semmering, Zertifikat in Tourismus- & Freizeitmanagement Innsbruck, Universitätslehrgang für Schul- und Freizeitsportarten, Universität Wien, Wien, Universitätslehrgang Sportjournalismus, Paris-Lodron-Universität Salzburg, Salzburg, Universitätslehrgang Sportmanagement, Alpen-Adria-Universität Klagenfurt, Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Informatik, Klagenfurt, Universitätslehrgang Health and Fitness Master of Advanced Studies, Paris-Lodron-Universität Salzburg, Universitätslehrgang Gesundheitstourismus, Sport- und Eventmanagement, Donau-Universität Krems, Lehrgang eTourismus Management, Lehrgänge für Tourismusmanagement, Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement Kufstein, partnerská škola VŠPJ: FH Wien [5].

Studium turismu na vysokých odborných školách

Innovation & Management im Tourismus	FH-Bachelor/ FH-Master	Berufs- begleitend	Salzburg	Tourismus
Tourismus- & Freizeitwirtschaft	FH-Bachelor	Vollzeit	Tirol	Tourismus
Tourismus-Management	FH-Bachelor	Vollzeit	Wien	Tourismus

Švýcarsko. Studium turismu je ve Švýcarsku věnována velká pozornost. Studijní plány jsou velmi podobné rakouským a německým. Detailnější údaje jsou na [6].

Jako příklad švýcarských škol byla podrobně studována, Lucerne University of Applied Science and Arts. S touto školou byl navázán písemný kontakt a získány podrobné informace v tištěné podobě.

Slovensko. Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici [7].

Spojené království. University of Wolverhampton, Walsall Campus, Gorway Road, Walsall, WS1 3BD [8].

Španělsko. Je podrobně popsáno v jedné bakalářské práci VŠPJ [9].

POZNATKY ZE SLUŽEBNÍ CESTY DO FINSKA

Za studijního pobytu v září 2008 Mikkeli Univerzity of Applied Science, Savonniemi Campus (Mikkelijská Polytechnická Univerzita, Kampus Savonlinna), byla možnost se seznámit s vysokoškolským programem vzdělávání v cestovním ruchu.

Zřizovatelem školy je svazek tří měst – Mikkeli, Pieksämäki a Savonlinna. Jde o jakousi příspěvkovou organizaci zřízenou tímto svazkem obcí. Města jsou od sebe vzdálena 60 až 100 km a jde o obce s počtem obyvatel mezi 20 až 30 tisíci obyvatel. Z jejich pohledu jde o veřejnou vysokou školu, která je primárně financována z rozpočtu ministerstva školství. Z iniciativy rektora probíhá v současné době transformace školy na obchodní společnost (zřejmě a.s.), která bude důsledně uplatňovat princip divizního rozdělení školy. Na financování školy to nebude mít vliv.

Školu tvoří pět samostatných kampusů, z toho tři jsou v Mikkeli a po jednom v dalších dvou městech. Škola má správní radu tvořenou zástupci třech uvedených měst, která jmenuje rektora. Rektor má jednoho prorektora. Zajímá jsem se, zda funkce rektora není „politická“ a byl jsem ubezpečen, že ne. Jde o špičkového manažera, který pracoval dlouhá léta u firmy Hewlett-Packard v zahraničí. Teď se rozhodl vrátit zpět domů. Podle vyjádření několika pracovníků je respektován a je hlavním iniciátorem všech nových oborů i forem a organizace výuky. Škola byla asi šestkrát oceněna jako škola s nejlepšími zahraničními kontakty a spoluprací se zahraničními univerzitami.

V rámci každého kampusu jsou 1 až 4 oborové katedry. Každý učitel je na té katedře, kde má největší pracovní úvazek. Jiný typ kateder tu není. Každá katedra osobou svého vedoucího garantuje 3 až 4 studijní obory, které se mohou vzájemně velice lišit. Z našeho pohledu má vedoucí oborové katedry pravomoc děkana fakulty. V každém kampusu je studijní oddělení, oddělení výzkumu a vývoje, IT servis, knihovna a menza (v Mikkeli je pravděpodobně jen jedna menza). Převažují malé učebny pro asi 30 studentů. Všechny učebny jsou vybaveny počítačem pro učitele, dataprojektorem, DVD přehrávačem, televizí a tabulí. Technik IT servisu se opakovaně na výzvu učitele dostavil do učebny do 3 minut, pokud se objevily potíže.

V roce 2007 měla univerzita 4527 studentů, z toho 3254 studentů denního studia a 981 kombinovaného studia. V kampusu Savonlinna, kde jsem byl, jsou dvě katedry a přes 900 studentů. Z celkového počtu studuje magisterské studium 97 studentů. Specializovaného studia (viz dále) se účastnilo 195 studentů a na škole je 83 zahraničních studentů. Škola má 442 zaměstnanců, z toho 176 učitelů. Dalších 226 pracuje v obslužných útvarech anebo na projektech a ve výzkumu. 53 učitelů má vědeckou anebo vědecko-pedagogickou hodnost. Rozpočet pro rok 2008 je 346 milionů Euro a z toho 4 miliony Euro získala škola z projektů.

Jednotlivé kampusy a v nich oborové katedry mají značnou autonomii. O všech studijních záležitostech, jako je akreditace, rozvrhy, počet kreditů, rozsah výuky jednotlivých učitelů atd. rozhoduje vedoucí katedry. Jde o značně integrované katedry. V kampusu Savonlinna jsou dvě katedry (na 900 studentů).

Katedra designu, cestovního ruchu, ekonomiky a managementu. Vedoucí této katedry dlouhá léta pracovala v lesnickém výzkumu a výzkumu životního prostředí.

Katedra zdravotních studií (pediatrická sestra), fyzioterapie, řízení zdravotních a sociálních služeb.

Podle našich kritérií má vedoucí katedry v podstatě postavení děkana. Každá katedra garantuje několik studijních oborů v rámci studijních programů. Například katedra, na které jsem působil, garantuje tři studijní obory: Program kultura, obor designe (specializace

na textil, dřevo, plasty, divadlo). Program cestovní ruch, pohostinství a domácí služby, obor cestovní ruch. Program společenské vědy, obchod a administrativa, obor business management (řízení podnikové činnosti).

V rámci školy má každý kampus akreditovány vlastní studijní obory, které se mohou dokonce stejně jmenovat a každý má jinou skladbu předmětů. Jako příklad mohu uvést:

Studium se skládá z následujících částí (první rok mají všichni studenti stejný program, od druhého ročníku si mohou volit):

- Obecné studium pro všechny obory na polytechnice – 20 ECTS kreditů. Cílem je dát všem studentům základní polytechnické vzdělání. Tyto předměty mohou být buď součástí základního, nebo profesního studia, podle oborů. Jsou to tyto čtyři předměty: profesionální růst, mezinárodní kompetence, projektový management, dovednosti komunikace přes internet.
- Základní studium – 70 ECTS kreditů. Cílem je seznámit studenty se společnými základy oboru, který studují a to po stránce teoretické i praktické, tak aby student po ukončení studia mohl ve svém oboru pracovat samostatně jako odborník, vývojový pracovník anebo samostatný podnikatel. Jako příklad uvedu předměty pro obor cestovní ruch: profesionální růst, dovednosti komunikace přes internet, švédština pro turisty, angličtina pro turisty, základy němčiny, pokročilá němčina, turistické podnikatelské prostředí, základy ruského jazyka, informatika (Office systém), základy podnikání, marketing a zákaznický servis, finština.
- Povinné profesní studium – ECTS kreditů. Mezinárodní kompetence, projektový management, švédská obchodní komunikace, anglická obchodní komunikace, ruský jazyk, německý jazyk, německý jazyk pro pokročilé, příroda a kultura, jako turistická atrakce, plánování a vývoj produktů cestovního ruchu, good life project, právo v cestovním ruchu, management lidských zdrojů, marketing ve službách, účetnictví ve službách, metody výzkumu a vývoje, ruská kultura stolování, hotelnictví a komunikace.
- Volitelné studium oborové – 15 ECTS kreditů. V případě cestovního ruchu si student vybírá ze čtyř specializací určitou skupinu předmětů: turistický servis, příroda a kultura, e-business ve službách a cestovním ruchu, mezinárodní studie.
- Volitelné studium jiných oborů – 15 ECTS kreditů. Student musí získat 15 ECTS kreditů z jiných studijních oborů vyučovaných ve škole anebo v jiné škole ve Finsku nebo v zahraničí.
- Praxe – 30 ECTS kreditů. U většiny oborů je rozdělena na 2 části. 3 měsíce po druhém a 2 měsíce po třetím roce studia. Bakalářská práce – 15 ECTS kreditů.

Práci může dokončit kdykoliv, ale je podmínkou závěrečné bakalářské zkoušky. Na oborech 3,5 roku musí získat 210 ECTS kreditů u oborů 4 roky 240 ECTS kreditů.

Z hlediska studijního programu je skladba předmětů v jednotlivých ročnících volena tak, aby studium mělo smysl pro studenta, který ukončí studium po každém roce, tedy má smysl již po prvním roce studia. Pro každý rok jsou stanoveny cíle a výstupy. U všech oborů mají švédštinu, je to totiž druhý oficiální jazyk Finska. V základní výuce mají i mateřský jazyk (finština), aby se zlepšila úroveň jejich komunikace a projevu.

Dva obory vyučují v angličtině, ale pokud přijede zahraniční lektor na obor ve finštině, přednáší samozřejmě anglicky a student si předmět zapíše až tehdy, když má dostatečnou znalost angličtiny. Finská verze předmětu neexistuje.

Obecně lze charakterizovat studium těmito aspekty. Liberalizace, velká svoboda studenta, podpora společným projektům studentů, týmová práce, partnerský vztah studenta a učitele, důraz na komunikační schopnosti a schopnost samostatně podnikat.

RNDr. PaedDr. Jaromír Rux, CSc., doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc.

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16

586 01 Jihlava

rux@vspj.cz, vanicek@vspj.cz

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

[1] VŠPJ: Projekt č. CZ.1.07/2.2.00/07.0341 „Komplexní inovace oboru cestovní ruch na Vysoké škole polytechnické Jihlava“. OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost (2009).

[2] <http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/docs/studies/eurobarometer/flash_eurobarometer_analytical_report_20090320_en.pdf>

[3] <<http://www.fachhochschule.de/FH/Fachhochschule/FH/Wirtschaft/Tourismus.htm?order=&orType>>

[4] <<http://www.tourismusausbildung.at/>>

[5] <<http://www.fh-wien.ac.at/tourism-management/>>

[6] <<http://www.ausbildung-weiterbildung.ch/list.asp?b=H&catID=1653>>

[7] <<http://www.ef.umb.sk/>>

[8] <<http://www.wlv.ac.u>>

[9] JIRKOVSKÁ, L. *Srovnání vzdělávání v oblasti cestovního ruchu ve Španělsku a v České republice*. Bakalářská práce. Jihlava: VŠPJ, 2009

ZAMYŠLENÍ NAD MOŽNOSTMI PROPOJENÍ MODERNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU A SPORTOVNĚ REKREAČNÍCH AKTIVIT V BAKALÁŘSKÉM STUDIU CESTOVNÍHO RUCHU

ESSEY ON POSSIBILITIES OF CONNECTION OF MODERN TOURISM AND SPORT RECREATIONAL ACTIVITIES IN BACHELOR STUDY OF TOURISM

Jiří Štyrský

Abstrakt

Metodologická stať se zabývá možnostmi a souvislostmi propojení cestovního ruchu a aplikované rekreologie v podobě specializace Management volného času v cestovním ruchu. Zamýšlí se nad charakteristikou turismu jako formy cestovního ruchu, která je charakteristická aktivním úsilím turisty. Odborník v této profesi musí umět nabídnout odpovídající zážitky a navrhnout a řídit příslušné fyzické aktivity.

Klíčová slova

Rekreologie, turistika, zážitek, aktivita, produkty, volný čas, atraktivita.

Abstract

Methodological essay deals with the possibilities of connection and context of tourism and Applied recreology. Specialist in this profession should be able to offer relevant experiences and to design and manage the physical activity.

Key words

Recreology, tourism, experience, activity, products, recreation, attraction.

Jednou z navrhovaných specializací oboru cestovní ruch je „MANAGEMENT VOLNÉHO ČASU“, vyjádřený skupinou předmětů „Úvod do rekreologie“ a „Sportovně-rekreační aktivity v cestovním ruchu“.

Cílem specializace je tedy příprava kompetentního, moderního, dlouhodobě konkurenceschopného tvůrčího odborníka v oblasti takto pojatého managementu volného času. Kompetence odborníka ve specializaci MANAGEMENT VOLNÉHO ČASU by se měly týkat jak teoretického, tak i metodologického širšího, ale přehledného základu vyjádřeného obsahem předmětu Úvod do rekreologie, tak i více metodickými a praktickými dovednostmi spojenými se sportovně- rekreačními aktivitami, včetně sportů a pobytu v přírodě. Na tomto místě je nutné zdůraznit úlohu oboru, který můžeme nazvat turismem nebo turistikou, kterou lze definovat jako AKTIVNÍ FORMU CESTOVNÍHO RUCHU, KDY SE ÚČASTNÍK POHYBUJE PŘEVÁŽNĚ VLASTNÍ SILOU A VYUŽÍVÁ SVÉHO VOLNÉHO ČASU K AKTIVNÍMU

POZNÁNÍ PŘÍRODNÍCH I KULTURNĚ - HISTORICKÝCH A SPOLEČENSKÝCH ATRAKTIVIT A TURISTICKÝCH PRODUKTŮ. I když se jedná o druh cestovního ruchu (tedy turismu jako alternativního pojmu pro cestovní ruch) jde v jistém slova smyslu o aktivní sportovní výkon, který má významnou rekreologickou funkci a oplývá velkou rozmanitostí forem (pěší turistika, cykloturistika, vysokohorská turistika, hipoturistika, vodácká turistika, sportovní potápění, rafting, expediční turistika, lovecká a fotolovecká turistika, survival, zimní turistika na běžeckých lyžích, skialpinismus) [1]. Z těchto příkladů jednotlivých forem plyne nutnost VLASTNÍHO FYZICKÉHO AKTIVNÍHO ÚSILÍ při realizaci této, dalo by se říci VÝKONOVÉ A POZNÁVACÍ TURISTIKY. Zmíněná převaha vlastní aktivní fyzické činnosti potom eliminuje takové pojmy jakými jsou mototuristika, kongresová nebo nákupní turistika. Jistým smíšeným typem, korespondujícím nejen s aktivním pohybem v přírodě – ale i s aktivním pobytem převážně v přírodním prostředí je potom agroturistika, venkovská turistika, ekoturistika.

Toto jsou aktivity spojené s pohybem turistů v geografickém prostoru. Ovšem ještě existují příležitosti k aktivnímu trávení volného času při rekreačních pobytech. Jde o aktivní trávení volného času v přírodě i pomocí her a sportů v přírodě, mezi které můžeme zařadit: rekreační plážový volejbal, streetball a další rekreačně pojaté míčové hry. Dále jistě aktivní – ale rekreačně pojaté aktivity jako vodní gymnastiku, kanaletiku, spinning, orientální tance, společenské a lidové tance, rekreační gymnastiku, aerobik, lukostřelbu, orientační závody a různé soutěžní dovednostní hry.

Smyslem takto široce pojatých aktivit je praktické uplatnění REKREOLOGIE, což je obor zabývající se formami rekreace, rekreačními režimy jejichž smyslem a účelem je OBNOVENÍ NEBO ZDOKONALENÍ TVŮRČÍCH SIL ČLOVĚKA, TEDY OBNOVENÍ NEBO ZDOKONALENÍ **KREATIVITY**. V jistém smyslu jde také o kompenzaci nepříznivých vlivů, které působí na člověka v jeho pracovním, přírodním i sociálním prostředí [2].

Zdá se, že smyslem takto pojaté inovace je nejen co nejpřirozenější propojení cestovního ruchu a rekreologie v teoretickém i praktickém slova smyslu – ale jde o pokus o teoretické i praktické zvládnutí snahy o smysluplné využívání volného času, což je veličina, která se stále více stává nedílnou součástí života každého člověka v moderní společnosti. Ovšem trávit volný čas lze pasivně nebo aktivně. I když lze jen souhlasit i s přísně dávkovanými formami pasivně tráveného volného času (pasivní odpočinek, rekonvalescence), tak platí čím dál více, že „největší chorobou naší doby je bezcílnost, nuda a nedostatek smyslu a účelu“ [3]. Tedy redukce smysluplného, pestrého a iniciativního života na pouhou existenci, vyjádřenou pasivitou, pouhou existencí povrchně vyjádřenou vnějšími znaky tzv. úspěchu, jakými mohou být jen konzumní vztah k životu, přeceňování materiálních statků, asertivita změněná v bezohlednost, cynismus a surovost, povrchnost a zbabělost v mezilidských vztazích, sobectví, tupost a nenávisť.

Naproti tomu aktivní a smysluplné využívání volného času, které je plné prožitků a rozumně dávkované zdravé zátěže, to je patrně smysl a cíl správně pochopené rekreologie jako praktické součásti moderního smysluplného života v jistě stále náročnějších sociálních, ekonomických i spirituálních podmínkách.

Pozitivní, smysluplné prožitky, ověření vlastních fyzických i psychických sil, dobrovolně podstupovanou zátěží, to je stimulace na jejímž konci je potom USPOKOJENÍ Z VÝKONU!

A právě tady lze spatřovat jistý ideál plynoucí z přirozeného spojení cestovního ruchu, tak typického radostí z prožívání poznávaného a užití rekreologie jako souboru činností vedoucích ke smysluplnému prožívání volného času cenným aktivním způsobem.

Pro oba obory je společným rysem to, že nabízejí aktivity, které můžeme nazvat aktivity obohacující, aktivizující, tedy pravý opak onoho nebezpečného sklonu k redukcionismu a nudě, před kterým tak dramaticky varuje Viktor Emanuel Frankl: „Přibližně dvacet procent neuróz je podmíněno a způsobeno pocitem bezsmyslnosti...” [3].

Kolegyně Šárka Tittelbachová ve své stati „Věda, výzkum a vzdělávání v turismu – cesta ke zvýšení konkurenceschopnosti turistických destinací“, která byla uveřejněna v časopise Vysoké školy obchodní v Praze, ročník 5. - č. 1 08-09. str. 4-5. **zdůrazňuje**, „..že prostorem pro výzkum v turismu jsou motivy turistů a hlavně výzkum VLIVU CESTOVÁNÍ NA ROZVOJ ČLOVĚKA. Působí změna pobytu na rozvoj osobnosti?“ (str.4).

Dále autorka konstatuje, že turismus není vědní obor. Tuto charakteristiku u oboru rekreologie nemůžeme použít. Více než důkladně nás o tom přesvědčuje práce doc. T. Dohnala a kol. z roku 2009 „Tři dimenze pojmu rekreologie“ (149 STRAN TEXTU). Jak tedy řešit postavení cestovního ruchu, jak přispět k vytvoření jeho objektivní vědecké základny? Zdá se, že o vědecké povaze takových oborů jakými jsou geografie, kulturologie, ekonomie, management, informatika, právo, sociologie, teorie mezinárodních vztahů, politologie a psychologie, nikdo nepochybuje. V teorii cestovního ruchu se bez těchto, NA TURISMUS APLIKOVANÝCH, disciplín prostě neobejdeme. Příkladem následováníhodného postupu je vznik a rozvoj oboru, který je na hranicích geografie a psychologie. Ve světě je znám jako GEOPSYCHOLOGIE (PSYCHOGEOGRAFIE) a do českého odborného a pedagogického prostředí jej zavedl doc. Dr. Jiří Šípek, CSc. z katedry psychologie FF UK v Praze [4,5]. Doc. Šípek chápe psychogeografii – geopsychologii jako problém vnímání prostředí, vliv prostředí na chování lidí, problémy působení času a prostoru na chování, vnímání a prožívání lidí, kteří tyto změny v čase a prostoru zažívají nebo je očekávají, či na ně vzpomínají.

Další snahy o vytvoření teoretické základny vědního oboru turismus (cestovní ruch) lze jistě realizovat právě definováním a praktickým využíváním aplikovatelných disciplín o jejichž vědeckém významu nikdo nepochybuje. Tak jistě existuje poměrně snadno definovatelná geografie turismu jako aplikovaná regionální geografie, dějiny umění kladoucí důraz na původ a význam konkrétních architektonických a historických stop ve studovaných regionech v příslušných historických souvislostech a důsledcích.

Ovšem nám jde o posílení vědecké základny kombinované specializace management volného času v oboru cestovní ruch. Rekreologická základna je obsahově i metodologicky známá [6]. Kombinace moderního odborníka v cestovním ruchu a zároveň odborníka aplikovaného rekreologa – animátora je smyslem připravované inovace oboru a specializace.

Doc. Dr. Jiří Štyrský, CSc

Univerzita Hradec Králové

Fakulta informatiky a managementu

Katedra rekreologie a cestovního ruchu

Rokitanského 62

500 03 Hradec Králové 3

jiri.styrsky@uhk.cz

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. s. 295-298.
- [2] DOHNAL, T., kol. *Tři dimenze pojmu rekreologie*. Monografie. Univerzita Palackého v Olomouci, 2009. s. 6.
- [3] FRANKL, V. E. *Lékařská péče o duši*. Brno: Cesta, 1994. s. 14-16, 25-28.
- [4] ŠÍPEK, J. *Úvod do geopsychologie*. Praha: ISV nakladatelství, 2001. s. 62.
- [5] ŠÍPEK, J., ŠTYRSKÝ, J. *Kapitoly z geopsychologie*. Hradec Králové: Gaudeamus, s. 41-45.
- [6] PŮŽA, B., ŠTYRSKÝ, J. Konference o vědecké činnosti v rekreologii a turismu. *COT business*, květen 2009. s. 19.

ÚLOHA PODNIKATELŮ V DESTINAČNÍM MANAGEMENTU (ŘÍZENÍ TURISTICKÉ OBLASTI)

TASK OF AN ENTREPRENEUR IN DESTINATION MANAGEMENT (MANAGEMENT OF TOURISTIC AREA)

Alexandr Gregar

Abstrakt

Funkce destinačního managementu, řízení průmyslu cestovního ruchu, úloha a koperace podnikání a veřejné správy při rozvoji produktů cestovního ruchu, tvorba obchodovatelného produktu. Příklady využití destinačního managementu v turistických regionech Krkonoše a Orlické hory (CZ) a Dolomiti superski (IT), význam profesních organizací při budování destinačního managementu.

Klíčová slova

Destinační management, podnikatel, veřejná správa, produkt cestovního ruchu.

Abstract

Destination management functions, management of the tourism industry, the role and cooperation of business and public administration in the development of tourism products, creating a marketable product. Examples of the use of destination management in tourist regions Krkonoše, Orlické mountains (CZ), and Dolomiti Superski (IT), the importance of professional organizations in building a destination management.

Key words

Destination management, businessman, entrepreneur, public administration, tourism product.

Funkce destinačního managementu je v rozvoji cestovního ruchu - s jeho současnými problematickými ekonomickými efekty - velmi živá. V rozvojových dokumentech krajských úřadů i místních správ, které můžeme vyhledat na webových stránkách, nacházíme množství koncepčních materiálů zabývajících se perspektivou cestovního ruchu (samozřejmě jsou na stránkách ministerstva pro místní rozvoj a vládní agentury Czech Tourism). Většinou jsou to doporučení a vize, které vyplývají z analýzy prostředí, reflektovaného dostupnými, byť poněkud omezenými technikami (např. problematicky využitelné statistické údaje). Koncepční doporučení směřují převážně k posilování produktové báze regionů (cenným inspiračním zdrojem je např. webový portál Kudy z nudy), konečně v každém území lze najít nějakou atraktivitu, která by mohla jako součást produktu cestovního ruchu zaujmout...

Žádný z těchto dokumentů samozřejmě nepomíná důležitost destinačního managementu. A není turistického regionu, kde by jistá forma destinačního managementu neexistovala. Kromě oblastí, které díky tradičnímu turistickému zájmu - Praha, Český Krumlov, Krkonoše -

víceméně potvrzují funkčnost destinačního managementu, tedy cílevědomého řízení „průmyslu“ cestovního ruchu, nebývá výjimkou, že úsilí odpovědných osob v orgánech či organizacích formovaných na principech destinačního managementu nebývá zhodnoceno ekonomickými efekty. Většinou se na formování destinačního managementu podílejí obecní nebo krajské úřady. Pořizují rozvojové studie, organizují dialog odborníků, podnikatelů a úředníků, ale přes dlouhodobé úsilí většinou nedospívají k ničemu jinému než k opatřením převážně popularizačního charakteru nebo k investicím do propagace (účast na veletrzích, prospekty, famtripy). Podstatně méně ovlivňují marketingové podnikatelské záměry a nemají často v ruce nástroje, které by zhodnocením a vytvářením operativních zpětných vazeb mohly přispět k významnějšímu ekonomickému přínosu v daném území.

Destinační management v oblasti cestovního ruchu je dnes pojmem, kterým rozumíme spolupráci mezi veřejnými a podnikatelskými (a dokonce i neziskovými) strukturami. A navíc i spolupráci mezi samotnými podnikateli, což vyplývá z podstaty produktu cestovního ruchu. Samozřejmě, že destinační management jako řídicí složka, je založen a musí pracovat na principech koordinace a že je místem důležité komunikace. Proto by měla být jeho vnitřní struktura účelná, jen tak může směřovat k efektivním cílům.

Za pojem „oblast cestovního ruchu“ bychom při naší úvaze měli spíše užít pojmu „průmysl cestovního ruchu v určité destinaci“ - pojem destinační management by tak dostal ostřejší obrysy. Podle definice Zelenky a Páskové (www.ucr.uhk.cz) je „destinační management souborem technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci a rozhodovacích procesech i regulaci cestovního ruchu v dané destinaci“. Součástí komunikace v destinaci je proto nejen plánování a vytváření vizí, ale i řada konkrétních marketingových technik, mj. nejen tvorba nových produktů, ale především segmentování trhu, cenová politika a budování (korporátní) image, brandingová politika, tedy operativní analýza portfolia produktů a hledání cílových skupin zákazníků, ale i operativní zpětná vazba, bez níž není možné nastavit další podnikatelské záměry a cíle. Regionální destinační management zajišťuje činnosti, které jsou realizované řadou spolupracujících účastníků, jejichž koncepční úvahy a náměty k tvorbě projektů by měly posílit konkurenceschopnost destinace takovými produkty, které zaujmou trh. Jak již řečeno, u nás je zpravidla destinační management iniciován místní nebo územní samosprávou, popř. svazky obcí apod. Je v jejich silách těchto cílů dosáhnout?

O povaze turistického produktu víme, že je složitým a různorodým artefaktem zahrnujícím atraktivitu, aktivitu a služby, jejichž „vlastníkem“ je rovněž celý soubor subjektů s rozmanitým právním postavením. Destinační produkt je tedy výsledkem jejich spolupráce a není bez důvodu tvrzení, že produktem cestovního ruchu je samotná destinace.

Produkt cestovního ruchu je velmi specifický. Nejen tím, že je strukturovaný z různých na sobě nezávislých komponentů, že jej nelze skladovat, vyzkoušet apod. Ale produkt se nestane produktem, nebude-li obchodovatelný. Bohužel se řada jeho souvztažných částí někdy pokládá za produkt sám (cyklostezka, památkový objekt, naučná stezka, festival apod.), ale nevstoupí-li do hry způsob či forma jejich obchodního využití v kontextu cestovního ruchu, nestanou se součástí reálného, tedy obchodovatelného produktu.

Přes dvacetileté (již) úsilí o vybudování funkčních destinačních managementů se stále setkáváme s tím, že tyto dobře míněné snahy trpí roztříštěností, jistou nekompetentností a individualismem, že o fungování destinačního managementu se stará více veřejná správa než podnikatelské subjekty. Nikdo samozřejmě nepochybuje, že rozvoj cestovního ruchu je součástí její starosti o ekonomiku území, v našem stále ještě mladém demokratickém prostředí není obce, není starosty, který by si to neuvědomoval. Aby dokonce (bez ohledu

na kvalitu prostředí) neusiloval o využití atraktivit místa k posílení zájmu o destinaci, o zájem turistů. Bohužel však často bez marketingových znalostí. Aby turistický region mohl fungovat musí samozřejmě obsahovat produkty (atraktivity a služby). Ale nesmí scházet koncepce jejich prodeje, čím soustředěnější a koordinovanější, tím účelnější.

Úkolem destinačního managementu je, kromě jiného (např. péče o udržitelný rozvoj cestovního ruchu), vytvářet takové podmínky, které by vedly k růstu zájmu o území, a to zcela konkrétním způsobem – efektivním zvyšováním počtu klientů využívajících destinační produkty (iniciované nebo inovované), kteří je skutečně „spotřebují“, zaplatí za ně, a to nejrůznější formou, buď přímo nebo v řadě synergických a multiplikačních efektů - ideální podoba produktu by měla mít svůj „čarový kód“, umožňující i zpětné vazby, které by byly signálem pro rozvoj „podniku“.

Pokud v našem českém prostředí chce klient, potenciální zájemce o produkt (tedy jeho obchodovatelnou podobu, např. zájezd nebo vlastní výběr) navázat kontakt s destinací, má poměrně komplikovanou situaci. Samozřejmě, že prostřednictvím propagačních materiálů cestovních kanceláří lze najít to, co ho zajímá (co by chtěl „koupit“). Zkusme však hledat nabídku destinace např. na webových stránkách: vezmeme-li si za příklad turistický region Krkonoše, a klikneme-li pojem „lyžování Krkonoše“ narazíme na internetu na řadu webových adres, které umožňují jistou obecnou orientaci (např. ergis.cz/krkonose, [hory-krkonose](http://hory-krkonose.ceske-hory.cz), ceskehory.cz, [krkonose-smo](http://krkonose-smo.cz), krkonose.info), ostatní (a není jich málo) jsou dílčími portály, z nichž je možné, ale poněkud komplikované, produkt „složit“. Něco jiného zjistíme, budeme-li chtít navštívit italské Dolomity. Po kliknutí na nejobecnější zadání se nám objeví portál dolomitisuperski.com (a to jak v českém, tak světovém vyhledávači), který nám v jednoduše strukturované podobě a v řadě cizojazyčných mutací včetně české, nabídne známou lyžařskou destinaci s 1 200 km sjezdovek a stejným počtem kilometrů běžeckých tratí, rozkládající se na území více než sto obcí a spravovaném šestnácti partnery (!), z nichž každý má svůj institucionalizovaný destinační management (např. Cortina Turismo, Holiday Region Kronplatz, Valgardena marketing, APT di Val di Fassa, Consorcio Turismo Rosengarten/Latemar ad.). Všechny tyto instituce jsou suverénní podnikatelské organizace, které mají svou jedinečnou značku i právní subjektivitu. Všechny se zabývají především podnikáním s „lyžováním“, které je základní atraktivitou produktu, sdružují tedy majitele vleků a technických vybavení (zasněžování, úpravy tratí atd.). A zcela samozřejmou součástí jejich spolupráce je komunikace a kooperace s dalšími poskytovateli služeb, ubytovacími a stravovacími zařízeními počínaje, s kulturními institucemi (např. s Ladinským muzeem), s orgány místních samospráv i územní samosprávou konče. Na této spolupráci je založen rozvoj obrovského území (vystupujícího na veletrzích CR jako Jižní Tyrolsko či Trentino), každoroční zkvalitňování dílčích produktů, doplňování dalšími atraktivitami. Z téměř desetiletého pravidelného sledování dění v této destinaci mohu potvrdit, že každoročně přibývají nové sjezdovky nebo jsou prodlužovány, budují se nové vleky, zasněžovací zařízení, každoročně přibývají i nové atraktivity využívajících např. gastronomie nebo agroturistiky, ale zcela patrná je i iniciativa veřejné správy, místních a regionálních orgánů, která se ovšem soustřeďuje na to, co jí přísluší - především na podporu nebo budování infrastruktury (zkvalitňování dopravy, úpravy silnic, ražení tunelů, bezpečnostní opatření, parkoviště, značení, podpora kulturních aktivit, festivalů nebo sportovních akcí, např. známý závod Marcialonga). Turistická informační centra jsou rovněž většinou spravována podnikatelskými konsorciemi a asociacemi, méně obcemi. Nejvýraznějším a charakteristickým znakem této spolupráce je ovšem lyžařský skipas [dolomitisuperski](http://dolomitisuperski.com), který turistovi umožňuje využití všech lyžařských oblastí v komplexu 1 200 kilometrů skvěle

upravených sjezdovek, navíc i čerpání dalších služeb, např. dopravních, mezi dílčími destinacemi, slevy pro rodiny, děti, mládež, seniory, nejmodernější zařízení, nabídky paušálů. Na této koncepci „prodeje“ produktu participují všichni provozovatelé, kteří mají svůj podíl z celkového příjmu - z něhož pak hradí své investice do rozvoje. O takové spolupráci u nás si můžeme nechat jen zdát. A příčin je celá řada.

V MF Dnes z 27. října 2009 je zmínka o připravovaném skiareálu v Červené Vodě na Kralicku. Líčí potíže s realizací nové dvoukilometrové sjezdovky, kterou pro tamní společnost Skipark má postavit investor - jehož jméno prý není možné zveřejnit. Potíže s projektem, na jehož realizaci mají realizátoři i příslib peněz z Evropské unie jsou samozřejmě různé, včetně protestů ochránců životního prostředí. Signifikantní je však závěr článku: s plánem výstavby sjezdovky přišla původně obec, která očekává větší cestovní ruch, zhodnocení pozemků, vytvoření pracovních míst a vznik nových podnikatelských aktivit. Prostě stav trochu nesrozumitelný: pokud bychom chtěli analyzovat příčiny problémů, museli bychom vzít v potaz i vliv a aktivní působení destinačního managementu, který by v tomto případě měl zahrnout daleko širší region než je obec Červená Voda, vždyť lyžování v této oblasti, to jsou též sjezdovky a běžecké tratě na Dolní Moravě, v Petrovických, Petrovicích atd. Pátral jsem po čemsi, co by mi tamní destinační management představilo: kliknutím na pojem lyžování Orlické hory jsem našel různé privátní internetové odkazy a odkaz na sněhové podmínky. O společnosti Skipark Červená Voda nic.

Chtěl bych poukázat na fakt, že zatímco v zahraničních turistických destinacích je koordinace a kooperace zcela přirozená a ekonomicky prospěšná, protože nutná a sebezáchovná, nebývají dosud v našich zeměpisných šířkách hlavními organizátory rozvoje - tedy jádrem destinačního managementu - podnikatelské subjekty a jejich asociace. U nás jsou to stále spíše instituce veřejné správy, územní a místní samosprávy či svazky obcí, které více méně úspěšně komunikační vazby na podnikatelské subjekty hledají. Většinou se snaží iniciovat i nové produkty cestovního ruchu, a to často od zeleného stolu. Sic v dobré víře v jejich úspěšnost, ale bez obchodního ukotvení a často bez zpětných vazeb a analytických marketingových postupů. Zavádění a inovace produktů cestovního ruchu musejí být především součástí vize podnikatelské. Ta se bez podpory a spolupráce veřejné správy samozřejmě neobejde, ale právě proto by podnikatelský sektor měl hrát v destinačním managementu, který nemůže být vymezen politickými či institucionálními hranicemi, rozhodující roli.

Mgr. Alexandr Gregar

Univerzita Hradec Králové

Katedra rekreologie a cestovního ruchu

Rokitanského 62

500 03 Hradec Králové

sasagregar@seznam.cz

POUŽITÝ ZDROJ

[1] <www.dolomitisuperski.com>

POROVNÁNÍ NÁZORŮ STUDENTŮ NA STUDIUM CESTOVNÍHO RUCHU NA RŮZNÝCH ŠKOLÁCH

THE COMPARISON OF STUDENT'S OPINION ON STUDY OF TOURISM FROM DIFFERENT COLLEGES

Jiří Vaníček

Abstrakt

Vysoká škola polytechnická získala projekt z ESF na inovaci oboru cestovní ruch. První etapa projektu řeší monitoring potřeb trhu, který probíhal ve třech etapách: kvalitativní výzkum, kvantitativní výzkum a benchmarking. Tento příspěvek porovnává názory studentů tří vysokých škol: VŠPJ, Loughborough College a FH Wien.

Klíčová slova

Dotazníkové šetření, terciární vzdělávání v cestovním ruchu, názory studentů na studium cestovního ruchu.

Abstract

The College of Polytechnics has won a project from the ESF for innovation of the tourism study programme. The first phase of the project deals with monitoring of market needs which is carried out in three phases: qualitative research, quantitative research and benchmarking. This paper compare the student's opinion on study of tourism from these colleges: College of Polytechnics Jihlava, Loughborough College and FH Wien.

Key words

Questionnaire investigation, tertiary education in tourism, the student's opinion on study of tourism.

ÚVOD

V rámci mobility studentů ERASMUS studují dvě studentky na Loughborough College a FH Wien, kde oslovily asi 70 studentů. Využili jsme této skutečnosti, abychom rozšířili výzkum v rámci projektu "Komplexní inovace oboru cestovní ruch na VŠPJ" i na tyto dvě školy. I když jde o poměrně malý počet respondentů, domníváme se, že se již projevily některé rozdíly v názorech českých, anglických a rakouských studentů. Tento příspěvek porovnává výsledky získané z jednotlivých škol.

Jedna z otázek byla: Proč jste šel/šla studovat obor cestovní ruch. Potěšitelné je, že nejčastějším motivem českých studentů je skutečně zájem o cestování (38 %). U anglických studentů je tento motiv dokonce v 80 % případů. Zájem o studium jazyků je u českých studentů v 26 % případů, u anglických pouze 17 %. V případě rakouských studentů jsou odpovědi na tuto otázku srovnatelné s českými studenty.

Další otázka zjišťovala zájem o navazující magisterské studium. Dvě třetiny českých absolventů bakalářského studia mají zájem pokračovat v magisterském studiu, jen osmina studentů o tom neuvažuje. Angličtí studenti chtějí pokračovat v magisterském studiu v 70 % případů, v Rakousku to bylo 50 %. Pro třetinu českých studentů je rozhodující pokračovat v oboru cestovní ruch, u Angličanů je to polovina, v Rakousku je to téměř tři čtvrtiny studentů. Pětina českých studentů chce pokračovat ve studiu cizích jazyků, stejný podíl byl zjištěn v Anglii. Tedy stejné motivy, které studenti uváděli při vstupu do bakalářského studia oboru cestovní ruch.

Další otázky charakterizovaly odkud a z jakého prostředí studenti přišli studovat na vysokou školu. Na české škole je výrazně vyšší počet studentek než studentů. V Rakousku a Anglii sice také děvčata převažují, ale podíl chlapců je kolem dvou pětin. Celkem 28 % českých studentů a 20 % anglických studentů je z obcí do 3 tisíc (tedy žijí ve venkovském prostředí) a 43 % českých studentů a 60 % anglických studentů žije ve městech od 3 do 50 tisíc obyvatel. V Praze žije 16 % studentů, v Loughborough nestuduje z Londýna žádný student.

Všeobecně se předpokládá, že prostředí, ve kterém studenti vyrůstají, je jeden z hlavních motivů při rozhodování o studiu na vysoké škole. Výzkum dokazuje, že tomu tak není. Je sice pravda, že podíl studentů z prostředí, kde alespoň jeden z rodičů má vysokoškolské vzdělání je vyšší (22 %), než by odpovídalo současnému podílu vysokoškoláků v populaci, ale i podíl studentů z rodiny, kde rodiče nemají ani středoškolské vzdělání je vysoký (21 %). Je zajímavé, že v Anglii tvoří největší skupinu rodiče, kteří vystudovali vyšší odbornou školu (40 %).

POROVNÁNÍ NÁZORŮ STUDENTŮ A PRACOVNÍKŮ Z PRAXE

Pracovníci z praxe i studenti posledních dvou semestrů se vyjadřovali k tomu, jaký přínos pro praxi v oboru budou mít skupiny jednotlivých předmětů, které vychází ze současného studijního plánu oboru cestovní ruch na dané škole (tabulka 1). V podstatě mohli volit varianty od velký až žádný. Každý typ odpovědi jsme ohodnotili známkou jako ve škole a spočítali průměrnou známku pro jednotlivé předměty. Vycházeli jsme z následující klasifikace:

Slovní hodnocení	velký	částečný	malý	zanedbatelný	žádný	nedovedu posoudit
Známka	1	2	3	4	5	nehodnotí se

Vzhledem k jiné struktuře studovaných předmětů, lze porovnání provést jen pro omezený počet shodných nebo podobných předmětů. Podle anglických studentů jsou nejdůležitější finance, čeští studenti jim naopak dali nejhorší známku. Z hlediska významu předmětů „Provoz CK“ a „Geografie“ se názory příliš neliší. Podobně je tomu u předmětů „Destinace CR“ a „Právo“. Naopak čeští studenti i podnikatelé v Česku považují za důležitější předměty, jako je sociologie nebo psychologie, než tomu bylo u anglických studentů. Podle studentů z FH Vídeň je nejdůležitější výuka jazyků, v čemž se shodnou s českými studenty, dále je to marketing, management a destinační management a hotelový management, kde se také shodnou s českými studenty. Hotelový management se v Loughborough nevyučuje.

Tabulka 1: Hodnocení důležitosti jednotlivých předmětů student a podnikateli

Předmět	Studenti Loughborough	Studenti VŠPJ	Podnikatelé ČR
Finance	1,1	2,7	2,1
Provoz CK a CA	1,1	1,6	1,5
Geografie	1,2	1,5	1,6
Marketing	1,4	1,7	1,6
Destinace CR	1,6	1,7	1,7
Psychologie, sociologie, rozvoj osobnosti	2,3	1,9	2,0
Právo, etika podnikání	2,3	2,4	2,0
Kulturní dědictví	3,1	2,0	1,7
Management	3,2	1,7	1,7

V tabulce 2 je shrnut zájem studentů a lidí z praxe o jednotlivé specializace v rámci studia oboru cestovního ruchu. Pořadí zájmu se u jednotlivých skupin příliš neliší. Rozdíl je pouze na prvním místě, kdy v Česku převládá preference na specializaci „Podnikání v cestovním ruchu“, když studenti z Anglie dávají přednost studiu „Udržitelného cestovního ruchu“ a „Managementu volného času“. Také studenti z Vídně dávají udržitelný cestovní ruch na první místo a dále by měli zájem o lázeňství.

Tabulka 2: Zájem o jednotlivé specializace oboru cestovní ruch

Specializace	Pořadí u		
	studentů z Loughborough	studentů z VŠPJ Jihlava	podnikatelů v ČR
1. Podnikání v cestovním ruchu – prohloubení znalostí o provozu CK a ubytovacích zařízeních	4	1	1
2. Šetrné formy CR a trvale udržitelný CR – agroturistika, ekoagroturistika, venkovský CR	1	4	2
3. Management volného času – problematika animace, rekreologie, sport a cestovní ruch	2	2	5
4. Lázeňství a wellness pobyty – základy zdravotvědy, řízení lázeňského a wellness provozu	6	3	4
5. Řízení cestovního ruchu – projektové řízení v CR, problémy globalizace a integrace v CR	7	5	3
6. Veřejná správa v CR a kulturní CR – úloha VS v CR, provoz kulturních a památkových zařízení	5	6	6
7. Informační systémy v CR – mezioborové studium CR, více předmětů z informatiky	3	7	7

Zdroj: Vlastní výzkum.

SPECIFICKÉ OTÁZKY PRO STUDENTY

Studentům byla položena otázka „Bez ohledu na to, zda ukončíte bakalářské studium anebo budete pokračovat, jaké máte představy o svém budoucím zaměstnání?“ Nejčastěji mají zájem pracovat v oboru, který vystudovali (41 %), u studentů z Anglie je to dokonce 83 %. Čeští i angličtí studenti chtějí dále uplatnit své jazykové znalosti (pětina a třetina). Na rozdíl od českých studentů, kde se požadavek práce v zahraničí neobjevil, v Anglii chtějí odejít do zahraničí pracovat dvě třetiny absolventů. Rakouští studenti chtějí převážně pracovat v oboru, který vystudovali, dále chtějí uplatnit své jazykové znalosti a podobně jako Angličané uvažují často o práci v zahraničí.

V jak velké firmě byste chtěl pracovat po skončení studia? Pro většinu českých studentů není velikost firmy rozhodující (61 %). U anglických studentů velikost firmy nerozhoduje pouze u třetiny respondentů. Zásadní rozdíl je v podílu těch, kteří chtějí samostatně podnikat v oboru. U Angličanů je to třetina, u českých studentů pouze 5 %. Angličané dají přednost práci u podnikatele, který podniká jako fyzická osoba (dvě pětiny), u českých studentů jen jedna šestina. Do veřejné správy chce odejít v Čechách jedna šestina, v Anglii je počet zájemců o veřejný sektor zanedbatelný.

Další dvě otázky se týkaly hodnocení obsahu a kvality výuky cestovního ruchu na jejich škole. Čeští studenti oceňují především výuku jazyků a praxi a možnost cestovat. Angličtí studenti si cení vybavení knihovny a přístup učitelů k výuce.

Co vám na studiu CR na vaší škole nejvíce vyhovuje anebo co nejvíce oceňujete?	
Loughborough College	Vysoká škola polytechnická Jihlava
✓ knihovna a knihy ✓ pomoc učitelů ✓ příjemné prostředí ✓ metody výuky ✓ přístupnost, poloha ✓ nabídka oborů a kurzů	✓ výuka jazyků ✓ povinná praxe ✓ možnost cestovat ✓ přístup vyučujících – vstřícný, přátelský ✓ pestrý výběr volitelných předmětů ✓ vysoká kvalita výuky oborových předmětů CR

Co vám na studiu CR na vaší škole nevyhovuje anebo co vám nejvíce vadí?	
Loughborough College	Vysoká škola polytechnická Jihlava
✓ vzdálenost od bydliště ✓ drahé jídlo ✓ málo počítačů ✓ parkování ✓ kantýna ✓ žádná finanční pomoc	✓ málo hodin výuky jazyků ✓ příliš mnoho ekonomických předmětů, ✓ neprofesionalita některých vyučujících ✓ časté změny v organizaci studia ✓ málo laviček, počítačů, nedostatek učeben ✓ absence navazujícího magisterského studia

Studenti z Vídně si cení především výbornou infrastrukturu, kvalitní přednášky a moderní vybavení školy. U svého typu školy oceňují menší počet studentů, lepší kontakt s vyučujícím a týmovou práci. Naopak jim vadí dlouhé pauzy mezi jednotlivými hodinami výuky, neprofesionalita některých vyučujících a povinná účast na přednáškách.

ZÁVĚR

Největší zájem pokračovat v magisterském stupni vzdělání mají studenti z Anglie a Česka (dvě třetiny), u rakouských studentů je to polovina. Pro třetinu českých studentů je rozhodující pokračovat v oboru cestovní ruch, u Angličanů je to polovina v Rakousku jsou to téměř tři čtvrtiny studentů. Hlavním motivem studia na vysoké škole již není vysokoškolské vzdělání rodičů, jako tomu bylo v minulosti. V Anglii přichází studenti nejčastěji z rodin, kde rodiče jsou absolventy vyšších odborných škol. Na českých školách je podíl studentek cestovního ruchu výrazně vyšší, než je tomu v Anglii a Rakousku. Největší podíl tvoří studenti z obcí o velikosti 3 až 50 tisíc obyvatel.

Názory na význam jednotlivých předmětů pro praxi se v některých případech liší. Největší rozdíl je v hodnocení přínosů financí a účetnictví. Zatím co čeští studenti je nepovažují za důležité, u anglických studentů se tento předmět umístil na prvním místě důležitosti. Čeští a rakouští studenti považují za důležitý management i destinační management, angličtí studenti tyto předměty zařadili až na konec tabulky.

Názory na studium specializací v rámci oboru cestovní ruch se také liší. Pro české studenty je to podnikání v CR, management volného času a lázeňství, studenti obou zahraničních škol by dali přednost specializaci „Šetrné formy cestovního ruchu a udržitelný cestovní ruch“. Angličané pak preferují také management volného času a rakouští studenti lázeňství a wellness.

Čeští studenti se také liší od zahraničních v představách o svém uplatnění. Zahraniční studenti jednoznačně preferují práci v cestovním ruchu a přepokládají ve větší míře práci v zahraničí.

doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc.

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16

586 01 Jihlava

vanicek@vspj.cz

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

[1] VŠPJ: Projekt č. CZ.1.07/2.2.00/07.0341 „Komplexní inovace oboru cestovní ruch na Vysoké škole polytechnické Jihlava“. OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost (2009).

[2] ROPKOVÁ, Lenka. *Výzkum na téma: Kompletní inovace oboru cestovní ruch na Loughborough College (Velká Británie)*. Seminární práce z předmětu Marketing CR. Jihlava, 2009.

[3] MORAVCOVÁ, Hana. *Marketingový výzkum na FH Wien (Rakousko)*. Seminární práce z předmětu Marketing CR. Jihlava, 2009.

Vítězslav Hálek

Abstrakt

Řízení je jedna z nejdůležitějších lidských činností. Od doby, kdy lidé začali vytvářet skupiny, stalo se řízení nezbytným pro zabezpečení koordinace úsilí jednotlivců. Jak společnost začala stále více spoléhat na skupinové úsilí a množství organizovaných skupin se neustále zvětšovalo, vzrůstal význam manažerů a managementu. Vzhledem k tomu, že společnost celou historií provázejí krize různého charakteru, vyvinuly se postupně různé metody a nástroje, které pomáhají tyto krizové situace zvládat. Jejich přehled je náplní prvních tří kapitol tohoto příspěvku. Z obecné roviny krizového managementu se posléze podrobněji zaměříme na oblast zvládání ekonomických krizí v podnikatelském prostředí.

Klíčová slova

Hrozba, klasifikace krizí, krize, krizová situace, krizový plán, krizový management, krizový management ve veřejném zájmu, mimořádná událost, ohrožení, riziko, klasifikace rizika, rozhodování, risk management, řízení, úpadek.

Abstract

Management is one of the most important human activities. Since people started to form groups, management became necessary for coordination of individual efforts. As the society started to rely on group efforts and number of organized groups grew, the importance of managers and management increased. Considering that society is followed by crisis of various nature, people developed different methods and tools to help them manage these crisis. Their summary is a content of the first three chapters of this contribution. Later we will focus on management of economical crisis in business.

Key words

Threat, classification of crisis, crisis, crisis situation, crisis plan, crisis management, crisis management in public interest, outstanding event, jeopardy, risk, classification of risk, decision making, risk management, management, bankruptcy.

1. POJEM KRIZOVÉHO MANAGEMENTU

Pojmu **management** odpovídá český termín **řízení**. Tímto názvem můžeme také označit skupinu vedoucích pracovníků v podniku, nebo obecněji v organizační jednotce. Rozlišování tohoto pojmu závisí na textových souvislostech. V tomto příspěvku je management chápán ve smyslu řízení.

Management má mnoho dílčích částí, které se odlišují předmětem aplikace a úhlem pohledu. Bývá módou povyšovat některé přístupy managementu na přístupy rozhodující, např. marketing, jakostní systémy, strategický management atd. Realitou však je, že různé

přístupy k managementu jsou užitečné, ale musí být využívány komplexně a vyváženě. Uvedené se týká i krizového managementu, pro moderní řízení organizací i společnosti je zcela nezbytný, ale sám o sobě není všelékem.

Management je nejčastěji definován jako ucelený soubor ověřených přístupů, názorů, zkušeností, doporučení a metod, které vedoucí pracovníci (tj. manažeři) užívají k zvládnutí specifických činností (tj. manažerských funkcí), jež jsou nezbytné k dosažení soustavy podnikatelských cílů organizace včetně její prosperity.

U krizového managementu se pak jedná o soubor specifických přístupů a metod využívaných řídicími pracovníky ke zvládnutí funkcí subjektu za podmínek působení nepříznivých vlivů způsobených vznikem určitého typu mimořádné události.

Managementem rozumíme řízení se silnou participací lidského činitele. Stejně jako všechny ostatní činnosti – lékařství, designérství, účetnictví nebo dokonce kopaná – je umění. Přesto mohou manažeři pracovat lépe, jestliže používají systematické znalosti z managementu, tedy znalosti, které vycházejí z vědy. V tomto kontextu se věda a umění nemohou vzájemně nahrazovat, ale vzájemně se doplňují.

Zjednodušeně řečeno management je symbiózou vědy a umění. A v případě krizového managementu je symbióza vědy a umění ještě důležitější, protože celý proces řízení probíhá za nestandardních podmínek určitého typu mimořádné události.

Rozdíl oproti běžnému managementu spočívá především:

- **v naléhavosti řešení problémů** (kritickým je pro řízení zejména faktor času),
- **v kruhové závislosti problémů** (jeden problém vyvolává druhý problém, který přes třetí problém způsobuje problém první),
- **v rozložení řídicích vazeb** (pro vzájemné obviňování neexistuje možnost konstruktivní spolupráce).

Situace, ve které je nucen působit krizový management je charakteristická:

- časovou tísní,
- málo či nepřesnými informacemi (někdy mohou být dokonce falešné),
- utilitárními řešeními, která nejsou obecně optimální,
- vyššími riziky,
- nestandardními metodami řízení, které postrádají jednoznačný návod,
- nedostatkem vhodných lidí,
- kontinuitou s předchozím stavem.

Nejnáročnější na řešení je obvykle personální stránka ve všech výše uvedených souvislostech.

Krizový management se ve své podstatě zabývá celým procesem řízení za podmínek působení nepříznivých a výrazně ohrožujících vlivů. V teorii krizového managementu se proto velmi často pracuje s pojmy jako je:

- **nebezpečí** – očekávané ohrožení, poškození či ztráty, matematicky se jedná o násobek rizika a zranitelnosti (*nebezpečí samovznícení uhlí v teplárně*),
- **riziko** – pravděpodobnost, že vznikne nepříznivá, mimořádná událost,
- **krize** – pokles parametrů (stavu) systému do úrovně, kdy vzniká nebezpečí (*při přehřátí chladicí kapaliny vzniká riziko poškození stroje*),
- **katastrofa** – krize velkého rozsahu (*zborcení střechy haly tepelné elektrárny*),
- **prevence** – činnosti vytvářející ochranu proti krizím či katastrofám a příprava zmírnění jejich následků (*rozmístění požárních hlásičů*),

- **připravenost** – činnosti směřující ke zmírnění následků, ztrát (*požární plán evakuace s plánem únikových cest*),
- **zmírnění následků** – činnosti zmírňující následky krize či katastrofy, bez ohledu zda se jedná o opatření připravená či operativní (*stavění povodňových ochranných stěn*),
- **předpověď** – v prvním anglickém výrazu se spíše jedná o pravděpodobnost vzniku, v druhém o stanovení doby, místa a síly budoucího stavu – *varování hydrometeorologů před povodněmi*,
- **varování** – předání zprávy o nebezpečí či krizi – *varovné sirény*.

2. POJEM KRIZE

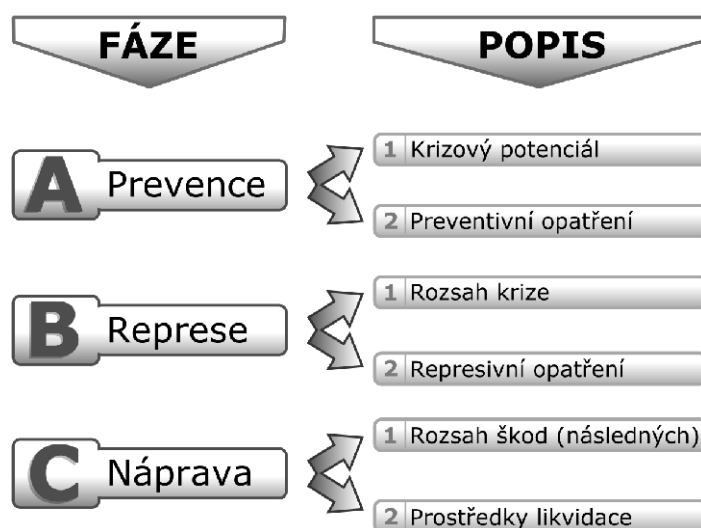
Jak již bylo řečeno, předmětem krizového managementu je zvládání mimořádných událostí a krizových situací různého rozsahu (až po katastrofy) ve všech fázích řešení. Krizová situace může vzniknout z **vlastní podstaty věci bez úmyslu krizi vyvolat** či na **základě konfliktu**, tedy **s úmyslem krizi vyvolat**. Při tomto členění není podstatné, zda konflikt vzniká postupně **na základě rozdílných zájmů** (*např. politický konflikt, obchodní konflikt atd.*) či **náhle** (*např. loupež*).

Vzniklá krizová situace je charakterizována:

- věcnou podstatou, **typem krize** (technická příčina požáru – výbuch tlakových nádob),
- **rozsahem** účinku (zničení levého křídla Veletržního paláce v Praze),
- **důsledky** pro postižený systém (zmenšení výstavních kapacit paláce na polovinu),
- **místem** krize (památkově chráněná budova v centru velkoměsta),
- **časem** vzniku (po uzavření výstavy, v době probíhajícího koncertu v přilehlé budově – evakuace),
- **pravděpodobností** vzniku – riziko (zvýšené riziko požáru v důsledku stáří budovy, v dřívější době opakované menší požáry).

Popis krizové situace se provádí ve všech fázích řešení krizové situace. Je třeba zaznamenat celou krizovou problematiku, respektive rizika, popisující jednotlivé veličiny a jejich závislosti. V jednotlivých fázích řešení krizí se popisují skutečnosti uvedené v následujícím schématu.

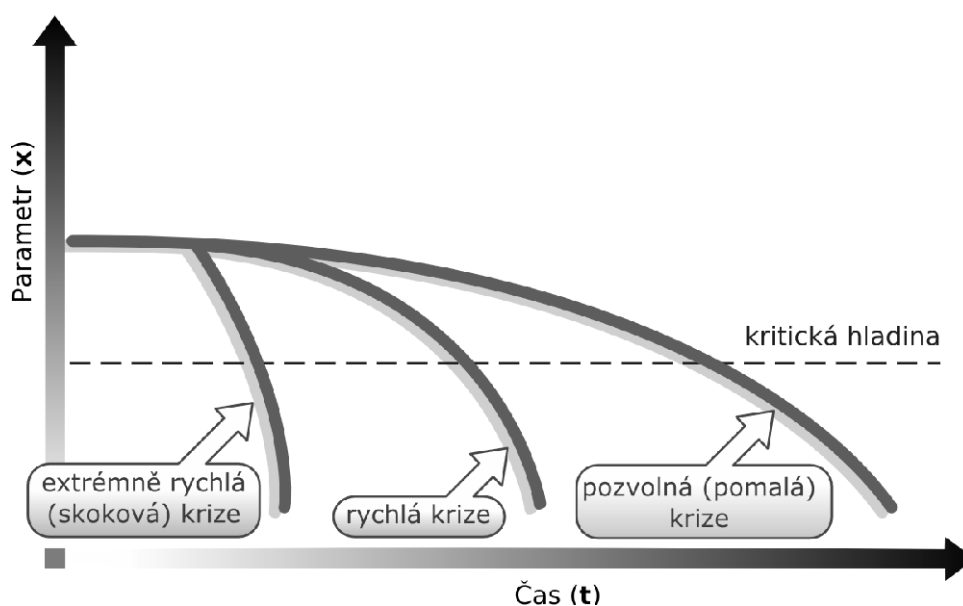
Obrázek 1: Fáze krizové situace



Zdroj: vlastní

Grafické znázornění **okamžiku vzniku krize** je uvedeno na obrázku č. 2, kde je schematizovaná změna parametrů v systému. Katastrofy většinou mají extrémně rychlou změnu parametrů, tedy vysokou dynamiku.

Obrázek 2: Průběh změny parametrů a okamžik krize

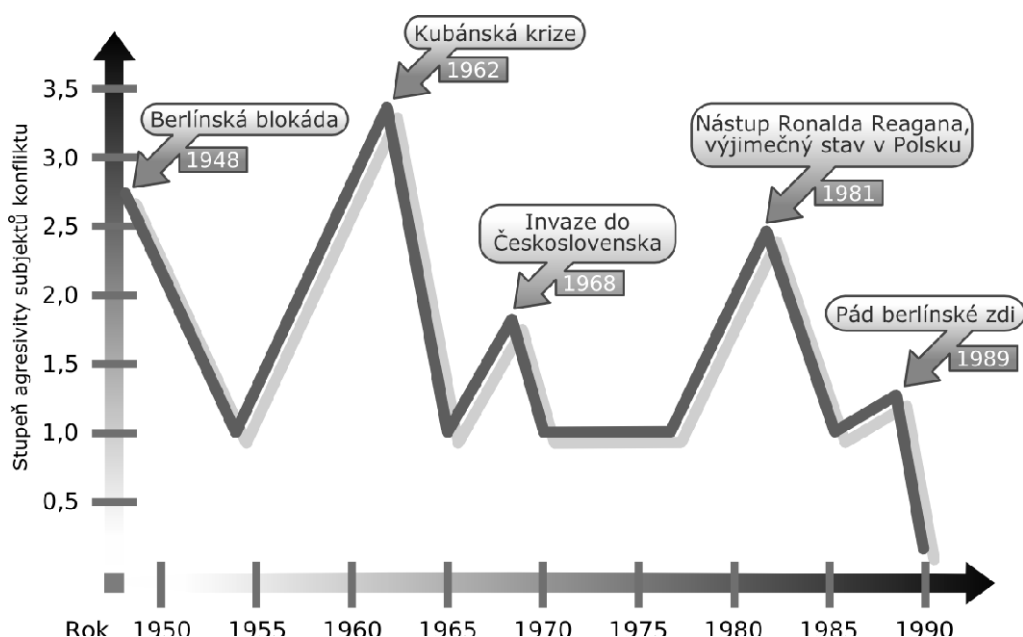


Zdroj: vlastní

Katastrofy (tsunami) patří mezi **skokové krize**, naproti tomu například úpadek společnosti patří mezi **pozvolné krize**.

U konfliktních krizí je typické, že **intenzita krize** se může měnit v čase, příkladem je průběh intenzity konfliktu tzv. "studené války" v letech 1947 – 1990, uvedený na obrázku č. 3. Intenzitou krize rozumíme stupeň agresivnosti subjektů konfliktu. Nejedná se tedy o závažnost krize. Jedná se o dva odlišné faktory, které existují v různých kombinacích.

Obrázek 3: Intenzita krize v období 1947 – 1990



Zdroj: vlastní

Členění krizí

Krize je možno členit z nejrůznějších hledisek. Již jsme zmínili členění z hlediska iniciace lidmi jako konfliktní a nekonfliktní a z hlediska rychlosti změny krizových faktorů. Z hlediska podstaty krize je možno hovořit o krizích:

- **bezpečnosti státu**, řeší národní obrana,
- **vnitřní bezpečnosti** z globálního hlediska státu, řeší ministerstvo vnitra společně s národní obranou,
- **bezpečnosti občanů, právních subjektů a skupin občanů**, řeší ministerstvo vnitra, policie a svým způsobem samospráva cestou městských policí,
- **bezpečnosti institucí** – vnitřní, řeší speciální útvary institucí a soukromé bezpečnostní agentury,
- **přírodní krize**, řeší civilní ochrana a integrovaný záchranný systém, pochopitelně i postižené subjekty,
- **technické krize** (*poruchy zařízení, únava materiálu, koroze*)
- **sociální krize**, řeší veřejná správa s případnou další asistencí,
- **politické krize**, řeší politické strany, případně instituce veřejné moci (stát).

Do přírodních krizí v uvedeném členění řadíme i **krize zdravotní**, které při menším rozsahu řeší integrovaný záchranný systém.

Mimořádné události v průmyslových podnicích i v dalších sférách života můžeme rozdělit několika způsoby. Jde o dělení na mimořádné události **vnitřní a vnější**, tj. na vzniklé na území systému a nebo za jeho hranicí. Dále může být hlediskem dělení rychlost jejího účinku **na náhlé či postupně se vyvíjející**.

Přepokládejme, že pro nás bude zásadním hlediskem dělení druh a typ působení mimořádné události a s tím související aspekt intenzity dopadů na lidský faktor

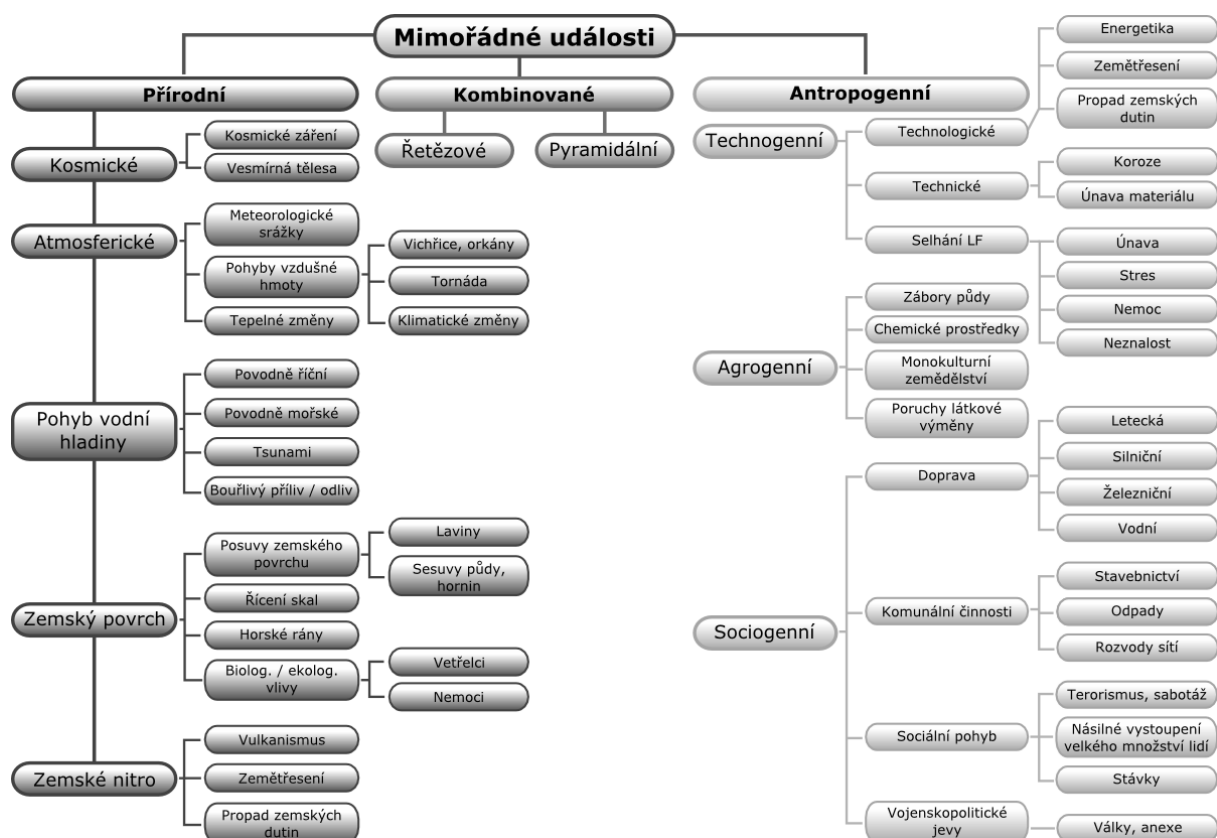
a na organizační struktury organizace. Podle druhů a typů můžeme mimořádné události rozdělit na:

- **přírodní,**
- **antropogenní** (způsobené člověkem, lidskou činností).

Antropogenní mimořádné události lze pak dále rozdělit na:

- **technologické,**
- **sociální.**

Obrázek 4: Dělení mimořádných událostí podle příčin



Zdroj: vlastní

3. SOUČASNÉ POJETÍ KRIZOVÉHO MANAGEMENTU

Krizový management ve veřejném zájmu

Na krizovém managementu ve veřejném zájmu se podílí orgány moci zákonodárné, výkonné a svým způsobem i soudní. Rozhodující význam má moc výkonná, tedy veřejná správa. Jedná se o **jeden z podoborů krizového managementu**, který se specializuje na krizové řízení v případě mimořádných a krizových situací ovlivňujících chod celého státu nebo nižšího společenského celku.

Koordinační kompetence krizového řízení přešly v minulosti na Ministerstvo vnitra, v rámci Ministerstva obrany však zůstávají **Záchranné a výcvikové základny civilní ochrany**.

Pro řešení krizí ve veřejném zájmu vznikl ze zákona **Integrovaný záchranný systém**. Jeho složky tvoří:

1. Základní složky

- Záchranný sbor České republiky,
- jednotky požární ochrany,
- zdravotnická záchranná služba a
- Policie České republiky.

2. Ostatní složky

- vyčleněné síly a prostředky ozbrojených sil,
- ostatní ozbrojené bezpečnostní a záchranné sbory,
- orgány ochrany veřejného zdraví,
- havarijní, pohotovostní, odborné a jiné služby,
- neziskové organizace a sdružení občanů, která lze využít k záchranným pracím.

Důležitým specifikem **krizí ve veřejném zájmu** je, že může být ze strany státu nebo obcí uložena právnickým osobám **povinnost poskytnout osobní a věcnou pomoc** při odstraňování následku mimořádné události.

Risk management

Risk management představuje opět jednu ze **součástí krizového managementu**. Jeho hlavními úkoly jsou:

- řízení rizik subjektu,
- příprava řešení mimořádných událostí v subjektu a
- řízení v průběhu různých typů havárií.

Současná doba, která je náročná složitostí vazeb všech sfér života společnosti, komplikovaná přemírou často neuspořádaných informací, jež je nutno v dosud neobvyklém množství absorbovat ve velmi rychlém sledu, je proto i velmi nepřehledná. Na jedné straně vlivem všech dosažených civilizačních výtvarů je velmi příznivá pro život člověka, na druhé straně, dojde-li k narušení složitých a dlouhých řetězců souvislostí, událostí a jevů, má toto narušení dalekosáhlé důsledky, které mohou vést až ke zhroucení dílčích systémů.

Za takové situace pak i průmyslová havárie dříve vnímaná jako ojedinělý, osamělý a prostorově lokalizovaný negativní jev má dnes značně nevypočitatelný charakter, dopad a intenzitu na své fyzické okolí a logistické a obchodní řetězce.

Pak je nutno respektovat jakékoliv možné (i dříve neakceptované) souvislosti – jsou integrovány **vlivy politické, společenské, obchodní i ostatní**, které mohou ovlivnit i průmyslový výrobní proces. Takové řadě souvislostí se pak musí management přizpůsobit, musí je vnímat a respektovat.

Vznik metody risk managementu

S nárůstem produkční, procesní a bezpečnostní složitosti průmyslové aktivity se postupně vytvářely nástroje, které umožnily její zvládnutí. Rovněž bylo nutno efektivněji

řídít i složité celky, aby mohly poskytovat takový užitek, který vyšší technické parametry umožňovaly.

V bezpečnostních otázkách byl již v předchozích údobích průmyslové výroby nastolen požadavek nejen **zvládnout případné selhání technologie**, ale i úspěšně **provádět záchranu lidí, majetků, ochránit své dobré jméno a trhy**, které mohly být při výpadku produkce obsazeny konkurencí. Tyto a další úkoly vytvářejí provázaný systém akcí, které je nutno korigovat, usměrňovat, sladit, tj. řídit.

Komplex uvedených požadavků v současné době splňuje **risk management**, který navazuje na tradiční **bezpečnostní a krizový management** (reagující "ex post"). Samozřejmě je, že veškeré činnosti krizového řízení jsou využity i v metodě risk managementu a jsou dále aktivně realizovány, doplněny a spojeny s dalšími cennými informacemi.

V pojmu managementu je pak vnímána nutnost procesy ať pozitivní, tak i negativní ovládat a řídit a ne jimi být pohlcován. Pro jejich aktivní usměrňování je však nezbytná jejich dokonalá znalost. Na základě těchto znalostí pak můžeme aplikovat známé manažerské funkce. Risk management pak tyto obecné manažerské funkce aplikuje především na řízení negativních stránek života organizace. Pro veškerou činnost chybí klid a čas na rozhodování, vše se děje v rychlém sledu. To vyžaduje u řídicí i výkonné sféry zvýšené nároky na fyzickou i psychickou stránku osobnosti.

Tvorba týmů risk managementu

Z výše uvedeného textu vyplývá, že problematika řízení, ovládání a usměrňování rizik je složitá ve své systémové i specifické podobě. Proto je nad síly jedince, byť jakkoliv erudovaného a aktivního, celý tento soubor problémů obsáhnout. Z tohoto důvodu začaly v pokrokových organizacích ve vyspělém světě vznikat **týmy krizového řízení a risk managementu**.

Tým risk managementu, je-li mu umožněna práce v potřebných dimenzích, bude zcela jistě pro podnik přínosem v ušetřených prostředcích na likvidaci vzniklých krizových stavů. Je omylem našich top-manažerů podniků, že všechny problémy jsou schopni vyřešit sami. Z lidského ani odborného hlediska to není možné.

Tým krizového řízení a risk managementu, bude-li vnímán jako aktivní prvek podniku, může být prospěšný i pro podnikatelské aktivity okamžitými nápravnými a preventivními opatřeními v procesu výroby, resp. sledováním podnikatelského prostředí vně organizace.

Risk management dává novou možnost rozvoje firmy bez dalekosáhlých důsledků i při používání nebezpečných technologií. Umožňuje získat klid pro dlouhodobou kontinuitu činností organizace při minimální pravděpodobnosti totálního selhání.

Podnik akceptující metodu risk managementu bude připraven i na hledání cest trvale udržitelného rozvoje přátelského přírodě i člověku a hledání vyšší kvality rozvoje výrobních technologií. Odborníky na krizové řízení bylo sestaveno 10 základních požadavků na vlastnosti krizového manažera s tím, že jsou mu vrozené nebo má schopnost jich příslušným vzděláváním a tréninkem dosáhnout.

4. KRIZOVÉ ŘÍZENÍ V PODNIKU

Každý podnikatelský subjekt, podnik prochází určitými stádii vývoje. Celková délka trvání subjektu se samozřejmě může značně odlišovat, stejně tak, jako se bude odlišovat délka jednotlivých fází u různých subjektů.

Fáze existence podnikatelského subjektu jsou následující:

- ideový zrod podnikatelského záměru,
- vypracování reálného podnikatelského záměru a výběr vhodného typu společnosti a sepsání společenské smlouvy,
- zápis společnosti do obchodního rejstříku,
- realizace podnikatelského záměru,
- prohlášení likvidace nebo zrušení společnosti prohlášením konkurzu nebo zamítnutí návrhu na prohlášení konkurzu pro nedostatek majetku,
- výmaz společnosti z obchodního rejstříku.

U každého podnikatelského subjektu musí v průběhu existence docházet k hodnocení úspěšnosti realizace podnikatelského záměru. Je velmi pravděpodobné, že ne vše, co bylo v plánu předem definováno, se taky bude ve skutečnosti dařit.

Jednou z nejvýznamnějších metod sloužících k včasnému odhalení blížících se nebezpečí v hospodaření firmy je **finančně ekonomická analýza**. Tento druh technické kritériální analýzy zahrnuje **soustavu ekonomických ukazatelů**, jejichž výsledky se srovnávají s obecně uznávanou normou. Podle úrovně odchylek od normy lze dělat soudy o úrovni efektivnosti subjektu. V teorii se rozlišují zpravidla dvě skupiny ekonomických ukazatelů, kterými jsou ukazatele ekonomické bonity a ukazatele finanční stability. Ke každé z těchto skupin lze přiřadit i několik desítek ukazatelů.

Ekonomické krize mají obvykle za následek:

- u ziskových organizací především **ztrátu disponibilního zisku**,
- u organizací neziskových **nedostatek prostředků** či **ztrátu funkčnosti**.

Ve veřejné správě obdobně jde o ztrátu funkčnosti či nedostatek prostředků a v důsledcích o ztrátu preferencí voličů. Zvláštní skupinu tvoří krize sociální a politické, kde z hlediska popisu vzniká prvý problém, kdo je institucionálním původcem krize.

V zásadě může jít o původce krize vnitřní (*management, zaměstnanci, chod podniku*) a vnější (*trh či všeobecné vnější prostředí*).

Obrázek 5: Možné příčiny krize



Zdroj: vlastní

Typické příčiny krizového stavu v podniku

- **nereálný business plán** – situace, kdy podnik investoval do nové produkce, která se však na trhu neuplatní.
- **zastavení investic** z důvodu dobrého prodeje současné **produkce** – vzhledem k zastarávání produkce klesá, což musí být kompenzováno snížením cen, což způsobuje **pokles zisku** až podnik nemá dostatek provozních prostředků.
- rozprodávání ziskové části podniku – v případě, je-li majitel zvyklý na **vyšší zisky, než skutečně dosahuje**. V podniku zbudou **méně efektivní provozy** a podnik se velmi rychle blíží krizi.

Počínající krize v podniku je charakteristická "**hmatatelnými**" **krizovými aspekty**. Tyto samotné aspekty lze rozdělit podle etap průběhu krize v subjektu.

1. Etapa

- subjektu klesají příjmy a zároveň rostou náklady.

2. Etapa

- zvyšuje se objem úvěrů, rostou splátky, subjekt a jeho produkce tzv. "vypadává z trhu".

3. Etapa

- banky přestávají poskytovat úvěry, u stávajících úvěrů začnou zvedat úrokové sazby. Podniku chybí zisk pro financování rozvoje či udržení na trhu, objevují se potíže s platební schopností. Podnik z donucení snižuje zásoby materiálu a dlouhodobého hmotného majetku, omezuje nákupy.

4. Etapa

- subjekt se dostává do ztráty, nejsou prostředky na pokrytí fixních nákladů, uvnitř společnosti se objevují spory, které se projevují i navenek, ve vztahu k obchodním partnerům,
- platební schopnost se sníží na minimum.

V dané situaci je již subjekt v krizi a je třeba hledat nová řešení, která změní dosavadní přístup managementu.

V daném okamžiku nastává prostor pro **krizový management**. Jeho cílem je vyřešení krizové situace za předpokladu zachování existence subjektu. Je ovšem jisté, že se charakteristika subjektu a jeho vnitřní struktura v důsledku krize, či v důsledku opatření provedených k její likvidaci, zcela jistě změní. V konečném důsledku dokonce může dojít k zániku subjektu s tím, že účelem krizového řízení by pak bylo zejména minimalizovat negativní dopady na ostatní subjekty v systému.

Pokud se krize v subjektu dostane do 4. etapy, dostává se podnik do úpadku a je velmi pravděpodobné, že ze strany věřitelů bude uvažováno i o možnosti prohlášení konkurzu na majetek subjektu.

*Vzpomeňme si například na začínající "**garážové**" firmy. Firma se **zmítá od zakázky k zakázce** a ani její zaměstnanci, ale bohužel ani manažeři nemají čas se zastavit a zamyslet*

se nad koncepčními otázkami. Zatímco se na výrobku dotahují šrouby nebo se nahrávají programy a v noci se rozváží zboží k zákazníkům, **jiné společnosti budují promyšlenější struktury organizace a řízení**, zbavují se nevýnosných činností a zaměřují se na to nejpodstatnější. Nejchytbějším možným přístupem je: **"hlavně musíme dokončit zakázku a pak si řekneme, jak dál"**. Takové zbrzdění rozvoje organizační struktury, v níž jsou pro každého zaměstnance **přesně definované povinnosti a práva**, přináší řadě firem mnoho problémů a výrazně **zpožďuje jejich rozvoj a expanzi**, případně je činí zcela nemožnými. Velice často dochází i k **rozpadu či ukončení činnosti** těchto firem.

Krizové řízení podnikatelského subjektu může mít 2 odlišné cíle:

1. *Revitalizovat organizaci* – provést soubor opatření, jejichž smyslem je zabránit zániku podniku.
2. *Likvidovat podnik* – provést takové kroky, které dovolí ukončení činnosti a následně vymaz z obchodního rejstříku.

K základním **zásadám organizace krizového řízení podniku** patří:

- identifikace skutečných příčin krize (*mimořádná událost – požár skladu, chybné rozhodnutí managementu – investice v Irsku*),
- jmenování krizového managementu (*vlastní krizový tým podniku nebo soudem jmenovaný insolvenční správce, podle rozsahu a typu krize*),
- krátkodobá centralizace pravomocí v jeho rukou (*veškeré rozhodovací pravomoci nižšího managementu převezme krizový tým nebo jeden krizový manažer*),
- realizace komplexu ozdravných opatření (*ukončení neefektivních výrob, prodej nepotřebného majetku apod.*).

Mezi nejdůležitější opatření krizového řízení patří:

- zajištění malého **počátečního kapitálu** pro revitalizaci činností a jeho moudré vynaložení (*vložení prostředků do nejefektivnější výroby, která pomůže s generováním dalších prostředků*),
- destrukce **starých řídicích vazeb** (*změna celého řídicího systému – odstranění chybujících manažerů*),
- důraz na **prognózování cash-flow** očištěného od rizika (*při nedostatku prostředků je třeba hledět na rychlé navrácení prostředků do firmy – nelze mít dlouhé splatnosti pohledávek*),
- prvotní výběr podporovaných produktů a činností,
- tvrdé **rušení tradičních nákladů nezvyšujících hodnotu produkce** (*především v administrativě a dalších nevýkonných složkách, včetně managementu*).

Mezi nejdůležitější opatření realizovaná krizovým manažerem patří nepochybně:

- radikální kroky pro **odhalení vnitřních rezerv** (*možnost produkce velmi efektivního výrobku, který přinese potřebný zisk*),
- řízení a hodnocení výsledků pouze podle čísel (*omezení přísunu subjektivních informací a hodnocení*),
- zajištění včasných podkladů pro řízení (*vyžadována přehlednost a s vyloučením všech zohledňujících komentářů*),
- po přechodnou dobu **razantní personální politika** bez výjimek (*jen ve velmi omezené míře lze přihlížet ke složitějším sociálním případům*),
- zavedení **interních standardů** (*přísné normování a zefektivnění práce*).

Při **krizovém řízení** je nutné:

- vyhledat **klíčové manažery** pro vyvedení firmy z krize (ať již uvnitř podniku z předem připravených manažerů, nebo najmout specialistu z vnějšku),
- **rozhodovat rychle** a na základě mála podkladů (podklady musí být ale přesné a kvalitní, není dostatek času pro hluboké analýzy),
- stanovení **jasných podmínek, pravomocí, kompetencí, odměn** (i v případě krizového řízení není možné zapomínat na běžné metody, mezi něž patří také vhodné způsoby motivace zaměstnanců),
- prosazování **zájmů podniku jako celku**.

Nové vedení se musí prioritně soustředit na:

- zajištění **provozního kapitálu** (získat úvěr nemusí být vždy možné, proto je vhodné realizovat prodej nepotřebných zásob a neproduktivního majetku),
- urychleně se **zbavovat všech nákladů** (například zrušit některé nadstandardní výhody zaměstnanců a managementu – služební vozidla k soukromým účelům),
- nalezení **vedoucích schopných plnit úkoly** tak, aby byly v optimálním čase plněny výše uvedené body.

Vlastní postup vyvedení podniku z krizové situace probíhá v několika etapách:

1. etapa – Vyhlášení krizového stavu a zajištění pořádku

Prvním úkolem je chtít krizi řešit. V této etapě půjde zejména o:

- vytvoření **atmosféry důvěry**,
- vytvoření **pracovních týmů**,
- provedení **hrubé analýzy** (situace v oblastech struktury a šíře výrobků, struktury zákazníků, organizace, likvidity, struktury nákladů),
- uplatnění **krátkodobých opatření**, která upřednostňují likviditu (hotovostní úhrady)

2. etapa – Zastavení pádu

Tato etapa zahrnuje:

- **eliminaci ztrátových výrobků** a zákazníků (ukončíme dodávky zákazníkům, kteří nedodržují splatnosti faktur, nebo s nimi sjednáme výrazné zkrácení splatnosti),
- **zlepšení organizačního uspořádání** (zkrácení rozhodovacích toků, delegování úkolů na nižší složky apod.),
- **zkvalitnění zpracování zakázky**,
- **zapojení lidí** (odstranění hierarchie, delegování maxima úkolů z úrovně vrcholového managementu),
- **centralizované řízení likvidity** (zpracování krizového rozpočtu).

3. etapa – Trvalý tlak

Po dostavení se prvních výsledků **nesmí klíčoví nositelé polevit a přestávat s tlakem**. Je proto třeba provádět:

- **průběžné hodnocení** podle krizového plánu (je třeba téměř denně vyhodnocovat plnění jednotlivých opatření),
- souhrnné hodnocení výsledků krizového řízení po 100 dnech.

4. etapa – Restrukturalizace a návrat ke standardnímu řízení

V této etapě jde o:

- **strategický řez firmy** - definování strategických tržních segmentů a jejich dlouhodobé atraktivity, definování strategického sortimentu, rozpracování detailní marketingové strategie,
- **změnu fungování organizace s orientací na trh** - optimalizace výrobního sortimentu, přehodnocení procesů a činností z hlediska širší sortimentu, analýza nákladů jednotlivých procesů a činností, definování procesů a činností, které se vyrobí nebo nakoupí, optimalizace řízení výroby a průběhu vyřizování zakázky,
- **návrat ke standardnímu řízení** - představuje úplný konec krize v podniku a konec působení krizového managementu, který by ovšem měl zůstat v pohotovosti ve formě risk managementu a k tomu vytvořeného odpovídajícího týmu.

Dr. Ing. Vítězslav Hálek, MBA

Univerzita Hradec Králové

Fakulta informatiky a managementu

Katedra managementu

Rokitanského 62

500 03 Hradec Králové 3

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

[1] ANTUŠÁK, Emil, KOPECKÝ, Zdeněk. *Krizový management. Úvod do teorie*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2005. 97 s. ISBN 80-245-0951-2.

[2] ANTUŠÁK, Emil, KOPECKÝ, Zdeněk. *Krizový management. Krizová komunikace*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2005. 91 s. ISBN 80-245-0945-8.

[3] ELLIOTT, Dominic. *Key Readings in Crisis Management*. 2nd Edition. New York: Routledge, 2006. 436 s. ISBN 0-415-31520-4.

[4] HÁLEK, V. *Krizový management*. 1. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2006. 303 s. ISBN 80-7041-248-8.

[5] HÁLEK, V. *Krizový management – teorie a praxe*. 1. vyd. Bratislava: DonauMedia, 2008. 322 s. ISBN 978-80-89364-00-8.

[6] HOURLA, Jaroslav. *Postup manažera při modelování opatření k řešení krizových situací*. Zlín: EGO Zlín, 2002. 31 s. Bez ISBN.

[7] REKTOŘÍK, Jaroslav. *Krizový management ve veřejné správě. Teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2004. 249 s. ISBN 80-86119-83-1.

[8] STEJSKAL, Vladimír, RAIS, Karel. *Řízení rizik*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 270 s. ISBN 80-247-0198-7.

MANAŽER ZÁJEZDU - NOVÉ POVOLÁNÍ V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU?

TOUR MANAGER - NEW JOB IN TOURISM?

Jaromír Rux

Abstrakt

V současné době se z různých důvodů zvětšily problémy průvodců cestovního ruchu. V článku je navrženo zavedení povolání vedoucí (manažer) zájezdu jako jedno dílčí řešení.

Klíčová slova

Průvodce cestovního ruchu, manažer zájezdu, norma ČSN EN 13 809, směrnice 2006/123/ES.

Abstract

Recently, various reasons have led to the increasing of the problems of tourist guides. The following article is suggesting how to introduce a new profession of a tour managers as a partial solution of the problem.

Key words

Tourist guide, tour manager, Directive ČSN EN 13 809, Guideline 2006/123/ES.

1. ÚVOD, HLAVNÍ PROBLÉMY

Ve čtvrtek 5. listopadu 2009 se u příležitosti 16. mezinárodního odborného veletrhu cestovního ruchu a hotelnictví MADI Travel Market v Praze uskutečnilo setkání u kulatého stolu k nejpalčivějším problémům průvodcovské praxe. Jednání, které zahájil a řídil předseda Asociace průvodců Dr. Voleman, mělo reprezentativní účast (Ministerstvo pro místní rozvoj, Ministerstvo průmyslu a obchodu, Svaz obchodu a cestovního ruchu, Asociace cestovních kanceláří, COT Business, Czech Tourism, vysoké a střední školy, Asociace průvodců, Sdružení průvodců, Magistrát hl. m. Prahy, živnostenský odbor MČ Praha 1).

Z jednání vyplynulo, že problémy českých průvodců vzrostly po loňské novele živnostenského zákona, která přeřadila průvodce cestovního ruchu do volné živnosti a sloučila profese průvodce ČR a vedoucího zájezdu.

K tomuto přeřazení zaujímají negativní stanovisko Asociace průvodců ČR, Svaz průvodců, Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR, Asociace cestovních kanceláří a MMR. Navíc je v rozporu s trendem EU, která vydala evropský kvalifikační standard pro průvodce EN 15565.

Ministerstvo průmyslu a obchodu upozorňuje, že průvodcovská činnost nebyla vždy vázanou živností. Novela živnostenského zákona je kolektivním předpisem a sleduje vládní aktivity k omezení regulace podnikání. Rozhodnutí vychází z vládních úkolů a evropských předpisů. Existuje směrnice o službách na vnitřním trhu 2006/123/ES, což je závazný právní akt, který je třeba implementovat do právních řádů jednotlivých členských států. Tato

směrnice umožňuje poskytovatelům služeb ze států EU poskytování služeb ve všech státech EU za stejných podmínek jako v domovské zemi bez nadbytečných, neoprávněných požadavků. Výjimkou jsou činnosti vztahující se k životnímu prostředí, k ochraně zdraví a jiným dalším opodstatněným zájmům. Tímto zájmem není průvodcovská činnost. To byl jeden z důvodů, proč se činnost průvodců přesunula do volné živnosti.

Přesun mezi živnostmi volné také vítá Asociace českých cestovních kanceláří a agentur.

Dalším problémem průvodců je, že v poslední době prudce narůstá organizované nedovolené podnikání.

Při kontrole však musí živnostenské úřady prokázat všechny atributy živnosti, především výkon živnosti jako soustavnou činnost za účelem zisku a to je nesnadné.

2. NÁVRH ŘEŠENÍ

Domnívám se, že alespoň částečným řešením je obsahové rozdělení profese průvodce cestovního ruchu na dvě živnosti:

- vedoucí (manažer) zájezdu – živnost volná
- průvodce cestovního ruchu – živnost vázaná

Přesunutí průvodců CR do vázaných živností lze odůvodnit obecným zájmem na ochranu kulturního a přírodního dědictví, v kterém odborný výklad průvodců o tomto dědictví je podstatnou obsahovou náplní živnosti. Pro zahraniční průvodce to bude znamenat povinnost ohlašování před prvním poskytnutím služby, kterým se ověřuje, zda poskytovatelé jsou oprávněni ve své domovské zemi služby poskytovat. Příkladem by zde mohly být náročné požadavky kladené na kvalifikaci průvodců s označením Blue Badge Guides ve Velké Británii.

V další části se chci zabývat činnostmi vedoucích (manažerů) zájezdů.

Nejprve k terminologii.

Norma ČSN EN 13809 Služby cestovního ruchu, která je překladem normy EU rozeznává povolání vedoucí zájezdu a doprovod zájezdu.

- Vedoucí zájezdu (tour manager, assistance pendant le voyage, Reiseleiter)
je fyzická osoba, která řídí a kontroluje itinerář v zastoupení cestovní kanceláře (touroperatora), zajišťuje, aby se plnil program, jak je popsán v katalogu a poskytuje praktické místní informace.
- Doprovod zájezdu (tour eskort, accompagnateur, Reisebegleiter)
je zástupce cestovní kanceláře (touroperatora), který poskytuje základní informace cestujícím.

Domnívám se, že není nutné tato dvě povolání rozlišovat (obě jsou po celé Evropě živnosti volné). Pojem technický průvodce bych nezaváděl, i když se v praxi používá a je i v normě ČSN EN 13809 Služby cestovního ruchu. Nedovedu si představit, kde je hranice mezi vedoucím zájezdu a technickým průvodcem a jak se bude v praxi kontrolovat. Doporučuji proto zavést pouze označení vedoucí zájezdu (manažer zájezdu). V praxi CR bude asi i nadále přežívat označení průvodce zájezdu.

Právně jsou tato dvě povolání vymezena pouze v Rakousku, kde rozlišují Reiseleiter a Reisebetreuer. Reisebetreuer plní především organizační úkoly, může pouze upozornit na památky, nikoliv o nich podávat podrobný výklad.

Pokud vyjdeme z výše uvedené definice povolání vedoucí zájezdu, potom je nutno zdůraznit, že mezi turistou a cestovní kanceláří je uzavřena cestovní smlouva. Turista se zavazuje, že zájezd zaplatí (což už udělal, je-li na zájezdu) a CK se zavazuje, že dodrží program zájezdu. Proto je hlavním úkolem průvodce zájezdu dbát na dodržení a splnění programu, aby turista neměl důvod žádat slevu z ceny zájezdu. Samozřejmě, že má řadu dalších povinností. V určitých případech může i poskytovat výklad, tak jak je to srozumitelně popsáno v příručce Pravidla pro volný pohyb průvodcovských a doprovodných služeb v oblasti cestovního ruchu (autoři RNDr. Jitka Ryšavá, PhDr. Stanislav Voleman), dostupné z <http://www.asociacepruvodcu.cz/pravidla/>.

Jak postupovat dále nemusíme složitě vymýšlet, ale stačí se podívat na zkušenosti jiných zemí Evropy. Především již více než 40 let existuje evropská organizace tour managerů International Association of Tour Managers (IATM), <http://www.iatm.co.uk/>, která hájí jejich zájmy a vydává pro své členy e-mailové novinky. Členství je dobrovolné a členem se může stát každý manažer zájezdu. Po přijetí dostane průkaz manažera zájezdu, může se účastnit každoročních celoevropských i lokálních setkání, volit a být volen a účastnit se studijních cest. Na požádání je mu vystaven certifikát vedoucího zájezdu, který vydává IATM společně s evropskou organizací touroperátorů. Bližší informace jsou na webových stránkách. Zkušený vedoucí zájezdu si dobrovolně může složit zkoušky CTM, Certificate of Tour Management, které jsou velmi náročné, obsahují teoretickou a praktickou část a jejich absolvent má právo používat za jménem zkratku CTM. Zkoušky CTM organizuje IATM společně s univerzitou v nizozemském městě Breda.

V řadě evropských zemí si vedoucí zájezdu školí cestovní kanceláře. Nejčastěji uváděné požadavky na uchazeče jsou: maturita, stáří mezi 21 a 35 roky, dokonalé zvládnutí nejméně 1 cizího jazyka, řidičský průkaz, zájem o poznávání cizích zemí a kultur, rozhodnost a samostatnost, schopnost se prosadit, schopnost vcítit se do problémů jiných lidí, dobré všeobecné znalosti, společenské chování, trvale dobrá nálada, flexibilita.

3. NEJBLIŽŠÍ ÚKOLY

- 1) Vznik organizace manažerů zájezdů (nejlépe jako součást Asociace průvodců). Pro své členy bude vydávat elektronický informační bulletin, jedenkrát ročně zorganizuje setkání manažerů, bude hájit jejich zájmy a v případě potřeby řešit i stížnosti.
- 2) Tato organizace na požádání vydá svým členům průkazy, které pouze potvrzují členství v organizaci a nejsou podmíněny žádnými zkouškami.
- 3) Organizace každoročně vypíše zkoušky pro manažery zájezdů. V komisi budou členové Asociace průvodců, zástupci organizací cestovních kanceláří a vysokých škol. Aby byla zajištěna vysoká úroveň a jednotné požadavky, bude zkoušky organizovat pouze jedna organizace v ČR, která také vypracuje podrobná skriptu ke studiu, zkušební testy a otázky k ústním zkouškám. Zkouška bude mít teoretickou a praktickou část. Zkoušky budou dobrovolné, určené především pro zkušené manažery a absolvent bude mít právo na označení kvalifikovaný manažer zájezdu.

- 4) Umožnit a doporučit vedoucím zájezdů, aby současně s dosažením kvalifikace vedoucího zájezdu si zajistili i doplnění kvalifikace turistického průvodce.
- 5) Tyto představy projednat s představiteli obou asociací cestovních kanceláří a získat jejich podporu.

RNDr. PaedDr. Jaromír Rux, CSc.
Vysoká škola polytechnická Jihlava
Tolstého 16
586 01 Jihlava
rux@vspj.cz

NĚKTERÉ ASPEKTY REKREOLOGIE V CESTOVNÍM RUCHU V PODMÍNKÁCH VŠPJ

Emanuel Hurych

Abstrakt

Článek se zabývá propojením rekreologie a cestovního ruchu. Upřesňuje současné chápání termínu rekreologie, prostředky a cíle této poměrně nové vědecké disciplíny a její vazby na pohybové aktivity. Dále se text věnuje aplikaci rekreologie na oblast cestovního ruchu, a to konkrétně v podmínkách Vysoké školy polytechnické Jihlava, kde v rámci inovací studijních plánů vzniká specializace Management volného času, jejíž součástí jsou předměty Úvod do rekreologie a Sportovně rekreační aktivity v cestovním ruchu.

Klíčová slova

Rekreologie, cestovní ruch, pohybová kultura.

Abstract

The article deals with the connection between recreology and tourism. It explains modern conception of recreology, the means and goals of this relatively new discipline and its relations to movement activities. Then the text is devoted to the application of recreology in the field of tourism, within the College of Polytechnics Jihlava, especially. As a part of the project of innovation of study plans the new specialization called Management of Leisure Time Activities appears. It is represented by two optional subjects – Introduction into Recreology and Sport Recreational Activities in Tourism.

Key words

Recreology, tourism, movement culture.

TERMÍN „REKREOLOGIE“ V SOUČASNÉM CHÁPÁNÍ

Slovo *rekreologie* pochází z latinského slovesa *creare* – tvořit. Předpona *re* nabývá v dané souvislosti významu „znovu“. Skutečným vyjádřením slova *rekreace* je tedy znovuvytvoření (nová *kreace*). V dané souvislosti se jedná o znovuoobnovení duševních i tělesných sil, k němuž je zapotřebí neustálé tvůrčí činnosti. S tím souvisí i tradiční směřování *rekreace* s aktivním odpočinkem, jež samo o sobě není zcela nepatřičné, ovšem je značně zjednodušující. Aktivní přístup k obnově sil totiž může být realizován v mnoha formách, z nichž pouze některé mají typické rysy aktivního odpočinku. Svou roli v tomto případě sehrává i historický kontext. V našich podmínkách má výraz „*rekreace*“ stále ještě poněkud přezíravý nádech. Zejména slovo „*rekreant*“ se pojí s jakýmsi identikitem zotavoven ROH, poukázek na lázeňské pobyty a pracujících ve vytaháných teplácích, v duchu českých filmů z druhé poloviny 20. století jako je *Dovolená s Andělem*, *Anděl na horách* či *Homolka a Tobolka*.

V současném pojetí však představuje rekreace všestrannou kultivaci tvořivých sil člověka. Měla by významně přispívat k jeho rozvoji, intelektuálnímu i tělesnému, v duchu antických tradic kalokagathie. Odpočinek je jednou z důležitých složek procesu rekreace, ovšem neméně důležitou roli hrají i další cíle – zábava, vzdělání.

Rekreologie je vědeckou disciplínou, jež se zabývá rekreací a jejími formami (jde například o nabídku různých režimů a programů), organizováním rekreačních aktivit, a to nejčastěji v oblasti pohybové kultury, sportu a cestovního ruchu. Typickými rysy rekreologie jsou zájem o všestranný a harmonický rozvoj jedince či skupiny, v němž se projevuje smazání hranic mezi fyzicky a mentálně zaměřenými aktivitami, a také komplexní chápání akceptace nových vjemů. V oblasti kulturně-poznávacích aktivit (typických pro turismus) jde o smazání tradičního členění na kulturní, historickou a geografickou charakteristiku poznávaných jevů, a propojování vstřebávaných poznatků směrem k jejich symbiotickému užití, respektive synergickému efektu.

REKREOLOGIE A VOLNÝ ČAS

Lze konstatovat, že pointou rekreologie není a priori zaměření na odpočinek, nýbrž směřování k aktivní obnově sil ve volném čase. Právě fenomén volného času je pro rekreologii naprosto klíčový. Jirásek (2002) dává přednost pojmu disponibilní čas, neboť vychází z předpokladu, že se nejedná o čas volný, tedy „zbytkový“, ale o čas „ disponibilní“, tedy ten, který je nám k dispozici v okamžiku, kdy časově pokryjeme všechny činnosti nezbytné (základní biologické potřeby, potřeby pracovní, rodinné apod.). Rekreologie je tedy svým způsobem naukou o možných způsobech trávení tohoto disponibilního času. Je nepochybně disciplínou pedagogickou. To je patrné zejména v okamžiku, kdy sledujeme zaměření na možnosti cíleného neprofesního rozvoje a kultivace jedince a na formy, jimiž se této kultivace dosahuje.

Pro rekreologa je ovšem také naprosto nezbytná znalost psychologie (a sociologie), neboť ve sféře činností realizovaných ve volném čase projevuje každý jedinec zvýšenou citlivost vůči jakýmkoli pokynům a regulativům. Tato citlivost zcela logicky vyplývá z potřeby zcela *volně* disponovat svým *volným* (disponibilním) časem. Proto rekreologie velmi často využívá hry coby prostředku realizace svých cílů. Velká pozornost je v této souvislosti věnována obhajobě smysluplnosti hry, jakožto naprosto legitimního prostředku osobnostního rozvoje. Zde je možno vycházet z děl významných ludologů. Huizinga (1971) považuje hru za základ kultury, Fink (1993) chápe hru jako symbol světa, v němž je možno nalézt podstatné rysy kosmu a například Caillois (1998) nachází ve čtyřech základních herních situacích (*agón, alea, mimikry, ilinx*) paralelu na situace životní. Moderní a rychle se rozvíjející pedagogická disciplína nazvaná zážitková pedagogika, která má velmi blízko k rekreologii, je založena na tom, že hra se stává hlavním prostředkem pedagogického procesu a být je pouze prostředkem, velmi výrazně mění podobu tohoto procesu.

Rekreologie má mnoho možných podob, ty však většinou vyrůstají ze stejných kořenů. Jirásek (2007) hovoří o „ideovém podloží rekreologie“. V této souvislosti zmiňuje významné ideové proudy lidských dějin. Jde zejména o myšlenkové systémy pocházející již ze starověku – východní náboženské systémy, antiku a křesťanství, dále o moderní myšlenkové směry jako fenomenologie, ekologické myšlení. Tyto zdroje konfrontuje se současným konzumním, euroamerickým chápáním světa.

REKREOLOGIE A POHYBOVÁ KULTURA

Takováto konfrontace osvětluje podstatu některých rysů rekreologie v oblasti pohybových aktivit. V první řadě je to nepřehlédnutelná tendence návratu k přírodě. Kromě již zmiňovaných ideových směrů, je na místě připomenout také přírodní filosofie v různých podobách (Schelling, Bergson, Driesch¹). Velmi významný je filosofický odkaz Emersona² a Thoreaua³, v praxi realizovaný Setonem⁴ v podobě woodcraftu. Návaznost na dílo těchto a dalších⁵ osobností je u rekreologie zcela zřejmá. Z toho vyplývá první typický rys ve vztahu rekreologie k pohybové aktivitě. Tím je zřetelná *preference aktivit v přírodě*. Rekreologie se nevyhýbá tradičním sportům, a to ani v jejich modernizované podobě (podporované současnými technologickými možnostmi). Nicméně, podíváme-li se do studijních plánů programů a oborů, v nichž je rekreologie součástí studia, nacházíme tu zřetelnou preferenci outdoorových aktivit. Často se také přeneseně jedná o přizpůsobení se možnostem pro realizaci pohybových aktivit vycházejících z outdoorových kořenů městským podmínkám (cyklostezky, trasy pro in-line bruslení, lanová centra apod.).

Druhým charakteristickým rysem realizace rekreologie v oblasti pohybových aktivit je patrný *odklon od vrcholové a výkonnostní podoby sportu*. Ten je zcela logickou ilustrací již zmíněné myšlenky, že pointou rekreologie je směřování k aktivnímu využití volného času. Pro vrcholového (a do jisté míry i výkonnostního) sportovce není čas věnovaný sportovní činnosti časem volným, nýbrž časem pracovním. S touto skutečností je spojena naprosto logická orientace vrcholového sportu směrem k dosažení co nejlepšího výkonu. Členění pohybových aktivit na ty, jež jsou orientovány na výkon, a ty, které jsou zaměřeny na prožitek, se stalo významným tématem naší kinantropologické scény v již 90. letech 20. století (Hogenová, Kirchner)⁶. Je zcela patrné, že orientace na výkon je bližší vrcholové a výkonnostní formě sportu, zatímco rekreační pohybové aktivity mají blíže k preferenci prožitku. Přesto by však bylo nesprávné chápat takovouto determinaci zcela striktně, neboť vrcholový sport přináší zcela neopakovatelný prožitek jak samotným aktérům, tak také pasivním činitelům, tedy divákům. Stejně tak, ve sféře rekreačního pohybu nemůžeme rezignovat na soutěžní prvky (těsně související s úrovní podávaných výkonů).

Lipiec (2000) hovoří o dvou významných motivech spojených se soutěžním charakterem pohybových aktivit, kterými je *rivalizace* a *perfekcionismus*. Rivalizace vychází z přímé konfrontace se soupeřem, ze snahy zvítězit nad jedním či více rivaly v přímém souboji. Perfekcionismus je touhou po dokonalosti, která v oblasti pohybových činností znamená souboj s předchozími výkony, jiných či vlastními. Může být spojen také s akceptací určité výzvy (dobyty nějaké vytčené mety), což je na poli outdoorových aktivit poměrně častý případ. Howe (2008) se v souvislosti s outdoorovými aktivitami (autorka používá termín „nature sports“) zabývá fenoménem označovaným jako *self-competition*, tedy soutěž se sebou samým (podle Howe jde ve skutečnosti o konflikt uvnitř sebe sama). V souvislosti s již zmíněnou orientací aktivity na výkon či prožitek je možno hovořit o kvantitativní a kvalitativní rovině *self-competition*, jež souvisí s výkladem otázky cesty a cíle, tak jak ji například představuje filosofie zenbuddhismu. Kvalitativní rovinu *self-competition*,

¹ F.W.J.Schelling (1775-1854), H. Bergson (1859-1941), H. Driesch (1867-1941)

² R.W. Emerson (1803-1882)

³ H.D.Thoreau (1817-1862)

⁴ E.T.Seton (1860-1946)

⁵ Například zakladatel skautingu R. Baden-Powell (1857-1941). V českých podmínkách lze uvést A.B Svojsíka (18796-1938), J. Foglara (1907-1999) či M. Zapletala (nar. 1930)

⁶ Kirchner, J., Hogenová, A. (editoři, 2001). Prožitek v kontextu dnešní doby.

zdůrazňující klíčovou roli cesty lze též označit jako *internal competition* (Hurych, 2009). Není-li prioritou rekreologa nezbytně vykazovat kvantitativně formulovaný výstup v podobě dosaženého výkonu, je pro tento obor reálné koncentrovat se více na motiv cesty, nežli na motiv cíle (což je zaměření typické pro vrcholový sport).

Touto, do jisté míry alegorizovanou odbočkou na téma *cesta* se dostáváme ke vzájemnému vztahu rekreologie a cestovního ruchu.

REKREOLOGIE A CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch je složitým jevem a významným společenským fenoménem. Jeho vymezení v různých rovinách je dáno tím, která vědní disciplína tento jev zkoumá. Definice cestovního ruchu podle UNWTO⁷ uvádí, že jde o „činnost osoby, která cestuje na přechodnou dobu do místa mimo své bydliště, a to na dobu kratší než 1 rok u mezinárodního CR a kratší než 6 měsíců u domácího CR, za účelem jiným než je vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě“. Otázky spojené s problematikou cestovního ruchu jsou již nad rámec zájmu a zaměření tohoto textu. Za zmínku však nepochybně stojí uvést obecně akceptované funkce, jež cestovní ruch plní. Jedná se o následující funkce: ekonomická, rekreační, kulturně-poznávací, informačně-výchovná a kontaktní.

V tomto bodě se dostáváme k průsečíkům rekreologie a cestovního ruchu, jedná se o průnik dvou množin. Existence rekreační funkce cestovního ruchu ukazuje na velmi blízký vztah rekreologie a cestovního ruchu. Funkce kulturně-poznávací a informačně-výchovná jsou navíc funkcemi, jež plní také rekreologie. Motiv cesty (tak jak byl zmíněn v kontextu rekreologie), který můžeme chápat jako eminentní zájem o průběh procesu, nikoli pouze jako zájem o výsledek, nás přivádí od rekreologie k cestovnímu ruchu z poněkud jiné strany a kruh se poměrně těsně uzavírá.

REKREOLOGIE V CESTOVNÍM RUCHU NA VŠPJ

V rámci inovace studijních plánů oboru Cestovní ruch v podmínkách Vysoké školy polytechnické Jihlava jsou pro specializaci Management volného času připraveny dva volitelné předměty, jejichž základ spočívá v rekreologii tak, jak byla v předchozím textu vymezena a popsána. Jedná se o Úvod do rekreologie a Sportovně rekreační aktivity v cestovním ruchu. V následujících řádcích bude vysvětleno jakou má zmiňovaná specializace koncepci a jakým způsobem se na ní podílejí tyto předměty.

ÚVOD DO REKREOLOGIE

Teoretický základ uvedené specializace představuje volitelný předmět Úvod do rekreologie. Tento předmět je vyučován v 5. semestru studia a skládá se z 1 hodiny přednášek a 1 hodiny cvičení týdně.

První část tohoto předmětu má metodologický charakter, uvádí logiku výběru zvolených aspektů oboru. Čas je zde věnován také vysvětlení významu a základních pojmů moderně pojaté rekreologie jako vědeckého i studijního oboru. Z všeho uvedeného vyplývá také zařazení nezbytných biomedicínských a antropomotorických aspektů sportovně rekreační činnosti. Znalosti anatomie a fyziologie jsou nezbytným předpokladem studia zaměřeného

⁷ United Nations World Tourism Organization (zal. 1975)

na pohybové aktivity, stejně jako znalostí a dovedností z oboru traumatologie a hygieny. Jedná se v první řadě o znalosti prakticky upotřebitelné a zaměřené přímo na využití pro pohybovou aktivitu. Sem nepochybně patří zvládnutí základů první pomoci. S tím souvisí zásady chování v krizových situacích, základy traumatologie zaměřené na situace, které mohou nastat při realizaci pohybové aktivity, zejména v souvislosti s turistikou a pohybem ve volné přírodě. Další oblastí je zvládnutí základních zásad hygienických včetně psychohygieny a s tím souvisejících otázek regenerace, výživy, životosprávy a v obecné rovině životního stylu jako takového.

Pedagogicko-psychologické aspekty sportovně-rekreačních aktivit jsou dalším tématem, v němž se zdůrazňují specifika volnočasových pohybových aktivit, zejména otázka prožívání a důsledků prožívání sportovně-rekreačních aktivit. Mnohé souvislosti jsou v oblasti zážitkové pedagogiky velmi problematicky sdělitelné (např. skutečnost, že se jedná o zkoušku volního úsilí, nikým zvnějšku nekontrolované vnitřní snahy či o efekt spojený s příjemnými pocity překonání únavy a bolesti). Přesto či právě proto je nezbytné teoreticky vysvětlit základní principy fungování prožitkových programů tak, aby se nejednalo pouze o mělké rozptýlení,⁸ (spojované s tzv. „adrenalinovými“ aktivitami), ale o hlubší sebereflexi.

Základní informace o sportovním tréninku, pohybových schopnostech, pohybových dovednostech a fyzické kondici jsou dalším tématem, jemuž se předmět věnuje. Seznámení s principem superkompenzace a zjišťování míry adaptace organismu na zátěž, zejména v souvislosti s riziky vyčerpání či přetrénování představují důležitou informaci pro všechny, kdo se budou snažit cíleně působit na své svěřence s ohledem na zvýšení úrovně jejich pohybových schopností či fyzické kondice.

Dalším předpokladem, který je třeba v souvislosti s pedagogicko-psychologickým a metodickým působením zmínit, je nezbytná míra komunikativní schopnosti, respektive komunikační dovednosti. To v praxi představuje potřebu srozumitelného „instruktážního“ vyjadřování tak, abychom klienty učili zodpovědnému kolektivnímu jednání při náročných sportovně-rekreačních výkonech outdoorového charakteru. Zcela nepochybně je nutné také zvládnout základní organizační formy pohybových aktivit, zejména se zaměřením na cestovní ruch. S tím souvisí i zvládnutí základů animace a teoretické uchopení animačních programů v celé jejich šíři. Od programů pohybových nelze vždy zcela oddělit programy výtvarné, hudební a dramatické, zejména zážitková pedagogika velmi často využívá syntézy všech těchto forem k dosažení komplexnosti programu. V současnosti ještě stále není v českých podmínkách běžné to, co je samozřejmostí ve větších rekreačních střediscích v Evropě i ve světě, a sice to, že animátor zvládá pestrou škálu programů včetně celovečerních, které je schopen přizpůsobit požadavkům klientů s ohledem na jejich věk, pohlaví či fyzickou zdatnost.

Poslední částí předmětu je potom management a marketing sportovně-rekreačních aktivit, kde je nutné citelně omezit obecné teoretické části oboru, zcela ve prospěch aplikovaného managementu a marketingu právě na sportovně-rekreační aktivity včetně projektování, plánování a organizace. Důležitou součástí takto moderně pojatého managementu a marketingu je zařazení prvků a aplikací krizového managementu, kreativního managementu, moderního aplikovaného marketingu. Důležité je také právní zakotvení provozovaných aktivit a tedy i seznámení s nejdůležitějšími zákony, právními normami a směrnici, které se těchto aktivit týkají.

⁸ Jirásek, I. (2001). Prožitek a možné světy.

SPORTOVNĚ REKREAČNÍ AKTIVITY V CR

Druhým předmětem, který je prakticky orientovaný, je volitelný předmět Sportovně rekreační aktivity v cestovním ruchu, jenž je vyučován rovněž v 5. semestru studia a skládá se z 2 hodin cvičení týdně.

Cílem tohoto předmětu je na základě získaných znalostí a dovedností zvládnout činnost manažera zvolených sportovně rekreačních aktivit. Jde o to v praxi se naučit základním principům tvorby a realizace projektů se sportovně rekreačním obsahem pro nabídku cestovních kanceláří a firem cestovního ruchu. Studenti by měli prokázat schopnost vytvořit s využitím základních marketingových a manažerských teorií vzorový projekt nabízející SRA v CR a měli by být schopni jej úspěšně zrealizovat. S tím souvisí vytvoření předpokladů k systematické práci při tvorbě a realizaci produktů s obsahem SRA, jež by vedly k aktivnímu trávení volného času a tím ke zdravému životnímu stylu.

Tento předmět lze dle obsahu rozdělit na pět kapitol. Tou první je úvod do studia, seznámení se základní strukturou předmětu, se zásadami provozování vybraných pohybových aktivit, s jejich technickými a taktickými charakteristikami a s pravidly. Součástí této problematiky je také otázka metodologie a didaktiky daných pohybových aktivit.

Druhá část předmětu zahrnuje pohybové aktivity v cestovním ruchu, které vycházejí z tradičních sportů a her, jako je atletika, plavání, bruslení či lyžování, dále volejbal, fotbal a házená.

Dalšími velmi významnými aktivitami jsou pohybové činnosti lokomočního charakteru, ve spojení s cestovním ruchem jde o různé formy turistiky – pěší, vysokohorská, Nordic walking, dále cykloturistika, lyžařská a vodní turistika.

Netradiční sportovně rekreační aktivity dávají na výběr z pestré palety činností, záleží na technických a finančních možnostech pro zajištění, ale také na schopnostech a zájmu studentů. Jako základ určitě slouží outdoorové pobyty, přírodní víceboje, survivalové aktivity, lezení v různých podobách (včetně lanových center), dále například potápění, speleologie či paragliding.

V neposlední řadě je součástí předmětu seznámení s hrami a soutěžemi v CR, a to jak pokud jde o arzenál různých her, tak také o jejich institucionalizovanou podobu (organizace, které se touto problematikou zabývají).

Předmět je zakončen zkouškou, studenti průběžně vytvářejí vlastní projekt, jenž je zakončen jeho obhajobou. Vzhledem k charakteru předmětu může být určitý počet hodin vyučován ve formě blokové výuky (případně výuky kurzovního typu). To souvisí zejména s výběrem netradičních sportovně rekreačních aktivit, zde je studentům ponechána určitá volnost.

ZÁVĚR

Rekreologie v cestovním ruchu v podmínkách VŠP Jihlava sleduje nejmodernější trendy, které tento razantně se rozvíjející obor skýtá. Zároveň však vychází z tradice toho dobrého, co se v oblasti rekreačních pohybových aktivit osvědčilo. Všechny tyto pohybové aktivity pak těsně váže k cestovnímu ruchu a propojuje tak dvě oblasti, které k sobě mají velmi blízko, přesto však jejich propojení není v systémové rovině v praxi ani teorii příliš běžné (často se jedná spíše o jakási spojení intuitivní, jež jsou vyžádána klienty). Takto řešená koncepce se opírá zejména o zkušenosti katedry rekreologie Fakulty informatiky Univerzity Hradec Králové, kde je podobný model v praxi úspěšně realizován. Také samozřejmě vychází z praxe

katedry sportů Vysoké školy polytechnické Jihlava, která má, jak v oblasti volitelných sportů, tak především pokud jde o sportovní kurzy, bohaté praktické zkušenosti s těmito aktivitami organizovanými pro studenty cestovního ruchu. Současně se snaží využít dalších možností, které s sebou nově vznikající projekt přináší.

PaedDr. Emanuel Hurych, Ph.D.
Katedra sportů
Vysoké školy polytechnické Jihlava
Tolstého 16
586 01 Jihlava
hurych@vspj.cz

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] Čáslavová E. *Management v Tělesné výchově a sportu*, Praha: Karolinum, 1995.
- [2] Fink, E. *Hra jako symbol světa*. Praha: Český spisovatel, 1993.
- [3] Caillois, R. *Hry a lidé*. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon, 1998.
- [4] Howe, L. On Competing Against Myself, or „I Need to get a Different Voice in my Head“. *Sport, Ethics and Philosophy* 2. 2008. ISSN 1751-1321.
- [5] Huizinga, J. *Homo ludens: o původu kultury ve hře*. Praha: Mladá fronta, 1971.
- [6] Hurych, E. Prožitek ve vztahu k soutěži v souvislosti s “internal competition”. In *Prožitek v psychologii a aktivitách v přírodě*. Ústí nad Labem: PF UJEP, 2009.
- [7] Jirásek, I. *Prožitek a možné světy*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2001.
- [8] Jirásek, I. Časovost času volného (disponibilní čas). In B. Hodaň (Ed.). *Volný čas a jeho současné problémy (sborník příspěvků)*. Olomouc: Hanex, 2002.
- [9] Jirásek, I. *Ideové podloží rekreologie*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2007.
- [10] Jirásek I. Model outdoorového programu vstupních kurzů na VŠPJ. In Činčera, J. (Ed.). *Tři cesty k pedagogice volného času*. Brno: Tribun EU, 2009.
- [11] Komešník, B. *Kinantropologie-diskuze o pojmech, výzkumu a studiu*. Hradec Králové: UHK Gaudeamus, 1998.
- [12] Kirchner, J., Hogenová, A. (Eds.). *Prožitek v kontextu dnešní doby. Sborník příspěvků z konference konané 26. 4. 2001 na FTVS UK*. Praha: FTVS UK, 2001.
- [13] Lipiec, J. *Filozofia olympismu*. Poland, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Sportowe SPRINT, 2000.

MONITORING TRHU PRÁCE V CESTOVNÍM RUCHU — KVANTITATIVNÍ VÝZKUM

MONITORING LABOUR-MARKET IN TOURISM — QUANTITATIVE RESEARCH

Jiří Vaníček, Eva Janoušková

Abstrakt

Vysoká škola polytechnická získala projekt z ESF na inovaci oboru cestovní ruch. První etapa projektu řeší monitoring potřeb trhu, který probíhal ve třech etapách: kvalitativní výzkum, kvantitativní výzkum a benchmarking. Tento příspěvek shrnuje výsledky kvantitativního výzkumu a porovnává názory studentů posledního ročníku studia s názory pracovníků v cestovním ruchu.

Klíčová slova

Dotazníkové šetření, terciární vzdělávání v cestovním ruchu, praxe, studium jazyků.

Abstract

The College of Polytechnics has won a project from the ESF for innovation of the tourism study programme. The first phase of the project deals with monitoring of market needs which is carried out in three phases: qualitative research, quantitative research and benchmarking. This paper summarizes the results of the quantitative research and compares opinions of students from the last year of the study programme with opinions of people working in the field of tourism.

Key words

Questionnaire investigation, tertiary education in tourism, the importance of practice, study of languages.

ÚVOD

VŠPJ získala projekt Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost [1]. Cílem projektu je inovace studijního oboru cestovní ruch vedoucí ke zlepšení uplatnitelnosti studentů na trhu práce díky kvalitnějšímu vzdělání, které bude provedeno: zavedením nových předmětů do výuky, úpravou současných osnov některých předmětů, aktualizací témat a přístupu k výuce, vypracováním dosud chybějících studijních textů, opatřením nezbytných pomůcek k výuce zapojením IT a multimediálního obsahu do výuky.

Projekt byl zahájen 1. června 2009 monitoringem potřeb praxe pro vzdělávání v oboru cestovního ruchu. Série řízených rozhovorů a dotazníků pro podnikatele, představitele asociací a veřejných institucí působících v oboru CR a studenty oboru CR je doplněna benchmarkingem tuzemských i zahraničních vysokých škol podobného zaměření z pohledu

předmětové skladby, forem studia, délky praxe v průběhu studia a obsahu studentských prací. Výsledky výzkumu budou sloužit ke specifikaci předmětů pro jednotlivé navrhované oborové specializace. Příspěvek se zabývá výsledky kvantitativního marketingového výzkumu u podnikatelů v cestovním ruchu a u studentů posledních dvou semestrů bakalářského studia.

POPIS METODIKY

Celkem bylo osloveno 164 studentů posledních dvou semestrů studia oboru cestovní ruch na VŠPJ. Největší podíl studentů přichází z gymnázia (40 %), hotelové nebo ekonomické školy pak dohromady tvoří 51 % studentů. Jako jiné školy studenti uváděli: 1x zemědělská, 3x veřejnoprávní činnost, 2x obchodu a služeb, 1x poštovní, 1x dopravní, 1x textilní, 1x sociálně právní, 2x stavební, 1x zahradnická, 1x průmyslová škola.

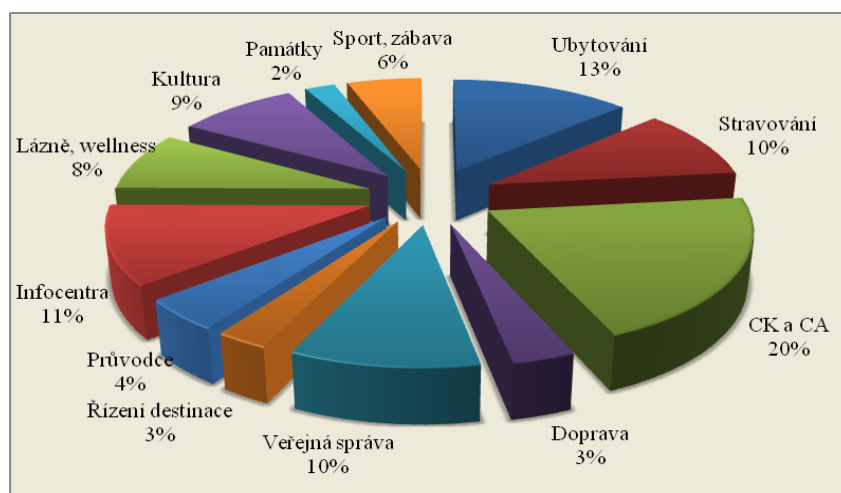
Cílem další otázky bylo zjistit motivy studia cestovního ruchu. Potěšitelné je, že nejčastějším motivem je skutečně zájem o cestování (38 %) a zájem o studium jazyků (26 %). Obvykle takto zaměření studenti nemají rádi matematiku (21 %). Mezi jiné důvody patřily: 3x nedostal/a jsem se na jinou VŠ, 5x atraktivní a perspektivní obor, 3x studoval/a jsem stejný obor na SŠ.

Dvě třetiny absolventů bakalářského studia mají zájem pokračovat v magisterském studiu, jen osmina studentů o tom neuvažuje. Pro třetinu je rozhodující pokračovat v oboru cestovní ruch a pětina chce také pokračovat ve studiu cizích jazyků. Tedy stejné motivy, které uváděli při vstupu do bakalářského studia oboru cestovní ruch. Jen menší část zaujalo další ekonomické vzdělání (14 %).

Rozhodně to není specifikou VŠPJ, že obor cestovní ruch studují především ženy (91 %). Z hlediska velikosti bydliště je struktura studentů velice pestrá. Celkem 28 % studentů je z obcí do 3 tisíc (tedy žijí ve venkovském prostředí) a 43 % žije ve městech od 3 do 50 tisíc obyvatel. V Praze žije 16 % studentů. To je dobrou vizitkou VŠPJ, když víme, jaké možnosti studia Praha nabízí. Přestože se všeobecně předpokládá, že prostředí, ve kterém studenti vyrůstají, je jeden z hlavních motivů při rozhodování o studiu na vysoké škole, průzkum dokazuje, že tomu tak není. Je sice pravda, že podíl studentů z prostředí, kde alespoň jeden z rodičů má vysokoškolské vzdělání je sice vyšší, než by odpovídalo současnému podílu vysokoškoláků v populaci (22 %), ale i podíl studentů z rodiny, kde rodiče nemají ani středoškolské vzdělání je vysoký (21 %).

Obrázek 1 charakterizuje skupinu respondentů z praxe. Celkem bylo osloveno 181 pracovníků v oborech, které mají vztah k cestovnímu ruchu. Nejde však o náhodný výběr, ale struktura respondentů byla stanovena zadavatelem výzkumu tak, aby byly pokryty všechny oblasti praxe cestovního ruchu. Podmínkou účasti ve výzkumu bylo, aby pracovník měl vysokoškolské vzdělání, protože záměrem projektu je inovace vysokoškolského vzdělávání v cestovním ruchu. Pětinu respondentů tvořili pracovníci cestovních kanceláří a agentur. Třináct procent pracovalo v hotelech. Pětina v infocentrech nebo ve veřejné správě.

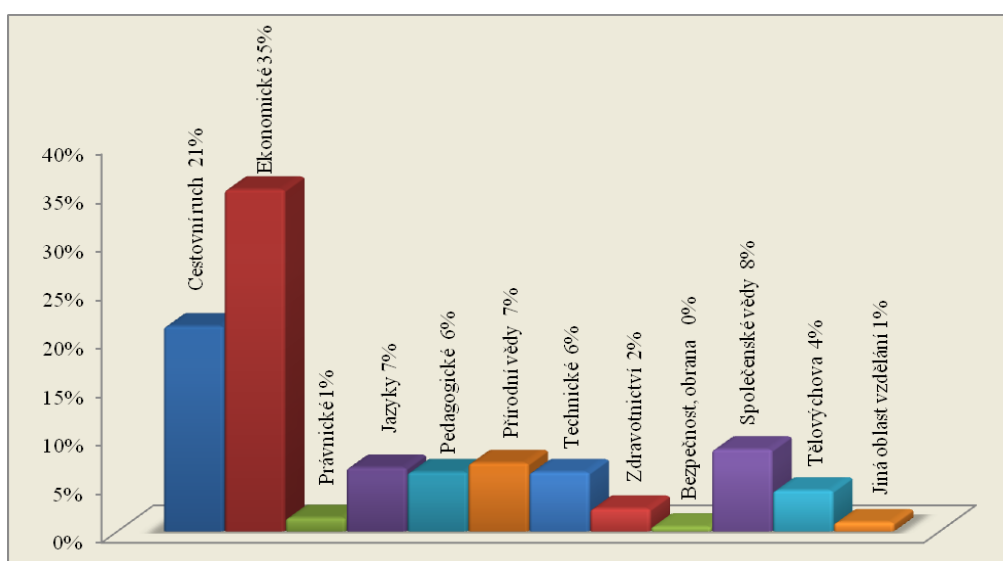
Obrázek 1: V jaké oblasti cestovního ruchu pracujete?



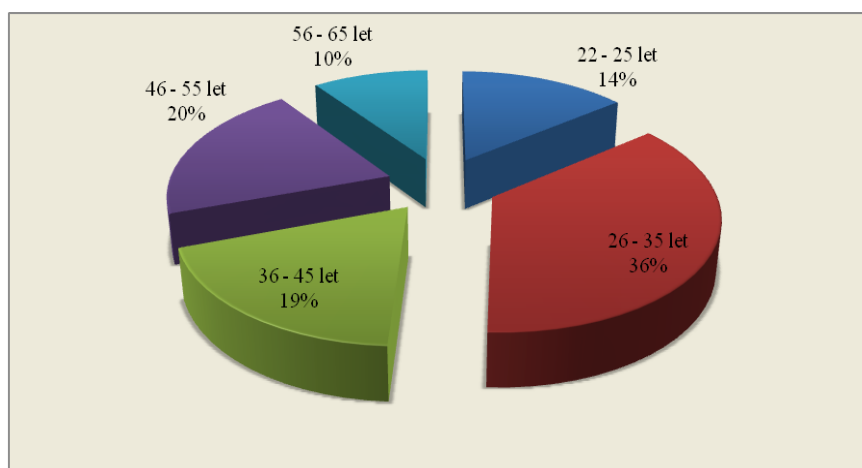
Zajímá nás také obor původního vysokoškolského vzdělání (obr. 2). Šestina respondentů získala vzdělání ve dvou oborech. Potěšitelné je, že čtvrtina vystudovala skutečně cestovní ruch. Dvě pětiny měly původně ekonomické vzdělání. Zajímalo nás také, jak dlouho v oboru respondenti pracují. Z výsledků lze odhadnout, že respondenti pracují v cestovním ruchu průměrně 9,3 roku a nejčastěji po dobu 7 až 10 let.

Výběrový soubor respondentů tvořilo 53 % žen a 47 % mužů, což je zcela rozdílný poměr z hlediska zájmu o studium cestovního ruchu. Věková struktura respondentů plyne z obrázku 3. Z dat lze odhadnout průměrný věk pracovníků – 38,1 roku. Výsledky potvrdily skutečnost, že v cestovním ruchu je podíl mladších pracovníků vyšší než v jiných oborech hospodářství. Vysokoškolsky vzdělaní pracovníci ve věku od 22 do 35 let tvoří polovinu všech pracovníků v cestovním ruchu. Z hlediska zastoupení jednotlivých sektorů pracuje 53 % respondentů v soukromém sektoru, 39 % ve veřejném sektoru a 7 % v neziskových organizacích.

Obrázek 2: Jaký obor jste na vysoké škole vystudoval?

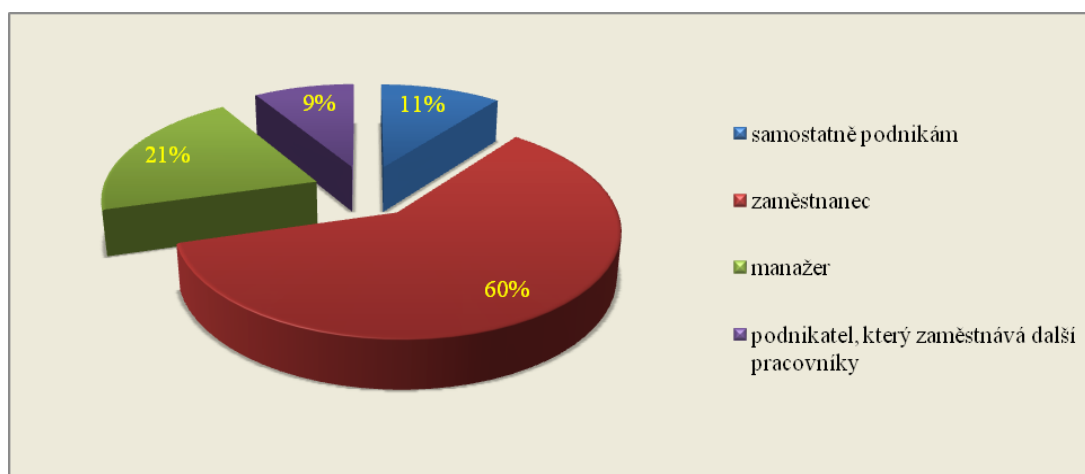


Obrázek 3: Kolik je vám let?



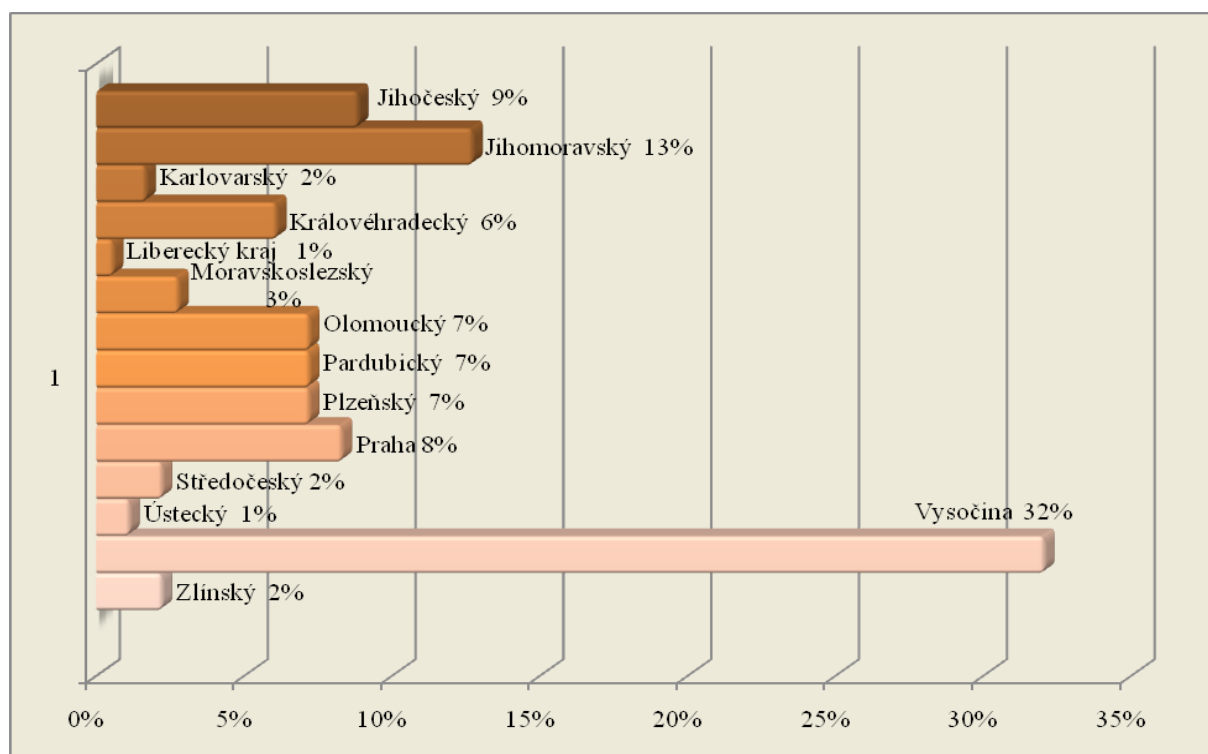
Obrázek 4 charakterizuje výběrový soubor respondentů z hlediska jejich postavení v organizaci. Tři pětiny pracují jako zaměstnanci, pětina pracuje v manažerských funkcích, pětina samostatně podniká, přičemž někteří zaměstnávají další pracovníky.

Obrázek 4: Postavení respondenta v organizaci



Pracovníků v cestovním ruchu jsme se také zeptali, v jak velké obci bydlí. V porovnání se studenty je zastoupení malých obcí menší. Znamená to, že většina činností spojených s cestovním ruchem se odehrává ve větších obcích. Navíc kdyby byla formulována otázka, v jaké obci činnost vykonává, byl by podíl větších obcí ještě výraznější. Poslední obrázek této kapitoly (obr. 5) charakterizuje rozložení respondentů z hlediska bydliště. I když jsme se snažili získat odpovědi z celé republiky, přece jenom náklady na cestování tazatelů vedly k tomu, že třetina respondentů je z kraje Vysočina, ale v portfoliu jsou zastoupeny všechny kraje ČR.

Obr. 5: Trvalé bydliště respondentů – pracovníků v cestovním ruchu



POROVNÁNÍ NÁZORŮ STUDENTŮ A PRACOVNÍKŮ Z PRAXE

Pracovníci z praxe i studenti posledních dvou semestrů se vyjadřovali k tomu, jaký přínos pro praxi v oboru budou mít skupiny jednotlivých předmětů, které vychází ze současného studijního plánu oboru cestovní ruch na VŠPJ. V podstatě mohli volit varianty od velký až žádný. Každý typ odpovědi jsme ohodnotili známkou, jako ve škole a spočítali průměrnou známku pro jednotlivé předměty. Vycházeli jsme z následující klasifikace:

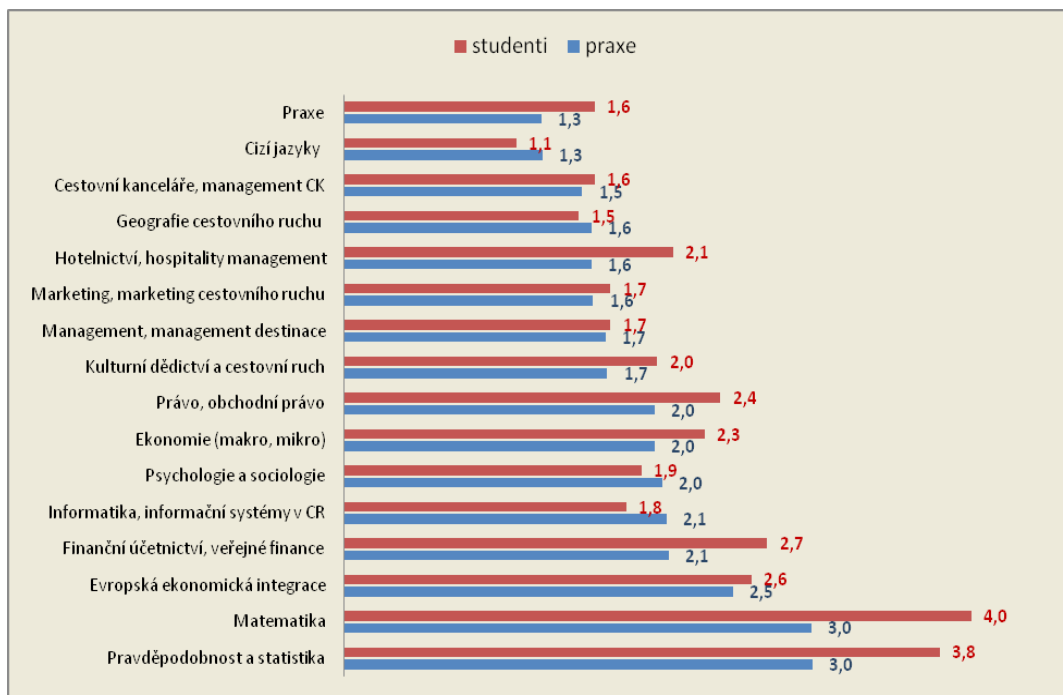
Slovní hodnocení	velký	částečný	malý	zanedbatelný	žádný	nedovedu posoudit
Známka	1	2	3	4	5	nehodnotí se

Na obrázku 6 jsou uvedeny průměrné známky pro jednotlivé skupiny předmětů a jsou seřazeny podle hodnot průměrných známek, které jim dali pracovníci z praxe. Vedle toho jsou vždy uvedeny průměrné známky získané od dotazníkového šetření studentů. Pracovníci v cestovním ruchu dali nejnižší známku praxi a cizím jazykům. Studenti si nejvíce cenní výuky jazyků. V další skupině jsou odborné předměty zaměřené přímo na praxi v cestovním ruchu (provoz cestovních kanceláří, geografie ČR, hotelnictví, marketing a management a kulturní dědictví). Do další skupiny lze zařadit předměty, které jsou obecnější, ale jejich znalost lze v cestovním ruchu reálně uplatnit (právo, ekonomie, psychologie, informatika, účetnictví a evropská ekonomická integrace). Nejhorší známku dostaly předměty matematika a statistika. Ty považují studenti i lidé z praxe v podstatě za zbytečné.

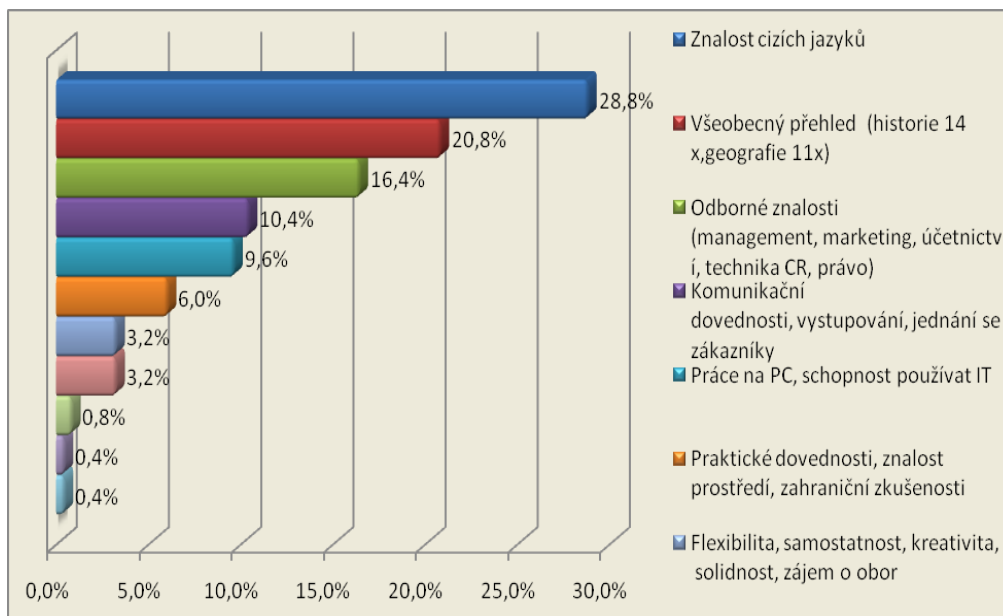
Pracovníků z praxe jsme se ptali, které znalosti u absolventů oboru cestovní ruch nejvíce oceňují. Protože šlo o otevřenou otázku a respondent mohl odpovědět maximálně tři odpovědi, bylo nutno z jednotlivých odpovědí vytvořit obecnější kategorie. Celkem bylo vyhodnoceno 250 odpovědí, které poskytlo 181 respondentů. Vyhodnocení je na obrázku 7.

Lidé z praxe oceňují na absolventech nejčastěji znalost jazyků (téměř 30 % odpovědí), dále jsou to znalosti z historie a geografie (21 %). Dále jsou to odborné znalosti (management, marketing, účetnictví, odborné předměty CR, právo, průvodcovská činnost – 16 %). Kolem 10 % odpovědí pak oceňuje buď komunikační dovednosti anebo práci na počítači.

Obrázek 6: Hodnocení významu jednotlivých předmětů pro uplatnění absolventa



Obrázek 7: Hodnocení významu jednotlivých kompetencí pro uplatnění absolventa



V rámci dotazníkového šetření byla studentům i pracovníkům z praxe položena analogická otázka týkající se připravovaných specializací oborů CR na VŠPJ. Pracovníkům v cestovním ruchu jsme položili otázku, jak hodnotí uplatnitelnost jednotlivých specializací

v praxi. Studentů jsme se ptali, o které specializace by měli zájem. Hodnocení u obou skupin jsme provedli dvojím způsobem. Jednak jsme stanovili „průměrnou známku“, když jednotlivé odpovědi byly hodnoceny následovně (v tabulkách průměrné hodnocení – známka):

Slovní hodnocení	určitě ano	spíše ano	nevím	spíše ne	určitě ne
Známka	1	2	3	4	5

Druhý způsob hodnocení byl vypočten jako poměr odpovědí (v tabulkách průměrné hodnocení – poměr): $(\text{určitě ano} + \text{spíše ano}) / (\text{spíše ne} + \text{určitě ne})$

Tabulka 1: Hodnocení jednotlivých specializací oboru CR pracovníky z praxe

Specializace	Průměrné hodnocení - známka	Průměrné hodnocení - poměr	Pořadí u studentů
1. Podnikání v cestovním ruchu – prohloubení znalostí o provozu cestovních kanceláří a ubytovacích zařízeních	1,6	17,4	1
2. Šetrné formy CR a trvale udržitelný CR – agroturistika, ekoagroturistika, venkovský CR, interkulturní dialog v CR	1,9	17,4	4
3. Řízení cestovního ruchu – projektové řízení v CR, problémy globalizace a integrace v CR, regionální management	1,9	12,6	5
4. Lázeňství a wellness pobyty – základy zdravotnictví a lázeňství, zdravý životní styl, řízení lázeňského a wellness provozu	1,9	9,2	3
5. Management volného času – problematika animace, rekreologie, sport a cestovní ruch	2,0	15,6	2
6. Veřejná správa v CR a kulturní CR – úloha veřejné správy v CR, provoz kulturních zařízení, provoz památkových objektů	2,0	7,7	6
7. Informační systémy v CR – mezioborové studium CR, méně ekonomických předmětů a více předmětů z informatiky	2,2	8,1	7

Vidíme, že pracovníci z praxe a studenti se shodli jen na specializaci „Podnikání v cestovním ruchu“, kterou umístili na první místo a na specializaci „Informační systémy v CR“, kterou zařadili na poslední sedmé místo. Vezmeme-li součet obou pořadí, pak význam zavedení jednotlivých specializací z pohledu obou skupin je následující:

1.	Podnikání v cestovním ruchu
2.	Šetrné formy CR a trvale udržitelný CR
3. až 4.	Management volného času
3. až 4.	Wellness a Spa management
5.	Řízení cestovního ruchu
6.	Veřejná správa v CR a kulturní CR
7.	Informační systémy v CR

SPECIFICKÉ OTÁZKY PRO PRACOVNÍKY CESTOVNÍHO RUCHU

Lidé z praxe odpovídali na otázku: „Domníváte se, že vysoké školy připravují studenty cestovního ruchu dobře a dostatečně?“ Dvě třetiny si myslí, že ano a jen 1 % odpovědělo, že určitě ne. Je to potěšující zpráva, když od představitelů jednotlivých profesních sdružení v cestovním ruchu slyšíme na různých setkáních a konferencích zcela opačný názor. Z tabulky 2 plyne, že absolventům oboru cestovní ruch chybí hlubší znalost odborných předmětů, dále např. všeobecné znalosti (dějepis, zeměpis – 17 %).

Podnikatelé a pracovníci v cestovním ruchu byli vyzváni, aby doporučili nějakou jinou specializaci při studiu oboru cestovní ruch. Na tuto otázku odpovědělo jen 37 % respondentů. V některých případech šlo o specializace, které jsou již zahrnuty do tohoto projektu anebo jsou součástí akreditovaného oboru na VŠPJ. Nové návrhy pak představují pouze 19 % respondentů a ve většině případů nejde o specializaci, ale jen o jednotlivé předměty. Nejčastěji šlo o marketing a management ubytovacích zařízení (24 odpovědí). Tato „specializace“ je však také součástí akreditovaného oboru cestovní ruch na VŠPJ a navíc je to jeden ze tří předmětů státní závěrečné zkoušky oboru cestovní ruch. Přesto jsme se rozhodli věnovat specializaci nazvanou „podnikání v cestovním ruchu“. Z jednotlivých předmětů je možné ještě uvést předměty: psychologie, společenské vystupování, komunikace, etika podnikání.

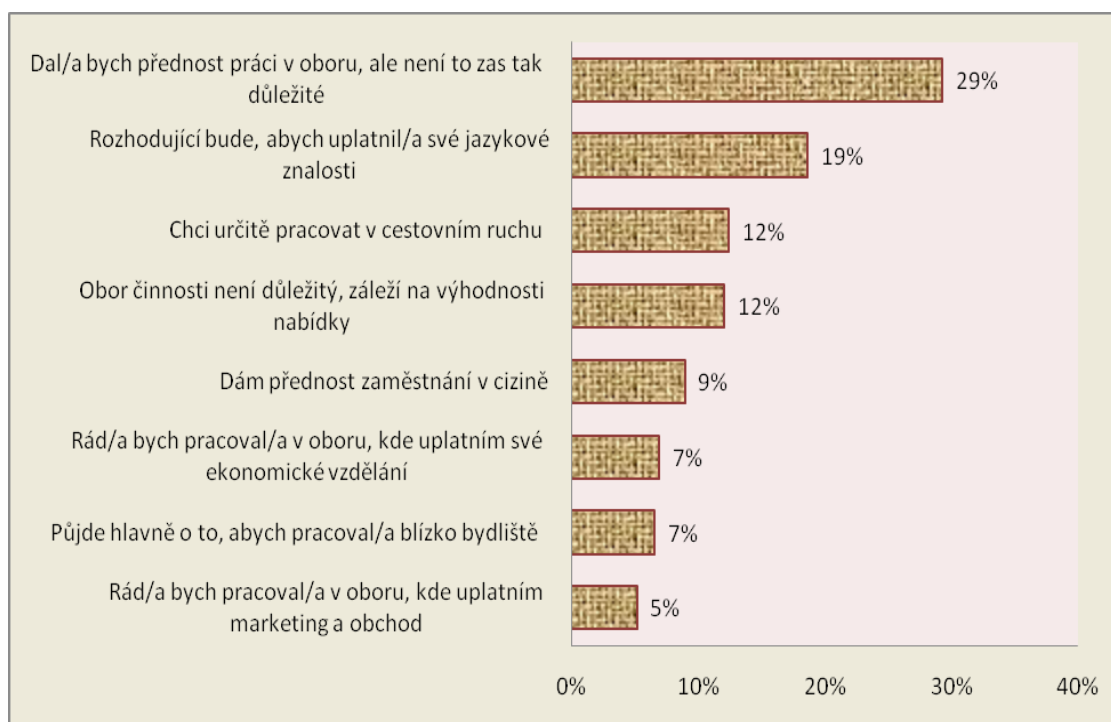
Tabulka 2: Jaké znalosti absolventům především chybí?

Znalosti	Podíl odpovědí
Hlubší znalost odborných předmětů (management, právo, problémy v CR, účetnictví, hotelový provoz)	21%
Všeobecné znalosti (konkrétně jmenován zeměpis 15x a historie 11x)	17%
Poznatky z praxe	14%
Společenské vystupování, komunikace se zákazníkem, schopnost vést obchodní jednání	13%
Znalost a schopnost používat cizí jazyky	13%
Schopnost aplikovat naučené poznatky v praxi, zájem o nové trendy, ochota učit se novým věcem	7%
Samostatnost, flexibilita, aktivita, zájem o problém	7%
Inform. technologie, práce na PC, použití rezervačních systémů	4%
Propojení informací z různých předmětů – souvislosti	1%
Ostatní	2%

SPECIFICKÉ OTÁZKY PRO STUDENTY

Studentům byla položena otázka „Bez ohledu na to, zda ukončíte bakalářské studium anebo budete pokračovat, jaké máte představy o svém budoucím zaměstnání?“ Nejčastěji mají zájem pracovat v oboru, který vystudovali, ale není to pro ně rozhodující kritérium při hledání zaměstnání. Dále chtějí uplatnit především své jazykové znalosti. Jen 12 % studentů je rozhodnuto pracovat v cestovním ruchu (obrázek 8).

Obrázek 8: Představy studentů o budoucím zaměstnání



V jak velké firmě byste chtěl pracovat po skončení studia? Pro většinu studentů není velikost firmy rozhodující (61 %). Samostatně nebo ve velmi malé firmě chce pracovat jen desetina absolventů.

Další otázka se týkala typu organizace, ve které by absolvent nejraději pracoval. Polovina studentů by nejraději začala pracovat v obchodní společnosti. Sedmnáct procent by dalo přednost firmě, kde je vlastník fyzická osoba a do veřejné správy by rádo zamířilo 16 % studentů.

Poslední dvě otázky se týkaly hodnocení obsahu a kvality výuky cestovního ruchu na VŠPJ. Studenti podobně jako lidé z praxe oceňují výuku jazyků a možnost studovat až 3 jazyky, dále oceňují formy a rozsah praxe v průběhu studia a s tím souvisí možnost cestovat do zahraničí. Dále je to vstřícný přístup učitelů, pestrá nabídka volitelných předmětů a vysoká kvalita výuky odborných předmětů. Studentům naopak nevyhovuje málo hodin výuky jazyků, příliš mnoho času věnovaného obecným předmětům, jako je ekonomie, účetnictví, pravděpodobnost a statistika.

doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc., RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16

586 01 Jihlava

vanicek@vspj.cz, janouskova@vspj.cz

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

[1] VŠPJ: Projekt č. CZ.1.07/2.2.00/07.0341 „Komplexní inovace oboru cestovní ruch na Vysoké škole polytechnické Jihlava“. OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost (2009).

VZDĚLÁVACÍ PROGRAM LEONARDO DA VINCI - VYUŽITÍ PŘI VÝUCE NA STŘEDNÍ ŠKOLE

Ladislav Kalous

Abstrakt

Program Leonardo da Vinci je zaměřen na výukové a vzdělávací potřeby všech osob účastnících se odborného vzdělávání a odborné přípravy na jiné než vysokoškolské úrovni. Projekty umožňují studentům zlepšit jejich schopnosti, odborné znalosti a dovednosti během stáže v zahraničí. Umožňují také spolupráci mezi partnerskými organizacemi.

Klíčová slova

Leonardo da Vinci, Střední odborná škola cestovního ruchu Pardubice, výuka.

Abstract

The Leonardo da Vinci programme links policy to practice in the field of vocational education and training). Projects range from those giving individuals the chance to improve their competences, knowledge and skills through a period abroad, to Europe-wide co-operation between training organisations.

Key words

Leonardo da Vinci, The Secondary School of Tourism Pardubice, education.

Program Leonardo da Vinci je zaměřen na výukové a vzdělávací potřeby všech osob účastnících se odborného vzdělávání a odborné přípravy na jiné než vysokoškolské úrovni.

Střední odborná škola cestovního ruchu Pardubice se pravidelně účastní aktivity - Mobility osob v počátečním odborném vzdělávání (IVT). Cílem projektů je podpora mezinárodních stáží pro osoby v počátečním odborném vzdělávání a přípravě. Stáž se skládá z odborné přípravy nebo praxe realizované v podnicích a vzdělávacích institucích.

V září 2009 jsme realizovali projekt týkající se venkovské turistiky ve čtyřech destinacích - v Německu, ve Slovinsku, v Itálii a ve Španělsku. Přínos stáže pro studenty se projeví hned v několika oblastech. V první řadě jsou to znalosti v rámci předmětu Technika cestovního ruchu. Studenti mohli v praktických situacích aplikovat a ověřovat své teoretické znalosti z tématického celku Venkovská turistika a agroturistika. Studenti porovnávali nabídku těchto destinací s projekty v České republice. Dalším významným přínosem bylo rozšíření znalostí a praktické využití cizího jazyka, a to převážně cizího jazyka odborného (zaměřeného na cestovní ruch). Po této stránce byli studenti důkladně připraveni učiteli cizích jazyků, kteří na přípravě spolupracovali s učiteli odborných předmětů a s dozory na stážích. V cílových destinacích probíhala komunikace především s pracovníky subjektů venkovské turistiky, pracovníky informačních center, zaměstnanci a studenty partnerských organizací. Dalšími oblastmi jsou znalosti z oboru informačních technologií (práce s informačními zdroji, tvorba

interaktivních prezentací atd.), znalosti z oboru marketingu cestovního ruchu (hodnocení propagačních a informačních materiálů). Studenti si také prohloubili znalost geografie cestovního ruchu.

Ve výsledné fázi budou mít studenti důkladné znalosti problematiky venkovské turistiky a agroturistiky, budou schopni posoudit a hodnotit vliv činností těchto subjektů na přírodní, kulturní i životní prostředí v cílové destinaci. Zdokonalí se ve znalostech cizího jazyka.

Hlavním obsahem stáže při pobytu v cílových destinacích bylo vyhledávání a hodnocení subjektů působících v oblasti venkovské turistiky a agroturistiky a jejich dopad na životní prostředí. Dále navštěvovali informační centra, kde získávali další zdroje informací. Studenti již v průběhu stáže zpracovávali výsledky jejich činností (v partnerských školách byla možnost využití informačních a komunikačních technologií). Dalším obsahem stáže byla prezentace našeho projektu a naší školy pro studenty partnerské organizace.

STÁŽ LEONARDO DA VINCI – SLOVINSKO (SEŽANA, BLED), ZÁŘÍ 2009

Partnerská organizace - Střední škola Srečko Kosovela se nachází v jihozápadním Slovinsku ve městě Sežana. Je to státní veřejná škola, regionálního významu. Počet studentů je 650, počet učitelů 50. Škola má dvě základní zaměření – gymnaziální a ekonomické. V rámci ekonomického studia se vyučuje i cestovní ruch.

Sežana je pro náš projekt velmi vhodně umístěna, nachází se v jednom z nejdůležitějších turistických regionů. Ze Sežany je dosažitelné slovinské pobřeží, hlavní město Lublaň, krasové jeskyně Postojna a Škocjan, Lipice a především Julské Alpy.

Role naší partnerské školy byla následující. Byla nám nápomocna se samotnou realizací projektu v cílové destinaci (rezervace ubytování, pomoc s vyhledáváním subjektů venkovské turistiky a agroturistiky atd.). Při průběžném zpracování projektu bylo našim studentům umožněno využívat prostory a vybavení školy – především učebnu výpočetní techniky. Studenti partnerské školy připravili program pro poznání města Sežana a jeho okolí. V partnerské škole také proběhla prezentace našeho projektu.

Stáž probíhala v září 2009 a samotný pobyt ve Slovinsku trval 14 dní. Do projektu bylo zapojeno 7 studentů a dozor – učitel odborných předmětů. V dostatečném předstihu se konala jazyková a odborná příprava.

První část stáže probíhala v Sežaně, kde sídlí naše partnerská organizace. Druhá část pak ve známé destinaci cestovního ruchu Slovinska v Bledu v Julských Alpách. Z těchto míst se pak uskutečňovaly výjezdy do míst vhodných pro venkovskou turistiku. V průběhu stáže se navštěvovala informační centra, kde studenti stručně představili náš projekt a získávali potřebné informace. Vybrané subjekty venkovské turistiky jsme pak navštívili – především farmy poskytující ubytování a stravování. Dále v rámci programu studenti navštívili skanzeny, muzea, naučné stezky, přírodní atrakitivity, hřebčín v Lipici, krasové jeskyně, hlavní město Lublaň a další zajímavá místa. Důležitou součástí stáže byla prezentace projektu na partnerské škole, kde jsme se také zúčastnili výuky a volejbalového zápasu. Studenti partnerské školy pro nás připravili bohatý program, včetně prohlídky zajímavých míst Sežany s průvodcem a setkání se starostou.

Přínos stáží ale nevidím pouze pro studenty. Z mého pohledu podobné projekty také obohatí výuku odborných předmětů (především Techniku cestovního ruchu) a prohloubí spolupráci s partnerskými organizacemi. V lednu 2010 začneme pracovat na novém projektu, aby i příští rok mohli vybraní studenti vyjet do zahraničí a podílet se na jeho realizaci.

Ing. Ladislav Kalous

Střední odborná škola cestovního ruchu, s.r.o.

U Josefa 118

530 09 Pardubice

ladislav.kalous@centrum.cz

POUŽITÉ ZDROJE

[1] <http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning-programme/doc82_en.htm>

[2] <http://www.naep.cz/index.php?a=view-project-folder&project_folder_id=62&>

Alice Neckářová

Abstrakt

Příspěvek pojednává o mezinárodním studentském workshopu, který se uskutečnil na partnerské škole FH Wien. Cílem příspěvku je seznámit čtenáře s průběhem celého workshopu a také vnímáním jednotlivých aspektů workshopu ze strany studentů oboru cestovní ruch Vysoké školy polytechnické Jihlava.

Klíčová slova

Studentský workshop, kulturní cestovní ruch.

Abstract

This contribution includes information about international student workshop, which took place at the partner school FH Wien. 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, who study tourism industry at the College of Polytechnics Jihlava.

Key words

Student Workshop, Cultural Tourism.

ÚVOD

Vysoká škola polytechnická je zapojena do projektu Spolupráce vysokých škol v cestovním ruchu, v rámci Evropské územní spolupráce Rakousko – Česká republika 2007 – 2013, který je financován Evropským fondem pro regionální rozvoj (ERDF). Tento projekt je zaměřen na tři základní cílové skupiny - studenty, akademické pracovníky VŠ zaměřených na cestovní ruch a okrajově i na odborníky z praxe. Studenti jsou do projektu aktivně zahrnuti zejména formou realizace společných česko - rakouských **studentských workshopů**, které se budou konat jedenkrát za rok, střídavě na FH Wien (Institut für Tourismus-Management) a na VŠP Jihlava (Katedra cestovního ruchu).

Tento příspěvek pojednává o mezinárodním studentském workshopu, který proběhl ve dnech 7. 9. – 11. 9. 2009 na partnerské škole ve Vídni a byl tematicky zaměřený na *kulturní cestovní ruch*. Workshopu se zúčastnilo 10 rakouských a 10 českých studentů oboru Cestovní ruch.

Studenti se o konaném workshopu dozvěděli prostřednictvím informačního systému, některým byla doporučena účast na workshopu studenty vyšších ročníků. Hlavní motivací

pro účast na workshopu bylo pro 40% zúčastněných prohloubení jazykových znalostí, pro 50% potom absolvování praxe a získání kreditů; pouze jedna studentka uvedla, že její hlavní motivací bylo prohloubení odborných znalostí. Studenti shodně uváděli, že uvítali možnost strávit několik dnů v zahraničí a poznat nové lidi.

PRŮBĚH WORKSHOPU

Před samotným konáním workshopu bylo úkolem studentů individuálně nastudovat problematiku kulturního cestovního ruchu workshopu z různých odborných publikací a dostupných internetových zdrojů a také vytvořit krátkou prezentaci (Powerpoint nebo Flipchart), ve které se představili ostatním účastníkům a seznámili ostatní se svým vztahem ke kulturnímu cestovnímu ruchu.

První den workshopu byli studenti podrobně seznámeni s průběhem workshopu, dále proběhl teambuilding pod vedením Mag. Stephanie Krawinker, díky kterému byly zformovány čtyřčlenné česko-rakouské týmy, ve kterých potom studenti pracovali v průběhu celého workshopu. V druhé části dne všichni zúčastnění vystoupili s vlastními prezentacemi na téma *Kulturní cestovní ruch* a také se zúčastnili přednášky *Cultural Tourism* Dr. Patricka Bartose, konzultanta pro kulturu, umění a cestovní ruch.



Druhý den proběhla přednáška *Customer Perception*, jejímž cílem bylo přiblížit různé aspekty, které ovlivňují zákaznicko vnímání. Dále týmy pod vedením Mg. Dietmara Kepplingera zpracovaly dotazník, který byl základem pro následné terénní šetření. Terénní šetření probíhalo formou marketingového výzkumu, jehož hlavním cílem bylo zjistit, zda se v oblasti moderního umění v pěti vídeňských muzeích (MUMOK, Belvedere, Albertina, MAK a Lichtenštejnské muzeum) střetává nabídka s poptávkou. Cílovou skupinou výzkumu byli mladí lidé ve věku 20 – 25 let. Předmětem zkoumání bylo i to, jakým způsobem se muzea snaží tuto cílovou skupinu přilákat a oslovit. V odpoledních hodinách studenti absolvovali rozhovor s marketingovými konzultanty v jednotlivých muzeích. Třetí den strávily jednotlivé týmy opět v muzeích realizací svých výzkumů.

Čtvrtý den studenti analyzovali výsledky, které získali prostřednictvím dotazníkového šetření a řízených rozhovorů s marketingovými konzultanty, v odpoledních hodinách jednotlivé týmy zpracovávaly prezentace o konkrétním muzeu.

Poslední den workshopu jednotlivé týmy prezentovaly výsledky své práce před ostatními studenty a komisí, která byla složena ze zástupců obou partnerských vysokých škol, komise na základě prezentací vybrala vítězný tým. Vítězný tým (Martina Šamšulová, Galina Štohanšlová, Cornelia Pirka a Sabrina Blazek) vystoupí se svou prezentací ve studentské sekci

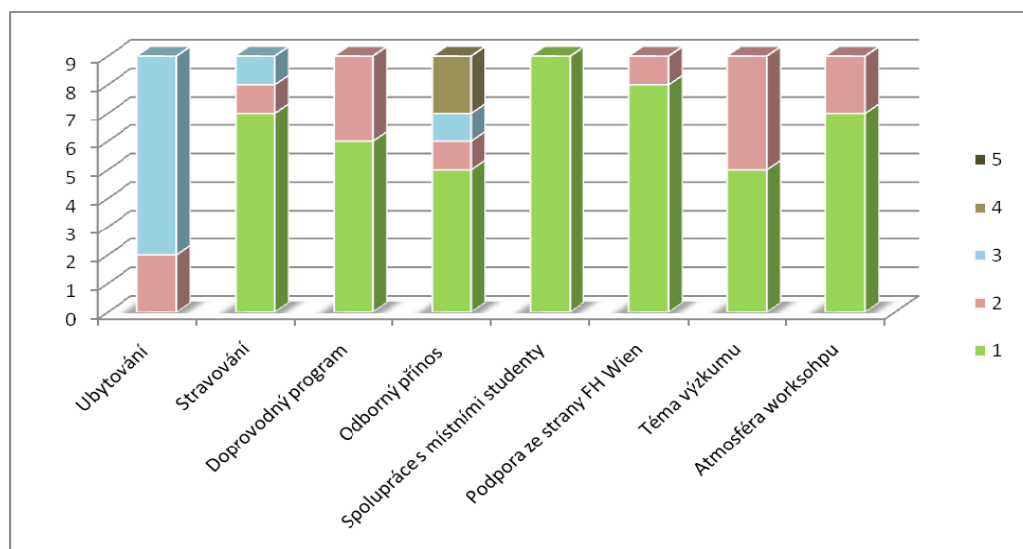
na mezinárodní konferenci věnované kulturnímu cestovnímu ruchu, kterou pořádá Vysoká škola polytechnická v Jihlavě ve dnech 3. – 4. března 2010.

Součástí workshopu byl i doprovodný program, který byl zaměřený na poznání Vídně, během večerního programu měli naši studenti možnost navázat s domácími studenty i neformální kontakt a blíže se seznámit s jejich způsobem života.

DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ MEZI STUDENTY

Studenti byli s časovým odstupem tří měsíců osloveni s předtištěným dotazníkem, návratnost dotazníku byla 90%. Dotazník obsahoval otevřené, uzavřené i částečně otevřené otázky. Hlavním cílem dotazníku bylo získání informací o subjektivním hodnocení workshopu jednotlivými studenty, důraz byl kladen na organizační část workshopu (ubytování, stravování) i na odbornou část workshopu a doprovodný program. Studenti hodnotili jednotlivé aspekty pomocí pětistupňové škály (hodnocení jako ve škole: 1 = výborná, 5 = nedostatečná).

Tabulka 1: Hodnocení jednotlivých aspektů workshopu studenty



Zdroj: Vlastní Dotazníkové šetření

Z grafu je patrné, že nejlépe studenti hodnotili spolupráci s místními studenty a atmosféru workshopu, nejrozporuplnější oblastí hodnocení je odborný přínos workshopu. Studenti spatřovali jako největší přínos workshopu zejména možnost vyzkoušet si práci v mezinárodním týmu, navázání nových kontaktů a rámcové poznání způsobu výuky na zahraniční škole, 40% účastníků workshopu získalo větší motivaci pro učení se cizím jazykům na základě vyzkoušení si svých jazykových znalostí v praxi, 20% účastníků si na základě této akce uvědomilo nutnost pracovat i na svých komunikačních a prezentačních dovednostech. Studenti hodnotili velmi kladně také moderní vybavení školy.

Poslední část dotazníku byla zaměřena na zájem studentů o delší pobyt v zahraničí, prostřednictvím dotazníku byl zjištěn zájem o takový pobyt u 100% respondentů. 40% účastníků workshopu uvedlo, že absolvovaný workshop jejich rozhodování ovlivnil, zbylých 60% uvedlo, že jejich zájem je už dlouhodobějšího charakteru. Studenti od zahraničních pobytů očekávají zejména prohloubení svých jazykových znalostí a osamostatnění se, pobyt

v zahraničí vnímají jako velkou životní zkušenost a očekávají po absolvování takového pobytu možnost lepšího uplatnění na trhu práce. 50% účastníků by mělo zájem o praxi v zahraničí, 70% o pracovní pobyt a pouze 40% o studijní pobyt (v dotazníku bylo možné zaškrtnout více možností).

ZÁVĚR

Hodnocení každého studenta závisí z velké míry na jeho subjektivním očekávání a vnímání. Odborný přínos podobných akcí pro jednotlivce závisí z velké části i na výchozí úrovni odborných znalostí studenta a také na jeho přístupu k akci jako takové. Je jistě pozitivním zjištěním, že studenti oboru cestovní ruch mají relativně velkou motivaci k účasti na pobytech v zahraničí různého charakteru. Vysoká škola polytechnická je sice relativně mladou školou, ale v oblasti zahraničních pobytů různého charakteru organizovaných pro své studenty lze říci, že za ostatními tuzemskými vysokými školami nezaostává.

Ing. Alice Neckářová
Vysoká škola polytechnická Jihlava
Katedra cestovního ruchu
Tolstého 16
586 01 Jihlava
aliceneckarova@centrum.cz

POUŽITÉ ZDROJE

[1] <<http://student.vspj.cz/~eus/>>

[2] <www.fh-wien.ac.at>

MONITORING TRHU PRÁCE V CESTOVNÍM RUCHU — KVALITATIVNÍ VÝZKUM

MONITORING LABOUR-MARKET IN TOURISM — QUALITATIVE RESEARCH

Jiří Vaníček, Eva Půlkrábková

Abstrakt

Vysoká škola polytechnická získala projekt z ESF na inovaci oboru cestovní ruch. První etapa projektu řeší monitoring potřeb trhu, který probíhal ve třech etapách: kvalitativní výzkum, kvantitativní výzkum a benchmarking. Tento příspěvek shrnuje výsledky kvalitativního výzkumu a porovnává názory studentů posledního ročníku studia s názory pracovníků v cestovním ruchu.

Klíčová slova

Dotazníkové šetření, terciární vzdělávání v cestovním ruchu, význam praxe.

Abstract

The College of Polytechnics has won a project from the ESF for innovation of the tourism study programme. The first phase of the project deals with monitoring of market needs which is carried out in three phases: qualitative research, quantitative research and benchmarking. This paper summarizes the results of the qualitative research and compares opinions of students from the last year of the study programme with opinions of people working in the field of tourism.

Key words

Questionnaire investigation, tertiary education in tourism, the importance of practice.

ÚVOD

VŠPJ získala projekt Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost [1]. Cílem projektu je inovace studijního oboru cestovní ruch vedoucí ke zlepšení uplatnitelnosti studentů na trhu práce díky kvalitnějšímu vzdělání, které bude provedeno: zavedením nových předmětů do výuky, úpravou současných osnov některých předmětů, aktualizací témat a přístupu k výuce, vypracováním dosud chybějících studijních textů, opatřením nezbytných pomůcek k výuce zapojením IT a multimediálního obsahu do výuky.

Projekt byl zahájen 1. června 2009 monitoringem potřeb praxe pro vzdělávání v oboru cestovního ruchu. Série řízených rozhovorů a dotazníků pro podnikatele, představitele asociací a veřejných institucí působících v oboru CR a studenty oboru CR je doplněna benchmarkingem tuzemských i zahraničních vysokých škol podobného zaměření z pohledu předmětové skladby, forem studia, délky praxe v průběhu studia a obsahu studentských

prací. Výsledky výzkumu budou sloužit ke specifikaci předmětů pro jednotlivé navrhované oborové specializace. Příspěvek se zabývá výsledky kvalitativního marketingového výzkumu u podnikatelů v cestovním ruchu a u studentů posledních dvou semestrů bakalářského studia.

POPIS METODIKY

Mezi podnikateli v oboru cestovní ruch bylo uskutečněno 24 řízených rozhovorů, z toho bylo 11 žen a 13 mužů. Byly zastoupeny rovnoměrně všechny věkové kategorie. 21 respondentů pracuje v soukromém sektoru, 2 ve veřejném a 1 v neziskovém sektoru. Z toho bylo 12 podnikatelů, kteří zaměstnávají další pracovníky, 5 podnikalo samostatně, jeden vykonával manažerskou funkci a 6 bylo zaměstnanců v cestovním ruchu, nejvíce respondentů pracovalo v cestovní kanceláři nebo agentuře (5), sport, zábava, lázně (6), menší zastoupení měly obory doprava, ubytování, průvodce, stravování, veřejná správa a kultura. Průměrná doba práce v oboru je 10 let. Respondenti mají původní vysokoškolské vzdělání v těchto oborech: Převažují ekonomické obory (6) a technické vzdělání (5), dále vzdělání pedagogické (2), zdravotnické (2) a společenské vědy (2). Po jednom respondentu jsou zastoupeni absolventi zemědělské fakulty, tělovýchovy, přírodních věd, dějin umění, lesního inženýrství a dopravní fakulty. Pouze jeden studoval přímo obor cestovní ruch. Lze tedy konstatovat, že zvolený panel respondentů byl velice reprezentativní.

Také panel studentů posledních dvou semestrů oboru cestovní ruch na VŠPJ, kteří se zúčastnili řízených rozhovorů, byl velmi reprezentativní. Studentek bylo 20 a studentů 5, což odpovídá zastoupení obou pohlaví při studiu na VŠPJ. Studenti pochází z 9 krajů České republiky, nejčastěji bydlí v obcích od 10 do 50 tisíc (9) anebo od 3 do 10 tisíc obyvatel (8), menší a větší obce jsou zastoupeny méně. Většina rodičů studentů má středoškolské vzdělání (17), dále vysokoškolské (5) a základní nebo vyučen (3). Osm studentů vystudovalo gymnázium, devět hotelovou školu nebo střední školu cestovního ruchu, šest obchodní akademii, pouze dva studenti studovali na školách jiného zaměření.

POROVNÁNÍ NÁZORU STUDENTŮ A PRACOVNÍKŮ Z PRAXE

Většina pracovníků v CR se domnívá, že vysoké školy připravují studenty CR dobře a dostatečně (určitě ano či spíše ano 17, nedovede posoudit 6 a pouze jeden odpověděl spíše ne). Lidé z praxe se domnívají, že absolventům chybí především praktické zkušenosti (5), právní (3), ekonomické (3) a psychologické vzdělání (2). Dále pracovníci jednotlivě uvádějí tyto nedostatky ve vzdělání studentů cestovního ruchu: komunikativnost, flexibilita, schopnost uplatnit teorii v praxi a propojit znalosti, logické myšlení, základní technické vědomosti, provozně ekonomické, první pomoc, znalost dopravních předpisů, zdravotěda, fyzioterapie, znalost reálií, kultura projevu, sociální dovednosti, tvorba akcí na klíč, účetnictví, obecný přehled, schopnost analyticky uvažovat, realita českého tržního prostředí, praxe v práci s lidmi, historie, gastronomie, znalost národních kuchyní a místních specialit, jazykové, zoogeografie.

Podnikatelé naopak oceňují: jazykové znalosti absolventů (14), ovládání PC (4), komunikativnost (3), flexibilitu a znalost geografie CR (2), jednotlivě pak odborný přehled, kultura, psychologie, samostatnost, kladný vztah a přístup k technice a technologii, ekonomické a právní znalosti, znalost reálií a místních poměrů, sebevědomí. Vidíme,

že některé odpovědi se vyskytují v nedostacích i pozitivěch absolventů. Pokud se pokusíme spojit oba typy odpovědí, pak to, co by měl absolvent především mít je

- a) jazykové znalosti a znalost více jazyků (15),
- b) základy práva a ekonomie (7),
- c) psychologie, flexibilita, komunikativnost (6),
- d) praktické zkušenosti z oboru (5),
- e) počítačová gramotnost (4),
- f) dále všeobecný přehled z geografie, kultury, historie, reálií atd.

K podobným závěrům dospějeme, když vyhodnotíme odpovědi na otevřenou otázku „Kdybyste měl vyjmenovat pět až osm nejdůležitějších studijních předmětů nebo okruhů znalostí, které potřebuje absolvent oboru cestovního ruchu v praxi především, které by to byly?“ Podnikatel tedy neměl seznam předmětů a záleželo, které předměty se mu nejčastěji vybaví. Pak pořadí odpovědí podle počtu lze seřadit do následující řady: jazyky (19), geografie (15), psychologie a komunikace (15), právo (13), ekonomie (11), historie, kultura, dějiny umění (8), práce s PC a informatika (7), reálie, všeobecný přehled (5), marketing (4), sociologie, management, dopravní systémy, účetnictví, zdravotní, různé techniky cestovního ruchu (vždy po 3). Ostatní předměty se vyskytovaly jen jednou.

Když srovnáme názory praktiků s názory studentů, pak se jejich představy poněkud liší. Studentů jsme se zeptali, které předměty považují za nejdůležitější pro jejich budoucí povolání. V první preferenci se obě skupiny shodly. Jsou to jazyky (19), na druhé místo zařadili techniku cestovního ruchu (13), u podnikatelů pouze 3 odpovědi. Na další „příčce“ se umístil marketing a management (9), u podnikatelů jen 4 odpovědi. Ekonomické předměty považuje za důležité 6 studentů, zatímco podnikatelé toto vzdělání považovali za důležité v 11 případech. Dále studenti považují za důležitou psychologii, vystupování, komunikaci (5), u podnikatelů je to 15 odpovědí. Nejmarkantnější rozdíl je v názoru na význam informatiky a práce na PC. Pouze jeden student si vzpomněl na tento předmět, zatímco podnikatelé tyto dovednosti uvedli sedmkrát. Je to dáno tím, že studenti považují znalosti základů informatiky za takovou samozřejmost, že ji nezmiňují. Poněkud jiné pořadí předmětů získáme, pokud položíme otázku, které předměty jste studovali nejraději. Pak nejčastější odpověď byla jazyky (11), psychologie a technika cestovního ruchu (po 10), geografie (7). Ostatní předměty se vyskytly nejvýše třikrát.

Studentů jsme se zeptali i na to, které předměty mají pro jejich budoucí povolání nejmenší přínos. Jejich pořadí je následující: statistika (14), účetnictví (7), ekonomie (6), management ubytovacích zařízení (4). Ostatní předměty se objevovaly jednou nebo vůbec. Předměty, které studenty nebavily a studovali je neradi: finanční účetnictví (11 odpovědí), ekonomie (9), statistické metody (3). Vidíme, že pořadí předmětů dle jejich oblíbenosti a názoru na jejich užitečnost se mohou lišit. Studenti považují statistiku za nejméně potřebnou pro jejich budoucí povolání, ale přesto nepatřila mezi jejich neoblíbené předměty. Podnikatelé statistiku nevzpomněli ani jednou.

Oběma skupinám respondentů jsme položili následující otevřenou otázku: „Domníváte se, že je účelné, aby se vyučoval cestovní ruch, jako samostatný studijní obor na vysoké škole? Pokud ne, v jakém oboru by měl mít pracovník v cestovním ruchu vysokoškolské vzdělání?“

Čtrnáct pracovníků v cestovním ruchu považuje za alternativní vzdělání ekonomii se zaměřením na management, studenti tuto specializaci preferují ve 22 případech. Šest podnikatelů by dalo přednost geografii, studenti jen ve 4 případech. Další obory pro cestovní ruch by preferovali vysokoškolské vzdělání následujícího zaměření: jazyky (podnikatelé – 3,

studenti – 9), právo (podnikatelé – 2, studenti - 0), historie (podnikatelé – 1, studenti – 4), pedagogika (podnikatelé – 1, studenti 1), psychologie (podnikatelé – 1, studenti 0), tělovýchova a zdravotnictví (podnikatelé – 0, studenti – 3). Studenti navíc navrhuji jednu sociologii. S výjimkou jednoho podnikatele se ostatní domnívají, že je nutné specializační vzdělávání pro cestovní ruch, přestože sami vystudovali na vysoké škole jiné studijní obory. Jeden respondent pak nepřipouští žádné jiné vzdělání, které by se uplatnilo při práci v cestovním ruchu.

Význam praxe hodnotí pracovníci v cestovním ruchu převážně pozitivně a v 11 případech ji považují za velmi důležitou, v ostatních za významnou či užitečnou. Pouze ve dvou případech byl zaznamenán názor opačný. Lidé z praxe preferují dlouhou praxi 1 až 2 semestry a dali by přednost praxi studentů v zahraničí. Považovali by za výhodnější, kdyby student v průběhu praxe absolvoval různé činnosti v cestovním ruchu formou jakéhosi „kolečka“ v různých oborech cestovního ruchu. Jde především o to získat zkušenosti v komunikaci a uplatnění cizích jazyků v průběhu praxe.

Postoje studentů k praxi jsou následující: 20 respondentů hodnotí praxi jako důležitou a přínosnou, jeden respondent jako málo významnou a čtyři respondenti jako bezvýznamnou. Na formy a délku praxe se však názory studentů velice liší. Jde ve všech případech o studenty, kteří již absolvovali semestrální praxi. Uvedeme jen některé názory: zrušit semestrální praxi a ponechat jen týdenní, semestrální praxi na konci studia, zrušit jedno až třítydenní praxi a ponechat jen semestrální, pouze praxe v zahraničí, úplně zrušit praxi (studium by bylo kratší), vyzkoušet různé typy pracovních činností v průběhu praxe.

V rámci inovace oboru cestovní ruch na Vysoké škole polytechnické Jihlava zvažujeme vytvoření 7 specializací tak, aby 300 studentů, které ročně přijmeme na cestovní ruch, měli možnost si vybrat určitou specializaci. Chtěli jsme znát názor podnikatelů i studentů, jaké předměty by měly být vyučovány v rámci specializací. Porovnání názorů lidí z praxe a studentů, kteří již končí studium na Vysoké škole polytechnické Jihlava, je uvedeno v tabulce 1. Jsou uvedeny jen ty předměty, které nejsou součástí základního programu bakalářského studia na VŠPJ a nebo byly uvedeny nejčastěji. Pozoruhodné je, že názory praktiků a studentů, kteří končí obor cestovního ruchu na VŠPJ se výrazně neliší.

Tabulka 1: Porovnání názoru studentů a pracovníků z praxe na výuku specializací

Specializace	Názory na výuku v rámci specializace	
	Pracovníci v cestovním ruchu	Studenti oboru cestovní ruch
Podnikání v cestovním ruchu	ekonomie, podnikový management, sociálně komunikativní dovednosti, znalost institucí a asociací v cestovním ruchu, praxe zaměřená na podniky CR	ekonomie, management, základní orientace v podnikové struktuře, komunikační dovednosti, přehled o podmínkách podnikání v CR
Řízení cestovního ruchu	management, řízení lidských zdrojů, inovativní myšlení, řízení financí	management, marketing, řízení lidských zdrojů a týmová práce, přehled o subjektech v CR, rozhodovací schopnosti
Management volného času	psychologie, rekreologie, sociologie, organizační schopnosti, dobrá znalost a orientace ve volnočasových aktivitách, kreativita, flexibilita, kulturologie	management, animace v CR, psychologie, sportovní dovednosti, pedagogika, organizace služeb pro volný čas
Veřejná správa v cestovním ruchu a kulturní CR	veřejná správa a její kompetence, politologie, kulturologie a kultura regionu, regionální politika, regionální management regionální rozvoj	právo, znalost kultury a kulturních památek, veřejná správa a její kompetence, politologie, evropská ekonomická integrace, management destinací, psychologie kultury

Šetrné formy CR a trvale udržitelný CR	ekologie, agroturistika a biologie, ekoturistika, environmentální psychologie, vysokohorská turistika, cykloturistika	ekoturistika, ekologie, agroturistika, environmentální vzdělání obecně, trvale udržitelný rozvoj
Wellness a spa management	biologie člověka, balneologie, rehabilitace, fyzioterapie, technika lázeňského CR, vodní sporty, fitness, lázeňská turistika, biomechanika, mentální hygiena	lázeňství, management, zdravotní péče, zdravotnický management, fyzioterapie, mentální hygiena, regenerace a výživa
Informační systémy v cestovním ruchu	obsluha PC, informační technologie, počítačové systémy, tvorba webových stránek, elektrotechnika, globální informační systémy (Amadeus, Galileo atd.).	počítačová technika, informační technologie v CR, rezervační a informační systémy, tvorba webových stránek, GPS, GDS, navigační systémy, základy programování, databáze, TPV.

Zdroj: Vlastní výzkum.

Protože jsme očekávali názor studentů i podnikatelů na velký význam výuky jazyků pro cestovní ruch, položili jsme všem respondentům následující otázku: „Jak hodnotíte význam jazyků pro výuku CR? Kolik jazyků by se měli studenti učit. Neměli by přijít již jazykově vybavení ze střední školy? Jiné vaše náměty pro jazykovou přípravu studentů CR.“

Všichni pracovníci v cestovním ruchu považují výuku jazyků za důležitou a doporučují většinou minimální znalost 2 jazyků (kromě mateřského), za optimální považují znalost dvou až tří jazyků aktivně a ještě jednoho až dvou jazyků pasivně. Ke zlepšení jazykových kompetencí by podle podnikatelů mělo přispět: prázdninové praxe v zahraničí, výměna studentů VŠ obdobného zaměření, učít odborný jazyk, realie cizích zemí, literaturu, historii orientace na komunikaci, praktické aktivní uplatňování cizího jazyka.

Názory studentů jsou podobné. Všichni studenti se shodují v hodnocení důležitosti jazyků při výuce CR. Za nejdůležitější je považuje 10 studentů, sedm je hodnotí jako velmi důležité, tři jako nezbytné, pět spatřuje jejich výhodu při uplatnění v praxi. Většina studentů doporučuje výuku dvou až tří cizích jazyků, dva doporučují výuku tří jazyků a jeden výuku čtyř. Náměty pro jazykovou přípravu studentů CR: umožnit studentům výběr jazyků podle jejich zájmu, zahrnout do výuky i méně frekventované jazyky, chybí výuka čínštiny a japonštiny, více času věnovat komunikaci, konverzaci a poslechům, zajistit náročnější přijímací zkoušky (těžší jazykové testy), týmové projekty, vyšší hodinové dotace, méně studentů v jedné skupině, využít kvalitní lektory - rodilé mluvčí, více se věnovat odborné slovní zásobě.

SPECIFICKÉ OTÁZKY PRO STUDENTY A PRACOVNÍKY V CESTOVNÍM RUCHU

Další otázky se již lišily u pracovníků z praxe a u studentů. Vzhledem k tomu, že připravujeme magisterský obor cestovní ruch, chtěli jsme znát názory podnikatelů s vysokoškolským vzděláním (všichni respondenti měli vysokoškolské vzdělání), jak by se mělo lišit bakalářské a magisterské studium v oboru cestovního ruchu. V této otázce se však pracovníci v cestovním ruchu neshodli a získali jsme celou paletu odpovědí. Uvádíme jen ty nejdůležitější:

- magisterské studium není pro tuto oblast důležité,
- bakalářské studium by mělo mít o jeden jazyk méně a poskytovat méně manažerských dovedností a méně ekonomické teorie,
- stejné předměty, ale na magisterském více teorie a detailů,
- bakalářské zaměřit na praktické dovednosti,

- na magisterském rozvíjet schopnost dlouhodobě plánovat a vést lidi,
- rozdíl pouze v míře teoretických systémů a v počtu přečtených knih,
- na magisterském: perfektní ovládání historie, umění, zeměpisu u bakalářského stačí základ,
- magisterské akademicky zaměřené, bakalářské praktické,
- magisterské pro řídící pracovníky,
- bakalářské by mělo tvořit základ dovedností a v magisterském by mohlo nabízet konkrétní specializaci (lázeňství, volný čas, hotelnictví atd.),
- ke studiu magisterského stupně by se měla dokládat praxe.

Můžeme tedy odpovědi částečně zobecnit. Převažuje názor, že magisterský stupeň by měl sloužit k rozšíření teoretických znalostí a hlavně se zaměřit na manažerské dovednosti. S takovouto dělbou mezi bakalářské a magisterské studium jsme se setkali na Vysoké škole polytechnické v Savonlinně ve Finsku, pouze s tím rozdílem, že bakalářské studium bylo čtyřleté a magisterské trvalo pouze jeden další rok.

Studentům jsme naopak položili dvě otázky, z nichž jedna se týkala jejich motivů ke studiu cestovního ruchu a druhá jejich představy o budoucím uplatnění získaných znalostí v praxi. Patnáct studentů šlo studovat cestovní ruch, protože rádi cestují. Dvanáct uvedlo, že se rádi učí cizí jazyky, pět studentů si vybralo studium CR na VŠPJ, protože nejsou přijímací zkoušky z matematiky a pouze tři studenti volili tento obor, protože jim vyhovovala poloha školy, dva studenti byli při volbě školy ovlivněni kamarády. Patnáct studentů z 25 chce jít určitě anebo spíše studovat magisterský stupeň vzdělání. Osm studentů zatím neví a pouze dva jsou rozhodnutí nepokračovat ve studiu. V případě pokračování ve studiu v magisterském studijním programu bude pro výběr školy nejdůležitějším kritériem: větší šance pokračovat (10), pokračování v oboru cestovní ruch (9), osm dává přednost dalšímu jazykovému vzdělání, jen pro 2 bude důležitá poloha školy a jen jeden preferuje další ekonomické vzdělání.

Závěrem uvádíme představy studentů o svém budoucím zaměstnání: 16 studentů dá přednost práce v oboru, z toho 5 chce určitě pracovat v cestovním ruchu, pro 5 studentů není obor činnosti důležitý, 5 chce především uplatnit své jazykové znalosti, 4 chtějí přednostně využít své ekonomické vzdělání, další čtyři by rádi pracovali v marketingu nebo obchodě, tři se chystají pracovat v zahraničí.

doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc., PhDr. Eva Půlkrábková

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16

586 01 Jihlava

vanicek@vspj.cz, pulkraubkova@vspj.cz

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

[1] VŠPJ: Projekt č. CZ.1.07/2.2.00/07.0341 „Komplexní inovace oboru cestovní ruch na Vysoké škole polytechnické Jihlava“. OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost (2009).

REDAKCE ČASOPISU

REDAKČNÍ RADA

RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.
RNDr. PaedDr. Jaromír Rux, CSc.
doc. PaedDr. Jiří Štyrský, CSc.
doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc.
PhDr. Dana Zažímalová

RECENZE

RNDr. PaedDr. Jaromír Rux, CSc.
doc. PaedDr. Jiří Štyrský, CSc.

REDAKCE

Jitka Kalabusová
Šárka Venkrbcová

TECHNICKÝ REDAKTOR

Ondřej Chalupa, DiS.

VYDÁVÁ

Vysoká škola polytechnická Jihlava
Tolstého 16
586 01 Jihlava

ISSN 1804-252X